

ANALISIS STUDI KELAYAKAN BISNIS PADA USAHA BUKET MAJAS CRAFT

Khofifatul Alivia¹, Muhammad Taufiq Abadi²

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negri KH. Abdurrahman Wahid
Pekalongan

khofifatulalivia@mhs.uingusdur.ac.id

muhhammad.taufiq.abadi@uingusdur.ac.id

Abstract

The business feasibility study, market and marketing point of view is very likely to be the main factor, because market and marketing point of view determines the resistance or disappointment of an organization in business. This study aims to conduct a business feasibility study on the ajas Craft business as an evaluation and improvement from the marketing aspect. The method used in this study is a qualitative method with data collection techniques through interviews, observation, searching for documents and questionnaires to strengthen data from consumers. The results of the study show that Majas Craft fulfills the feasibility aspects both in terms of the marketing aspect. However, there needs to be an increase in the marketing strategy in terms of promotion. Research also produces business strategies that can be carried out and shows that Majas Craft has competitive and profitable business prospects

Keywords : *Business Feasibility Study, Market Aspect, Majas Craft, Bouquet.*

Abstrak

Studi kelayakan bisnis, pasar dan sudut pandang pemasaran sangat mungkin menjadi faktor utama, karena sudut pandang pasar dan pemasaran menentukan resistensi atau kekecewaan suatu organisasi dalam bisnis. Penelitian ini bertujuan untuk melakukan studi kelayakan usaha pada usaha Majas Craft sebagai evaluasi dan perbaikan dari aspek pemasaran. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi, pencarian dokumen dan kuesioner untuk memperkuat data dari konsumen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Majas Craft memenuhi aspek kelayakan baik dari segi pemasaran. Namun perlu adanya peningkatan strategi pemasaran dalam hal promosi. Riset juga menghasilkan strategi bisnis yang dapat dilakukan dan menunjukkan bahwa Majas Craft memiliki prospek bisnis yang kompetitif dan menguntungkan

Kata Kunci: Studi Kelayakan Usaha, Aspek Pasar, Majas Craft, Bouquet.

PENDAHULUAN

Kegiatan usaha yang dilakukan wirausahaan tidak terlepas dari persaingan. Setiap bisnis yang akan dijalankan oleh para pelaku usaha harus didasari dengan pertimbangan yang kuat dari segala aspek (Rofa et al., 2021). Sehingga analisis kelayakan bisnis sangat diperlukan oleh pelaku usaha. Perencanaan yang matang dalam sebuah usaha memiliki peran penting dalam mengunggulkan produk di dalam pasar persaingan (Kelayakan et al., n.d.).

Studi kelayakan merupakan kegiatan menganalisis, melakukan pengkajian dan meneliti berbagai aspek untuk suatu proyek yang akan dilaksanakan atau telah dilaksanakan sehingga dapat memberikan keputusan kelayakan proyek ditinjau dari manfaat baik dari sisi financial benefit maupun social benefit (Sudiartini et al., 2021).

Dalam studi kelayakan bisnis, sudut pandang pasar dan pemasaran sangat mungkin menjadi faktor utama, karena pasar dan sudut pemasaran menentukan ketahanan atau kekecewaan

suatu organisasi dalam bisnis (Supriadi & Supriyoso, 2022). Menampilkan dalam sudut pandang kepraktisan bisnis dicirikan sebagai pengaturan semua latihan bisnis yang dimaksudkan untuk merancang, memutuskan biaya, memajukan dan produk yang tepat yang dapat memenuhi kebutuhan dan administrasi untuk pembeli saat ini dan yang diharapkan (Rofa et al., 2021).

Tujuan dilakukannya studi kelayakan adalah untuk menghindari keterlanjuran penanaman modal yang terlalu besar untuk kegiatan yang ternyata tidak menguntungkan (Khumairah et al., 2021). Tentu saja studi kelayakan ini akan memakan biaya, tetapi biaya tersebut relatif kecil apabila dibandingkan dengan risiko kegagalan suatu bisnis/usahayang menyangkut investasi dalam jumlah yang sangat besar (Rohmah, 2022).

Studi kelayakan bisnis dilakukan agar dapat menilai layaknya penerapan dari sebuah usaha adalah langkah pertama yang tepat, untuk pengusaha yang ingin menambah atau mengevaluasi dari usahanya (Hepartiwi & Idris, 2022). Feasibility study ini penting dilakukan pada usaha di bidang perdagangan, jasa, manufaktur dan usaha lainnya (Marlina, 2021). Studi kelayakan menjadi penting untuk mengukur kelayakan implementasi dalam usaha sebagai landasan utama yang kokoh agar dapat mencegah serta menghindari hal hal yang tidak diinginkan pada waktu yang akan datang yang mungkin akan berdampak buruk bahkan merugikan usaha (Andayani et al., 2022). Bisnis atau usaha yang kita jalani bisa dinilai layak atau tidak layak diteruskan atau dikembangkan bisa diukur dan dinilai dengan cara melakukan studi kelayakan

dari sebuah usaha yang dijalankan (Agustina et al., 2022).

Majas Craft salah satu dari sebuah UMKM yang bergerak pada usaha di bidang kerajinan tangan (craft) untuk hadiah. Usaha ini berdiri pada tahun 2021 dan berlokasi di Bojong. Produk yang diproduksi usaha ini mulai dari buket, hampres, desain dan lain-lain. Dengan banyaknya permintaan pasar usaha ini semakin berinovasi dalam memenuhi pasar. Buket yang dulunya identik dengan bunga sekarang lebih inovatif lagi seperti buket jajan, buket uang, buket jilbab dan masih banyak lagi. Semakin inovatifnya produk yang dihasilkan memberikan respon positif dari pasar sehingga buket yang di tawarkan menjadi core product. Selain produk buket Majas Craft juga di kenal sebagai jasa desain pamflet, iklan, MMT dan lain lain.

Persaingan ketat diakibatkan bisnis buket jajan, uang, jilbab berada pada pasar persaingan sempurna di mana terdapat banyak pembeli dan penjual, kompetitor sangat mudah keluar masuk pasar. Kompetitor terbesar dalam bisnis buket jajan, uang yaitu penjual buket yang lainnya. Majas Craft perlu mendirikan Majas Craft Store agar dapat lebih fokus di persaingan bisnis buket lain sehingga dapat merebut pasar buket lainya. Majas Craft belum melakukan studi kelayakan dan belum memiliki business plan sebagai panduan untuk menjalankan Majas Craft yang lebih besar lagi.

Aspek pemasaran dirancang untuk merencanakan ketentuan harga, promosi, dan pendistribusian barang ke pasar. Begitupun dalam penelitian ini hanya difokuskan pada strategi bauran pemasaran (marketing mix strategy) yang dilakukan oleh Pemilik Majas Craft meliputi produk, harga, distribusi, dan

promosi. Strategi bauran pemasaran dalam studi kelayakan bisnis sangat signifikan Untuk terus dievaluasi baik produk, harga, distribusi, maupun promosi karena persaingan ke depan akan semakin ketat dan seorangpebisnis harus sudah merancang strategi pemasaran yang tepat(Purwanda & Permatasari, 2022).

Penelitian tentang freality study yang sebelumnya telah dilakukan (No et al., 2022) menyatakan bahwa usaha penting untuk melakukan sebuah analisis kelayakan usaha. Tujuan yang diharapkan dari studi kelayakan yaitu untuk mengetahui kondisi lingkungan internal dan eksternal Majas Craft, mengetahui kelayakan usaha Majas Craft, mengetahui strategi perusahaan yang dapat dilakukan untuk pengembangan usaha Majas Craft dan mengetahui prospek usaha yang kompetitif dan profitabel pada usaha Majas Craft. Selain itu penelitian ini bertujuan ntuk mengetahui berbagai aspek yang mempengaruhi pada analisis kelayakan usaha buket Majas Craft. Melalui dengan analisis yang di temukan kelayakan usaha buket Majas Craft bisa diketahui.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kualitatif. Metode penelitian kualitatif merupakan suatu penelitian yang digunakan untuk meneliti pada objek yang alamiah dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara gabungan, analisis data bersifat induktif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna daripada generalisasi(Sugiyono, 2021). Teknik pengambilan data pada penelitian ini melalui observasi, wawancara dan pengambilan dokumen. Informan dalam

penelitian ini yaitu dari pemilik atau pelaku usaha buket Majas Craft.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Aspek SDM (Sumber Daya Manusia)

Pemilik usaha buket Majas Craft dalam menjalankan usaha ini dimulai sendirian, namun dengan banyaknya pesanan dan minat dari konsumen apalagi ketika sedang banyak event maka orderan naik sehingga membutuhkan tenaga lebih. Sehingga usaha dikelola dan dijalankan oleh pemilik dengan keluarganya. Sumber daya yang dibutuhkan pada usaha ini adalah seseorang yang memiliki kreatif dan inovatif yang tinggi, tekun, teliti, bisa kemampuan bersosialisasi dengan baik. Pada saat ini usaha yang dilakukan pada usaha Majas Craft sudah memiliki SDM 2 dibagian kreatif.

Aspek Teknik dan Teknologi.

Pada aspek ini ada hal hal yang perlu di perhatikan dan dianalisis terkait alat dan bahan serta mesin yang digunakan dalam kegiatan produksi dan operasioanal usaha buket Majas Craft, desain usaha dan lokasi. Dari hasil wawancara dan observasi yang telah dilakukan beberapa alat dan bahan yang digunakan yaitu alat lem tembak, spon atau busa, tusuk sate, jajan, uang, jilbab (barang yang ingin dibuat buket), pita, kertas untuk buket. Dalam usaha ini tidak perlu menggunakan peralatan yang cukup mahal. Hal ini membuktikan bahwa dengan bahan yang murah dan alat yang sederhana bisa membangun usaha yang dapat menghasilkan.

Aspek Manajemen

Aspek yang perlu di analisis yaitu aspek manajemen mulai dari perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengawassan yang diterapkan secara tepat

dan benar. Pada tahap planning hal yang dilakukan pada usaha ini yaitu dengan menetapkan tujuan usaha buket Majas Craft, menetapkan sasaran pasar, serta menetapkan pencapaian atau target yang ditetapkan dalam penjualan. Kemudian pada tahap organizing, dalam hal ini perlunya dilakukannya pengalokasian sumber daya yang tepat, penetapan sumber daya manusia yang tepat bisa mempengaruhi hasil dari produksi. Selanjutnya tahap pengarahan dan controlling pada tahap ini perlunya pengarahan dari pemilik dalam pengopersiannya usaha ini. Selain itu dalam usaha buket Majas Crfat ini pemilik ikut andil dalam berjalannya usaha ini. Kemudian evaluasi yang perlu dilakukan untuk mengukur capaian target yang bisa di capai. Dengan evaluasi juga dapat menjadi jalan untuk mencari jalan keluar dari masalah yang dihadapi.

Aspek Pasar dan Pemasaran.

Dari hasil observasi dan wawancara dengan pemilik dan pelaku usaha Majas Craft bahwa analisis terkait pemasarannya berikut ini:

1. Analisis Minat Konsumen atau Permintaan Pasar

Permintaan produk buket Majas Craft akan selalu ada dan kian meningkat karena dengan banyaknya permintaan pasar untuk memberikan hadiah wisuda, ujian, ulangtahun, lamaran dan lain-lain. Karena pada tren saat ini buket merupakan pilihan paling banyak diminati. Dari hasil survei melalui kuisioner banyak orang terutama dikalangan mahasiswa yang memilih buket sebagai hadiah. Walaupun usaha buket ini terbilang masih baru tapi sudah banyak diminati masyarakat. Selain banyak yang minat yang banyak juga bisa dilihat dari produk yang menarik dan kualitas yang baik sehingga konsumen

suka pada produk yang ditawarkan pada usaha buket Majas Craft. Promosi usaha ini masih awal di dunia sosial media dan belum maksimal namun dengan kepercayaan serta kepuasan konsumen sehingga bis menjadi jalan untuk mempromosikan melalui word of mouth, dan perlunya peningkatan dalam penggunaan sosial media dan marketplace. Sehingga usaha ini bisa dikenal lebih luas dan lebih berkembang.

Dari hasil penelitian bahwa usaha Majas Craft ada karena salah satunya dorongan dari permintaan pasar yang banyak hal tersebut di perkuat oleh teori .Pemasaran adalah pengaturan latihan bisnis yang dimaksudkan untuk merancang, memutuskan biaya memajukan dan produk yang sesuai yang dapat memenuhi keinginan pembeli dan mencapai target pasar dan tujuan teman(Saleh & Said, 2019).

2. Analisis Pesaing

Pesaing Majas Craft di daerah Bojong dan Kaje n yang paling dekat pasar majasCraft seperti usaha buket KOPMA UIN KH.Abdurrahman Wahid Pekalongan. Ketiga usaha tersubt memiliki usaha yang sama yaitu buket, hampres dan kerajinan untuk hadiah lainnya. Namun dengan banyaknya usaha yang serupa Majas Craft bisa bersaing dengan yang lain dengan memperikan produk yang menarik dan inovatif lagi.

Aspek Segmentasi, Target Pasar dan Posisi Pasar.

a. Segmentasi

Daerah Bojong dan Kaje n dipilih sebagai pasar dikarena di daerah tersebut merupakan daerah sekolah baik dari SD – Kuliah. Dengan banyaknya sekolah menjadikan daerah tersebut merupakan pasar yang cocok untuk usaha buket sesuai permintaan pada siswa dan

mahasiswa untuk memberika hadiah kepada orang lain. Selain daerah tersebut pasar yang dipilih adalah pasar online yang jangkauannya lebih luas lagi.

b. Target Pasar

Target pasar yang dipilih yaitu dari kalangan anak remaja utamanya yang berada pada masa sekolah dan kuliah. Tapi tidak juga membatasi target pasar hanya di kalangan remaja saja tapi bisa untuk semua kalangan dari usia anak anak hingga dewasa. Target Pasar juga tidak melihat dari status sosial karena karena produk tersebut bisa di jangkau sesuai budget masing masing konsumen mulai dari harga 35.000.

c. Posisi Pasar

Produk yang dipasarkan memiliki keunggulan dari segi kualitas yang bagus, menarik, dengan budget dan keinginan konsumen sedikit bisa memberikan hadiah yang bagus. Selain dari produk yang baik dan berkualitas dari segi pelayanan yang cepat dan baik serta bisa mengantar pesanan sesuai tujuan. Dari segi diskon dan promosi juga sering dilakukan sehingga bisa menarik pelanggan untuk membelinya lagi.

Aspek Bauran Pemasaran

a. Produk (Product)

Majas Craft memilik beberapa produk kerajinan untuk hadiah seperti produk buket. Produk buket sendiri ada beberapa macam seperti buket jajan, buket uang, buket jilbab dan masih banyak lagi. Selain produk buket majas craft juga punya produk hampers, jasa desain iklan, mmt dan lain lain. Namun yang paling best seller di Majas Craft yaitu produk buket terutama pada buket jajan dan uang.

b. Nilai

1) Manfaat produk

Dengan adanya usaha ini para masyarakat dan mahasiswa bisa dengan

mudah mendapatkan produk majas craft untuk memberikan hadiah kepada orang lain.

2) Harga (Price)

Harga yang di berikan pada produk Majas Craft tergolong murah karena memberikan harga sesuai budget dari konsumen itu sendiri mulai dari harga 35.000.

3) Promosi (Promotion)

Usaha Majas Craft melakukan promosi melalui iklan di media sosial pada WhatsApp dan Instagram.

4) Distribusi (Place)

Majas Craft melakukan distribusi melalui langsung dan tidak langsung kepada konsumen. Berinteraksi secara langsung dengan konsumen melalui COD, mengantar ke tujuan atau konsumen datang kerumah untuk mengambil produk yang di beli. Sedangkan tidak langsung melalui pesanan lewat WhatsApp dan produk di kirim ketujuan.

Aspek Keuangan

1. Fixed Cost (Biaya Tetap)

Berikut ini adalah peralatan yang digunakan dalam kegiatan produksi usaha buket Majas Craft :

N o	Nama Alat	Jumla h alat	Harga persatu an	Jumla h
1	Alat Lem Tembak	2	Rp. 35.000	Rp. 70.000
2	Gunting	2	Rp. 10.000	Rp. 20.000
3	Penggar is	2	Rp. 5.000	Rp. 10.000
Total				Rp. 100. 000

2. Variabel Cost (Biaya Variabel) per Produksi

No	Nama Barang	Jumlah Barang	Harga Satuan	Jumlah
1	Premium Paper	1 Rim	Rp. 60.000	Rp. 60.000
2	Tusuk Sate	3 Pack	Rp. 10.000	Rp. 30.000
3	Pita	1 Rol	Rp. 15.000	Rp. 15.000
4	Lem Tembak	5 buah	Rp. 2.000	Rp. 10.000
5	Kertas Tisu	1 Lusin	Rp. 30.000	Rp. 30.000
6	Bunga Palsu	10 buah	Rp. 10.000	Rp. 100.000
7	Jajan	10 Pack	Rp. 20.000	Rp. 200.000
Total				Rp. 445.000

3. Biaya Total

$$\begin{aligned} \text{Biaya Total} &= \text{Fixed Cost} + \text{Variable Cost} \\ &= \text{Rp. } 100.000 + \text{Rp. } 445.000 \\ &= \text{Rp. } 545.000 \end{aligned}$$

Biaya dan Harga per unit

- a) Biaya tetap yang dibutuhkan untuk 1 kali produksi yaitu Rp. 100.000 : 20 kali = Rp. 5.000

b) Total biaya produksi yang dikeluarkan setiap produksi yaitu Rp.5.000 + Rp. 445.000 = Rp. 450.000

c) Biaya per unit adalah total biaya produksi dalam setiap produksi : jumlah produksi yang di hasilkan perbulan yaitu Rp. Rp. 450.000 : 20 = Rp. 22.500

d) Harga Jual Perbuahnya Rp. 35.000

4. Modal Awal

Modal Awal = Total Biaya Tetap + Biaya Variabel untuk 1 kali Produksi

$$\text{Rp.}100.000 + \text{Rp.}445.000 = \text{Rp. } 450.000$$

5. Analisis Titik Impas (Break Even Point)

a) BEP harga = Total biaya produksi untuk 1 kali produksi : Produksi = Rp.450.000 : 20 buah = Rp 22.500

b) Harga jual per unit Rp 35.000

c) BEP produksi = Total biaya produksi untuk 1 kali produksi : Harga per unit = Rp.450.000 : Rp 35.000 = 12 buah

Jadi, agar dapat mencapai titik impas maka dalam 1 buket bunga yang harus terjual adalah 12 buah dengan harga per buah adalah Rp 35.000

6. Analisis Keuntungan

a) Pendapatan : Bouquet yang terjual x harga jual = 20 x Rp 35.000 = Rp. 700.000

b) Total biaya produksi dalam 1 kali produksi : Rp.450.000

c) Keuntungan= Pendapatan –Total biaya produksi = Rp 700.000 – Rp. 450.000= Rp 300.000

Jadi, keuntungan yang diperoleh dengan menjual 20 buket bunga dengan harga Rp 35.000 per buah dalam 1 kali produksi adalah Rp 300.000.

7. Pengembalian Modal

Total biaya Produksi : Laba usaha = Rp. 450.000 : Rp 300.000 = 1,5 kali produksi

Jadi modal akan kembali dalam jangka waktu 1,5 kali produksi.

8. Sumber Keuangan dan Permodalan

Pemodalannya untuk membuka usaha ini didapat dari tabungan

3. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

9. Faktor lingkungan internal yang terbesar pada usaha Majas Craft yaitu lokasi toko strategis, sedangkan faktor lingkungan internal terkecil yaitu edukasi ekstra terkait keberadaan buket jajan, uang. Faktor lingkungan eksternal yang terbesar pada usaha Majas Craft yaitu banyak sekolah dan kampus ternama di Daerah Bojong dan Kajen sedangkan faktor lingkungan eksternal terkecil yaitu produk sulit dipatenkan.
10. Usaha Majas Craft memenuhi syarat kelayakan untuk dijalankan baik secara aspek pasar dan pemasaran.
11. Strategi yang dapat dilakukan untuk pengembangan usaha Majas Craft yaitu strategi pemasaran dalam promosi di perluas melalui e-commerce seperti shoppe, tiktok shop, Lazada dan lain lain sehingga target pasar bisa tercapai lebih luas lagi.
12. Perlunya beberapa aspek untuk ditingkatkan lagi untuk meningkatkan usaha yang dijalankan.

4. UCAPAN TERIMA KASIH

Terima Kasih yang sebesar- besarnya kami sampaikan kepada pihak-pihak yang telah berkontribusi dan mendukung penelitian ini yaitu Universitas Islam Negeri KH. Abdurrahman Wahid Pekalongan, Bapak M. Taufiq Abadi, MM. selaku pembimbing dari penelitian ini, Mbak Majelisatul Auliya selaku pemilik dan pelaku usaha Majas Craft, serta pada konsumen produk Majas Craft yang telah membantu dalam penelitian ini.

5. REFERENSI

Agustina, L., Hanny, H., Tjun, L. T., & ...

(2022). Analisis Studi Kelayakan Usaha Air Minum Berbasis Chlorine Dioxide Pada Unit Usaha BUMDes Kertajaya. *Aksiologi* <http://journal.um-surabaya.ac.id/index.php/Aksiologi/article/view/4601>

Andayani, N., Wahyuni, S., & ... (2022). Analisis Studi Kelayakan Bisnis UMKM di Bidang Pangan pada Usaha Corn Dog Mozzarella dan Sosis. *Journal of Vision and Ideas* <https://journal.laaroiba.ac.id/index.php/visa/article/view/962>

Hepartiwi, Y. T., & Idris, I. (2022). Studi Kelayakan Bisnis Warung Burjo Time Sebagai Upaya Pengembangan Usaha Pemula. In *Diponegoro Journal of Management*. [ejournal3.undip.ac.id. https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/djom/article/download/33953/26928](https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/djom/article/download/33953/26928)

Kelayakan, S., Dan, U., Plan, B., Florist, M. B., Study, B. F., Florist, M. B., & Plan, B. (n.d.). *Bidang ilmu manajemen*. 1–16.

Khumairah, M., Asriati, N., & Adlika, N. M. (2021). Studi Kelayakan Obyek Wisata Pantai Tanjung Burung Sebagai Daerah Tujuan Wisata Di Kelurahan Tanjung. *Jurnal Pendidikan Dan* <https://jurnal.untan.ac.id/index.php/jpdpb/article/view/50386>

Marlina, W. A. (2021). Studi Kelayakan Bisnis Studi Kasus Di Umkm Jagung Goreng Sukma, Payakumbuh. *Jurnal Manajemen (Edisi Elektronik)*. <http://ejournal.uika-bogor.ac.id/index.php/manajemen/article/view/4087>

No, V., Tahun, J., Sultan, M., Taufiq, M., & Arisandi, D. (2022). *Equilibrium : Jurnal Ilmu Manajemen Analisis Studi Kelayakan Bisnis Pada Toko Roti Gembong Gedhe Cabang*. 2(2), 1–7.

Purwanda, E., & Permatasari, R. W. (2022). Analisis Studi Kelayakan Bisnis pada Pengembangan UMKM Usaha Tempe

- Pak Iwan Bandung ditinjau dari Aspek Produksi, Aspek Pemasaran dan Aspek *Jurnal Multidisiplin*
<https://journal.formosapublisher.org/index.php/mudima/article/view/301>
- Rofa, I. T., Meilani, A. R., Hasibu, N. M. an, & ... (2021). Analisis Aspek Pemasaran Dalam Studi Kelayakan Bisnis. *Journal of Vision*
<https://journal.laaroiba.ac.id/index.php/visa/article/view/945>
- Rohmah, S. R. (2022). Social Media Marketing: Strategi Pemasaran Digital Era Modern (Sebuah Studi Literatur). *Hamka Insight*, 1(1), 49–54.
<https://sscsi.org/journal/hamka/article/view/5%0Ahttps://sscsi.org/journal/hamka/article/download/5/14>
- Saleh, M. Y., & Said, M. (2019). Konsep dan Strategi Pemasaran. In *Analisis Standar Pelayanan Minimal Pada Instalasi Rawat Jalan di RSUD Kota Semarang* (Vol. 3).
- Sudiartini, N. W. A., Astari, A. A. E., & ... (2021). Studi Kelayakan Bisnis Pada Usaha Sari Merta Laundry DI Desa Guwang Kecamatan Sukawati. *Jurnal Penelitian*
<https://mail.jurnalekonomi.unisla.ac.id/index.php/jpensi/article/view/653>
- Sugiyono, P. D. (2021). *Metode Penelitian Kualitatif* (MS Sofia Yustiyani Suryandari, SE (Ed.). Alfabeta.
- Supriadi, D., & Supriyoso, P. (2022). Studi Kelayakan Bisnis Kafe Excelso Kedai Kopi Asal Indonesia. *Jurnal Multidisiplin Madani*.
<https://journal.formosapublisher.org/index.php/mudima/article/view/1078>