

## **Analisis Studi Kelayakan Bisnis Abhinaya Cafe**

Muhamad Zidan Ardiansyah<sup>1\*</sup>, Tasya Ainun Hidayah<sup>2</sup>, Zhafira Aulia Ramadhani Arsyi Putri<sup>3</sup>, Tomy Rizky Izzalqurny<sup>4</sup>  
<sup>1,2,3,4</sup>Universitas Negeri Malang

\*[muhamad.zidan.2104226@students.um.ac.id](mailto:muhamad.zidan.2104226@students.um.ac.id)

### **Abstrak**

Tujuan penelitian ini adalah untuk menilai kelayakan penilaian usaha Abhinaya cafe. Kota Malang merupakan salah satu kota yang termasuk dalam tingkat pertumbuhan ekonomi yang tinggi. Hal ini dapat menciptakan peluang untuk mendirikan berbagai macam usaha guna memenuhi kebutuhan dari masyarakat kota Malang. Salah satu bisnis yang berkembang pesat adalah bisnis kuliner dengan tingkat persaingan yang cukup tinggi. Salah satu usaha yang dinilai cukup menjanjikan adalah bisnis cafe. Dalam penelitian ini, dilakukan analisis kelayakan usaha dengan target pasar setidaknya ada 50 konsumen per minggu nya. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dan kuantitatif.

**Kata Kunci:** Abhinaya cafe, Malang, Bisnis

### **Abstract**

*The purpose of this study was to assess the feasibility of evaluating the Abhinaya cafe business. Malang City is one of the cities that is included in a high level of economic growth. This can create opportunities to establish various kinds of businesses to meet the needs of the people of Malang city. One of the fast growing businesses is the culinary business with a fairly high level of competition. One business that is considered quite promising is the cafe business. In this study, a business feasibility analysis was carried out with a target market of at least 50 consumers per week. This research uses qualitative and quantitative methods.*

**Keywords:** Abihaya cafe, Malang, Business

## **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). Bisnis cafe di Indonesia saat ini khususnya di kota - kota besar semakin berkembang dengan pesat, banyak wirausahawan membuka usaha cafe dengan berbagai konsep dan ide yang dinilai memikat pelanggan dari berbagai kalangan.

Dengan berkembang pesatnya bisnis cafe di berbagai wilayah Indonesia, ketika banyak bermunculan cafe baru akan sangat berdampak pada tingginya tingkat persaingan. Cafe yang tidak kuat akan dengan mudah dikalahkan oleh pesaingnya. Dilihat dari sisi konsumen saat ini, mereka memiliki banyak alternatif varian dan lebih selektif dalam memilih cafe yang akan dikunjungi. ketika konsumen menganggap suatu cafe tidak memuaskan, maka cafe tersebut akan sangat mudah untuk ditinggalkan.

## **KAJIAN PUSTAKA**

### **Studi Kelayakan Bisnis**

Studi kelayakan bisnis merupakan kegiatan meneliti secara mendalam data dan informasi mengenai kelayakan sebuah usaha atau bisnis yang dijalankan menggunakan sebuah ukuran, perhitungan dan analisis dengan metode tertentu (Kasmir, S.E. & Jakfar, S.E., n.d.). Suatu bisnis

dimulai dengan pertimbangan-pertimbangan terhadap berbagai aspek untuk menganalisis kelayakan bisnis yang akan dijalankan (Adik Supriadi, S.E. et al., 2021). Pertimbangan tersebut perlu dilakukan sebab kondisi yang akan datang tidak dapat diketahui sehingga diperlukan analisis strategi yang paling sesuai untuk memulai suatu usaha.

### **Abhinaya Cafe**

Abhinaya Cafe merupakan ide usaha F&B yang menyajikan fasilitas sebagai tempat berkumpul bagi kalangan mahasiswa maupun penikmat kopi dan teh di kota Malang untuk menikmati berbagai minuman kopi dan teh maupun untuk sekedar berkumpul atau bersantai. Sebagai usaha F&B berupa cafe yang memiliki persaingan tinggi di kota Malang, Abhinaya Cafe menyediakan berbagai variasi minuman kopi dan varian teh yang memiliki ciri khas tersendiri dalam hal kemasan dan kualitas produk. Abhinaya Cafe menyediakan berbagai fasilitas bagi konsumen seperti bagian *indoor* dan *outdoor* bagi pengunjung yang ingin menikmati minuman di kafe, toilet, mushola dan tempat parkir sebagai fasilitas untuk menunjang kenyamanan konsumen selama berada di kafe.

### **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini dilakukan menggunakan metode kualitatif dan kuantitatif. Metode kualitatif digunakan untuk menganalisis aspek pasar pemasaran, aspek teknik dan teknologi, aspek sumber daya manusia (SDM), aspek yuridis, dan aspek lingkungan. Sedangkan metode kuantitatif digunakan untuk menghitung aspek keuangan.

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### **Analisis SWOT**

##### *a. Strength*

- Menu yang Abhinaya Cafe miliki bervariasi yaitu tidak hanya menjual beberapa varian kopi tetapi cafe ini juga menjual beberapa varian teh dan snack sebagai pelengkap menu café
- Harga menu yang relatif murah bagi konsumen terutama mahasiswa
- Fasilitas yang dimiliki oleh cafe tergolong lengkap. Terdapat fasilitas indoor dan outdoor bagi pengunjung yang ingin dine in, terdapat wifi, toilet, mushola dan area parkir yang cukup luas untuk pengunjung
- Pembayaran dapat dilakukan berupa cash maupun dengan e-wallet
- Terdapat promo setiap ada perayaan hari besar nasional atau event tertentu

##### *b. Weakness*

- Sarana promosi yang belum maksimal
- Membutuhkan modal yang tidak kecil
- Manajemen yang belum profesional

##### *c. Opportunities*

- Bisa menciptakan inovasi produk kopi yang baru
- Menarik konsumen baru dengan penawaran khusus
- Adanya generasi anak muda saat ini yang sangat suka nongkrong
- Membuka outlet di lokasi yang baru dan memiliki peluang tinggi

##### *d. Threat*

- Harga bahan baku yang tidak stabil
- Mendapat rating kurang bagus dari konsumen
- Persaingan cafe yang sangat tinggi

- Pesaing yang menawarkan produk yang sejenis
- Banyaknya pesaing yang berdekatan
- e. SO (Strength-Opportunity)
  - Bekerja sama dengan universitas dalam suatu acara sehingga lebih mudah dikenal oleh mahasiswa.
  - Menawarkan promo-promo yang menarik kepada generasi muda melalui sosial media.
  - Memperbanyak inovasi baru agar menu yang disajikan lebih bervariasi dan memiliki signature
  - Memperbanyak outlet di lokasi lain dengan fasilitas yang mendukung
- f. ST (Strength-Threat)
  - Menggunakan supplier tetap untuk bahan baku yang sudah terjamin kualitas dan dengan harga yang sudah disepakati
  - Melakukan inovasi dari segi rasa atau berupa kemasan produk sehingga menjadi ciri khas menu cafe dan memiliki perbedaan dari produk pesaing
  - Desain cafe dan tata layout cafe didesain dan ditata dengan menarik serta memiliki tema yang berbeda dengan cafe pesaing yang berdekatan atau menjadi ciri dari Abhinaya Café
- g. WO (Weakness-Opportunity)
  - Memperluas promosi baik di sosial media maupun di lingkungan masyarakat
  - Memanfaatkan modal yang kecil dengan memanfaatkan desain interior yang baik dan bahan baku yang relatif murah namun tetap berkualitas.
  - Memperbaiki kualitas manajemen dengan mengikuti pelatihan ataupun menambah manajemen baru yang lebih profesional
- h. WT (Weakness-Threat)
  - Melakukan evaluasi setiap hari sekali terkait menu maupun pelayanan kepada konsumen
  - Promosi berupa video review dari customer dan review dari akun kuliner dan sejenisnya untuk lebih menyebarkan informasi mengenai cafe, kualitas makanan dan kenyamanan tempat
  - Melakukan pembelian bahan baku dalam jumlah yang dibiarkan sedikit ketika perkiraan akan terjadi kenaikan harga bahan baku pada periode pembelian selanjutnya untuk mengatasi modal pembelian bahan baku yang terlalu tinggi saat terjadi kenaikan harga

### **Aspek Pasar Pemasaran**

Pemilihan lokasi menjadi hal yang sangat diperhatikan dalam usaha Abhinaya Cafe. Keputusan mengenai lokasi didapatkan berdasarkan pertimbangan terkait tempat yang mudah dijangkau oleh semua kalangan terutama anak muda yang menjadi target utama pasar sehingga diputuskan memilih Jalan Besar Ijen No. 82, Kota Malang sebagai lokasi Abhinaya Cafe. Kemudian, diperlukan segmentasi pasar, *targeting*, dan *positioning* untuk mengetahui sistem pemasaran yang sesuai untuk dapat mencapai target yang diinginkan. Hasil analisis berdasarkan aspek tersebut menargetkan kalangan anak muda terutama mahasiswa dan pelajar, maupun penikmat kopi dan teh dari berbagai usia sebagai konsumen. Pemasaran akan lebih difokuskan melalui platform sosial media seperti *instagram*, *go-food*, *shopeefood*, dan *grabfood* sebab melalui platform tersebut dapat menjangkau konsumen lebih luas dan tergolong lebih praktis.

Produk-produk Abhinaya Cafe memiliki kualitas dan variasi yang berbeda dengan sehingga dapat menjadi daya tarik bagi konsumen dan menjadi pembeda dari pesaing yang berada di lokasi yang sama.

### Aspek Teknik dan Teknologi

Pemilihan strategi produksi dilakukan melalui riset yang terlihat di beberapa tempat, cafe-cafe yang ada menyediakan varian kopi dan beberapa snack menjadi daya tarik bagi kalangan mahasiswa sebagai tempat berkumpul untuk nongkrong maupun diskusi mengerjakan tugas. Oleh karena itu, keputusan menu yang digunakan di Abhinaya Cafe menggunakan varian kopi dan beberapa snack serta menambahkan beberapa produk teh sebagai pilihan menu bagi konsumen anak-anak yang cenderung tidak menyukai kopi dan sebagai inovasi atau pembeda dari pesaing lain. Selain riset tersebut, pemilihan varian menu dipilih berdasarkan tren atau kondisi sekarang yaitu berupa varian teh berbagai rasa. Berikut merupakan menu dari Abhinaya Cafe:

**Tabel 1. Daftar Menu Abhinaya Cafe**

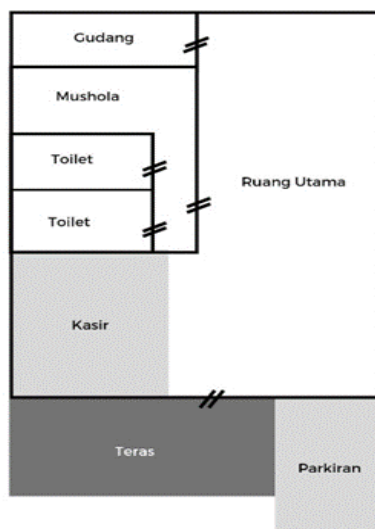
<b>KOPI</b>	<b>TEH</b>	<b>SNACK</b>
Mochachino	Original Tea	Kentang Goreng
Capuchino	Lemon Tea	Roti Bakar
Frappuccino	Apel Tea	
Americano	Milk Tea	
Caffe Latte	Thai Tea	
Frappe	Green Tea	
Espresso		

Perolehan bahan baku dipilih melalui pertimbangan bahwa produsen memiliki kualitas bahan baku yang terbaik, harga bahan baku yang sesuai dengan analisis kami, dan melalui pertimbangan jarak produsen dari lokasi Abhinaya Cafe. Berdasarkan pertimbangan tersebut, produsen yang digunakan yaitu produsen kopi Dampit yang berlokasi di Klojen, Malang Kota, Grosir Bubuk Minuman Malang yang berlokasi di Jalan Mawar No. 2 Lowokwaru, Kota Malang, kentang dari produsen Sukses Jaya Malang yang berlokasi di JL. Bandahara no.7, Malang, dan bahan baku roti dari pasar.

Tata layout kafe direncanakan dan didesain dengan mempertimbangkan kenyamanan pengunjung. Abhinaya Cafe memiliki fasilitas *indoor*, *outdoor* dan wifi bagi pengunjung yang

ingin *dine in*, terdapat toilet, mushola dan area parkir yang cukup luas untuk pengunjung. Berikut merupakan perencanaan tata layout Abhinaya cafe.

**Gambar 1. Tata Layout Abhinaya Cafe**



### Aspek Sumber Daya Manusia

Operasional Abhinaya Cafe pada awal usaha menggunakan tenaga kerja dari *owner* sendiri. *Owner* Abhinaya Cafe terdiri dari tiga orang dengan pembagian kerja yaitu satu orang sebagai bagian membuat pesanan, satu orang sebagai kasir untuk melayani pesanan dan pembelian konsumen, dan satu orang sebagai bagian melayani konsumen dalam hal mengantarkan pesanan. Selanjutnya, pada tahun berikutnya atau apabila Abhinaya Cafe telah berkembang dan mengalami peningkatan dalam hal operasional maka akan dilakukan *recruitment*.

Informasi mengenai *recruitment* disebarakan melalui media sosial Abhinaya Cafe disertai dengan mencantumkan posisi yang dibutuhkan, kriteria dan syarat calon pelamar yang dibutuhkan, lalu pengiriman cv dilakukan melalui email [CafeAbhinaya@gmail.com](mailto:CafeAbhinaya@gmail.com). Proses seleksi dilakukan melalui wawancara mengetahui kepribadian dan seberapa layak karyawan tersebut untuk bekerja di café, melaksanakan tes psikolog untuk mengetahui apakah calon karyawan memiliki gangguan jiwa atau tidak. Setelah itu dilakukan pertimbangan untuk menerima atau menolak calon karyawan tersebut. Calon karyawan yang lolos tahap seleksi wajib mengikuti orientasi dan pelatihan yang dilakukan oleh cafe untuk memberikan pengetahuan mengenai tugas dari *jobdesk*.

Setiap sebulan sekali diadakan kegiatan evaluasi terhadap seluruh karyawan Abhinaya Cafe. kegiatan tersebut dilakukan untuk mengetahui masalah maupun hambatan operasional cafe selama sebulan dan dapat ditingkatkan atau diperbaiki terkait hal yang kurang tersebut. Selain itu, konsumen dapat memberikan penilaian mengenai pelayanan cafe. Penilaian konsumen tersebut dapat disampaikan melalui *google review*, dan media sosial resmi Abhinaya Cafe. Penilaian dari konsumen akan digunakan bagi manajemen Abhinaya Cafe untuk mengevaluasi kualitas dari cafe sehingga dapat diketahui hal yang perlu ditingkatkan maupun diperbaiki menjadi lebih baik.

### Aspek Keuangan

Berikut merupakan analisis keuangan Abhinaya Cafe berdasarkan kegiatan operasional selama setahun memulai usaha.

1. Rincian Sumber Pendanaan
  - Dana Investor : Rp15.000.000
  - Dana Pemilik : Rp4.000.000
  - Total Dana : Rp19.000.00

2. Rekapitulasi Kebutuhan Dana
  - Modal Investasi Awal : Rp9.633.000
  - Biaya Variable Awal : Rp3.302.000
  - Biaya Tetap Awal : Rp5.350.000

3. Laporan Laba Rugi

**Tabel 2. Laporan Laba Rugi Abhinaya Cafe**

<b>Laporan Laba Rugi Per Tahun</b>			
<b>PENJUALAN</b>	<b>Tahun Pertama</b>	<b>Tahun Kedua</b>	<b>Tahun Ketiga</b>
Penjualan	Rp1.504.800.000	Rp1.881.000.000	Rp2.257.200.000
<b>BEBAN POKOK PENJUALAN</b>			
HPP	Rp1.218.758.400	Rp1.523.448.000	Rp1.828.137.000
<b>LABA KOTOR</b>	<b>Rp286.041.600</b>	<b>Rp357.552.000</b>	<b>Rp429.063.000</b>
<b>BEBAN OPERASIONAL</b>			
Wifi	Rp1.200.000	Rp1.200.000	Rp1.200.000
Penyusutan	Rp6.000.000	Rp6.000.000	Rp6.000.000
Total Beban Operasional	<b>Rp7.200.000</b>	<b>Rp7.200.000</b>	<b>Rp7.200.000</b>

<b>LABA SEBELUM PAJAK</b>	<b>Rp278.841.600</b>	<b>Rp350.352.000</b>	<b>Rp421.863.000</b>
Pajak 10%	Rp27.884.160	Rp35.035.200	Rp42.186.300
<b>LABA BERSIH</b>	<b>Rp250.957.440</b>	<b>Rp315.316.800</b>	<b>Rp379.676.700</b>

4. Laporan Arus Kas

**Tabel 3. Laporan Arus Kas Abhinaya Cafe**

<b>LAPORAN ARUS KAS</b>			
<b>Keterangan</b>	<b>Tahun Pertama</b>	<b>Tahun Kedua</b>	<b>Tahun Ketiga</b>
<b>Laba Bersih</b>	Rp250.957.440	Rp315.316.800	Rp379.676.700
<b>Depresiasi</b>	Rp6.000.000	Rp6.000.000	Rp6.000.000
<b>Cash Flow</b>	Rp256.957.440	Rp321.316.800	Rp385.676.700

5. Net Present Value

**Tabel 4. Net Present Value Abhinaya Cafe**

<b>NET PRESENT VALUE</b>		
<b>Discount Rate</b>	<b>4%</b>	
<b>Tahun</b>	<b>Arus Kas</b>	<b>Nilai Sekarang</b>
Tahun 0	Rp113.457.000	Rp100.862.860
Tahun 1	Rp256.957.440	Rp228.434.228
Tahun 2	Rp321.316.800	Rp285.649.465
Tahun 3	Rp385.676.700	Rp342.865.182
<b>NPV</b>		<b>Rp756.086.016</b>

6. Payback Period

**Tabel 5. Payback Period Abhinaya Cafe**

<b>PAYBACK PERIOD</b>		
<b>Tahun</b>	<b>Arus Kas</b>	<b>Arus Kas Kumulatif</b>
<b>Tahun 0</b>	<b>Rp113.457.000</b>	
<b>Tahun 1</b>	<b>Rp256.957.440</b>	<b>Rp256.957.440</b>
<b>Tahun 2</b>	<b>Rp321.316.800</b>	<b>Rp578.274.240</b>
<b>Tahun 3</b>	<b>Rp385.676.700</b>	<b>Rp963.950.940</b>

$$\begin{aligned}
 \text{Payback Period} &= 2 + \frac{(\text{Rp}113.457.000 - \text{Rp}578.274.240)}{(\text{Rp}963.950.940 - \text{Rp}578.274.240)} \\
 &= 0,79 \text{ tahun atau 9 bulan 14 hari.}
 \end{aligned}$$

Dari perhitungan di atas, dapat diketahui bahwa modal yang diberikan investor akan dikembalikan dalam waktu sembilan bulan empat belas hari.

#### 7. Profitability Index

Sebuah usaha harus memiliki nilai *profitability index* lebih dari 1 untuk dapat dikatakan layak. Berikut adalah perhitungan *profitability index* Abhinaya Cafe.

$$\begin{aligned}
 PI &= \frac{\text{Total Arus Kas}}{\text{Investasi}} \\
 &= \frac{\text{Rp}963.950.940}{\text{Rp}113.457.000} \\
 &= 8,50
 \end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan di atas, diketahui bahwa Abhinaya Cafe layak untuk dijalankan karena memiliki nilai PI 8,50 yaitu lebih dari 1.

#### Aspek Yuridis

Badan hukum dari usaha Abhinaya Cafe berupa firma karena usaha ini merupakan bisnis café yang menjual makanan dan minuman yang dijalankan oleh tiga orang. Pemilihan badan hukum tersebut telah dipertimbangkan berdasarkan beberapa hal yaitu tujuan pendirian usaha untuk memperoleh keuntungan (*profit*), menjadikan setiap orang dalam bisnis ini memiliki tanggung jawab dan hak untuk menjadi pemimpin, kebijakan dalam mengambil keputusan harus didasarkan atas asas kebersamaan atau persetujuan semua orang, dan risiko dari usaha ini ditanggung oleh semua pihak.

Abhinaya Café menyediakan makanan dan minuman yang halal. Hal tersebut menyesuaikan dengan mayoritas penduduk di Indonesia terutama di Malang beragama islam. Cafe ini tidak menjual produk dengan yang berbahan dasar haram dalam agama islam seperti halnya babi, minuman beralkohol, dsb. Bisnis Abhinaya Cafe akan menerapkan syarat-syarat maupun aturan yang halal dalam transaksinya dan tidak keluar dari aturan yang ada. Selain itu

Abhinaya Cafe akan berusaha untuk mendapatkan sertifikasi halal dari MUI agar konsumen lebih percaya dengan kehalalan dari produk yang dijual.

Komoditas atau barang yang dijual di Abhinaya Cafe adalah produk makanan dan minuman yang terbuat dari bahan-bahan halal seperti produk minuman yang terbuat dari aneka jenis teh dan kopi. Produk-produk tersebut diperbolehkan oleh undang-undang untuk dijual karena produk tersebut memang sudah biasa dijual di Indonesia. Bahan baku dari produk-produk tersebut juga terbuat dari bahan yang aman dan tidak memiliki kandungan-kandungan yang dilarang undang-undang seperti halnya narkoba. Bahan baku dari produk cafe ini diambil dari bahan baku yang berkualitas sehingga kualitas dari produk kami terjamin.

### **Aspek Lingkungan**

Dalam mendirikan suatu usaha, limbah-limbah yang dihasilkan dalam memproduksi suatu produk telah menjadi hal yang biasa terjadi. Limbah-limbah dari usaha Abhinaya Cafe akan diatasi dengan benar agar tercipta lingkungan yang bersih dan nyaman. Cara atau tindakan yang dilakukan terhadap limbah-limbah dan mengelola lingkungan agar tetap terjaga kualitasnya yaitu:

1. Mengelola limbah sisa bahan-bahan untuk membuat produk dengan baik dengan menyiapkan tempat untuk mengumpulkan limbah yang kemudian sampah-sampah tersebut akan dibuang atau didistribusikan ke tempat yang mengelola limbah-limbah dan sampah dari usaha. Hal tersebut dilakukan agar tidak terjadi penumpukan sampah yang menyebabkan timbulnya bau tidak sedap sehingga menyebabkan keresahan dari para pelanggan dan masyarakat sekitar usaha berdiri.
2. Menyiapkan tempat sampah pada setiap sudut ruangan. Tempat sampah tersebut akan dibedakan setiap jenisnya. Tempat sampah yang dipakai yaitu tempat sampah yang tertutup agar tidak menimbulkan bau yang tidak sedap.
3. Untuk limbah cair akan dilakukan filtrasi. Limbah cair akan dimasukkan ke dalam alat yang fungsinya memisahkan antara air dan minyak. Kemudian masing-masing dari limbah cair tersebut akan dibuang ke tempat yang seharusnya.

### **SIMPULAN**

Abhinaya Cafe memiliki memiliki peluang untuk dapat bersaing dengan usaha cafe lain. Perencanaan mengenai produk yang dijual telah ditentukan berdasarkan riset dan analisis pesaing sehingga menghasilkan variasi menu yang berbeda dari pesaing. Peningkatan dalam segi rasa dan menu atau inovasi akan sangat diperlukan untuk dapat menunjang kualitas cafe untuk tetap dan lebih menarik minat konsumen. Dalam hal pemilihan lokasi telah dipertimbangkan dengan melihat peluang dari kondisi sekitar lokasi yang berada di tengah kota sehingga lokasi Abhinaya Cafe menjadi tempat yang strategis bagi konsumen untuk berkunjung.

Aspek keuangan Abhinaya cafe menunjukkan kondisi yang positif. Hal tersebut terlihat dari nilai *payback period* yang menunjukkan waktu pengembalian modal yang relatif cepat yaitu 9 bulan 14 hari dan pada nilai *profitability index* menunjukkan hasil nilai lebih dari satu yang menyatakan bahwa Abhinaya Cafe termasuk bisnis yang layak. Berdasarkan hasil dan pembahasan dapat disimpulkan bahwa usaha Abhinaya Cafe merupakan usaha yang layak untuk dijalankan.

## **SARAN**

Untuk kedepannya, penelitian ini dapat dilakukan lebih mendalam di dalam kajian kajiannya. Diharapkan peneliti lebih sanggup menganalisis faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian pada bisnis cafe.

## **KETERBATASAN**

Pada penelitian ini, peneliti menyadari bahwa penelitian yang peneliti lakukan masih memiliki banyak kelemahan-kelemahan karena adanya keterbatasan yang peneliti temukan dalam penelitian ini. Salah satunya peneliti belum melakukan survey mendalam terkait kepuasan konsumen terhadap sajian minuman dan makanan di cafe kami.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Adik Supriadi, S.E., M. M., Dr. La Ode Angga, S.Ag., S.H., M. H., Andi Tufan, S.E., M. M., Dr Febrianty, S.E., M. S., Kurniawan Prambudi Utomo, S.E., M. M., Ajeng Septiana Wulansari, S.E., M. B. A., Ulfa Yuniati, S.I.Kom., M. S., Nugroho Djati Satmoko, SE.E, M. S. I. E., Enok Nurhayati, S.E., M. S., Mira Rahmi, S.E., M.B.A & Anggi Angga Resti, S.E., M. S., Dr. Lutfi, S.E., M. M., & Neneng Kartika Rini, S.P., M. . (2021). *STUDI KELAYAKAN BISNIS (Tinjauan, Teori dan Praktis)*.
- Kasmir, S.E., M. M., & Jakfar, S.E., M. M. (n.d.). *Studi Kelayakan Bisnis*.
- Sulistiyowati, W. (2019). *Analisis Kelayakan Usaha*. 03(1), 1–111.