

Analisis Studi Kelayakan Bisnis pada Pengembangan UMKM Sembako di Desa Keramean dari Aspek Hukum, Aspek Pemasaran dan Aspek Keuangan

Hildah Meliyana

Universitas Trunojoyo Madura
hildaeyi@gmail.com

Abdur Rohman

Universitas Trunojoyo Madura
abdur.rohman@trunojoyo.ac.id

Alamat : Jl. Raya Telang, PO BOX 02 Kecamatan Kamal, Bangkalan Madura, Jawa Timur
69162 Indonesia

Abstract. *This study discusses the business feasibility analysis of MSMEs in basic food businesses in Keramean Village by considering legal, marketing, and financial aspects. Researchers use a quantitative approach with the least square method. Collection of data on the sale of basic food prices through interviews with business owners. This study aims to identify the potential success of basic food businesses and provide input for business owners in understanding the challenges and opportunities faced. The evaluation results show that April sales are more relevant than the previous month, this can happen because there is an increase in profit every month. This basic food business has great profit potential if managed properly, so it can be considered a promising business opportunity for MSMEs.*

Keyword: *Business Feasibility Study; MSMEs; Legal Aspects; Marketing Aspects; Financial Aspect.*

Abstrak. Penelitian ini membahas analisis kelayakan bisnis UMKM usaha sembako di Desa Keramean dengan mempertimbangkan aspek hukum, pemasaran, dan keuangan. Peneliti menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode least square. Pengumpulan data penjualan harga sembako melalui wawancara dengan pemilik usaha. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi potensi keberhasilan usaha sembako dan memberikan masukan bagi pemilik usaha dalam memahami tantangan serta peluang yang dihadapi. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa penjualan bulan April lebih relevan daripada bulan sebelumnya, hal ini dapat terjadi karena ada peningkatan laba setiap bulannya. Usaha sembako ini memiliki potensi keuntungan yang besar jika dikelola dengan baik, sehingga dapat dianggap sebagai peluang bisnis yang menjanjikan bagi UMKM.

Kata kunci: Studi Kelayakan Bisnis; UMKM; Aspek Hukum; Aspek Pemasaran; Aspek Keuangan.

PENDAHULUAN

Indonesia saat ini mengalami perkembangan yang sangat pesat, terutama di bidang bisnis. Peluang usaha bisnis dalam kehidupan sehari-hari menjadi pokok utama dalam mencari penghasilan. Bisnis adalah kesempatan untuk mencari keuntungan, dan siapa pun yang ingin berbisnis dapat melakukannya. Di dunia modern, jika seseorang menemukan peluang bisnis, mereka akan berhasil dalam bisnis mereka. Tidak stabilnya perekonomian Indonesia menyebabkan peningkatan angka pengangguran dan kemiskinan, baik di kalangan mereka yang terkena PHK maupun para penganggur berpendidikan tinggi yang tidak memiliki pekerjaan.

Oleh sebab itu banyak wirausaha muda dan UMKM yang terjun ke dunia bisnis sebagai pilar untuk menaggulangi kemiskinan.

Di saat krisis ekonomi, UMKM menjadi pondasi penggerak dari sistem ekonomi Indonesia. Pelaku UMKM dapat menciptakan lapangan pekerjaan, meningkatkan pendapatan masyarakat, dan memperkuat ketahanan ekonomi suatu negara. Salah satunya UMKM yang ada di Desa Keramean Kecamatan Candi Sidoarjo yaitu usaha sembako untuk memenuhi kebutuhan pokok sehari-hari penduduk lokal. Usaha ini sudah berjalan 10 tahun sejak tahun 2014. Awalnya hanya pedagang asongan yang berjualan sembako di pinggir jalan. Berjalan 2 tahun kemudian modal bertambah dan membangun sebuah toko di depan rumah. Seiring berjalannya waktu toko itu diperluas menjadi “Agen Sembako Barokah” sebagai tempat pembelanjaan kebutuhan pokok. Pemilik bisnis dapat menjual beras 175-200 kilogram dengan harga Rp. 16.000/kg dalam satu hari, 12-15 liter minyak goreng dengan harga Rp. 17.500/liter, 10-15 kilogram telur dengan harga Rp. 26.000/kg, 45-50 kilogram gula pasir dengan harga Rp. 17.000/kg, dan masih banyak kebutuhan pokok lainnya. Toko ini tidak mengalami peningkatan penjualan bulanan yang signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa ada permasalahan yang dihadapi oleh pemilik sembako, yang menyebabkan lambatnya perkembangan usaha sembako.

Dalam konteks ini, analisis studi kelayakan bisnis menjadi instrumen penting yang membantu mengukur potensi keberhasilan suatu usaha, termasuk UMKM usaha sembako di Desa Keramean. Fokus pada aspek pemasaran dan aspek keuangan, analisis ini tidak hanya melihat seberapa baik produk atau layanan dapat dipasarkan kepada konsumen potensial, tetapi juga mengukur kesehatan keuangan dan profitabilitas usaha tersebut. Sebelum ke tahap analisis penting untuk mengkaji penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Yuniar, Vira, Cantika, Sri Wulandari, 2022) yang membahas tentang bagaimana perkembangan bisnis tahu dan tempe UMKM Desa Pondok Jeruk dilihat dari sudut pandang produksi, keuangan, dan pemasaran. Penelitian (Bakri Katti & Mutmainah, 2020) yang membahas tentang pentingnya pembukuan UMKM sederhana dan tahapan penyusunan studi kelayakan usaha.

Dan penelitian (Gunawan, 2018) yang membahas tentang bagaimana peran studi kelayakan bisnis dalam mengembangkan dan membantu usaha kecil dan menengah (UMKM) di Kabupaten Kudus. Setelah memahami secara mendalam kami akan mengeksplorasi lebih lanjut tentang pentingnya studi kelayakan bisnis dalam konteks perkembangan UMKM sembako di Desa Keramean. Penelitian ini dianggap penting karena belum ada yang meneliti usaha sembako di Desa Keramean dengan analisis studi kelayakan bisnis menggunakan tiga variabel yaitu aspek hukum, aspek pemasaran, dan aspek keuangan. Kami akan menguraikan tantangan dan peluang yang dihadapi. Dengan tujuan untuk memberikan masukan dalam

memasarkan produknya dan mengelola keuangan dengan baik. Diharapkan kita juga dapat memberikan kontribusi yang berarti dalam memperkuat ekonomi lokal, meningkatkan kesejahteraan masyarakat, dan menjaga keberlanjutan lingkungan di Desa Keramean.

TINJAUAN LITERATUR

1.1 Pengertian Studi kelayakan Bisnis

Studi kelayakan bisnis adalah upaya untuk menemukan , merencanakan, dan meningkatkan semua aktivitas usaha untuk memperoleh keuntungan dengan menyediakan barang dan jasa yang diperlukan bagi sistem perekonomian. Tujuan dari studi ini adalah untuk mengambil keputusan apakah usaha tersebut layak untuk dijalankan atau tidak (Rochmat Aldy, Purnomo Riawan, 2017). Menurut para ahli Kasmir dan Jakfar, ada banyak cara untuk melihat kelayakan bisnis dari sudut pandang eksekutif dan moneter; hukum, keuangan, dan sosial; pasar dan promosi; dan sudut pandang khusus dan inovatif (Samsurijal Hasan, Elpisah, Joko Sabthohadi, Zarkasi, 2022). Studi kelayakan adalah analisis komperatif secara mendalam tentang kelayakan suatu usaha (Siti Rahmmadani, 2019). Pemilik bisnis sangat tertarik dengan hasil dari analisis kelayakan yang dilakukan, karena pemilik tidak ingin dana yang ditanamnya mengalami kerugian. Oleh karena itu, hasil studi kelayakan yang sudah dibuat benar-benar dipertimbangkan apakah pemiliknya akan mendapat keuntungan (Jakfar, 2015).

1.2 Aspek Hukum

Aspek hukum studi kelayakan bisnis adalah mempertimbangkan persyaratan hukum yang harus dipenuhi sebelum suatu usaha dapat dijalankan. Persyaratan hukum untuk setiap jenis usaha berbeda-beda, tergantung pada seberapa kompleks usaha tersebut. Karena otonomi daerah yang menyebabkan perbedaan dalam izin usaha antar daerah (Ramadhona, 2021). Jadi, aspek hukum yang menilai kemampuan pelaku bisnis untuk memenuhi persyaratan perizinan yang diperlukan untuk beroperasi di wilayah tertentu. Tujuannya adalah untuk memastikan bahwa dokumen yang dimiliki asli, lengkap, dan akurat.

1.3 Aspek Pemasaran

Aspek pemasaran merupakan bagian penting dari perusahaan yang harus tetap dijalankan dan dikembangkan. Oleh karena itu, pemasar harus mengetahui masalah utama di bidang mereka dan membuat strategi untuk mencapai tujuan perusahaan. Pakar William J. Stanton berpendapat dalam buku studi kelayakan bisnis bahwa pemasaran adalah sistem kegiatan bisnis secara menyeluruh dengan tujuan untuk merencanakan, menetapkan harga,

melakukan promosi, dan mendistribusikan produk (Yanti, 2019). Melalui periklanan pemasaran dilakukan untuk menawarkan barang yang mereka butuhkan (Ade Rizki et al., 2022). Produk adalah sesuatu yang menarik perhatian dan dapat dibeli, digunakan, dan dikonsumsi untuk memenuhi keinginan atau kebutuhan. Tarif yang dibayar pelanggan untuk membeli suatu produk disebut harga (Asman dan Nasir, 2021).

1.4 Aspek Keuangan

Menurut Cantika, Yuniar dan Wulan (2022) aspek keuangan dilakukan untuk mengetahui berapa jumlah yang harus dibiayai. Di antara berbagai aspek penilaian kelayakan bisnis, aspek keuangan mempunyai dampak terbesar. Keputusan keuangan sangat jelas dan tidak dapat diambil secara sewenang-wenang, sebab keuangan memiliki dampak jangka pendek dan jangka panjang. Salah satu yang termasuk dalam aspek keuangan adalah modal. Modal adalah kumpulan barang modal atau suatu anggaran yang ada dalam suatu perusahaan. Modal dapat memberikan insentif untuk peningkatan produktivitas dan output. Modal juga disebut sebagai pendorong untuk meningkatkan investasi baik secara langsung maupun tidak langsung dalam segi proses produksi maupun fasilitas produksi (Muhammad Riki, 2022).

1.5 UMKM

Menurut Undang-Undang Nomor 20 tahun 2008, UMKM adalah usaha produktif milik perorangan atau badan usaha yang memenuhi kriteria usaha mikro. Usaha mikro mencakup usaha bahan pokok, usaha kuliner, dan usaha agribisnis (Sri Hartati, 2024). Menurut Cantika, Yuniar dan Wulan (2022) UMKM merupakan usaha mandiri yang dijalankan oleh perorangan atau perusahaan pada sektor perekonomian apapun. Tujuan usaha kecil dan menengah (UMKM) adalah untuk membangun perekonomian yang didasarkan pada kesejahteraan ekonomi masyarakat.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan mewawancarai pemilik usaha tentang harga sembako. Metode kuantitatif adalah jenis penelitian yang menganalisis aspek pemasaran dan keuangan melalui teknik pengumpulan data lapangan yang menggunakan nuansa angka (Djollong, 2014). Penelitian jenis ini menggunakan metode Least Square. Metode ini digunakan untuk memperkirakan atau mempertimbangkan permintaan dengan kurun waktu (Hariri, 2016). Penelitian ini mengambil data dari bulan Mei 2023 sampai April 2024 dengan tujuan untuk menganalisis aspek pemasaran dan keuangan.

Di sisi pemasaran, analisis SWOT dilakukan untuk melihat kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman bisnis dalam UMKM “Sembako Barokah” untuk menentukan strategi dalam kegiatan usahanya (Nisak Zuhrotun, 2004). Lokasi dan waktu survei ini dilakukan pada UMKM yang menjual sembako di Desa Keramean. Penelitian dilaksanakan mulai bulan April 2024 hingga selesai. Teknik pengumpulan data menggunakan dokumen beserta nota yang ada dalam laporan keuangan UMKM bahan baku pokok periode 2023-2024. Yang kedua adalah wawancara tanya jawab langsung dengan manajemen dan pemangku kepentingan lainnya yang dianggap penting untuk mendapatkan data yang lebih rinci. Selain itu peneliti menganalisis studi literatur yang dilakukan penelitian sebelumnya untuk memberikan dasar teori pada studi kelayakan bisnis. Dasar teori ini berasal dari literatur, internet, dan karya lain yang berkaitan dengan masalah yang diteliti.

HASIL DAN PEMBAHASAN

HASIL

Tabel

1

Data Penjualan UMKM Sembako 2023-2024

Bulan	Jumlah Penjualan
Mei	8.750.000
Juni	8.300.000
Juli	8.200.000
Agustus	8.450.000
September	8.500.000
Oktober	8.000.000
November	8.850.000
Desember	9.000.000
Januari	9.150.000
Februari	9.350.000
Maret	9.525.000
April	9.615.000

Tabel

2

Metode Least Square

n	Bulan	Jualan (Y)	X	XY	X²
1	Mei	8.750.000	-11	-96.250.000	121
2	Juni	8.300.000	-9	-74.700.000	81
3	Juli	8.200.000	-7	-57.400.000	49
4	Agustus	8.450.000	-5	-42.250.000	25
5	September	8.500.000	-3	-25.500.000	9
6	Oktober	8.000.000	-1	-8.000.000	1
7	November	8.850.000	1	8.850.000	1
8	Desember	9.000.000	3	27.000.000	9
9	Januari	9.150.000	5	45.750.000	25
10	Februari	9.350.000	7	65.450.000	49
11	Maret	9.525.000	9	85.725.000	81
12	April	9.615.000	11	105.765.000	121
	Σ	105.690.000	0	34.440.000	572

$$a = \frac{\sum Y}{n} = \frac{105.690.000}{12} = 8.807.500$$

$$b = \frac{\sum XY}{\sum X^2} = \frac{34.440.000}{572} = 60.209,79 \text{ atau } 60.210 \text{ (dibulatkan)}$$

Bulan April

$$y = a + bx = 8.807.500 + 60.210(11) = 8.807.500 + 662.310 = 9.469.810$$

Bulan Maret

$$y = a + bx = 8.807.500 + 60.210(9) = 8.807.500 + 541.890 = 9.349.390$$

Jadi, dapat disimpulkan bahwa penjualan bulan April atau bulan terbaru lebih relevan dibandingkan bulan Maret atau bulan sebelumnya. Hal ini dapat terjadi karena setiap bulan mengalami peningkatan keuntungan.

PEMBAHASAN

2.1 Aspek Hukum

Bisnis yang hendak dijalankan bisa gagal jika terjerumus ke dalam masalah hukum atas kasus tidak mendapatkan persetujuan izin usaha dari pemerintah daerah. Oleh sebab itu, sebelum melaksanakan suatu usaha sebaiknya dilakukan analisa terhadap aspek hukum untuk mengantisipasi kegagalan di kemudian hari karena kendala hukum dan perizinan (Yudha, 2020). Salah satu yang dilakukan oleh pemilik usaha “Sembako Barokah” di Desa Keramean ini adalah membuat surat izin usaha perdagangan (SIUP).

Tabel 3

SIUP Sembako Barokah

Keterangan	Memenuhi	Tidak Memenuhi
Foto Copy KTP Pedagang	√	
Surat Keterangan Lokasi Usaha dari Kepala Desa yang diakui oleh Camat	√	
Foto Copy NPWP Pedagang		√
Susunan penjual	√	
Pas Foto Penanggung Jawab Toko	√	

Sumber: data diolah 2024

2.2 Aspek Pemasaran

Ruang lingkup dalam aspek pemasaran mencakup peluang permintaan dan penawaran terhadap produk atau jasa yang akan ditawarkan di masa yang akan datang. Bagian pemasaran akan dipromosikan melalui kombinasi strategi pemasaran yang menggunakan alat seperti media cetak maupun elektronik yang digunakan untuk mencapai tujuan sasaran (Putra. Rangga Permana, 2017). Penulis akan menganalisis aspek pasar dan pemasaran untuk menentukan potensi pasar usaha “Sembako Barokah” di Desa Keramean dan menentukan strategi yang akan digunakan untuk memasarkan produknya.

a. Potensi Pasar

Membuka usaha toko sembako adalah suatu peluang usaha yang menjanjikan serta dapat dijalankannya dengan mudah. Bahan sembako yang berupa gula, beras, minyak dan lain sebagainya adalah suatu kebutuhan yang penting bagi warga masyarakat yang ada. Hampir semua orang akan membutuhkannya, maka dari itu bisnis sembako menjadi peluang yang besar

bagi para pebisnis yang ingin mendapatkan omset dan keuntungan besar. Pemilik usaha harus memerhatikan peluang yang dibutuhkan masyarakat misalnya peluang minyak goreng. Menurut data badan pusat statistik Kabupaten Sidoarjo penduduk di daerah Kecamatan Candi berjumlah 165.552 Jiwa (*Data Penduduk Kab. Sidoarjo, 2024*). Apabila konsumsi minyak goreng sebanyak 2% per tahun untuk penduduk Keramean maka dapat dihitung:

Konsumsi minyak goreng per tahun = $2\% \times 2 \text{ liter} \times 365 \text{ hari} = 14,6 \text{ liter}$

Total kebutuhan per tahun = $14,6 \text{ liter} \times 165.552 \text{ jiwa}$

= 2.417.059 liter

b. Targeting

Sistem penargetan usaha ini sudah memiliki kriteria yang jelas untuk memasarkan produknya bagi kalangan rumah tangga dimana sasaran produk yang dijual adalah berbagai jenis kebutuhan pokok yang dikonsumsi setiap hari. Hal ini menunjukkan bahwa pemilik usaha telah memiliki fokus yang jelas terhadap target pasar yang akan dikembangkan.

c. Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran yang akan dilakukan oleh Sembako Barokah untuk memasarkan produk bahan pokoknya menggunakan analisis Philip Kotler yang dikenal dengan 4P (*Product, Price, Place & Promotion*) (Agustian, 2023). Meningkatkan penjualan produk atau jasa. Meningkatkan keuntungan dengan mengoptimalkan harga dan biaya operasional. Meningkatkan pangsa pasar dengan meningkatkan penjualan dan memperluas jaringan distribusi. Sehubungan dengan meningkatkan loyalitas pelanggan diharuskan dapat memberikan layanan yang baik dan membangun hubungan yang kuat dengan konsumen.

2.3 Aspek Keuangan

Menganalisis aspek keuangan ini secara cermat dapat membantu para pemangku kepentingan memahami potensi keuangan bisnis dan mengambil keputusan yang tepat tentang investasi dan pengembangan usaha yang dijalankan. Berikut ini tabel keuntungan produk dalam nilai satuan.

Tabel

4

Daftar Produk Usaha Sembako Barokah

No.	Daftar Produk	Harga Jual	Harga Beli	Keuntungan
-----	---------------	------------	------------	------------

1.	Beras	16.000/kg	14.500/kg	1.500/kg
2.	Gula	17.000/kg	16.400/kg	600/kg
3.	Minyak Goreng	17.500/liter	16.000/liter	1.500/liter
4.	Telur	26.000/kg	25.000/kg	1.000/kg
5.	Susu	2.000/sachet	1.500/sachet	500/sachet
6.	Garam	2.000/sachet	1.500/sachet	500/sachet
7.	Kecap	10.000/bungkus	9.000/bungkus	1.000/bungkus
8.	Pewangi Molto	1.000/sachet	700/sachet	300/sachet
9.	Tepung Terigu	10.000/kg	9.000/kg	1.000/kg
10.	Rokok	25.000/cepet	24.000/cepet	1.000/cepet
	Total Keuntungan			Rp. 8.900

Sumber: data diolah 2024

Pemilik usaha dapat memprediksi keuntungan yang dapat diperoleh melalui elemen keuangan dalam studi kelayakan bisnis, berikut keuntungan yang dapat diperoleh dalam hitungan hari:

a. Keuntungan Beras

Harga jual beras per hari = $175 \text{ kg} \times \text{Rp. } 16.000 = \text{Rp. } 2.800.000$ Harga beli beras per hari = $175 \text{ kg} \times \text{Rp. } 14.500 = \text{Rp. } 2.537.500$

Keuntungan = $(\text{Harga Jual} - \text{Harga Beli})$
 $= (\text{Rp. } 2.800.000 - \text{Rp. } 2.537.500 = 262.500)$

b. Keuntungan Minyak Goreng

Harga jual minyak per hari = $12 \text{ liter} \times \text{Rp. } 17.500 = \text{Rp. } 210.000$ Harga beli minyak per hari = $12 \text{ liter} \times \text{Rp. } 16.000 = \text{Rp. } 192.000$ Keuntungan = $(\text{Harga Jual} - \text{Harga Beli})$
 $= (\text{Rp. } 210.000 - \text{Rp. } 192.000 = 18.000)$

c. Keuntungan Telur

Harga jual telur per hari = $10 \text{ kg} \times \text{Rp. } 26.000 = \text{Rp. } 260.000$ Harga beli telur per hari = $10 \text{ kg} \times \text{Rp. } 25.000 = \text{Rp. } 250.000$

Keuntungan = $(\text{Harga Jual} - \text{Harga Beli})$
 $= (\text{Rp. } 260.000 - \text{Rp. } 250.000 = 10.000)$

d. Keuntungan Gula

Harga jual gula per hari = $50 \text{ kg} \times \text{Rp. } 17.000 = \text{Rp. } 850.000$ Harga beli gula per hari = $50 \text{ kg} \times \text{Rp. } 16.400 = \text{Rp. } 820.000$

$$\begin{aligned} \text{Keuntungan} &= (\text{Harga Jual} - \text{Harga Beli}) \\ &= (\text{Rp. } 850.000 - \text{Rp. } 820.000 = 30.000) \end{aligned}$$

Dapat dilihat dari tabel bahwa usaha sembako mencapai keuntungan Rp. 320.500 per hari atau setara dengan 10%. Keuntungannya sedikit karena dihitung per hari tetapi jika dikalikan dengan banyaknya penjualan sebulan maka akan menghasilkan keuntungan yang cukup besar, hingga puluhan juta rupiah. Oleh karena itu, usaha sembako sangat banyak diminati masyarakat karena selain usahanya mudah, awet, dan praktis, keuntungan yang diperoleh juga cukup besar.

KESIMPULAN

Penelitian ini memberikan pemahaman yang mendalam mengenai potensi keberhasilan usaha sembako di Desa Keramean dari berbagai aspek seperti hukum, pemasaran, dan keuangan. Melalui metode kuantitatif dan analisis SWOT, peneliti memberikan gambaran bahwa usaha sembako memiliki potensi keuntungan yang besar jika dikelola dengan baik, sehingga dapat dianggap sebagai peluang bisnis yang menjanjikan bagi UMKM. Keuntungan pada bisnis bahan pokok jika dihitung per hari memang persentase 10% dan dianggap sedikit dan apabila dihitung dengan kisaran bulanan maka menghasilkan keuntungan yang besar. Peneliti juga mengungkapkan bahwa ada peningkatan laba setiap bulannya dari bulan Mei hingga April 2024. Evaluasi kelayakan bisnis ini penting untuk membantu pemilik usaha menangkap tantangan dan peluang yang dihadapinya serta memberikan arahan dalam memasarkan produk dan mengelola keuangan dengan efektif.

REFERENSI

- Ade Rizki, Hasibu, Nasution, A. K., & Suhairi. (2022). Analisis Aspek Pemasaran Dalam Studi Kelayakan Bisnis. *VISA: Journal of Vision and Ideas*, 1(2), 222–235.
- Agustian, H. (2023). Analisis Produk Katering Sehat Di Rumah Sakit Izza Menggunakan Stp (Segmenting, Targeting, Positioning) Dan 4P (Product, Price, Place, Promotion). *Jurnal Administrasi Rumah Sakit Indonesia*, 8(2), 53–59.
- Asman dan Nasir. (2021). *Studi kelayakan Bisnis (Pedoman Memulai Bisnis Era Revolusi Industri 4.0)*. Penerbit Adab.
- Bakri Katti, S. W., & Mutmainah, M. (2020). Penyuluhan Pentingnya Pembukuan Umkm Sederhana Dan Tahapan Penyusunan Studi Kelayakan Usaha. *Jurnal Daya-Mas*, 5(2), 58–60.
- Data Penduduk Kab. Sidoarjo. (2024). Diakses 19 April. <https://sidoarjokab.bps.go.id/indicator/12/59/1/penduduk-menurut-kecamatan-dan-jenis-kelamin.html>
- Djollong, A. F. (2014). Teknik Pelaksanaan Penelitian Kuantitatif. *Istiqla'*, 2(1), 86–100.

- Gunawan, K. (2018). *Peran Studi Kelayakan Bisnis Dalam Peningkatan UMKM (Studi Kasus UMKM di Kabupaten Kudus)* (Vol. 6, Issue 2). Institut Agama Islam Kusus.
- Hariri, F. R. (2016). Metode Least Square Untuk Prediksi Penjualan Sari Kedelai Rosi. *Simetris : Jurnal Teknik Mesin, Elektro Dan Ilmu Komputer*, 7(2), 731.
- Jakfar, K. (2015). *Studi Kelayakan Bisnis Edisi Revisi*. Penerbit Prenada Media.
- Muhammad Riki. (2022). *Skripsi: Analisis Kelayakan Usaha Industri Tempe di Kecamatan Terusan Nunyai Kabupaten Lampung Tengah*. Politeknik Negeri Lampung.
- Nisak Zuhrotun. (2004). Analisis Swot Untuk Menentukan Strategi Kompetitif. *Jurnal Ekonomi Bisnis*, 1–8.
- Putra. Rangga Permana. (2017). Studi Kelayakan Bisnis Aspek Finansial Umkm Bimbingan Belajar. In *Skripsi Manajemen* (Issue 1). Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Ramadhona, I. (2021). *Analisis Aspek Hukum Studi Kelayakan Bisnis*. Universitas Islam Negeri Alauddin Makasar.
- Rochmat Aldy, Purnomo Riawan, L. O. S. (2017). *Studi Kelayakan Bisnis* (Issue April). Penerbit Unmuh Ponorogo Press.
- Samsurijal Hasan, Elpisah, Joko Sabthohadi, Zarkasi, F. (2022). *Studi Kelayakan Bisnis* (Issue September). Penerbit Widina.
- Siti Rahmmadani, M. (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.
- Sri Hartati. (2024). *UMKM*. Diakses 17April. <https://penggaronlor.semarangkota.go.id/umkm>
- Yanti, Y. (2019). Analisis Kelayakan Bisnis Dari Aspek Pasar Dan Pemasaran Serta Finansial Pada Pengembangan Usaha Pt. Pratama Abadi Gemilang Pekanbaru Menurut Ekonomi Islam. In *Skripsi*.
- Yudha, P. (2020). Analisis kelayakan bisnis usaha air minum dalam kemasan (studi kasus pada bum Desa Lancar Jaya Desa Lambur Kecamatan Mrebet Kabupaten Purbalingga). In *Skripsi*. IAIN Purwokerto.
- Yuniar, Vira, Cantika, Sri Wulandari, S. (2022). Analisis Studi Kelayakan Bisnis pada Pengembangan UMKM Usaha Tahu dan Tempe di Desa Pondok Jeruk Ditinjau dari Aspek Produksi, Aspek Pemasaran dan Aspek Keuangan. *Transformasi Manageria: Journal of Islamic Education Management*, 2(2), 142–151.