



Analisis Studi Kelayakan Bisnis Pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Kue Bangkit Kenanga Ditinjau dari Aspek Pemasaran dan Manajemen

Wenny Permata Sari ¹

Faculty of Economic and Business, Bandar Lampung University

Email: nathanael.19011008@student.ubl.ac.id

Nathanael Nicholas Obadja ²

Faculty of Economic and Business, Bandar Lampung University

Email: wenny@ubl.ac.id

Alamat: Jl. Zainal A Pagar Alam, No. 26, Kedaton Lab. Ratu, 35142, Bandar Lampung, Indonesia

Korespondensi Penulis: nathanael.19011008@student.ubl.ac.id

Abstract. *This article discusses “Business Feasibility Study on Kue Bangkit Kenanga Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) in Terms of Marketing and Management Aspects”. The primary issue raised by this article is whether or not a qualitative research approach would be appropriate for the Kue Bangkit Kenanga. This research is intensive, in-depth, and comprehensive because it is carried out directly on the object. This study aims to determine whether MSMEs in Kue Bangkit Kenanga are a viable business opportunity. The purpose of this study was to determine the business feasibility of Kue Bangkit Kenanga. The results of this study are seen from the marketing aspect in sales targets and marketing mix, an organized aspect of management with managers planning and executing.*

Keywords: *Business Feasibility Study, Kue Bangkit Kenanga, Qualitative*

Abstrak. Artikel ini membahas tentang “Studi Kelayakan Bisnis pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Kue Bangkit Kenanga Ditinjau dari Aspek Pemasaran dan Aspek Manajemen”. Isu utama yang diangkat oleh artikel ini adalah apakah pendekatan penelitian kualitatif akan sesuai atau tidak untuk perusahaan Kue Bangkit Kenanga. Penelitian ini intensif, mendalam, dan komprehensif karena dilakukan langsung pada objek. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah UMKM di Kue Bangkit Kenanga merupakan peluang usaha yang layak. Hasil dari penelitian ini dilihat dari aspek pemasaran dalam target penjualan dan *marketing mix*, aspek manajemen yang teratur dengan adanya manajer yang merencanakan dan melaksanakan.

Kata Kunci: *Studi Kelayakan Bisnis, Kue Bangkit Kenanga, Kualitatif*

PENDAHULUAN

Pertumbuhan ekonomi adalah masalah ekonomi dalam jangka panjang dan merupakan fenomena penting yang dialami dunia dalam waktu belakangan ini. Secara alami, proses pengembangan ekonomi di suatu negara memunculkan peluang yang bagus untuk seluruh kegiatan ekonomi, termasuk dari industri dari berbagai skala usaha mulai dari usaha kecil, menengah, dan besar. Baik itu PHK atau pengangguran berpendidikan yang belum mendapatkan pekerjaan, pengangguran dan kemiskinan Indonesia yang melonjak adalah akibat dari ekonomi Indonesia yang tidak stabil. Hal ini mengharuskan pemerintah mengambil langkah-langkah efektif untuk mengakhiri pengangguran dan mengentaskan kemiskinan.

Received September 19, 2023; Revised Oktober 20, 2023; Accepted November 25, 2023

* Wenny Permata Sari, nathanael.19011008@student.ubl.ac.id

Dalam hal jumlah usaha dan jumlah lapangan kerja yang diciptakan, usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) memainkan peran penting dalam perekonomian Indonesia. Dalam hal berkontribusi pada perekonomian suatu negara, UMKM memegang peranan penting. Di negara berkembang, UMKM juga memainkan peran penting dalam pengentasan kemiskinan, pengangguran, dan distribusi pendapatan. Sepanjang krisis, UMKM telah memainkan peran penting, dan keberadaan mereka telah berkontribusi secara signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi Indonesia.

Kegiatan yang disebut studi kelayakan bisnis adalah kegiatan yang digunakan untuk menyelidiki perusahaan atau bisnis secara mendalam untuk melihat apakah itu dapat dijalankan dengan sukses (Kasmir dan Jakfar, 2016). Untuk mengidentifikasi potensi masalah, studi kelayakan bisnis dilakukan. Dengan kata lain, studi kelayakan bisnis akan mempertimbangkan faktor-faktor yang akan menyulitkan untuk mengejar peluang investasi. Paling tidak, dapat memberikan pedoman atau instruksi kepada pelaku bisnis untuk pekerjaan yang akan dilakukan di masa depan dengan bantuan studi kelayakan. Kegiatan yang dikenal sebagai “Studi Kelayakan Bisnis” adalah kegiatan yang melakukan penelitian mendalam pada suatu proyek untuk melihat apakah layak untuk melaksanakannya. Untuk mendapatkan hasil maksimal dari penelitian, studi mendalam memerlukan penelitian mendalam tentang data dan informasi yang ada, serta mengukur dan menganalisis hasil menggunakan teknik tertentu.

Salah satu bisnis UMKM yang ada di Bandar Lampung adalah Kue Bangkit Kenanga. Bisnis ini adalah bisnis yang bergerak di bidang makanan dengan produk utama adalah kue bangkit. Kue Bangkit Kenanga milik owner Marta Surjani. Usaha ini sudah berdiri cukup lama sejak tahun 2000, usaha ini adalah usaha rumahan. Pemasaran produk yang dilakukan sudah cukup luas, karena pemasarannya langsung kepada konsumen seperti menjual kepada *reseller* yaitu toko oleh-oleh, juga dapat langsung ke konsumen (*end-user*), dan konsumen bisa membeli langsung ke rumah tempat produksi selama persediaan Kue Bangkit masih ada. Kue Bangkit Kenanga dijual dengan harga Rp. 16.000,00 per bks. Berikut data penjualan dari Kue Bangkit Kenanga.

Tabel 1.1 Data Penjualan Kue Bangkit Kenanga Tahun 2022

Data Penjualan Tahun 2022	
Januari	112 bks
Februari	80 bks
Maret	64 bks
April	83 bks
Mei	58 bks
Juni	50 bks
Juli	66 bks

Agustus	72 bks
September	55 bks
Oktober	40 bks
November	62 bks
Desember	55 bks

Sumber: Laporan Penjualan Kue Bangkit Kenanga Tahun 2022

Tabel 1.1 memperlihatkan data penjualan Kue Bangkit Kenanga pada tahun 2022, Penyebab lambannya perkembangan dalam bisnis ini dikarenakan pemilik usaha belum menjual produknya ke luar provinsi Lampung. Dalam menjalankan bisnis, baik usaha kecil maupun menengah perlu memiliki pertumbuhan yang berasal dari pendapatan, pemasaran, dan bidang lainnya.

Melihat dari masalah yang disebutkan di atas yang dihadapi perusahaan saat mengelola bisnis nya, menjadi jelas bahwa prosedur belum diikuti, yaitu menganalisa studi kelayakan bisnis dari sudut pandang aspek pemasaran, dan manajemen pada saat pendirian yang tidak memperlihatkan perkembangan yang diperoleh secara signifikan.

Berdasarkan latar belakang diatas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian ini karena studi kelayakan bisnis sangat penting untuk pengembangan usaha bisnis dengan judul **“Analisis Studi Kelayakan Bisnis Pada Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Kue Bangkit Kenanga Ditinjau dari Aspek Pemasaran dan Aspek Manajemen”**

LANDASAN TEORI

Studi Kelayakan Bisnis

Sebuah studi yang melihat apakah suatu proyek akan berhasil atau tidak dikenal sebagai studi kelayakan bisnis. Penciptaan bisnis baru atau penambahan produk atau layanan baru ke produk yang sudah ada disebut sebagai "proyek." Arti dari keberhasilan tertuju pada profit dan non profit bisa berbeda (Dedi & Nurdin, 2016).

Aspek-Aspek Dalam Studi Kelayakan Bisnis

1. Aspek Pasar dan Pemasaran

Aspek pasar dan pemasaran melihat isu-isu yang berkaitan dengan pemasaran dan pasar produk yang dihasilkan oleh kegiatan usaha. Kualitas manajemen perusahaan akan sangat memudahkan produksi barang dan jasa, distribusi tepat waktu kepada pelanggan, dan kemampuan mereka untuk menjual sesuai dengan target yang diantisipasi.

2. Aspek Manajemen / Organisasi

Produk bisnis akan berhasil jika dikelola oleh individu yang terampil, dimulai dengan perencanaan, pelaksanaan, dan pengendalian jika terjadi penyimpangan. Bentuk dan tujuan bisnis juga harus sesuai dengan struktur organisasi yang dipilih.

3. Aspek Ekonomi Sosial

Penelitian dalam aspek ini diperlukan untuk menentukan dampaknya terhadap perekonomian secara keseluruhan. Mengetahui apa yang akan terjadi pada bisnis tergantung pada aspek sosial ekonomi, khususnya dalam ekonomi masyarakat.

4. Aspek Teknis

Aspek ini akan fokus pada lokasi bisnis, apakah itu pabrik, cabang, kantor pusat, atau gudang. Tata letak ruangan dan tata letak bangunan atau mesin kemudian harus ditentukan sampai upaya perluasan berikutnya.

Bisnis

Bisnis adalah serangkaian usaha yang dijalankan oleh satu orang atau kelompok yang menyediakan barang dan jasa dengan imbalan keuntungan. Bisnis juga dapat dikatakan menyediakan barang dan jasa yang dibutuhkan agar perekonomian dapat berfungsi dengan baik.

Pihak Pihak yang Berkepentingan Dalam Bisnis

1. Pemilik

Setiap perusahaan dimulai oleh seorang wirausahawan dengan ide untuk suatu produk atau layanan. Wirausahawan sangat penting untuk pertumbuhan bisnis karena mereka dapat menemukan produk baru, meningkatkan yang sudah berjalan, dan memenuhi kebutuhan pelanggan.

2. Kreditor

Pihak yang meminjamkan uang kepada bisnis adalah kreditor. Individu maupun lembaga keuangan merupakan kreditor.

3. Karyawan

Anggota staf operasional dan anggota staf manajerial adalah contoh karyawan yang bekerja untuk perusahaan. Karyawan memainkan peran penting dalam kemampuan bisnis untuk mencapai tujuannya.

4. Pemasok

Ketersediaan bahan baku akan mempermudah proses produksi bagi pelaku usaha manufaktur, begitu pula sebaliknya. Akibatnya, perusahaan sangat bergantung pada pemasoknya.

5. Pelanggan

Tanpa klien, bisnis tidak dapat bertahan. Kemampuan perusahaan untuk terus beroperasi akan dipastikan oleh loyalitas pelanggannya.

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)

Usaha yang dikenal sebagai usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) mampu memperluas kesempatan kerja dan menawarkan layanan ekonomi kepada masyarakat. UMKM dapat membantu mencapai stabilitas nasional, mendorong pertumbuhan ekonomi, dan berkontribusi pada proses pemerataan dengan meningkatkan pendapatan masyarakat. UMKM memiliki potensi untuk menggerakkan kegiatan ekonomi masyarakat dan berfungsi sebagai sumber pendapatan utama masyarakat, sehingga meningkatkan kesejahteraan. (Inayah, 2019).

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif sebagai metode penelitiannya. Penelitian ini dilakukan secara intensif, mendalam, dan menyeluruh dengan berada langsung pada objek, khususnya dalam upaya pengumpulan data dan berbagai informasi. Dengan menggunakan berbagai teknik ilmiah, penelitian kualitatif berusaha memahami fenomena yang dialami subjek penelitian melalui deskripsi kata dan bahasa dalam suasana alami tertentu. (Moleong, 2017).

Jenis dan Sumber Data

Data primer dan data sekunder adalah jenis data yang digunakan dalam penelitian ini.

Metode Pengumpulan Data

Wawancara dan observasi adalah metode yang digunakan dalam penelitian ini untuk mengumpulkan data.

Teknik Analisis

Selama penelitian, data yang diperoleh akan dianalisis secara deskriptif kualitatif, menggunakan kata-kata yang disusun dalam teks. Dalam jangka waktu yang telah ditentukan, analisis data akan dilakukan bersamaan dengan dan mengikuti kesimpulan pengumpulan data dalam penelitian kualitatif. Tanggapan pewawancara akan dianalisis oleh peneliti pada saat

Ekonomika45: Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi Bisnis, Kewirausahaan wawancara. Peneliti akan melanjutkan pertanyaan sampai peneliti menerima tanggapan yang memuaskan dari seorang informan jika mereka memberikan tanggapan yang tidak memuaskan.

Companies that have competence in the fields of marketing, manufacturing and innovation can make its as a souch to achieve competitive advantage (Daengs GS, et al. 2020:1419).

The research design is a plan to determine the resources and data that will be used to be processed in order to answer the research question. (Asep Iwa Soemantri, 2020:5).

Standard of the company demands regarding the results or output produced are intended to develop the company.

(Istanti, Enny, 2021:560).

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Gambar Umum Usaha

Lokasi Penelitian

Kue Bangkit Kenanga merupakan usaha mikro kecil menengah (UMKM) rumahan yang bergerak dibidang kuliner yang menjual Kue bangkit. Kue bangkit kenanga memulai usahanya pada tahun 2000 yang berlokasi di Jalan Ikan Gurita No.9 Teluk Betung, Bandar Lampung.

Sejarah Usaha

Dari awal berdirinya usaha kue bangkit kenanga, usaha ini memakai sistem penjualan dari mulut ke mulut atau biasa disebut Word of Mouth (WOM). Konsumen bisa langsung membeli kue bangkit kenanga ke tempat produksi dan juga dapat beli langsung ke konsumen (end-user). Seiring berjalannya waktu, pemilik dari kue bangkit kenanga menjual produknya ke toko oleh-oleh.

Profil Usaha

Dari hasil wawancara dengan pemilik mengenai usaha ini, aktivitas usaha digerakkan dalam sistem konvensional (sumber daya manusia. Peran pemilik usaha menjadi penanggung jawab penuh terhadap segala aktivitas dari Kue Bangkit Kenanga. Produk utama yang dijual pada usaha ini adalah Kue Bangkit. Ada juga produk lainnya seperti lidah kucing, kastengel, nastar yang hanya tersedia khusus untuk hari raya.

Deskripsi Data

1. Sejak kapan usaha Kue Bangkit ini mulai dikembangkan?	Kue Bangkit ini mulai dikembangkan pada awal tahun 2000.
2. Bagaimana cara promosi dari Kue Bangkit Kenanga pada awal membangun usaha ini?	Kalau awal-awal saya coba nitipin ke warung kopi yang ada disekitar sini. Setelah itu baru coba untuk jual ke Toko Manisan dan ternyata lumayan banyak yang beli di Toko Manisan,
3. Bagaimana cara memasarkan produk Kue Bangkit?	Kalau kita memasarkan produk Kue Bangkit itu produknya kita jual lagi ke Toko Manisan yang ada di Bandar Lampung. Tetapi, kalau orang yang sudah sering beli produk kita biasanya langsung datang ke rumah untuk beli produk Kue Bangkit.
4. Apakah ada produk yang dijual selain Kue Bangkit?	Selain Kue Bangkit, kita juga jual kue kering lainnya seperti lidah kucing, kastengel dan nastar tetapi khusus untuk hari raya. Jadi konsumen ingin memesan baru kita buat.
5. Apa saja bahan baku yang digunakan dalam pembuatan Kue Bangkit?	Bahan yang digunakan yaitu : <ul style="list-style-type: none"> - Kelapa parut - Gula pasir - Garam - Vanilli - Daun Pandan - Telur - Tepung Sagu
6. Siapa target pasar Kue Bangkit Kenanga dalam memasarkan produknya?	Target kita sih lebih ke orang yang sudah berumur, karena sepertinya lebih banyak pembeli dari kalangan yang sudah tua.
7. Berapa jumlah karyawan Kue Bangkit Kenanga?	Sekarang kita hanya ada lima karyawan, empat dari lima karyawan dalam bagian membuat kue dan juga membungkus kue. Satu karyawan lagi ditugaskan untuk menjadi kurir untuk mengirim produk Kue Bangkit ke toko manisan.
8. Siapa yang mengontrol, mengatur, dan mengendalikan dalam menjalankan usaha Kue Bangkit ini?	Kebetulan saya sendiri yang mengontrol semuanya dalam menjalankan usaha ini.
9. Apakah lokasi ini sudah strategis?	Sebenarnya kalau untuk lokasi, karena kita usaha rumahan jadi lokasi nya bisa dibilang tidak terlalu strategis. Tetapi, kalau untuk produk yang dijual di toko manisan, itu sudah sangat strategis.
10. Harga Kue Bangkit per bungkus berapa rupiah?	Untuk satu bungkus, harga Kue Bangkit Kenanga adalah Rp. 16.000,00. Itu kalau langsung beli di rumah, kalau untuk beli di toko manisan mungkin bisa lebih mahal Rp.1.000,00 – Rp.3.000,00 tergantung harga yang dijual oleh toko manisan.
11. Segmentasi pasar yang dituju oleh Kue Bangkit Kenanga itu kelas bawah, menengah, atau atas?	Dengan harga kue bangkit yang terjangkau, semua segmen pasar itu bisa masuk, baik itu bawah, menengah, dan atas.

HASIL PENELITIAN

Aspek Pasar dan Pemasaran

Dalam aspek ini perlu diperhatikan siapa target Kue Bangkit Kenanga dalam memasarkan produknya serta bagaimana cara dalam memasarkan Kue Bangkit Kenanga. Aspek pemasaran dibutuhkan untuk mengetahui sejauh mana potensi usaha dapat dijalankan.

Aspek pasar yang dituju sudah disegmentasikan dari segi pendapatan masyarakat yang mencakup segala kalangan dalam menikmati produk Kue Bangkit. Strategi pemilihan pasar melalui observasi, bahwa Kue Bangkit Kenanga ini sasaran pasarnya pada menengah ke bawah namun difokuskan agar dapat diterima pada semua kalangan.

Target Kue Bangkit Kenanga dalam memasarkan produk:

“Target kita sih lebih ke orang yang sudah berumur, karena sepertinya lebih banyak pembeli dari kalangan yang sudah tua.”

Cara Kue Bangkit Kenanga dalam memasarkan produk :

“Kalau kita memasarkan produk Kue Bangkit itu produknya kita jual lagi ke Toko Manisan yang ada di Bandar Lampung. Tetapi, kalau orang yang sudah sering beli produk kita biasanya langsung datang ke rumah untuk beli produk Kue Bangkit.”

Dalam hal ini juga perlu mempertimbangkan dari sisi bauran pemasaran atau marketing mix melalui 4P yaitu product (produk), place (tempat), price (harga), dan promotion (promosi).

a. *Product* (Produk)

Kue Bangkit Kenanga yang awalnya hanya menjual Kue Bangkit, sudah melakukan inovasi untuk mengembangkan produk-produknya dengan memulai jual kue kering lainnya, seperti lidah kucing, kastengel, dan nastar. Untuk kue kering seperti lidah kucing, kastengel, dan nastar hanya dijual khusus untuk hari raya dengan sistem made by order.

b. *Place* (Tempat)

Tempat merupakan salah satu elemen pemasaran yang sangat menentukan penjualan, juga menjadi faktor penting dalam menjual sebuah produk.

“Sebenarnya kalau untuk lokasi, karena kita usaha rumahan jadi lokasi nya bisa dibilang tidak terlalu strategis. Tetapi, kalau untuk produk yang dijual di toko manisan, itu sudah sangat strategis.”

c. *Price* (Harga)

Pemilik benar-benar memperhitungkan faktor biaya produksi serta gaji karyawan ketika menentukan harga. Penetapan harga dilakukan agar bisnis dapat tetap beroperasi meski persaingan ketat.

“Untuk satu bungkus, harga Kue Bangkit Kenanga adalah Rp. 16.000,00. Itu kalau langsung beli di rumah, kalau untuk beli di toko manisan mungkin bisa lebih mahal Rp.1.000,00 – Rp.3.000,00 tergantung harga yang dijual oleh toko manisan.”

d. *Promotion* (Promosi)

Awal dari pendirian usaha Kue Bangkit Kenanga masih banyak orang yang tidak mengetahui. Dengan berjalannya waktu, pemilik ingin memperluas lagi dengan menawarkan produknya di warung kopi yang ada disekitar rumahnya. Kemudian pemilik juga berusaha menjual produk nya ke Toko Manisan yang cukup ramai di Bandar Lampung. Setelah itu, produk Kue Bangkit ini mulai dikenal banyak orang dan semakin banyak permintaan dari orang lain.

“Kalau awal-awal saya coba nitipin ke warung kopi yang ada disekitar sini. Setelah itu baru coba untuk jual ke Toko Manisan dan ternyata lumayan banyak yang beli di Toko Manisan,”

Aspek Manajemen

Dalam usaha Kue Bangkit Kenanga, sudah terorganisir dengan baik karena usaha ini dijalankan oleh satu orang, yaitu pemilik usaha dari Kue Bangkit Kenanga nya sendiri. Artinya, pemilik menjadi pemimpin yang merencanakan, melaksanakan, dan mengendalikan usahanya. Dalam menjalankan usahanya, pemilik usaha juga menerapkan Standar Operasional Prosedur (SOP) kepada karyawan nya.

Usaha Kue Bangkit Kenanga juga memiliki lima karyawan, empat karyawan yang bertugas untuk membuat kue dan juga membungkus kue. Sedangkan, satu karyawan lagi ditugaskan untuk menjadi kurir dalam mengantar produk untuk dijual ke Toko Manisan.

Adapun tugas wewenang Pemilik yaitu :

- 1) Mengatur dan memimpin jalannya usaha Kue Bangkit Kenanga.
- 2) Mengontrol dan mengawasi karyawan dalam pembuatan kue.

Ada juga tugas dari karyawan yaitu :

- 1) Bertanggung jawab terhadap seluruh pembuatan produk yang ada di Kue Bangkit Kenanga.
- 2) Memberikan pelayanan yang baik kepada pelanggan Kue Bangkit Kenanga.

PEMBAHASAN

1. Aspek pemasaran, dengan produk yang berkualitas, harga yang terjangkau, pendistribusian produk yang cukup luas untuk di dalam kota, dan sudah sangat jelas target pasar yang ditarget oleh Kue Bangkit Kenanga. Dimana hasil produksi dari Kue Bangkit sudah tersebar di banyak Toko Manisan yang ada di Bandar Lampung.
2. Aspek manajemen, dimana sudah jelas siapa yang mengontrol, merencanakan, mengendalikan, dan juga memberikan SOP kepada karyawan nya dalam mendistribusikan Kue Bangkit Kenanga.

KESIMPULAN

Berdasarkan dengan hasil pengolahan data penelitian, usaha Kue Bangkit Kenanga yang telah dilaksanakan berdasarkan studi kelayakan bisnis melalui aspek pasar dan pemasaran dan aspek manajemen, penulis akan mengambil kesimpulan secara menyeluruh, yaitu :

1. Dari aspek pasar dan pemasaran, Kue Bangkit Kenanga ini layak untuk dijalankan dikarenakan dengan target pasar yang sangat jelas dan untuk 4P terkait dengan product yang berinovasi, place dengan pendistribusian di toko manisan yang dititipkan untuk produk kue bangkit sudah strategis, price yang sesuai dengan kantong masyarakat, dan juga promotion yang dilakukan dalam menarik minat konsumen perlu ditingkatkan.
2. Aspek manajemen yang sudah sangat jelas manajemennya dimana pemilik usaha yang mengontrol, dan mengendalikan seluruh karyawannya dalam menjalankan usaha ini.
3. Dari aspek pasar dan pemasaran pada Kue Bangkit Kenanga agar bisa mempromosikan produk nya di media sosial dan juga bisa melakukan shipping keluar kota agar dapat lebih meningkatkan penghasilannya.
4. Dari aspek manajemen, diharapkan dapat menambah sumber daya manusia agar dapat meningkatkan kualitas produk sehingga konsumen merasa lebih puas dengan produk kue bangkit.
5. Dari tempat, disarankan kedepannya agar bisa membangun offline store dengan lokasi yang strategis agar masyarakat bisa lebih mengenal produk Kue Bangkit Kenanga.

DAFTAR PUSTAKA

Abidatul Afiah, Saifi, Dwiatmanto. (2015). Analisis Kelayakan Usaha Pendirian Home Industry (Studi Kasus Pada Home Industry Cokelat “Cozy” Kademangan Blitar).

- Hadian Wijoyo, dkk. (2021). Pengantar Bisnis . Selayo, Sumatra Barat: CV Insan Cendekia Mandiri.
- Kamaluddin, A. (2017). Administrasi Bisnis. Makassar: CV Sah Media.
- Kasmir dan Jakfar. (2013). Studi Kelayakan Bisnis. Jakarta: Prenada Media Group.
- Nainggolan, O. V. (2017). Analisis Kelayakan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Sepatu dan Sandal di Bogor. Jurnal Bina Akuntansi.
- Nathaniel, R. (2019). Pengantar Bisnis . Sidoarjo: Uwais Inspirasi Indonesia.
- Nurmalia Hasanah, Saparuddin Muhtar, Indah Muliastari. (2020). Mudah Memahami Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Sidoarjo: Uwais Inspirasi Indonesia.
- Prasetyo, E. (2008). Peran Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dalam Kebijakan Penanggulangan Kemiskinan dan Pengangguran. Akmenika UPY.
- Puji Hastuti, dkk. (2020). Kewirausahaan UMKM. Yayasan Kita Menulis.
- Rochmat Aldy, Purnomo Riawan, La Ode Sugianto. (2017). Studi Kelayakan Bisnis . Ponorogo : Unmuh Ponorogo Press.
- Subagiyo, A. (2008). Studi Kelayakan Teori dan Aplikasi. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Suci, Y. R. (2017). Perkembangan UMKM (Usaha Kecil Mikro dan Menengah) di Indonesia. Jurnal Ilmiah Cano Ekonomos, 51-58.
- Sugiyono. (2013). Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif . CV. Alfabeta.
- Sulasi, dkk. (2021). Studi Kelayakan Bisnis . Yayasan Kita Menulis.
- Wardiningsih, R. (2022). Analisis Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat di Kecamatan Pujut. Jurnal Pendidikan dan Sosial Budaya.
- Watrianthos, dkk. (2020). Kewirausahaan dan Strategi Bisnis . Yayasan Kita Menulis.
- Daengs, G. S. A., Istanti, E., Negoro, R. M. B. K., & Sanusi, R. (2020). The Aftermath of Management Action on Competitive Advantage Through Process Attributes at Food and Beverage Industries Export Import in Perak Harbor of Surabaya. International Journal Of Criminology and Sociologi, 9, 1418–1425
- Eddy Istanti¹⁾, Bramastyo Kusumo²⁾, I.N. (2020). IMPLEMENTASI HARGA, KUALITAS PELAYANAN DAN PEMBELIAN BERULANG PADA PENJUALAN PRODUK GAMIS AFIFATHIN. Ekonomika 45, 8(1), 1–10
- Iwa Soemantri, Asep et al. 2020. Entrepreneurship Orientation Strategy, Market Orientation And Its Effect On Business Performance In MSMEs. Jurnal EKSPEKTRA Unitomo Vol. IV No. 1, Hal. 1-10