

Analisis Studi Kelayakan Bisnis ditinjau dari Aspek Pemasaran pada Unit Usaha Gedung Serbaguna dan Toko Pertanian milik BumDes Bahtera Sejahtera Desa Tambak Beras, Kecamatan Cerme, Kabupaten Gresik

Dinda Agustina Putri¹

Universitas Negeri Surabaya¹

Email korespondensi: dinda.22197@mhs.unesa.ac.id

Abstract

This study aims to analyze the feasibility of the Multipurpose Building and Agricultural Shop Business Unit owned by BumDes Bahtera Sejahtera Tambak Beras Village, Gresik, reviewed from the marketing aspect. The research method used in this study is a qualitative method with data collection through observations and interviews that have been conducted. The results of the business feasibility analysis from the marketing aspect are said to be feasible, namely having implemented a good marketing mix strategy, having clear segmentation and targeting, and from the SWOT analysis, advantages and opportunities outweigh losses and threats, supporting factors are superior to inhibiting factors, sales potential has increased, and is projected to continue to increase over time.

Keywords: *Business feasibility study; marketing; marketing aspect; business units*

1. PENDAHULUAN

Persewaan gedung serbaguna dan toko peralatan pertanian adalah unit usaha yang dimiliki oleh BumDes Bahtera Sejahtera Desa Tambak Beras. Unit usaha ini memiliki inisiatif untuk mendayagunakan potensi desa. Baik itu potensi ekonomi, potensi sumber daya alam serta potensi sumber daya manusia dengan tujuan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat desa di desa Tambak Beras itu sendiri khususnya untuk para petani tambak yang bermata pencaharian dari hasil tambak dalam desa. Dengan populasi penduduk yang stabil dan beragam kebutuhan konsumen, Jasa dan produk yang dijual oleh BumDes juga berperan aktif dalam perputaran ekonomi warga dalam desa Tambak Beras. Dengan demikian, analisis kelayakan menjadi penting untuk memastikan bahwa usaha yang direncanakan dapat memenuhi kebutuhan pasar dan menghasilkan keuntungan.

Selain itu, dukungan pemerintah daerah juga merupakan faktor penting dalam latar belakang ini. Pemerintah daerah Gresik telah menekankan pentingnya peran Unit usaha dalam meningkatkan ekonomi lokal. Ini tercermin dalam kebijakan dan program-program dukungan yang ditawarkan oleh pemerintah daerah, seperti pelatihan, akses pembiayaan, dan insentif lainnya. Oleh karena itu, Unit usaha dari BumDes Bahtera Sejahtera di Desa Tambak Beras memiliki kesempatan untuk mendapatkan dukungan yang kuat dalam menjalankan usahanya.

Studi kelayakan bisnis menurut Umar (2005:h.8), studi kelayakan bisnis merupakan penelitian terhadap rencana bisnis yang tidak hanya menganalisis layak atau tidak layak bisnis dibangun, tetapi juga saat dioperasikan secara rutin dalam rangka pencapaian keuntungan yang maksimal untuk waktu yang tidak ditentukan. Tujuan utama studi kelayakan adalah untuk mengetahui apakah ide bisnis tersebut dapat dilaksanakan. Jika ide bisnis ditemukan layak, rencana bisnis dapat disusun untuk mendapatkan dukungan keuangan (Wizznotes, 2017).

1.1 Studi Kelayakan Bisnis

Menurut Kasmir dan Jakfar (2012) studi kelayakan bisnis adalah suatu kegiatan yang mempelajari secara mendalam tentang suatu usaha atau bisnis yang akan dijalankan, dalam rangka menentukan layak atau tidak usaha tersebut dijalankan. Mereka juga mengemukakan lima tujuan perlunya melakukan studi kelayakan, yaitu:

- 1) Menghindari resiko kerugian
- 2) Memudahkan perencanaan
- 3) Memudahkan pelaksanaan pekerjaan
- 4) Memudahkan pengawasan
- 5) Memudahkan pengendalian

Ibrahim Yacob (2018) mengemukakan Studi kelayakan bisnis adalah penelitian yang dilakukan secara komprehensif dengan tujuan untuk mengetahui apakah sebuah bisnis atau proyek investasi layak untuk dilaksanakan atau tidak. Kelayakan ini dinilai dari berbagai aspek untuk memberikan rekomendasi yang dapat dipertanggungjawabkan dalam pengambilan keputusan. Studi kelayakan bisnis adalah suatu analisis untuk mempertimbangkan segala aspek dari suatu proyek bisnis dengan tujuan untuk menghindari permasalahan yang mungkin muncul di kemudian hari yang dapat mengakibatkan kerugian atau kegagalan proyek (Sunardi, 2009).

1.2 Pemasaran

Menurut Tjiptono dan Diana (2020) Pemasaran adalah proses menciptakan, mendistribusikan, mempromosikan, dan menetapkan harga barang, jasa, dan gagasan untuk memfasilitasi relasi pertukaran yang memuaskan dengan pelanggan serta membangun hubungan positif dengan pemangku kepentingan dalam lingkungan yang dinamis.

Kotler & Armstrong (2018: h.29) Pemasaran adalah proses di mana perusahaan menciptakan nilai bagi pelanggan dan membangun hubungan pelanggan yang kuat untuk menangkap nilai dari pelanggan sebagai imbalannya. Pemasaran adalah pengaturan latihan bisnis yang dimaksudkan untuk merancang, memutuskan biaya, memajukan dan produk yang sesuai yang dapat memenuhi keinginan pembeli dan mencapai target pasar dan tujuan teman (Sunnyoto, 2014).

1.3 Aspek Pemasaran

Aspek pemasaran adalah analisis untuk mengetahui seberapa besar pasar yang akan dimasuki, struktur pasar dan peluang pasar yang ada, prospek pasar di masa yang akan datang, serta bagaimana strategi pemasaran yang harus dilakukan (Kasmir & Jakfar, 2012). Aspek pemasaran merupakan sebuah analisis terhadap permintaan dan penawaran untuk mengetahui peluang pasar yang ada, menetapkan segmen, target, dan posisi di pasar, serta menganalisis pesaing sebagai dasar penentuan strategi (Hidayat & Syafii, 2018).

Pada penelitian ini, menganalisis aspek pemasaran dalam studi kelayakan bisnis sebagai berikut:

1. Produk atau Jasa yang Dipasarkan

Produk merupakan sesuatu yang ditawarkan pada pasar dengan tujuan untuk memenuhi keinginan atau kebutuhan yaitu barang fisik, barang jasa, pengalaman, acara, orang, tempat properti, organisasi, informasi, atau ide (Suciarto, 2018).

2. Segmentasi dan Targeting

Kotler & Armstrong (2018:h.212) Segmentasi pasar adalah proses membagi pasar menjadi kelompok-kelompok pembeli yang berbeda yang memiliki kebutuhan, karakteristik, atau perilaku yang berbeda, dan yang mungkin memerlukan strategi atau bauran pemasaran yang terpisah. Penargetan pasar atau targeting adalah proses mengevaluasi daya tarik setiap segmen pasar dan memilih satu atau lebih segmen untuk dimasuki.

3. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Permintaan

Faktor pendukung yaitu semua kondisi, elemen, atau kekuatan yang mempermudah, memperkuat, dan meningkatkan peluang keberhasilan strategi pemasaran.

Faktor penghambat yaitu semua kondisi, elemen, atau kekuatan yang menjadi rintangan, tantangan, atau ancaman yang dapat melemahkan dan menghalangi keberhasilan strategi pemasaran.

4. Perkiraan Jumlah Permintaan Potensial dan Riil

Permintaan potensial adalah keinginan yang didukung oleh kemampuan membeli, namun belum terealisasi menjadi transaksi. Sementara itu, permintaan riil adalah keinginan yang didukung kemampuan membeli dan sudah diwujudkan dalam bentuk pembelian nyata.

5. Perkiraan Jumlah Penjualan

Peramalan (forecasting) adalah suatu cara untuk mengukur atau menaksir kondisi bisnis di masa yang akan datang. Dalam melakukan peramalan, peramal harus mencari data dan informasi di masa lalu.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan teknik kualitatif, dimana data yang diperoleh secara langsung dari lapangan melalui survei dan wawancara. Subyek penelitian ini adalah BumDes Bahtera Sejahtera yang berlokasi di Desa Tambak Beras, Kecamatan Cerme, Kabupaten Gresik, Provinsi Jawa Timur. Adapun yang menjadi informan pada penelitian ini adalah 3 orang pengurus BumDes Bahtera Sejahtera yaitu ketua BumDes Bahtera Sejahtera, wakil ketua dan pengurus gedung serbaguna serta bendahara dan pengurus toko pertanian. Analisis data yang digunakan yaitu, analisis deskriptif dari hasil wawancara terkait kelayakan usaha dari aspek pemasaran yang terdiri dari produk, segmentasi, targeting, faktor yang mempengaruhi permintaan, perkiraan jumlah potensial dan riil serta perkiraan penjualan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Aspek Pemasaran

1. Produk atau Jasa yang Dipasarkan

a. Deskripsi Produk atau Jasa

BumDes Bahtera Sejahtera memiliki dua unit usaha, yaitu Gedung Serbaguna dan Toko Kebutuhan Pertanian Tambak. Gedung Serbaguna memiliki berbagai fungsi tergantung tujuan kegiatan, tersedia lapangan bulutangkis, lapangan voli, dan tenis meja, selain itu, gedung ini juga dapat disewakan untuk keperluan venue acara pernikahan maupun venue acara formal lainnya.

Toko kebutuhan pertanian tambak ini terletak tepat di samping Gedung Serbaguna. Usaha ini bertujuan memenuhi kebutuhan petani tambak desa

Tambak Beras yang menyediakan berbagai jenis herbisida dan pakan ikan berbagai merk, serta menyediakan persewaan alat potong rumput

b. Ketersediaan Produk atau Jasa

Tebar benih dan panen tambak terjadi musiman, sehingga harga perlengkapan pertanian juga dapat terpengaruh, BumDes Bahtera Sejahtera bekerja sama dengan distributor, dan melakukan pembelian produk ketika harga rendah, membeli banyak produk, dan mengisi persediaan gudang untuk disimpan dan dijual dengan harga standar ketika kompetitor menjual dengan harga yang tinggi.

Gedung Serbaguna milik BumDes Bahtera Sejahtera tersedia untuk disewa kapan saja, dengan keperluan apa saja, pemesanan dan penjadwalan dapat dilakukan dengan berkomunikasi langsung melalui Whatsapp.

c. Positioning

Toko Pertanian BumDes Bahtera Sejahtera berkomitmen untuk memberikan kemudahan dalam pembelian kebutuhan pertanian tambak serta menjadi sumber terpercaya yang menjual produk pertanian organik berkualitas tinggi, untuk petani tambak dikala terjadi kenaikan harga perlengkapan pertanian dengan selalu menyediakan perlengkapan dan kebutuhan pertanian tambak dengan harga yang stabil.

Gedung Serbaguna milik BumDes Bahtera Sejahtera menjadi pusat kegiatan-kegiatan desa, gedung yang multifungsi juga diharapkan dapat bermanfaat bagi warga desa Tambak Beras maupun luar Desa Tambak Beras untuk digunakan berbagai bentuk kegiatan atau acara. Lokasinya juga mudah diakses dengan motor atau mobil. Gedung ini juga mendapatkan atensi dari komunitas bulutangkis setempat, dan telah digunakan rutin pada hari sabtu setiap minggu-nya, serta digunakan oleh PKK pada minggu pagi.

d. Analisis SWOT

Adapun kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman dari BumDes Bahtera Sejahtera adalah sebagai berikut :

1. Kekuatan (*Strengths*)

- a. Bekerja sama dengan distributor yang memperbolehkan retur dan tukar barang, sehingga mengurangi resiko kerugian barang tidak laku.
- b. Gedung Serbaguna BumDes Bahtera Sejahtera berfungsi universal, dapat menyesuaikan kebutuhan kegiatan atau acara.
- c. Terpercaya karena dinaungi dan dipromosikan langsung oleh PemDes Tambak Beras, Cerme.

2. Kelemahan (*Weakness*)

- a. Jenis produk yang dijual oleh Toko Pertanian BumDes Bahtera Sejahtera masih terbatas pada Herbisida dan Pakan Ikan, belum merambah ke produk-produk pendukung pertanian lain.
- b. Toko BumDes Bahtera Sejahtera masih belum dapat menerapkan buka toko diatas 6 jam, masih terbatas dari pukul 6-9 pagi karena keterbatasan jumlah pegawai.

- c. Pegawai masih berstatus sukarelawan, sehingga Toko Pertanian BumDes Bahtera Sejahtera terkadang tidak buka karena kepentingan pribadi pegawai.
 - d. Gedung Serbaguna masih terbatas dalam pilihan fungsi olahraga, masih belum dapat digunakan untuk futsal dan basket.
3. Peluang (*Opportunity*)
- a. Menjadi penyedia perlengkapan pertanian dengan harga paling stabil di desa Tambak Beras.
 - b. Gedung Serbaguna BumDes Bahtera Sejahtera Tambak Beras belum memiliki kompetitor di desa sekitarnya.
 - c. Gedung Serbaguna BumDes Bahtera Sejahtera secara tidak langsung dipromosikan oleh PemDes melalui kegiatan-kegiatan desa bersama dengan warga dalam desa, maupun warga luar desa.
4. Ancaman (*Threats*)
- a. Toko Pertanian BumDes Bahtera Sejahtera memiliki satu kompetitor yang berpotensi mengambil pasar kebutuhan pertanian tambak.
 - b. Warga desa Tambak Beras masih belum terbiasa menggunakan Gedung Serbaguna untuk kepentingan venue acara, kebanyakan masih memilih menyelenggarakan acara di halaman rumah dan jalan.
- e. Lokasi dan Jaringan Usaha

Lokasi BumDes Bahtera Sejahtera berlokasi di kelurahan Desa Tambak Beras, Kecamatan Cerme, Kabupaten Gresik. Masyarakat desa mudah untuk mengetahui lokasi Toko Pertanian karena terletak di tengah dusun Tambak Beras, dan bersebelahan dengan Gedung Serbaguna langsung. Jaringan usaha BumDes Bahtera Sejahtera ini masih berputar dan beroperasi pada warga desa Tambak Beras sendiri, dan masih belum meluas ke desa-desa sekitarnya.

2. Segmentasi dan Targeting

- a. Wilayah/daerah yang akan dijangkau
Wilayah yang menjadi cakupan konsumen Unit Usaha BumDes Bahtera Sejahtera adalah masyarakat desa Tambak Beras. Usaha mereka difokuskan untuk membantu warga desa Tambak Beras mendapatkan produk kebutuhan pertanian dengan harga yang tetap stabil.
- b. Struktur daerah
Struktur daerah dari BumDes Bahtera Sejahtera terletak di Dusun TambakBeras, Desa Tambak Beras, Kecamatan Cerme, Kabupaten Gresik, Provinsi Jawa Timur.
- c. Luas daerah
Luas Desa Tambak Beras, Cerme, Gresik adalah 527,64 Hektar.
- d. Jumlah penduduk
Jumlah penduduk desa Jatijejer berdasarkan data statistik terdiri dari 1.997 jiwa, dengan jumlah penduduk laki laki 972 jiwa dan jumlah penduduk perempuan 1.025 jiwa.
- e. Kelompok/ceruk pasar sasaran

Kelompok pasar sasaran dari BumDes Bahtera Sejahtera adalah petani/pekebun dalam desa maupun diluar desa Tambak Beras.

f. Jumlah ceruk dalam wilayah

267 orang terdaftar dalam statistik warga desa Tambak Beras mendominasi pekerjaan terbanyak di desa Tambak Beras.

3. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Permintaan

a. Faktor Pendukung

1. Jaminan kualitas barang.

BumDes Bahtera Sejahtera memberikan jaminan produk yang pasti original, dan jaminan kualitas yang langsung didukung oleh merek produk yang ditawarkan, merek-merek yang ditawarkan juga merek terpilih yang sudah ditinjau dari banyaknya permintaan konsumen.

2. Harga bersaing

Produk-produk yang ditawarkan memiliki beberapa pilihan dari berbagai merek, harga dan kualitas juga bervariasi, memberikan konsumen kesempatan untuk menyesuaikan kebutuhan dan pilihan personal konsumen.

3. Promosi

Promosi ini didukung langsung oleh PemDes Tambak Beras, beberapa kegiatan-kegiatan desa secara tidak langsung sudah membawa nama BumDes Bahtera Sejahtera dalam aktivitas unit usaha-nya.

4. Image positif

BumDes Bahtera Sejahtera memiliki loyalitas dan kepercayaan yang tinggi dan menerapkan kejujuran.

b. Faktor Penghambat

1. Pesaing

BumDes Bahtera Sejahtera memiliki pesaing yaitu toko-toko yang menyediakan kebutuhan petani dengan produk sejenis, dikarenakan desa-desa sekitar desa Tambak Beras juga didominasi oleh petani tambak.

2. Sifat Konsumen

Konsumen dari dalam desa Tambak Beras, mulai mempercayakan kebutuhan pertanian tambak terutama produk Herbisida dan pakan ikan kepada BumDes Bahtera Sejahtera, terbukti dengan frekuensi permintaan dari warga desa Tambak Beras lambat laun makin meningkat. Namun tentunya permintaan serta kebutuhan konsumen berbeda-beda, seperti permintaan merek khusus, harga lebih rendah, dan sebagainya.

4. Perkiraan Jumlah Potensial dan Riil

a. Jumlah Permintaan Potensial

Jumlah konsumen potensial dengan data 13,4% dari jumlah 1.997 jiwa yang artinya sebanyak 267 jiwa berpotensi menjadi konsumen. Klasifikasi pekerjaan sebagian besar adalah petani tambak.

b. Jumlah Permintaan Riil

Adapun perkiraan jumlah permintaan produk toko pertanian tahun 2024 bulan Mei-September terjadi kenaikan, dalam data yang didasarkan hasil wawancara dengan pihak Unit Usaha Toko Pertanian BumDes Bahtera Sejahtera pada bulan Mei dengan jumlah 14 unit, bulan Juni dengan jumlah 22 unit, bulan Juli dengan jumlah 29 unit, Agustus dengan jumlah 36 unit dan September dengan jumlah 44 unit.

5. Perkiraan Jumlah Penjualan

Dapat dilihat dari rekap data penjualan yang ada pada BUMDes Bahtera Sejahtera, perkiraan jumlah penjualan dapat diukur dari jumlah volume penjualan bulan M-September pada tahun 2024 dengan total Rp 11,220,000. Berikut adalah proyeksi jumlah penjualan yang akan terjadi pada bulan Oktober, November, dan juga Desember menggunakan metode *least square* sebagai berikut:

Table 1 Proyeksi Jumlah Penjualan

Bulan (X)	Penjualan (Y)	X_i	$X_i Y_i$	X_i^2
Mei	14	-2	-28	4
Juni	22	-1	-22	1
Juli	29	0	0	0
Agustus	36	1	36	1
September	44	2	88	4
Σ	145		74	10

Sumber: Data Diolah Penulis, 2025

$$a = \frac{\Sigma Y}{n} = \frac{145}{5} = 29$$

$$b = \frac{\Sigma X_i Y_i}{\Sigma X_i^2} = \frac{74}{10} = 7.4$$

$$Y = a + bX$$

Dari perhitungan diatas dapat dirumuskan persamaan sebagai berikut:

$$Y = 29 + 7.4X$$

Sehingga perkiraan jumlah penjualan dalam 3 bulan yang akan datang:

Oktober	=	$29 + 7.4(3)$	=	51.2
November	=	$29 + 7.4(4)$	=	58.6
Desember	=	$29 + 7.4(5)$	=	66

Dari perhitungan diatas menggunakan metode least square dan dapat diketahui bahwa jumlah penjualan untuk toko pertanian BUMDes Bahtera Sejahtera pada 3 bulan yang akan mendatang mengalami

kenaikan hingga sebesar 181 unit produk, sehingga perkiraan jumlah pendapatan untuk hasil produk tani pada 3 bulan yang akan mendatang akan mengalami kenaikan juga.

6. Kelayakan Aspek Pemasaran

Table 2 Kelayakan Aspek Pemasaran

Indikator	Kelayakan	Keterangan
Pemasaran	Layak	BUMDes Bahtera Sejahtera sudah menerapkan strategi marketing mix
STP	Layak	BUMDes Bahtera Sejahtera sudah memiliki STP yang jelas sehingga mereka mampu memaksimalkan penjualan produk sesuai dengan segmenting, targeting, dan positioning customer
Analisis SWOT	Layak	Dilihat dari Analisis SWOT dapat kita simpulkan bahwa peluang dan kekuatannya memiliki power lebih besar dan mendominasi daripada kelemahan dan ancaman yang ada sehingga usaha ini dapat dikatakan layak
Faktor yang mempengaruhi permintaan	Layak	Faktor yang mendukung permintaan dari BUMDes Bahtera Sejahtera lebih banyak dibandingkan dengan faktor penghambat
Potensi Pasar	Layak	Dilihat dari permintaan potensial dan permintaan riil yang ada dikatakan layak karena terus mengalami kenaikan, permintaan tersebut diproyeksikan akan terus berkembang, karena didukung juga fakta bahwa pertanian tambak merupakan pekerjaan primer masyarakat desa setempat.
Perkiraan Penjualan	Layak	Penjualan BUMDes Bahtera Sejahtera cenderung meningkat dari bulan Mei hingga bulan September tahun 2024. Dari data ini dapat dikatakan unit usaha BUMDes Bahtera Sejahtera layak.
Peramalan penjualan	Layak	Dengan data yang ada, penjualan dan pendapatan BUMDes Bahtera Sejahtera dikatakan layak karena diproyeksikan akan terus mengalami peningkatan

Sumber: Data Diolah Penulis, 2025

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, Unit Usaha Gedung Serbaguna dan Toko Pertanian milik BumDes Bahtera Sejahtera telah menerapkan strategi marketing mix, memiliki segmentasi dan targetting yang jelas, dari analisis SWOT kelebihan dan peluang lebih banyak daripada kekurangan dan ancaman, lebih banyak faktor pendukung daripada faktor penghambat, potensi dan penjualan mengalami peningkatan, dan diproyeksikan akan terus meningkat sehingga dapat disimpulkan dari Aspek pemasaran Unit Usaha Gedung Serbaguna dan Toko Pertanian milik BumDes Bahtera Sejahtera memiliki potensi dan dikatakan layak untuk dijalankan.

Dengan memanfaatkan kekuatan yang dimiliki dan menangkap peluang yang ada, BumDes Bahtera Sejahtera berpotensi menjadi pelaku usaha desa yang unggul dan berkelanjutan. Namun, perlu dilakukan langkah-langkah peningkatan seperti diversifikasi produk di toko pertanian, optimalisasi operasional, serta promosi yang lebih aktif untuk meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap manfaat Gedung Serbaguna.

Dalam penelitian ini terdapat beberapa keterbatasan yang menimbulkan hambatan dan kurangnya hasil penelitian, diantaranya keterbatasan informasi data yang didapatkan dan digunakan untuk penelitian membuat penelitian kurang maksimal serta keterbatasan pengetahuan penulis dalam menyusun penelitian ini sehingga perlu diuji kembali di masa yang akan datang.

DAFTAR PUSTAKA

- Laode Muh Syawal, M. H. (2020). ANALISIS KELAYAKAN PENGEMBANGAN USAHA "LAODE GALERI" DI MAKASSAR. *JBK*, 18-27.
- Nurjanah, S. (2013). STUDI KELAYAKAN PENGEMBANGAN BISNIS. *Journal The WINNERS*, 20-18.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing* (17th ed., Global ed.). Pearson.
- Suryatman, T. H. (2021). Perencanaan Strategi Pemasaran Dengan Analisis Swot Dalam Upaya Meningkatkan Penjualan Sepatu Adidas Di PT. Panarub Industry. *Journal Industrial Manufacturing*, 43-56.
- Ulandari, O. (2023). Efektivitas marketing mix 4P terhadap penjualan BUMDes "Sumber Rejeki" Desa Samir Kecamatan Ngunut Kabupaten Tulungagung. *Entrepreneurship Bisnis Manajemen Akuntansi (E-BISMA)*, 183-195.
- Aliefah, A. N., & Nandasari, E. A. (2022). Analisis Kelayakan Bisnis Ditinjau dari Aspek Pemasaran dan Keuangan pada Kedai Olan'z Food Kebumen. *LABATILA: Jurnal Ilmu Ekonomi Islam*, 6(1), 40-56.
- Hasyim, S. H. (2022). Analisis Kelayakan Usaha ditinjau dari Aspek Pemasaran (Studi Kasus pada Warung Bakso Bagus Kecamatan Rappocini). *Journal of Economic Education and Entrepreneurship Studies*, 3(2), 429-436.
- 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 Visions and Ideas*, 2(2), 160-171.
- Rofa, I. T., Meilani, A. R., Hasibuan, N. M., Nasution, A. K., & Suhairi. (2022). Analisis Aspek Pemasaran Dalam Studi Kelayakan Bisnis. *VISA: Journal of Visions and Ideas*, 1(2), 222-235.
- Solin, N. F., Oktaviani, M., & Nurjanah, W. (2025). Aspek Pemasaran. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen*, 3(2), 450-463.
- Zai, A. R. (2023). Analisis Studi Kelayakan Bisnis ditinjau dari Aspek Pemasaran pada Unit Usaha Pertanian Hortikultura milik POKMAS Singkalan. *Seminar Nasional Manajemen dan Call for Papers (SENIMA 9)*, Universitas Negeri Surabaya.