

ANALISIS KELAYAKAN IDE BISNIS *STARTUP DIGITAL FOOD-MATES* MENGGUNAKAN MODEL *VALUE PROPOSITION CANVAS* (VPC) DAN METODE *FINANCIAL PROJECTION*

I Dewa Made Arjun Yudhatama¹⁾, Renny Septiari²⁾, Heksa Galuh W.³⁾
^{1,2,3)} Program Studi Teknik Industri S-1, Fakultas Teknologi Industri, Institut Teknologi Nasional Malang
Email : 1913044@scholar.itn.ac.id

Abstrak, *Food-Mates* adalah sebuah ide *startup* bisnis yang bergerak dibidang makanan dan minuman sebagai *brand* akusisi dan investor. Dengan produknya yaitu “Naskarin” yaitu produk nasi bakar mengusung konsep makanan cepat saji. Tujuan penelitian ini yaitu memberikan rekomendasi terhadap kebutuhan produk serta layanan makanan cepat saji kepada konsumen dengan segmentasi pasar mahasiswa di Kota Malang, serta mengetahui kelayakan bisnis *startup digital Food-Mates* ditinjau dari aspek finansial. Pengolahan data penelitian ini menggunakan model *value proposition canvas* (VPC) untuk mengetahui prioritas kebutuhan pelanggan makanan cepat saji dan proyeksi finansial. Hasil dari penelitian ini didapat prioritas kebutuhan pelanggan makanan cepat saji dan proyeksi finansial ide *startup digital Food-Mates* menggunakan produk “Naskarin” profit pada kuartar kedua sejumlah **Rp.1.236.847,31** karena menutupi minus pada kuartar pertama. Dan pada kuartar ketiga dan seterusnya stabil profit sebesar **Rp6.750.847,31**. Ide bisnis *startup digital Food-Mates* layak dijalankan.

Kata kunci : Analisis Kelayakan Bisnis, *Financial Projection*, *Value Proposition Canvas*

PENDAHULUAN

Startup merupakan model bisnis yang dirancang untuk memberikan solusi atas masalah yang ada sehingga menghasilkan pertumbuhan yang cepat dibandingkan bisnis model konvensional lainnya (Artana, dkk, 2023). Namun demikian walaupun banyak *startup* baru yang lahir banyak juga *startup* yang gagal. Berikut adalah data penyebab kegagalan *startup* berdasarkan data yang didapat dari DataIndonesia.id.



Gambar 1 Data penyebab *startup* bangkrut
Sumber: DataIndonesia.id

Jika disimak dan analisis lebih jauh penyebab nomor satu hingga tiga memiliki korelasi atau hubungan yang saling berdampak. Peringkat satu kehabisan dana atau tidak mendapat modal tentunya berkaitan dengan pasar. Hal ini tentunya dapat diambil

kesimpulan bahwasanya pentingnya perencanaan yang matang untuk mempersiapkan sebuah *Startup* bisnis yang baik dan mampu bersaing setidaknya sudah sampai ditahap *Minimum Viable Product* (MVP), dengan kata lain produk memiliki standar minimum atau sama dengan kompetitor.

Startup Food-Mates adalah sebuah gagasan atau ide bisnis model yang dimana berfokus kepada *brand investment and acquisition* artinya memberikan pendanaan berupa modal dan mengakusisi sebuah merek dagang yang sudah ada. Produk *Food-Mates* adalah “Naskarin” yaitu produk nasi bakar dengan *toping* yang beragam. Pengukuran kelayakan bisnis berdasarkan aspek pasar, teknis dan finansial (Aldiansyah, dkk., 2018). Upaya yang dapat dilakukan untuk menguji sebuah bisnis adalah dengan cara melakukan analisis kelayakan terhadap produk menggunakan *business tools* yaitu salah satunya *value proposition canvas* (VPC), VPC digunakan untuk melihat kebutuhan segmen pasar terhadap produk. Selanjutnya melakukan analisis mendalam terhadap aspek finansial menggunakan proyeksi finansial. Proyeksi finansial dalam analisis kelayakan menyangkut segala hal yang berkaitan dengan operasional dan *forecasting finansial* berdasarkan informasi

historis laporan bisnis. Sehingga diharapkan dengan adanya analisis kelayakan ini *Startup Food-Mates* mampu bersaing di pasar dalam meminimalkan risiko produk tidak dibutuhkan oleh pasar dan merencanakan rencana keuangan bisnis serta perkiraan proyeksi finansial.

Berdasarkan permasalahan tersebut maka perlunya dilakukan analisis kelayakan mendalam terhadap ide bisnis *startup digital Food-Mates*, sehingga tujuan penelitian ini dapat tercapai yaitu memberikan rekomendasi terhadap kebutuhan produk dan layanan serta hasil analisis kelayakan bisnis ditinjau dari aspek finansial.

METODE

Penelitian ini merupakan jenis penelitian deskriptif kuantitatif. Penelitian deskriptif kuantitatif bertujuan untuk mendeskripsikan suatu fenomena, peristiwa, gejala dan kejadian yang terjadi secara faktual dan sistematis menggunakan angka atau numerik (Sugiyono, 2017). Metode pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan tiga teknik yaitu

1. Observasi

Data yang diperlukan dalam observasi ini berupa data teknis dan riset internet berkaitan dengan topik penelitian dan biaya operasional topik penelitian.

2. Kuesioner

Kuisisioner dilakukan untuk memperoleh data untuk keperluan aspek pasar dan aspek teknis terkait layanan produk *Food-Mates*. Penyusunan kuesioner merupakan implementasi dari *focus group discussion*. Distribusi penyebaran kuesioner menggunakan kuesioner *form* dengan *platform googleform*.

3. Data produk usaha

Data produk usaha adalah data laporan program P2MW 2022 produk usaha "Naskarin"

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu

1. Data Primer

Data primer yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah data yang diambil langsung dari responden melalui fokus grup diskusi dan kuesioner produk.

2. Data Sekunder

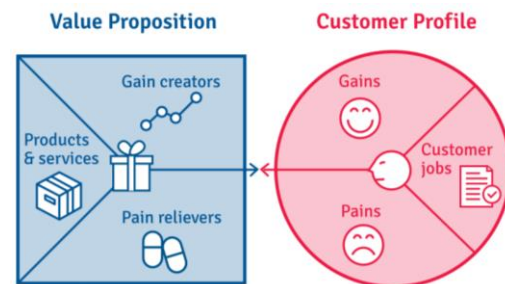
Data sekunder yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah data yang tidak

dikumpulkan langsung dari responden yang disurvei. Data sekunder adalah data produk usaha nasi bakar program kewirausahaan merdeka dan data observasi berupa data pengamatan lapangan.

Untuk mencapai tujuan penelitian ini maka peneliti menggunakan model dan metode sebagai berikut :

- a. **Value Proposition Canvas**

Value Proposition Canvas merupakan *business tools* yang digunakan untuk menggambarkan, memvisualisasikan, menilai dan mengubah model bisnis (Artana, dkk., 2023), *value proposition canvas* adalah visualisasi dari segmen pelanggan (*customer profile*) dan proposisi nilai (*value proposition*).



Gambar 2 *Value Proposition Canvas*
Sumber: Internet

- b. **Financial Projection**

Aspek finansial dalam analisis kelayakan bisnis bertujuan untuk mengetahui kelayakan berdasarkan aspek finansial (Ananda, dkk., 2018). Proyeksi Finansial digunakan untuk mengetahui proyeksi finansial terhadap ide bisnis dari produk atau layanan yang dijual berdasarkan laporan jumlah pendapatan pada produk atau layanan dikurangi beban operasional pada jangka waktu tertentu.

HASIL DAN PEMBAHASAN

- a. **Pengumpulan Data**

1. Observasi

Data yang diperlukan dalam observasi ini berupa data teknis berkaitan dengan topik penelitian dan teknis operasional yang dilakukan selama penelitian.

2. Kuesioner

Data penyebaran kuesioner merupakan data hasil rekap yang dilakukan setelah melakukan penyebaran kuesioner berjumlah 100 orang responden.

3. Data Produk

Data produk adalah data yang didapat melalui laporan program kewirausahaan produk “Naskarin”. Data produk berupa data penjualan, operasional, laba rugi dan

neraca investasi.

b. Uji Validitas dan Reabilitas

1. Uji Validitas

Tabel 1 Uji validitas

Atribut	Value Proposition Canvas (Customer Segment)			
	Koefisiensi Validitas	Titik Kritis	Nilai Sig.	Kesimpulan
1	0,507	0,195	0,000	VALID
2	0,486	0,195	0,000	VALID
3	0,489	0,195	0,000	VALID
4	0,557	0,195	0,000	VALID
5	0,714	0,195	0,000	VALID
6	0,685	0,195	0,000	VALID
7	0,590	0,195	0,000	VALID
8	0,603	0,195	0,000	VALID
9	0,586	0,195	0,000	VALID
10	0,575	0,195	0,000	VALID
11	0,461	0,195	0,000	VALID
12	0,417	0,195	0,000	VALID
13	0,487	0,195	0,000	VALID
14	0,509	0,195	0,000	VALID

Sumber : Pengolahan data SPSS

Hasil uji validitas yang dapat dilihat pada tabel di atas, setiap item pernyataan pada kuesioner menunjukkan rhitung lebih besar dari rtabel (rhitung > rtabel) atau diatas titik kritis 0,195 dan nilai Sig <0,05. Kesimpulannya hasil uji validitas terhadap semua item pernyataan yang berjumlah 14 dinyatakan valid

2. Uji Reabilitas

Tabel 2 Uji reabilitas

Value Proposition Canvas (Customer Segment)		
Koefisien Reabilitas	Titik Kritis	Kesimpulan
0,823	0,600	RELIABEL

Sumber : Pengolahan data SPSS

Hasil uji reliabilitas yang dapat dilihat pada tabel di atas, menunjukkan bahwa

koefisien reliabilitas *Cronbach Alpha* diatas nilai kritis 0,600 yaitu 0,823. Dengan begitu hasil uji reliabilitas adalah reliabel yang artinya hasil konsisten dan dapat diandalkan untuk penelitian selanjutnya.

c. Pengolahan Data

1. Value Proposition Canvas

Berdasarkan hasil pengumpulan data menggunakan kuesioner. Dilakukan pemeringkatan berdasarkan jumlah kepentingan menggunakan *software microsoft excel*. Pada penelitian ini menggunakan tiga prioritas utama hasil peringkat menggunakan skala *likert*..

a. Customer Profile

- Customer Job

Tabel 3 Customer job

No	Customer job	Skor Maksimal	Skor	Peringkat
1	Membeli makanan dan minuman	400	340	1
2	Mengerjakan tugas	400	289	3
3	Sekedar berkumpul	400	311	2

Sumber : Pengolahan data

Customer job meliputi interaksi atau kegiatan yang dialami oleh

pelanggan meliputi kebutuhan konsumen hingga aktivitas yang

berhubungan dengan konsumen. Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat setelah perankingan

berdasarkan perhitungan skala *likert* yang digunakan menggunakan kuesioner.

- *Customer Pain*

Tabel 4 *Customer Pain*

No	<i>Customer Pain</i>	Skor Maksimal	Skor	Peringkat
1	Harga yang ditawarkan terlalu mahal	400	287	1
2	Tempat dan produk tidak higienis	400	278	2
3	Variasi makanan tidak beragam	400	276	4
4	Fasilitas parkir tidak memadai	400	272	5
5	Fasilitas penunjang seperti sabun dan wifi tidak tersedia	400	277	3

Sumber : Pengolahan data

Customer pain dapat dikatakan sebagai pengalaman buruk yang pernah dialami oleh konsumen terhadap layanan atau produk sejenis. Dapat dilihat pada tabel

perankingan yang didapat berdasarkan perhitungan kepentingan menggunakan skala *likert*.

- *Customer Gain*

Tabel 5 *Customer Gain*

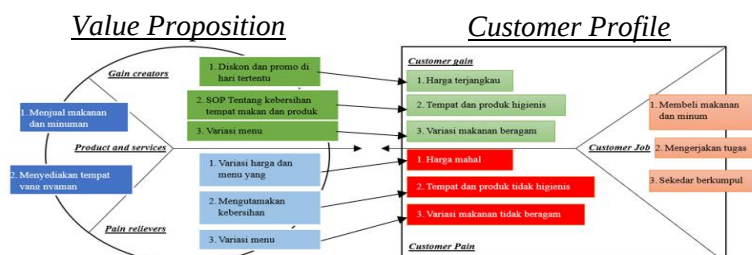
No	<i>Customer Gain</i>	Skor Maksimal	Skor	Peringkat
1	Harga yang ditawarkan terjangkau	400	332	3
2	Tempat makan dan produk yang higienis	400	343	1
3	Variasi menu yang beragam	400	326	5
4	Fasilitas parkir yang memadai	400	330	4
5	Tersedianya fasilitas penunjang seperti sabun pada wastafel dan wifi	400	342	2
6	Tersedia tempat untuk mengerjakan tugas (<i>co-working space</i>)	400	325	6

Sumber : Pengolahan data

Customer gain adalah keinginan yang diinginkan oleh konsumen terhadap produk atau layanan serupa berdasarkan pengalaman buruk yang pernah dialami sehingga memberikan nilai plus

terhadap produk. Dapat dilihat pada tabel perankingan yang didapat berdasarkan perhitungan kepentingan menggunakan skala *likert*.

b. Value Proposition



Gambar 3 *Value proposition*

Sumber : Pengolahan data

Dapat dilihat pada gambar 3, untuk menjawab kebutuhan *customer profile* maka dilakukan pemetaan pada *value proposition* yaitu :

- *Product and Service*
 - a. Menjual makanan dan minuman
 - b. Menyediakan tempat yang nyaman untuk mengerjakan tugas atau sekedar berkumpul
- *Pain Reliever*
 - a. Variasi harga dan menu yang beragam
 - b. Mengutamakan kebersihan
 - c. Variasi menu
- *Gain Creators*
 - a. Diskon dan promo di hari tertentu
 - b. SOP tentang kebersihan tempat makan dan produk
 - c. Variasi menu

2. Financial Projection

- Biaya operasional *Food-Mates*

Tabel 6 Biaya operasional

MANAGEMENT COST				
	QTY	Price	Total Monthly	Total Yearly
Utility Cost			Rp 300.000,00	Rp 3.600.000,00
Salaries	4	Rp3.000.000,00	Rp12.000.000,00	Rp144.000.000,00
Total Ops Cost			Rp12.300.000,00	Rp147.600.000,00
MARKETING COST				
	QTY	Price	Total Monthly	Total Yearly
Domain + Hosting		Rp357.319,00	Rp 357.319,00	Rp 357.319,00
Partnership			Rp 833.333,33	Rp10.000.000,00
Total Marketing Cost			Rp1.190.652,33	Rp10.357.319,00
OPERATIONAL COST				
	QTY	Price	Total Monthly	Total Yearly
Akomodasi lapangan	2	Rp300.000,00	Rp600.000,00	Rp7.200.000,00
Total Operational Cost			Rp600.000,00	Rp7.200.000,00
Expense			Rp14.090.652,33	Rp165.157.319,00
Unforeseen Expenses (10%) (biaya tak terduga)			Rp1.409.065,23	Rp16.515.731,90
TOTAL Expenses			Rp15.499.717,57	Rp181.673.050,90

Sumber : Pengolahan data

Dapat dilihat pada tabel 5, biaya operasional bisnis *Food-Mates* adalah biaya operasional perbulan berjumlah

Rp. 15.499.717,57 dan biaya perbulan Rp. 181.673.050,90.

- Produk

Tabel 7 Pendapatan produk

PENDAPATAN				
ITEM	HARGA	QTY DAILY	QTY MONTHLY	TOTAL
NASI BAKAR AYAM	Rp12.000,00	20	600	Rp7.200.000,00
NASI BAKAR JAMUR	Rp12.000,00	15	450	Rp5.400.000,00
NASI BAKAR IKAN	Rp15.000,00	20	600	Rp9.000.000,00
NASI BAKAR CUMI	Rp17.000,00	15	450	Rp7.650.000,00
TOTAL PENDAPATAN				Rp29.250.000,00

Sumber : Pengolahan data

Dapat dilihat pada tabel 6 didapat total pendapatan produk “Naskarin”

berjumlah Rp.29.250.000,00.

- Neraca investasi

Tabel 8 Neraca investasi

NERACA			
Aset		Kewajiban dan ekuitas	
Kas	Rp1.000.000,00		
Persediaan	Rp9.810.000,00		
Aset tetap			
Kompor 2 tungku	Rp 600.000,00		
Boot container 2m x 1,5m	Rp7.000.000,00		
Kotak box ice	Rp 700.000,00		
Mesin sealer	Rp 200.000,00		
Wadah stainless	Rp 300.000,00		
One set peralatan dapur	Rp 500.000,00		
Kursi makan	Rp 75.000,00		
Meja makan	Rp 400.000,00		
Tikar	Rp 90.000,00		
Kontainer box penyimpanan	Rp 300.000,00		
Standing paying 2m x 2m	Rp 700.000,00		
Rice cooker	Rp 400.000,00		
Sabun dan wifi	Rp 500.000,00		
Jumlah Aset	Rp22.075.000,00	Kewajiban dan ekuitas	Rp22.075.000,00

Sumber : Pengolahan data

Dapat dilihat pada tabel 7 jumlah *investment* yang dibutuhkan untuk mendanai kegiatan usaha “Naskarin” adalah sebesar Rp. 22.075,000,00.

Sudah termasuk pengadaan meja, kursi, alas duduk berupa tikar, sabun dan *wifi*.

- Proyeksi finansial

Tabel 9 Proyeksi finansial

	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4
No. of Transaction	6300	6300	6300	6300	6300	6300	6300	6300
GMV (Sales) Profit	Rp40.655.000,00	Rp52.920.000,00	Rp52.920.000,00	Rp52.920.000,00	Rp52.920.000,00	Rp52.920.000,00	Rp52.920.000,00	Rp52.920.000,00
Net Revenue	Rp40.655.000,00	Rp52.920.000,00	Rp52.920.000,00	Rp52.920.000,00	Rp52.920.000,00	Rp52.920.000,00	Rp52.920.000,00	Rp52.920.000,00
Management Cost								
Utility Cost	Rp900.000,00	Rp900.000,00	Rp900.000,00	Rp900.000,00	Rp900.000,00	Rp900.000,00	Rp900.000,00	Rp900.000,00
Salaries	Rp36.000.000,00	Rp36.000.000,00	Rp36.000.000,00	Rp36.000.000,00	Rp36.000.000,00	Rp36.000.000,00	Rp36.000.000,00	Rp36.000.000,00
Total Ops Cost	Rp36.900.000,00	Rp36.900.000,00	Rp36.900.000,00	Rp36.900.000,00	Rp36.900.000,00	Rp36.900.000,00	Rp36.900.000,00	Rp36.900.000,00
Marketing Cost								
ADS	Rp1.071.957,00	Rp1.071.957,00	Rp1.071.957,00	Rp1.071.957,00	Rp1.071.957,00	Rp1.071.957,00	Rp1.071.957,00	Rp1.071.957,00
Partnership	Rp2.499.999,99	Rp2.499.999,99	Rp2.499.999,99	Rp2.499.999,99	Rp2.499.999,99	Rp2.499.999,99	Rp2.499.999,99	Rp2.499.999,99
Total Marketing Cost	Rp3.571.956,99	Rp3.571.956,99	Rp3.571.956,99	Rp3.571.956,99	Rp3.571.956,99	Rp3.571.956,99	Rp3.571.956,99	Rp3.571.956,99

<i>Operational Cost</i>								
Akomodasi lapangan	Rp1.500.000,00	Rp1.500.000,00	Rp1.500.000,00	Rp1.500.000,00	Rp1.500.000,00	Rp1.500.000,00	Rp1.500.000,00	Rp1.500.000,00
Total Operational Cost	Rp1.500.000,00	Rp1.500.000,00	Rp1.500.000,00	Rp1.500.000,00	Rp1.500.000,00	Rp1.500.000,00	Rp1.500.000,00	Rp1.500.000,00
<i>Expense</i>								
	Rp41.971.956,99	Rp41.971.956,99	Rp41.971.956,99	Rp41.971.956,99	Rp41.971.956,99	Rp41.971.956,99	Rp41.971.956,99	Rp41.971.956,99
<i>Unforeseen Expenses (10%) (biaya tak terduga)</i>								
	Rp4.197.195,69	Rp4.197.195,69	Rp4.197.195,69	Rp4.197.195,69	Rp4.197.195,69	Rp4.197.195,69	Rp4.197.195,69	Rp4.197.195,69
Total Expenses	Rp46.169.152,69	Rp46.169.152,69	Rp46.169.152,69	Rp46.169.152,69	Rp46.169.152,69	Rp46.169.152,69	Rp46.169.152,69	Rp46.169.152,69
P/L	-Rp5.514.152,69	Rp1.236.847,31	Rp6.750.847,31	Rp6.750.847,31	Rp6.750.847,31	Rp6.750.847,31	Rp6.750.847,31	Rp6.750.847,31

Sumber : Pengolahan data

Berdasarkan tabel 8 diperoleh hasil perhitungan proyeksi finansial produk usaha dan operasional bisnis dapat dilihat pada kuartar pertama, 2024 bisnis mengalami kerugian atau minus karena total pendapatan atau *revenue* produk tidak dapat menutupi operasional bisnis namun pada kuartar kedua profit sebesar **Rp.1.236.847,31** karena menutupi minus pada kuartar pertama. Dan pada kuartar ketiga dan seterusnya stabil profit sebesar **Rp6.750.847,31**. Jika dihitung berdasarkan jumlah proyeksi keuntungan atau profit tahun pertama pada tahun 2024 berjumlah **Rp.14.738.341,93** dan pada tahun 2025 profit sebesar **Rp.27.003.189,24**. Berdasarkan hasil kelayakan investasi produk layanan ini dapat dikatakan *profit* dan layak untuk dikembangkan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, terdapat beberapa kesimpulan yang dapat diambil yaitu :

1. Usulan kebutuhan produk serta layanan makanan cepat saji

Usulan kebutuhan produk layanan makanan cepat saji yang dibutuhkan oleh pasar yaitu dengan memberikan harga terjangkau dengan menu yang bervariasi dan mengutamakan ke higienisan produk berkaitan dengan proses pembuatan produk, pengemasan hingga sampai ke konsumen. Rekomendasi layanan dari makanan cepat saji yang dibutuhkan oleh pasar selain menjual produk makanan dan minuman,

tempat makan cepat saji perlunya menyediakan tempat khusus untuk makan di tempat yang nyaman sekedar berkumpul ataupun mengerjakan tugas karena segmentasi pasarnya mahasiswa, lalu mengutamakan kebersihan baik dari segi pelayanan dan kebersihan tempat makan cepat saji. Dan tentunya untuk mendukung hal tersebut perlu menyediakan sabun pada *wastafel* dan *wifi* sehingga pelanggan akan nyaman saat berkunjung ke tempat makan cepat saji.

2. Hasil kelayakan finansial bisnis *startup digital Food-Mates* ditinjau dari aspek finansial.

Dari usulan kebutuhan produk layanan di atas dilakukan implementasi ke aspek finansial menggunakan proyeksi finansial dan didapat berdasarkan tabel proyeksi finansial dapat pada kuartar pertama, 2024 bisnis mengalami kerugian atau minus karena total pendapatan atau *revenue* produk tidak dapat menutupi operasional bisnis namun pada kuartar kedua profit sebesar **Rp.1.236.847,31** karena menutupi minus pada kuartar pertama. Dan pada kuartar ketiga dan seterusnya stabil profit sebesar **Rp6.750.847,31** sehingga berdasarkan hasil kelayakan investasi produk layanan ini dapat dikatakan *profit* dan layak untuk dikembangkan.

Saran

Diharapkan pengusaha memperhatikan lebih dalam berkaitan dengan aspek teknis diluar dari hasil kelayakan finansial dalam penelitian ini berkaitan dengan aspek hukum, legalitas usaha dan hal-hal pendukung lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Adegbola, A. A., Ozigizi, I. I. I. D. (2021). Economic Analysis of the Gas Distribution Pipeline Network for Estates in Nigeria. *Nigerian Journal of Engineering*, 0794-4756.
- Dataindonesia.id. (2021). *Penyebab Startup Bangkrut Tahun 2021*.
- Mazwan, M. Z. M. I. (2022). Selera Penduduk Kota Terhadap Fast Food (Studi Kasus Konsumen 7SEVENCHIKEN Malang, Indonesia). *Jurnal Agribisnis Indonesia (Journal of Indonesian Agribusiness)*, 10, 289-298.
- Osterwalder, Alexander, Y. P. (2014). *Value Proposition Design*. John Wiley & Sons, New Jersey.
- Permana, N. F. A. (2022). Analisis Kelayakan Ide Bisnis “Healthy Dish” (Bisnis Menu Makanan Sehat dan Cepat Saji Berkemasan Ramah Lingkungan untuk Masyarakat di Wilayah Jabodetabek). *Jurnal Studi Ekonomika*, 20, 22-45.
- Ridho, I. A. A. D. (2018). *FGD dalam Penelitian Kesehatan*. Airlangga University Press, Surabaya.
- Santoso, I. A. F. (2022). Perancangan Value Proposition, Business Model Canvas, Proses bisnis dan Aplikasi Plasma Darah Konvalesen. *Jurnal Titra*, 10, 31-38.
- Startupranking.com. (2019). *Data Startup Ranking Global 2019*. Global.
- Sugiyono, P. (2017). *Metode Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, dan R&D*.