

Analisis Kelayakan Usaha Abon Ayam Bandung

Windi Tri Natarina¹, Syifa Hoirunisa², Sawalni³, Winda Dewi Ningsih⁴, Yunisa Nuramaliah⁵, Faisal Taufiqurohman⁶, Vebaytha Gustiar Isa Putri⁷

Mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Bisnis Universitas Muhammadiyah Bandung^{1,2,4,5,6,7}

Dosen Prodi Agribisnis, Fakultas Sains Teknologi, Universitas Muhammadiyah Bandung³

*Email: syifanisaa11@gmail.com, sawalni@umbandung.ac.id, natarina26@gmail.com

Sejarah Artikel:

Diterima 02-02-2026
Disetujui 12-02-2026
Diterbitkan 14-02-2026

ABSTRACT

Micro and small businesses play a crucial role in improving the local economy. However, many businesses operate without adequate business feasibility analysis. This study aims to analyze the feasibility of the Bandung Chicken Floss business from the perspective of human resources, market and marketing, financial, and environmental aspects. The research method used was a quantitative descriptive approach with a case study approach. Data were obtained through direct observation and interviews with the business owner, as well as documentation of cost and revenue data. The results indicate that the Bandung Chicken Floss business is supported by adequate human resources, has a stable market, is financially sound, and does not have a negative impact on the environment. Based on this analysis, the Bandung Chicken Floss business is deemed feasible for operation and development.

Keywords: Business Feasibility Study, MSMEs, Chicken Floss

ABSTRAK

Usaha mikro dan kecil memiliki peranan penting dalam meningkatkan perekonomian masyarakat. Namun, banyak usaha yang dijalankan tanpa didukung oleh analisis kelayakan bisnis yang memadai. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kelayakan usaha Abon Ayam Bandung ditinjau dari aspek sumber daya manusia, aspek pasar dan pemasaran, aspek keuangan, serta aspek lingkungan. Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif kuantitatif dengan pendekatan studi kasus. Data diperoleh melalui observasi dan wawancara langsung dengan pemilik usaha serta dokumentasi data biaya dan pendapatan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa usaha Abon Ayam Bandung didukung oleh sumber daya manusia yang memadai, memiliki pasar yang stabil, kondisi keuangan yang sehat, serta tidak menimbulkan dampak negatif terhadap lingkungan. Berdasarkan hasil analisis tersebut, usaha Abon Ayam Bandung dinyatakan layak untuk dijalankan dan dikembangkan.

Kata Kunci : Studi Kelayakan Bisnis, UMKM, Abon Ayam

Bagaimana Cara Sitasi Artikel ini:

Natarina, W. T., Hoirunisa, S., Sawalni, S., Ningsih, W. D., Nuramaliah, Y., Taufiqurohman, F., & Putri, V. G. I. (2026). Analisis Kelayakan Usaha Abon Ayam Bandung. Jejak Digital: Jurnal Ilmiah Multidisiplin, 2(2), 3206-3215. <https://doi.org/10.63822/edame851>

PENDAHULUAN

Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) memiliki peranan penting dalam perekonomian Indonesia, terutama dalam menciptakan lapangan kerja dan meningkatkan pendapatan masyarakat. Perkembangan UMKM yang pesat menunjukkan bahwa sektor ini memiliki potensi besar untuk terus dikembangkan. Namun, tidak sedikit UMKM yang dijalankan tanpa perencanaan dan analisis yang matang, sehingga berisiko mengalami permasalahan dalam keberlangsungan usaha.

Salah satu upaya untuk meminimalkan risiko kegagalan usaha adalah dengan melakukan studi kelayakan bisnis. Studi kelayakan bisnis merupakan suatu analisis yang bertujuan untuk menilai apakah suatu usaha layak dijalankan atau tidak, baik ditinjau dari aspek non-keuangan maupun aspek keuangan. Analisis kelayakan bisnis menjadi penting sebagai dasar pengambilan keputusan, khususnya bagi usaha yang telah berjalan dan ingin mempertahankan atau mengembangkan usahanya.

Usaha Abon Ayam Bandung merupakan usaha makanan olahan yang telah beroperasi sejak tahun 2010. Usaha ini mampu bertahan lebih dari 15 tahun yang menunjukkan adanya potensi keberlanjutan usaha. Namun demikian, untuk memastikan apakah usaha tersebut benar-benar layak secara menyeluruh, diperlukan suatu studi kelayakan usaha yang menganalisis berbagai aspek penting dalam kegiatan bisnis.

Studi kelayakan usaha menjadi alat penting dalam pengambilan keputusan bisnis karena dapat memberikan gambaran menyeluruh mengenai kondisi usaha, peluang, serta risiko yang mungkin dihadapi di masa depan. Oleh karena itu, penelitian ini difokuskan pada analisis kelayakan usaha Abon Ayam Bandung sebagai salah satu UMKM di bidang pengolahan makanan.

KAJIAN TEORITIS

Studi Kelayakan Bisnis

Studi kelayakan bisnis merupakan suatu kajian yang dilakukan untuk menilai apakah suatu usaha atau proyek layak dijalankan dari berbagai aspek, baik aspek non-keuangan maupun aspek keuangan. Menurut Kasmir dan Jakfar (2012), studi kelayakan bisnis bertujuan untuk meminimalkan risiko kerugian di masa depan serta menjadi dasar pengambilan keputusan dalam menjalankan atau mengembangkan usaha. Studi kelayakan umumnya mencakup aspek pasar dan pemasaran, aspek teknis dan operasional, aspek sumber daya manusia, aspek keuangan, serta aspek lingkungan.

Umar (2005) menyatakan bahwa studi kelayakan bisnis tidak hanya dilakukan pada usaha yang baru akan dijalankan, tetapi juga pada usaha yang telah berjalan guna mengetahui tingkat kelayakan dan peluang pengembangannya. Dengan demikian, studi kelayakan berfungsi sebagai alat evaluasi dan perencanaan bisnis jangka panjang.

Aspek Sumber Daya Manusia

Aspek sumber daya manusia (SDM) berkaitan dengan perencanaan, pengelolaan, dan pengembangan tenaga kerja yang terlibat dalam kegiatan usaha. Analisis aspek ini mencakup jumlah tenaga kerja, kompetensi, struktur organisasi, pembagian tugas, sistem rekrutmen, pelatihan, serta sistem kompensasi.

Hasibuan (2016) menyatakan bahwa sumber daya manusia merupakan faktor strategis dalam organisasi karena manusia berperan sebagai perencana, pelaksana, dan pengendali pencapaian tujuan perusahaan. Oleh karena itu, kelayakan bisnis sangat dipengaruhi oleh kualitas dan efektivitas pengelolaan SDM.

Menurut Kasmir dan Jakfar (2012), usaha dapat dikatakan layak dari aspek SDM apabila memiliki tenaga kerja yang kompeten, jumlah yang memadai, serta sistem manajemen yang mampu mendukung operasional bisnis secara berkelanjutan.

Aspek Pasar dan Pemasaran

Aspek pasar dan pemasaran menganalisis potensi pasar, tingkat permintaan dan penawaran, karakteristik konsumen, tingkat persaingan, serta strategi pemasaran yang akan diterapkan. Tujuan analisis ini adalah untuk mengetahui apakah produk atau jasa yang ditawarkan memiliki peluang pasar yang cukup besar.

Kotler dan Keller (2016) menyatakan bahwa pemasaran merupakan proses menciptakan, mengomunikasikan, dan menyampaikan nilai kepada konsumen. Dalam studi kelayakan bisnis, analisis pasar menjadi dasar dalam menentukan segmentasi, target pasar, dan posisi produk.

Menurut Kasmir dan Jakfar (2012), usaha dikatakan layak dari aspek pasar apabila produk atau jasa memiliki permintaan yang cukup, strategi pemasaran yang tepat, serta mampu bersaing dengan produk sejenis di pasar.

Aspek Keuangan

Aspek keuangan merupakan aspek utama dalam studi kelayakan bisnis karena berkaitan langsung dengan kemampuan usaha dalam menghasilkan keuntungan dan mengembalikan investasi. Analisis keuangan meliputi kebutuhan modal, sumber pendanaan, biaya investasi, biaya operasional, pendapatan, serta proyeksi arus kas.

Umar (2005) menjelaskan bahwa analisis keuangan bertujuan untuk menilai kelayakan suatu proyek melalui perhitungan dan perbandingan antara biaya dan manfaat yang diperoleh. Metode yang umum digunakan dalam analisis kelayakan keuangan antara lain Net Present Value (NPV), Internal Rate of Return (IRR), Payback Period (PP), dan Break Even Point (BEP).

Suatu usaha dinyatakan layak secara finansial apabila hasil analisis menunjukkan nilai NPV positif, IRR lebih besar dari tingkat pengembalian yang disyaratkan, serta periode pengembalian modal yang dapat diterima.

Aspek Lingkungan

Aspek lingkungan dalam studi kelayakan bisnis menilai dampak kegiatan usaha terhadap lingkungan hidup dan masyarakat sekitar. Analisis ini meliputi penggunaan sumber daya alam, pengelolaan limbah, potensi pencemaran, serta kepatuhan terhadap peraturan lingkungan.

Menurut Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2009 tentang Perlindungan dan Pengelolaan Lingkungan Hidup, setiap kegiatan usaha wajib menjaga kelestarian lingkungan dan mencegah terjadinya pencemaran dan kerusakan lingkungan. Oleh karena itu, usaha yang layak tidak hanya menguntungkan secara ekonomi, tetapi juga bertanggung jawab secara ekologis.

Kasmir dan Jakfar (2012) menyatakan bahwa aspek lingkungan menjadi semakin penting karena meningkatnya kesadaran masyarakat dan pemerintah terhadap pembangunan berkelanjutan (sustainable development).

Kajian Terdahulu

1. Sari dan Pratama (2019) dalam penelitiannya mengenai analisis kelayakan usaha makanan olahan skala kecil menyimpulkan bahwa aspek pasar dan aspek keuangan merupakan faktor utama dalam menentukan kelayakan UMKM pangan. Usaha dinyatakan layak karena memiliki permintaan pasar yang stabil dan nilai NPV positif.
2. Rahmawati (2020) melakukan penelitian tentang studi kelayakan usaha abon ikan dan menemukan bahwa pengelolaan SDM yang sederhana namun efektif sudah cukup mendukung keberlanjutan usaha rumah tangga. Selain itu, penerapan kebersihan dan pengelolaan limbah meningkatkan kepercayaan konsumen.
3. Nugroho dan Lestari (2021) meneliti UMKM makanan tradisional berbasis bahan baku lokal. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemanfaatan bahan lokal dan pemasaran digital memberikan pengaruh positif terhadap daya saing dan keberlanjutan usaha.

Kajian terdahulu tersebut memperkuat bahwa analisis kelayakan usaha sangat relevan diterapkan pada UMKM pengolahan makanan, termasuk usaha Abon Ayam Bandung.

HASIL PEMBAHASAN

Profil Usaha

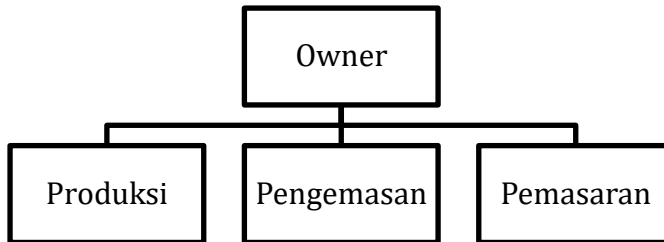
Abon Ayam Bandung merupakan usaha rumahan yang bergerak di bidang produksi makanan olahan, khususnya abon ayam. Usaha ini dikelola dan dipimpin oleh Ibu Sutiwi selaku pemilik sekaligus penanggung jawab usaha. Tempat produksi Abon Ayam Bandung berlokasi di Jl. Juwita No. 17, Cipadung Kidul, Kecamatan Panyileukan.

Usaha Abon Ayam Bandung telah beroperasi sejak tahun 2010 dan hingga saat ini telah memiliki pengalaman selama 15 tahun dalam menghasilkan produk abon ayam yang berkualitas. Keunggulan utama dari Abon Ayam Bandung terletak pada tekstur abon yang berserat tebal, cita rasa khas, serta proses pengolahan yang dilakukan secara higienis dan konsisten. Dengan menjaga kualitas bahan baku dan resep, Abon Ayam Bandung terus berkomitmen menghadirkan produk yang lezat, aman, dan dipercaya oleh pelanggan.

Aspek Sumber Daya Manusia

1. Perencanaan Sumber Daya Manusia
Aspek sumber daya manusia (SDM) dalam studi kelayakan bisnis berkaitan dengan perencanaan, pengelolaan, dan pengembangan tenaga kerja yang terlibat dalam kegiatan usaha. Analisis aspek ini mencakup jumlah tenaga kerja, kompetensi, struktur organisasi, pembagian tugas, sistem rekrutmen, pelatihan, serta sistem kompensasi.
Hasibuan (2016) menyatakan bahwa sumber daya manusia merupakan faktor strategis dalam organisasi karena manusia berperan sebagai perencana, pelaksana, dan pengendali pencapaian tujuan perusahaan. Oleh karena itu, kelayakan bisnis sangat dipengaruhi oleh kualitas dan efektivitas pengelolaan SDM.
Menurut Kasmir dan Jakfar (2012), usaha dapat dikatakan layak dari aspek SDM apabila memiliki tenaga kerja yang kompeten, jumlah yang memadai, serta sistem manajemen yang mampu mendukung operasional bisnis secara berkelanjutan.
2. Struktur Organisasi

Struktur organisasi usaha abon ayam bandung cukup sederhana.



Aspek Pasar dan Pemasaran

1. Aspek Pasar

Pasar sasaran abon ayam Bandung meliputi masyarakat umum, khususnya konsumen rumah tangga, pedagang makanan, dan pembeli oleh-oleh. Abon ayam dipilih karena:

- Merupakan produk makanan praktis dan tahan lama
- Digemari berbagai kalangan usia
- Cocok sebagai lauk, isian roti, dan oleh-oleh khas

Pada tahap awal usaha, pasar masih bersifat lokal, yaitu pasar tradisional dan lingkungan sekitar wilayah Bandung.

2. Awal pemasaran

Pada awal penjualan, pemasaran abon ayam dilakukan secara langsung (jual sodor) dengan menawarkan produk ke pasar-pasar tradisional, kios, dan pedagang makanan. Melalui pemasaran langsung ini, usaha mulai memiliki pelanggan tetap yang melakukan pembelian secara rutin perharinya.

3. Perkembangan pemasaran

Seiring berkembangnya usaha dan meningkatnya jumlah pelanggan tetap, strategi pemasaran diperluas dengan memanfaatkan penjualan online melalui platform Shopee. Saat ini, pemasaran abon ayam Bandung dilakukan secara offline dan online, sehingga usaha menjadi lebih berkembang dan berkelanjutan.

Aspek Keuangan

1. Modal Usaha

Tabel 1 Perlengkapan

Komponen	Jumlah	Rp	Harga
Sendok	3	Rp	6.000
Timbangan	2	Rp	600.000
Wajan besar	2	Rp	1.200.000
Kompor	1	Rp	2.500.000
Tabung gas	2	Rp	450.000
Pisau	2	Rp	30.000
Pengering	1	Rp	1.500.000
Serok	2	Rp	300.000
Spatula	2	Rp	400.000
Kontener	10	Rp	1.200.000

Alat press	2	Rp	2.800.000
Panci besar	2	Rp	650.000
Kain anti panas	10	Rp	70.000
	Total	Rp	11.706.000

Tabel 2 Bahan Baku per sekali Produksi

Komponen	Jumlah	Rp	Harga
Ayam filet	20 kg	Rp	600.000
Minyak goreng	10 kg	Rp	110.000
Bawang merah	1,5 kg	Rp	37.000
Bawang putih	1,5 kg	Rp	35.000
Gula merah	1,2 kg	Rp	18.000
Gula putih	1,7 kg	Rp	33.000
Garam	0,25 kg	Rp	5.000
Penyedap	0,25 kg	Rp	10.000
Gas	6kg	Rp	36.000
Air	-	Rp	5.000
Kemasan 0,05kg	100 pcs	Rp	16.000
Kemasan 0,10 kg	20 pcs	Rp	5.000
Kemasan 0,25 kg	12 pcs	Rp	4.000
Label	132 pcs	Rp	6000
	Total		920.000

2. Harga Pokok Produksi

Total kemasan per sekali produksi :

Ukuran 0,05 kg Harga Rp 8.000 = 10 pcs

Ukuran 0,10 kg Harga Rp 18.000 = 20 pcs

Ukuran 0,25 kg Harga Rp 45.000 = 12 pcs

Total penjualan = 132 / sekali produksi

Pendapatan per sekali produksi :

Harga	Ukuran	Jumlah	Pendapatan
8.000	0,05	100	800.000
18.000	0,10	20	360.000
45.000	0,25	12	540.000
		132	1.700.000

Perhitungan HPP :

Seminggu 5X produksi

Total biaya produksi setahun :

$$11.706.000 + (920.000 \times 240)$$

$$11.706.000 + 220.800.000 = \text{Rp. } 232.506.000$$

Total Produk dalam setahun :

$$132 \times 240 = 21.680 \text{ pcs}$$

$$\text{Total HPP} = \frac{\text{Total biaya produksi}}{\text{Jumlah produk}}$$

$$\frac{232.506.000}{21.680} = 10.724$$

Pendapatan per sekali produksi :

Harga	Ukuran	Jumlah	Pendapatan
8.000	0,05	100	800.000
18.000	0,10	20	360.000
45.000	0,25	12	540.000
		132	1.700.000

Pendapatan per tahun = 408.000.000

3. Laporan Laba Rugi pertahun

Pendapatan penjualan	Rp	408.000.000
Biaya tenaga kerja	Rp	30.000.000
Biaya transportasi	Rp	3.600.000
Biaya produksi	Rp	232.506.000
Total	Rp	266.106.000
Laba Bersih	Rp	141.894.000

4. Payback Period

Payback period menunjukkan waktu yang dibutuhkan untuk mengembalikan modal investasi awal.

$$PP = \frac{\text{Investasi awal}}{\text{Laba bersih}}$$

$$PP = \frac{266.106.000}{141.894.000} = 1,9$$

Nilai 1,9 menunjukkan bahwa investasi Kembali sebelum 2 tahun dan usaha layak dijalankan karena semakin kecil nilai payback period maka semakin cepat pengembalian modal.

5. Net Present value

Tahun	Arus kas	Keterangan	Df 10%	Present value (Rp)
0	-11.706.000	Investasi awal	1,00	-11.706.000
1	141.894.000	Arus kas operasi	0,91	129.122.540
2	141.894.000	Arus kas operasi	0,83	117.772.020
3	141.894.000	Arus kas operasi	0,75	106.420.500
4	141.894.000	Arus kas operasi	0,68	96.487.920
5	141.894.000	Arus kas operasi	0,62	87.974.280
6 - 15	141.894.000	Arus kas operasi	-	542.735.080
			Total PV	1.079.810.340

Perhitungan NVP :

$$NPV = 1.079.810.340 - 11.706.000$$

= Rp 1.068.104.340

6. Internal rate Of Return

Uji Tingkat Diskonto 100%

Tahun	Arus kas	Df 100%	Present value (Rp)
1-15	141.894.000	$\pm 1,00$ (annuity)	141.894.000
Investasi awal	-11.706.000	1,00	-11.706.000
NVP 100%			130.188.000

NVP masih positif pada tingkat diskonto 100%, maka : IRR > 100 %

Aspek Lingkungan

1. Penggunaan bahan lokal

Usaha abon ayam Bandung memanfaatkan bahan baku lokal seperti ayam filet dari rumah potong sekitar Bandung, bawang, gula, dan rempah-rempah dari pasar tradisional setempat. Penggunaan bahan lokal membantu tersebut mengurangi jejak karbon dari distribusi jarak jauh, mendukung perekonomian peternak dan pedagang lokal, menjaga kesegaran dan kualitas bahan baku dan mudah diperoleh, proses produksi menjadi lebih efisien dan ramah lingkungan.

2. Pengelolaann limbah

Dalam proses produksi abon ayam, limbah yang dihasilkan antara lain:

- Limbah organik seperti sisa mengupas bumbu
- Limbah cair dari pencucian bahan dan peralatan

Pengelolaan limbah dilakukan dengan cara:

- Limbah organik dipisahkan dan dimanfaatkan sebagai pupuk tanaman
- Limbah cair dialirkan ke saluran pembuangan dengan penyaringan sederhana agar tidak mencemari lingkungan

3. Kebersihan

Kebersihan menjadi aspek penting dalam usaha abon ayam Bandung untuk menjaga kualitas produk dan kesehatan konsumen. Upaya yang dilakukan meliputi:

- Pembersihan rutin area produksi dan peralatan
- Penggunaan air bersih dalam seluruh proses produksi
- Pekerja menjaga kebersihan diri seperti mencuci tangan, memakai penutup kepala dan sarung tangan
- Penyimpanan bahan baku dan produk di tempat yang bersih dan tertutup menggunakan kontainer

Penerapan kebersihan yang baik juga membantu mencegah pencemaran lingkungan dan menjaga kepercayaan konsumen.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis kelayakan usaha Abon Ayam Bandung yang ditinjau dari aspek sumber daya manusia, aspek pasar dan pemasaran, aspek keuangan, serta aspek lingkungan, dapat disimpulkan bahwa usaha Abon Ayam Bandung layak untuk dijalankan dan dikembangkan.

Dari aspek sumber daya manusia, usaha ini didukung oleh tenaga kerja yang cukup, berpengalaman, serta pembagian tugas yang jelas meskipun struktur organisasi masih sederhana. Hal ini sudah mampu menunjang kelancaran proses produksi dan operasional usaha secara berkelanjutan.

Dari aspek pasar dan pemasaran, produk abon ayam memiliki permintaan yang stabil karena merupakan makanan praktis dan digemari berbagai kalangan. Strategi pemasaran yang awalnya dilakukan secara langsung dan kini berkembang melalui pemasaran online menunjukkan bahwa usaha ini mampu beradaptasi dengan perkembangan pasar dan teknologi.

Dari aspek keuangan, usaha Abon Ayam Bandung menunjukkan kondisi keuangan yang sehat. Hasil perhitungan laba bersih, Payback Period yang relatif cepat, nilai Net Present Value (NPV) yang positif, serta Internal Rate of Return (IRR) yang sangat tinggi menunjukkan bahwa usaha ini menguntungkan dan layak secara finansial.

Dari aspek lingkungan, usaha ini telah menerapkan penggunaan bahan baku lokal, pengelolaan limbah yang sederhana namun bertanggung jawab, serta menjaga kebersihan lingkungan produksi. Hal ini menunjukkan bahwa usaha Abon Ayam Bandung tidak menimbulkan dampak negatif terhadap lingkungan sekitar dan sejalan dengan prinsip pembangunan berkelanjutan.

Secara keseluruhan, hasil analisis dari seluruh aspek menunjukkan bahwa usaha Abon Ayam Bandung layak dijalankan, dipertahankan, dan dikembangkan sebagai salah satu UMKM di bidang pengolahan makanan.

SARAN

Berdasarkan hasil penelitian, beberapa saran yang dapat diberikan untuk pengembangan Usaha Abon Ayam Bandung ke depan antara lain:

1. Aspek Sumber Daya Manusia

Pemilik usaha disarankan untuk mulai mempertimbangkan pelatihan sederhana bagi tenaga kerja, terutama terkait standar kebersihan pangan dan efisiensi produksi, guna meningkatkan kualitas dan produktivitas kerja.

2. Aspek Pasar dan Pemasaran

Usaha dapat memperluas jangkauan pasar dengan mengoptimalkan pemasaran digital, seperti media sosial dan marketplace lainnya, serta memperkuat identitas merek melalui kemasan dan label yang lebih menarik.

3. Aspek Keuangan

Disarankan agar usaha melakukan pencatatan keuangan yang lebih terstruktur dan rutin, sehingga memudahkan dalam pengambilan keputusan serta perencanaan pengembangan usaha di masa depan.

4. Aspek Lingkungan

Pengelolaan limbah dapat terus ditingkatkan dengan penerapan sistem yang lebih baik, seperti pemanfaatan limbah organik secara berkelanjutan dan penghematan penggunaan air serta energi dalam proses produksi.

5. Pengembangan Usaha

Ke depan, usaha Abon Ayam Bandung dapat mempertimbangkan inovasi produk, seperti varian rasa baru atau ukuran kemasan yang lebih beragam, guna meningkatkan daya saing dan menarik lebih banyak konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Hasibuan, M. S. P. (2016). *Manajemen sumber daya manusia* (Edisi revisi). Jakarta, Indonesia: Bumi Aksara.
- Kasmir, & Jakfar. (2012). *Studi kelayakan bisnis* (Edisi revisi). Jakarta, Indonesia: Kencana Prenada Media Group.
- Kasmir, & Jakfar. (2012). *Studi kelayakan bisnis* (Edisi revisi). Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education.
- Nugroho, A., & Lestari, D. (2021). Analisis kelayakan UMKM makanan tradisional berbasis bahan baku lokal. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 13(2), 115–126.
- Rahmawati, I. (2020). Studi kelayakan usaha abon ikan sebagai UMKM pangan. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 8(1), 45–55.
- Sari, M., & Pratama, R. (2019). Analisis kelayakan usaha makanan olahan skala kecil. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 7(2), 89–101.
- Umar, H. (2005). *Studi kelayakan bisnis* (Edisi ke-3). Jakarta, Indonesia: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Umar, H. (2005). *Studi kelayakan bisnis* (Edisi ke-3). Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 32 Tahun 2009 tentang Perlindungan dan Pengelolaan Lingkungan Hidup.