

## STUDI KELAYAKAN BISNIS DAN STRATEGI PEMASARAN PADA RUMAH MAKAN AMBUN PAGI: ANALISIS ASPEK LOKASI, TARGET PASAR, DAN POTENSI KEUANGAN

Yulia Citra Pratiwi<sup>1</sup>, Yulia Sawitri<sup>2</sup>, Syakilla Putri Alzahra<sup>3</sup>, R.R Wening Ken Widodasih<sup>4</sup>

<sup>1,2,3,4</sup>Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pelita Bangsa, Indonesia

Email: [pratiwi.112110590@mhs.pelitabangsa.ac.id](mailto:pratiwi.112110590@mhs.pelitabangsa.ac.id)<sup>1</sup>,

[yuliasawitri112110578@mhs.pelitabangsa.ac.id](mailto:yuliasawitri112110578@mhs.pelitabangsa.ac.id)<sup>2</sup>,

[sykillaputri.112110576@mhs.pelitabangsa.ac.id](mailto:sykillaputri.112110576@mhs.pelitabangsa.ac.id)<sup>3</sup>, [wening.ken@pelitabangsa.ac.id](mailto:wening.ken@pelitabangsa.ac.id)<sup>4</sup>

### Abstrak

Penelitian ini mengkaji studi kelayakan pengembangan usaha Rumah Makan Ambun Pagi Masakan Padang yang berlokasi di Jalan Urip Sumoharjo, Cikarang Timur, Bekasi. Menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif, penelitian ini menganalisis berbagai aspek kelayakan bisnis termasuk konsep menu, target pasar, strategi harga, dan analisis keuangan. Data diperoleh melalui observasi partisipatif dan wawancara dengan pemilik usaha, Bapak Azwir. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Rumah Makan Ambun Pagi memiliki potensi pengembangan yang baik dengan mempertimbangkan keaslian rasa masakan Padang, variasi menu, dan segmentasi pasar yang tepat. Analisis keuangan dilakukan dengan membandingkan skenario optimis dan pesimis untuk menentukan titik impas investasi. Penelitian ini merekomendasikan pentingnya mempertahankan kualitas dan keaslian rasa, mengoptimalkan strategi pemasaran, serta melakukan efisiensi operasional untuk menjamin keberlanjutan usaha. Studi ini juga menekankan pentingnya memperhatikan aspek lokasi, target pasar, dan potensi perkembangan daerah dalam menentukan keberhasilan pengembangan usaha rumah makan Padang.

**Kata Kunci:** Studi Kelayakan Bisnis, Strategi Pemasaran, Lokasi Usaha, Restoran, Keuangan.

### Abstract

*This research examines the feasibility study of developing the Ambun Pagi Padang Food Restaurant located on Jalan Urip Sumoharjo, East Cikarang, Bekasi. Using a qualitative descriptive approach, this research analyzes various aspects of business feasibility including menu concept, target market, pricing strategy, and financial analysis. Data was obtained through participant observation and interviews with the business owner, Mr. Azwir. The research results show that Rumah Makan Ambun Pagi has good development potential by considering the authenticity of the taste of Padang cuisine, menu variations and appropriate market segmentation. Financial analysis is carried out by comparing optimistic and pessimistic scenarios to determine the investment break-even point. This research recommends the importance of maintaining quality and authenticity of taste, optimizing marketing strategies, and implementing operational efficiency to ensure business sustainability. This study also emphasizes the importance of paying*

*attention to aspects of location, target market, and regional development potential in determining the success of developing a Padang restaurant business.*

**Keywords:** *Business Feasibility Study, Marketing Strategy, Business Location, Restaurants, Finance.*

## A. PENDAHULUAN

Ekonomi setiap bisnis diharapkan untuk tumbuh dan berkembang, sehingga pada tahap tertentu diperlukan ekspansi usaha sebagai bagian dari upaya pengembangan. Untuk mengembangkan usaha secara efektif, perencanaan yang terukur melalui analisis kelayakan bisnis sangat diperlukan. Salah satu aspek penting dalam studi kelayakan bisnis adalah aspek produksi. Dalam era globalisasi saat ini, perkembangan bisnis sangat mempengaruhi pengusaha UMKM untuk mengubah pola pikir mereka, mengikuti tren terkini agar dapat mengembangkan usaha serta mendukung pertumbuhan entitas bisnis UMKM tersebut. (Wahyuni et al., 2022).

Moch Aldean (2022) mengemukakan bahwa usaha kecil dan menengah mencakup transaksi atau usaha yang dilakukan oleh individu, rumah tangga, atau usaha skala kecil. UMKM merupakan singkatan dari Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. Jenis UMKM ini memiliki banyak peminat, karena usaha kuliner dianggap sebagai bisnis yang akan selalu bertahan dengan berjalannya waktu. Namun, hal ini tidak berarti bahwa bisnis kuliner UMKM akan selalu berhasil tanpa tantangan (Oktavia et al., n.d.). Indonesia adalah negara yang kaya akan keunikan dan keragaman suku serta budaya. Setiap wilayah memiliki karakteristik tersendiri, mulai dari bahasa, adat, tarian, busana tradisional, hingga kuliner khas. Setiap daerah menonjol dengan identitas uniknya, mencerminkan keanekaragaman tradisi yang ada di seluruh nusantara (Julianto et al., 2024). Salah satu kuliner yang paling terkenal di Indonesia adalah kuliner Rumah Makan Padang yang mempunyai makanan khas daerah tersendiri. Masakan Padang ini berasal dari Sumatera Barat.

Prinsip ini juga terlihat dalam industri kuliner, di mana masakan tradisional menjadi bagian penting dari budaya daerah yang mendukung pertumbuhan bisnis. Contohnya adalah Rumah Makan Ambun Pagi Masakan Padang, dengan hidangan khas dari Minangkabau yang telah lama terkenal dengan cita rasanya yang melimpah akan rempah-rempah. Nasi Padang sangat digemari karena ragam lauk pauknya yang melimpah. Sebagai salah satu hidangan khas dari Padang, memiliki beragam pilihan lauk, mulai dari rendang, ayam gulai, dendeng balado, terong balado, tongkol balado, telur balado, kikil, cimcang, telur dadar, kepala ikan kakap dan

lainnya. Rumah makan masakan padang biasanya menawarkan setidaknya 10 jenis lauk yang berbeda. Variasi ini membuat pengunjung tidak mudah merasa bosan, karena selalu ada pilihan lain yang menggugah selera (pergikuliner.com, 2021). Keunikan Nasi Padang telah menarik perhatian dalam berbagai perbincangan. Masyarakat menyadari bahwa porsi nasi padang yang dibungkus, baik lauknya dipisah atau digabung, umumnya lebih besar dibandingkan dengan porsi yang disajikan langsung di restoran. Hal ini membuat banyak konsumen lebih memilih membeli nasi padang dalam kemasan karena dengan harga yang sama, mereka mendapatkan porsi lebih banyak, sehingga dianggap lebih menguntungkan bagi konsumen (NyaringIndonesia.com, 2024).

Era persaingan bisnis yang semakin ketat, melakukan studi kelayakan bisnis menjadi langkah krusial sebelum memulai atau mengembangkan suatu usaha. Rumah Makan Ambun Pagi tidak hanya dianalisis dari aspek lokasi, target pasar, dan potensi keuangan, tetapi juga bagaimana keunikan budaya dan cita rasa masakan Padang menjadi kekuatan tersendiri dalam menghadapi persaingan bisnis kuliner. Strategi pemasaran merupakan upaya yang diterapkan perusahaan untuk memenangkan persaingan pasar secara berkelanjutan. Pentingnya strategi pemasaran tidak dapat diremehkan, karena meskipun perusahaan telah melakukan segmentasi, penentuan posisi, dan perencanaan yang matang, tanpa strategi yang efektif dan terarah, produk yang ditawarkan dapat kalah bersaing. Produk tersebut berisiko dianggap kurang menarik dan tidak mendapat perhatian dari konsumen jika tidak didukung oleh strategi pemasaran yang tepat di bidangnya (Yenerson Nainggolan et al., 2022). Lokasi usaha sangat berpengaruh terhadap kinerja UMKM, karena berhubungan langsung dengan biaya operasional, harga, dan daya saing perusahaan. Ketika mempertimbangkan pembelian atau penyewaan tempat untuk bisnis makanan dan minuman, sangat penting untuk memilih lokasi outlet dengan pertimbangan yang matang (Habiburrahman & Hamali, 2023) dalam (Angelicia et al., 2024).

## **B. LANDASAN TEORI**

### **1. Studi Kelayakan Bisnis**

Studi kelayakan (feasibility study) merupakan dasar penting dalam pengambilan keputusan terkait suatu gagasan atau proyek, baik yang sedang direncanakan maupun yang akan dilaksanakan. Ibrahim dalam Gumelar (2011) mengemukakan bahwa studi kelayakan bisnis merupakan proses evaluasi yang bertujuan untuk mengukur sejauh mana manfaat yang

bisa didapatkan dari pelaksanaan suatu usaha atau proyek (Purnamasari & Hendrawan, 2013). Tujuan dari studi ini adalah untuk menilai apakah proyek tersebut dapat diterima atau sebaliknya. Kelayakan dalam konteks ini mencakup potensi manfaat yang dihasilkan, baik dari segi finansial maupun sosial. Meskipun penilaian terhadap manfaat finansial sering menjadi fokus utama, tidak selalu berarti bahwa kelayakan proyek hanya diukur dari aspek finansial semata, karena manfaat sosial juga memainkan peran penting dalam menentukan keberlanjutannya (Ramdan, 2016) dalam (Julianto et al., 2024).

## **2. Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM)**

Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) merupakan entitas ekonomi kecil yang dikelola secara mandiri oleh individu atau kelompok. Salah satu fokus utama dalam pembangunan ekonomi Indonesia adalah untuk mendorong pertumbuhan sektor UMKM. UMKM memiliki peran vital dalam mengurangi kesenjangan ekonomi di masyarakat dan dapat memberikan kontribusi signifikan terhadap percepatan perubahan struktural. Selain itu, UMKM juga berperan dalam memperkuat ketahanan ekonomi, baik di tingkat lokal maupun nasional (Suryati, 2021).

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan sektor bisnis yang beroperasi pada skala yang lebih kecil dibandingkan perusahaan besar, tetapi memiliki peranan krusial dalam perekonomian dan penciptaan lapangan kerja di banyak negara. Meskipun skala operasionalnya terbatas, UMKM memberikan kontribusi yang signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi dan penciptaan lapangan kerja di berbagai daerah (Yasa et al., 2024).

## **3. Strategi Pemasaran**

Strategi pemasaran adalah proses perencanaan yang mencakup analisis pasar guna mencapai tujuan organisasi yang telah ditentukan sesuai dengan target yang ditetapkan. Menurut Alma (2011), strategi pemasaran mencakup langkah-langkah dalam memilih dan menganalisis pasar sasaran, yaitu kelompok individu yang ingin dijangkau oleh perusahaan, serta merancang bauran pemasaran yang tepat guna memenuhi kebutuhan pasar tersebut (Yenerson Nainggolan et al., 2022).

Strategi pemasaran merupakan alat penting yang dirancang untuk membantu perusahaan mencapai tujuannya dengan membangun keunggulan kompetitif yang berkelanjutan. Pencapaian ini dilakukan melalui pemilihan pasar yang tepat dan penerapan program

pemasaran yang efektif, guna memenuhi kebutuhan target pasar secara maksimal (Tjiptono, dkk, 2012) dalam (Jaya et al., 2022) .

#### **4. Lokasi**

Munawaroh menjelaskan bahwa pemilihan lokasi memiliki beberapa tujuan penting. Pertama, untuk menekan biaya industri dengan memilih lokasi yang dapat mengurangi biaya transportasi, seperti mendirikan gudang dekat dengan area produksi. Kedua, untuk meningkatkan pendapatan di sektor ritel dan jasa dengan memilih lokasi yang mudah dijangkau oleh konsumen, sehingga mendorong peningkatan volume penjualan. Ketiga, untuk memaksimalkan segmentasi lokasi gudang, guna mempercepat pengiriman dan mengurangi biaya, dengan menempatkan gudang secara strategis di antara pabrik dan tempat produksi (Ragasya, 2022) dalam (Angelicia et al., 2024)

### **C. METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Jenis dan sumber data terdiri dari data primer yang diperoleh melalui observasi dan wawancara (Putri et al., 2020). Objek penelitian adalah prospek pengembangan usaha Rumah Makan Ambun Pagi Masakan Padang dalam meningkatkan pendapatan. Penelitian ini dilakukan di lokasi usaha Rumah Makan Padang Ambun Pagi yang beralamat Jl. Urip Sumoharjo No. 230, Ds. Karang Sari, Kec. Cikarang Timur, Kab. Bekasi. Observasi dan pengamatan ini menggunakan observasi partisipasi, di mana peneliti terlibat langsung dengan kegiatan sehari-hari. Informan penelitian ini adalah bapak Azwir selaku pemilik Rumah Makan Padang Ambun Pagi. Observasi ini dilakukan untuk mengumpulkan data secara optimal dengan pengamatan yang memiliki tujuan jelas dilakukan secara sadar, disengaja, sistematis, terencana, dan tepat.

### **D. HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### **1. Analisis Strategi Bisnis untuk Rumah Makan Ambun Pagi**

##### **a. Konsep Menu dan Diferensiasi**

Salah satu kunci keberhasilan restoran adalah konsep menu yang menarik dan berbeda dari kompetitor. Rumah Makan Ambun Pagi menghadirkan masakan khas Sumatera Barat yang kaya akan rempah-rempah, disajikan dengan cara yang lebih modern dan estetis untuk menarik

perhatian pelanggan. Beberapa poin penting yang perlu dipertimbangkan dalam konsep menu ini meliputi (teknokrat.ac.id, 2024):

- 1) **Keaslian Rasa:** Restoran harus tetap mempertahankan cita rasa otentik rempah-rempah Sumatera sebagai daya tarik utama. Ini akan menarik pelanggan yang mencari pengalaman kuliner tradisional yang autentik.
- 2) **Variasi Menu:** Untuk menjaga minat pelanggan, variasi menu harus diperhatikan. Selain lauk utama seperti rendang, gulai, dan ayam bakar, menu harus mencakup pilihan makanan ringan, hidangan penutup, serta hidangan berbasis sayuran atau pilihan vegan.
- 3) **Menu Sehat dan Vegan:** Dengan meningkatnya tren makanan sehat dan vegan, menambahkan menu berbasis sayuran atau pilihan makanan sehat dapat memperluas jangkauan pasar.

#### **b. Target Pasar**

Target pasar merupakan langkah penting untuk memastikan efektivitas strategi pemasaran (mastah.id, 2024). Berdasarkan profil bisnis Rumah Makan Ambun Pagi Masakan Padang, target pasar dapat mencakup:

- 1) **Masyarakat Lokal:** Segmen utama yang dituju adalah masyarakat berusia 15-50 tahun dengan pendapatan menengah ke atas yang menghargai makanan tradisional dengan sentuhan modern.
- 2) **Wisatawan:** Sebagai restoran yang menawarkan masakan Indonesia otentik, wisatawan baik domestik maupun mancanegara dapat menjadi segmen potensial yang tertarik untuk menikmati makanan tradisional dengan penyajian modern.
- 3) **Pekerja Kantoran:** Untuk menarik pelanggan di jam makan siang, restoran dapat menawarkan makan siang dengan harga strategis yang lebih praktis dan cepat disajikan.
- 4) **Keluarga:** Dengan suasana restoran yang nyaman dan ramah keluarga, Rumah Makan Ambun Pagi berpotensi menarik pelanggan keluarga untuk makan bersama atau merayakan acara tertentu.

#### **c. Strategi Harga**

Strategi harga menjadi faktor penting dalam mencapai keseimbangan antara margin keuntungan dan daya beli pelanggan. Mengingat kualitas bahan baku dan rempah-rempah yang digunakan, Rumah Makan Ambun Pagi Masakan Padang dapat memposisikan harga yang

strategi dibandingkan restoran modern. Namun, strategi harga yang digunakan harus tetap kompetitif dan menarik. Beberapa pendekatan yang bisa diterapkan antara lain:

- 1) Value-Based Pricing: Menetapkan harga berdasarkan nilai yang dirasakan oleh pelanggan, mengingat pengalaman kuliner yang otentik dan unik.
- 2) Penawaran porsi beragam: Menawarkan berbagai ukuran porsi, seperti porsi kecil, sedang, dan besar. Pelanggan akan merasa lebih fleksibel dalam memilih selera.
- 3) Perhatikan bahan baku dan operasional: Efisiensi dalam pengelolaan bahan baku dan pengendalian biaya operasional memungkinkan harga tetap terjangkau tanpa mengurangi kualitas.

## **2. Analisis Kelayakan**

### **a. Aspek Hukum**

Kepemilikan dokumen legal sangat penting bagi seorang pengusaha atau bisnis, karena berfungsi sebagai landasan hukum yang dapat digunakan sebagai acuan jika timbul masalah. Usaha Rumah Makan Ambun Pagi Masakan Padang ini telah memiliki Nomor Induk Berusaha (NIB:0410240198401), yang dimana merupakan hal penting dalam usaha untuk mematuhi hukum. Mereka menetapkan standar tinggi dalam menjalankan bisnis dengan memastikan bahwa semua izin yang diperlukan untuk operasi legal telah diperoleh. Izin perdagangan dan izin kesehatan merupakan elemen krusial dalam membangun fondasi hukum yang kuat. Selain itu, dedikasi mereka terhadap kepatuhan terhadap regulasi keselamatan produk, terutama yang berkaitan dengan perlengkapan keselamatan, mencerminkan tanggung jawab besar mereka dalam melindungi konsumen (Nurlia Eka Damayanti et al., 2023).

### **b. Aspek Pemasaran/Pasar**

Aspek pasar memegang peranan krusial dalam menjaga kelangsungan suatu usaha. Sistem ini dirancang dengan cermat untuk mencakup perencanaan, penentuan harga, dan distribusi produk, dengan tujuan memenuhi keinginan konsumen dan memberikan kepuasan maksimal. Aksesibilitas merupakan faktor utama dalam memilih lokasi restoran. Rumah Makan Ambun Pagi harus berada di tempat yang mudah dijangkau oleh calon pelanggan. Lokasi yang dekat dengan jalan utama atau pusat keramaian, seperti pusat perbelanjaan, kawasan perkantoran, atau area transportasi umum, dapat meningkatkan jumlah kunjungan. Selain itu, ketersediaan lahan parkir yang memadai sangat penting untuk menarik pelanggan

yang datang menggunakan kendaraan pribadi, serta memastikan kemudahan bagi pejalan kaki untuk mencapai restoran.

### c. Aspek Kepadatan Penduduk dan Potensi Pelanggan

Kepadatan penduduk di sekitar lokasi juga menjadi faktor penting. Wilayah dengan kepadatan penduduk tinggi, seperti area perkotaan atau dekat kawasan hunian, memiliki potensi besar untuk mendatangkan pelanggan. Konsumen yang tinggal atau bekerja di dekat restoran lebih mungkin untuk mengunjungi tempat tersebut secara rutin. Analisis demografi di area tersebut dapat membantu memperkirakan jumlah pelanggan potensial yang akan datang.

#### a) Persaingan

Rumah Makan Ambun Pagi harus melakukan analisis kompetitor di sekitar lokasi yang ditargetkan. Memilih lokasi yang terlalu dekat dengan restoran sejenis dengan menu atau harga yang serupa dapat menciptakan persaingan yang ketat. Namun, jika kompetitor sudah ada, restoran bisa menggunakan strategi diferensiasi, seperti menawarkan menu yang lebih unik, suasana yang lebih menarik, atau layanan yang lebih unggul, untuk tetap menarik minat pelanggan.

#### b) Potensi Perkembangan Daerah

Potensi perkembangan daerah juga harus dipertimbangkan. Daerah yang sedang berkembang, seperti wilayah yang akan dibangun pusat perbelanjaan atau perumahan baru, berpotensi mendatangkan lebih banyak pelanggan di masa depan. Walaupun hasilnya mungkin tidak langsung terasa, investasi di lokasi dengan potensi perkembangan jangka panjang ini dapat memberikan keuntungan yang stabil di kemudian hari (Maritza, 2024).

### 3. Studi Kelayakan Keuangan

Studi Kelayakan Keuangan adalah analisis mendalam tentang aspek keuangan dari suatu proyek atau usaha untuk menentukan apakah investasi yang dilakukan akan memberikan keuntungan yang memadai dan berapa lama waktu yang dibutuhkan untuk mencapai titik impas. Dalam konteks Rumah Makan Ambun Pagi, evaluasi keuangan mencakup berbagai elemen penting:

**Tabel 1.1 Simulasi Keuangan Rumah Makan Ambun Pagi**

<b>KATEGORI</b>	<b>ESTIMASI (IDR)</b>
<b>Investasi Awal</b>	
Peralatan Dapur	50.000.000
Renovasi dan Dekorasi	50.000.000
<b>Total Investasi Awal</b>	<b>100.000.000</b>
<b>Biaya Operasional Bulanan</b>	
Bahan Baku	15.000.000
Gaji Karyawan (2 orang)	100.000
Utilitas (Listrik, Air)	750.000
<b>Total Biaya Operasional</b>	<b>15.850.000</b>
<b>Keuntungan Bersih Bulanan</b>	
Pesimis	600.000
Optimis	2.000.000
<b>Waktu BEP (Break Even Point)</b>	
Pesimis	166,67 bulan
Optimis	50 bulan

Berdasarkan Tabel 1.1 menjelaskan kondisi keuangan Rumah Makan Ambun Pagi. Total investasi awal sebesar IDR 100.000.000 digunakan untuk membeli peralatan dapur dan melakukan renovasi. Biaya operasional bulanan mencapai IDR 15.850.000, yang terdiri dari pengeluaran untuk bahan baku, gaji karyawan, dan utilitas. Keuntungan bersih bulanan diperkirakan IDR 600.000 dalam skenario pesimis dan IDR 2.000.000 dalam skenario optimis. Waktu yang dibutuhkan untuk mencapai titik impas (BEP) adalah sekitar 166,67 bulan dalam skenario pesimis dan 50 bulan dalam skenario optimis. Analisis ini membantu manajemen memahami potensi keuntungan dan merencanakan strategi yang sesuai untuk mencapai kesuksesan.

**E. KESIMPULAN**

Berdasarkan analisis studi kelayakan bisnis untuk Rumah Makan Ambun Pagi, terdapat beberapa kesimpulan penting yang dapat diambil.

1. Konsep menu dan diferensiasi yang menonjolkan masakan khas Sumatera Barat dengan keaslian rasa serta variasi menu yang menarik, termasuk pilihan sehat dan vegan, menjadi daya tarik utama yang dapat meningkatkan minat pelanggan.
2. Target pasar yang berfokus pada masyarakat lokal, wisatawan, pekerja kantoran, dan keluarga menunjukkan potensi luas untuk mendatangkan pelanggan dari berbagai segmen.
3. Strategi harga yang kompetitif, didukung oleh manajemen bahan baku dan efisiensi operasional, memastikan keseimbangan antara daya beli konsumen dan margin keuntungan.
4. Aspek lokasi, aksesibilitas, kepadatan penduduk, dan potensi perkembangan daerah menjadi faktor kunci yang mempengaruhi keberhasilan usaha, dengan lokasi yang strategis mampu meningkatkan jumlah kunjungan pelanggan. Selain itu, analisis persaingan dan strategi diferensiasi memberikan panduan untuk menghadapi restoran lain yang menawarkan produk serupa.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Angelicia, N., Rahmawati, I., Hendri, A. K. Z., Kahaikal, R., & Prasetyo, J. H. (2024). PERAN LOKASI DAN STRATEGI PENJUALAN DALAM MENSTABILKAN PENDAPATAN UMKM: STUDI KASUS RUMAH MAKAN PADANG. *Jurnal Pariwisata Bisnis Digital Dan Manajemen*, 3(1), 45–50. <https://doi.org/10.33480/jasdim.v3i1.4977>
- Jaya, A. I. A., Nurussamsiyah, L., & Syafi'i, M. E. N. (2022). Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Omset Penjualan Di Rumah Makan Geprek Sako Blora Tahun 2021 Strategi pemasaran yaitu alat fundamental yang direncanakan untuk mencapai tujuan perusahaan dengan mengembangkan keunggulan bersaing yang berkesinambungan. *Journal Economy and Business*, 1. <https://ejournal.iaikhozin.ac.id/ojs/index.php/Tanmiya/article/view/127>
- Julianto, F., Rohman, A., Raya Telang, J., Kamal, K., Bangkalan, K., Timur, J., & Penulis, K. (2024). PT. Media Akademik Publisher ANALISIS STUDI KELAYAKAN RUMAH MAKAN BEBEK SINJAY SEBAGAI DESTINASI WISATA KULINER HALAL DI KABUPATEN BANGKALAN. *JMA*, 2(6), 3031–5220. <https://doi.org/10.62281>
- Maritza, D. F. (2024). *Meningkatkan Potensi Pembangunan Daerah di Indonesia melalui Desentralisasi dan Otonomi Daerah*. Kompasiana.Com.

- <https://www.kompasiana.com/dhiyafahriyyah/663982fd1470933dae236972/meningkatkan-potensi-pembangunan-daerah-di-indonesia-melalui-desentralisasi-dan-otonomi-daerah>
- mastah.id. (2024). *Target Pasar: Pengertian, Tujuan, dan Cara Menentukannya*. Mastah.Id/. <https://mastah.id/digital-marketing/target-pasar-pengertian-tujuan-dan-cara-menentukannya/#:~:text=Dalam%20dunia%20bisnis%20yang%20penuh%20dinamika%2C%20menentukan%20target,relevan%2C%20dan%20mengalokasikan%20sumber%20daya%20dengan%20lebih%20efisien>.
- Yasa, N. M. B. K. M., Ramadhaniah, I., Suryanegara, R. H., Pratama, F. D., & Widodasih, RR. W. K. (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, 315–323.
- Nurlia Eka Damayanti, Alvaro Jordan Zwageri, Emilya Sahara Putri, Husna Putri Amalinda, Ivana Angelita, Niko Hermawan, & Noverinda Maharani. (2023). Analisis Kelayakan Bisnis Outdoor Plus: Peningkatan Keberlanjutan UMKM Melalui Pendekatan Terpadu. *Al-Tarbiyah : Jurnal Ilmu Pendidikan Islam*, 2(1), 179–193. <https://doi.org/10.59059/al-tarbiyah.v2i1.764>
- NyaringIndonesia.com. (2024, October 24). *Fenomena Nasi Padang Bungkus: Porsi Lebih Banyak, Harga Sama*. NyaringIndonesia.Com.
- Oktavia, W., Fadila, D., Bisnis, M., & Sriwijaya, N. (n.d.). *Pengembangan Usaha pada Rumah Makan Kemang Jaya menggunakan Bussiness Model Canvasing* (Vol. 02).
- pergikuliner.com. (2021, January 26). *Ungkap Alasan Mengapa Nasi Padang Sangat Dicintai Masyarakat*. Pergikuliner.Com. <https://pergikuliner.com/blog/ungkap-alasan-mengapa-nasi-padang-sangat-dicintai-masyarakat.amp>
- Purnamasari, D., & Hendrawan, B. (2013). Analisis Kelayakan Bisnis Usaha Roti Ceri wis sebagai Oleh-Oleh Khas Kota Batam. *Jurnal Akuntansi, Ekonomi Dan Manajemen Bisnis*, 3(1), 83–87.
- Putri, N. A., Saidah, Z., Supyandi, D., & Trimo, L. (2020). Analisis Kelayakan Bisnis Kedai Kopi (Studi Kasus Pada Agrowisata N8 Malabar, Pangalengan, Kabupaten Bandung). *Journal of Food System and Agribusiness*, 89–100. <https://doi.org/10.25181/jofsa.v3i2.1564>

- teknokrat.ac.id. (2024). *Cara Membuat Menu Makanan*. Daftarkampus.Spmb.Teknokrat.Ac.Id.  
<https://daftarkampus.spmb.teknokrat.ac.id/cara-membuat-menu-makanan-panduan-lengkap-untuk-menyusun-menu-yang-menarik-dan-lezat/>
- Wahyuni, Muthia Syahrani Hsb, R., Sakina, Latiful fatih, M., & Suhairi. (2022). VISA: Journal of Visions and Ideas. *Journal of Visions and Ideas*, 2, 126–134.  
<https://nyaringindonesia.com/fenomena-nasi-padang-bungkus-porsi-lebih/>
- Yenerson Nainggolan, H., Malik, A., & Strategi Pemasaran Usaha Mikro Kecil dan Menengah Rumah Makan Padang di Desa Patumbak Kampung Kecamatan, -Analisis. (2022). *Analisis Strategi Pemasaran Usaha Mikro Kecil dan Menengah Rumah Makan Padang di Desa Patumbak Kampung Kecamatan Patumbak Sumatera Utara. 1.*