

**ANALISIS STUDI KELAYAKAN BISNIS TERHADAP TOKO BINTANG MANDIRI  
DITINJAU DARI ASPEK PEMASARAN DAN ASPEK KEUANGAN**

**Dyaz Mutiara Putri Herwanto<sup>1</sup>, Faras Cantika Nur Ahdianita<sup>2</sup>, Yona Fadila<sup>3</sup>, Santi  
khaerunuffus Anugrah<sup>4</sup>, R.R Wening Ken<sup>5</sup>**

Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Pelita Bangsa

Email: [dyaz11@mhs.pelitabangsa.ac.id](mailto:dyaz11@mhs.pelitabangsa.ac.id), [faras@mhs.pelitabangsa.ac.id](mailto:faras@mhs.pelitabangsa.ac.id),

[santi@mhs.pelitabangsa.ac.id](mailto:santi@mhs.pelitabangsa.ac.id), [yona29@mhs.pelitabangsa.ac.id](mailto:yona29@mhs.pelitabangsa.ac.id),

[wening.ken@pelitabangsa.ac.id](mailto:wening.ken@pelitabangsa.ac.id)

<b>Informasi Naskah</b>	<b>Abstrak</b>
<b>Diterima: 05 Januari 2024</b>	<p>Penelitian yang dilakukan bertujuan untuk menguji apakah suatu bisnis layak untuk dijalankan dengan mempertimbangkan dua aspek yaitu aspek pemasaran dan aspek keuangan. Populasi penelitian ini yaitu usaha makanan ringan pada Toko Bintang Mandiri di Desa Sukasari, Kecamatan Serang Baru, Kabupaten Bekasi, Jawa Barat. Sebanyak 48 data yang diperoleh dari data laporan keuangan usaha makanan ringan pada Toko Bintang Mandiri dari tahun 2019-2022. Penelitian ini mengadopsi teknik <i>purposive sampling</i> dalam pemilihan sampel. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan melakukan analisis. <i>Payback Period</i> (PP), dan <i>Indeks Profitabilitas</i> (PI). Hasil penelitian ini menunjukkan kelayakan bisnis makanan ringan Toko Bintang Mandiri dari aspek pemasaran dikatakan layak dengan melakukan pemantauan banyak promosi ke pasar, harga yang bersaing, letaknya strategis, dan mudahnya akses distribusi. Berdasarkan aspek keuangan yang dilakukan dari usaha makanan ringan Toko Bintang Mandiri melalui standar studi kelayakan bisnis menyampaikan PP yaitu selama 7 bulan 3 minggu dengan nilai PI sebesar 1,36%. Implikasi penelitian ini dalam aspek pemasaran dapat membantu mengidentifikasi segmen pasar yang paling potensial untuk produk makan ringan, dan dapat membimbing pengembangan strategi pemasaran yang efektif, seperti penentuan harga yang tepat, promosi yang sesuai, dan distribusi yang efisien. Sedangkan dalam aspek keuangan, menentukan perkiraan pendapatan dan biaya operasional untuk mengukur potensi keuntungan dan stabilitas keuangan usaha makanan ringan.</p>
<b>Revisi: 13 Januari 2024</b>	
<b>Terbit: 18 Januari 2024</b>	
<b>Kata Kunci:</b> Aspek Studi Kelayakan Bisnis, Perkembangan Usaha	
	<p style="text-align: center;"><b>Abstract</b></p> <p><b>Keywords:</b> Aspects of business feasibility studies, business development.</p> <p><i>The research carried out aims to test whether a business is feasible to run by considering two aspects, namely the marketing aspect and the financial aspect. The population of this research is the snack business at the Bintang Mandiri Store in Sukasari Village, Serang Baru District, Bekasi Regency, West Java. A total of 48 data were obtained from the financial report data of the snack business at the Bintang Mandiri Store from 2019-2022. This study adopts purposive sampling technique in sample selection. The method used in this study is quantitative method by conducting analysis Payback Period (PP) analysis and Profitability Index (PI). The results of this research show that Toko Bintang Mandiri's snack business is feasible from a marketing aspect by monitoring many market promotions, competitive prices, strategic location and easy access to distribution. Based on the financial aspects carried out from the Toko Bintang Mandiri snack business through a standard business feasibility study, PP was delivered for 7 months and 3 weeks with a PI value of 1.36%. The implications of this research in the marketing aspect can help identify the most potential market segments for snack products, and can guide the</i></p>

*development of effective marketing strategies, such as determining the right price, appropriate promotion, and efficient distribution. Meanwhile, in the financial aspect, determine estimated income and operational costs to measure potential profits and financial stability of the snack business.*

---

## **PENDAHULUAN**

Pada saat ini, perekonomian di Indonesia tidak stabil dikarenakan jumlah masyarakat yang tidak memiliki pekerjaan semakin meningkat. Termasuk individu yang telah dipecat dan belum memiliki pekerjaan. Oleh karena itu, pemerintah perlu mengambil tindakan bijak untuk mengatasi banyaknya Individu atau kelompok dalam komunitas yang tidak memiliki pekerjaan serta mengurangi masyarakat dalam hidup kemiskinan (Yuniar et al. 2022). Untuk menurunkan tingkat kemiskinan dan pengangguran di Indonesia serendah mungkin, masyarakat perlu aktif berpartisipasi dalam usaha kecil, menengah, dan besar. Seperti adanya usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) (Puspita et al. 2022). Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) memainkan peran yang signifikan dalam mendukung program pemerintah, terutama dalam menciptakan peluang kerja dan mengurangi tingkat pengangguran, serta membantu masyarakat bertahan selama krisis ekonomi. Hal ini dikarenakan bekerja di dalam sektor riil, sehingga dampaknya tidak sebesar sektor moneter (Florentina et al. 2022).

Namun, banyak pelaku UMKM yang seringkali menghadapi tantangan besar dalam mengelola pemasaran dan keuangan usaha mereka. Karena meskipun memiliki produk atau layanan yang berkualitas, tidak sepenuhnya mereka memanfaatkan potensi pemasaran secara optimal dan tidak dapat mengatasi kendala dalam pengelolaan keuangan usaha. Strategi pemasaran yang kurang efektif dapat menghambat visibilitas usaha mereka di pasar yang kompetitif. Seperti salah satu usaha yang banyak diminati dalam sektor UMKM yaitu usaha kuliner, hal ini dikarenakan usaha kuliner terus mendapatkan permintaan dan menjadi semakin populer tiap tahunnya. Kondisi ini disebabkan oleh kenyataan jika makanan dan minuman termasuk kebutuhan pokok setiap individu dalam kehidupan sehari-hari. Bisnis kuliner mencakup berbagai produk, mulai dari cemilan hingga makanan pokok, yang memberikan peluang bagi UMKM untuk menyediakan berbagai produk dalam industri kuliner (Nasution and Limbong 2018).

UMKM sektor makanan ringan menjadi perhatian utama di Desa Serang, Kabupaten Bekasi. Kehadiran UMKM makanan ringan di Desa Serang tidak hanya menyediakan berbagai jenis makanan yang menarik, tetapi juga berdampak positif pada ekonomi lokal. Salah satunya yaitu usaha makanan ringan Toko Bintang Mandiri, yang mana usaha ini telah berdiri sejak 2016. Dengan upaya pemasaran yang kreatif dan berorientasi pada kepuasan pelanggan, Toko Bintang Mandiri berhasil membangun hubungan yang kuat dan berkelanjutan dengan konsumennya. Secara umum, pemasaran bertujuan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan atau bahkan melampaui ekspektasi mereka. Ini karena persaingan bisnis yang semakin ketat dan pemahaman konsumen tentang produk (barang dan jasa) yang terus berkembang seiring dengan meningkatnya kebutuhan. Oleh karena itu, pemasaran harus menangani tantangan baru yang tepat (Putri et al., 2016;91).

Untuk meningkatkan kinerja dan efisiensi suatu usaha, diperlukan penyelenggaraan penelitian studi kelayakan bisnis. Penelitian ini bertujuan untuk menyelidiki dan mengevaluasi berbagai faktor yang mendukung perkembangan perusahaan menentukan layak atau tidaknya suatu bisnis apakah untuk dijalankan (Arifudin, Sofyan, and Tanjung 2020). Dengan mempertimbangkan dua aspek yaitu pemasaran dan keuangan, diharapkan kedua aspek ini dapat membantu kita menentukan apakah bisnis layak untuk dijalankan setelah menganalisis beberapa aspek yang relevan. Berdasarkan landasan yang telah diuraikan, tema penelitian ini adalah Analisis Studi Kelayakan Bisnis terhadap Toko Bintang Mandiri di Desa Serang Ditinjau

Dari Aspek Pemasaran dan Aspek Keuangan.

## **TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS**

### **A. Pengertian UMKM**

Menurut (Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008) tentang usaha mikro, kecil, dan menengah, usaha tersebut merupakan aktivitas ekonomi yang menghasilkan barang atau jasa, dilakukan oleh individu yang bukan merupakan anak perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian dari usaha menengah atau besar yang memenuhi kriteria (Ambarini 2019) sebagai berikut:

1. Syarat usaha mikro meliputi:
  - Memiliki kekayaan bersih melebihi Rp50.000.000,00, tidak termasuk nilai tanah dan bangunan yang tidak digunakan untuk kegiatan usaha.
  - Memiliki pendapatan penjualan tahunan melebihi Rp300.000.000,00.
2. Syarat usaha kecil meliputi:
  - Memiliki kekayaan dalam rentang antara Rp50.000.000,00 hingga Rp500.000.000,00, tanpa memasukkan nilai tanah dan bangunan yang digunakan untuk kegiatan usaha.
  - Memiliki pendapatan penjualan tahunan dalam kisaran antara Rp300.000.000,00 hingga Rp2.500.000.000,00.
3. Syarat usaha menengah meliputi:
  - Memiliki kekayaan bersih dalam rentang antara Rp500.000.000,00 hingga Rp10.000.000.000,00, tanpa memperhitungkan nilai tanah dan bangunan.
  - Memiliki pendapatan penjualan tahunan Rp2.500.000.000.000,00.

### **B. Pengertian Studi Kelayakan bisnis**

Proses yang dirancang secara ekstensif untuk menentukan apakah suatu perusahaan layak untuk dioperasikan dikenal sebagai studi kelayakan bisnis. mencakup melakukan penyelidikan data dan informasi secara mendalam, serta pengukuran, penghitungan, dan analisis yang tepat dengan menggunakan metode tertentu untuk mendapatkan hasil terbaik (Adnyana 2020). Menurut (Andayani, Wahyuni, and Suhairi 2022) studi kelayakan bisnis merupakan suatu proses atau kegiatan perencanaan yang dilakukan dengan tujuan mempelajari lebih mendalam tentang suatu usaha bisnis, melibatkan analisis mendalam untuk memastikan kelangsungan dan potensi kesuksesan. Sedangkan menurut, studi kelayakan bisnis mengevaluasi kelayakan proyek secara keseluruhan, oleh karena itu setiap elemen perlu diperhitungkan dalam studi menyeluruh yang memperhitungkan semua elemen terkait.

Alasan di balik melakukan studi kelayakan adalah untuk menghindari asumsi yang berlebihan terkait upaya yang pada akhirnya tidak memberikan manfaat yang konkret. Menurut Yakob Ibrahim dalam (Rofa et al. 2021) menyatakan bahwa terdapat beberapa fokus praktis dalam bidang bisnis, yakni:

1. Bagaimana organisasi keuangan dan moneter dapat menilai sejauh mana rencana usaha yang akan dilakukan harus dapat mencakup segala kewajiban dan prospektif di masa depan.
2. Sejauh mana dukungan keuangan, terutama dalam merancang kemungkinan manfaat yang dapat diperoleh oleh organisasi, dapat dimanfaatkan secara efektif dalam rangkaian perubahan yang dinamis.
3. Perspektif sosial memiliki tujuan untuk merinci tindakan yang akan dilaksanakan dan meraih manfaat, dapat dijelaskan dengan baik dari sudut pandang spesifik dan fungsional ke dalam wilayah lokal.

### C. Aspek dalam Studi Kelayakan Bisnis

Berikut adalah elemen-elemen yang akan menjadi fokus penelitian dalam studi kelayakan bisnis. Elemen-elemen tersebut mencakup:

#### 1. Aspek Pemasaran

*American Marketing Association* mendefinisikan pemasaran sebagai strategi operasional yang digunakan dalam sektor bisnis untuk mengarahkan aliran produk dan jasa dari pihak produsen ke pihak pengguna atau pelanggan. Sementara menurut (Suhardi 2018) Menawarkan, menyerahkan, dan menukarkan produk dan layanan yang dipindahkan dari produsen ke konsumen merupakan proses pemasaran.

Menurut (Tanjung et al. 2023) Evaluasi perspektif pasar menjadi hal krusial sebab tidak ada usaha yang mampu bertahan tanpa adanya ketertarikan terhadap produk atau layanan. Melihat dari perspektif pasar membantu untuk memahami sejauh mana cakupan pasar, pertumbuhan permintaan, dan pangsa industri secara menyeluruh terkait dengan produk yang bersangkutan. Penting juga untuk mengkaji kondisi persaingan di antara produsen dan siklus hidup produk. Permintaan diukur berdasarkan seberapa banyak produk yang dibutuhkan oleh konsumen yang bersedia membeli pada berbagai tingkat nilai. Sementara itu, penawaran mencerminkan jumlah produk yang tersedia di pasar pada tingkat nilai yang beragam.

Untuk memastikan apakah perusahaan yang menerima investasi mempunyai peluang pasar yang diharapkan, komponen pemasaran harus dinilai. Sederhananya, tujuan evaluasi ini adalah untuk menentukan potensi pasar untuk produk yang dipasok dan persentase pasar yang dimiliki pesaing saat ini. Selain itu, mengembangkan rencana pemasaran yang efektif sangat penting untuk menangkap peluang pasar saat ini. (Puspita, Ervina, and Matwar 2022b).

#### 2. Aspek Keuangan

Aspek keuangan pada studi kelayakan bisnis mencakup evaluasi jumlah dengan sumber dana yang ingin dipergunakan untuk mendirikan dan mengelola usaha, dimana dapat mengetahui waktu dan metode pengembalian modal tersebut. Komponen ini terdiri dari sumber dan kebutuhan pendanaan, biaya investasi, penyusutan, perkiraan laporan laba rugi, arus kas, perhitungan harga pokok penjualan, dan kriteria investasi yaitu *Payback Period* (PP). dan *Indeks Profitabilitas* (PI) (Arianton, Meitriana, and Haris 2019).

##### 2.1 *Payback Periode (PP)*

*Payback Period (PP)* adalah metode evaluasi investasi yang digunakan untuk mengukur waktu yang diperlukan agar investasi dapat mengembalikan modal atau biaya awal yang ditanamkan. Dalam istilah sederhana, *Payback Period* adalah periode waktu yang dibutuhkan untuk mendapatkan kembali investasi awal dari arus kas bersih yang dihasilkan oleh investasi (Suliyanto 2010) dalam (Kadek Arianton, Made Ary Meitriana, and Iyus Ahmad Haris 2017)

*Rumus umum Payback Period adalah:*

$$PP = \text{Investasi} / \text{Kas Bersih pertahun} \times 1 \text{ tahun}$$

Jika hasil perhitungan menunjukkan bahwa *Payback Period* lebih singkat dari batas waktu yang telah ditetapkan, maka investasi dianggap dapat dipulihkan dalam waktu yang sesuai. Meskipun metode ini sederhana, *Payback Period* sering digunakan karena memberikan gambaran singkat tentang seberapa cepat investasi dapat menghasilkan

pengembalian. Namun, metode ini mempunyai kekurangan karena tidak mempertimbangkan nilai waktu uang dan tidak memberikan informasi tentang profitabilitas jangka panjang.

## 2.2 Profitability Index (PI)

*Profitability Index* (PI) merupakan sebuah rasio keuangan yang digunakan untuk mengevaluasi potensi profitabilitas Sebuah proyek atau investasi memiliki suatu indikator yang disebut PI (*Profitability Index*). PI dihitung dengan membagi nilai sekarang dari arus kas bersih yang diharapkan dari proyek dengan nilai investasi awal (Suliyanto 2010) dalam (Kadek Arianton, Made Ary Meitriana, and Iyus Ahmad Haris 2017).

Rumus umumnya adalah:

$$PI = n + (A-B)/(C-B)$$

Keterangan:

A = Investasi Awal

B = Jumlah Akumulasi aliran kas bersih tahun

C = Jumlah Akumulasi Aliran Kas Bersih ke n + 1

n = Tahun dimana aliran kas belum dapat mengembalikan investasi

Jika nilai PI lebih dari 1, itu menandakan bahwa proyek dianggap menguntungkan, sedangkan jika nilainya kurang dari 1, proyek tersebut mungkin kurang menguntungkan. Dalam pengambilan keputusan investasi, PI digunakan untuk membandingkan dan mengevaluasi proyek-proyek alternatif, dengan preferensi diberikan pada proyek yang memiliki PI lebih tinggi.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menerapkan pendekatan kualitatif dengan menggunakan percakapan dasar berdasarkan perspektif pencipta, termasuk bantuan untuk merancang konten, referensi, dan sentimen berkualitas. Hal ini bertujuan untuk menganalisis aspek pemasaran dan keuangan dalam rangka studi kelayakan bisnis. Menurut (Sugiyono 2022) “metode penelitian kualitatif merupakan suatu pendekatan penelitian yang berakar pada filosofi postpositivisme. Data penelitian menggunakan sumber data sekunder pada pelaporan tahunan usaha makanan ringan pada Toko Bintang Mandiri. Tidak hanya itu data sekunder juga bersumber dari studi litelatur pada penelitian terdahulu, maupun teori-teori yang berasal dari jurnal penelitian, perpustakaan, internet, atau laporan keuangan yang berkaitan. Selain itu dalam penelitian menggunakan populasi pada usaha makanan ringan pada Toko Bintang Mandiri di Desa Sukasari, Kecamatan Serang Baru, Kabupaten Bekasi, Jawa Barat dimana metode untuk menganalisis data yaitu purposive sampling. Sampel yang digunakan bersumber dari pelaporan tahunan yang tersedia pada Toko Bintang Mandiri dari tahun 2019-2022.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Gambaran Umum Toko Bintang Mandiri

Toko Bintang Mandiri merupakan usaha keluarga yang dikelola pada tahun 2016 hingga sekarang, Terletak di Desa Sukasari Provinsi Jawa Barat, Kecamatan Serang Baru, Kabupaten Bekasi. Banyak staf yang bekerja sama dengan pengusaha untuk mengembangkan bisnisnya. Perusahaan tersebut terdaftar secara sah yaitu melalui Izin Usaha Desa yang dimilikinya.

## A. Aspek Pemasaran

### a. Bentuk Pasar

Pasar produsen yang berisi pasar persaingan sempurna dibentuk oleh Toko Bintang Mandiri ini. Di sini, penjualan langsung ke pelanggan serta pasar penjualan melalui distributor menjadi sasaran konsumennya. Pasalnya, Toko Bintang Mandiri memiliki fasilitas produksi permanen yang digunakannya untuk mempromosikan barangnya.

### b. Analisis Persaingan

Para pengusaha yang membuat makanan ringan saling bersaing, hal ini masih menjadi kendala. Hal ini disebabkan banyaknya kompetitor pembuat jajanan di wilayah Kecamatan Serang Baru. Pemilik Kerupuk Sari Rasa menggunakan strategi pemasaran sebagai berikut:

#### 1. Barang

Perusahaan produsen ini menggunakan keripik, permen, dan kerupuk sebagai bahan bakunya. Taktik pemilik untuk menghindari pelanggan yang kecewa adalah dengan memproduksi barang berkualitas tinggi dengan ukuran yang tidak mengurangi rasa atau kualitas produk jadi.

#### 2. Harga

Biaya tenaga kerja, keuntungan yang diinginkan, dan biaya bahan baku semuanya sudah menjadi pertimbangan pemilik yang mematok harga tiap bungkusnya sebesar Rp 5.000. Perusahaan ini dinilai kompeten untuk berfungsi dan sukses karena memberikan biaya yang wajar bagi semua kalangan.

#### 3. Iklan

Awalnya belum banyak yang mengetahui perusahaan yang didirikan Dewi Nilam Gandasari pada tahun 2016 ini. Pemiliknya, seorang perantau asal Pekalongan yang mengadu nasib di Bekasi, hanya membawa kemampuan dan kegigihannya untuk meluncurkan perusahaan makanan ringan tersebut. Toko Bintang Mandiri baru saja dimulai. Seiring berjalannya waktu, pemilik bermaksud untuk memperluas perusahaannya lebih jauh lagi. Pada awalnya, pemilik memasok produk tersebut hanya kepada beberapa pelanggan terpilih, namun akhirnya, distributor menyatakan minatnya untuk menjualnya, dan rasa produk tersebut menjadi populer.

## B. Aspek Keuangan

### a. Modal

Modal yang diinvestasikan oleh Dewi untuk memulai usahanya berasal dari sumber modal pribadinya, yang mencakup modal tersebut. berasal dari jerih payahnya dan usahanya membangun bisnisnya dari awal. Dengan usaha kerasnya, Dewi berhasil menghasilkan pendapatan yang memungkinkannya untuk mengalirkan investasi ke dalam perlengkapan dan peralatan yang diperlukan untuk operasional usahanya.

**Tabel 1.1 Total Modal Usaha Toko Bintang Mandiri**

Jenis	Jumlah
Peralatan	Rp 22.050.000
Perlengkapan	Rp 162.050.000
Jumlah	Rp 185.000.000

### b. Payback Period

Perhitungan tersebut mengevaluasi kas bersih yang diterima setiap tahun.

Rumus :

$PP = \text{Investasi/Kas Bersih} \times \text{Tahunan.}$

$PP = 21.000.000 / 185.000.000 \times 1 \text{ tahun.}$

$PP = 0,73$  (7 bulan 3 minggu)

Tujuh bulan tiga minggu akan berlalu hingga modal Toko Bintang Mandiri kembali.

c. Indeks profitabilitas (PI)

Rasio yang disebut PI membedakan arus kas suatu investasi dengan umur produktif. Rumus berikut digunakan untuk menentukan PI:

$PI = \text{Total PV investasi} / \text{Total PV arus kas} \times 100\%$

$PI = 252.000.000 / 185.000.000 \times 100\%$

$PI = 1,36\%$

Total komputasi menghasilkan kesimpulan sekitar 1,36%. Toko Bintang Mandiri mempunyai kapasitas untuk tumbuh atau berkembang dalam situasi ini.

## **PENUTUP**

Analisis hasil studi kelayakan bisnis makanan ringan Toko Bintang Mandiri yang terletak di desa Sukasari, Kecamatan Serang Baru, Kabupaten Bekasi, Jawa Barat dari aspek pemasaran dikatakan layak dengan melakukan pemantauan banyak promosi ke pasar, harga yang bersaing, letaknya strategis, dan mudahnya akses distribusi. Berdasarkan aspek keuangan yang dilakukan dari usaha makanan ringan Toko Bintang Mandiri melalui standar studi kelayakan bisnis menyampaikan PP yaitu selama 7 bulan 3 minggu dengan nilai PI sebesar 1,36%. Implikasi penelitian ini dalam aspek pemasaran dapat membantu mengidentifikasi segmen pasar yang paling potensial untuk produk makan ringan, dan dapat membimbing pengembangan strategi pemasaran yang efektif, seperti penentuan harga yang tepat, promosi yang sesuai, dan distribusi yang efisien. Sedangkan dalam aspek keuangan, menentukan perkiraan pendapatan dan biaya operasional untuk mengukur potensi keuntungan dan stabilitas keuangan usaha makanan ringan.

## **SARAN**

Ide-ide berikut ini dapat dimasukkan dalam pengembangan perusahaan makanan ringan: Untuk mendongkrak pendapatan prospektif, disarankan untuk memperluas jangkauan distribusi di bagian pemasaran. Disarankan untuk memberikan laporan keuangan secara berkala, baik bulanan maupun tahunan, di bidang keuangan. untuk melakukan analisis biaya dan pendapatan. Hal ini bertujuan untuk menentukan apakah perusahaan telah menghasilkan uang atau kehilangan uang selama menjalankan operasinya dan untuk memberikan gambaran yang lebih akurat mengenai profitabilitas perusahaan.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Adnyana, I Made. 2020. Lembaga Penerbitan Universitas Nasional (Lpu-Unas) *Studi Kelayakan Bisnis I*.
- Ambarini, Nur Sulistyio Budi. 2019. "Implementasi Undang-Undang No. 20 Tahun 2008 Dalam Pengembangan Usaha Perikanan Berkelanjutan." *Supremasi Hukum: Jurnal Penelitian Hukum* 26(2): 32–50.
- Andayani, Nadya, Sri Wahyuni, And Suhairi Suhairi. 2022. "Analisis Studi Kelayakan Bisnis Umkm Di Bidang Pangan Pada Usaha Corn Dog Mozzarella Dan Sosis." *Visa: Journal Of Vision And Ideas* 2(2): 143–49.
- Arianton, Kadek, Made Ary Meitriana, And Iyus Ahmad Haris. 2019. "Studi Kelayakan Usaha Budidaya Rumput Laut Pada Kelompok Bina Karya Di Desa Patas, Kecamatan Gerokgak, Kabupaten Buleleng." *Jurnal Pendidikan Ekonomi* 11(2): 573–82.

- Arifudin, Opan, Yayan Sofyan, And Rahman Tanjung. 2020. "Studi Kelayakan Bisnis Telur Asin H-Organik." *Jurnal Ecodemica: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Bisnis* 4(2): 341–52.
- Florentina Br Bangun, Cantika, Vira Yuniar, And Sri Wulandari Bugis. 2022. "Transformasi Manageria Journal Of Islamic Education Management Analisis Studi Kelayakan Bisnis Pada Pengembangan Umkm Usaha Tahu Dan Tempe Di Desa Pondok Jeruk Ditinjau Dari Aspek Produksi, Aspek Pemasaran Dan Aspek Keuangan." *Islamic Education Management* 2(2): 142–51.
- Kadek Arianton, Made Ary Meitriana, And Iyus Ahmad Haris. 2017. "Studi Kelayakan Usaha Budidaya Rumput Laut Pada Kelompok Bina Karya Di Desa Patas, Kecamatan Gerokgak, Kabupaten Buleleng." *Jurnal Pendidikan Ekonomi* 11.
- Nasution, Z. A, And H. P Limbong. 2018. "Kajian Faktor-Faktor Penguat Usaha Pengembangan Ukm Makanan Ringan." *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*: 195–201.
- Puspita, Dara, Nadya Ervina, And Habib Matwar. 2022a. "Analisis Studi Kelayakan Bisnis Terhadap Usaha Kerupuk Sari Rasa Di Desa Deli Serdang Ditinjau Dari Aspek Produksi, Aspek Pemasaran Dan Aspek Keuangan." *Visa: Journal Of Vision And Ideas* 2(3): 218–30.
- . 2022. "Analisis Studi Kelayakan Bisnis Terhadap Usaha Kerupuk Sari Rasa Di Desa Deli Serdang Ditinjau Dari Aspek Produksi, Aspek Pemasaran Dan Aspek Keuangan." *Visa: Journal Of Vision And Ideas* 2(3): 218–30.
- Rofa, Iir Tsamrotur Et Al. 2021. "Analisis Aspek Pemasaran Dalam Studi Kelayakan Bisnis." *Visa: Journal Of Vision And Ideas* 1(2): 222–35.
- Sugiyono, D. 2022. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta Bandung.
- Suhardi. 2018. *Pengantar Manajemen Dan Aplikasinya*. 1st Ed. Yogyakarta: Penerbit Gava Media.
- Suliyanto. 2010. *Studi Kelayakan Bisnis*. Yogyakarta: Andi.
- Tanjung, Maya, Putri Rahmadani Nasution, Yulianti Lubis, And Putri Kemala Dewi Lubis. 2023. "Analisis Kelayakan Bisnis Pada Cafe Afmal Ditinjau Dari Aspek Pasar Dan Pemasaran." *Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi Dan Manajemen (Jikem)* 3(1): 551–63.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun. 2008. *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008*.
- Yuniar, Vira, Cantika Florentina Br Bangun, Sri Wulandari Bugis, And Suhairi Suhartini. 2022. "Analisis Studi Kelayakan Bisnis Pada Pengembangan Umkm Usaha Tahu Dan Tempe Di Desa Pondok Jeruk Ditinjau Dari Aspek Produksi, Aspek Pemasaran Dan Aspek Keuangan." *Transformasi Manageria: Journal Of Islamic Education Management* 2(2): 142–51.