

ANALISIS KELAYAKAN EKSPANSI BISNIS FRANCHISE MINUMAN : STUDI PADA ES TEH “Ket Tea”

Laura Octalia¹, Ria Angelina², Siska Khoirun Nisa³, R.R Wening Ken Widodasih⁴

^{1,2,3,4}Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pelita Bangsa, Indonesia

Email: octalia.112110584@mhs.pelitabangsa.ac.id¹,

riaangelina.112110507@mhs.pelitabangsa.ac.id²,

siskakhoirunnisa.112110471@mhs.pelitabangsa.ac.id³, wening.ken@pelitabangsa.ac.id⁴

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi kelayakan bisnis dalam ekspansi franchise Es Teh “Ket Tea”, sebuah merek minuman es teh populer yang menawarkan berbagai varian rasa dan menarik bagi berbagai kalangan. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan metode studi kasus, mengumpulkan data melalui observasi, wawancara, dan studi literatur. Analisis kelayakan meliputi aspek hukum, pemasaran, keuangan, dan manajemen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Es Teh “Ket Tea” memiliki potensi pertumbuhan yang kuat berkat lokasinya yang strategis, produk inovatif, dan penggunaan pemasaran media sosial yang efektif. Analisis keuangan memproyeksikan titik impas (BEP) dalam 15 bulan dengan Return on Investment (ROI) tahunan sebesar 85,025%. Kesimpulannya, Es Teh “Ket Tea” berada dalam posisi yang baik untuk ekspansi Franchise yang sukses, didukung oleh struktur organisasi yang sederhana namun efisien serta fokus pada kualitas dan inovasi produk. Bisnis ini disarankan untuk meningkatkan diversifikasi produk, memperluas upaya pemasaran, dan terus fokus pada praktik keberlanjutan lingkungan untuk menarik audiens yang lebih luas.

Kata Kunci: Kelayakan, Bisnis, Ekspansi, Franchise.

Abstract

This study aims to evaluate the feasibility of the business in the expansion of the Es Teh “Ket Tea” franchise, a popular iced tea beverage brand that offers various flavor variants and appeals to various groups. This study uses a qualitative descriptive approach with a case study method, collecting data through observation, interviews, and literature studies. Feasibility analysis includes legal, marketing, financial, and management aspects. The results of the study show that Es Teh “Ket Tea” has strong growth potential thanks to its strategic location, innovative products, and effective use of social media marketing. Financial analysis projects a break-even point (BEP) in 15 months with an annual Return on Investment (ROI) of 85.025%. The conclusion, Es The “Ket Tea” is well positioned for a successful franchise expansion, supported by a simple but efficient organizational structure and a focus on product quality and innovation. The business is advised to increase product diversification, expand marketing efforts, and continue to focus on environmental sustainability practices to attract a wider audience.

Keywords: Feasibility, Business, Expansion, Franchise.

A. PENDAHULUAN

Setiap usaha dituntut untuk terus tumbuh dan berkembang dalam dunia ekonomi, sehingga pada titik tertentu ekspansi usaha menjadi langkah penting dalam rangka pengembangan. Untuk itu, perencanaan yang terukur dalam bentuk analisis kelayakan bisnis sangat diperlukan. Salah satu aspek penting dalam studi kelayakan bisnis adalah aspek produksi. Di era globalisasi saat ini, perkembangan bisnis sangat mempengaruhi para pelaku usaha untuk mengubah pola pikir mereka agar dapat mengikuti tren guna memperluas usaha dan meningkatkan pertumbuhan perusahaan. Keberhasilan penentuan aspek kelayakan bergantung pada ketepatan dan ketelitian analisis, karena kesalahan dalam analisis dapat berdampak fatal. Sebuah produk dianggap layak secara teknis apabila dapat diterima oleh pengguna, dibuat dalam jumlah besar, dan didistribusikan secara luas. Pilihan teknologi yang tepat, termasuk peralatan yang mendukung kebutuhan produksi, sangat penting karena akan memengaruhi kinerja perusahaan. Teknologi yang tepat tidak hanya mempermudah proses produksi, tetapi juga berkontribusi pada peningkatan penjualan produk. (Wahyuni et al., 2022).

Studi kelayakan bisnis merupakan aktivitas yang meneliti secara menyeluruh tentang bisnis atau usaha yang direncanakan, dengan tujuan menentukan apakah bisnis tersebut dapat dilaksanakan atau tidak, untuk mengetahui apakah bisnis tersebut layak atau tidak untuk dijalankan. studi kelayakan bisnis akan memberikan gambaran seperti apa bisnis tersebut kedepannya (Mathory & Nurmaida, 2023). Menurut Jumingan (2009) dalam (Anvaulauvaa R et al., 2024), studi kelayakan adalah evaluasi menyeluruh yang dilakukan untuk mengevaluasi seberapa berhasil suatu proyek. Tujuan dari studi kelayakan proyek adalah untuk menghindari investasi berlebihan pada kegiatan yang mungkin tidak menguntungkan, serta untuk menilai apakah proyek tersebut layak dijalankan. Kelayakan ini mencakup manfaat baik dari segi finansial maupun sosial. Siapa pun yang memiliki modal dapat memulai usaha, tetapi mencapai keberhasilan dalam usaha tersebut tidaklah sederhana. Keberhasilan usaha dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti peluang pasar, kondisi persaingan, dan faktor lainnya (Husain & Lukum, 2022).

Berdasarkan Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Minuman adalah sesuatu atau barang yang diminum atau kekinian berarti keadaan sekarang atau terkini, minuman kekinian

merujuk pada minuman yang selaras dengan tren modern. Istilah ini mengacu pada minuman yang memiliki inovasi dan popularitas, baik karena rasa maupun karakteristik uniknya. Beberapa contoh minuman kekinian antara lain es teh (Salatalohy et al., 2024).

Es teh menjadi fenomena menarik di dunia kuliner, terutama karena popularitasnya yang meluas di berbagai kalangan dan negara. Sebagai minuman yang sederhana namun menyegarkan, es teh kini tidak hanya disajikan dalam bentuk tradisional, tetapi juga hadir dengan berbagai inovasi, seperti es teh manis, tawar, hingga rasa buah yang mengikuti tren gaya hidup modern. Di Indonesia, minuman ini sering dijadikan pilihan utama di restoran dan kafe, bahkan menjadi produk unggulan beberapa brand besar dan UMKM. Bisnis franchise atau Franchise terus berkembang pesat di Indonesia, termasuk di sektor minuman. Salah satu brand yang menarik perhatian adalah Es Teh “Ket Tea”, yang menawarkan berbagai varian es teh dengan konsep kekinian. Dengan pertumbuhan ekonomi yang signifikan di berbagai daerah, ekspansi bisnis franchise menjadi pilihan strategis bagi banyak pengusaha.

Es Teh “Ket Tea” adalah merek minuman yang menawarkan es teh dengan berbagai varian rasa yang dipadukan menjadi minuman yang diminati oleh anak muda. Penyajian yang menarik dan pengemasan yang praktis menjadi daya tarik utama produk ini. Selain itu, “Ket Tea” juga menawarkan menu olahan teh dengan tambahan varian rasa serta makanan pendamping yang cocok untuk dinikmati kapan saja. Studi kelayakan ekspansi bisnis franchise Es Teh “Ket Tea”, ini penting dilakukan untuk menilai potensi keberhasilan dan risiko yang mungkin dihadapi dalam pengembangan usaha. Analisis ini akan membantu para investor dan calon franchisee. Analisis ini akan membantu para investor dan calon franchisee dalam mengambil keputusan investasi yang tepat.

B. LANDASAN TEORI

1. Studi Kelayakan

Studi kelayakan merupakan proses evaluasi yang dilakukan secara komprehensif dan mendetail untuk menilai kelayakan atau potensi keberhasilan dari suatu usaha. Evaluasi ini melibatkan analisis perbandingan antara berbagai faktor penting yang mempengaruhi keberlangsungan dan profitabilitas usaha tersebut, sehingga dapat memberikan gambaran yang lebih jelas mengenai prospek bisnis di masa depan Johan Suwinto (2011) dalam (Rahmadani & Makmur, 2022)

Studi kelayakan bisnis merupakan suatu proses yang tidak hanya berfokus pada penemuan peluang usaha, tetapi juga pada perencanaan yang matang serta pengembangan seluruh aktivitas operasional dengan tujuan untuk menghasilkan keuntungan. Hal ini dilakukan melalui penyediaan barang dan jasa yang sesuai dengan kebutuhan perekonomian yang lebih luas. Inti dari studi ini terletak pada kemampuan untuk mengambil keputusan yang didasarkan pada analisis mendalam, guna menentukan apakah suatu usaha memiliki potensi untuk dijalankan dengan sukses atau tidak Menurut Rochmat Aldy dan Purnomo Riawan (2017) dalam (Hildah Meliyana & Abdur Rohman, 2024)

2. Franchise

Menurut Bhakti (2017), franchise adalah salah satu model bisnis di mana pihak pertama, yang dikenal sebagai franchisor, memberikan izin kepada pihak kedua, yang disebut franchisee, untuk mendistribusikan barang atau jasa dalam wilayah geografis tertentu dan selama jangka waktu yang telah ditetapkan. Dalam menjalankan bisnis tersebut, franchisee berhak menggunakan merek dagang, logo, serta sistem operasional yang dimiliki dan telah dikembangkan oleh franchisor (Ernawati, 2022)

3. Ekspansi

Ekspansi mengacu pada suatu proses atau tindakan yang bertujuan untuk memperluas jangkauan atau ukuran dari sesuatu, menjadikannya lebih besar atau lebih luas. Dalam konteks bisnis, ekspansi berarti pengembangan usaha yang dilakukan untuk memperbesar pangsa pasar, baik dengan menambah lini produk maupun memperluas area operasional. Proses ekspansi ini dapat ditempuh melalui peningkatan kapasitas produksi dengan menambah jumlah mesin atau peralatan yang digunakan, atau dengan membuka cabang baru guna memperluas kehadiran perusahaan di berbagai wilayah (Sahara & Nasution, 2024)

C. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan metode studi kasus. Data dikumpulkan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi serta studi literatur kutipan para ahli dan juga hasil penelitian-penelitian sebelumnya yang telah dirangkum oleh penulis serta pemikiran dari sudut pandang penulis guna untuk mencari tahu tentang analisis aspek produksi dalam studi kelayakan bisnis. Objek penelitian adalah prospek pengembangan usaha Es Teh “Ket Tea”, dalam meningkatkan pendapatan pada bisnis Franchise.

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Profil Usaha

Es Teh “Ket Tea”, adalah usaha minuman inovatif yang mengkhususkan diri dalam varian es teh berkualitas tinggi. Usaha ini bertujuan untuk menawarkan pengalaman minum yang menyegarkan dan menggugah selera dengan menggabungkan rasa teh tradisional dengan sentuhan modern yang kreatif. Pendekatan ini sejalan dengan tren pasar saat ini yang mengutamakan pilihan minuman yang inovatif dan unik.

Aspek Penelitian	Keterangan
Harga Produk	Es teh original Small Rp 3.000 Jumbo Rp 5.000
	Es Jeruk Jumbo Rp 8.000
	Lemon Tea Jumbo Rp 8.000
Lokasi Usaha	Alamat: GCC Sakura F3/9, Cikarang Utara.
	Lokasi strategis di kawasan bisnis dengan potensi untuk membuka cabang atau franchise di masa depan.
Target Pasar	Semua kalangan usia (anak-anak, remaja, dan dewasa)
Strategi Pemasaran	Media Sosial: WhatsApp dan Facebook digunakan untuk promosi dan interaksi pelanggan.

Analisis Kelayakan

Aspek Hukum

Usaha ini telah memperoleh Nomor Induk Berusaha (NIB: 1231000620155), yang merupakan langkah penting dalam memastikan kepatuhan hukum. Hal tersebut sejalan dengan apa yang ditekankan oleh Suliyanto (2010) mengenai pentingnya memenuhi persyaratan

hukum sebelum memulai suatu usaha (Rahmadani & Makmur, 2022). Hukum bisnis bertujuan untuk memberikan keadilan dan kepastian hukum bagi para pelaku bisnis dalam menjalankan usaha mereka (Garaika, 2020) dalam (Damayanti et al., 2024). Menurut (Suliyanto, 2010) dalam (Aydra et al., 2020), ketentuan hukum untuk setiap jenis usaha berbeda – beda, tergantung pada kompleksitas bisnis tersebut. Adanya otonomi daerah menyebabkan ketentuan hukum dan perizinan antara daerah yang satu dengan daerah yang lain berbeda -beda.

Aspek Pemasaran

Strategi pemasaran yang digunakan oleh “Ket Tea” sejalan dengan definisi pemasaran Sunyoto (2014) sebagai sistem bisnis yang berfungsi untuk memenuhi keinginan pelanggan dan menjangkau pasar sasaran dengan merencanakan, menetapkan harga, mempromosikan, dan mendistribusikan produk. “Ket Tea” menerapkan beragam strategi. Di antaranya, pemasaran melalui platform media sosial dan kerjasama dengan influencer lokal. Pendekatan ini mencerminkan pemahaman yang mendalam dan komprehensif tentang berbagai teknik pemasaran modern yang efektif. Dengan cara tersebut, “Ket Tea” mampu membangun koneksi lebih dekat dengan audiens target, sekaligus memperkuat posisinya di pasar yang kompetitif (Rahmadani & Makmur, 2022). Pemasaran merupakan rangkaian aktivitas bisnis yang disusun untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan, serta mendistribusikan produk yang mampu memenuhi kebutuhan konsumen, sekaligus mencapai target pasar dan tujuan perusahaan Sunyoto (2014:32) dalam (Br Bangun et al., 2022).

Aspek Keuangan

Rencana bisnis untuk membuka outlet baru dan memperluas program Franchise mencerminkan penekanan pada pertumbuhan finansial dan potensi skalabilitas. Hal ini sejalan dengan pandangan Fahmi (2014) tentang pentingnya perencanaan keuangan dalam studi kelayakan bisnis (Rahmadani & Makmur, 2022). Menurut Husman dan Muhammad (2005) dalam (Puspita et al., 2022), Aspek keuangan merupakan salah satu elemen penting dalam analisis studi kelayakan bisnis yang berfungsi untuk mengevaluasi manfaat yang diperoleh dari usaha tersebut. Investasi awal untuk paket kemitraan adalah Rp 4.800.000, yang mencakup berbagai peralatan dan dukungan untuk memulai usaha.

1. Proyeksi pendapatan bulanan diestimasi sekitar Rp 12.900.000, berdasarkan asumsi penjualan harian untuk berbagai produk.

2. Biaya operasional bulanan diperkirakan sekitar Rp 9.370.000, termasuk sewa, gaji, bahan baku, dan biaya lainnya.
3. Laba bersih bulanan diproyeksikan sekitar Rp 3.401.000 setelah dikurangi pajak.
4. Break Even Point (BEP) diperkirakan tercapai dalam waktu sekitar 1,5 bulan, yang menunjukkan potensi pengembalian investasi yang cepat.
5. Return on Investment (ROI) tahunan dihitung sekitar 850,25%, yang menunjukkan potensi keuntungan yang sangat tinggi.

Aspek Manajemen

Struktur organisasi, meskipun sederhana, mencakup peran-peran kunci termasuk pemilik/CEO, staf administrasi, dan barista. Struktur ini, meskipun dasar, memberikan fondasi untuk manajemen dan operasi yang efektif, seperti yang disorot oleh Dina Inayati (2009) mengenai pentingnya manajemen profesional dalam keberhasilan proyek (Rahmadani & Makmur, 2022). Aspek manajemen dan organisasi adalah faktor yang cukup penting untuk menentukan kelayakan suatu usaha. Meskipun sebuah usaha telah dinyatakan layak untuk dijalankan, tanpa dukungan manajemen dan organisasi yang baik, risiko kegagalan tetap ada. Hal ini mencakup pengelolaan sumber daya manusia dan perencanaan perusahaan yang disusun sesuai dengan tujuan perusahaan, yang akan lebih mudah dicapai jika mengikuti prinsip-prinsip dan tahapan dalam proses manajemen (Amalia et al., 2024).

Aspek Produksi

Variasi produk yang ditawarkan menunjukkan sistem produksi yang terencana dengan baik. Analisis yang lebih mendalam mengenai aspek produksi, sebagaimana ditekankan oleh Jumingan (2011), akan sangat berguna untuk mengevaluasi kelayakan bisnis secara komprehensif (Rahmadani & Makmur, 2022). Aspek produksi adalah elemen penting dalam menilai kelayakan sebuah bisnis. Sebuah produk dianggap layak secara teknis jika dapat diproduksi dengan baik, dalam jumlah besar, dan dipasarkan secara efektif. Penggunaan teknologi yang tepat dapat mempercepat proses produksi, meningkatkan kualitas produk, dan memperbesar peluang keuntungan pemasaran (Wahyuni et al., 2022) dalam (Ni Made Bunga Kinanti Mara Yasa et al., 2024).

1. Lokasi dan Fasilitas Produksi
 - a. Lokasi: GCC Sakura F3/9, Cikarang Utara (strategis di kawasan bisnis)

- b. Fasilitas: Booth, mesin press, termos es, saringan teh, dll.
2. Bahan Baku dan Proses Produksi
 - a. Bahan utama: Teh berkualitas, es kristal, air bersih, bahan tambahan (jeruk, lemon)
 - b. Proses: Penyeduhan teh → Penyaringan teh → Persiapan es → Pencampuran → Pengemasan/press
3. Kapasitas dan Manajemen Produksi
 - a. Kapasitas harian: 80 cup (berbagai varian)
 - b. Manajemen kualitas: Standarisasi proses, pelatihan karyawan, pengecekan rutin
 - c. Persediaan: Sistem FIFO, pemantauan stok harian, pemesanan mingguan
4. Inovasi dan Keberlanjutan
 - a. Pengembangan varian rasa baru secara berkala
 - b. Fokus pada efisiensi dan praktik ramah lingkungan

Aspek produksi Es Teh “Ket Tea” menunjukkan potensi yang baik dengan fasilitas memadai, proses terstandar, dan fokus pada kualitas. Kapasitas produksi saat ini cukup untuk memenuhi permintaan pasar, dengan ruang untuk peningkatan. Manajemen yang baik dan fokus pada inovasi mendukung prospek pertumbuhan jangka panjang.

5. Rencana Pengembangan Usaha

Rencana “Ket Tea” untuk membuka outlet baru dan mengembangkan program Franchise menunjukkan strategi yang jelas untuk ekspansi bisnis. Pendekatan ini sejalan dengan konsep ekspansi bisnis yang diuraikan oleh Siti Sahara dan Salman Nasution (2023), yang melibatkan strategi untuk memperluas pangsa pasar dengan cara menambahkan lini produk baru atau meningkatkan kapasitas produksi yang ada. Dengan demikian, perusahaan dapat meningkatkan daya saingnya dan memenuhi permintaan pasar yang terus berkembang.

Program Franchise, secara khusus, menawarkan peluang besar untuk ekspansi cepat dan peningkatan merek. Menurut Bhakti (2017), Franchise memberikan kesempatan untuk mendistribusikan produk atau layanan dalam wilayah geografis dan jangka waktu tertentu dengan memanfaatkan merek, logo, serta sistem operasi dari pihak franchisor (Rahmadani & Makmur, 2022).

E. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Es Teh “Ket Tea” adalah bisnis minuman inovatif yang menawarkan varian es teh berkualitas dengan sentuhan modern, yang sangat diminati oleh berbagai kalangan. Produk ini mengikuti tren pasar yang mengutamakan inovasi rasa, serta memanfaatkan strategi pemasaran melalui media sosial dan kolaborasi dengan influencer lokal. Dengan lokasi yang strategis di kawasan bisnis dan harga produk yang terjangkau, “Ket Tea” memiliki potensi besar untuk terus berkembang. Rencana ekspansi melalui pembukaan outlet baru dan program Franchise menunjukkan strategi yang jelas untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan daya saing bisnis di industri minuman. Dari segi keuangan, Es Teh “Ket Tea” diproyeksikan memiliki laba bersih yang baik, dengan BEP yang diperkirakan tercapai dalam 15 bulan dan ROI tahunan sebesar 850,25%. Struktur organisasi yang sederhana namun efektif mendukung kelancaran operasional bisnis, sementara proses produksi yang terstandar memastikan kualitas produk yang konsisten. Dengan fokus pada inovasi produk dan praktik ramah lingkungan, serta kepatuhan terhadap persyaratan hukum, Es Teh “Ket Tea” menunjukkan potensi besar untuk sukses dalam jangka panjang, baik bagi pengusaha maupun calon franchisee yang tertarik bergabung.

Saran

Berdasarkan analisis bisnis Es Teh “Ket Tea”, disarankan untuk memperkuat strategi diversifikasi produk dengan menambahkan inovasi rasa yang sesuai dengan tren pasar, serta meningkatkan pemasaran melalui media sosial dan kolaborasi dengan influencer untuk memperluas jangkauan audiens. Selain itu, pengembangan program franchise harus lebih fleksibel untuk menarik mitra dari berbagai daerah, sementara pelatihan karyawan secara rutin perlu dilakukan untuk menjaga kualitas produk dan pelayanan. Fokus pada keberlanjutan lingkungan melalui penggunaan kemasan ramah lingkungan dan praktik produksi efisien akan menarik konsumen yang peduli terhadap isu lingkungan. Terakhir, penting untuk melakukan analisis keuangan yang lebih mendalam untuk memberikan gambaran yang jelas bagi calon investor, serta menjalin kolaborasi dengan UMKM lokal untuk memperkuat jaringan pemasok dan memperluas pemasaran.

DAFTAR PUSTAKA

- Amalia, F. F., Manurung, J. N., Savitri, M. I., Munawaroh, S., & Ken W, R. . W. (2024). Analisis Studi Kelayakan Bisnis pada Seblak Teh Uun di Dusun Cambay Desa Jatibaru (Studi Kasus pada Aspek Pemasaran dan Aspek Manajemen). *BUDGETING: Journal of Business, Management and Accounting*, 5(2), 808– 814. <https://doi.org/10.31539/budgeting.v5i2.8645>
- Anvaulauvaa R, R., Priambudi, T. W., Nugraha, O. C., Purwati, P., & Ingarwati, K. (2024). Analisis Kelayakan Ekspansi Warung Makan “Salsabila.” *Jurnal Pengabdian Dan Kewirausahaan*, 8(1), 57–69. <https://doi.org/10.30813/jpk.v8i1.5311>
- Aydra, M. D., Kuswardani, R. A., & Simanullang, E. S. (2020). Analisis Kelayakan Usaha Tahu Mandiri Desa Kotangan Kecamatan Galang Kabupaten Deli Serdang. *Jurnal Ilmiah Pertanian (JIPERTA)*, 2(1), 98–108. <https://doi.org/10.31289/jiperta.v2i1.237>
- Br Bangun, C. F., Yuniar, V., & Bugis, S. W. (2022). Transformasi Manageria Journal of Islamic Education Management Analisis Studi Kelayakan Bisnis pada Pengembangan UMKM Usaha Tahu dan Tempe di Desa Pondok Jeruk Ditinjau dari Aspek Produksi, Aspek Pemasaran dan Aspek Keuangan. *Journal of Islamic Education Management*, 2(2), 142–151. <https://doi.org/10.47476/manageria.v2i2.929>
- Damayanti, N., Widastuti, A. T., Paningal, B., Rosyadi, I., Julia, I., Sinatra, R. D., & Triesa, S. A. (2024). Analisis Kelayakan Bisnis Pada Salon Laulina Beauty Corner Meliputi : Aspek Keuangan, Aspek Pasar Dan Pemasaran, Aspek Sumber Daya Manusia, Aspek Hukum Dan Aspek Lingkungan. *Journal of Economics Management Business and Accounting*, 3(2), 179–192. <https://doi.org/10.34010/jemba.v3i2.11451>
- Ernawati, E. (2022). *Seminar Nasional Potensi dan Kemandirian Daerah: ANALISIS STUDI KELAYAKAN INVESTASI WARALABA (FRANCHISE) (STUDI KASUS:PADA PRODUK MINUMAN"DINGIN KOE")*. 1–6.
- Hildah Meliyana, & Abdur Rohman. (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>
- Husain, S. P., & Lukum, A. (2022). Studi Kelayakan Bisnis Untuk Wirausaha di Desa Pentadio Barat Kecamatan Telaga Biru. *Mopolayio : Jurnal Pengabdian Ekonomi*, 1(2), 123–128. <https://doi.org/10.37479/mopolayio.v1i2.25>

- Mathory, E. A. S., & Nurmaida. (2023). Studi Kelayakan Bisnis Untuk Meningkatkan Peluang Usaha Pada Bakso Goreng Baper. *INKUBIS: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 5(2), 211–226. <https://inkubis.polteksci.ac.id/index.php/ink/article/view/76/292>
- Ni Made Bunga Kinanti Mara Yasa, Indah Ramadhaniah, Raihan Hakim Suryanegara, Fajar Diva Pratama, & RR. Wening Ken Widodasih. (2024). Analisis Studi Kelayakan Bisnis Ditinjau Dari Aspek Hukum, Pemasaran Dan Produksi Pada Usaha Tempe Giling Bersih Dahlan (Dhl). *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 9(1), 315–323.
- Puspita, D., Ervina, N., & Matwar, H. (2022). Analisis Studi Kelayakan Bisnis terhadap Usaha Kerupuk Sari Rasa di Desa Deli Serdang Ditinjau Dari Aspek Produksi, Aspek Pemasaran dan Aspek Keuangan. *VISA: Journal of Vision and Ideas*, 2(3), 218–230. <https://doi.org/10.47467/visa.v2i3.969>
- Rahmadani, S., & Makmur. (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. <https://doi.org/10.47467/manageria.v2i2.929>
- Sahara, S., & Nasution, S. (2024). Analisis Studi Kelayakan Bisnis UMKM Gerobak Chicken Steak Dalam Mengekspansi Usaha di Kecamatan Medan Perjuangan. *Manajemen Akuntansi (JUMSI)*, 15(1), 37–48.
- Salatalohy, N. S., Nusamara, E. M., Likumahua, G. J. S., Hataul, R. A., Sahetapy, A., Anisa, I., Rumadan, S., & Zefany, M. (2024). Studi Kelayakan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Minuman Kekinian “Bubble Haluw.” *Tagalaya*, 1(1), 25–32.
- Wahyuni, Fatih, M. L., Syahrani Hsb, R. M., Sakina, S., & Suhairi, S. (2022). Analisis Studi Kelayakan Bisnis Dalam Aspek Produksi. *VISA: Journal of Vision and Ideas*, 2(2), 126–134. <https://doi.org/10.47467/visa.v2i2.960>