

Analisis Kelayakan Bisnis UMKM CRUST.ID Berdasarkan Aspek Pasar, Keuangan, Teknis, Hukum, dan Manajemen

Diva Chrestella Fadli¹, Ina Mawarni², Nabila Tsabitha Saptaningtyas³, Siti Rahmayuni⁴

¹⁻⁴Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Program Studi Manajemen, Universitas Mulia, Balikpapan, Indonesia

Email: ¹divachrestella42@gmail.com, ²inaamawarni@gmail.com, ³nabilatsabitha24@gmail.com,

⁴youni.anwar@gmail.com

Abstrak—Studi kelayakan bisnis merupakan salah satu tahapan penting dalam menilai prospek pengembangan suatu usaha sebelum dilakukan perluasan maupun peningkatan skala operasional. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kelayakan bisnis UMKM CRUST.ID yang bergerak di bidang kuliner dengan produk utama berupa puff pastry. Penelitian menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif melalui observasi lapangan dan wawancara langsung dengan pemilik usaha untuk memperoleh informasi mengenai kondisi usaha berdasarkan aspek pasar dan pemasaran, keuangan, teknis dan operasional, hukum, serta manajemen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa CRUST.ID memiliki peluang pasar yang cukup baik karena produk yang ditawarkan sesuai dengan tren konsumsi masyarakat, didukung strategi pemasaran berbasis media sosial, serta memiliki segmentasi pasar yang jelas. Dari aspek keuangan, perhitungan Harga Pokok Produksi (HPP) menunjukkan bahwa usaha mampu menghasilkan margin keuntungan yang layak dengan estimasi laba bersih sebesar Rp7.200.000 per bulan berdasarkan asumsi penjualan yang telah ditetapkan. Aspek teknis dan operasional memperlihatkan bahwa proses produksi dapat dilaksanakan secara efektif dengan ketersediaan bahan baku dan peralatan yang memadai. Sementara itu, aspek hukum dan manajemen masih memerlukan pengembangan, khususnya dalam pemenuhan legalitas usaha dan penyempurnaan sistem administrasi untuk mendukung pertumbuhan bisnis. Berdasarkan hasil analisis terhadap seluruh aspek tersebut, UMKM CRUST.ID dinilai layak untuk dikembangkan sebagai usaha kuliner yang berkelanjutan dengan tetap memperhatikan peningkatan kualitas produk, inovasi, dan pengelolaan usaha secara berkesinambungan.

Kata Kunci: studi kelayakan bisnis, UMKM, puff pastry, analisis kelayakan, CRUST.ID.

Abstract—Business feasibility studies play an important role in evaluating the potential development of a business before expansion and operational improvement are undertaken. This study aims to analyze the business feasibility of CRUST.ID, a culinary micro, small, and medium enterprise (MSME) specializing in puff pastry products. The research employed a qualitative descriptive approach through direct observation and interviews with the business owner to evaluate the enterprise from market and marketing, financial, technical and operational, legal, and managerial perspectives. The findings indicate that CRUST.ID has promising market potential due to its products being aligned with current consumer trends, supported by social media-based marketing strategies and a well-defined target market. From the financial perspective, the Cost of Goods Manufactured (COGM) analysis demonstrates a feasible profit margin, with an estimated monthly net profit of IDR 7,200,000 based on the projected sales volume. The technical and operational aspects reveal that the production process can be carried out efficiently with adequate raw materials and supporting equipment. Meanwhile, the legal and managerial aspects still require improvement, particularly in completing business legality and strengthening administrative management to support sustainable business growth. Overall, the analysis indicates that CRUST.ID is feasible for further development as a sustainable culinary business by continuously improving product quality, innovation, and business management.

Keywords: business feasibility study, MSME, puff pastry, feasibility analysis, CRUST.ID.

1. PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran yang sangat penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi nasional melalui penciptaan lapangan kerja, peningkatan pendapatan masyarakat, serta penguatan daya saing ekonomi daerah. Keberadaan UMKM tidak hanya berkontribusi terhadap peningkatan aktivitas ekonomi lokal, tetapi juga menjadi salah satu sektor yang mampu bertahan dalam menghadapi berbagai perubahan kondisi ekonomi. Oleh karena itu, pengembangan UMKM memerlukan perencanaan yang matang agar usaha yang dijalankan mampu berkembang secara berkelanjutan. Menurut Kasmir dan Jakfar (2020), studi kelayakan bisnis merupakan suatu kegiatan yang dilakukan untuk menilai apakah suatu usaha layak dijalankan berdasarkan berbagai aspek yang memengaruhi keberhasilan usaha, sehingga dapat meminimalkan risiko kerugian di masa mendatang.

Perkembangan industri kuliner di Indonesia menunjukkan tren yang terus meningkat dalam beberapa tahun terakhir. Perubahan gaya hidup masyarakat, kemajuan teknologi informasi, serta meningkatnya penggunaan media sosial telah mendorong perubahan perilaku konsumen dalam memilih produk makanan. Konsumen tidak lagi hanya mempertimbangkan cita rasa, tetapi juga memperhatikan tampilan produk, inovasi, kemudahan memperoleh produk, serta pengalaman yang diperoleh selama proses pembelian. Menurut Kotler dan Keller (2016), keberhasilan suatu produk dalam memasuki pasar sangat dipengaruhi oleh kemampuan pelaku usaha dalam memahami kebutuhan konsumen serta menyusun strategi pemasaran yang sesuai dengan karakteristik pasar sasaran.

Salah satu sektor kuliner yang mengalami perkembangan cukup pesat adalah produk dessert modern, termasuk puff pastry. Produk ini memiliki karakteristik berupa tekstur renyah, variasi rasa yang beragam, serta tampilan yang menarik sehingga banyak diminati oleh berbagai kelompok konsumen, terutama remaja dan dewasa muda. Kondisi tersebut membuka peluang bagi pelaku UMKM untuk menghadirkan produk yang memiliki nilai tambah melalui inovasi rasa, kualitas produk, maupun strategi pemasaran yang efektif.

CRUST.ID merupakan UMKM yang bergerak pada bidang kuliner dengan produk utama berupa puff pastry yang dipasarkan dalam beberapa varian rasa, antara lain chocolate, choco banana, choco cheese, dan choco banana cheese. Usaha ini pernah beroperasi pada periode 2020–2021 dan kembali dijalankan pada akhir tahun 2024 dengan pengelolaan yang lebih terfokus. Sistem pemasaran yang diterapkan memanfaatkan media digital seperti Instagram, TikTok, dan WhatsApp, serta didukung penjualan secara langsung melalui kegiatan bazar dan pemesanan konsumen. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa CRUST.ID telah menerapkan strategi pemasaran yang menyesuaikan perkembangan perilaku konsumen dalam memanfaatkan platform digital sebagai media transaksi dan promosi.

Meskipun memiliki peluang pasar yang cukup baik, pengembangan usaha tetap memerlukan analisis yang komprehensif untuk mengetahui tingkat kelayakan usaha sebelum dilakukan pengembangan lebih lanjut. Analisis tersebut diperlukan karena keberhasilan suatu usaha tidak hanya ditentukan oleh tingginya permintaan pasar, tetapi juga dipengaruhi oleh kemampuan usaha dalam mengelola aspek keuangan, operasional, hukum, maupun manajemen. Menurut Suliyanto (2010), studi kelayakan bisnis merupakan proses evaluasi terhadap berbagai aspek usaha secara menyeluruh agar keputusan investasi maupun pengembangan usaha dapat dilakukan berdasarkan informasi yang objektif.

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara dengan pemilik usaha, CRUST.ID memiliki beberapa faktor pendukung yang berpotensi meningkatkan daya saing usaha, antara lain penggunaan bahan baku yang mudah diperoleh, proses produksi yang relatif sederhana, strategi pemasaran berbasis media sosial, serta estimasi keuntungan yang menunjukkan prospek usaha yang cukup baik. Di sisi lain, usaha ini masih menghadapi beberapa tantangan, seperti belum lengkapnya legalitas usaha serta sistem administrasi yang masih dikelola secara sederhana. Kondisi tersebut menunjukkan perlunya dilakukan analisis terhadap berbagai aspek kelayakan bisnis agar dapat diketahui tingkat kesiapan usaha dalam mendukung pengembangan bisnis secara berkelanjutan.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kelayakan bisnis UMKM CRUST.ID berdasarkan aspek pasar dan pemasaran, aspek keuangan, aspek teknis dan operasional, aspek hukum, serta aspek manajemen. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai kondisi aktual usaha sekaligus menjadi dasar pertimbangan bagi pemilik dalam menyusun strategi pengembangan usaha pada masa yang akan datang. Selain memberikan manfaat praktis bagi pelaku usaha, penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya yang membahas studi kelayakan bisnis pada sektor UMKM, khususnya di bidang kuliner.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif untuk menganalisis kelayakan bisnis UMKM CRUST.ID berdasarkan kondisi aktual usaha. Pendekatan deskriptif dipilih karena penelitian bertujuan memberikan gambaran secara sistematis mengenai kondisi usaha melalui analisis terhadap berbagai aspek yang memengaruhi kelayakan bisnis, tanpa melakukan pengujian hipotesis maupun perlakuan terhadap objek penelitian. Menurut Sugiyono (2022), penelitian

deskriptif bertujuan menggambarkan suatu fenomena atau keadaan secara sistematis, faktual, dan akurat sesuai dengan kondisi yang terjadi di lapangan.

Objek penelitian adalah UMKM CRUST.ID yang bergerak di bidang kuliner dengan produk utama berupa puff pastry dan berlokasi di Kota Balikpapan. Pemilihan objek penelitian didasarkan pada potensi pengembangan usaha yang didukung oleh meningkatnya tren konsumsi dessert modern serta penerapan strategi pemasaran digital dalam kegiatan operasional usaha. Penelitian difokuskan pada analisis kelayakan usaha berdasarkan aspek pasar dan pemasaran, aspek keuangan, aspek teknis dan operasional, aspek hukum, serta aspek manajemen yang menjadi komponen utama dalam studi kelayakan bisnis.

Pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Observasi dilakukan dengan mengamati secara langsung kegiatan operasional usaha, mulai dari proses produksi, pemasaran, hingga pengelolaan usaha. Wawancara dilakukan secara langsung dengan pemilik UMKM CRUST.ID untuk memperoleh informasi mengenai profil usaha, proses produksi, strategi pemasaran, kondisi keuangan, serta rencana pengembangan usaha. Sementara itu, dokumentasi digunakan untuk melengkapi data penelitian berupa identitas usaha, informasi produk, perhitungan Harga Pokok Produksi (HPP), estimasi keuntungan, serta dokumentasi produk yang diperoleh selama proses penelitian. Menurut Moleong (2021), kombinasi beberapa teknik pengumpulan data diperlukan dalam penelitian kualitatif agar informasi yang diperoleh lebih lengkap dan mampu menggambarkan kondisi objek penelitian secara komprehensif.

Analisis data dilakukan secara deskriptif dengan mengidentifikasi dan mengevaluasi setiap aspek kelayakan bisnis berdasarkan data yang diperoleh selama penelitian. Analisis diawali dengan penyajian gambaran umum usaha, kemudian dilanjutkan dengan pembahasan aspek pasar dan pemasaran untuk mengetahui peluang pasar dan strategi pemasaran yang diterapkan. Selanjutnya dilakukan analisis terhadap aspek keuangan melalui perhitungan Harga Pokok Produksi (HPP) serta estimasi keuntungan usaha. Analisis juga dilakukan terhadap aspek teknis dan operasional untuk menilai kesiapan proses produksi, aspek hukum untuk mengidentifikasi kondisi legalitas usaha, serta aspek manajemen guna mengevaluasi sistem pengelolaan usaha. Hasil analisis dari seluruh aspek tersebut kemudian diintegrasikan untuk menentukan tingkat kelayakan pengembangan UMKM CRUST.ID sebagai usaha kuliner yang berkelanjutan. Tahapan analisis tersebut mengacu pada konsep studi kelayakan bisnis yang dikemukakan oleh Kasmir dan Jakfar (2020), yaitu penilaian usaha dilakukan melalui evaluasi berbagai aspek yang saling berkaitan sehingga dapat memberikan dasar yang objektif dalam pengambilan keputusan pengembangan usaha.

3. ANALISA DAN PEMBAHASAN

Analisis kelayakan bisnis dilakukan untuk memperoleh gambaran menyeluruh mengenai kondisi aktual UMKM CRUST.ID berdasarkan berbagai aspek yang memengaruhi keberlangsungan usaha. Penilaian terhadap aspek pasar dan pemasaran, keuangan, teknis dan operasional, hukum, serta manajemen menjadi dasar dalam menentukan tingkat kelayakan usaha sekaligus mengidentifikasi potensi pengembangan yang dapat dilakukan. Hasil analisis tersebut diharapkan mampu memberikan informasi yang objektif mengenai peluang, tantangan, dan prospek usaha sebagai bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan pengembangan bisnis.

3.1 Gambaran Umum UMKM CRUST.ID

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu sektor yang memiliki peran strategis dalam mendukung pertumbuhan ekonomi melalui penciptaan lapangan kerja, peningkatan produktivitas, dan pengembangan kegiatan usaha masyarakat. Menurut Tambunan (2019), UMKM memiliki karakteristik berupa skala usaha yang relatif kecil, pengelolaan yang sederhana, serta kemampuan beradaptasi terhadap perubahan kondisi pasar. Karakteristik tersebut menjadikan UMKM sebagai sektor yang memiliki potensi besar untuk terus berkembang apabila didukung oleh pengelolaan usaha yang baik dan strategi bisnis yang tepat. Salah satu UMKM yang bergerak di sektor kuliner adalah CRUST.ID, yaitu usaha yang berfokus pada produksi dan pemasaran puff pastry dengan berbagai varian rasa. Usaha ini berlokasi di Kota Balikpapan dan memasarkan produknya melalui sistem penjualan online maupun offline. Penjualan secara daring dilakukan melalui media sosial seperti Instagram, TikTok, dan WhatsApp, sedangkan penjualan secara luring dilakukan melalui kegiatan bazar,

event kuliner, serta pemesanan langsung oleh konsumen. Penerapan dua sistem pemasaran tersebut bertujuan untuk memperluas jangkauan pasar sekaligus meningkatkan kemudahan konsumen dalam memperoleh produk yang ditawarkan.

CRUST.ID sebelumnya pernah beroperasi pada periode 2020–2021 dan memperoleh respons positif dari konsumen. Berdasarkan pengalaman tersebut, usaha kembali dijalankan secara mandiri pada akhir tahun 2024 dengan fokus pada pengembangan produk dan peningkatan efektivitas pemasaran. Pengalaman operasional yang telah dimiliki menjadi modal penting dalam menjalankan usaha karena memberikan pemahaman mengenai karakteristik konsumen, proses produksi, serta strategi pemasaran yang sesuai dengan kebutuhan pasar.

Karakteristik umum UMKM CRUST.ID yang menjadi objek penelitian disajikan pada Tabel 1. Informasi tersebut memberikan gambaran mengenai identitas usaha, bidang usaha, produk utama, sistem pemasaran, target pasar, serta lokasi operasional yang menjadi dasar dalam pelaksanaan analisis kelayakan bisnis.

Tabel 1. Identitas UMKM CRUST.ID

Komponen	Keterangan
Nama Usaha	CRUST.ID
Bidang Usaha	Kuliner (<i>Dessert</i>)
Produk Utama	<i>Puff Pastry</i>
Tahun Berdiri	2024 (pengelolaan kembali)
Sistem Penjualan	Online dan Offline
Target Pasar	Remaja, mahasiswa, pekerja, dan pecinta <i>dessert</i>
Lokasi Operasional	Balikpapan

Berdasarkan Tabel 1, CRUST.ID masih tergolong usaha yang dikelola secara mandiri dengan cakupan pemasaran yang mengombinasikan penjualan langsung dan pemanfaatan media digital. Segmentasi pasar yang menasar remaja, mahasiswa, pekerja, dan pecinta dessert menunjukkan bahwa usaha telah memiliki sasaran konsumen yang jelas. Kondisi tersebut menjadi salah satu faktor pendukung dalam penyusunan strategi pemasaran yang lebih efektif sesuai dengan karakteristik pasar yang dituju.

Produk utama yang dipasarkan oleh CRUST.ID berupa puff pastry dengan beberapa pilihan varian rasa dan ukuran. Dokumentasi produk ditampilkan pada Gambar 1 untuk memberikan gambaran visual mengenai objek penelitian sekaligus menunjukkan karakteristik produk yang menjadi fokus dalam analisis kelayakan bisnis.



Gambar 1. Produk Puff Pastry UMKM CRUST.ID

Produk CRUST.ID tersedia dalam varian Chocolate, Choco Banana, Choco Cheese, dan Choco Banana Cheese dengan pilihan ukuran personal dan family. Selain mengutamakan kualitas bahan baku, usaha juga memperhatikan tampilan produk serta kemasan yang menarik sebagai bagian dari strategi untuk meningkatkan nilai tambah dan daya tarik produk di tengah persaingan industri kuliner.

Dalam menjalankan kegiatan operasionalnya, seluruh aktivitas usaha masih dikelola secara langsung oleh pemilik, mulai dari pengadaan bahan baku, proses produksi, pemasaran, hingga pelayanan kepada konsumen. Struktur organisasi yang masih sederhana memberikan fleksibilitas dalam pengambilan keputusan dan pengendalian kualitas produk. Di sisi lain, peningkatan kapasitas produksi pada masa mendatang berpotensi memerlukan penambahan sumber daya manusia agar operasional usaha dapat berjalan secara lebih efektif dan mampu memenuhi peningkatan permintaan pasar.

Secara umum, karakteristik UMKM CRUST.ID menunjukkan adanya potensi yang cukup baik untuk dikembangkan. Pengalaman usaha yang telah dimiliki, variasi produk yang sesuai dengan tren konsumsi masyarakat, serta pemanfaatan media digital sebagai sarana pemasaran menjadi modal awal yang mendukung keberlangsungan usaha. Kondisi tersebut selanjutnya menjadi dasar dalam melakukan analisis terhadap aspek pasar dan pemasaran, keuangan, teknis dan operasional, hukum, serta manajemen untuk menentukan tingkat kelayakan pengembangan usaha.

3.2 Analisis Aspek Pasar dan Pemasaran

Aspek pasar dan pemasaran merupakan salah satu indikator utama dalam menentukan kelayakan suatu usaha karena berkaitan dengan kemampuan produk untuk diterima oleh konsumen serta bersaing di pasar. Menurut Kotler dan Keller (2016), analisis pasar dilakukan untuk mengidentifikasi kebutuhan konsumen, menentukan target pasar, serta menyusun strategi pemasaran yang mampu memberikan nilai tambah bagi pelanggan. Oleh karena itu, keberhasilan suatu usaha tidak hanya ditentukan oleh kualitas produk, tetapi juga oleh kemampuan pelaku usaha dalam memahami karakteristik pasar dan merancang strategi pemasaran yang sesuai dengan kebutuhan konsumen.

Hasil observasi menunjukkan bahwa UMKM CRUST.ID telah memiliki segmentasi pasar yang cukup jelas, yaitu remaja, mahasiswa, pekerja, serta masyarakat yang memiliki ketertarikan terhadap produk dessert. Segmentasi tersebut dipilih karena kelompok konsumen tersebut cenderung menyukai produk kuliner modern dengan cita rasa yang beragam, tampilan yang menarik, serta mudah diperoleh melalui platform digital. Penetapan target pasar yang spesifik memberikan keuntungan bagi pelaku usaha dalam menentukan strategi promosi, pengembangan produk, serta penyesuaian harga agar sesuai dengan karakteristik konsumen yang dituju.

Karakteristik target pasar UMKM CRUST.ID disajikan pada Tabel 2.

Tabel 2. Segmentasi Target Pasar UMKM CRUST.ID

Segmen Konsumen	Karakteristik
Remaja	Menyukai makanan kekinian dengan tampilan menarik
Mahasiswa	Memiliki mobilitas tinggi dan aktif menggunakan media sosial
Pekerja	Membutuhkan makanan praktis sebagai camilan atau buah tangan
Pecinta <i>dessert</i>	Memiliki minat terhadap variasi rasa dan inovasi produk

Berdasarkan Tabel 2, target pasar CRUST.ID didominasi oleh kelompok konsumen yang aktif mengikuti perkembangan tren kuliner serta memanfaatkan media sosial sebagai sarana memperoleh informasi mengenai produk makanan. Karakteristik tersebut memberikan peluang bagi usaha untuk mengembangkan strategi pemasaran digital yang lebih efektif melalui penyajian konten promosi yang menarik, penyampaian informasi produk yang jelas, serta interaksi yang lebih intensif dengan konsumen. Selain itu, keberagaman segmen konsumen juga membuka peluang bagi usaha untuk terus melakukan inovasi produk sesuai dengan perubahan preferensi pasar.

Permintaan terhadap produk CRUST.ID didukung oleh meningkatnya minat masyarakat terhadap produk dessert modern yang menawarkan kombinasi cita rasa, tampilan, dan kepraktisan dalam penyajian. Produk puff pastry yang dipadukan dengan variasi rasa seperti chocolate, choco banana, choco cheese, dan choco banana cheese memberikan alternatif pilihan bagi konsumen dengan preferensi yang berbeda. Berdasarkan hasil observasi, permintaan produk cenderung meningkat pada akhir pekan, hari libur, maupun saat terdapat kegiatan tertentu, seperti bazar, acara keluarga, dan kegiatan komunitas. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa peluang pasar masih cukup terbuka selama usaha mampu menjaga kualitas produk dan konsistensi pelayanan kepada konsumen.

Persaingan pada industri kuliner menuntut setiap pelaku usaha untuk memiliki keunggulan yang mampu membedakan produknya dari kompetitor. Menurut Porter (2008), keunggulan bersaing dapat diperoleh apabila suatu usaha mampu menawarkan nilai yang berbeda dibandingkan pesaingnya sehingga memberikan alasan bagi konsumen untuk memilih produk yang ditawarkan. Berdasarkan hasil penelitian, keunggulan kompetitif UMKM CRUST.ID tercermin dari penggunaan bahan baku yang berkualitas, variasi rasa yang sesuai dengan preferensi konsumen, pilihan ukuran produk yang beragam, serta pemanfaatan media digital sebagai sarana promosi. Kombinasi faktor-faktor tersebut memberikan nilai tambah yang berpotensi meningkatkan daya saing usaha di tengah persaingan industri kuliner yang semakin berkembang.

Strategi penetapan harga dilakukan dengan mempertimbangkan biaya produksi, biaya operasional, kondisi pasar, serta margin keuntungan yang diharapkan. Pendekatan tersebut menunjukkan bahwa penetapan harga tidak hanya berorientasi pada perolehan keuntungan, tetapi juga mempertimbangkan kemampuan daya beli konsumen agar produk tetap kompetitif. Berdasarkan hasil perhitungan Harga Pokok Produksi (HPP), harga jual produk ukuran personal berada pada kisaran Rp14.000–Rp15.000 per produk, sedangkan produk ukuran family dipasarkan pada kisaran Rp52.000–Rp55.000 per kotak. Penetapan harga tersebut dinilai telah sesuai dengan kualitas produk yang ditawarkan serta mampu memberikan margin keuntungan yang mendukung keberlangsungan usaha.

Kegiatan promosi dilakukan melalui pemanfaatan media sosial, seperti Instagram, TikTok, dan WhatsApp, dengan menampilkan foto produk, informasi harga, promosi, serta testimoni pelanggan. Menurut Kotler dan Armstrong (2021), pemasaran digital merupakan salah satu strategi yang efektif untuk memperluas jangkauan pasar, membangun hubungan dengan konsumen, serta meningkatkan kesadaran terhadap suatu merek. Penerapan strategi tersebut

telah didukung oleh tampilan produk yang menarik sehingga mampu meningkatkan minat konsumen untuk melakukan pembelian. Selain promosi melalui media digital, penyebaran informasi dari mulut ke mulut (word of mouth) juga memberikan kontribusi dalam memperkenalkan produk kepada calon konsumen melalui pengalaman positif pelanggan sebelumnya.

Kemasan produk juga menjadi bagian penting dalam strategi pemasaran karena tidak hanya berfungsi sebagai pelindung produk, tetapi juga sebagai identitas merek yang mampu meningkatkan nilai tambah di mata konsumen. Penggunaan kemasan yang praktis dan menarik mendukung citra produk sebagai dessert modern yang sesuai dengan karakteristik target pasar. Selain memberikan perlindungan selama proses distribusi, kemasan yang baik juga berperan dalam membangun kesan profesional sehingga dapat meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap kualitas produk yang ditawarkan.

Secara keseluruhan, hasil analisis menunjukkan bahwa aspek pasar dan pemasaran UMKM CRUST.ID berada pada kategori layak untuk dikembangkan. Kondisi tersebut didukung oleh segmentasi pasar yang jelas, peluang permintaan yang masih terbuka, strategi penetapan harga yang kompetitif, serta pemanfaatan media digital sebagai sarana promosi. Meskipun persaingan pada industri kuliner relatif tinggi, karakteristik produk yang ditawarkan mampu memberikan nilai tambah dan menjadi keunggulan kompetitif bagi usaha. Dengan mempertimbangkan kondisi tersebut, CRUST.ID memiliki peluang yang baik untuk memperluas pangsa pasar melalui inovasi produk, penguatan identitas merek, serta optimalisasi strategi pemasaran secara berkelanjutan.

3.3 Analisis Aspek Keuangan

Aspek keuangan merupakan salah satu komponen utama dalam studi kelayakan bisnis karena berkaitan dengan kemampuan suatu usaha dalam menghasilkan keuntungan, memenuhi kebutuhan operasional, serta menjaga keberlangsungan usaha dalam jangka panjang. Menurut Kasmir dan Jakfar (2020), analisis aspek keuangan dilakukan untuk menilai tingkat efisiensi penggunaan biaya, kemampuan usaha dalam memperoleh laba, serta prospek pengembangan usaha berdasarkan kondisi finansial yang dimiliki. Oleh karena itu, evaluasi terhadap biaya produksi dan estimasi keuntungan menjadi dasar dalam menentukan kelayakan finansial suatu usaha.

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara, biaya produksi pada UMKM CRUST.ID terdiri atas biaya bahan baku dan biaya overhead produksi. Bahan baku utama meliputi puff pastry, pisang raja, cokelat filling, keju parut, telur, serta kemasan produk. Selain itu, terdapat biaya pendukung berupa penggunaan gas dan listrik, penyusutan peralatan produksi, serta biaya transportasi untuk pengadaan bahan baku. Seluruh komponen biaya tersebut diperhitungkan dalam penyusunan Harga Pokok Produksi (HPP) sehingga harga jual yang ditetapkan dapat memberikan keuntungan sekaligus tetap kompetitif di pasar.

Perhitungan HPP untuk produk ukuran personal disajikan pada Tabel 3.

Tabel 3. Harga Pokok Produksi (HPP) Produk Personal

Komponen	Nilai (Rp)
Total biaya bahan baku	9.500
Total biaya <i>overhead</i>	1.300
Total HPP	10.800
Harga jual	14.000–15.000
Estimasi keuntungan	±4.000/produk

Berdasarkan Tabel 3, total HPP produk ukuran personal sebesar Rp10.800 per produk. Dengan harga jual yang berada pada kisaran Rp14.000–Rp15.000, usaha memperoleh margin keuntungan sekitar Rp4.000 untuk setiap produk yang terjual. Penetapan harga tersebut menunjukkan bahwa strategi harga yang diterapkan telah mempertimbangkan keseimbangan antara biaya produksi, keuntungan usaha, dan daya beli konsumen. Perhitungan HPP untuk produk ukuran family disajikan pada Tabel 4.

Tabel 4. Harga Pokok Produksi (HPP) Produk Family

Komponen	Nilai (Rp)
Total biaya bahan baku	37.000
Total biaya <i>overhead</i>	3.000
Total HPP	40.000
Harga jual	52.000–55.000
Estimasi keuntungan	±12.000/box

Sebagaimana ditunjukkan pada Tabel 4, produk ukuran family memiliki HPP sebesar Rp40.000 per kotak dengan kisaran harga jual Rp52.000–Rp55.000. Selisih antara biaya produksi dan harga jual menghasilkan keuntungan sekitar Rp12.000 untuk setiap produk yang terjual. Nilai tersebut menunjukkan bahwa produk ukuran family memberikan kontribusi keuntungan yang lebih besar dibandingkan produk ukuran personal, sehingga berpotensi meningkatkan pendapatan usaha apabila permintaan pasar terus meningkat.

Selain melakukan perhitungan biaya produksi, penelitian ini juga mengidentifikasi estimasi keuntungan usaha berdasarkan asumsi jumlah penjualan harian. Ringkasan estimasi keuntungan disajikan pada Tabel 5.

Tabel 5. Estimasi Keuntungan UMKM CRUST.ID

Produk	Penjualan/Hari	Keuntungan/Satuan (Rp)	Estimasi Laba/Bulan (Rp)
Personal	30 produk	4.000	3.600.000
Family	10 box	12.000	3.600.000
Total Estimasi Laba Bersih	-	-	7.200.000

Berdasarkan Tabel 5, dengan asumsi penjualan rata-rata sebanyak 30 produk ukuran personal dan 10 produk ukuran family setiap hari, UMKM CRUST.ID diperkirakan mampu menghasilkan laba bersih sekitar Rp7.200.000 per bulan. Estimasi tersebut menunjukkan bahwa usaha memiliki potensi finansial yang cukup baik untuk mendukung keberlangsungan operasional sekaligus menjadi dasar bagi pengembangan usaha pada masa mendatang. Meskipun demikian, pencapaian laba tersebut tetap dipengaruhi oleh stabilitas permintaan pasar, efisiensi penggunaan bahan baku, serta kemampuan pelaku usaha dalam mengendalikan biaya operasional.

Secara keseluruhan, hasil analisis menunjukkan bahwa aspek keuangan UMKM CRUST.ID berada pada kategori layak untuk dikembangkan. Perhitungan Harga Pokok Produksi yang telah mempertimbangkan seluruh komponen biaya, penetapan harga jual yang kompetitif, serta estimasi laba yang positif menunjukkan bahwa usaha memiliki prospek finansial yang baik. Ke depan, pengelolaan pencatatan keuangan yang lebih sistematis dan pengendalian biaya operasional secara berkelanjutan diharapkan mampu meningkatkan efisiensi usaha sekaligus memperkuat daya saing bisnis.

3.4 Analisis Aspek Teknis dan Operasional

Aspek teknis dan operasional berperan penting dalam menilai kesiapan suatu usaha dalam menghasilkan produk secara efektif dan berkelanjutan. Menurut Suliyanto (2010), aspek teknis

dan operasional mencakup evaluasi terhadap proses produksi, ketersediaan bahan baku, penggunaan peralatan, kapasitas produksi, serta kemampuan usaha dalam menjalankan kegiatan operasional secara efisien. Analisis terhadap aspek ini diperlukan untuk memastikan bahwa seluruh proses produksi dapat berjalan sesuai dengan kebutuhan pasar tanpa mengabaikan kualitas produk yang dihasilkan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kegiatan produksi pada UMKM CRUST.ID dilakukan melalui tahapan yang relatif sederhana namun telah tersusun secara sistematis. Proses produksi diawali dengan persiapan bahan baku berupa puff pastry, pisang raja, chocolate filling, keju parut, telur, dan bahan pelengkap lainnya. Seluruh bahan dipersiapkan sesuai kebutuhan produksi untuk menjaga konsistensi rasa dan kualitas produk. Setelah proses persiapan selesai, puff pastry dibentuk sesuai ukuran produk, kemudian diisi dengan kombinasi bahan sesuai varian rasa yang diproduksi sebelum dilakukan proses pemanggangan menggunakan oven hingga mencapai tingkat kematangan yang diharapkan.

Alur kegiatan operasional UMKM CRUST.ID dapat diringkas sebagaimana disajikan pada Tabel 6.

Tabel 6. Tahapan Proses Produksi UMKM CRUST.ID

Tahapan	Aktivitas
Persiapan	Menyiapkan bahan baku dan peralatan produksi
Pembentukan Produk	Membentuk <i>puff pastry</i> dan mengisi varian rasa
Pemanggangan	Memanggang produk hingga matang
Pemeriksaan Kualitas	Memastikan bentuk, tekstur, dan cita rasa sesuai standar
Pengemasan	Mengemas produk sebelum dipasarkan

Berdasarkan Tabel 6, proses produksi dilakukan secara berurutan mulai dari persiapan bahan baku hingga pengemasan produk. Tahapan tersebut menunjukkan bahwa kegiatan operasional telah memiliki alur kerja yang jelas sehingga mampu mendukung konsistensi kualitas produk. Penerapan proses produksi yang terstruktur juga memberikan kemudahan dalam melakukan pengendalian mutu sebelum produk dipasarkan kepada konsumen.

Kelancaran proses produksi turut didukung oleh ketersediaan bahan baku yang relatif mudah diperoleh melalui pasar tradisional maupun toko bahan kue. Kondisi tersebut memberikan keuntungan bagi usaha karena mampu menjaga kontinuitas produksi. Meskipun demikian, hasil observasi menunjukkan bahwa fluktuasi harga beberapa bahan baku, terutama produk olahan susu dan cokelat, masih menjadi tantangan yang perlu diperhatikan dalam pengendalian biaya produksi. Oleh karena itu, pemilik usaha perlu melakukan perencanaan pembelian bahan baku secara lebih efektif agar perubahan harga tidak memberikan dampak yang signifikan terhadap biaya operasional.

Kapasitas produksi disesuaikan dengan jumlah permintaan konsumen sehingga produksi dilakukan secara fleksibel. Pada hari biasa, jumlah produksi dibuat dalam skala terbatas untuk menjaga kesegaran produk, sedangkan pada akhir pekan maupun saat terdapat pesanan dalam jumlah besar kapasitas produksi dapat ditingkatkan sesuai kebutuhan pasar. Pola produksi tersebut menunjukkan bahwa usaha menerapkan sistem produksi yang cukup adaptif terhadap perubahan tingkat permintaan sehingga risiko penumpukan produk dapat diminimalkan.

Dari sisi fasilitas produksi, UMKM CRUST.ID telah didukung oleh peralatan utama seperti oven, mixer, timbangan digital, loyang, rak pendingin, wadah pencampur, serta perlengkapan pengemasan. Ketersediaan peralatan tersebut dinilai telah memadai untuk mendukung kegiatan produksi pada skala UMKM. Meskipun demikian, peningkatan kapasitas produksi pada masa mendatang kemungkinan memerlukan penambahan peralatan maupun peningkatan fasilitas

produksi agar proses operasional dapat berlangsung secara lebih efisien dan mampu memenuhi peningkatan permintaan pasar.

Secara keseluruhan, hasil analisis menunjukkan bahwa aspek teknis dan operasional UMKM CRUST.ID berada pada kategori layak. Proses produksi yang terstruktur, ketersediaan bahan baku yang relatif stabil, penggunaan peralatan yang memadai, serta kemampuan menyesuaikan kapasitas produksi dengan kebutuhan pasar menjadi faktor yang mendukung keberlangsungan operasional usaha. Upaya peningkatan efisiensi produksi dan pengendalian biaya operasional secara berkelanjutan diharapkan mampu memperkuat daya saing usaha seiring dengan perkembangan bisnis pada masa mendatang.

3.5 Analisis Aspek Hukum dan Manajemen Usaha

Aspek hukum dan manajemen merupakan bagian penting dalam studi kelayakan bisnis karena berkaitan dengan kepastian hukum serta kemampuan usaha dalam mengelola sumber daya yang dimiliki secara efektif. Menurut Kasmir dan Jakfar (2020), aspek hukum bertujuan untuk memastikan bahwa kegiatan usaha dijalankan sesuai dengan ketentuan yang berlaku sehingga mampu memberikan perlindungan hukum bagi pelaku usaha maupun konsumen. Sementara itu, aspek manajemen berfungsi untuk menilai kemampuan organisasi dalam merencanakan, mengorganisasikan, melaksanakan, dan mengendalikan seluruh kegiatan usaha agar tujuan bisnis dapat tercapai secara efektif.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa UMKM CRUST.ID masih berada pada tahap pengembangan sehingga pengelolaan usaha dilakukan secara langsung oleh pemilik. Seluruh aktivitas operasional, mulai dari pengadaan bahan baku, proses produksi, pemasaran, pelayanan konsumen, hingga pengelolaan keuangan masih dilaksanakan secara mandiri. Pola pengelolaan tersebut memberikan keuntungan berupa kemudahan dalam pengambilan keputusan, koordinasi yang lebih sederhana, serta pengawasan terhadap kualitas produk yang dapat dilakukan secara langsung.

Kondisi aspek hukum dan manajemen UMKM CRUST.ID dapat diringkas sebagaimana disajikan pada Tabel 7.

Tabel 7. Analisis Aspek Hukum dan Manajemen UMKM CRUST.ID

Aspek	Kondisi Saat Ini	Implikasi
Legalitas usaha	Belum seluruh dokumen legalitas dimiliki	Perlu pengurusan NIB, sertifikasi halal, dan perizinan usaha lainnya
Struktur organisasi	Dikelola langsung oleh pemilik	Pengambilan keputusan berlangsung cepat dan fleksibel
Administrasi usaha	Masih dilakukan secara sederhana	Memerlukan sistem pencatatan yang lebih terstruktur
Pengelolaan operasional	Seluruh kegiatan dikendalikan oleh pemilik	Pengawasan kualitas lebih mudah, tetapi berpotensi meningkatkan beban kerja

Berdasarkan Tabel 7, kondisi hukum dan manajemen menunjukkan bahwa usaha masih memiliki beberapa aspek yang perlu dikembangkan untuk mendukung pertumbuhan bisnis dalam jangka panjang. Dari sisi legalitas, usaha belum sepenuhnya melengkapi dokumen perizinan seperti Nomor Induk Berusaha (NIB), sertifikasi halal, maupun perizinan lain yang relevan. Meskipun kondisi tersebut belum menghambat kegiatan operasional, kepemilikan legalitas yang lengkap akan meningkatkan kredibilitas usaha serta membuka peluang untuk memperluas jangkauan pemasaran dan menjalin kerja sama dengan berbagai pihak.

Dari sisi manajemen, pengelolaan usaha yang masih dilakukan secara mandiri memberikan fleksibilitas dalam menjalankan operasional sehari-hari. Seluruh proses bisnis dapat diawasi

secara langsung sehingga kualitas produk dan pelayanan kepada konsumen tetap terjaga. Namun demikian, meningkatnya volume produksi dan penjualan berpotensi menambah kompleksitas kegiatan operasional. Oleh karena itu, penerapan sistem administrasi yang lebih terstruktur serta pembagian tugas sesuai fungsi kerja menjadi langkah yang perlu dipertimbangkan untuk meningkatkan efektivitas pengelolaan usaha pada masa mendatang. Selain penguatan sistem manajemen, penyelesaian aspek legalitas juga akan memberikan manfaat strategis bagi pengembangan usaha. Kepemilikan dokumen legal seperti NIB dan sertifikasi halal tidak hanya meningkatkan kepercayaan konsumen, tetapi juga mendukung akses terhadap berbagai program pembinaan UMKM, kemitraan usaha, maupun peluang pendanaan yang disediakan oleh pemerintah dan lembaga terkait. Dengan demikian, pengembangan aspek hukum dan manajemen tidak hanya berfungsi sebagai bentuk kepatuhan terhadap regulasi, tetapi juga menjadi bagian dari strategi peningkatan daya saing usaha. Secara keseluruhan, hasil analisis menunjukkan bahwa aspek hukum dan manajemen UMKM CRUST.ID berada pada kategori cukup layak untuk mendukung pengembangan usaha. Sistem pengelolaan yang sederhana masih sesuai dengan skala usaha saat ini, namun penyempurnaan administrasi serta pemenuhan legalitas usaha perlu menjadi prioritas agar proses pengembangan bisnis dapat berlangsung secara lebih profesional, terstruktur, dan berkelanjutan.

3.6 Analisis Kelayakan dan Prospek Pengembangan Usaha

Analisis kelayakan bisnis dilakukan dengan mengintegrasikan hasil penilaian terhadap aspek pasar dan pemasaran, keuangan, teknis dan operasional, hukum, serta manajemen. Menurut Kasmir dan Jakfar (2020), suatu usaha dinyatakan layak untuk dikembangkan apabila setiap aspek yang dianalisis menunjukkan kondisi yang mampu mendukung keberlangsungan usaha serta memberikan peluang bagi peningkatan kinerja bisnis pada masa mendatang. Oleh karena itu, keputusan mengenai kelayakan usaha tidak hanya didasarkan pada satu aspek tertentu, tetapi merupakan hasil evaluasi secara menyeluruh terhadap seluruh komponen yang memengaruhi kegiatan usaha.

Berdasarkan hasil penelitian, UMKM CRUST.ID menunjukkan kondisi yang cukup baik pada sebagian besar aspek yang dianalisis. Dari aspek pasar dan pemasaran, usaha memiliki target pasar yang jelas serta didukung oleh strategi pemasaran berbasis media sosial yang mampu memperluas jangkauan konsumen. Kondisi tersebut diperkuat oleh meningkatnya minat masyarakat terhadap produk dessert modern sehingga memberikan peluang bagi usaha untuk memperluas pangsa pasar. Pada aspek keuangan, hasil perhitungan Harga Pokok Produksi (HPP) menunjukkan bahwa usaha mampu menetapkan harga jual yang kompetitif dengan estimasi laba bersih sebesar Rp7.200.000 per bulan berdasarkan asumsi penjualan yang telah ditetapkan. Dari aspek teknis dan operasional, proses produksi telah berjalan secara sistematis dengan dukungan bahan baku yang mudah diperoleh serta peralatan produksi yang memadai untuk mendukung kegiatan operasional. Sementara itu, aspek hukum dan manajemen menunjukkan bahwa usaha masih memerlukan penyempurnaan, terutama dalam pemenuhan legalitas usaha serta penguatan sistem administrasi agar mampu mendukung pengembangan usaha dalam jangka panjang.

Ringkasan hasil analisis kelayakan UMKM CRUST.ID disajikan pada Tabel 8.

Tabel 8. Ringkasan Hasil Analisis Kelayakan UMKM CRUST.ID

Aspek	Hasil Analisis	Status
Pasar dan Pemasaran	Target pasar jelas, strategi pemasaran digital telah diterapkan, peluang pasar masih terbuka	Layak
Keuangan	HPP dan harga jual menghasilkan margin keuntungan yang positif	Layak

Teknis dan Operasional	Proses produksi berjalan baik, bahan baku dan peralatan memadai	Layak
Hukum	Legalitas usaha masih perlu dilengkapi	Cukup Layak
Manajemen	Pengelolaan usaha berjalan baik, namun administrasi masih perlu ditingkatkan	Cukup Layak

Berdasarkan Tabel 8, sebagian besar aspek yang dianalisis menunjukkan bahwa UMKM CRUST.ID memiliki kondisi yang mendukung pengembangan usaha. Aspek pasar, keuangan, serta teknis dan operasional telah memenuhi indikator kelayakan karena menunjukkan adanya peluang pasar, kemampuan menghasilkan keuntungan, serta kesiapan operasional dalam menjalankan kegiatan produksi. Sementara itu, aspek hukum dan manajemen masih memerlukan beberapa penyempurnaan, khususnya terkait pemenuhan legalitas usaha dan penguatan sistem administrasi. Meskipun demikian, kondisi tersebut belum menjadi kendala yang secara langsung menghambat kegiatan operasional usaha, tetapi lebih merupakan bagian dari upaya peningkatan profesionalisme dalam pengelolaan bisnis.

Prospek pengembangan UMKM CRUST.ID dinilai cukup baik seiring dengan meningkatnya tren konsumsi produk dessert modern dan semakin luasnya pemanfaatan media digital sebagai sarana pemasaran. Peluang tersebut dapat dimanfaatkan melalui penambahan variasi produk, peningkatan kualitas kemasan, perluasan jaringan pemasaran, serta pengembangan kerja sama dengan berbagai pihak, seperti kafe, kedai kopi, maupun reseller. Selain itu, penyelesaian legalitas usaha dan penerapan sistem administrasi yang lebih terstruktur diharapkan mampu meningkatkan kepercayaan konsumen sekaligus memperkuat daya saing usaha dalam menghadapi persaingan industri kuliner.

Secara keseluruhan, hasil analisis menunjukkan bahwa UMKM CRUST.ID layak untuk dikembangkan sebagai usaha kuliner yang berkelanjutan. Penilaian tersebut didasarkan pada keterpenuhan sebagian besar aspek kelayakan yang dianalisis, khususnya pada aspek pasar, keuangan, serta teknis dan operasional. Penyempurnaan pada aspek hukum dan manajemen diharapkan dapat menjadi langkah strategis dalam meningkatkan kualitas pengelolaan usaha sehingga mampu mendukung pertumbuhan bisnis secara lebih optimal pada masa mendatang.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis kelayakan bisnis yang dilakukan terhadap UMKM CRUST.ID, dapat disimpulkan bahwa usaha memiliki prospek yang baik untuk dikembangkan berdasarkan aspek pasar dan pemasaran, keuangan, teknis dan operasional, hukum, serta manajemen. Dari aspek pasar dan pemasaran, usaha telah memiliki segmentasi pasar yang jelas dengan target konsumen yang sesuai dengan karakteristik produk dessert modern. Pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi, didukung oleh strategi penetapan harga yang kompetitif dan penggunaan kemasan yang menarik, memberikan peluang bagi usaha untuk meningkatkan daya saing serta memperluas jangkauan pasar.

Analisis aspek keuangan menunjukkan bahwa usaha mampu menghasilkan margin keuntungan yang positif melalui perhitungan Harga Pokok Produksi (HPP) yang telah mempertimbangkan biaya bahan baku dan biaya operasional. Estimasi laba bersih sebesar Rp7.200.000 per bulan menunjukkan bahwa kegiatan usaha memiliki potensi finansial yang memadai untuk mendukung keberlangsungan operasional sekaligus menjadi dasar bagi pengembangan usaha pada masa mendatang. Dari aspek teknis dan operasional, proses produksi telah berjalan secara sistematis dengan dukungan bahan baku yang mudah diperoleh, penggunaan peralatan yang memadai, serta kapasitas produksi yang dapat disesuaikan dengan tingkat permintaan konsumen. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa kegiatan operasional mampu mendukung penyediaan produk secara konsisten dengan tetap memperhatikan kualitas produk.

Pada aspek hukum dan manajemen, hasil penelitian menunjukkan bahwa sistem pengelolaan usaha yang masih dilakukan secara mandiri telah sesuai dengan skala usaha saat ini. Meskipun

demikian, penyempurnaan legalitas usaha, penguatan sistem administrasi, serta pengembangan pengelolaan organisasi menjadi langkah yang perlu dilakukan untuk meningkatkan profesionalisme dan mendukung pertumbuhan usaha dalam jangka panjang.

Secara keseluruhan, hasil penelitian menunjukkan bahwa UMKM CRUST.ID layak untuk dikembangkan sebagai usaha kuliner yang berkelanjutan. Potensi pasar yang masih terbuka, kondisi keuangan yang memberikan keuntungan, kesiapan proses operasional, serta peluang peningkatan pada aspek hukum dan manajemen menjadi faktor yang mendukung pengembangan usaha di masa mendatang. Upaya peningkatan inovasi produk, penguatan identitas merek, pemanfaatan media digital secara optimal, serta penyempurnaan sistem pengelolaan usaha diharapkan mampu meningkatkan daya saing CRUST.ID sehingga dapat berkembang secara lebih berkelanjutan.

REFERENCES

- Kasmir, & Jakfar. (2020). Studi Kelayakan Bisnis (Edisi Revisi). Jakarta: Kencana.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2021). Principles of Marketing (18th Global Edition). Harlow: Pearson Education Limited.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing Management (15th Global Edition). Harlow: Pearson Education Limited.
- Moleong, L. J. (2021). Metodologi Penelitian Kualitatif (Edisi Revisi). Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Porter, M. E. (2008). The Five Competitive Forces That Shape Strategy. Harvard Business Review, 86(1), 78–93.
- Sugiyono. (2022). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D (Edisi 2). Bandung: Alfabeta.
- Suliyanto. (2010). Studi Kelayakan Bisnis: Pendekatan Praktis. Yogyakarta: Andi.
- Tambunan, T. T. H. (2019). UMKM di Indonesia: Perkembangan, Kendala, dan Tantangan. Bogor: Ghalia Indonesia.