

## Study Kelayakan Bisnis Pada PT. Busana Kreasi Aleni

Nindia mayerli<sup>1</sup>, Achmad nurudin<sup>2</sup>, Leny arsita<sup>3</sup>, Indra Hastuti<sup>4</sup>

Jurusan manajemen, fakultas hukum dan bisnis, universitas duta bangsa jalan ki  
Mangunsarkoro No. 20, Nusukan, Surakarta kode pos 57135

Telp. (0271) 7470550

E-mail: [nindiamayerli250@gmail.com](mailto:nindiamayerli250@gmail.com)

### Abstrak

*PT Busana Kreasi adalah perusahaan yang bergerak di bidang industri fashion dengan fokus utama pada produksi dan distribusi pakaian siap pakai untuk pasar lokal. Perkembangan industri fashion yang pesat, didorong oleh perubahan gaya hidup masyarakat serta meningkatnya minat terhadap produk-produk lokal berkualitas, menjadi peluang strategis bagi perusahaan untuk berkembang lebih jauh. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kelayakan bisnis pada PT Busana Kreasi, perusahaan yang bergerak di bidang industri fashion. Studi kelayakan ini dilakukan untuk mengevaluasi potensi keberlanjutan berdasarkan aspek-aspek utama seperti pasar, teknis, keuangan, manajemen, dan hukum. Data yang digunakan diperoleh melalui survei, wawancara, dan analisis literatur terkait industri busana. Aspek pasar menunjukkan permintaan yang tinggi terhadap produk busana berkualitas, didukung oleh tren mode yang terus berkembang. Secara keuangan, perhitungan menunjukkan bahwa proyek bisnis ini layak secara ekonomi dengan tingkat pengembalian yang kompetitif dan risiko investasi yang terkendali, serta memiliki manajemen yang kompeten dalam mengelola sumber daya manusia dan operasional.*

*Kata kunci: busana, studi kelayakan, produk*

### Abstract

*PT Busana Kreasi is a company operating in the fashion industry with a main focus on the production and distribution of ready-to-wear clothing for the local market. The rapid development of the fashion industry, driven by changes in people's lifestyles and increasing interest in quality local products, has become a strategic opportunity for companies to develop further. This research aims to analyze the business feasibility of PT Busana Kreasi, a company operating in the fashion industry. This feasibility study was carried out to explore sustainability potential based on main aspects such as market, technical, financial, management and legal. The data used was obtained through surveys, interviews and analysis of literature related to the fashion industry. Market aspects show high demand for quality fashion products, supported by continuously developing fashion trends. Financially, calculations show that this business project is economically feasible with a competitive rate of return and controlled investment risks, and has competent management in managing human resources and operations.*

*Keywords: fashion, feasibility study, product*

## 1. Pendahuluan

Industri fashion di Indonesia terus berkembang, dengan semakin banyaknya permintaan akan busana yang memadukan gaya tradisional dan modern. Dalam beberapa tahun terakhir, ada kecenderungan kuat terhadap penggunaan bahan lokal, yang diolah dengan desain yang lebih kontemporer dan relevan dengan tren global. Seiring dengan meningkatnya kebutuhan masyarakat akan pakaian yang berkualitas dan bergaya. Masyarakat yang semakin sadar akan pentingnya penampilan, serta perkembangan teknologi yang memungkinkan pembelian online, menciptakan peluang besar bagi perusahaan busana untuk memasarkan produknya ke konsumen lebih luas.

Seiring dengan dinamika pasar yang semakin kompetitif, kebutuhan untuk melakukan analisis kelayakan bisnis menjadi semakin penting. Studi kelayakan bisnis ini bertujuan untuk memberikan evaluasi menyeluruh terhadap berbagai aspek penting dalam operasional, meliputi aspek pasar, teknis, hukum, manajemen, lingkungan, dan keuangan. Melalui analisis yang mendalam, perusahaan dapat menentukan strategi yang tepat untuk mencapai tujuan bisnisnya secara berkelanjutan.

PT Busana Kreasi menawarkan produk busana yang tidak hanya mengikuti tren mode terbaru, tetapi juga mengutamakan kenyamanan, keberagaman desain, dan kualitas bahan. Menawarkan koleksi busana yang memiliki nilai praktis dan mudah dipadukan untuk berbagai acara. Perusahaan ini akan memanfaatkan platform e-commerce yang berkembang pesat untuk memperkenalkan produk-produk berkualitas kepada pasar yang lebih luas.

### 1.1 Tinjauan pusaka

Menurut Kasmir dan Jakfar (2012) studi kelayakan bisnis adalah suatu kegiatan yang mempelajari secara mendalam tentang suatu kegiatan atau usaha yang akan dijalankan, untuk menentukan layak atau tidaknya suatu bisnis dijalankan. Menurut Umar (2005) studi kelayakan bisnis merupakan penelitian terhadap rencana bisnis yang tidak hanya menganalisis layak atau tidak layak bisnis dibangun, tetapi juga saat dioperasionalkan secara rutin dalam rangka pencapaian keuntungan yang maksimal untuk waktu yang tidak ditentukan, misalnya rencana peluncuran produk baru. Suliyanto (2010) menyatakan beberapa perbedaan studi kelayakan bisnis dengan rencana bisnis (businessplan) berdasarkan sumber data penelitian, penyusun penelitian, tujuan dari studi kelayakan dan rencana bisnis, waktu penelitian, dan biaya yang dibutuhkan oleh masing-masing.

#### 1. Aspek Pemasaran

Dalam sebuah studi kelayakan bisnis aspek pasar dan pemasaran merupakan salah satu aspek yang paling penting, karena aspek pasar dan pemasaran menentukan hidup atau tidaknya sebuah perusahaan di dalam industri. Menurut Thamrin dan Tantri (2012) pemasaran adalah suatu sistem total dari kegiatan bisnis yang dirancang untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang-barang yang dapat memuaskan keinginan dan jasa baik kepada konsumen saat ini maupun konsumen potensial.

#### 2. Aspek Manajemen dan Sumber Daya Manusia

Dalam menganalisis studi kelayakan bisnis aspek manajemen dan SDM penting dianalisis karena dalam menjalankan sebuah organisasi, manajemen satu dengan yang lainnya memiliki keterkaitan pekerjaan. Suatu organisasi selalu diibaratkan dengan sebuah tubuh, apabila akan melakukan sebuah perubahan namun sebagian dari organ tubuh tidak siap untuk menerima perubahan tersebut maka perubahan yang telah direncanakan tidak akan dapat dijalankan.

#### 3. Aspek Teknis dan Operasional

Langkah selanjutnya dalam penentuan kelayakan suatu rencana bisnis adalah menganalisis aspek teknis dan teknologi. Evaluasi aspek teknis ini mempelajari kebutuhan-kebutuhan teknis bisnis, seperti penentuan kapasitas produksi, jenis teknologi yang dipakai, pemakaian peralatan dan mesin, lokasi bisnis dan letak perusahaan yang paling menguntungkan. Lalu dari kesimpulannya dapat dibuat rencana jumlah biaya pengadaan harta tetapnya.

4. Aspek Hukum

Berdasarkan pendapat Husnan dan Suwarsono (2007) aspek hukum dalam studi kelayakan menganalisis tentang: (1) Bentuk badan usaha yang akan dipergunakan. (2) Jaminan-jaminan yang bisa disediakan kalau akan menggunakan sumber dana berupa pinjaman. Berbagai akta, sertifikat, izin yang diperlukan dan sebagainya

5. Aspek Keuangan

Kismono (2011) menyatakan ada tiga keputusan penting dalam manajemen keuangan sebuah perusahaan, yaitu: (1) Memperoleh dana (keputusan pendanaan). (2) Penggunaan dana (keputusan investasi). (3) Pembagian laba (kebijakan dividen)

## 2. Metodologi

Metode yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah kualitatif dengan tehnik pengumpulan data berupa wawancara mendalam observasi langsung (Mengamati secara langsung aktivitas dan proses kinerja di lapangan) dan studi dokumen. Metode ini dipilih untuk memperoleh data mendalam mengenai usaha pada pt busana kreasi aleni

## 3. Hasil dan Pembahasan

### 3.1 Perusahaan

PT Busana Kreasi adalah perusahaan yang bergerak di bidang industri fashion dengan fokus utama pada produksi dan distribusi pakaian siap pakai untuk pasar lokal. Perkembangan industri fashion yang pesat, didorong oleh perubahan gaya hidup masyarakat serta meningkatnya minat terhadap produk-produk lokal berkualitas, menjadi peluang strategis bagi perusahaan untuk berkembang lebih jauh. PT Busana Kreasi menawarkan produk busana yang tidak hanya mengikuti tren mode terbaru, tetapi juga mengutamakan kenyamanan, keberagaman desain, dan kualitas bahan. Menawarkan koleksi busana yang memiliki nilai praktis dan mudah dipadukan untuk berbagai acara.

#### 3.1.1 Visi, Misi dan Tujuan

##### Visi

Menjadi busana terkemuka di Indonesia yang menyediakan pakaian berkualitas tinggi, inovatif, dan sesuai dengan gaya hidup modern, serta memberikan kepuasan maksimal kepada pelanggan

##### Misi

1. Menyediakan busana dengan kualitas terbaik yang mengikuti perkembangan tren mode terkini.
2. Mengutamakan keberlanjutan dengan penggunaan bahan ramah lingkungan dan proses produksi yang berkelanjutan.
3. Memberikan pelayanan terbaik melalui pengelolaan pelanggan yang responsif dan profesional.
4. Memanfaatkan platform e-commerce untuk memperluas pangsa pasar dan mencapai konsumen dari berbagai lapisan sosial.

##### Tujuan:

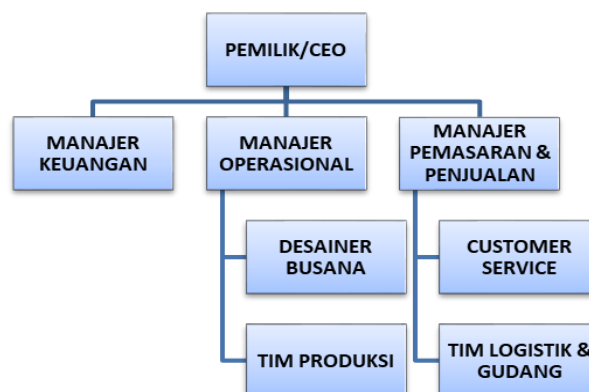
1. Memperluas pasar ke kota-kota besar di Indonesia dalam waktu 3 tahun.

2. Menjadi salah satu merek busana lokal yang dikenal di Asia Tenggara dalam 5 tahun dan Meningkatkan produksi dengan tetap menjaga keberlanjutan dan kualitas produk.

### 3.1.2 Analisis swot

1. Strength (Kekuatan)
  1. Produk memiliki desain khas yang mengikuti tren namun tetap memiliki ciri khas yang membedakan dari kompetitor.
  2. Menggunakan bahan yang nyaman dan ramah lingkungan
  3. Menawarkan harga yang sebanding dengan kualitas, sehingga menarik berbagai segmen pasar.
  4. Aktif di media sosial dan e-commerce, menjangkau pasar yang lebih luas dengan biaya yang efisien.
2. Weakness (Kelemahan)
  1. Keterbatasan dana untuk memperluas produksi atau membuka cabang baru.
  2. Tren mode yang cepat berubah membuat produk cepat usang jika tidak diantisipasi.
  3. Belum memiliki jaringan distribusi yang luas untuk menjangkau pasar luar negeri.
3. Opportunity (Peluang)
  1. Meningkatnya popularitas e-commerce memberikan peluang besar untuk menjangkau konsumen baru.
  2. Meningkatnya minat konsumen terhadap produk lokal yang autentik.
  3. Peluang untuk mempromosikan produk melalui influencer di media sosial.
4. Threats (Ancaman)
  1. Banyaknya merek lokal dan internasional yang bersaing di industri fashion.
  2. Ketidakpastian tren mode yang mengharuskan inovasi produk secara terus-menerus.
  3. Fluktuasi harga bahan baku dapat meningkatkan biaya produksi.
  4. Daya beli masyarakat bisa menurun akibat ketidakstabilan ekonomi.
  5. Ulasan buruk di media sosial atau platform e-commerce dapat merusak reputasi merek.

### 3.2 Struktur Organisasi



#### Tugas dan tanggung jawab

1. Pemilik / CEO (Chief Executive Officer)
  1. Bertanggung jawab atas pengambilan keputusan strategis.
  2. Mengawasi seluruh operasi bisnis.
  3. Membentuk visi, misi, dan tujuan perusahaan.
2. Manajer Operasional
  1. Mengelola kegiatan produksi dan operasional sehari-hari.
  2. Mengawasi kinerja tim produksi, logistik, dan pemasok bahan baku.
  3. Memastikan semua proses berjalan sesuai standar kualitas.
3. Desainer Busana
  1. Menciptakan desain produk yang inovatif dan sesuai tren.
  2. Berkolaborasi dengan tim produksi untuk merealisasikan desain.
  3. Menjaga identitas dan estetika merek.
4. Manajer Pemasaran dan Penjualan
  1. Bertanggung jawab atas strategi pemasaran dan promosi produk.
  2. Mengelola platform digital (e-commerce, media sosial, website).
  3. Menjalin hubungan dengan mitra, seperti reseller atau butik.
5. Manajer Keuangan
  1. Mengelola anggaran dan laporan keuangan.
  2. Memastikan efisiensi biaya dalam operasional bisnis.
  3. Mengurus pajak dan administrasi keuangan lainnya.
6. Tim Produksi
  1. Melakukan proses produksi berdasarkan desain dan standar kualitas.
  2. Memastikan produk selesai tepat waktu sesuai jadwal.
  3. Bertanggung jawab atas pemeliharaan alat dan bahan produksi.
7. Tim Logistik dan Gudang
  1. Mengatur penyimpanan bahan baku dan produk jadi.
  2. Mengelola pengiriman produk kepada pelanggan atau mitra.
  3. Memastikan stok selalu tersedia sesuai kebutuhan.
8. Customer Service
  1. Melayani pelanggan dan menangani keluhan.
  2. Memberikan informasi produk dan membantu proses pembelian.
  3. Membangun hubungan baik dengan pelanggan.

### 3.3 Analisis Pasar

1. Target Pasar
  1. Kelas Menengah Atas dan Menengah: Masyarakat urban yang mencari busana berkualitas dengan harga yang terjangkau, baik untuk keperluan sehari-hari maupun acara khusus.
  2. Kaum Muda dan Profesional: Mereka yang ingin mengikuti tren mode dan menghargai busana yang stylish serta nyaman.
  3. Pelanggan Online: Mengingat tren belanja online yang semakin berkembang, PT Busana Kreasi akan fokus pada pasar e-commerce untuk menjangkau konsumen yang lebih luas di seluruh Indonesia.
2. Tren Pasar dan Permintaan
  1. Pertumbuhan Ekonomi: Dengan meningkatnya kelas menengah dan daya beli masyarakat, pasar busana semakin berkembang, baik di kota-kota besar maupun daerah.

2. Perubahan Gaya Hidup: Konsumen semakin peduli dengan gaya hidup modern dan penampilan, yang mendorong permintaan busana yang modis dan fungsional.
3. E-commerce: Perkembangan platform belanja online memberikan kesempatan untuk menjangkau konsumen lebih luas tanpa batasan geografis.

#### 3.4 Strategi Pemasaran

1. Branding dan Posisi Pasar  
PT Busana Kreasi akan membangun citra merek yang kuat dengan menonjolkan kualitas, desain inovatif, dan komitmen terhadap keberlanjutan. Kami ingin menjadi pilihan utama konsumen yang mencari busana yang stylish dan berkualitas dengan harga yang terjangkau.
2. Pemasaran Digital  
Sosial Media: Kami akan memanfaatkan platform sosial media seperti Instagram, Facebook, dan TikTok untuk memperkenalkan produk terbaru, berbagi inspirasi gaya, dan berinteraksi langsung dengan pelanggan. SEO dan Iklan Berbayar: Melalui pemasaran digital dan iklan berbayar di Google dan media sosial, kami akan menjangkau lebih banyak audiens dan meningkatkan visibilitas merek.
3. Kolaborasi dengan Influencer dan Desainer  
Kami akan bekerja sama dengan influencer mode dan desainer ternama untuk meningkatkan brand awareness dan menarik perhatian audiens yang lebih luas.

#### 3.5 Aspek Kelayakan Bisnis

1. Aspek Pemasaran  
Strategi pemasaran promosi, kolaborasi dengan desainer ternama dan influenc efektif untuk meningkatkan visibilitas merek. Distribusi produk dirancang melalui kombinasi toko online, fisik, yang menjamin ketersediaan produk di berbagai wilayah. Penentuan harga kompetitif sesuai daya beli konsumen juga menjadi faktor yang berkontribusi terhadap keberhasilan pemasaran. Berdasarkan evaluasi keseluruhan, aspek pemasaran PT Busana kreasi memiliki prospek yang sangat baik untuk mendukung pertumbuhan usaha yang berkelanjutan.
2. Aspek Manajemen dan SDM  
Dalam pengelolaan SDM, PT Busana kreasi menerapkan program rekrutmen, pelatihan, dan pengembangan karyawan untuk menciptakan tenaga kerja yang kompeten. Tata kelola perusahaan yang berfokus pada transparansi dan akuntabilitas mendukung terciptanya lingkungan kerja yang produktif sekaligus memperkuat kepercayaan pemangku kepentingan. Dengan strategi manajemen yang terukur dan efektif, PT Busana diyakini mampu menghadapi tantangan bisnis serta menciptakan pertumbuhan yang berkelanjutan.
3. Aspek Teknis dan Operasional  
Lokasi usaha PT Busana direncanakan di kawasan strategis dengan akses transportasi sehingga mempermudah operasional. Kapasitas produksi didukung oleh peralatan modern, yang mampu meningkatkan efisiensi dan kualitas produk. Pemanfaatan teknologi ramah lingkungan dan pengelolaan limbah sesuai standar AMDAL mencerminkan komitmen perusahaan terhadap keberlanjutan. Berdasarkan analisis ini, aspek teknis dan

operasional PT Busana dinilai layak dan mendukung keberhasilan bisnis yang berorientasi pada pertumbuhan dan daya saing pasar.

4. Aspek Hukum

PT Busana kreasi didirikan sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia dan Semua ketentuan hukum yang harus dilaksanakan oleh PT busana kreasi telah dilakukan, seluruh persyaratan dan berkas-berkas perusahaan telah lengkap. Maka pengembangan bisnis layak untuk dilakukan.

5. Aspek Keuangan

Berdasarkan proyeksi keuangan, investasi awal pada infrastruktur, teknologi, dan sumber daya manusia memberikan potensi peningkatan margin keuntungan. Analisis keuangan PT Busana dianggap terkendali selama tetap memenuhi target penjualan.

3.6 Analisis Keuangan

1. Proyeksi Laporan Laba Rugi

**PT ALENI**  
**Laporan Laba/Rugi**  
**Periode yang berakhir sampai dengan 31 Desember 2024**  
*(Dalam Rupiah)*

|  |                   |  |
|--|-------------------|--|
| <b>PENDAPATAN</b>                          |                   |  |
| Pendapatan Diklat Akuntansi dan Perpajakan | 400.000.000       |  |
| <b>BEBAN OPERASIONAL</b>                   |                   |  |
| - Gaji Karyawan                            | 200.000.000       |  |
| - Utilitas                                 | 30.000.000        |  |
| - Pemasaran                                | 15.000.000        |  |
| - Keperluan Kantor                         | 13.000.000        |  |
| - Sewa Bangunan                            | 50.000.000        |  |
| - Penyusutan Aset Tetap                    | 16.000.000        |  |
| Total Beban Operasional                    | <u>324.000.00</u> |  |
| Laba Bersih Sebelum Pajak                  | 76.000.000        |  |
| Pajak Penghasilan (Pasal 31E: 11%)         | <u>8.360.000</u>  |  |
| Laba Bersih Setelah Pajak                  | 67.640.000        |  |

| No | Nama aset tetap  | Tahun | Harga Perolehan | Manfaat Ekonomis (Tahun) | Penyusutan (Per Tahun) |
|----|------------------|-------|-----------------|--------------------------|------------------------|
| 1  | Peralatan Kantor | 2024  | 60.000.000      | 5                        | 12.000.000             |

|              |  |      |                    |   |                   |
|--------------|--|------|--------------------|---|-------------------|
|              | (Meja, Kursi dan laptop)   |      |                    |   |                   |
| 2            | Peralatan Pelatihan<br>(Papan Tulis, Meja, Kursi, dan Proyektor) | 2024 | 40.000.000         | 5 | 8.000.000         |
| <b>Total</b> |  |      | <b>100.000.000</b> |   | <b>20.000.000</b> |

2. Aset Tetap dan Penyusutan

Berdasarkan data tersebut diatas buatlah Analisis Kelayakan Usaha dari:

1.1 Analisis dari prosentase keuntungan yang diperoleh dengan suku bunga deposito di bank 5% dan tingkat resiko 2% .

Prosentase Keuntungan: Prosentase keuntungan yang diperoleh dapat dihitung dengan membandingkan Laba Bersih Setelah Pajak dengan Total Pendapatan.

$$\text{Prosentase Keuntungan} = \frac{\text{Laba Bersih Setelah Pajak}}{\text{Pendapatan}} \times 100$$

Dari data:

Laba Bersih Setelah Pajak = Rp67.640.000

Pendapatan = Rp 400.000.000

Maka:

$$\text{Prosentase Keuntungan} = \frac{67.640.000}{400.000.000} \times 100 = 17\%$$

Interpretasi: Prosentase keuntungan dari PT Busana Kreasi adalah sekitar 17%. Ini menunjukkan seberapa besar laba yang didapat dibandingkan dengan pendapatan yang diterima. Jika dibandingkan dengan suku bunga deposito bank yang 5% dan tingkat risiko usaha 2%, perusahaan ini menghasilkan keuntungan yang lebih tinggi, yang bisa dianggap sebagai indikasi bahwa perusahaan memiliki potensi keuntungan yang cukup baik.

1.2 Analisis Break Even Point (BEP)

Break Even Point (BEP) adalah titik impas di mana total pendapatan sama dengan total biaya, sehingga perusahaan tidak mengalami keuntungan maupun kerugian. BEP dihitung dengan rumus:

$$\text{BEP} = \frac{\text{Biaya Tetap}}{\text{Harga per Unit} - \text{Biaya Variabel per Unit}}$$

Namun, karena kita tidak memiliki data terkait harga per unit dan biaya variabel per unit, kita bisa menghitung BEP berdasarkan Total Beban Operasional dan Laba Kotor yang dihasilkan.

Dari data:

Total Beban Operasional = Rp 324.000.000

Laba Bersih Sebelum Pajak = Rp 76.000.000  
Total Pendapatan = Rp 400.000.000

Dari sini kita bisa menghitung margin kontribusi atau selisih antara pendapatan dan biaya tetap, yang memberikan gambaran apakah perusahaan dapat mencapai titik impas.

Margin Kontribusi = Pendapatan – Beban Operasional  
Margin Kontribusi = 400.000.000 – 324.000.000 = 76.000.000

Karena Laba Bersih Sebelum Pajak adalah Rp 76.000.000, maka untuk perusahaan ini titik impas (BEP) tercapai pada level pendapatan Rp 400.000.000.

### 1.3 Analisis Return of Investment (ROI)

Return on Investment (ROI) adalah rasio yang digunakan untuk mengukur sejauh mana investasi menghasilkan laba. ROI dihitung dengan rumus:

$$\text{ROI} = \frac{\text{Laba Bersih Setelah Pajak}}{\text{Total Aset}} \times 100$$

Dari data:

Laba Bersih Setelah Pajak = Rp 67.640.000

Total Aset = Rp 100.000.000 (nilai total dari aset tetap yang dimiliki).

Maka:

$$\text{ROI} = \frac{67.640.000}{100.000.000} \times 100 = 68\%$$

Interpretasi: ROI sebesar 68% menunjukkan bahwa setiap investasi yang dikeluarkan oleh PT PT busana kreasi aleni dapat menghasilkan laba 68%. Ini menunjukkan kinerja investasi yang sangat baik, di mana perusahaan mendapatkan pengembalian yang signifikan dari nilai aset tetap yang dimilikinya.

### Kesimpulan

Setelah dilakukan analisis mendalam melalui berbagai aspek studi kelayakan, dapat disimpulkan bahwa bisnis PT Busana kreasi aleni layak untuk dijalankan. Penilaian didasarkan pada hasil analisis terhadap aspek memiliki prospek cerah. Berdasarkan tren konsumsi, tingginya kesadaran masyarakat akan gaya hidup dan mode memberikan peluang besar untuk ekspansi pasar dan proses produksi didukung dengan peralatan modern, lokasi yang strategis, serta rantai pasokan yang efektif. Infrastruktur yang memadai memungkinkan perusahaan untuk menjalankan operasional secara optimal guna memenuhi kebutuhan pasar dan dan akuntabilitas mendukung terciptanya lingkungan kerja Dengan strategi manajemen yang terukur dan efektif, PT Busana diyakini mampu menghadapi tantangan bisnis serta menciptakan pertumbuhan yang berkelanjutan.

### Daftar Pustaka

Hasan, S., Elpisah, E., Sabtohadhi, J., Zarkasi, Z., & Fachrurazi, F. (2022). *Studi Kelayakan Bisnis*. Penerbit Widina.

Sofian, S. E. (2024). *Studi Kelayakan Bisnis*. Berkah Aksara Cipta Karya.

Rofa, I. T., Meilani, A. R., an Hasibu, N. M., Nasution, A. K., & Suhairi, S. (2021). Analisis Aspek Pemasaran Dalam Studi Kelayakan Bisnis. *VISA: Journal of Vision and Ideas*, 1(2), 222-235.

Aditama, R. A., & Sos, S. (2020). *Pengantar Bisnis: Dilengkapi dengan Studi Kelayakan Bisnis*. AE Publishing.

Nurjanah, S. (2013). Studi kelayakan pengembangan bisnis pada PT Dagang Jaya Jakarta. *The Winners*, 14(1), 20-28.

Adnyana, I. M. (2020). *Buku: Studi Kelayakan Bisnis*.

Khoirudin, I. (2024, January). Studi Kelayakan Bisnis Pengembangan Usaha Busana Muslim di Kota Surakarta. In *Prosiding Seminar Nasional Hukum, Bisnis, Sains dan Teknologi* (Vol. 4, No. 1).

Rofa, I. T., Meilani, A. R., an Hasibu, N. M., Nasution, A. K., & Suhairi, S. (2021). Analisis Aspek Pemasaran Dalam Studi Kelayakan Bisnis. *VISA: Journal of Vision and Ideas*, 1(2), 222-23.

Hastuti, Indra. "Pengembangan Usaha Syariah melalui Program Pengembangan Kewirausahaan bagi Mahasiswa di Universitas Duta Bangsa Surakarta." *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 8.3 (2022): 3507-3513.