

BUSINESS FEASIBILITY STUDY ANALYSIS OF THE FRUSTASHIT STORE BUSINESS IN TERMS OF NON-FINANCIAL ASPECTS AND FINANCIAL ASPECTS

Syeila Melani¹, Elisah², Sofia Maharani³, Jagad Kusuma Devy⁴, RR. Wening Ken Widodasih⁵.

^{1,2,3,4,5} Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pelita Bangsa

Email: ¹syeila_melani@mhs.pelitabangsa.ac.id, ²elisah.ls12@mhs.pelitabangsa.ac.id,

³sofiamhrnxx00@mhs.pelitabangsa.ac.id, ⁴jagadkusumadvy@mhs.pelitabangsa.ac.id,

⁵wening.ken@pelitabangsa.ac.id

Artikel History:

Artikel masuk: 03/01/2024

Artikel revisi: 10/01/2024

Artikel diterima: 31/01/2024

Keywords:

Legal Aspects, Marketing Aspects, Financial Aspects, PP, NPV, IRR, PI

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kelayakan bisnis pada usaha Frustashit Store ditinjau atau dilihat dari aspek non-finansial melalui aspek Hukum dan Aspek Pasar dan Pemasaran dan finansial yaitu aspek keuangan melalui kriteria penggunaan perhitungan perolehan hasil *Payback Period*, *Net Present Value*, *Internal Rate of Return* dan *Profitability Index*. Penelitian ini dianalisis dengan menggunakan metode kualitatif dengan bentuk penelitian lapangan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa UMKM Frustashit Store dari aspek hukum dinyatakan masih belum layak karena belum melengkapi surat-surat izin, aspek pasar dan pemasaran layak dinyatakan layak karena produk berkualitas, harga terjangkau, jangkauan distribusi luas dan promosi yang dilakukan menarik dan dari hasil aspek keuangan dinyatakan layak karena perolehan nilai NPV bernilai positif > 0 sebesar Rp 493.790.500, nilai IRR $>$ tingkat suku bunga yaitu 16%, *Payback Period* (PP) yang diperoleh $<$ umur investasi yakni 3 bulan 2 minggu, dan *Profability Index* (PI) > 1 yakni 3,66%.

ABSTRACT

This study aims to determine the business feasibility of the Frustashit Store business in terms of non-financial aspects through legal aspects and market and marketing aspects and financial aspects, namely financial aspects through the criteria for using the calculation of the results of the Payback Period, Net Present Value, Internal Rate of Return and Profitability Index. This research was analyzed using qualitative methods with a form of field research. The results showed that Frustashit Store MSMEs from the legal aspect were declared still not feasible because they had not completed the license letters, the market and marketing aspects were feasible because the products were of quality, affordable prices, wide distribution coverage and promotions carried out were attractive and from the results of the financial aspects were declared feasible because the acquisition of a positive NPV value > 0 of Rp 493,790,500, IRR value $>$ interest rate of 16%, Payback Period (PP) obtained $<$ investment life, namely 3 months 2 weeks, and Profability Index (PI) > 1 , namely 3.66%.



INTRODUCTION

Perkembangan teknologi saat ini terus meningkat setiap tahun, hal ini memberikan banyak manfaat bagi segala bidang terutama bidang ekonomi. Pada tahun 2020 pertumbuhan ekonomi Indonesia sempat mengalami penurunan akibat adanya pandemic Covid-19. Pemerintah telah mengupayakan berbagai macam cara untuk memulihkan perekonomian agar dapat bangkit kembali, satu diantaranya yaitu melalui upaya pemulihan terhadap sektor UMKM dengan melakukan pengembangan dan penguatan sektor UMKM melalui kebijakan terhadap program-program pemberdayaan dan pelatihan bagi setiap UMKM. Data dari Kementerian Koperasi dan UKM mencatat bahwa UMKM memberikan kontribusi terhadap PDB Nasional dengan perolehan yaitu sebesar 60,5%. Data tersebut menunjukkan bahwa keberadaan UMKM di Indonesia bernilai sangat potensial untuk dikembangkan sehingga dapat terus berkontribusi lebih besar bagi perekonomian Negara, oleh sebab itu UMKM berperan penting dalam pembangunan perekonomian Indonesia karena berkontribusi dalam pemerataan dan pertumbuhan tingkat ekonomi nasional (Junaidi, 2023).

UMKM merupakan suatu bentuk usaha secara produktif yang dimiliki oleh sebuah badan usaha atau milik perseorangan dengan kriteria mulai dari usaha mikro, kecil, ataupun menengah. Salah satu UMKM yang paling banyak digandrungi oleh banyak pembisnis yaitu usaha di bidang Fashion, hal ini dikarenakan dari segi material yang digunakan dalam proses pembuatan produk tidak mudah basi jika dibandingkan dengan industri kuliner. Fashion merupakan industri kreatif yang sangat menguntungkan khususnya untuk para pelaku UMKM di Indonesia. Usaha fashion di Indonesia saat ini telah memiliki kualitas yang bersaing dengan standar internasional berkat dari kreativitas dan inovasi dari pelaku ekonomi kreatif yang memiliki keberagaman pembuatan ide, desain, bahan material, sampai memiliki ciri khas tersendiri atas produk-produk yang ditawarkan. Semakin banyak tersedia brand-brand fashion yang muncul menjadi bukti nyata dari kreativitas dan inovasi dalam menghadirkan karya fashion sehingga menarik minat tidak hanya bagi pasar

domestic tetapi juga menarik peluang pasar internasional dengan mengekspor produk ke mancanegara (Angelicenia, 2022).

Salah satu UMKM yang bergerak dalam bidang fashion dan aksesoris yaitu Usaha Frustashit Store. Frustashit Store merupakan usaha yang didirikan pada tahun 2020 yang berlokasi di Sukamanah Kabupaten Bekasi. Frustashit Store memanfaatkan media sosial dan layanan *e-commerce* untuk memperluas jangkauan usaha yang didirikannya. Frustashit Store menjual berbagai macam produk diantaranya yaitu T-Shirt, hoodie, gelang, kalung, boardshort, poster, stiker, long sleeve, dsb. Berbeda dengan pesaingnya Frusashit Store menjual produk dari bahan yang berkualitas dengan harga terjangkau dan menyediakan layanan jasa custom design sesuai dengan keinginan konsumen. Usaha Frustashit Store tergolong masih baru karena saat ini baru berusia tiga tahun, oleh sebab itu dibutuhkan analisa kelayakan bisnis atau usaha yang digunakan sebagai bentuk penilaian dari keberlangsungan bisnis atau usaha yang dijalankan apakah akan memperoleh keuntungan atau tidak dan apakah bisnis atau usaha tersebut dapat layak atau tidak untuk kemudian seterusnya dijalankan.

LITERATURE REVIEW

Studi Kelayakan Bisnis

Analisis studi kelayakan bisnis merupakan bentuk kegiatan untuk mempelajari dan menganalisa secara menyeluruh mengenai layak atau tidak pengoprasian suatu bisnis atau usaha baik itu digunakan pada usaha yang sedang berjalan maupun yang akan dijalankan (Kasmir, 2003; Qamaruddin et al., 2022). Studi kelayakan Bisnis bertujuan untuk menilai keberlangsungan suatu usaha yang ditinjau dari berbagai aspek ekonomi (Mackenzie & Cusworth, 2007; Terblanche, 2022). Penilaian kelayakan bisnis sangat penting dilakukan untuk mengidentifikasi permasalahan yang timbul dari proses usaha atau bisnis di masa sekarang ataupun di masa depan akibat dari kemungkinan melesetnya hasil pencapaian sebuah investasi yang telah dilakukan (Arianton et al., 2019). Kelayakan bisnis memuat berbagai analisis dari beberapa aspek yaitu aspek hukum, aspek sosial budaya, aspek teknis dan teknologi aspek pasar dan <http://jurnal.umt.ac.id/index.php/dmj>

pemasaran, aspek manajemen, aspek SDM serta aspek keuangan (Aditama & Yudhi, 2023).

Aspek Hukum

Aspek Hukum merupakan segala ketentuan pemenuhan ketetapan legalitas usaha yang diperlukan sebelum mulai menjalankan bisnis atau usaha (Ramadhani & Makmur, 2019; Suliyanto, 2010). Analisis aspek hukum bertujuan untuk memastikan keaslian ataupun keabsahan dan kelengkapan dokumen yang diperoleh suatu usaha (Siahaan & Hasibuan, 2021; Sulastri, 2016). Pengecekan keabsahan dan kelengkapan dokumen sangat penting untuk dilakukan dikarenakan ini dilakukan sebagai dasar landasan hukum ketika nanti timbul permasalahan yang tidak terduga. Keabsahan ataupun keaslian dan keseluruhan penyempurnaan dokumen berasal dari pihak otoritas yang memverifikasi dan mengeluarkan segala bentuk dokumen legalitas suatu usaha atau bisnis tersebut sesuai dengan persyaratan yang berlaku (Purwana & Hidayat, 2020). Apabila suatu usaha ingin memperoleh pinjaman maka keabsahan dokumen perusahaan juga dapat dijadikan jaminan.

Aspek Pasar dan Pemasaran

Analisis aspek pasar dan pemasaran merupakan analisis penilaian untuk melihat peluang usaha dengan melihat seberapa besar potensi pasar atau marketshare dan upaya untuk menciptakan dan menjual produk yang dilihat dengan menggunakan analisis segmentasi pasar dan konsumen serta analisis pesaing yang meliputi produk, harga, distribusi dan promosi (Kasmir & Jakfar, 2020). Analisis pasar dan pemasaran suatu bisnis digunakan untuk menentukan strategi pemasaran yang tepat. Analisis pasar dan pemasaran dalam kegiatan usaha dirancang untuk melaksanakan perencanaan, menetapkan harga dan promosi, serta mendistribusikan barang yang digunakan untuk memuaskan keinginan konsumen, hal ini tentunya bertujuan agar bisnis mampu mencapai sasaran pasar (Ramadhani & Makmur, 2019; Sunyoto, 2014). Peran penting dalam kelangsungan hidup suatu bisnis atau usaha tergantung pada strategi pasar dan pemasaran yang berarti keberlanjutan suatu usaha atau bisnis

berkaitan dengan produk ataupun layanan yang dijual untuk mendapatkan keuntungan serta sumber daya pemasaran dalam berkomunikasi dengan konsumen sehingga dengan demikian memungkinkan suatu bisnis untuk mencapai tujuannya (Morgan et al., 2019; Varadarajan, 2010).

Aspek Keuangan

Analisis aspek keuangan merupakan analisis kelayakan untuk membantu dalam mengetahui keseluruhan perolehan biaya dan biaya-biaya apapun yang dikeluarkan suatu usaha atau bisnis (Christine, 2023; Fahmi et al., 2010). Tujuan dari analisis keuangan dilakukan untuk menyajikan data yang kemudian digunakan sebagai sumber informasi pertimbangan pengambilan keputusan investasi dari suatu usaha. (Basak, 2006; Terblanche, 2022). Aspek keuangan sangat penting untuk dianalisis karena dapat digunakan sebagai pertimbangan investasi suatu bisnis yang didalamnya memuat proyeksi jumlah pendanaan atau modal awal yang digunakan, sumber modal, jumlah beban pokok pendapatan yang dikeluarkan dan tingkat pengembalian dana yang diharapkan suatu bisnis tersebut (Arvanitis & Estevez, 2018). Pengukuran aspek keuangan diperoleh dengan dilandaskan pada kriteria kelayakan usaha melalui perhitungan perolehan nilai yaitu dengan perhitungan *Payback Period* ($PP < \text{umur investasi}$), *Net Present Value* (bernilai positif >0), *Internal Rate of Return* ($IRR > \text{tingkat suku bunga}$) dan *Profitability Index* ($PI > 1$) (Kasmir & Jakfar, 2020). Metode perhitungan PP, NPV, IRR, PI yaitu metode yang digunakan untuk mengukur lamanya periode waktu investasi, proyeksi jangka panjang perbandingan nilai biaya awal dengan nilai arus kas, nilai tingkat diskonto, dan untuk mengukur rasio nilai investasi terhadap nilai arus kas (Brigham & Houston, 2019; Chibili, 2019; Oey & Juliana, 2022).

METHODS

Metode penelitian di dalam penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan bentuk penelitian lapangan yang berlokasi di Sukamanah Kabupaten Bekasi. Sumber data yang diperoleh berasal dari sumber data primer dan sumber data

sekunder. Pengumpulan data dalam penelitian ini antara lain melalui proses pengamatan dan wawancara. Teknik analisa data dalam penelitian ini menggunakan analisa dari segi non-finansial meliputi aspek hukum dan aspek pasar dan pemasaran serta dari segi finansial yaitu aspek keuangan dengan penggunaan perhitungan melalui metode kriteria hitung PP (*Payback Period*), PP (*Net Present Value*), IRR (*Internal Rate of Return*) dan PI (*Profitability Index*).

RESULTS

1. Analisis Aspek Hukum

Analisis aspek Hukum atau Legalitas dilakukan untuk mengetahui perolehan pemenuhan persyaratan keabsahan dokumen dalam peraturan perundang-undangan yang dimiliki pelaku usaha atau bisnis. Usaha Frustashit Store memiliki bentuk badan hukum perseorangan, hal ini dilakukan pemilik usaha agar dapat sepenuhnya mengambil keputusan baik finansial maupun non-finansial, hasil penelitian menunjukkan bahwa usaha Frustashit Store dalam segi aspek hukum belum memiliki sejumlah kelengkapan surat legalitas usaha, UMKM ini hanya baru memiliki NIB (Nomor Induk Berusaha) secara online dan belum memiliki SIUP (Surat Izin Usaha Perdagangan) maupun Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP), sehingga dari segi aspek hukum atau legalitas maka usaha ini belum dikatakan layak karena belum melengkapi beberapa persyaratan peraturan perundang-undangan.

2. Analisis Aspek Pasar dan Pemasaran

Aspek Pasar dan Pemasaran dilakukan untuk menganalisis kemampuan sebuah usaha atau bisnis dalam memperoleh pencapaian penjualan yang menguntungkan. Analisis Pasar dan Pemasaran pada usaha Frustashit Store yaitu sebagai berikut:

a. Bentuk Pasar dan segmen konsumen

Bentuk pasar usaha Frustashit Store yaitu pasar persaingan sempurna yang dimana dalam hal ini terdapat penjual dan pelanggan dengan penjualan usaha Frustashit Store kepada pelanggan melalui pemasok

dan penjualan secara langsung karena usaha Frustashit Store ini sudah memiliki tempat produksi yang tetap untuk memasarkan produknya. Segmentasi konsumen usaha Frustashit Store yang ingin diperoleh ataupun dicapai yaitu kalangan anak usia muda khususnya generasi milenial.

b. Analisis persaingan

Analisis persaingan antar pengusaha usaha fashion sejauh ini memiliki berbagai kendala, hal ini dikarenakan usaha fashion di Sukamanah terbilang sudah banyak dan tentunya memiliki persaingan yang ketat, oleh sebab itu pemilik usaha Frustashit Store memiliki strategi pemasaran untuk mengatasi persaingan dan memasarkan produknya yaitu sebagai berikut:

a) Produk

Strategi yang dilakukan oleh Frustashit Store terkait produk yaitu Frustashit Store menawarkan berbagai macam produk tidak hanya menjual baju tetapi juga menjual aksesoris dan lain-lain, mulai T-Shirt, hoodie, gelang, kalung, boardshort, poster, stiker, long sleeve, dsb. Bahan pembuatan produk juga terbuat dari bahan yang berkualitas. Perbedaan yang paling menonjol dengan pesaing lain yaitu Frustashit Store menyediakan custom design sesuai dengan keinginan konsumen.

b) Harga

Harga yang ditawarkan oleh pemilik usaha Frustashit Store yaitu dari harga terendah Rp85.000 hingga harga tertinggi Rp250.000. Penentuan harga jual tersebut tentunya sudah mempertimbangkan faktor besarnya biaya-biaya yang digunakan dan perolehan pendapatan yang diinginkan. Harga yang ditawarkan cenderung murah dan terjangkau sesuai dengan harga yang beredar dipasaran.

c) Distribusi

Saluran distribusi Frustashit Store dilakukan secara langsung yaitu konsumen dapat memperoleh produk dilokasi produksinya yang berada di jln. Kp. Belokang desa Sukamanah dan pendistribusian secara tidak langsung yaitu pelanggan dapat memperoleh produk melalui *e-commerce* seperti Tokopedia dan Shopee.

d) Promosi

Promosi yang dilakukan Frustashit Store secara berkala dengan memanfaatkan platform media sosial yaitu melalui platform instagram dan tiktok serta melakukan promosi melalui iklan di *e-commerce* Shopee & Tokopedia.

3. Analisis Aspek Keuangan

Aspek finansial dalam studi kelayakan bisnis dilakukan untuk menilai keuangan suatu usaha atau bisnis secara menyeluruh, perolehan hasil dari aspek keuangan usaha Frustashit Store yaitu sebagai berikut:

a. Modal investasi awal

Modal yang digunakan untuk membuka usaha ini merupakan modal pemilik usaha sendiri yang dikeluarkan untuk membuka usaha Frustashit Store adalah sebagai berikut:

Tabel 1.1 Modal Investasi awal Usaha Frustashit Store

Jenis	Jumlah
Peralatan	Rp10.000.000
Perlengkapan	Rp5.000.000
Jumlah Investasi	Rp15.000.000

b. Perhitungan *Payback period* (PP)

Hasil nilai *Payback period* dapat dilihat dari nilai perolehan kas atau keuntungan bersih setiap tahun, berikut ini hasil perhitungan nilai *Payback Period* pada usaha Frustashit Store yaitu:

$$PP = (\text{modal Investasi} / \text{kas bersih per tahun}) \times 1 \text{ tahun}$$

$$PP = (15.000.000 / 55.000.000) \times 12$$

$$PP = 3,27$$

Penterjemahan hasil perolehan perhitungan PP diatas menunjukkan bahwa waktu pengembalian dana untuk modal awal investasi usaha Frustashit Store diperoleh selama 3 bulan 2 minggu.

c. Perhitungan NPV (*Net present Value*)

Perolehan NPV dapat dilihat pada selisih nilai arus kas yang masuk selama investasi berjalan. Berikut ini hasil perhitungan NPV pada usaha fashion Frustashit Store yaitu:

Tabel 1.2 Perhitungan hasil NPV Usaha Frustashit Store

Tahun	Keuntungan	DF 10%	P-Value
2021	55.000.000	0,9091	50.000.500
2022	70.000.000	0,8264	57.848.000
2023	40.000.000	0,7513	30.052.000
Jumlah			508.790.500

Kas Bersih : 508.790.500

Investasi : 15.000.000 -

NPV : 493.790.500

Berdasarkan perolehan hasil NPV dari perhitungan diatas diketahui nilai NPV usaha Frustashit Store sebesar Rp493.790.500 bernilai positif > 0. Hasil tersebut menunjukan bahwa usaha Frustashit Store dapat dikatakan layak untuk terus kembangkan ataupun dijalankan.

d. Perhitungan IRR (*Internal Rate of Return*)

Perhitungan IRR merupakan suatu ukuran untuk menilai tingkat pengembalian dana modal usaha. Berikut ini hasil perhitungan nilai IRR pada usaha Frustashit Store yaitu:

Tabel 1.3 Perhitungan Hasil IRR Usaha Frustashit Store

Tahun	Keuntungan	DF 10%	P-Value	DF 15%	P-Value
2021	55.000.000	0,9091	50.000.500	0,8696	43.480.435
2022	70.000.000	0,8264	57.848.000	0,7561	43.738.873
2023	40.000.000	0,7513	30.052.000	0,6575	19.759.190
Jumlah			508.790.500		106.978.448

Kas bersih 2 : Rp. 106.978.448

Investasi : Rp15.000.000 _

NPV₂ : Rp91.978.498

Berdasarkan hasil perhitungan NPV₁ dan NPV₂ diketahui bahwa perolehan nilai NPV₁ adalah sebesar Rp493.790.500 dan perolehan nilai NPV₂ adalah sebesar Rp91.978.498, maka hasil perhitungan nilai IRR pada usaha Frustashit Store yaitu sebagai berikut:

$$IRR = i_1 + \{NPV_1 / (NPV_1 - NPV_2)\} \times (i_2 - i_1)$$

$$IRR = 10\% + \{493.790.500 / (493.790.500 - 91.978.498)\} \times (15\% - 10\%)$$

$$IRR = 16\%$$

Hasil perolehan perhitungan IRR yaitu sejumlah 16%, nilai tersebut lebih besar dari nilai tingkat suku bunga dengan nilai sebesar 10% (16% > 10%), maka hal tersebut menunjukkan bahwa modal yang dikeluarkan dalam membuka usaha Frustashit Store akan menguntungkan di masa depan sehingga dari segi perhitungan IRR usaha Frustashit Store layak untuk seterusnya dijalankan.

e. Perhitungan *Profitability Index* (PI)

Perhitungan PI merupakan parameter perbedaan nilai present value yang diperoleh dari perolehan kas bersih dengan investasi. Berikut ini hasil perhitungan nilai *Payback Period* pada usaha Frustashit Store yaitu:

$$PI = (\text{Jumlah PV Kas bersih} / \text{Jumlah PV Investasi}) \times 100\%$$

$$PI = \text{Rp. } 55.000.000 / 15.000.000 \times 100\%$$

$$PI = 3,66\%$$

Berdasarkan perolehan hasil dari perhitungan nilai PI diatas diketahui bahwa nilai yang diperoleh yaitu sebesar 3,66%, perolehan nilai PI tersebut menunjukan > 1 sehingga dapat dikatatakan usaha Frustashit Store layak untuk dijalankan ataupun dikembangkan.

CONCLUSION AND SUGGESTION

Berdasarkan penjabaran dari hasil analisis kelayakan usaha pada usaha Frustashit Store yang ditinjau dari segi aspek non-finansial dan aspek finansial dapat <http://jurnal.umt.ac.id/index.php/dmj>

disimpulkan perolehan analisis kelayakan bisnis yang ditinjau dari segi aspek non-finansial yaitu dari segi aspek hukum usaha Frustashit Store saat ini masih belum cukup layak karena usaha ini hanya memiliki NIB (Nomor Induk Berusaha) dan belum memiliki kelengkapan surat legalitas usaha lainnya diantaranya seperti SIUP (Surat Izin Usaha Perdagangan) dan NPWP (Nomor Pokok Wajib Pajak). Analisis aspek non-finansial selanjutnya yaitu aspek pasar dan pemasaran pada usaha Frustashit Store yang dilihat dari bentuk pasar, segmen pasar dan analisis persaingan yang meliputi produk berkualitas, harga terjangkau, jangkauan distribusi luas dan promosi yang dilakukan menarik sehingga menunjukkan bahwa usaha Frustashit Store yang sedang berlangsung ini layak untuk dikembangkan ataupun jalankan. Analisis kelayakan bisnis terakhir pada usaha Frustashit Store yaitu dilihat dari segi aspek finansial yaitu aspek keuangan dapat disimpulkan bahwa usaha Frustashit Store layak untuk dikembangkan atau dijalankan, hal dilandaskan atas dasar hasil perolehan nilai NPV > 0 dan bernilai positif sebesar Rp 493.790.500, nilai IRR > tingkat suku bunga bank yaitu 14%, *Payback Period* (PP) yang diperoleh < umur investasi yakni 3 bulan 2 minggu, dan *Profability Index* (PI) yang diperoleh > 1 yakni 3,66%.

BIBLIOGRAPHY

- Aditama, R. A., & Yudhi, A. (2023). *Studi Kelayakan Bisnis: Teori, Praktek, dan Evaluasi*. AE Publishing.
- Angelicenia. (2022). *UMKM Fashion di Indonesia*. Medium.Com. <https://medium.com/@angelicenia2/umkm-fashion-di-indonesia-b22c1b9ee56b>
- Arianton, K., Meitriana, M. A., & Haris, I. A. (2019). Studi Kelayakan Usaha Budidaya Rumput Laut pada Kelompok Bina Karya di Desa Patas. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 11(2). <https://doi.org/https://doi.org/https://doi.org/10.23887/jjpe.v11i2.21591>
- Arvanitis, S., & Estevez, L. (2018). Feasibility Analysis and Study. In *The Emerald Handbook of Entrepreneurship in Tourism, Travel and Hospitality* (pp. 109–129). Emerald Publishing Limited. <https://doi.org/10.1108/978-1-78743-529-220181019>
- Basak, B. (2006). Cost Management in an Imperfect World: Bridging the Gap between Theory and Practice. *ICEC Cost Management Journal*, 1–8.
- Brigham, E. F., & Houston, J. F. (2019). *Fundamentals of Financial Management(15th ed.)*. Cengage. (15th ed.). Cengage.

- Chibili, M. N. (2019). *Basic Management Accounting for the Hospitality Industry*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781003022305>
- Christine, M. Y. (2023). Analisis Kelayakan Bisnis Ditinjau dari Aspek Pemasaran dan Aspek Keuangan Produk UMKM Uyah Pencok Banjar Baru. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, 9(1), 103–109.
- Fahmi, I., Syahiruddin, & Hadi, Y. . (2010). *Studi Kelayakan Bisnis Teori dan Aplikasinya*. Alfabeta.
- Junaidi, M. (2023). *UMKM Hebat, Perekonomian Nasional Meningkat*. Djpb.Kemenkeu.Go.Id. <https://djpb.kemenkeu.go.id/portal/id/berita/lainnya/opini/4133-umkm-hebat,-perekonomian-nasional-meningkat.html>
- Kasmir, J. (2003). *Studi Kelayakan Bisnis* (edisi pert). Prenadamedia Group.
- Kasmir, & Jakfar. (2020). *Studi Kelayakan Bisnis* (14th ed.). Prenadamedia Group.
- Mackenzie, W., & Cusworth, N. (2007). The Use and Abuse of Feasibility Studies. *AusIMM Project Evaluation Conference*.
- Morgan, N. A., Whitley, K. A., Feng, H., & Chari, S. (2019). Research in marketing strategy. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 47(1), 4–29. <https://doi.org/10.1007/s11747-018-0598-1>
- Oey, M., & Juliana. (2022). Business Feasibility Study Joyinz Café at KH. Soleh Ali, Tangerang. *International Journal of Social and Management Studies (Ijomas)*, 3 (2)(2), 164–174.
- Purwana, D., & Hidayat, N. (2020). *Studi Kelayakan Bisnis* (5th ed.). Fajar Interpratama Mandiri.
- Qamaruddin, M., Radhiati, R., & Ahmad, Z. (2022). Analisis Kelayakan Bisnis Kuliner Khas Banjar Mie Bancir Agus Sasirangan. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 2(2). <https://doi.org/https://doi.org/https://doi.org/10.52266/jesa.v5i2>
- Ramadhani, S., & Makmur. (2019). Analisis Studi Kelayakan Bisnis pada Pengembangan UMKM Usaha Tahu dan Tempe Karya Mandiri Ditinjau dari Aspek Produksi, Aspek Pemasaran dan Aspek Keuangan. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 1(1), 76–83.
- Siahaan, S. D. N., & Hasibuan, N. I. (2021). Analisis Kelayakan Bisnis Restoran Chicken Crush Tuasan Medan. *NIGAWAN*, 10(2).
- Sulastri, L. (2016). *Studi Kelayakan Bisnis Untuk Wirausaha*. LGM - LaGood's Publishing.
- Suliyanto. (2010). *Studi Kelayakan Bisnis*. Andi Offset.
- Sunyoto, D. (2014). *Studi Kelayakan Bisnis*. CAPS (Center of Academic Publishing Service).
- Terblanche, R. (2022). *Understanding Financial Feasibility Studies as an Artefact in Quality Surveying Practice*. University of the Witwatersrand.
- Varadarajan, R. (2010). Strategic marketing and marketing strategy: domain, definition, fundamental issues and foundational premises. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 38(2), 119–140. <https://doi.org/10.1007/s11747-009-0176-7>