

**ANALISIS STUD KELAYAKAN BISNIS TERHDAP USAHA CHICKEN
SALABIM DI PERUMAHAN BUMI CITRA LESTARI CIKARANG
UTARA DITINJAU DARI ASPEK PASAR DAN PEMASARAN, ASPEK
SUMBER DAYA MANUSIA, ASPEK MANAJEMEN**

Alisa Aulia Ashani¹, Vyto Ariyanto², RR. Wening Ken Widodasih³

^{1,2,3}Universitas Pelita Bangsa

Email : alisaauliaashani1@gmail.com¹, vytoariyanto34@gmail.com², wening.ken@pelitabangsa.ac.id³

Abstrak

Dengan modal yang minim, bisnis ini dapat dimulai dengan mudah. Dengan meningkatnya pengaruh UMKM di Indonesia, menjadi lebih sulit untuk menentukan potensi dampaknya berdasarkan ukuran bisnis mereka. Salah satu contoh UMKM yang berkembang adalah Chicken Salabim, sebuah usaha kuliner yang berlokasi di Perumahan Bumi Citra, Cikarang Utara. Usaha ini didirikan oleh pengusaha yang memiliki pengalaman dalam industri kuliner, khususnya di restoran ayam geprek. Metode yang digunakan dalam penelitian ini bersifat deskriptif dan kualitatif ntuk menganalisis kelayakan usaha Chicken Salabim di Perumahan Bumi Citra, Cikarang Utara. Fokus penelitian ini adalah menilai berbagai aspek bisnis, termasuk pasar dan pemasaran, sumber daya manusia, serta manajemen, yang diperoleh melalui wawancara langsung dengan pelaku usaha dan karyawan yang terkait dengan operasional bisnis. Daa yang dikumpulkan melalui awancara akan dianalisis untuk menilai kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman (SWOT) bisnis ini.

Kata Kunci: Studi Kelayakan Bisnis, Pasar dan Pemasaran, Sumber Daya Manusia, Manajemen

Abstract

With minimal capital, these businesses can be started easily. With the increasing influence of MSMEs in Indonesia, it becomes more difficult to determine their potential impact based on the size of their business. One example of a growing MSME is Chicken Salabim, a culinary business located in Bumi Citra Housing, North Cikarang. This business was founded by an entrepreneur who has experience in the culinary industry, especially in geprek chicken restaurants. The method used in this research is descriptive and qualitative to analyze the feasibility of Chicken Salabim business in Bumi Citra Housing, North Cikarang. The focus of this research is to assess various aspects of the business, including market and marketing, human resources, and management, which are obtained through direct interviews with business actors and employees related to business operations. The data collected through interviews will be analyzed to assess the strengths, weaknesses, opportunities, and threats (SWOT) of the business.

Keywords: Business Feasibility Study, Market, Marketing, Human Resources, Management

PENDAHULUAN

Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) dalam perekonomian Indonesia merupakan komponen vital karena kemampuannya dalam menyerap tenaga kerja dan mengurangi angka pengangguran di sektor formal yang tengah mengalami persaingan ketat dengan pelaku usaha lainnya. Masyarakat umum banyak mendirikan perusahaan semacam ini. Meningkatkan kontribusi UMKM terhadap pertumbuhan ekonomi nasional merupakan salah satu tujuan Kementerian Koperasi dan UMKM. Memulai usaha ini tidak membutuhkan banyak biaya dan relatif sederhana. Memberdayakan UMKM merupakan keputusan yang diperhitungkan untuk meningkatkan pendapatan mereka yang berpenghasilan rendah. Dengan meningkatkan kapasitas perusahaan dan keterampilan manajemen, tujuannya adalah untuk mengurangi kemiskinan dan kesenjangan ekonomi. Karena ukuran perusahaan mereka. UMKM di Indonesia dapat memiliki efek yang lebih kompleks semakin besar kekuatannya(Yolanda, 2024).

Dengan 99% dari seluruh unit usaha merupakan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), perusahaan-perusahaan ini sangat penting bagi pertumbuhan ekonomi

Indonesia Menurut data, terdapat 66 juta UMKM yang beroperasi di Indonesia pada tahun 2023, yang menyumbang sekitar 61% dari PDB negara ini, atau Rp.580 triliun. Selain, UMKM mempekerjakan hampir 117 juta orang, atau 97% dari angkatan kerja di negarains. Dengan kontribusi yang begitu besar, pengembangan UMKM menjadi kiner dalam menung perekonomian dan menanggulangi pengangguran di Indonesia.



UMKM Indonesia - KADIN Indonesia

Mereka yang ingin terlibat dalam bisnis dapat melakukannya, dan berbisnis dapat menghasilkan kualitas hidup yang lebih baik. Di zaman sekarang, orang dapat berkembang dalam usaha komersial mereka jika mereka dapat mengenali potensi untuk melakukannya(Br Bangun et al., 2022). Perekonomian Indonesia yang sangat tidak stabil telah menyebabkan tingginya angka pengangguran di negara ini, termasuk para penganggur terdidik yang belum pernah memiliki pekerjaan dan mereka yang telah diberhentikan(Puspita et al., 2022). Pemerintah mengklaim untuk mengurangi jumlah pengangguran terdidik

dan kemiskinan, diperlukan tindakan yang bijaksana dan jawaban yang cepat dan tepat. Agar angka kemiskinan dan pengangguran di Indonesia bisa diminimalkan, saat ini diperlukan UMKM. (Dianto, 2023).

Karena kapasitasnya dalam menyerap tenaga kerja dan tingkat pengangguran yang rendah dalam menghadapi persaingan kerja di sektor formal, UMKM merupakan komponen penting dari perekonomian Indonesia. Masyarakat umum membentuk sejumlah besar jenis usaha ini. Meningkatkan kontribusi UMKM terhadap pertumbuhan ekonomi nasional adalah salah satu tujuan Kementerian Koperasi dan UMKM. Memulai usaha ini mudah dan tidak membutuhkan banyak biaya. Salah satu langkah cerdas untuk meningkatkan pendapatan masyarakat berpenghasilan rendah adalah dengan memberdayakan UMKM. Peningkatan kemampuan manajemen dan bisnis dimaksudkan untuk mengurangi kemiskinan dan kesenjangan ekonomi. Dampak yang mungkin ditimbulkan oleh besarnya usaha UMKM di Indonesia menjadi lebih kompleks seiring dengan semakin banyaknya jumlah UMKM (Samingan et al., 2025).

Ketahanan UMKM telah ditunjukkan dalam menghadapi ketidakpastian

ekonomi. Beberapa faktor penting mendorong UMKM untuk bertahan selama krisis ini. Pertama, UMKM berkonsentrasi pada produksi barang konsumsi non-durable, yang membuat permintaan produk mereka cenderung stabil dan tidak terpengaruh secara signifikan oleh fluktuasi pendapatan. Kedua, mereka bergantung pada pembiayaan non-bank, yang membuat mereka lebih tahan terhadap guncangan di sektor perbankan. Ketiga, mereka memiliki spesialisasi produk dan kemampuan untuk beradaptasi dengan perubahan pasar, yang semuanya menjadikan UMKM lebih kompetitif. Krisis ekonomi sering kali berdampak positif dengan menciptakan pertumbuhan UMKM baru. Karena ketergantungan mereka yang rendah terhadap variabel luar seperti pinjaman valuta asing dan bahan baku impor, UMKM yang sudah mapan biasanya dapat bertahan untuk sementara waktu (Nuraisyah et al., 2023).

Salah satu contoh UMKM yang berkembang adalah Chicken Salabim, sebuah usaha kuliner yang berlokasi di Perumahan Bumi Citra, Cikarang Utara. Usaha ini didirikan oleh pengusaha yang memiliki pengalaman dalam industri kuliner, khususnya di restoran ayam geprek. Dengan mengusung konsep unik

dan menarik, seperti penggunaan nama "Salabim" yang terdengar eksotis dan penambahan topi ala Turki pada logo, usaha ini berhasil menciptakan diferensiasi di pasar yang kompetitif. Tujuan penelitian ini adalah mempertimbangkan apakah usaha tersebut merupakan pilihan yang layak untuk dilanjutkan. Chicken Salabim dari Pasar dan Pemasaran menjadi fokus aspek ini, sumber daya manusia, dan manajemen. Aspek pasar dan Pemasaran mencakup strategi yang dipakai dalam menarik pelanggan, seperti promosi "beli dua gratis satu yang efektif, serta produk unggulan selain ayam geprek, seperti nasi kebuli, burger, dan stik. Aspek sumber daya manusia meliputi pembagian tugas yang jelas, pelatihan karyawan, serta penekanan pada nilai-nilai kejujuran. Sementara itu, aspek manajemen mencakup perencanaan operasional, pemilihan lokasi strategis, dan kelengkapan perizinan serta legalitas usaha, termasuk sertifikat halal dan pendaftaran merek dagang.

Memahami kelebihan, kelemahan, dan peluang, serta tantangan yang dihadapi, studi ini bertujuan untuk memberikan gambaran komprehensif mengenai potensi dan tantangan usaha Chicken Salabim, serta memberikan rekomendasi strategis

untuk mendukung pertumbuhan dan keberlanjutan usaha tersebut di masa depan

KAJIAN PUSTAKA

1.1 Pengertian Studi Kelayakan Bisnis

Saat memutuskan apakah akan memulai suatu perusahaan atau tidak, studi kelayakan merupakan penilaian yang krusial. Studi kelayakan merupakan langkah krusial dalam menentukan apakah suatu perusahaan akan berhasil atau gagal. Tujuan dari studi kelayakan adalah untuk secara objektif dan masuk akal menentukan keuntungan dan kerugian dari operasi saat ini dan yang direncanakan, serta dampaknya terhadap kehidupan, sumber daya yang dibutuhkan, dan, akhirnya, kelangsungan hidup perusahaan. Singkatnya, biaya dan nilai yang diperoleh merupakan dua kriteria untuk survei kelayakan (Jakfar, 2020). Tujuan dari studi kelayakan adalah untuk mengurangi kemungkinan kerugian yang tidak terduga, baik yang dapat dikendalikan maupun yang tidak dikendalikan. Dengan melakukan studi kelayakan, kita dapat menyusun perencanaan yang matang, mulai dari perencanaan keuangan hingga pelaksanaan dan pengawasan. Rencana yang jelas akan memudahkan pelaksanaan pekerjaan secara sistematis dan tepat sasaran. Selain itu, studi kelayakan juga memfasilitasi

pengawasan terhadap jalannya usaha. sehingga penyimpangan dapat segera dideteksi dan dikendalikan. Dengan demikian, tujuan utama perusahaan dapat tercapai secara efektif dan efisien (Pasamangi, 2020).

1.2 Pengertian Aspek Pasar Dan Pemasaran

Pasar adalah tempat berkumpulnya para pedagang untuk menjual barang dagangan mereka kepada konsumen yang berminat dan mampu membelinya. Di sinilah terjadi transfer kepemilikan produk atau layanan atau perjanjian transaksi. (Idris, 2021). Menurut Philip Kotler, pemasaran adalah proses sosial dan manajemen yang memungkinkan orang dan kelompok untuk menciptakan dan bertukar barang dan nilai satu sama lain guna mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan. Cara lain untuk memahami pemasaran adalah sebagai upaya untuk mengembangkan dan memasarkan barang kepada khalayak yang berbeda dengan tujuan tertentu. Tujuan pemasaran adalah untuk memproduksi dan memperdagangkan barang dan jasa dengan konsumen pasar (Syariah, 2021). Kemampuan perusahaan untuk bertahan hidup bergantung pada karakteristik pasar dan pemasarannya, yang lebih dari sekadar

komponen tambahan dalam rencana bisnis. Cara mengelola dan memahami aspek pasar dan pemasaran memiliki dampak yang signifikan terhadap keberadaan dan kinerja perusahaan secara keseluruhan. Pertimbangan yang tidak memadai atau tidak seimbang terhadap faktor-faktor ini dapat menimbulkan risiko besar terhadap tujuan perusahaan, yang berpotensi membahayakan keberadaannya. Perusahaan perlu memiliki pemahaman yang mendalam tentang dinamika pasar, terutama potensi pertumbuhannya, agar dapat berkembang pesat. Salah satu langkah yang sangat penting untuk dilakukan adalah studi kelayakan yang mencakup masalah pasar dan pemasaran. Untuk memastikan tujuan bisnis dapat terpenuhi sebaik mungkin, riset pasar merupakan langkah awal yang penting. Bisnis dapat membuat strategi pemasaran yang sesuai dan berhasil dengan mengetahui ukuran pasar yang akan memengaruhi struktur pasar, memahami kemungkinan pasar, dan menunjukkan kondisi pasar masa depan yang diantisipasi, sehingga perusahaan dapat bersaing secara efektif dan memanfaatkan prospek saat ini, studi ini juga memerlukan pembuatan strategi pemasaran yang sesuai (Bate'e et al., 2024).

1.3 Pengertian Aspek Sumber Daya Manusia Dan Manajemen

Sumber daya manusia (SDM) merupakan aset berharga yang memimpin organisasi, baik di perusahaan maupun di lembaga. Oleh karena itu, menurut Eri Susan (2019). SDM memerlukan pelatihan dan pengembangan keterampilan. Misalnya, terdapat divisi khusus dalam kepemimpinan atau struktur organisasi perusahaan yang bertugas mengawasi dan mengevaluasi sumber daya manusianya. Hal ini jelas karena produktivitas dan hasil sangat dipengaruhi oleh kualitas sumber daya manusia seseorang. Karena orang terus-menerus terlibat dan bertanggung jawab atas setiap tindakan organisasi, sumber daya manusia perlu ditangani dengan baik. Untuk mencapai tujuan organisasi, manusia sangat penting sebagai pengambil keputusan, perencana, dan pelaksana. Komponen sumber daya manusia dalam studi kelayakan bisnis memerlukan pertimbangan khusus. Hal ini disebabkan oleh fakta kinerja perusahaan, inovasi, dan adaptasi perubahan semua sangat dipengaruhi oleh kualitas sumber daya manusia. UMKM dapat meningkatkan efektivitas operasional, meningkatkan moral karyawan, dan membangun lingkungan kerja yang sehat dengan berfokus pada area

ini. Semuanya membawa manfaat bagi bisnis secara keseluruhan. (Damayanti et al., 2024).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini memanfaatkan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif dalam menganalisis kelayakan usaha Chicken Salabim di Perumahan Bumi Citra, Cikarang Utara. Fokus penelitian ini adalah menilai berbagai aspek bisnis, termasuk pasar dan pemasaran, SDM, serta manajemen, yang diperoleh melalui wawancara langsung dengan pelaku usaha dan karyawan yang terkait dengan operasional bisnis. Data yang dikumpulkan melalui wawancara akan dianalisis dalam mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, serta ancaman (SWOT) dari bisnis ini.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1.1 Aspek Pasar dan Pemasaran

Salabim Chicken, yang terletak di Perumahan Bumi Citra, Cikarang Utara, telah berhasil menargetkan konsumen lokal yang mencari makanan ringan dan lezat. Salabim memiliki lokasi yang strategis dan berbagai pilihan menu, mulai dari ayam geprek yang populer hingga variasi seperti nasi kebuli dan burger, sehingga dapat menarik minat berbagai demografi

pelanggan. Dengan strategi promosi awal yang menarik. Salabim telah berhasil menarik perhatian konsumen. Namun, untuk meningkatkan visibilitas dan memperluas jangkauan pasar, promosi melalui media sosial dan digital masih dapat dioptimalkan. Dengan terus berinovasi dan mengoptimalkan strategi pemasarannya, Salabim memiliki peluang besar untuk semakin berkembang di pasar lokal.

1.2 Aspek Sumber Daya Manusia

Salabim Chicken telah menunjukkan perhatian yang baik terhadap struktur organisasi dan prosedur operasionalnya dengan membagi pekerjaan yang dilakukan oleh bagian depan dan belakang menjadi bagian yang berbeda. Untuk meningkatkan kenyamanan dan loyalitas karyawan, fasilitas yang memadai, seperti tempat istirahat dan penyimpanan barang, disediakan. Selain itu, komitmen Salabim terhadap kualitas produk dan integritas ditunjukkan dengan penekanan pada kejujuran, khususnya dalam hal penggunaan bahan baku. Untuk menjaga standar pelayanan yang konsisten, Karyawan baru juga harus dilatih. Namun demikian, Salabim harus terus mengawasi kesejahteraan karyawan dan membuat standar yang jelas untuk mengukur

keberhasilan pelatihan untuk memastikan setiap pekerja bekerja secara efektif dan efisien.

1.3 Aspek Manajemen

Untuk menunjukkan komitmennya terhadap kualitas dan legalitas, Salabim Chicken telah melengkapi semua perizinan bisnisnya, termasuk sertifikasi halal dan pendaftaran merek dagang. Ini memberikan keunggulan kompetitif kepada pelanggan dan memberikan jaminan. Faktor demografi dan lalu lintas dipertimbangkan saat memilih lokasi. Namun, perlu dilakukan promosi yang lebih kuat untuk menarik pelanggan dari luar pemukiman, terutama dengan signage yang lebih mencolok, untuk mengatasi keterbatasan visibilitas.

1.4 Analisis SWOT

- a.** Kekuatan (Strengths) : Pengalaman manajemen yang solid dalam industri kuliner, dipadukan dengan produk berkualitas serta konsep menu yang menarik, menjadi fondasi kuat bagi kesuksesan sebuah usaha kuliner. Selain itu, kelengkapan legalitas usaha, termasuk sertifikat halal, memberikan jaminan kualitas dan keamanan produk mampu membangun kepercayaan konsumen

dan memberikan keunggulan kompetitif di pasar yang semakin kompetitif Selain itu, kelengkapan legalitas usaha, termasuk sertifikat halal. memberikan jaminan kualitas dan keamanan produk, sehingga mampu membangun kepercayaan Konsumen dan memberikan keunggulan kompetitif di pasar yang semakin kompetitif.

b. Kelemahan (Weaknesses) : Salah satu tantangan yang dihadapi usaha ini adalah kurangnya promosi untuk menu selain ayam geprek. Padahal, diversifikasi menu merupakan cara yang bagus untuk menarik perhatian pelanggan yang lebih banyak. Jika lokasi usaha memiliki visibilitas yang terbatas, maka pertumbuhan pelanggan baru bisa terhambat, terutama bagi yang belum akrab dengan usaha tersebut sebelumnya.

c. Peluang (Opportunities) : Ada banyak peluang pengembangan bagi bisnis ini untuk mencapai pertumbuhan yang lebih besar. Perusahaan ini memiliki sejumlah prospek pengembangan untuk mencapai pertumbuhan yang lebih besar. Dengan mendirikan cabang baru, perusahaan dapat menjangkau

audiens lebih besar dan memiliki akses ke klien yang lebih besar. Selain itu, pengembangan menu baru secara berkala dapat menarik minat segmen pelanggan yang lebih luas serta menjaga minat pelanggan yang sudah ada. Pemanfaatan media sosial secara intensif juga menjadi kunci untuk meningkatkan visibilitas dan jangkauan promosi, sehingga dapat menarik lebih banyak pelanggan potensial.

d. Ancaman (Threats) : Industri kuliner sekarang super sengit, terutama di kategori ayam geprek. Persaingan yang ketat dari pelaku usaha serupa menjadi tantangan sendiri Terlebih lagi, pergeseran tren konsumen ke arah pilihan makanan yang lebih sehat dan inovasi produk baru berpotensi menurunkan minat konsumen terhadap ayam geprek. Nah, pada titik ini, pengusaha kuliner harus tetap luwes dan kreatif untuk tetap menarik minat konsumen

KESIMPULAN DAN SARAN

Memulai bisnis ini tidak membutuhkan banyak biaya dan tergolong mudah. Mengingat besarnya bisnis mereka, semakin besar pengaruh usaha kecil dan menengah (UMKM) di Indonesia semakin

kompleks dampak yang dapat dihasilkan. Pemerintah mengklaim untuk mengurangi jumlah pengangguran terdidik dan kemiskinan, diperlukan tindakan yang bijak dan jawaban yang cepat dan tepat. Memulai bisnis ini mudah dan tidak membutuhkan banyak biaya. Salah satu contoh UMKM yang berkembang adalah Chicken Salabim, sebuah usaha kuliner yang berlokasi di Perumahan Bumi Citra, Cikarang Utara. Usaha ini didirikan oleh pengusaha yang memiliki pengalaman dalam industri kuliner, khususnya di restoran ayam geprek.

1. Faktor Pasar dan Pemasaran Pasar adalah tempat berkumpulnya para pedagang untuk menjual barang dagangan mereka kepada konsumen yang tertarik dan mampu membelinya. Kemampuan perusahaan untuk bertahan hidup bergantung pada karakteristik pasar dan pemasarannya, yang lebih dari sekadar komponen tambahan dalam rencana bisnis. Langkah pertama yang penting adalah melakukan analisis kelayakan yang memperhitungkan faktor pasar dan pemasaran.
2. Aspek Manajemen Menurut Eri Susan, sumber daya manusia

merupakan aset penting yang mengelola perusahaan, baik korporasi maupun lembaga. Oleh karena itu, keterampilan yang dimilikinya perlu dilatih dan dikembangkan.

Penelitian ini memanfaatkan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif dalam menganalisis kelayakan usaha Chicken Salabim di Perumahan Bumi Citra, Cikarang Utara. Pengalaman manajemen yang solid dalam industri kuliner, dipadukan dengan produk berkualitas serta konsep menu yang menarik, menjadi fondasi kuat bagi kesuksesan sebuah usaha kuliner. Ada banyak peluang pengembangan bagi bisnis ini untuk mencapai pertumbuhan yang lebih besar. Perusahaan ini memiliki sejumlah prospek pengembangan untuk mencapai pertumbuhan yang lebih besar. Dengan mendirikan cabang baru, perusahaan dapat menjangkau audiens yang lebih besar dan memiliki lebih banyak akses ke klien.

DAFTAR PUSTAKA

- Bate'e, A. T., Septiani, D. L., Pradana, G., Krisanti, S. R., & Widodasih, R. W. K. (2024). Analisis Studi Kelayakan Bisnis Pada UMKM Ditinjau Dari Aspek Pasar Dan Pemasaran (Studi

- Kasus Sop Ayam Pak Mim Klaten Di Cikarang Selatan). *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 9(1), 221–235.
- Br Bangun, C. F., Yuniar, V., & Bugis, S. W. (2022). Transformasi Manageria Journal of Islamic Education Management Analisis Studi Kelayakan Bisnis pada Pengembangan UMKM Usaha Tahu dan Tempe di Desa Pondok Jeruk Ditinjau dari Aspek Produksi, Aspek Pemasaran dan Aspek Keuangan. *Journal of Islamic Education Management*, 2(2), 142–151. <https://doi.org/10.47476/manageria.v2i2.929>
- Damayanti, N., Widastuti, A. T., Paningal, B., Rosyadi, I., Julia, I., Sinatra, R. D., & Triesa, S. A. (2024). Analisis Kelayakan Bisnis Pada Salon Laulina Beauty Corner Meliputi : Aspek Keuangan, Aspek Pasar Dan Pemasaran, Aspek Sumber Daya Manusia, Aspek Hukum Dan Aspek Lingkungan. *Journal of Economics Management Business and Accounting*, 3(2), 179–192. <https://doi.org/10.34010/jemba.v3i2.11451>
- Dianto, K. (2023). Analisis Kelayakan Bisnis UMKM Pada Aspek Pemasaran. *RESWARA; Jurnal Riset Ilmu Teknik*, 1(1), 9–16. <https://doi.org/10.62238/reswara;jurnalrisetilmuteknik.v1i1.18>
- Jakfar, K. dan. (2020). Studi Kelayakan Bisnis-Tujuan Studi Kelayakan Bisnis. *CV. Manhaji, March*, 231. <https://perpustakaan.stietotalwin.ac.id/pdf/50.pdf>
- Nuraisyah, N., Haryono, D., & ... (2023). Pelatihan Strategi Digital Marketing Bagi Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Di Kecamatan Sarjo (Membentuk Dan Mendukung Pengembangan *Publikasi Ilmiah ...*, 2, 63–78. <https://publish.ojs-indonesia.com/index.php/SIKEMAS/article/view/1285%0Ahttps://publish.ojs-indonesia.com/index.php/SIKEMAS/article/download/1285/780>
- Pasamangi, H. I. (2020). *Studi Kelayakan Bisnis (Bonbon Factory)*.
- Puspita, D., Ervina, N., & Matwar, H. (2022). Analisis Studi Kelayakan Bisnis terhadap Usaha Kerupuk Sari Rasa di Desa Deli Serdang Ditinjau Dari Aspek Produksi, Aspek Pemasaran dan Aspek Keuangan.

VISA: Journal of Vision and Ideas,
2(3), 218–230.
<https://doi.org/10.47467/visa.v2i3.96>
9

Samangan, M., Suwarno, P., Eko Saputro,
G., Prodi Ekonomi Pertahanan, S., &
Manajemen Pertahanan, F. (2025).
*NUSANTARA: Jurnal Ilmu
Pengetahuan Sosial OPTIMASI
PEMASARAN DIGITAL SEBAGAI
PILAR PENGUATAN EKONOMI
MIKRO UNTUK MENDUKUNG
KETAHANAN EKONOMI NASIONAL*
1. II(4), 1511–1519. [http://jurnal.um-
tapsel.ac.id/index.php/nusantara/inde
x](http://jurnal.um-tapsel.ac.id/index.php/nusantara/index)

Syariah, P. (2021). *Makalah Ini Disusun
untuk Memenuhi Tugas pada Mata
Kuliah Kewirausahaan Oleh :*
ISMAIL HALIM
Ismailhalik02@gmail.com Dosen
Pengajar : 1–11.

Yolanda, C. (2024). Peran Usaha Mikro,
Kecil Dan Menengah (UMKM)
Dalam Pengembangan Ekonomi
Indonesia. *Jurnal Manajemen Dan
Bisnis*, 2(3), 170–186.
<https://doi.org/10.36490/jmdb.v2i3.1>
147