

ANALISIS STUDI KELAYAKAN BISNIS UMKM “BAKSO RUSUK RAOS” DI PASAR ROXY CIKARANG UTARA

Aprilliyani¹⁾, Eva Ayu Ramanda²⁾, Khaila Devana Agustina³⁾, RR. Wening Ken Widodasih⁴⁾

^{1),2),3),4)}**Universitas Pelita Bangsa**

Email : [^{1\)}aprilliyani@mhs.pelitabangsa.ac.id](mailto:aprilliyani@mhs.pelitabangsa.ac.id)¹⁾, [^{2\)}eva02@mhs.pelitabangsa.ac.id](mailto:eva02@mhs.pelitabangsa.ac.id)²⁾,
[^{3\)}khailadev@mhs.pelitabangsa.ac.id](mailto:khailadev@mhs.pelitabangsa.ac.id)³⁾, [^{4\)}wening.ken@pelitabangsa.ac.id](mailto:wening.ken@pelitabangsa.ac.id)⁴⁾

Abstract: *The purpose of this feasibility study is for the Bakso Rusuk Raos UMKM business in Pasar Roxy Cikarang Utara which has been operating since 2004. This study is qualitative in nature, with data collection techniques in the form of participatory observation, semi-structured interviews, and document analysis. The business feasibility evaluation was carried out using a multi-perspective approach, covering market, technical, human resource, and financial aspects. The results of the study indicate that Bakso Rusuk Raos has promising prospects with market segmentation covering all levels of society in the Cikarang area. In terms of technical aspects, the strategic business location and adequate production equipment support business operations. The management of human resources consisting of 4 employees has been running effectively with satisfactory service. Financial analysis shows that with an initial investment of IDR 13 million, this business is able to generate a net profit of up to IDR 13.3 million per month with a break-even point of 65 portions per month. Based on the SWOT analysis and all aspects studied, it can be concluded that the Bakso Rusuk Raos UMKM is feasible to be further developed.*

Keywords: *Business Feasibility Study, UMKM, Meatballs, SWOT Analysis.*

Abstrak: Tujuan dari kelayakan ini untuk bisnis UMKM Bakso Rusuk Raos di Pasar Roxy Cikarang Utara yang telah beroperasi sejak tahun 2004. Tujuan ini bersifat kualitatif, dengan teknik pengumpulan data berupa observasi partisipatif, wawancara semi-terstruktur, serta analisis dokumen. Evaluasi kelayakan bisnis dilaksanakan dengan pendekatan multiperspektif, meliputi aspek pasar, teknis, sumber daya manusia, dan keuangan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Bakso Rusuk Raos memiliki prospek yang menjanjikan dengan segmentasi pasar yang mencakup semua kalangan masyarakat di wilayah Cikarang. Dari segi teknis, lokasi usaha yang strategis dan peralatan produksi yang memadai mendukung operasional bisnis. Pengelolaan sumber daya manusia yang terdiri dari 4 karyawan telah berjalan efektif dengan pelayanan yang memuaskan. Analisis finansial menunjukkan bahwa dengan investasi awal Rp 13 juta, usaha ini mampu menghasilkan laba bersih hingga Rp 13,3 juta per bulan dengan titik impas pada 65 porsi per bulan. Berdasarkan analisis SWOT dan keseluruhan aspek yang diteliti, dapat disimpulkan bahwa UMKM Bakso Rusuk Raos layak untuk dikembangkan lebih lanjut

Kata Kunci: Studi Kelayakan Bisnis, UMKM, Bakso, Analisis SWOT.

PENDAHULUAN

UMKM telah menunjukkan perannya yang semakin krusial dalam dinamika perekonomian Indonesia. Sebagai tulang punggung ekonomi, UMKM bukan hanya berperan dalam peningkatan ekonomi secara menyeluruh, tetapi juga berperan aktif dalam pengembangan wilayah, pemberdayaan masyarakat, serta menjadi sumber inovasi dan lapangan pekerjaan yang luas. UMKM dalam bidang kuliner merupakan usaha yang banyak dilakukan oleh pembisnis karena setiap hari seseorang pasti akan membutuhkan makanan. Salah satu bisnis dalam bidang kuliner yang banyak digemari masyarakat ialah bakso. Minat masyarakat dalam mengkonsumsi bakso sangat besar terbukti dari banyaknya bisnis kuliner bakso yang terdapat dalam kota Cikarang Utara, Bekasi. Salah satu contoh bisnis UMKM bakso yang cukup terkenal di Cikarang adalah Bakso Rusuk Roas (Suci, 2018).

Bakso Rusuk Raos merupakan UMKM bidang masakan yang memproduksi bakso berbahan dasar daging giling. Bakso Rusuk Raos didirikan pada tahun 2004 serta menjadi satu diantara usaha terpopuler di Cikarang Utara karena keberhasilan pengembangannya. Bakso Rusuk Raos dapat berkembang dengan baik karena mempunyai cita rasa yang lezat dan populer di kalangan masyarakat dengan harga yang sangat terjangkau dan menu-menu yang beragam dan unik. Meski memiliki banyak pesaing, namun bisnis ini tetap percaya diri dengan keunggulannya. Oleh karena itu, agar usahanya terus berkembang, Bakso Rusuk Raos ingin membuka cabang baru di berbagai daerah.

Segmentasi pasar, menurut Sojan Assauri (2004) dalam Sudrartono, (2019) adalah upaya untuk mengelompokkan konsumen berdasarkan karakteristik mereka sehingga perusahaan dapat menawarkan produk atau jasa yang lebih sesuai. Berbeda dengan itu, investasi, seperti yang dijelaskan oleh Sunariyah (2011), adalah kegiatan penempatan dana dengan tujuan memperoleh keuntungan di masa mendatang. Dapat disimpulkan dalam investasi terdapat sebuah hal penting di dalamnya yaitu risiko dan tenggat waktu. Untuk menarik minat investor pada Bakso Rusuk Raos tentu saja tidak mudah tanpa dilakukan studi kelayakan bisnis dengan penjelasan beberapa aspek dari Bakso Rusuk raos seperti, aspek pasar pemasaran, aspek produksi, dan aspek keuangan (Setiya Rahayu & Yuniati T, 2017).

Studi kelayakan bisnis dilakukan dengan tujuan ingin mengetahui suatu masalah yang mungkin saja dapat terjadi dalam suatu bisnis, dengan begitu dapat meminimalisir kemungkinan kegagalan-kegagalan yang bisa saja terjadi dalam menjalankan suatu usaha. Studi kelayakan bisnis sebagai tolak ukur untuk mengetahui hambatan yang bisa saja terjadi

dalam bisnis yang akan dijadikan sebagai tempat berinvestasi (Mathory & Nurmaida, 2023). Menurut Johan Suwinto (2011) dalam (Yuniar et al., 2022), studi kelayakan adalah upaya untuk menilai apakah suatu usaha memiliki prospek yang baik untuk berhasil. Dengan kata lain, studi kelayakan bertujuan untuk menjawab pertanyaan apakah suatu usaha layak untuk dijalankan atau tidak, dengan mempertimbangkan faktor-faktor ekonomi yang relevan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menerapkan pendekatan kualitatif, mengingat penelusuran informasi dilakukan secara verbal, untuk memperoleh data yang lengkap.

1. Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian pada usaha Bakso Rusuk Raos yang terletak di Jl. Kassuari Raya No.9, Mekarmukti, Cikarang Utara. Lokasi ini dipilih karena usaha ini telah memiliki reputasi yang baik sebagai salah satu penyedia bakso favorit di Cikarang dan sekitarnya. Dengan begitu, diharapkan studi ini bisa menyajikan ilustrasi yang menyeluruh tentang pengelolaan usaha kuliner di wilayah tersebut. Metode pengumpulan data yang digunakan meliputi observasi langsung, wawancara dengan pemilik dan karyawan, serta studi dokumentasi terkait usaha. Penelitian lapangan dilaksanakan pada tanggal 3 Oktober 2024.

2. Jenis dan Sumber Data

Peneliti menggunakan pendekatan multi-sumber data, yang tersusun dari data primer dan data sekunder:

1. Data primer, merupakan informasi asli yang diperoleh secara langsung dari informan kunci. Penulis mengumpulkan data primer yang diperoleh langsung dari pemilik serta pegawai Bakso Rusuk Raos dengan melakukan wawancara langsung mengenai produk yang ditawarkan, tingkat harga, dan kapasitas tenaga kerja.
2. Data sekunder, merupakan data yang telah dihimpun oleh pihak lain serta dapat dijangkau dari berbagai saluran, seperti perpustakaan atau database online.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Sejarah Usaha

Bakso Rusuk Raos didirikan pada tahun 2004 oleh Ibu Wiwin di Jl. Kasuari Raya, Cikarang Utara. Berawal dari hobi memasak dan pengalaman bekerja di warung bakso, Ibu Wiwin memberanikan diri membuka usaha bakso dengan inovasi unik yaitu menambahkan iga sapi yang empuk ke dalam menu baksonya. Nama “Raos” yang berarti enak dalam bahasa

Sunda dipilih untuk mencerminkan cita rasa khas Bandung. Dengan modal awal kurang lebih 13 juta dari Tabungan pribadi. Berkat keunikan rasa dan pelayanan yang ramah, warung baksonya berkembang pesat di Cikarang sampai sekarang.

B. Gambaran Usaha

1. Profil Usaha

Nama usaha : Bakso Rusuk Raos
Pemilik Usaha : Ibu Wiwin
Awal Didirikan : Tahun 2004
Lokasi Usaha : Jl. Kasauri Raya No.9, Mekarmukti, Kecamatan Cikarang Utara, Kabupaten Bekasi
Nomor Telepon : 08121951672-081384547694
Media Sosial : Ig@baksorusukraos

C. Kelayakan Usaha Bakso Rusuk Raos

Kelayakan usaha Bakso Rusuk Raos akan ditinjau dari beberapa aspek pasar pemasaran, aspek teknis dan teknologi, aspek daya manusia, dan aspek ekonomi dan keuangan.

1. Aspek pemasaran

Aspek pemasaran merupakan komponen krusial dalam studi kelayakan bisnis. Analisis terhadap aspek ini bertujuan untuk mengidentifikasi potensi pasar bagi produk atau jasa yang ditawarkan, serta merumuskan strategi pemasaran yang efektif. Elemen-elemen penting dalam aspek pemasaran mencakup rancangan produk, penetapan tarif, penyaluran, dan pemasaran. Dengan demikian, studi kelayakan yang komprehensif akan memberikan landasan yang kuat bagi pengembangan bisnis dari perspektif pemasaran (Dayinati et al., 2023).

a. Pasar sasaran

Pasar sasaran Bakso Rusuk Raos, antara lain:

Hasil wawancara, terlihat jelas bahwa Bakso Rusuk Raos memiliki visi yang luas untuk menjangkau semua lapisan masyarakat di Kota Cikarang. Baik itu anak muda yang sedang mencari jajanan kekinian, maupun keluarga yang ingin menikmati makan malam bersama, Bakso Rusuk Raos ingin menjadi pilihan utama mereka. Dengan demikian, usaha ini ingin menjadi pionir dalam menghadirkan bakso yang lezat dan berkualitas di kota tersebut.

b. Aspek produk dan harga produk

Berikut merupakan produk yang disediakan oleh Bakso Rusuk Raos, antarlain:

Produk	Harga
Bakso Iga Raos	Rp 33.000
Bakso Urat Mercon	Rp 24.000
Bakso Urat Mercon + Rusuk	Rp 37.000
Bakso Spesial	Rp 38.000
Bakso Rusuk	Rp 30.000
Bakso Urat + Rusuk	Rp 32.000
Bakso Urat Jumbo	Rp 30.000
Bakso Urat Jumbo + Rusuk	Rp 42.000
Bakso Telor	Rp 18.000
Bakso Urat	Rp 18.000
Bakso Polos	Rp 18.000
Bakso Tahu	Rp 18.000
Bakso 1/2 Porsi	Rp 9.000

c. Promosi

Menurut Kotler dan Keller (2012:478) dalam (Wahyu & Halim, 2016) promosi adalah seni membujuk konsumen untuk memilih produk atau jasa kita. Melalui kombinasi cerdas antara iklan, diskon, dan interaksi langsung dengan pelanggan, perusahaan dapat membangun kesadaran merek dan loyalitas pelanggan. Bakso Rusuk Raos telah menerapkan berbagai taktik promosi untuk mencapai tujuan tersebut. Sebagai bagian dari strategi pemasarannya berikut berbagai taktik promosi yang dilaksanakan oleh Bakso Rusuk Raos:

- Menggunakan media internet

2. Aspek teknis dan teknologi

Bagian ini membahas secara rinci mengenai perencanaan dan pelaksanaan produksi, termasuk perhitungan kapasitas produksi, kebutuhan bahan baku dan bahan penunjang, pemilihan tempat jualan yang strategis, perancangan tata letak fasilitas produksi, serta penentuan jenis mesin dan peralatan yang akan digunakan. (Aziz et al., 2016).

a. Tempat jualan

Bakso Rusuk Raos berada di Jl. Kassuari Raya No.9, Mekarmukti, Kecamatan Cikarang

Utara, Kabupaten Bekasi. Dengan lokasinya yang strategis dan mudah dijangkau, Bakso Rusuk Raos diharapkan dapat menarik lebih banyak pelanggan, terutama bagi mereka yang sedang bepergian atau bekerja di sekitar area tersebut.

Peralatan produksi

Alat-alat pokok untuk membuat bakso:

1. Sendok
2. Food Processor
3. Timbangan digital
4. Panci
5. Kompor
6. Sekop kecil untuk membuat bakso pipih atau gepeng
7. Mesin cetak bakso

b. Proses produksi

Proses produksi di usaha ini dimulai dengan pengadaan bahan baku berkualitas secara rutin. Bahan-bahan seperti daging, sayuran, dan bumbu segar dibeli setiap hari, sementara bahan kering dibeli dalam jumlah yang cukup untuk beberapa minggu. Setelah melalui tahap seleksi dan pemeriksaan kualitas, bahan baku kemudian diolah menjadi berbagai produk, mulai dari bakso aci hingga racikan rahasia yang menjadi ciri khas produk ini. Untuk memenuhi kebutuhan bahan baku, pemilik usaha, Bapak Inggra, menjalin kerjasama dengan pemasok dari pasar tradisional dan toko bahan baku di sekitar lokasi produksi. Selain itu, pemanfaatan layanan antar dan ojek online juga dilakukan untuk mempermudah proses pengadaan bahan baku. Bapak Inggra tidak hanya berperan sebagai pengelola usaha, tetapi juga aktif dalam mengembangkan bisnisnya melalui partisipasi dalam berbagai kegiatan di industri kuliner.

3. Aspek Sumber Daya Manusia

Aspek sumber daya manusia yang digunakan untuk menyebut individu yang menjadi bagian dari suatu organisasi dan berkontribusi dalam mencapai tujuan organisasi tersebut. Dalam konteks yang lebih luas, sumber daya manusia juga mencakup seluruh populasi yang memiliki potensi untuk bekerja dan berkontribusi pada perekonomian.

Menurut (Hidayat & A. Anwar, 2024) sumber daya manusia adalah individu yang menjadi kekuatan utama dalam menggerakkan suatu organisasi. Mereka adalah aset berharga yang perlu dikembangkan kemampuannya secara terus-menerus. Manajemen sumber daya

manusia, dalam konteks ini, merupakan serangkaian kegiatan yang bertujuan untuk mengoptimalkan kinerja individu agar selaras dengan tujuan organisasi, karyawan, dan masyarakat secara keseluruhan. Konsep dasar dalam manajemen sumber daya manusia adalah pengakuan bahwa setiap karyawan adalah individu unik dengan kebutuhan dan aspirasi yang berbeda-beda, bukan sekadar alat produksi. (Yuniar et al., 2022).

Di balik kelezatan Bakso Rusuk Raos, terdapat Ibu Wiwin dan empat karyawan yang bekerja keras. Karyawan di sini, terutama yang bertugas di kasir, dikenal sangat ramah dan membuat pelanggan betah. Keberadaan sumber daya manusia sangat penting bagi keberlangsungan usaha ini, mulai dari mengelola produksi hingga mengembangkan bisnis ke depannya.

4. Aspek Ekonomi dan Keuangan

Anggapan Ibrahim (2009, h.133) dalam jurnal (Ansari et al., 2019) aspek ekonomi dan keuangan adalah studi tentang uang dalam bisnis. Ini mencakup semua hal mulai dari seberapa besar dana yang diperlukan guna memulai usaha, bagaimana mengelola uang setiap hari, hingga berapa banyak keuntungan yang bisa dihasilkan. Selain itu, aspek ini juga mempertimbangkan bagaimana bisnis berdampak pada perekonomian yang lebih luas.

a. Kebutuhan dana

Analisis Keuangan Usaha Bakso

A. Investasi Awal

1. Peralatan

- a. Gerobak bakso: Rp 5.000.000
- b. Kompor gas: Rp 300.000
- c. Tabung gas: Rp 150.000
- d. Panci besar (2 buah): Rp 400.000
- e. Mangkok & sendok (2 lusin): Rp 500.000
- f. Pisau, talenan, dll: Rp 200.000
- g. Termos es: Rp 150.000
- h. Coolbox: Rp 300.000
- = Total Peralatan: Rp 7.000.000

2. Modal Kerja (1 bulan)

- a. Daging sapi giling (30kg x Rp 120.000): Rp 3.600.000
- b. Tepung kanji (15kg x Rp 15.000): Rp 225.000
- c. Bumbu-bumbu: Rp 500.000
- d. Mie, tahu, sayuran: Rp 1.000.000
- e. Gas (4 tabung): Rp 100.000
- f. Biaya operasional: Rp 500.000
- = Total Modal Kerja: Rp 5.925.000
- Total Investasi Awal: Rp 12.925.000

B. Proyeksi Laba Rugi (Per Bulan)

1. Pendapatan

- a. Kira-kira penjualan per hari: 50 porsi
- b. Harga per porsi: Rp 15.000
- c. Pendapatan per hari: Rp 750.000
- d. Pendapatan per bulan (26 hari): Rp 19.500.000

2. Biaya-biaya

❖ **Biaya Bahan Baku**

- a. Daging sapi giling: Rp 3.600.000
- b. Tepung kanji: Rp 225.000
- c. Bumbu-bumbu: Rp 500.000
- d. Mie, tahu, sayuran: Rp 1.000.000
- e. Gas: Rp 100.000

= Total Biaya Bahan: Rp 5.425.000

3. Biaya Operasional

- a. Transportasi: Rp 300.000
- b. Kebersihan: Rp 100.000
- c. Listrik & air: Rp 100.000
- d. Penyusutan peralatan: Rp 200.000

= Total Biaya Operasional: Rp 700.000

• **Total Biaya: Rp 6.125.000**

4. Laba Bersih

- a. Pendapatan: Rp 19.500.000

b. Total Biaya: Rp 6.125.000

= Laba Bersih: Rp 13.375.000

C. Analisis Titik Impas (Break Even Point)

1. Biaya Tetap per Bulan

a. Penyusutan peralatan: Rp 200.000

b. Transportasi: Rp 300.000

c. Kebersihan: Rp 100.000

d. Listrik & air: Rp 100.000

= Total Biaya Tetap: Rp 700.000

2. Biaya Variabel per Porsi

a. Bahan baku per porsi: $\text{Rp } 5.425.000 \div (50 \text{ porsi} \times 26 \text{ hari}) = \text{Rp } 4.173$

b. Biaya Variabel per Porsi: Rp 4.173

3. Perhitungan BEP

a. $\text{BEP (unit)} = \text{Biaya Tetap} \div (\text{Harga Jual per Unit} - \text{Biaya Variabel per Unit})$

b. $\text{BEP (unit)} = \text{Rp } 700.000 \div (\text{Rp } 15.000 - \text{Rp } 4.173)$

c. $\text{BEP (unit)} = 64,7 \text{ porsi per bulan atau } 3 \text{ porsi per hari}$

4. BEP dalam Rupiah

• $\text{BEP (Rp)} = 64,7 \times \text{Rp } 15.000 = \text{Rp } 970.500$

Kesimpulan:

1. Usaha bakso memerlukan investasi awal sekitar Rp 13 juta

2. Potensi laba bersih per bulan Rp 13,3 juta

3. Titik impas tercapai pada penjualan 65 porsi per bulan atau Rp 970.500

4. Dengan kira-kira penjualan 50 porsi per hari, usaha ini sangat layakdijalankan.

A. Analisis SWOT

a. Strengths (kekuatan)

- Bakso merupakan olahan makanan yang terkenal di negara Indonesia, disukai oleh berbagai kalangan usia dan latar belakang sosial.
- Menjadi bagian dari budaya kuliner Indonesia, sering dianggap sebagai comfort food.
- Dapat disajikan dalam berbagai bentuk: bakso kuah, bakso bakar, bakso goreng, dll.
- Cocok untuk berbagai situasi: makan siang atau makan malam.
- Daging, tepung dan bumbu-bumbu mudah diperoleh di pasar lokal.
- Memungkinkan untuk menjaga pasokan bahan baku yang stabil.
- Tidak memerlukan peralatan yang sangat canggih atau mahal.
- Dapat diproduksi dalam skala kecil hingga besar.
- Dapat dinikmati oleh berbagai lapisan masyarakat.

Memungkinkan volume penjualan yang tinggi.

b. Weaknesses (kelemahan)

- Bakso segar hanya bertahan beberapa jam di suhu ruang.
- Memerlukan penanganan dan penyimpanan yang tepat untuk menjaga kualitas.
- Harga jual yang terjangkau dapat membatasi margin keuntungan.
- Memerlukan volume penjualan yang tinggi untuk mencapai keuntungan yang signifikan.
- Perubahan harga daging dapat mempengaruhi biaya produksi secara signifikan.
- Dapat mempengaruhi konsistensi harga jual.
- Sulit menjaga konsistensi rasa dan tekstur, terutama dalam produksi skala besar.
- Kualitas sangat bergantung pada keterampilan pembuat bakso.

c. Opportunities (peluang)

- Menciptakan sajian bakso yang unik untuk menarik segmen pasar baru.
- Memanfaatkan popularitas aplikasi seperti GoFood, Grab Food, dan ShopeeFood.
- Meningkatkan visibilitas dan aksesibilitas produk.

- Meningkatkan kepercayaan konsumen dan membuka peluang pasar baru.
- d. Threats (ancaman)
 - Perang harga yang dapat menurunkan profitabilitas industri secara keseluruhan.
 - Tren makanan sehat yang dapat mengurangi konsumsi bakso.
 - Perubahan gaya hidup yang mempengaruhi daya beli konsumen.
 - Ketidakstabilan ekonomi yang mempengaruhi daya beli konsumen.

Kekhawatiran publik tentang penggunaan bahan pengawet atau bahan tambahanlainnya

KESIMPULAN DAN SARAN

Analisis studi kelayakan bisnis yang dilaksanakan pada UMKM Bakso Rusuk Raos di Pasar Roxy Cikarang Utara, dapat ditarik simpulan bahwa usaha ini mempunyai peluang yang amat potensial serta patut untuk diperluas lebih jauh. Ditinjau dari aspek pemasaran, Bakso Rusuk Raos telah berhasil memposisikan diri sebagai pelopor bakso yang lezat di kota Cikarang dengan target pasar yang mencakup semua kalangan masyarakat. Dari segi aspek teknis dan teknologi, lokasi usaha yang strategis di Jl. Kassuari Raya serta penggunaan peralatan produksi yang memadai mendukung kelancaran operasional bisnis. Dalam aspek sumber daya manusia, pengelolaan 4 karyawan yang profesional dan ramah memberikan nilai tambah bagi kepuasan pelanggan. Sementara itu, dari aspek ekonomi dan keuangan, dengan investasi awal sekitar Rp 13 juta, usaha ini mampu menghasilkan potensi laba bersih mencapai Rp 13,3 juta per bulan, dengan titik impas yang relatif rendah yaitu 65 porsi per bulan atau setara dengan Rp 970.500, menunjukkan efisiensi operasional yang baik

DAFTAR PUSTAKA

- Suci, 2017. (2018). *Versi Paunescu & Matyus, 2020*. 1–6.
- Sudrartono, T. (2019). Pengaruh Segmentasi Pasar terhadap Tingkat Penjualan Produk Fashion Usaha Mikro Kecil. *Coopetition : Jurnal Ilmiah Manajemen*, 10(1), 55–66.
- Setiya Rahayu, S., & Yuniati T. (2017). Pengaruh Profitabilitas Terhadap Harga Saham Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bei. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 6(3), 1–18.
- Yuniar, V., Br Bangun, C. F., Bugis, S. W., & Suhartini, S. (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), 142–151.
<https://doi.org/10.47467/manageria.v2i2.929>
- Mathory, E. A. S., & Nurmaida. (2023). Studi Kelayakan Bisnis Untuk Meningkatkan Peluang Usaha Pada Bakso Goreng Baper. *INKUBIS: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 5(2), 211–226.
<https://inkubis.polteksci.ac.id/index.php/ink/article/view/76/292>
- Wahyu, K., & Halim, M. (2016). Penentuan Strategi Promosi Pada Usaha Bakso Pepo. *PERFORMA: Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 1(2).
- Aziz, M. A., Winarni, & Simanjuntak, R. A. (2016). Studi Kelayakan Bisnis Tortilla dengan Pemanfaatan Rumput Laut Lokal Melalui Pendekatan Internal Bisnis (Studi Kasus pada IKM Berdikari Kabupaten Morowali Sulawesi Tengah). *Jurnal Revaksi*, 4(2), 60–118.
- Dayinati, E., Hidayati, S., & Manurung, U. A. (2023). Analisis Kelayakan Usaha ditinjau dari Aspek Pemasaran: Studi Kasus Toko Plastik Rika88. *Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi Dan Manajemen*, Vol. 3(2), 6221–6227.
- Ansari, L. P., Jalil, I., & Wahyuningsih, Y. E. (2019). Analisis Kelayakan Usaha Dari Aspek Ekonomi Dan Keuangan Pada Usaha Kerupuk Tapioka Dikecamatan Kuala Pesisir Kabupaten Nagan Raya. *Ekombis: Jurnal Fakultas Ekonomi*, 5(1), 8–19.
<https://doi.org/10.35308/ekombis.v5i1.1359>
- Hidayat, R., & A. Anwar, S. (2024). Manajemen Sumber Daya Manusia (Study Kasus: Sekolah Tinggi Ilmu Tarbiyah Qurrota A'yun). *J-STAF : Siddiq, Tabligh, Amanah, Fathonah*, 1(2), 387–396. <https://doi.org/10.62515/staf.v1i2.81>