

Studi Kelayakan Investasi Pengembangan UMKM di Sektor Kuliner

Akhmad Mubadilah¹, Ika Hartika², Sri Juminawati³,

Eva Yuniarti Utami⁴, Dewi Mariam Widiniarsih⁵

IAI Khozinatul Ulum Blora¹, IAIN Takengon², Politeknik Digital Boash

Indonesia³, Universitas Sebelas Maret⁴, Universitas Muhammadiyah

Pringsewu⁵

ghoziyajihan89@gmail.com

ABSTRACT

The purpose of this study is to analyze the feasibility study of investment in developing MSMEs in the culinary sector. The objects of this study are from the aspect of business feasibility studies, namely: 1) Marketing aspects; 2) Legal aspects; and 3) Social and economic aspects. The study of business feasibility analysis in culinary MSME businesses uses qualitative research methods which are carried out in analyzing and assessing the feasibility of developing a business. Qualitative data obtained based on the results of interviews and observations. The results of this study found that the development of culinary MSMEs has great potential, especially with the right marketing approach, a deep understanding of market potential, and a mature investment feasibility analysis. In conducting a feasibility study, it is important to consider marketing aspects, market potential, and realistic financial analysis so that culinary businesses can develop and compete sustainably. The feasibility study of investment in the development of MSMEs in the culinary sector provides a clearer picture of business prospects, the risks involved, and the potential profits that can be obtained.

Keywords: Feasibility Study, MSMEs, Culinary Sector

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis studi kelayakan investasi pengembangan UMKM di sektor kuliner. Objek penelitian ini dari aspek studi kelayakan bisnis, yakni: 1) Aspek pemasaran; 2) Aspek Hukum; dan 3) Aspek sosial dan ekonomi. Penelitian analisis kelayakan bisnis pada usaha bisnis kuliner UMKM menggunakan metode penelitian kualitatif yang dilakukan dalam menganalisis serta menilai kelayakan dalam pengembangan suatu usaha. Data kualitatif yang didapatkan berdasarkan dari hasil wawancara dan observasi. Hasil penelitian ini telah menemukan bahwa Pengembangan UMKM kuliner memiliki potensi besar, terutama dengan pendekatan pemasaran yang tepat, pemahaman yang mendalam tentang potensi pasar, dan analisis kelayakan investasi yang matang. Dalam melakukan studi kelayakan, penting untuk mempertimbangkan aspek pemasaran, potensi pasar, dan analisis finansial yang realistis agar usaha kuliner bisa berkembang dan bersaing secara berkelanjutan. Studi kelayakan investasi dalam pengembangan UMKM di sektor kuliner memberikan gambaran yang lebih jelas tentang prospek usaha, risiko yang terlibat, dan potensi keuntungan yang dapat diperoleh.

Kata Kunci: Studi Kelayakan, UMKM, Sektor Kuliner

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memainkan peran yang sangat penting dalam perekonomian nasional Indonesia. UMKM berfungsi sebagai fondasi penggerak sistem ekonomi di Indonesia. Membangun perekonomian yang kuat memerlukan pertimbangan segala upaya, salah satunya adalah membuka bisnis kecil seperti Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang memberikan kontribusi signifikan terhadap perekonomian negara menyatakan bahwa UMKM adalah usaha yang berdiri sendiri, yang dijalankan oleh individu atau badan usaha di seluruh sektor ekonomi (Alpi Nurhayati et al., 2017). Tujuan dari UMKM yaitu untuk menumbuhkan dan mengembangkan usaha guna memperkuat perekonomian nasional berdasarkan prinsip demokrasi ekonomi yang adil.

Bisnis dapat diartikan sebagai aktivitas ekonomi yang bertujuan untuk memperoleh keuntungan melalui pengelolaan berbagai sumber daya yang ada (Irwandi, 2024). Selain itu, bisnis juga merupakan suatu organisasi yang memproduksi barang dan jasa yang diperlukan oleh masyarakat, mencakup semua aktivitas yang dilakukan oleh sektor publik maupun swasta, tanpa memandang apakah mereka berorientasi pada keuntungan atau tidak (Guntari et al., 2024). Para pelaku usaha, baik individu maupun kelompok, berusaha untuk menemukan peluang pasar, memenuhi kebutuhan konsumen, dan menjaga kelangsungan bisnis. Di tengah era globalisasi, kemajuan teknologi menjadi faktor penting bagi keberhasilan bisnis, khususnya dalam sektor kuliner. Perusahaan perlu melalui serangkaian evaluasi untuk menilai kelayakan untuk melanjutkan atau mengembangkan usaha lebih lanjut.

Bisnis kuliner diakui sebagai salah satu industri yang paling menjanjikan karena fleksibilitasnya dalam melayani berbagai segmen pasar (Herwanto et al., 2024). Bisnis ini melayani berbagai macam pelanggan, mulai dari masyarakat umum hingga kelompok tertentu dengan preferensi makanan yang beragam, untuk menyesuaikan penawaran produknya dalam memenuhi berbagai kebutuhan. Keberhasilan di sektor kuliner tidak hanya bergantung pada kemampuan untuk menghasilkan produk berkualitas tinggi tetapi juga pada kapasitas untuk beradaptasi dengan tren kuliner terkini. Faktor-faktor ini biasanya dinilai dalam Studi Kelayakan Bisnis untuk mengevaluasi potensi keberlanjutan dan pertumbuhan (Pratama et al., 2024). Di Indonesia, sektor kuliner terus mengalami pertumbuhan yang signifikan, didorong oleh meningkatnya permintaan akan pilihan makanan yang praktis dan cepat, yang sejalan erat dengan gaya hidup modern masyarakat (Honainah & Rohman, 2024).

Studi kelayakan bisnis merupakan tahap awal yang sangat penting sebelum memulai atau mengembangkan suatu usaha, karena analisis yang mendalam ini dapat memberikan pemahaman menyeluruh mengenai berbagai aspek yang mempengaruhi keberlangsungan dan potensi pertumbuhan bisnis. Analisis kelayakan bisnis dapat dilakukan oleh para pemilik UMKM dengan mengevaluasi aspek pemasaran, teknis, hukum, sosial, dan ekonomi secara menyeluruh (Dzaki & Abadi, 2023). Analisis pemasaran misalnya, membantu mengidentifikasi peluang yang tersedia serta menganalisis tren konsumsi yang ada. Aspek teknis menilai kemampuan produksi dan

efisiensi operasional. Aspek hukum memastikan bahwa bisnis berjalan sesuai peraturan yang berlaku (Hadi et al., 2024). Aspek sosial dan ekonomi turut memberikan wawasan mengenai dampak usaha terhadap lingkungan dan masyarakat sekitar. Pemahaman ini diharapkan dapat membantu pengusaha dalam mengurangi risiko yang mungkin timbul, serta memaksimalkan potensi keuntungan, sehingga pengambilan keputusan strategis dapat dilakukan dengan lebih efektif (Pratiwi et al., 2024).

Studi kelayakan investasi dalam pengembangan UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) di sektor kuliner sangat penting untuk memastikan bahwa suatu investasi akan menghasilkan keuntungan yang optimal dan berkelanjutan (Santoso et al., 2022). Dalam konteks ini, studi kelayakan bertujuan untuk mengevaluasi apakah suatu proyek investasi dapat dilakukan secara efisien, menguntungkan, dan sesuai dengan tujuan pengembangan sektor kuliner, baik dari segi finansial, sosial, maupun ekonomi. Studi kelayakan ini bertujuan untuk memberikan gambaran yang komprehensif tentang kelayakan investasi dalam pengembangan UMKM di sektor kuliner (Perdana et al., 2021). Dengan melakukan analisis yang mendalam dan menyeluruh, pengusaha dapat meminimalkan risiko dan memastikan bahwa usaha yang dijalankan akan berkembang secara berkelanjutan dan menguntungkan (Sahara & Nasution, 2024).

TINJAUAN LITERATUR

Studi Kelayakan Bisnis

Studi kelayakan merupakan suatu analisis terhadap suatu usulan proyek atau konsep usaha untuk mengetahui apakah inisiatif tersebut dapat dilaksanakan secara efektif dan tumbuh sesuai dengan tujuan atau target yang ditetapkan (Tirani Hepartiwi, 2022). Kelayakan dari sebuah bisnis kuliner sangat berpengaruh terhadap bisnis yang sedang dijalankan. Pengkajian kelayakan pada suatu bisnis adapun beberapa aspek yang dapat dikaji, yaitu aspek pemasaran, aspek teknis, aspek hukum serta aspek sosial dan ekonomi.

Aspek-aspek Studi Kelayakan Bisnis

Aspek Pemasaran

Kotler dan Stanton (1995) menyatakan bahwa pemasaran mencakup keseluruhan sistem yang berkaitan dengan aktivitas usaha, yang bertujuan untuk merencanakan, menetapkan harga, serta mempromosikan dan mendistribusikan barang atau jasa yang dapat memenuhi kebutuhan pembeli, baik yang sudah ada maupun yang potensial (Sugianto et al., 2020). Sunyoto (2014) menjelaskan bahwa pasar merupakan suatu sistem dari aktivitas bisnis yang dirancang untuk merencanakan, menetapkan harga, dan melakukan promosi (Sahara & Nasution, 2024). Menurut Kotler dan Armstrong (2018), pemasaran merupakan proses di mana perusahaan menciptakan nilai bagi pelanggan dan membangun hubungan yang kuat dengan mereka untuk memperoleh nilai sebagai imbalan (Khairani et al., 2024). Aspek ini sangat penting dalam menilai kelayakan bisnis, karena memberikan

wawasan mengenai potensi permintaan, strategi untuk menjangkau konsumen, serta kemampuan bisnis untuk bersaing di pasar.

Aspek Hukum

Aspek hukum merupakan aspek fundamental dalam menilai ketentuan hukum yang harus dipenuhi sebelum memulai kegiatan usaha (Sahara & Nasutuon, 2024). Tujuannya adalah untuk memastikan bahwa suatu usaha telah sesuai dengan standar hukum dan mampu memenuhi kriteria perizinan yang berlaku di daerahnya (Pratama et al., 2024). Dimensi hukum atau yuridis menjadi fokus utama analisis awal. Hal ini penting karena apabila hasil penilaian dimensi hukum atau yuridis menunjukkan bahwa suatu konsep usaha tidak layak untuk dijalankan, maka tidak diperlukan lagi analisis lebih lanjut terhadap dimensi-dimensi lainnya (Markano, 2021).

Aspek Sosial dan Ekonomi

Aspek sosial dan ekonomi memiliki peranan yang sangat penting dalam analisis kelayakan bisnis, terutama terkait dengan dampak serta manfaat yang dihasilkan oleh suatu usaha terhadap masyarakat dan perekonomian. Berdasarkan sudut pandang ekonomi, sebuah bisnis diharapkan dapat memberikan kontribusi signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi melalui penciptaan lapangan kerja, peningkatan pendapatan masyarakat, serta kontribusi terhadap penerimaan pajak (Rizki Mulyadi & Rohman, 2024).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif, yaitu suatu prosedur untuk mengungkap permasalahan dengan cara menggambarkan keadaan subjek atau objek yang diteliti. Objek penelitian ini dari aspek studi kelayakan bisnis, yakni: 1) Aspek pemasaran; 2) Aspek Hukum; dan 3) Aspek sosial dan ekonomi. Penelitian analisis kelayakan bisnis pada usaha bisnis kuliner UMKM menggunakan metode penelitian kualitatif yang dilakukan dalam menganalisa serta menilai kelayakan dalam pengembangan suatu usaha. Data kualitatif yang didapatkan berdasarkan dari hasil wawancara dan observasi. Teknik analisis pada penelitian ini, yakni: Aspek pasar & pemasaran yakni mengidentifikasi peluang pasar serta strategi penjualan yang tepat. Aspek hukum yakni menganalisa kesanggupan suatu usaha dalam mematuhi peraturan hukum dan perizinan perdagangan yang ditetapkan. Dan Aspek sosial dan ekonomi memiliki peranan yang sangat penting dalam analisis kelayakan bisnis, terutama terkait dengan dampak serta manfaat yang dihasilkan oleh suatu usaha terhadap masyarakat dan perekonomian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Aspek Pemasaran

Pemasaran yang efektif merupakan kunci utama dalam keberhasilan pengembangan UMKM, terutama di sektor kuliner yang sangat kompetitif. Beberapa hal yang perlu diperhatikan dalam aspek pemasaran UMKM kuliner antara lain:

- a. Segmentasi Pasar: Identifikasi segmen pasar yang jelas, seperti segmentasi berdasarkan usia, preferensi makanan, pendapatan, atau gaya hidup. Misalnya, apakah produk kuliner yang ditawarkan lebih cocok untuk keluarga, mahasiswa, pekerja kantoran, atau segmen pasar tertentu seperti vegetarian atau vegan.
- b. *Positioning*: Penentuan posisi produk kuliner di pasar sangat penting. Misalnya, apakah produk yang ditawarkan merupakan makanan cepat saji dengan harga terjangkau atau makanan *gourmet* dengan harga premium. *Positioning* yang tepat akan membantu dalam membedakan produk dari pesaing.
- c. Strategi Promosi: Promosi yang efektif dapat dilakukan melalui berbagai saluran, seperti media sosial, *influencer marketing*, diskon, atau *event* khusus. Menggunakan platform seperti Instagram, TikTok, atau WhatsApp untuk promosi makanan sangat relevan karena dapat menjangkau audiens yang luas dan beragam.
- d. Distribusi: Pilihan kanal distribusi (*online* atau *offline*) sangat mempengaruhi pemasaran. Makanan dapat dijual langsung melalui gerai fisik, atau dapat pula melalui platform *delivery online* seperti GoFood, GrabFood, atau platform *e-commerce*.
- e. *Branding* dan Pengalaman Pelanggan: Membangun identitas merek yang kuat dan memberikan pengalaman pelanggan yang positif dapat meningkatkan loyalitas konsumen. *Packaging* yang menarik, pelayanan yang ramah, dan menjaga kualitas produk adalah aspek penting dalam hal ini (Muazin et al., 2024).

Potensi Pasar

Potensi pasar untuk UMKM kuliner sangat besar, baik di pasar lokal maupun internasional. Beberapa faktor yang perlu diperhatikan dalam menganalisis potensi pasar adalah:

- a. Tren Konsumsi Makanan: Tren kuliner seperti makanan sehat (misalnya, organik atau rendah kalori), makanan cepat saji, makanan etnik, dan makanan berbasis tanaman (*plant-based*) terus berkembang. Mengikuti tren pasar ini bisa menjadi peluang besar bagi UMKM kuliner untuk menarik lebih banyak konsumen.
- b. Kekuatan Daya Beli Konsumen: Pertumbuhan kelas menengah di banyak negara, termasuk Indonesia, memberikan peluang pasar yang besar untuk produk kuliner. UMKM harus mampu menyesuaikan harga dan kualitas produk dengan daya beli konsumen yang bervariasi.

- c. Tingkat Persaingan: Tingkat persaingan di sektor kuliner cenderung tinggi. Oleh karena itu, penting bagi UMKM untuk melakukan analisis pasar yang mendalam guna mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan pesaing serta peluang diferensiasi produk.
- d. Perubahan Pola Konsumsi: Masyarakat kini lebih cenderung memilih kenyamanan, seperti *delivery food* dan *food takeaway*. UMKM kuliner perlu menyesuaikan strategi bisnisnya dengan perubahan kebiasaan konsumen ini, terutama pasca-pandemi.
- e. Geografis dan Demografis: Pasar kuliner tidak hanya terbatas pada wilayah perkotaan, tetapi juga dapat berkembang di daerah *suburban* atau rural dengan pendekatan yang tepat, seperti menggunakan konsep *food truck* atau warung makan yang menawarkan makanan lokal (Adhitama et al., 2023).

Studi Kelayakan Investasi

Studi kelayakan investasi adalah langkah penting dalam menentukan apakah pengembangan UMKM kuliner dapat berjalan dengan menguntungkan dan berkelanjutan. Beberapa aspek yang perlu dianalisis dalam studi kelayakan investasi UMKM kuliner adalah:

- a. Analisis Pasar: Melakukan riset pasar untuk mengetahui apakah ada permintaan yang cukup untuk produk kuliner yang akan ditawarkan. Ini termasuk analisis pesaing, potensi pangsa pasar, serta tren permintaan.
- b. Analisis Finansial: Menyusun proyeksi keuangan yang mencakup analisis biaya investasi awal, biaya operasional bulanan, proyeksi pendapatan, dan titik impas (*break-even point*). Ini juga melibatkan analisis *return on investment* (ROI) dan *payback period* untuk mengetahui seberapa cepat investasi dapat kembali (Sinaga et al., 2024).
- c. Sumber Pembiayaan: Untuk membiayai pengembangan UMKM kuliner, ada berbagai sumber pembiayaan yang dapat digunakan, seperti dana pribadi, pinjaman dari bank atau lembaga keuangan, atau melalui investor swasta (*angel investors*). Pemerintah juga sering menyediakan program pembiayaan khusus untuk UMKM.
- d. Analisis Risiko: Setiap investasi memiliki risiko, termasuk risiko kegagalan produk, ketidakpastian pasar, atau perubahan regulasi. Analisis risiko dan strategi mitigasi risiko sangat penting untuk memastikan keberhasilan jangka panjang.
- e. Sumber Daya Manusia (SDM): Kemampuan SDM dalam hal manajemen, pemasaran, dan operasional bisnis kuliner sangat mempengaruhi keberhasilan usaha. Penyediaan pelatihan dan pengembangan bagi staf juga menjadi bagian dari studi kelayakan.
- f. Regulasi dan Legalitas: Mengetahui peraturan terkait bisnis kuliner sangat penting. Ini termasuk izin usaha, sertifikasi keamanan pangan, peraturan pajak, dan peraturan kesehatan. Menjalankan bisnis dengan mematuhi regulasi yang ada akan menghindarkan UMKM dari masalah hukum di masa depan (Julianto et al., 2024).

Aspek Hukum

Memiliki validitas dokumen bagi pelaku usaha UMKM sangat penting sebagai dasar hukum kepemilikan suatu usaha. Melakukan analisa studi kelayakan terhadap aspek hukum bertujuan guna mengira apakah bisnis yang sudah dijalani layak untuk dikembangkan atau tidak, suatu usaha dianggap layak jika ide bisnisnya mematuhi peraturan hukum dan dapat melengkapi semua syarat persetujuan di wilayah tersebut. Aspek hukum merupakan salah satu komponen penting dalam studi kelayakan investasi pengembangan UMKM di sektor kuliner. Menjalankan usaha kuliner tanpa memperhatikan aturan hukum yang berlaku bisa berisiko tinggi, baik dari segi finansial maupun reputasi bisnis. Aspek hukum ini melibatkan peraturan yang harus dipatuhi oleh pengusaha UMKM untuk menghindari masalah hukum dan memastikan kelancaran operasional usaha (Damanik et al., 2024).

Aspek hukum sangat penting dalam studi kelayakan investasi untuk pengembangan UMKM di sektor kuliner. Pengusaha harus memastikan bahwa mereka telah memenuhi semua persyaratan hukum, termasuk izin usaha, sertifikasi keamanan pangan, perpajakan, perlindungan konsumen, dan hak kekayaan intelektual. Dengan mematuhi peraturan yang ada, UMKM kuliner dapat berjalan dengan lancar, terhindar dari masalah hukum, dan memiliki dasar yang kuat untuk berkembang secara berkelanjutan (Meliyana & Rohman, 2024).

Aspek Sosial Dan Ekonomi

Aspek ekonomi dalam usaha bisnis kuliner berperan penting dalam meningkatkan perekonomian keluarga dan masyarakat sekitar. Usaha ini tidak hanya menjadi sumber pendapatan utama keluarga, tetapi juga membuka peluang ekonomi melalui penciptaan lapangan kerja, terutama bagi UMKM lokal yang terlibat dalam proses produksi. Usaha ini membantu memperkuat ikatan sosial keluarga dan memberikan kontribusi terhadap kesejahteraan masyarakat sekitar dengan menciptakan kesempatan kerja informal. Usaha ini berpotensi memberikan dampak positif melalui kualitas produk yang dapat memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan penerimaan masyarakat terhadap produk lokal (Fitria et al., 2024).

KESIMPULAN

Pengembangan UMKM kuliner memiliki potensi besar, terutama dengan pendekatan pemasaran yang tepat, pemahaman yang mendalam tentang potensi pasar, dan analisis kelayakan investasi yang matang. Dalam melakukan studi kelayakan, penting untuk mempertimbangkan aspek pemasaran, potensi pasar, dan analisis finansial yang realistis agar usaha kuliner bisa berkembang dan bersaing secara berkelanjutan. Studi kelayakan investasi dalam pengembangan UMKM di sektor kuliner memberikan gambaran yang lebih jelas tentang prospek usaha, risiko yang terlibat, dan potensi keuntungan yang dapat diperoleh. Dengan menganalisis aspek pasar, finansial, hukum, sumber daya manusia, dan risiko, pengusaha dapat membuat keputusan yang lebih terinformasi mengenai apakah investasi tersebut layak dilakukan atau tidak.

Jika hasil dari studi kelayakan menunjukkan bahwa usaha kuliner tersebut memiliki potensi pasar yang besar, proyeksi keuntungan yang menjanjikan, dan risiko yang dapat dikelola dengan baik, maka investasi dalam usaha kuliner bisa dianggap layak dan memiliki peluang sukses yang baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Adhitama, A., Fitri Rahmawati, N., Studi Administrasi Bisnis, P., & Ilmu Administrasi, F. (2023). Analisis Studi Kelayakan Bisnis Umkm Pada Coffee Shop Pilona Coffee Di Kota Tangerang. *Jurnal Adminitrasi Bisnis*, 351(3), 6. <http://ojs.stiami.ac.id/index.php/JAMBIS>
- Alpi Nurhayati, Umami, R. H., Herlinto, Y., & Ken, W. (2017). Analisis Studi Kelayakan Bisnis Pada Umkm Cemilan Bosque Ditinjau Dari Aspek Pemasaran, Teknis, Hukum, Sosial Dan Ekonomi. *Jurnal Pemasaran Bisnis*, 2015(2002), 1–30.
- Damanik, N. N., Putri, N. A., Sirait, G. M. A., Rinaldi, M., & Sihalo, F. A. S. (2024). Business Feasibility Study Report “UMKM Dodol Syifa” Studi Kelayakan Bisnis “UMKM Dodol Syifa.” *Outline Journal of Community Development* |, 2(2), 53–57.
- Dzaki, H., & Abadi, T. (2023). Analisis Studi Kelayakan Bisnis Usaha Kedai Es Coklat (Studi Kasus Usaha Es Coklat di Kajen) 1Hilmi. *Business and Management Journal Volume*, 1(2), 35–42.
- Fitria, A., Hasanah, D., Musthofiyah, I., Alifia Salsabila, S., Izzulda, S. E., Atmaningtyas, W. A., & Avisenna, H. (2024). Analisis Studi Kelayakan Usaha Dan Strategi Pengembangan Usaha Kecil Kedai Barokah Kecamatan Sumpati Jember. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin Nusantara*, 2(1), 49–53. <https://doi.org/10.59435/jimnu.v1i2.227>WEB:<https://jurnal.padangtekno.com/index.php/jimnu>
- Guntari, A., Khairuna, D. W., Salsabilla, M., Is Handiani, R. E. S., & Ken, R. R. W. (2024). Analisa Studi Kelayakan Bisnis UMKM Dina Cake di Cikarang Ditinjau dari Aspek Pemasaran, Manajemen dan SDM, dan Hukum. *As-Syirkah: Islamic Economic & Financial Journal*, 3(1), 409–418. <https://doi.org/10.56672/syirkah.v3i1.194>
- Hadi, V. M. P., Sukardi, S., & Wahyudi, V. A. (2024). Studi Kelayakan Finansial dan Umur Simpan pada Pengembangan Usaha Ekkado Jamur Tiram dan Karagenan. *Jurnal Teknologi Pangan Dan Hasil Pertanian*, 19(1), 17. <https://doi.org/10.26623/jtphp.v19i1.7369>
- Herwanto, D. M. P., Ahdianita, F. C. N., Fadila, Y., Anugrah, S. khaerunuffus, & Ken, R. . W. (2024). Analisis Studi Kelayakan Bisnis Terhadap Toko Bintang Mandiri Ditinjau Dari Aspek Pemasaran Dan Aspek Keuangan. *Jurnal Ekobis Dewantara*, 7(1), 777–784.
- Honainah, & Rohman, A. (2024). Analisis Studi Kelayakan Bisnis Pada Seblak Mama

- Zaki Lingkar Utara Sumenep Pada Aspek Pemasaran. *Jurnal Media Akademik (JMA)*, 2(6), 3031–5220.
- Irwandi, P. (2024). Kelayakan Investasi dan Pola Pengembangan UMKM Berbasis Desa Wisata. *Jurnal Ilmiah Membangun Desa Dan Pertanian*, 9(1), 91–104. <https://doi.org/10.37149/jimdp.v9i1.815>
- Julianto, F., Rohman, A., & Madura, U. T. (2024). Analisis studi kelayakan rumah makan bebek sinjay sebagai destinasi wisata kuliner halal di kabupaten bangkalan. *JURNAL MEDIA AKADEMIK (JMA)*, 2(6).
- Markano, D. (2021). Analisis Kelayakan Usaha Sate Gurih Jigans Ditinjau Finansial Tugas Akhir Analysis Of Business Feasibility Of Sate Gurih Jigans Assessed From Marketing And Marketing Aspects , Technical Aspects , And Financial Aspects Of Final Project Prodi S1 Teknik Indu. *E-Proceeding of Engineering*, 8(2), 2099–2106.
- Meliyana, H., & Rohman, A. (2024). Analisis Studi Kelayakan Bisnis pada Pengembangan UMKM Sembako di Desa Keramean dari Aspek Hukum, Aspek Pemasaran dan Aspek Keuangan. *Lokawati : Jurnal Penelitian Manajemen Dan Inovasi Riset*, 2(4), 12–22. <https://doi.org/10.61132/lokawati.v2i4.936>
- Muazin, A., Ananda, J., Sabrina, A., & Widodasih, W. K. (2024). Analisis Studi Kelayakan Bisnis Keripik Tempe “Ibunda Snack” Di Desa Sukadami Di Tinjau Dari Aspek Teknis Dan Operasional, Aspek Manajemen Dan Organisasi, Aspek Persaingan Dan Aspek Lingkungan. *Dinamika Kreatif Manajemen Strategis*, 06(4), 89–108.
- Perdana, A., Sukanta, & Mustofa, R. A. (2021). Analisis Bisnis Model Canvas dan Kelayakan Keuangan di UMKM Tim’s Kuliner. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 7(1), 391–402. <https://doi.org/10.5281/zenodo.6301707>
- Pratama, A. W., Suyatno, A., & Purnomo, S. (2024). Evaluasi Strategi Bisnis Dan Penilaian Kelayakan Terhadap Pengembangan Usaha Kuliner Awp Berkah Sukoharjo. *MabIS: Jurnal Manajemen Bisnis Syariah*, 1(2), 228–340.
- Pratiwi, Y. C., Sawitri, Y., Alzahra, S. P., & Widodasih, R. . W. K. (2024). Studi kelayakan bisnis dan strategi pemasaran pada rumah makan ambun pagi: analisis aspek lokasi, target pasar, dan potensi keuangan. *Jurnal Inovasi Keuangan Dan Manajemen*, 5(4), 12–23.
- Sahara, S., & Nasution, S. (2024). Analisis Studi Kelayakan Bisnis UMKM Gerobak Chicken Steak Dalam Mengekspansi Usaha di Kecamatan Medan Perjuangan. *Jurnal Manajemen Akuntansi (Jumsi)*, 15(1), 37–48.
- Santoso, P. V., Amarillo, R. V., & Prasetyarini, S. (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), 181–195. <https://wnj.westsciencepress.com/index.php/jmws/article/view/48%0Ahttps://wnj.westsciencepress.com/index.php/jmws/article/download/48/46>

- Sinaga, N. A., Tambunan, Y. S., Hasibuan, N. A., Basriyani, A., & Hutabarat, S. veronika. (2024). Pemanfaatan Potensi Wisata terhadap Tumbuh Kembang Umkm Desa Mela-II Tapian Nauli. *Journal Liaison Academia and Society (J-LAS)*, 2024(2), 29–36.
- Tirani Hepartiwi, Y. (2022). Studi Kelayakan Bisnis Warung Burjo Time Sebagai Upaya Pengembangan Usaha Pemula. *Studi Kelayakan Bisnis Warung Burjo Time Sebagai Upaya Pengembangan Usaha Pemula*, 11(2), 1–15. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>