



INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research

Volume 4 Nomor 5 Tahun 2024 Page 3979-3990

E-ISSN 2807-4238 and P-ISSN 2807-4246

Website: <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>

Studi Kelayakan Bisnis Usaha Olahan Nabati Laatansa Bakery

Ilma Maziyah^{1✉}, Sulaeman Jajuli², Erdi Rujikartawi³

Universitas Sultan Maulana Hasanuddin Banten

Email: ilma.maziyah16@gmail.com^{1✉}

Abstrak

Penelitian ini berfokus pada analisis kelayakan Laatansa Bakery, sebuah bisnis yang mengkhususkan diri pada produk roti nabati. Industri roti di Indonesia berkembang pesat, didorong oleh tingginya permintaan konsumen terhadap produk roti yang semakin menjadi makanan pokok terutama di perkotaan. Studi kelayakan bisnis ini menilai Laatansa Bakery dari empat perspektif utama: manajemen pasar, sumber daya manusia, operasional, dan keuangan. Kajian tersebut bertujuan untuk mengetahui kelayakan dan potensi keberhasilan bisnis melalui analisis komprehensif dan perencanaan terstruktur. Hal ini juga menyoroti pendekatan inovatif toko roti, penggunaan media sosial untuk promosi, dan komitmen untuk menyediakan produk yang terjangkau dan berkualitas sambil menggabungkan nilai-nilai spiritual dan dukungan komunitas. Metode penelitian yang digunakan meliputi observasi lapangan, wawancara, dan dokumentasi, dengan menggunakan analisis data kualitatif dan kuantitatif.

Kata Kunci: *Kelayakan Usaha, Toko Roti Nabati, Analisis Pasar, Sumber Daya Manusia, Operasional, Analisis Keuangan*

Abstract

The study focuses on the feasibility analysis of Laatansa Bakery, a business specializing in plant-based bakery products. The bakery industry in Indonesia is rapidly growing, driven by high consumer demand for bakery products, which are increasingly becoming staple foods, especially in urban areas. This business feasibility study assesses Laatansa Bakery from four key perspectives: market management, human resources, operations, and finance. The study aims to determine the viability and potential success of the business through comprehensive analysis and structured planning. It also highlights the bakery's innovative approach, use of social media for promotion, and commitment to providing affordable and quality products while incorporating spiritual values and community support. The research methods include field observations, interviews, and documentation, employing both qualitative and quantitative data analysis.

Keywords: *Business Feasibility, Plant-Based Bakery, Market Analysis, Human Resources, Operations, Financial Analysis*

PENDAHULUAN

Produk roti kini tidak hanya dipandang makanan pengganti, tetapi sudah dianggap pokok banyak orang, tentunya untuk orang yang berada di kota. Juga pada remaja dan anak-anak, produk bakery mulai menggati peran nasi sebagai sumber karbohidrat utama. Sederhana dan makanan instan, tetapi itulah namanya karena tidak harus dimasak dan tidak sulit mencari produk bakery yang biasa konsumsi.

Salah satu jenis industri kreatif adalah industri kuliner, yang didasarkan pada orang-orang yang menggunakan kreativitas, keterampilan, dan bakat mereka untuk menciptakan lapangan kerja dan kesejahteraan bagi masyarakat.¹ Ini bergerak cepat di dunia bisnis saat ini. Kehidupan sehari-hari penuh dengan berbagai jenis bisnis yang berbeda. Melanjutkan pekerjaan dapat menjadi peluang potensial untuk mendapatkan kehidupan yang unggul dan latihan bisnis harus dimungkinkan oleh setiap individu yang berencana untuk mewujudkannya. Pada periode sekarang, apabila individu bisa melihat peluang berharga untuk melanjutkan pekerjaan, orang tersebut dapat berhasil karena usaha yang dicari.

Negara ini masih mengalami krisis multifaset. Keadaan darurat yang terus melanda telah membawa banyak jenis organisasi baru yang muncul. Organisasi semacam ini pada akhirnya mencari sepotong kue yang luas. Dalam situasi seperti ini, organisasi pasti harus berangkat untuk menghadapi bahaya yang sangat berat lainnya dan mereka harus dapat melakukannya dalam lingkungan persaingan yang sengit.

Adanya bisnis mini, kecil dan menengah (UMKM) atau bisa disebut unit khusus menawarkan beragam posisi dengan pekerja baru. Ini meningkatkan gaji keluarga, serta

menurunkan pengangguran dan sekaligus mengurangi kebutuhan. Keadaan ketidakstabilan ekonomi di Indonesia saat ini telah berkontribusi pada meningkatnya kemiskinan dan pengangguran, termasuk PHK dan pengangguran lulusan.

Pondok pesantren yang harus diperjuangkan, kemandirian Pondok, persiapan mental dan pengalaman bagi santri yang ingin menjadi wirausaha, peluang usaha bagi pekerja, dan peraturan Pondok yang menghalangi santri untuk belanja (dan jajan) di luar Pondok. Oleh karena itu Bungalow memberikan jawaban.

Dalam perekonomian, setiap bisnis diharapkan untuk berkembang dan terus tumbuh sehingga pada tahap tertentu perluasan bisnis dilakukan berkaitan dengan kemajuan. Orang untuk pengembangan bisnis memerlukan pengaturan kuantitatif dalam analisis masuk akal bisnis. Se jauh studi pencapaian bisnis, sudut penciptaan adalah salah satu perspektif yang signifikan. Studi disini adalah tindakan yang dimaksudkan untuk mensurvei macam keuntungan yang bisa diraih melakukan pergerakan bisnis.

Penelitian ini memfokuskan analisisnya pada satu Unit Usaha spesifik yaitu Laatusa Bakery dengan menggunakan aspek manajemen pasar, sumber daya manusia, operasional dan keuangan.

METODE PENELITIAN

Penelitian deskriptif adalah jenis penelitian dengan tujuan memberikan gambaran yang sistematis, akurat, dan faktual tentang fakta, sifat, dan hubungan diantara fenomena yang diselidiki. Eksplorasi ini juga diurutkan sebagai penelitian campuran (strategi campuran) yang menggabungkan input informasi subjektif dan kuantitatif pada ganda. Penelitian ini juga diurutkan sebagai karya inovatif (Penelitian dan pengembangan), yang merupakan interaksi atau bergerak menuju pengembangan bisnis lain, atau luar biasa bisnis saat ini.

Pada penelitian ini terdapat teknik pengumpulan data diantaranya:

1. Lapangan

Persepsi langsung untuk memutuskan efek samping yang muncul pada objek eksplorasi langsung. Dengan menyebutkan fakta yang dapat diamati analisis dapat melihat yang sedang terjadi dengan baik

2. Wawancara

Wawancara adalah semacam korespondensi mata ke mata antara setidaknya dua individu, dengan satu pihak bertindak sebagai penanya dan pihak lain bertindak sebagai responden dengan alasan tertentu.

3. Dokumentasi

Dokumentasi dilakukan dengan mengumpulkan informasi yang berhubungan dengan topik penelitian sebagai buktidan data serta sumber informasi Dokumentasi dapat berupa catatan atau arsip yang disusun, foto, audio suara, rekaman, dll yang kemudianditanganidandaimpan untuk tujuan penelitian

Teknik Analisis Data yang diterapkan dalam penelitian yaitu menggunakan analisis nonfinansial yang terdiri dari Aspek pasar, sumber daya manusia, operasional dan keuangan dengan menggunakan perhitungan NPV (*Net Present Value*), IRR (*Internal Rate of Return*) Net BC (*Profitability Index*), PP (*Payback Period*), dan ARR (*Average Rate Return*).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Laatunsa Bakery

A. Sejarah singkat Laatunsa Bakery

Laatunsa Bakery didirikan pada tahun 2019 di bulan Agustus, terlahir dari, kehadiran Laatunsa Bakery guna untuk memenuhi kebutuhan santri, guru, karyawan dan khalayak umum, berkontribusi mensuply roti ke setiap unit usaha, melayani snack dan pemesanan yang berkaitan dengan bakery, suguhan meja, parcel buah dan dari segala segi aspek acara yang berhubungan dengan konsumsi

B. Nilai Bisnis Laatunsa Bakery

1. Mengandung nilai ibadah (anda belanja anda beramal)
2. Bersikap kreatif dan inovatif
3. Dalam produk kami ada energi doa dan keikhlasan
4. Bersikap kreatif dan inovatif dalam mempertahankan kesetiaan konsumen

Aspek Pasar

Dalam sudut ini, apa yang harus dipertimbangkan terkait dengan target promosi atau siapa yang akan menjadi target toko Laatunsa Bread dalam item iklan dan rencana pengembangan dalam menampilkan item dapur Laatunsa Bakery. Adapun Pasar internal (pembeli utama) di Laatunsa Bakery adalah para santri dan santriwati di Pondok Pesantren itu sendiri dan Pasar Eksternal Laatunsa Bakery adalah masyarakat sekitar, walisantri, dan hal layak umum lainnya.

Dengan pasar yang begitu, strategi yang digunakan Laatunsa Bakery untuk pasar

internal adalah dengan selalu memperbaharui menu-menunya sesuai dengan tren yang ada. Kemudian untuk pasar eksternal, Laatan Bakery memanfaatkan teknologi zaman. Sosial media membantu Laatan Bakery dalam memperkenalkan menu-menu barunya dengan cara memposting di Instagram, WhatsApp dan juga media sosial lainnya. Dengan begitu, pasar internal dan eksternal akan terus tertarik dengan adanya Laatan Bakery. Aspek ini memperhatikan dari sisi marketing mix:

1. *Product* (produk)

Laatan Bakery terus berinovasi untuk mengembangkan produknya, yang tadinya hanya ada 1 menu yaitu roti goreng dan sekarang sudah memiliki berbagai macam varian dari berbagai jenis roti dan minuman. Minuman yang ditawarkan Laatan Bakery memiliki macam rasa yaitu Milo, Green Tea, Cappuccino, Red Velvet dan Choco Oreo.

Produk Laatan Bakery memiliki perbedaan dengan produk roti yang lain, walau dengan bahan dan pembuatan yang tidaklah beda. Produk Laatan Bakery ini dibuat langsung oleh para santri di Pondok Pesantren itu sendiri dengan arahan dan bimbingan dari karyawan langsung. Karena santri langsung yang membuatnya maka disana terdapat unsur keberkahan didalamnya. Kemudian dengan membeli produk dari Laatan Bakery, selain kita mengonsumsi makanan yang bergizi pembeli juga dapat melakukan amal. Karena dengan berbelanja di Laatan Bakery pembeli bisa sambil beramal, sesuai dengan sebgan yang dimiliki Laatan Bakery "Anda Belanja Anda Beramal"

2. *Place* (tempat)

Tempat pertama sebelum adanya gedung, Laatan Bakery menggunakan stand lepas pasang yang bertempat disekitaran pondok. Karena target pertama Laatan Bakery sendiri adalah para santri dari pondok pesantren itu sendiri. Seiring berkembangnya usaha ini, Laatan Bakery memiliki gedung sendiri yang tempatnya berada ditengah-tengah antara pondok pesantren dan masyarakat. Agar mempermudah target pasar untuk mengonsumsi produk Laatan Bakery.

3. *Price* (harga)

Harga yang ditentukan oleh Laatan Bakery adalah harga yang merakyat, artinya lebih murah dari golongan atas dan tidak terlalu mahal dari golongan atas. Karena harga yang ditawarkan oleh Laatan Bakery bisa didapatkan oleh kalangan atas dan juga kalangan menengah (bawah)

4. *Promotion* (promosi)

Promosi yang Laatusa Bakery lakukan adalah melalui media social, diinstagram ataupun di story-story. Karena target utama Laatusa Bakery adalah santri di pondok pesantren, jadi promosi yang dilakukan tidak terlalu fokus di social media atau lainnya. Target utama Laatusa santri, jadi memudahkan dalam mempromosikan produk baru ataupun menu varian baru.

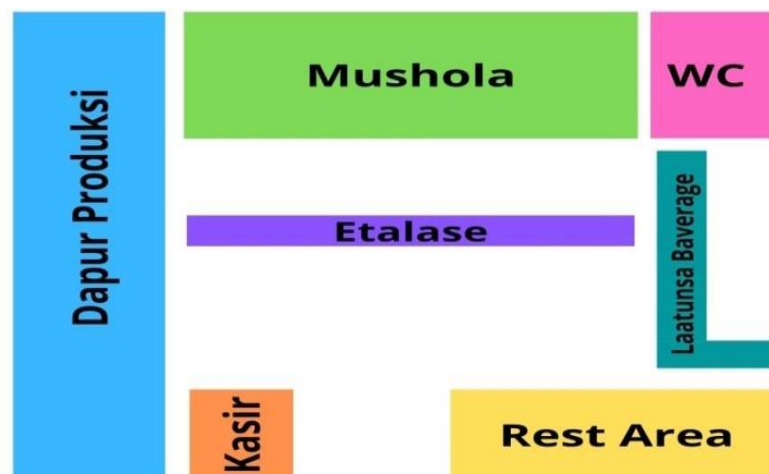
Aspek Sumber Daya Manusia

Pemeriksaan kepraktisan berdasarkan SDM (SDM) sangat penting dalam bisnis, karena dapat bekerja dalam mencapai tujuan bisnis dan kualitas yang dicapai dengan mempersiapkan perwakilan untuk mempertahankan bisnis. Laatusa Bakery mempunyai personal dalam sumber daya manusia yang mana sebagian besar adalah asatidz pengabdian pondok pesantren yang dibantu oleh masyarakat sekitar lingkungan pondok pesantren

Aspek Operasional

Sudut pandang ini sangat penting untuk me lihat bagian-bagian khusus dari perbaikan dan pelaksanaan.

1. Layout



Gambar 1. Layout Toko

2. Waktu Operasional

Laatansa Bakery akan buka pada 08:00 pagi hingga dengan 18:00 WIB. Laatansa Bakery beroperasi setiap hari, dari mulai hari Senin sampai dengan Minggu. Laatunsa tidak akan libur di tanggal merah dalam kalender Laatunsa Bakery mungkin

akan tutup setiap ada kegiatan besar dalam Pondok

Aspek Keuangan

1. NPV (Net Present Value)

Tabel 1. Net Present Value

Tahun	Cashflow	Factor PV	PV
1	Rp 126,000,000	0,833	Rp 104,958,000
2	Rp 130,000,000	0,694	Rp 90,220,000
3	Rp 133,000,000	0,579	Rp 77,007,000
4	Rp 138,000,000	0,482	Rp 66,516,000
5	Rp 133,000,000	0,402	Rp 53,466,000
6	Rp 136,000,000	0,335	Rp 45,560,000
7	Rp 143,000,000	0,279	Rp 39,897,000
8	Rp 142,500,000	0,233	Rp 33,202,500
NPV			Rp 510,826,500

NPV > dari nilai rata-rata industri, proyek dinilai layak

Berdasarkan hasil perhitungan, insentif NPV untuk dapur Laatunsa Brelad adalah Rp 510.826.500,- . Nilai ini memenuhi penerimaan uang bersih yang diperoleh oleh bisnis dapur Laatansa Pastry selama jangka waktu delapan tahun dan telah melampaui norma normal bisnis.

2. IRR (Internal Rate of Return)

Table 2. IRR (Internal Rate of Return)

Tahun	Cashflow	Factor PV 21%	PV
1	Rp 126,000,000	0,826	Rp 104,076,000
2	Rp 130,000,000	0,683	Rp 88,790,000
3	Rp 133,000,000	0,564	Rp 75,012,000
4	Rp 138,000,000	0,467	Rp 64,446,000
5	Rp 133,000,000	0,386	Rp 51,338,000
6	Rp 136,000,000	0,319	Rp 43,384,000
7	Rp 143,000,000	0,263	Rp 37,609,000
8	Rp 142,500,000	0,218	Rp 31,065,000
Total Present Value of Cashflow			Rp 495,720,000

$$\begin{aligned}
 \text{IRR} &= i^1 + \frac{\text{NPV}^1}{\text{NPV}^2} \times (i^2 - i^1) \\
 \text{IRR} &= 20 + \frac{510826500}{510826500 - 495720000} \times 0,01\% \\
 &= 20 + 49,572 \\
 &= 59,49\%
 \end{aligned}$$

IRR ini didapat dengan nilai 59,49%. Nilai ini lebih besar dari tingkat factor PV/Discount rate 20%. Usaha ini layak untuk dijalankan. Karena nilai IRR lebih besar dibandingkan nilai factor PV/Discount rate.

Table 3. IRR (Internal Rate of Return)

Internal Rate of Return	59,49%
IRR > dari tingkat bunga uang/ nisbah dengan risiko sama, proyek dinilai layak	

3. Net B/C (Profitability Index)

$$\text{Net B/C} = \frac{\text{Benefit}}{\text{Cost}} \times \text{Pengeluaran Cost}$$

Tabel 4. Net B/C (Profitability Index)

Profitability Index	1,52
PI > 1,1 proyek dinilai layak	

B / C Bersih atau proporsil manfaat / biaya yang setara dengan Catatan Produktivitas (PI) ini menunjukkan kapasitas untuk menghasilkan manfaat per unit spekulasi. Analisis ini mengungkapkan bahwa nilai Net B/C adalah 1,52. Nilai ini menunjukkan bahwa bisnis Laatsana Bakery layak karena rasio pendapatan terhadap biaya untuk memperolehnya lebih besar dari 1,52.

4. PP (Payback Period)

$$\text{PP} = \text{Investasi Kas Bersih}$$

Tabel 5. Payback Period

Payback Period	1,30
PP < 3 tahun, proyek dinilai layak	

Jumlah waktu yang dibutuhkan untuk membangun modal investasi, sebagaimana ditentukan oleh arus kas bersih, dikenal sebagai periode pengembalian. Ini menunjukkan, berdasarkan hasil perhitungan, bahwa Laatsana Bakery dapat meningkatkan modal lebih cepat daripada periode tiga tahun yang khas untuk analisis industri. Dengan tujuan agar bisnis Laatsana Pastry shop dapat berjalan dan bermanfaat. Sehingga usaha Laatsana Bakery layak untuk dijalankan dan menguntungkan.

5. ARR (Average Rate 9660 Return)

Tabel 6. ARR (*Average Rate Return*)

Bulan	Laba Netto	
1	Rp	126,000,000
2	Rp	130,000,000
3	Rp	133,000,000
4	Rp	138,000,000
5	Rp	133,000,000
6	Rp	136,000,000
7	Rp	143,000,000
8	Rp	142,500,000
Total Laba Netto	Rp	1,081,500,000
Rata-rata	Rp	135,187,500
Average Rate of Retrun	51,06	
ARR > 40% lebih besar dari laba yang diharapkan, proyek dinilai layak		

ARR ini didapat dengan nilai 51,06%, nilai ini lebih besar dari rata-rata industry yakni sebanyak 40%. Sehingga usaha Laatsana Bakery layak untuk dijalankan.

SIMPULAN

Studi kelayakan dari Usaha Laatsana Bakery mengenai aspek pemasaran, operasional, sumber daya manusia, dan keuangan dapat di simpulkan :

1. Pada aspek pemasaran Dari sudut pandang pemasaran unit usaha Laatsana Bakery ini layak untuk dilaksanakan karena memenuhi syarat-syarat yang terdapat pada strategi bauran pemasaran antara produk, harga dan promosi.
2. Pada aspek operasional Dari sudut pandang operasional pendirian usaha Laatsana

Bakery layak untuk dilaksanakan karena syarat-syarat di dalam aspek operasional dapat dipenuhi oleh pihak Laatansa Bakery didirikan

3. Pada aspek sumber daya manusia Aspek ini dianggap layak karena pegawai Laatansa Bakery mengedepankan kepada kepuasan pelanggan dan juga diberi pelatihan dan pengembangan yang relevan agar terhindar dari masalah-masalah dalam melaksanakan tugas-tugasnya, serta keselamatan dan kesehatan kerja yang paling diperhatikan dalam bekerja.
4. Pada aspek keuangan Pada hasil analisis keuangan maka Laatansa Bakery ini layak untuk dijalankan dapat disimpulkan dari beberapa hasil penghitungan diantaranya *Payback Periode* (PP), *Average Rate of Return* (ARR), *Benefit and Cost Ratio* (Net B/C), *Net Present Value* (NPV) dan *Internal Rate of Return* (IRR).

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Rahman, Firdaus, dan Rona Naula Oktaviani. "ANALISIS STUDI KELAYAKAN BISNIS SYARIAH PADA INDUSTRI KECIL DAN MENENGAH DALAM MENDAPATKAN PEMBIAYAAN DARI PERBANKAN SYARIAH." *Jurnal Tabarru': Islamic Banking and Finance* 5, no. 1 (20 Maret 2022): 108-21 [https://doi.org/10.25299/jtb.2022.vol5\(1\).8864](https://doi.org/10.25299/jtb.2022.vol5(1).8864).
- Aliefah, Aniesatun Nurul, dan Eka Arilia Nandasari "Analisis Kelayakan Bisnis Ditinjau Dari Aspek Pemasaran dan Keuangan Pada Kedai Olan'z Food Kebumen." *lab* 6, no. 01 (23 Juni 2022): 40-56. <https://doi.org/10.33507/labatila.v5i02.475>.
- Almakhali, Helfi Fitron, Mochamad Reza Adryanto, dan Eni Sri Rahayuningsih. "Analisis Kelayakan Usaha Rumah Potong Hewan Ditinjau Dari Aspek Teknis Dan Sumber Daya Manusia." *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING)* 7, no. 1 (21 Oktober 2023): 2274-88. <https://doi.org/10.31539/costing.v7i1.7890>.
- Arifudin, Opan, Yayan Sofyan, dan Rahman Tanjung "Studi Kelayakan Bisnis Telur Asin H-Organik" *Jurnal Ecodemica: Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Bisnis* 4, no. 2 (1 September 2020): 341-52. <https://doi.org/10.31294/jeco.v4.2.8199>
- Bate'e, Anisa Triyana, Dita Lia Septiani, Gilang Pradana, Sheila Ramadhani, dan RR Wening Ken Widodasih "ANALISIS STUDI KELAYAKAN BISNIS PADA UMKMDITINJAU DARI ASPEK PASAR DAN PEMASARAN (STUDI. KASUS SOP AYAM PAK MIM KLATEN DI CIKARANG SELATAN)" 8, no. 3 (2023)
- Elyanto, Desty Puruhita. "ASPEK PASAR DAN PEMASARAN DALAM STUDI KELAYAKAN BISNIS," tt.

- Guntari, Anggun, Dina Wafiq Khairuna, Meisya Salsabilla, Riana Ezra Savitry Is Handiani, dan RR Ken Wening. "Analisa Studi Kelayakan Bisnis UMKM Dina Cake di Cikarang Ditinjau dari Aspek Pemasaran, Manajemen dan SDM, dan Hukum As-Syirkah: *Islamic Economic & Fiancial Journal*, no. 1 (18 Januari 2024). <https://doi.org/10.56672/syirkah v311.194>.
- Hepartiwi, Yasinta Tirani. "STUDI KELAYAKAN BISNIS WARUNG BURJO TIME SEBAGAI UPAYA PENGEMBANGAN USAHA PEMULA," *It Hsb*, Raissa Muthia Syahrani. "Analisis Studi Kelayakan Bisnis Dalam Aspek Produksi" 2, no. 2 (2022).
- Karim, Djamaluddin, Jantje L Sepang, dan Bode Lumanauw "MARKETING MIX PENGARUHNYA TERHADAP VOLUME PENJUALAN PADA PT MANADO SEJATI PERKASA GROUP," 2014.
- Kristian, Widra, dan Felix Indrawan. "Studi Kelayakan Bisnis dalam Rangka Pendirian XX Cafe." *Jurnal Akuntansi Maranatha* 11, no. 2 (22 Oktober 2019): 379-400. <https://doi.org/10.28932/jam v1112. 1932>. Nur Rohmawati, Hanif, Moh Afrizal Miradji, Ach Irwansyah, Sherly Amalia
- Rahmadanti, Sendy Jadi Mahanani, Chindiani Putri Ningsih, Erika Virza Ananda, Nisa Ardi Ningrum, dan Hanif N. Rohmawati "ANALISIS STUDI KELAYAKAN BISNIS 'NASI KEBULI NAZAR DITINJAU ASPEK PEMASARAN DAN KEUANGAN." *Majalah Ekonomi* 28, no. 01 (3 Juli 2023): 1-5. <https://dotorg/10.36456/majeko vo28 no01 a7510>
- Poluan, FMA, SL Mandey, dan I WJOgi "STRATEGI MARKETING MIX DALAM MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN (STUDI PADA MINUMAN KESEHATAN INSTANTALVERO), "2019. Rahmadani, Siti "ANALISIS STUDI KELAYAKAN BISNIS PADA PENGEMBANGAN UMKM USAHA TAHU DAN TEMPE KARYA MANDIRI DITINJAU DARI ASPEK PRODUKSI, ASPEK PEMASARAN DAN ASPEK KEUANGAN" 1 (2019).
- Rofa, I ir Tsamrotur, Ade Rizki Meilani, Nur Mija An Hasibu, Ahmad Kurnia Nasution, dan Suhairi Suhairi. "Analisis Aspek Pemasaran Dalam Studi Kelayakan Bisnis." *VISA: Journal of Vision and Ideas* 1, no. 1 (9 Desember 2021): 14-28. <https://doi.org/10.47467/visa.v 112.945>.
- Septadianto, Hafiz Dwi, Irsyad Nasyirudin Nur, Silvanus Deni Karista, dan RR Wening Ken Widodasih. "ANALISIS STUDI KELAYAKAN BISNIS PADA DAPUR BILQIS CAKE & COOKIES DITINJAU DARI ASPEK PASAR PEMASARAN, HUKUM DAN PRODUKSI" 9, no. 1 (2024).

- Sudiartini, Ni Wayan Ari, Anak Agung Elik Astari, Ni Putu Andini Desiyanti Laksmi, dan Ni Luh Putu Damayanti. "Studi Kelayakan Bisnis Pada Usaha Sari Merta Laundry Di Desa Guwang Kecamatan Sukawati" *Jurnal Penelitian Ekonomi Dan Akuntansi* 6, no. 2 (15 Juni 2021): 116-42. <https://doi.org/10.30736/jpensi.v6i2.653>.
- Sukmawati, Heni, dan Fatimah Zahra Nasution. "ANALISIS KELAYAKAN BISNIS SYARIAH PADA USAHA MIKRO TEMPE." *JURNAL EKONOMI 2019*. *SYARIAH* 4, no. 1 (25 Juli <https://doi.org/10.37058/jes.v4i1.801>).
- Sya'idah, Evi Husniati, dan Tontowi Jauhari "PENGARUH MARKETING MIX TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN" *Ekonika: Jurnal ekonomi universitas kadiri* 3, no. 1(5 April 2018) 23. <https://doi.org/10.30737/ekonika.v3i1.99>.
- Yuniar, Vira, Cantika Florentina Br Bangun, Sri Wulandari Bugis, dan Suhairi Suhartini "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, no. 2(6 Februari 2022) 142-51.<https://doi.org/10.47467/manageria.v2i2.929>