

Studi Kelayakan Pengembangan Usaha Shinsekai Japanese Food Dumai

Juni S¹, Zulka Sumantri²,
Sirlyana³

^{1,2,3} Program Studi Teknik Industri,
Sekolah Tinggi Teknologi Dumai
Jl. Utama Karya Bukit Batrem II
Email: junisaputr4@gmail.com;
zulkasumantri2503@gmail.com

ABSTRAK

Bisnis merupakan organisasi yang menghasilkan barang dan jasa yang dibutuhkan masyarakat serta mencakup berbagai jenis usaha. Kegiatan menjual barang dan jasa kepada pelanggan dikenal sebagai bisnis. Salah satu industri yang sangat berkembang adalah bisnis kuliner atau bisnis makanan. Kegiatan bisnis meliputi produksi, penjualan, pembelian, dan pertukaran lainnya, baik oleh individu maupun perusahaan, dengan tujuan utama meningkatkan keuntungan. Berdasarkan hasil analisis aspek lingkungan, Shinsekai Japanese Food memiliki lokasi strategis tanpa limbah berbahaya yang mengganggu masyarakat sekitar. Dari aspek hukum, Shinsekai Japanese Food termasuk dalam kategori usaha UMKM. Strategi pemasaran yang dilakukan meliputi penggunaan media sosial seperti WhatsApp, Facebook, Instagram, dan promosi melalui akun Sepdum di TikTok. Aspek teknis dan teknologi juga menunjukkan lokasi usaha yang strategis, dekat dengan perkantoran dan pemukiman yang sering dilalui masyarakat. Berdasarkan kriteria investasi, uji kelayakan pengembangan usaha Shinsekai Japanese Food di Kelurahan Buluh Kasap dinyatakan layak untuk dilanjutkan dengan nilai NPV sebesar Rp 520.789, IRR sebesar 44,61%, Net B/C sebesar 1,02, Gross B/C sebesar 1,001, PR sebesar 1,08, PBP selama 6 bulan, dan BEP selama 8 tahun 5 bulan 5 hari.

Kata Kunci: Bisnis Kuliner, Studi Kelayakan,
Strategi Pemasaran.

ABSTRACT

Business is an organization that produces goods and services needed by society and encompasses various types of enterprises. The activity of selling goods and services to customers is known as business. One of the rapidly growing industries is the culinary or food business. Business activities include production, sales, purchases, and other exchanges conducted by individuals or companies, with the primary goal of increasing profits. Based on the environmental aspect analysis, Shinsekai Japanese Food has a strategic location with no harmful waste affecting the surrounding community. Legally, Shinsekai Japanese Food falls under the SME category. Their marketing strategy involves using social media platforms like WhatsApp, Facebook, Instagram, and promoting through the Sepdum account on TikTok. The technical and technological aspects also highlight a strategic business location, close to offices and residential areas frequently passed by people. Based on investment criteria, the feasibility study for the development of Shinsekai Japanese Food in Buluh Kasap Village is considered feasible, with an NPV of Rp 520,789, an IRR of 44.61%, a Net B/C ratio of 1.02, a Gross B/C ratio of 1.001, a PR of 1.08, a PBP of 6 months, and a BEP of 8 years 5 months and 5 days.

Keywords: Culinary Business, Investment Feasibility,
Marketing Strategy

Pendahuluan

Bisnis merupakan organisasi yang menghasilkan barang dan jasa yang dibutuhkan masyarakat, serta semua hal yang berkaitan dengan berbagai jenis usaha. Kegiatan

menjual barang dan jasa kepada pelanggan dalam suatu organisasi dikenal sebagai bisnis. Salah satu industri yang sangat berkembang di masyarakat adalah bisnis kuliner atau bisnis makanan. Kegiatan bisnis tidak lepas dari aktivitas produksi, penjualan, pembelian, dan aktivitas pertukaran lainnya yang dilakukan baik dari individu maupun perusahaan. Tujuan dari kegiatan ini salah satunya untuk meningkatkan keuntungan bagi perusahaan. Bisnis kuliner saat ini sedang digemari masyarakat luas. Keanekaragaman bisnis kuliner yang ada di masyarakat membuat masyarakat memiliki banyak pilihan dalam berkuliner. Hal ini dikarenakan adanya gaya hidup masyarakat yang konsumtif, dengan hal tersebut bisnis kuliner berkembang sangat pesat.

Shinsekai Japanese Food merupakan salah satu bisnis yang bergerak dibidang kuliner buatan Jepang di Dumai. Bisnis kuliner ini dikenal banyak orang dengan makanannya yaitu ramen. Ramen merupakan makanan populer dari Jepang yang telah meraih popularitas internasional. Shinsekai Japanese Food memiliki rencana untuk mengembangkan usahanya. Oleh karna itu, studi kelayakan diperlukan untuk mengidentifikasi masalah serta memberikan pedoman sebagai pertimbangan dalam menjalankan usaha dimasa yang akan datang. Studi kelayakan ini akan menghitung hal-hal yang menghambat atau peluang dari usaha yang dijalankan. Pengembangan usaha Shinsekai Japanese Food ini membutuhkan analisis kelayakan usaha. Aspek yang akan dikaji pada analisis kelayakan usaha adalah aspek lingkungan, aspek hukum, aspek pasar dan pemasaran, aspek teknis dan teknologi, aspek organisasi dan manajemen, aspek ekonomi dan keuangan (Yunus et al. 2020). Bisnis tersebut dapat dikatakan layak jika dapat memenuhi aspek-aspek yang akan dikaji. Memiliki karakteristik yang berbeda dengan makanan yang lain, Shinsekai Japanese Food mampu bertahan hingga saat ini. Tujuan dari adanya penelitian ini salah satunya untuk mengetahui kelayakan pengembangan sebuah bisnis dari Shinsekai Japanese Food dan untuk mengevaluasi bisnis tersebut sehingga bisnis dapat berjalan seiring berkembangnya zaman dan usaha ini dapat maju lebih baik lagi.

Bisnis diartikan sebagai usaha untuk memperoleh keuntungan sesuai tujuan dan target dalam berbagai bidang, baik dilihat dari segi kuantitas, kualitas maupun waktunya (Purwana and Hidayat 2016). Studi kelayakan bisnis adalah penelitian dan penilaian tentang dapat tidaknya suatu bisnis dilakukan dengan berhasil (menguntungkan) dalam (Ichsan, Nasution, and Sinaga 2019). Studi kelayakan bisnis memiliki peran yang penting untuk menentukan layak tidaknya suatu bisnis. Peran penting ini terlihat dari tujuan dan manfaat yang akan diperoleh dari suatu studi kelayakan bisnis. Kriteria Investasi Menurut Ibrahim (2020) ada beberapa bagian, yaitu:

1. Net Present Value (NPV) merupakan kriteria investasi yang banyak digunakan dalam mengukur apakah suatu proyek layak atau tidak. Perhitungan net present value merupakan net benefit yang telah di diskon dengan menggunakan social opprtunity cost of capital (SOCC) sebagai discount factor.
2. Internal Rate of Return (IRR) adalah suatu tingkat discount rate yang menghasilkan net present value sama dengan nol. Apabila hasil perhitungan IRR lebih besar dari social opprtunity cost of capital (SOCC) dapat dikatakan usaha tersebut layak, bila sama dengan SOCC berarti pulang pokok dan dibawah SOCC usaha tersebut tidak layak.
3. Net Benefit Cost Ratio merupakan perbandingan antara net benefit yang telah di diskon positif (+) dengan net benefit yang telah di diskon negatif (-).
4. Gross Benefit Cost Ratio adalah perbandingan antara benefit kotor yang telah di diskon dengan cost secara keseluruhan yang telah di diskon.

5. Profitability Ratio merupakan suatu ratio perbandingan antara selisih benefit dengan biaya operasi dan pemeliharaan dibanding jumlah investasi. Nilai dari masing-masing variabel dalam bentuk present value atau nilai yang telah di diskon dengan discount factor dari SOCC yang berlaku dimasyarakat.
6. Pay Back Period adalah jangka waktu tertentu yang menunjukkan terjadinya arus penerimaan (cash in flow) secara kumulatif sama dengan jumlah investasi dalam bentuk present value. Semakin cepat dalam pengembalian biaya investasi sebuah usaha, semakin baik usaha tersebut karena semakin lancar perputaran modalnya.
7. Break Even Point merupakan titik pulang pokok dimana total revenue = total cost. Dilihat dari jangka waktu pelaksanaan proyek, terjadinya titik pulang pokok atau $TR=TC$ tergantung pada lama arus penerimaan sebuah proyek dapat menutupi segala biaya operasi dan pemeliharaan beserta biaya modal lainnya.

Metode Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Shinsekai Japanese Food Dumai yang berlokasi di Jalan Jendral Sudirman No. 415 Kelurahan Buluh Kasap Kecamatan Dumai Timur Kota Dumai, Riau. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Juni sampai dengan bulan September 2023. Data yang diolah merupakan hasil observasi dan wawancara dengan melakukan interaksi secara langsung melalui diskusi kepada pihak Shinsekai Japanese Food. Data yang diperoleh yaitu gambaran umum Shinsekai Japanese Food, dan pasar yang dituju untuk memasarkan produk. Analisis data yang dilakukan pada penelitian analisis kelayakann pengembangan usaha dalam (Ibrahim 2020) dengan meninjau aspek lingkungan, aspek hukum, aspek pasar dan pemasaran, aspek teknis dan teknologi, aspek organisasi dan manajemen, dan menghitung pada aspek ekonomi dan keuangan yaitu: Menghitung Net Present Value (NPV), menghitung Internal Rate of Return (IRR), menghitung Net Benefit Cost Ratio (Net B/C), menghitung Gross Benefit Cost Ratio (Gros B/C), menghitung Profitability Ratio (PR), menghitung Payback Period (PP), menggunakan Break Event Point (BEP).

Hasil dan Pembahasan

1. Aspek Lingkungan

Shinsekai Japanese Food sudah dikenal masyarakat kota Dumai dengan ciri khas tersendiri dan pemilihan lokasi yang strategis. Dalam proses produksi Shinsekai Japanese Food mendapatkan pemasok bahan baku dari agen-agen yang telah mereka percaya. Bahan baku tersebut didapat dari beberapa tempat dengan kualitas terbaik sesuai standar produksi yang dibutuhkan. Saat penanganan limbah Shinsekai Japanese Food melakukan pemilihan sampah plastik dan non plastik. Sampah plastik akan dibuang ke tempat pembuangan sampah, sedangkan sisa-sisa makanan diberikan untuk pakan ternak. Implikasinya penilaian dampak lingkungan perlu dilakukan untuk memastikan bahwa operasi bisnis tidak merusak lingkungan sekitar dan izin lingkungan dan regulasi terkait perlu dipatuhi untuk menjaga keberlanjutan usaha dalam jangka panjang.

2. Aspek Hukum

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 tahun 2008 tentang Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) usaha Shinsekai Japanese Food termasuk jenis usaha UMKM. Shinsekai Japanese Food skala usahanya masih tergolong usaha kecil baik dilihat dari

tingkat produksi maupun aset yang dimiliki. Shinsekai Japanese Food secara legalitas belum terdaftar berdasarkan Undang-undang Nomor 11 Tahun 2020 tentang Cipta Kerja dimana Pemerintah Republik Indonesia telah menerbitkan Sertifikat Standar kepada pelaku usaha namun untuk usaha Shinsekai Japanese Food masih dalam proses pengurusan. Shinsekai Japanese Food sudah memiliki sertifikat ke halalan yang dikeluarkan oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI) dengan nomor ID14110001472541022. Implikasinya memastikan bahwa semua perizinan dan regulasi yang berkaitan dengan industri makanan dan minuman, termasuk izin restoran dan izin kesehatan makanan, diperoleh dan dipatuhi dan meninjau peraturan tenaga kerja terkait gaji, jam kerja, dan keamanan kerja.

3. Aspek Pasar dan Pemasaran

Konsumen sangat berpengaruh pada perkembangan usaha atau bisnis yang sedang dijalankan. Implikasi adalah analisis pasar lokal untuk mengetahui permintaan dan preferensi konsumen terhadap makanan Jepang di Dumai dan pengembangan strategi pemasaran yang efektif untuk menarik pelanggan, termasuk branding, promosi, dan penetapan harga yang tepat. Semakin banyak konsumen maka permintaan produk yang akan dijual akan semakin meningkat.

a. Mengetahui jumlah target

Perhitungan aspek pasar menggunakan data penduduk kota Dumai dengan rentang usia 6 tahun keatas berdasarkan data pada Badan Pusat Statistik (BPS) Kota Dumai.

Tabel 1. Jumlah Penduduk Kota Dumai Tahun 2018 Sampai 2022

Kategori Usia 6 Tahun Keatas	
Tahun	Jumlah Penduduk
2018	269.229
2019	274.727
2020	282.816
2021	289.203
2022	297.071

Sumber: Badan Pusat Statistik, 2023

b. Menghitung *trend* pertambahan penduduk

Perhitungan ini Penulis menggunakan persamaan *trend* dengan metode *least squares*.

Tabel 2. *Trend* Pertambahan Jumlah Penduduk Kota Dumai

Tahun	Jumlah Penduduk (Y)	X	X ²	X*Y	Perkiraan (Yc)
2018	269.229	-2	4	- 538.458	268.577
2019	274.727	-1	1	- 274.727	275.593
2020	282.816	0	0	0	282.609
2021	289.203	1	1	289.203	289.625
2022	297.071	2	4	594.142	296.641
Jumlah	1.413.046	0	10	70.160	1.413.046

Sumber: Pengolahan Data, 2023

Perhitungan Y_c pada Tabel 4.2 didapatkan berdasarkan perhitungan *trend least squares* dimana $Y_c = a + b(x)$, untuk menghitung *trend* konstanta a dan b dapat dihitung

$$a = \frac{\sum Y}{n} = \frac{1.413.046}{5} = 282.609$$

$$b = \frac{\sum XY}{\sum X^2} = \frac{70.160}{10} = 7.016$$

Persamaan *trend* dari tahun 2018-2022 dihitung sebagai berikut.

$$Y_c \text{ 2018} = a + b(x) = 282.609 + 7.016(-2) = 268.577$$

$$Y_c \text{ 2019} = a + b(x) = 282.609 + 7.016(-1) = 275.593$$

$$Y_c \text{ 2020} = a + b(x) = 282.609 + 7.016(0) = 282.609$$

$$Y_c \text{ 2021} = a + b(x) = 282.609 + 7.016(1) = 289.625$$

$$Y_c \text{ 2022} = a + b(x) = 282.609 + 7.016(2) = 296.641$$

Berdasarkan perhitungan diatas, dapat dilihat bahwa pertumbuhan penduduk Kota Dumai mengalami peningkatan setiap tahunnya, dengan *trend* pertambahan jumlah penduduk pada tahun 2023 $Y_c = 282.609 + 7.016(3)$ yaitu sebesar 303.657 jiwa.

c. Perkiraan Permintaan Efektif

Trend pertumbuhan penduduk pada tahun 2023 diperhitungkan sebelumnya yaitu 303.657 jiwa. Kota Dumai terdiri dari 7 kecamatan, maka perkiraan pengunjung yang menjadi *market share* Shinsekai Japanese Food.

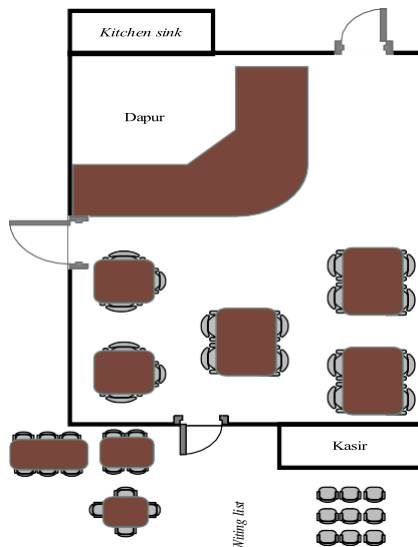
- Pasar potensial, jumlah keseluruhan penduduk kota Dumai pada rentan usia 6 tahun keatas dibagi dengan jumlah kecamatan yang ada di Kota Dumai.

$$\text{Pasar potensial} = \frac{303.657}{7} = 43.380 \text{ jiwa/kecamatan.}$$

- Pangsa pasar per kecamatan, jumlah pasarpotensial dibagi dengan jumlah pesaing dengan produk sejenis (330 pesaing UMKM menurut Data Dinas Koprasi UMKM Kota Dumai, 2020).

$$\text{Market Share} = \frac{43.380}{330} = 131 \text{ jiwa/kecamatan.}$$

4. Layout Produksi



Gambar 4.1. *Layout* Produksi Shinsekai Japanese Food Sumber: Penelitian, 2023

5. Aspek Manajemen dan Organisasi

Kriteria yang digunakan Shinsekai Japanese Food dalam merekrut pekerja yaitu pendidikan minimal tamatan SMK/MA, disiplin jujur, dan dapat bekerjasama dengan tim, jumlah kebutuhan pekerja Shinsekai Japanese Food, implikasi dalam hal manajemen dan organisasi menetapkan struktur organisasi yang efisien dan tanggap terhadap kebutuhan bisnis, termasuk penugasan tanggung jawab dan pembagian tugas yang jelas dan memiliki sistem manajemen yang efektif untuk mengelola persediaan, keuangan, dan sumber daya manusia dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3. Jumlah Kebutuhan Pegawai

No	Nama jabatan	Jumlah orang yang diperlukan
1	<i>Head cheff</i>	1 Orang
2	<i>Asst cheff</i>	1 Orang
3	<i>Barista</i>	1 Orang
4	<i>Captain waitress</i>	1 Orang
5	<i>Waiteress</i>	2 Orang
6	<i>Diswasher</i>	1 Orang

Sumber: Peneliti, 2023.

6. Aspek Ekonomi dan Keuangan

Dalam penelitian ini juga akan dilakukan pembahasan mengenai benefit (pendapatan), serta kriteria investasi yang akan diuraikan. Detail biaya investasi yang dikeluarkan dapat dilihat pada Tabel 4.

Tabel 4. Data Investasi Shinsekai Japanese Food

No	Uraian	Tahun 0 Jumlah	Harga (Rp)	Tahun 1 Jumlah	Harga (Rp)
1	Sewa bangunan	1 tahun	6.000.000		
2	Pembelian kompor	2	708.000		
3	Pembuatan grobak	1	2.200.000		
4	Pembuatan meja dapur	3	2.800.000		
5	Pembelian 2 set meja Makan	2	700.000		
6	Pembelian pisau	1	120.000		
7	Pembelian kualii	2	1.100.000		
8	Pembelian panci	1	500.000		
9	Pembelian spatula	1	180.000		
10	Pembelian baskom	3	80.000		
11	Pembelian blender	1	3.000.000		
12	Pembelian mangkuk	2	540.000		
13	Pembelian kulkas	1	2.400.000		
14	Pembelian <i>freezer</i>	1	2.800.000		
15	Pembelian tabung gas 3 kg	3	660.000		
16	Pembelian mesin pembuatan mie	1	2.000.000		
17	Kebutuhan lain-lain	Diglobalkan	1.000.000		
18	Biaya oprasional awal			1 bulan	6.212.000

Sumber: Data Penelitian, 2023

Uraian biaya tetap dan biaya tidak tetap dapat dilihat pada Tabel 5 dan Tabel 6.

Tabel 5. Biaya Tetap Sensekai Japanese Food

No	Jenis Biaya	Harga Tahun Pertama (Rp)	Harga Tahun Kedua (Rp)	Harga Tahun Ketiga (Rp)
1	Gaji pemilik	15.000.000	18.000.000	25.000.000
2	Gaji karyawan	0	1.600.000	8.000.000
3	Sewa bangunan	6.000.000	6.000.000	7.000.000
4	Biaya listrik	2.760.000	3.960.000	4.800.000
5	<i>Depresiasi</i>	2.000.000	2.000.000	5.000.000
Total		25.760.000	31.560.000	49.800.000

Sumber: Data Penelitian, 2023

Tabel 6. Biaya Tidak Tetap Sensekai Japanese Food

No	Jenis Biaya	Harga Tahun Pertama (Rp)	Harga Tahun Kedua (Rp)	Harga Tahun Ketiga (Rp)
1	Bahan baku	107.634.000	239.902.000	413.088.000
2	Bahan pembantu	1.500.000	2.000.000	2.200.000
3	Biaya gas	684.000	1.980.000	8.280.000
Total		109.818.000	243.882.000	423.568.000

Sumber: Data Penelitian, 2023

7. Benefit

Berdasarkan data penjualan Shinsekai Japanese Food pada tahun pertama jumlah benefit yang dihasilkan sebesar Rp. 144.021.000, pada tahun ke dua sebesar Rp. 288.314.000, dan tahun ketiga sebesar Rp. 492.096.000. berdasarkan observasi di lapangan, kenaikan biaya setiap tahunnya diasumsikan sebesar 5,75%, dengan menggunakan pajak UMKM berdasarkan Peraturan Pemerintah (PP) No. 23 Tahun 2018 sebesar 0,5%, serta discount factor sebesar 44%.

8. Kriteria Investasi

Kriteria investasi yang Penulis gunakan dalam penelitian ini yaitu:

1. Net Present Value (NPV).

Tabel 7. Perhitungan Net Present Value

Uraian	Tahun Ke- (Rp)		
	0	1	2
Penghasilan		144.021.000	288.314.000
Investasi Awal	33.000.000		
Biaya Operasi			
A. Biaya Tetap			
1. Gaji Pemilik		15.000.000	18.000.000
2. Gaji Karyawan		0	1.600.000
3. Sewa bangunan		6.000.000	6.000.000
4. Biaya Listrik		2.760.000	3.960.000
5. <i>Depresiasi</i>		2.000.000	2.000.000

Tabel 7. Perhitungan *Net Present Value* (Lanjutan)

Uraian	Tahun Ke- (Rp)		
	0	1	2
B. Biaya Tidak Tetap			
1. Bahan baku		107.634.000	239.902.000
2. Bahan pembantu		1.500.000	2.000.000
3. Biaya gas		684.000	1.980.000
Total Cost	33.000.000	135.578.000	275.442.000
Benefit	0	8.443.000	12.872.000
Pajak 0,5%	0	42.215	64.360
Net Benefit	-33.000.000	8.400.785	12.807.640
Discount Factor 44%	1	0,6944	0,4823
Present Value	-33.000.000	5.833.505	6.177.125

Sumber: Pengolahan Data, 2023

2. Internal Rate of Return (IRR)

Tabel 8. Perhitungan Internal Rate of Return

Tahun	<i>Net Benefit</i>	D.F 44%	Present Value	D.F 45%	Present Value
0	-33.000.000	1	-33.000.000	1	-33.000.000
1	8.400.785	0,6944	5.833.505	0,6897	5.794.021
2	12.807.640	0,4823	6.177.125	0,4756	6.091.314
3	18.634.360	0,3349	6.240.647	0,3280	6.112.070
4	19.705.836	0,2326	4.583.577	0,2262	4.457.460
5	20.838.921	0,1615	3.365.486	0,1560	3.250.872
6	22.037.159	0,1122	2.472.569	0,1076	2.371.198
7	23.304.296	0,0779	1.815.405	0,0742	1.729.179
8	24.644.293	0,0541	1.333.256	0,0512	1.261.788
9	26.192.301	0,0376	984.831	0,0353	924.588
10	27.559.867	0,0261	719.313	0,0243	669.705
		NPV 1	525.713	NPV 2	-337.805

Sumber: Pengolahan Data, 2023

Tabel 8. merupakan hasil dari nilai IRR, selanjutnya dilakukan perhitungan dengan menggunakan Rumus IRR.

$$IRR = 0,44 + \frac{525.713}{525.713 - (-337.805)} \times (0,45 - 0,44) = 44,61\%$$

Berdasarkan hasil perhitungan tersebut nilai IRR lebih besar dari nilai SOCC, yaitu $44,61\% > 44\%$. Maka usaha Shinsekai Japanese Food dinyatakan *faisable* (layak) untuk dilanjutkan melakukan pengembangan usaha.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan tentang studi kelayakan pengembangan usaha Shinsekai Japanese Food Dumai dilihat dari aspek non finansial yaitu aspek lingkungan Shinsekai Japanese Food mempunyai lokasi yang strategis dan tidak terdapat limbah yang membahayakan ataupun mengganggu masyarakat sekitar. Aspek teknis dan teknologi, untuk lokasi usaha Shinsekai Japanese Food merupakan pilihan yang strategis, karena daerah tersebut dekat dengan perkantoran dan pemukiman masyarakat yang sering dilalui oleh Masyarakat. Proses produksi pada Shinsekai Japanese Food menggunakan teknologi

semi tradisional. Dilihat dari aspek finansial yaitu aspek ekonomi dan keuangan dengan kriteria investasi didapat uji kelayakan pengembangan usaha Shinsekai Japanese Food di Kelurahan Buluh Kasap dinyatakan masuk kriteria *feasible* (layak) untuk dilanjutkan pengembangan usaha dengan nilai NPV sebesar Rp. 520.789, IRR sebesar 44,61%, *Net B/C* sebesar 1,02, *Gross B/C* 1,001, PR sebesar 1,08, PBP selama 6 bulan, dan BEP selama 8 tahun 5 bulan 5 hari.

Daftar Pustaka

- Ibrahim. 2020. *Studin Kelayakan Bisnis*. Edisi Revi. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Ichsan et al. 2019. *Studi Kelayakan Bisnis*. CV. Manji Medan 275.
- Insandi et al. 2019. Analisis Studi Kelayakan Bisnis Pemanfaatan Limbah Agribisnis Menjadi Energi Alternatif Di Kecamatan Tanah Jawa Kabupaten Simalungun. *Jurnal Ilmiah Magister Agribisnis* 1(1):18–30.
- Kasmir and Jakfar. 2020. *Studi Kelayakan Bisnis*. Edisi Revi. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Nasution et al. 2019. Studi Kelayakan Bisnis Produksi & Pemasaran Cake Di Kota Bandung (Kasus Di Cv. Yeye Group). *Jurnal Teknik: Media Pengembangan Ilmu Dan Aplikasi Teknik* 18(1):38.
- Purwana and Hidayat. 2016. *Studi Kelayakan Bisnis*. 1st ed. Depok: PT Raja Grafindo Persada.
- Sa'id at al. 2020. Analisis Kelayakan Usaha Produksi Tahu Sumedang (Studi Kasus Di Pabrik Tahu XY Kecamatan Conggeang). *Jurnal Agroindustri Halal* 6(1):105–13.
- Santoso et al. 2022. Analisis Kelayakan Bisnis Pada UMKM Makanan Khas Palembang Di Kota Malang (Studi Kasus Pada Bisnis Pempek Sultan Asli Palembang). *Jurnal Multidisiplin West Science* 01(02):181–95.
- Sobana. 2018. *Studi Kelayakan Bisnis*. 1st ed. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Yunus et al. 2020. Analisis Kelayakan Usaha Pembukaan Cabang Kedai Kinetik Di Tinjau Dari Aspek Pasar, Aspek Teknis, Dan Aspek Finansial. *E-Proceeding of Engineering* 7(2):5181–86.