

## **Analisis Studi Kelayakan Bisnis “SAYKRIZZ” Keripik Sayur**

Anik Puji Lestari<sup>1\*</sup>, Ayu Lestari<sup>2</sup>, Tomy Rizky Izzalqurny<sup>3</sup>  
<sup>1,2,3</sup> Universitas Negeri Malang

[\\*anik.puji.2004226@students.um.ac.id](mailto:*anik.puji.2004226@students.um.ac.id)

### **Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kelayakan bisnis SAYKRIZZ keripik sayur. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian studi kasus, dengan menggunakan analisis kualitatif dan kuantitatif. Analisis kualitatif dilakukan dengan menilai beberapa aspek yaitu aspek produk, pasar dan pemasaran, manajemen, teknik dan teknologi, dan manajemen sumber daya manusia. Analisis kuantitatif menggunakan laporan keuangan meliputi laporan laba rugi dan arus kas selama 3 tahun kedepan, selain itu juga melakukan penilaian investasi meliputi *payback period*, *Net Present Value* (NPV), *Internal Rate Return* (IRR), *Break Even Point* (BEP), dan *Profitability Index* (PI) untuk menilai peluang investasi. Setelah dilakukan penelitian, peneliti menyimpulkan bahwa usaha SAYKRIZZ keripik sayur ini layak untuk dijalankan.

**Kata Kunci:** saykrizz, keripik sayur, studi kelayakan bisnis

### **Abstract**

*This study aims to prioritize the SAYKRIZZ vegetable chips business. The type of research used is case study research, using qualitative and quantitative analysis. Qualitative analysis is carried out by assessing several aspects, namely aspects of product, market and marketing, management, engineering and technology, and human resource management. Meanwhile, for quantity analysis using financial reports, including income statements and cash flows for the next 3 years, in addition to assessing the payment period, Net Present Value (NPV), Internal Rate Return (IRR), Break Even Point (BEP), and Profitability Index (PI) to assess investment opportunities. After doing the research, the researcher concluded that this vegetable chip is feasible to run.*

*Keywords: saykrizz, vegetable chips, business feasibility study.*

## **PENDAHULUAN**

Bisnis *food and beverage* (F&B) atau bisnis makanan dan minuman adalah salah satu bisnis yang paling populer di tengah masyarakat, khususnya kalangan wirausahawan muda (Media Indonesia, 2021). Makanan bisa dikonsumsi oleh semua kalangan tanpa batasan dan masyarakat bisa melakukan pembelian secara berulang ketika mereka ingin mengonsumsinya. Makanan ringan menjadi salah satu makanan yang paling diminati masyarakat karena dapat menjadi teman untuk menjalankan aktivitas sehari-hari (Widaningrum & Setyawan, 2014). Mereka cenderung memilih makanan ringan yang jauh lebih praktis dibandingkan dengan makanan berat lainnya. Selain mudah dibawa kemana-mana makanan ringan bersifat tahan lama dan harganya terjangkau. Hal ini menjadi peluang besar untuk memulai bisnis dalam bidang tersebut.

Keripik merupakan salah satu jenis makanan ringan yang kerap dijadikan usaha bisnis oleh masyarakat. Berdasarkan pengamatan Petra Sarosa, konsultan keuangan dari Sarosa *Consulting Group*, masyarakat lebih menyukai makanan ringan yang mengeluarkan bunyi “kriuk...kriuk..” atau yang jenisnya renyah dan garing (Kompas.com, 2011). Berbagai kalangan mulai dari anak-anak hingga dewasa dapat mengonsumsi keripik. Bentuk dan jenisnya yang beragam serta rasanya yang bervariasi menjadikan keripik digemari banyak kalangan. Sayuran menjadi salah satu jenis makanan yang bisa dijadikan keripik. Selain rasanya yang enak, sayuran memiliki banyak manfaat bagi kesehatan. Selain kita dapat menikmati makanan dengan enak, kita juga memperoleh manfaat dari makanan tersebut.

Pandemi *covid-19* menuntut masyarakat untuk tetap berada di dalam rumah dan menghindari kerumunan. Jika mereka ingin membeli makanan diluar, mereka dianjurkan untuk membungkusnya dan memakannya dirumah. Hal ini demi memutuskan rantai penyebaran covid 19. Oleh karena itu, makanan ringan dapat menjadi solusi bagi masyarakat yang ingin mengonsumsi makanan dari luar tetapi tetap berada dirumah. Selain itu, dimasa pandemi ini, masyarakat kerap mengonsumsi makanan sehat yang dapat meningkatkan daya tahan tubuh agar terhindar dari penyakit *covid-19*. Tetapi, banyak masyarakat yang tidak menyukai sayuran, terutama dari kalangan anak-anak hingga remaja. Keripik sayur hadir sebagai solusi bagi mereka yang tidak menyukai sayuran.

Keripik sayur merupakan keripik yang terbuat dari olahan sayuran. Keripik sayur disajikan dengan berbagai rasa dan varian. Mulai dari asin, pedas, dan balado. Dengan variasi rasa ini, akan membuat masyarakat tertarik untuk mencobanya, terutama didalam kalangan remaja. Selain itu, anak-anak dan orang dewasa juga kerap tertarik dengan makanan ringan berupa keripik. Oleh karena itu, ini dapat menjadi peluang bisnis yang besar pada era saat ini. Dari penjelasan di atas, artikel ini akan menganalisis studi kelayakan bisnis dari “SAYKRIZZ” keripik sayur untuk dijadikan sebuah bisnis yang layak untuk dikembangkan.

## **KAJIAN PUSTAKA**

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

Menurut Kasmir (2012) studi kelayakan bisnis merupakan kegiatan untuk mendalami usaha yang akan dijalankan sehingga bisa dinilai kelayakannya untuk dijalankan serta mengantisipasi masalah dan risiko di masa yang akan datang. Studi kelayakan bisnis yaitu kegiatan yang dilakukan menganalisis kelayakan suatu bisnis untuk bisa dijalankan (Gie, 2020). Menurut Populix (2021) studi kelayakan bisnis yaitu kegiatan mengidentifikasi masalah, peluang dan tujuan untuk menguji kelayakan suatu usaha untuk menghindari kerugian saat menjalankan kegiatan usaha. Kegiatan ini sangat membantu pemula usaha ataupun calon pengusaha dalam pengambilan keputusan dan juga digunakan untuk menghindari kerugian.

Tujuan kegiatan studi kelayakan bisnis yaitu agar suatu bisnis dapat diukur peluang keberhasilannya (Populix, 2021). Sedangkan menurut Handayani (2016) tujuan pelaksanaan studi kelayakan bisnis yaitu agar bisa memutuskan apakah ide bisnis bisa dijalankan atau tidak, dengan menganalisis aspek bisnisnya yang meliputi aspek teknik dan teknologis, aspek kelayakan pasar dan pemasaran, aspek finansial dan aspek dampak sosial dan lingkungan (Hendrawati, 2016). Aspek yang perlu diamati dalam melakukan studi kelayakan bisnis yaitu aspek ekonomi dan sosial, pasar dan pemasaran, hukum, lingkungan,

manajemen, teknis dan teknologi dan keuangan (Wulandari, 2014). Manfaat yang diperoleh yaitu:

- a) Perencanaan bisnis menjadi lebih mudah;
- b) Melancarkan pelaksanaan usaha;
- c) Risiko kerugian bisa ditekan;
- d) Memudahkan pengawasan, dan
- e) Memudahkan *controlling*.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan bentuk studi kasus, karena tujuan adanya penelitian ini adalah untuk mengetahui kelayakan pembentukan bisnis SAYKRIZZ keripik sayur menggunakan beberapa aspek kelayakan. Untuk analisisnya yaitu menggunakan analisis kualitatif dan kuantitatif. Analisis kualitatif dalam penelitian ini menggunakan beberapa aspek, yaitu aspek produk, pasar dan pemasaran, manajemen, teknik dan teknologi, dan manajemen sumber daya manusia. Sedangkan untuk analisis kuantitas menggunakan laporan keuangan meliputi laporan laba rugi dan arus kas selama 3 tahun kedepan, selain itu juga melakukan penilaian investasi meliputi *payback period*, *Net Present Value (NPV)*, *Internal Rate Return (IRR)*, *Break Even Point (BEP)*, dan *Profitability Index (PI)* untuk menilai peluang investasi.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

SAY KRIZZ merupakan produk makanan dengan jenis makanan ringan berupa keripik sayuran yang diolah dengan berbagai varian rasa. Makanan ringan berbentuk keripik ini disajikan dengan kemasan yang praktis dibawa ke berbagai tempat. Nama SAYKRIZZ berasal dari kata SAY dan KRIZZ, SAY yang diambil dari singkatan sayuran, dan kata KRIZZ diambil dari kata kriuk atau krispi. Bisnis ini dilakukan dengan memproduksi keripik sayur yang diolah mulai dari sayuran mentah hingga menjadi sebuah makanan berbentuk keripik yang siap dikonsumsi. Bahan baku yang semula sayur mentah yang dibeli dipasaran, akan dibersihkan dan diolah menjadi keripik. Keripik sayur tersebut disajikan dengan berbagai macam rasa serta bentuk yang berbeda beda sesuai jenis sayurannya. Kemudian keripik tersebut siap dipasarkan dan dijual kepada masyarakat.

Visi dari usaha Keripik Sayur ini adalah menyediakan makanan ringan yang digemari semua kalangan dengan cita rasa enak, praktis, serta bermanfaat bagi kesehatan. Dengan visi tersebut, owner memperoleh misi, antara lain:

- 1) Memproduksi serta menjual keripik sayur dengan kualitas yang terbaik dan penampilan yang menarik;
- 2) Melakukan inovasi-inovasi terhadap produk agar selalu menarik dan diminati para konsumen;
- 3) Menyediakan layanan yang terbaik bagi para konsumen agar selalu merasa nyaman saat membeli;
- 4) Memberikan yang terbaik kepada konsumen, agar para konsumen tertarik untuk melakukan pembelian secara berulang dan terus menerus

## 1. Aspek Produk

### • Keunggulan Produk Dibanding Produk Lain yang Ada di Pasaran

- 1) Makanan ringan berjenis keripik dengan nutrisi yang lebih tinggi dibanding jenis keripik lainnya.
- 2) Produk menggunakan kemasan yang unik dan lucu mengikuti tren kekinian yang tidak membosankan, sehingga lebih menarik konsumen untuk membelinya.
- 3) Metode pemasaran secara *offline* dan *online* mencakup daerah yang luas karena owner menggunakan media sosial yaitu *Instagram, Tik Tok, Facebook, dan Whatsapp*.
- 4) Tidak menggunakan pengawet. Praktis untuk dibawa bepergian kemana-mana.

### • Analisis SWOT

<b><u>Strenght</u></b>	<b><u>Weakness</u></b>
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Cemilan sehat</li> <li>2. Rasa bervariasi</li> <li>3. Inovasi baru keripik sayur dengan berbagai rasa</li> <li>4. Tidak menggunakan pengawet dan pewarna buatan</li> <li>5. Produk dalam keadaan baru</li> <li>6. Pembelian bisa dilakukan dengan menggunakan <i>e-commerce</i></li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Tidak tahan lama karena</li> <li>2. Tidak menggunakan pengawet</li> <li>3. Belum terlalu dikenal karena masih tergolong baru</li> </ol>
<b><u>Opportunity</u></b>	<b><u>Threats</u></b>
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Banyak masyarakat yang suka makan camilan, terutama remaja</li> <li>2. Belum terlalu banyak pesaing</li> <li>3. Banyak kalangan yang menyukai rasa pedas dan asin</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Munculnya pesaing baru</li> <li>2. Produk mudah ditiru</li> <li>3. Harga bahan baku naik</li> </ol>

## 2. Aspek Pasar dan Pemasaran

### • Segmen

<b><u>Geografis</u></b>	<b><u>Demografis</u></b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Masyarakat yang tinggal di sekitar Kota Malang</li> <li>➤ Masyarakat yang tinggal di Daerah Jawa Timur</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Masyarakat yang berusia 7 tahun hingga 60 tahun</li> <li>➤ Masyarakat dengan ekonomi bawah hingga menengah keatas</li> </ul>

<b><u>Psikografis</u></b>	<b><u>Behavior</u></b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Komunitas pecinta sayur</li> <li>➤ Masyarakat yang menyukai olahan sayur</li> <li>➤ Masyarakat yang menyukai olahan keripik</li> <li>➤ Orang yang menyukai makanan ringan</li> <li>➤ Orang yang menyukai inovasi</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Masyarakat yang menerapkan pola hidup</li> <li>➤ Masyarakat yang tidak menyukai sayuran jika dikonsumsi layaknya lauk</li> </ul>

#### • Media Promosi

Media promosi yang digunakan yaitu *instagram*, *tiktok*, *facebook*, dan *whatsApp*. Adanya promosi ini diharapkan calon pembeli bisa tertarik dengan produk yang dijual dan merasa penasaran untuk mencobanya. Adapun konten yang diunggah di media sosial disajikan secara menarik dan informatif untuk meningkatkan keinginan calon pembeli untuk membeli produk SAYKRIZZ.

#### • Strategi Pemasaran

Keripik sayur SAY KRIZZ ini menggunakan strategi bauran pemasaran (Marketing Mix) yang terdiri dari:

##### 1) *Product*

Produk yang ditawarkan merupakan produk barang berupa makanan yaitu keripik sayur yang dipasarkan melalui media sosial maupun dipasarkan secara langsung.

##### 2) *Price*

Harga yang diberikan cukup terjangkau untuk semua kalangan, mulai dari kalangan menengah ke bawah hingga menengah ke atas, yaitu Rp 10.000 dengan kuantitas 100 gram.

##### 3) *Place*

Tempat produksi dan penjualan keripik sayur SAY KRIZZ berada di Kota Malang, tepatnya di Jalan Gadang Gg. 4 No. 28, Kec. Sukun, Malang, Jawa Timur. Selain itu, pemesanan juga bisa melalui media sosial dan market place yang ada di Indonesia, seperti shopee, tokopedia, dan e-commerce lainnya.

##### 4) *Promotion*

<b>ONLINE</b>	<b>OFFLINE</b>
---------------	----------------

<p><b>Online Advertising</b></p> <p><i>Instagram, WhatsApp, Tiktok, dan Facebook</i></p>	<p><b>Mouth to Mouth Advertising</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>· Menggunakan konsumen yang sudah pernah membeli keripik sayur SAYKRIZZ</li> <li>· Memberikan testimoni ke masyarakat sekitar</li> </ul>
<p><b>Online Influencer</b></p> <p>Mengajak seseorang yang berpengaruh dalam rangka pemasaran produk</p>	<p><b>Event for Potential Customer</b></p> <p>Mengikuti berbagai <i>event</i> pameran produk lokal di Kota Malang.</p>

#### 5) Process

Proses produksi SAY KRIZZ diawali dengan mengolah bahan baku yaitu sayuran, hingga memprosesnya menjadi makanan yang siap dipasarkan. Sayuran akan dibersihkan terlebih dahulu, kemudian dipotong dan dilumuri tepung. Setelah itu, sayuran dapat digoreng pada minyak panas hingga matang dan krispi, lalu ditiriskan. Dalam proses penirisan ini, produk akan dipastikan minim minyak. Setelah itu, keripik dapat diberikan berbagai varian rasa, lalu dikemas. Setelah dikemas, produk siap dijual kepada masyarakat.

#### 6) People

Bisnis ini menggunakan tenaga produksi yang ahli dalam bidang pembuatan keripik. Tenaga ahli yang tersedia juga memiliki pengalaman yang cukup baik dalam bidang produksi makanan khususnya keripik.

#### 7) Physical Evidence

Bentuk fisik dari produk ini dibuat semenarik mungkin, dan kemasan dibuat dari bahan yang ramah lingkungan yaitu kertas yang tebal agar kertas tidak rusak jika terkena minyak, walaupun produk yang dihasilkan nanti sudah dipastikan akan minim minyak karena di proses dengan sangat baik. Untuk menjamin kenyamanan pelanggan dalam memesan produk keripik sayur, produk SAY KRIZZ juga turut dilengkapi dengan layanan customer service dalam kontak media sosial yang digunakan dalam pemasaran sebagai media komunikasi antara perusahaan dengan konsumen jika terjadi kendala atau pertanyaan.

### 3. Aspek Teknik dan Teknologi

Lokasi yang digunakan cukup strategis untuk produksi yaitu di Jalan Gadang Gang 4 No. 28, Kecamatan Sukun, Kota Malang, Jawa Timur. Lokasi ini dekat

dengan sumber bahan baku yang memiliki kualitas bagus dan harga yang relatif murah. Untuk teknologi yang owner gunakan yaitu kompor gas dan berbagai peralatan penunjang lain untuk memproduksi keripik sayur. Adapun tata layout yang owner susun sangat efektif dan efisien dalam kegiatan produksi tersebut. Untuk skala produksi yang owner gunakan yaitu mengikuti permintaan pasar dengan tiga golongan, yaitu skala rendah, normal, dan tinggi. Keripik sayur SAYKRIZZ memberikan kualitas yang terbaik baik dari sisi produknya, pelayanannya, maupun harga yang diberikan. Manajemen persediaan yang owner gunakan adalah metode *First In First Out* (FIFO), sehingga bahan baku yang dahulu masuk, maka akan diproses terlebih dahulu agar tidak menjadi sebuah kerugian dikarenakan busuk.

#### 4. Aspek Manajemen

Dalam aspek manajemen, owner memiliki rencana untuk mengembangkan bisnis menjadi lebih luas dan besar. Ketika permintaan pasar sudah meningkat, owner juga akan meningkatkan segi produksi, pemasaran, hingga penjualan. Owner juga memberlakukan sistem pengorganisasian yang tersusun dengan baik sesuai dengan kemampuan dan keterampilan masing-masing tenaga kerja. Tenaga kerja akan diarahkan dengan baik secara terorganisir terkait tugas dan target perusahaan. Tidak hanya itu, owner juga melakukan pengendalian atau pengontrolan secara langsung dan melihat progress kerja dari masing-masing karyawan.

#### 5. Aspek Manajemen Sumber Daya Manusia

Pada awal memulai usaha, perusahaan hanya memiliki sedikit pekerja yang akan membantu owner dalam produksi hingga penjualan. Struktur organisasi yang dimiliki juga tergolong sangat sederhana. Setelah perusahaan mulai berkembang, maka perusahaan akan menambah pekerja dan membuat struktur organisasi yang lebih tersusun sesuai dengan job desk masing-masing. Pekerja akan ditempatkan sesuai bagiannya setelah dianalisis sesuai dengan kemampuan dan keterampilan masing-masing. Perusahaan akan merekrut, menyeleksi, dan meorientasi pekerja sesuai dengan kriteria dan persyaratan masing-masing posisi dalam perusahaan. Setelah diterima menjadi karyawan, pekerja akan dievaluasi terkait kinerjanya setiap 3 bulan sekali. Hal ini akan memperbaiki kesalahan-kesalahan yang sudah dilakukan selama bekerja sehingga kedepannya pekerjaan yang dilakukan dapat lebih baik. Selain itu, pekerja diberikan hak untuk kompensasi, pengintegrasian berupa kritik dan saran kepada perusahaan, dan penghargaan kerja. Pekerja juga memiliki gambaran perencanaan karir yang baik untuk tahun berikutnya serta mendapatkan hak Kesehatan dan keselamatan kerja berupa alat pelindung diri ataupun asuransi ketika perusahaan sudah berkembang pesat. Akan tetapi, perusahaan tidak segan untuk memberhentikan karyawan kontrak maupun tetap sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

#### 6. Aspek Keuangan

##### • Laporan Keuangan

Tahun	Laba Rugi	Arus Kas
2022	Rp 48,879,500	Rp 43,879,500

2023	Rp 56,217,500	Rp 56,217,500
2024	Rp 65,122,750	Rp 65,672,750

● **Penilaian Investasi**

1) *Payback Period*

$$Payback\ Period = n + \frac{(a-b)}{(c-b)} \times 1\ tahun$$

$$Payback\ Period = n + \frac{(65.200.000-43.660.103)}{((43.660.103+56.217.500)-43.660.103)} \times 1\ tahun$$

$$Payback\ Period = n + 0,4$$

$$Payback\ Period = 1,4\ tahun$$

Jadi, dapat disimpulkan bahwa usaha SAYKRIZZ layak untuk dijalankan karena payback period kurang dari batas waktu perkiraan pengembalian modal.

2) *Net Present Value (NPV)*

No	Cashflow	DF (10%)	Present Value
1	Rp 43.660.103	0,91	Rp 39.691.002
2	Rp 56.217.500	0,83	Rp 46.460.744
3	Rp 65.672.750	1,33	Rp 87.410.430
	<b>Total Present Value</b>		Rp 173.562.176
	<b>Total Investasi</b>		Rp 65.200.000
	<b>Net Present Value</b>		Rp 108.362.176

3) *Internal Rate Return (IRR)*

Dihitung dengan *discount factor* 61%

No	Cashflow	DF (65%)	Present Value
1	Rp 43.879.500	0,62	Rp 27.254.348
2	Rp 56.217.500	0,39	Rp 21.688.014
3	Rp 65.672.750	0,24	Rp 15.736.479
	<b>Total Present Value</b>		Rp 64.678.841

	<b>Total Investasi</b>		Rp 65.200.000
	<b>Net Present Value</b>		Rp (521.159)

$$IRR = 10\% \frac{108.362.176}{108.362.176 - 3.470.584 \times (61\% - 10\%)}$$

$$IRR = 61\%$$

Jadi, dapat disimpulkan bahwa investasi sebaiknya diterima karena nilai IRR lebih dari 60%.

Modal yang diinvestasikan sebesar Rp 65.200.000 apabila dibandingkan dengan modal atau bunga yang diisyaratkan sebesar 10% diperoleh IRR lebih tinggi yaitu 61%, maka investasi ini layak untuk dijalankan.

#### 4) Break Even Point (BEP)

$$BEP = 4.642,32 \times 10.000$$

$$BEP = 46.423.200,86$$

Jadi, dapat disimpulkan bahwa untuk mencapai titik *break even point*, SAYKRIZZ dengan menjual produk senilai Rp 46.423.200,86.

#### 5) Profitability Index

$$PI = 2,08$$

Jadi, dapat disimpulkan bahwa usaha SAYKRIZZ layak dijalankan karena nilai *profitability index* nya lebih dari 1.

### SIMPULAN

Dari hasil pembahasan tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa, analisis studi kelayakan bisnis pada SAYKRIZZ keripik sayur sudah dilakukan dengan menggunakan aspek yang cukup lengkap. Dari analisis kualitatif telah dijelaskan aspek-aspek yang digunakan untuk menilai kelayakan usaha, mulai dari aspek produk, pasar dan pemasara, teknik dan teknologi, manajemen, dan manajemen sumber daya manusia. Sedangkan dalam analisis kuantitatif telah dijelaskan dengan menggunakan laporan keuangan dengan perkiraan laba dan arus kas yang baik serta untuk penilaian investasi yang diperkirakan akan kembali modal dalam kurun waktu 1,4 tahun, dengan *net present value* (NPV) Rp 108.362.176, *Internal Rate Return* (IRR) sebesar 61%, *Break Even Point* (BEP) 46.423.200,86, dan *Profitability Index* (PI) 2,08. Sehingga dalam hal ini dapat disimpulkan bisnis SAYKRIZZ keripik sayur dapat dikatakan layak untuk dijalankan.

### SARAN

Untuk kedepannya, penelitian ini dapat dilakukan lebih mendalam, sehingga dapat lebih mengetahui secara akurat kelayakan dari bisnis ini untuk dijalankan. Tidak hanya itu

penelitian selanjutnya akan diadakan survey kepuasan konsumen terhadap produk guna mengembangkan produk SAYKRIZZ untuk menjadi produk makanan ringan terbaik yang sangat layak dikonsumsi masyarakat.

#### **KETERBATASAN**

Pada penelitian ini, kami belum melakukan survey kepuasan pelanggan, sehingga penilaian akan bisnis kami belum lengkap karena kami belum mengetahui penilaian dari pelanggan terhadap produk SAYKRIZZ.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Gie. (2020). Studi Kelayakan Bisnis: Pengertian, Aspek, Tujuan, dan Manfaatnya. Retrieved from Accurate website: <https://accurate.id/marketing-manajemen/studi-kelayakan-bisnis/>
- Handayani, D. (2016). Feasibility Analysis of Business “Amalia Boutique”Ptwarna Warni Amalia As Muslimah Fashionin South Jakarta. In *JRMSI-Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia* (Vol. 7, pp. 41–55).
- Hendrawati, T. Y. (2016). *Analisis Kelayakan Industri Kelapa terpadu*. 8(2).
- Kasmir, & Jakfar. (2012). *Studi Kelayakan Bisnis* (Revisi). Jakarta: Kencana.
- Kompas.com. (2011). Kerupuk atau Keripik, Favorit Orang Indonesia. Retrieved from Kompas website: <https://lifestyle.kompas.com/read/2011/05/26/08592040/kerupuk.atau.keripik.favorit.orang.indonesia?page=all>
- Media Indonesia. (2021). Masa Depan Bisnis Kuliner Indonesia Masih Punya Peluang Besar. Retrieved from Media Indonesia website: <https://mediaindonesia.com/ekonomi/457757/masa-depan-bisnis-kuliner-indonesia-masih-punya-peluang-besar>
- Populix. (2021). Pengertian Studi Kelayakan Bisnis, Manfaat, Hingga Contohnya. Retrieved from Populix website: <https://www.info.populix.co/post/studi-kelayakan-bisnis>
- Widaningrum, & Setyawan, N. (2014). Standarisasi Keripik Sayuran (Wortel) Sebagai Upaya Peningkatan Daya Saing Produk Olahan Hortikultura. *Balai Besar Litbang Pascapanen Pertanian*, 177–193.
- Wulandari, P. R. (2014). Perencanaan Pengolahan Air Limbah Sistem Terpusat (Studi Kasus di Perumahan PT. Pertamina Unit Pelayanan III Plaju-Sumatera Selatan). *Jurnal Teknik Sipil Dan Lingkungan*, 2(3), 499–509.