

ANALISIS STUDI KELAYAKAN BISNIS RAHAYU FASHION

(Business Feasibility Study Analisis Of Rahayu Fashion)

Yayu Rahayu

Program Studi Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI, Depok, Indonesia

Email korespondensi: yayurahayu2708@gmail.com

ABSTRAK

Salah satu subsektor yang terus berkembang adalah bisnis fashion, yang mencakup penjualan busana siap pakai dan jasa pembuatan busana kustom. Meningkatnya kebutuhan masyarakat terhadap penampilan serta kesadaran terhadap kualitas dan desain busana yang sesuai kebutuhan menjadikan bisnis ini memiliki peluang yang menjanjikan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kelayakan usaha Rahayu Fashion di Bogor ditinjau dari aspek hukum, pasar dan pemasaran, teknis dan produksi, sumber daya manusia, serta aspek finansial. Penelitian menggunakan metode eksploratif dengan pendekatan kualitatif-kuantitatif. Aspek nonfinansial dianalisis secara kualitatif, sedangkan aspek finansial dianalisis secara kuantitatif menggunakan Payback Period (PP), Net Present Value (NPV), Internal Rate of Return (IRR), dan Profitability Index (PI). Hasil penelitian menunjukkan bahwa Rahayu Fashion dinyatakan layak dijalankan dari seluruh aspek. Dari aspek finansial diperoleh NPV sebesar Rp569.893.694 (positif), IRR sebesar 40,8%, PI sebesar 2,26, serta Payback Period selama 1 tahun 5 bulan 24 hari. Sebagai langkah pengembangan, ditetapkan target peningkatan pendapatan sebesar 10% setiap tahun pada tahun ke-2 dan ke-3 untuk menjamin keberlangsungan usaha dalam jangka panjang.

Kata kunci: studi kelayakan usaha, UMKM, busana, pemasaran, keuangan

ABSTRACT

One of the sub-sectors that continues to grow is the fashion business, which includes ready-to-wear clothing sales and custom clothing services. Increased demand for appearance and public awareness of quality and fashion designs that meet consumer needs make this business a promising opportunity. This study aims to assess the feasibility of Rahayu Fashion in Bogor from legal, market and marketing, technical and production, human resources, and financial aspects. This research uses an exploratory method with a qualitative-quantitative approach. Non-financial aspects are analyzed qualitatively, while financial aspects are analyzed quantitatively using Payback Period (PP), Net Present Value (NPV), Internal Rate of Return (IRR), and Profitability Index (PI). The results show that Rahayu Fashion is feasible to operate from all aspects. Financial analysis resulted in an NPV of Rp569,893,694 (positive), an IRR of 40.8%, a PI of 2.26, and a Payback Period of 1 year 5 months 24 days. As a development step, a revenue growth target of 10% per year is set for the second and third years to support long-term business sustainability.

Keywords: business feasibility study, MSMEs, fashion, marketing, finance

PENDAHULUAN

Perkembangan industri fashion memberikan peluang bagi pelaku usaha untuk memenuhi kebutuhan masyarakat terhadap busana yang tidak hanya berfungsi sebagai kebutuhan sandang, tetapi juga sebagai bagian dari penampilan dan gaya hidup. Bisnis fashion berkembang dalam berbagai bentuk, antara lain penjualan pakaian siap pakai dan jasa pembuatan pakaian berdasarkan pesanan atau custom.

Rahayu Fashion merupakan usaha yang bergerak pada bidang fashion dengan menyediakan busana ready to wear dan jasa pembuatan busana costume. Produk yang ditawarkan meliputi gaun pesta, busana casual, dan gamis. Usaha ini telah dirintis dan dikembangkan oleh pemiliknya serta memiliki rencana pengembangan usaha di wilayah Bogor. Rencana tersebut membutuhkan pengelolaan usaha yang terencana agar investasi yang dikeluarkan dapat memberikan manfaat sesuai harapan.

Pengembangan usaha tidak hanya ditentukan oleh kemampuan menghasilkan penjualan dan keuntungan, tetapi juga dipengaruhi oleh kesiapan legalitas, kondisi pasar, strategi pemasaran, lokasi dan proses operasional, sumber daya manusia, serta kemampuan finansial. Oleh karena itu, studi kelayakan bisnis diperlukan untuk memberikan gambaran objektif mengenai kesiapan dan prospek usaha.

Penelitian ini memfokuskan analisis pada aspek nonfinansial, yaitu aspek hukum, pasar dan pemasaran, teknis dan produksi, serta manajemen sumber daya manusia. Aspek finansial dianalisis menggunakan empat kriteria investasi, yaitu *Payback Period*, *Net Present Value*, *Internal Rate of Return*, dan *Profitability Index*.

Rumusan Masalah

- Apakah usaha Rahayu Fashion layak dijalankan berdasarkan aspek nonfinansial yang meliputi aspek hukum, pasar dan pemasaran, teknis dan produksi, serta manajemen sumber daya manusia?
- Apakah usaha Rahayu Fashion layak dijalankan berdasarkan aspek finansial dengan menggunakan Payback Period (PP), Net Present Value (NPV), Internal Rate of Return (IRR), dan Profitability Index (PI)?

Tujuan Penelitian

- Menganalisis kelayakan usaha Rahayu Fashion berdasarkan aspek hukum, pasar dan pemasaran, teknis dan produksi, serta manajemen sumber daya manusia.
- Menganalisis kelayakan usaha Rahayu Fashion berdasarkan PP, NPV, IRR, dan PI.

TINJAUAN PUSTAKA

Studi Kelayakan Bisnis

Studi kelayakan bisnis merupakan kajian untuk menilai apakah suatu usaha layak dijalankan atau dikembangkan berdasarkan berbagai aspek yang saling berkaitan. Analisis

kelayakan membantu pemilik usaha mengidentifikasi peluang, risiko, kebutuhan sumber daya, serta potensi keuntungan sebelum keputusan investasi dilakukan.

Aspek Nonfinansial

Aspek hukum digunakan untuk melihat kelengkapan dan kesiapan legalitas usaha. Aspek pasar dan pemasaran digunakan untuk menilai permintaan, potensi pasar, target konsumen, positioning, dan strategi pemasaran. Aspek teknis dan produksi digunakan untuk menilai lokasi, layout, peralatan, fasilitas, dan proses operasional. Aspek manajemen dan sumber daya manusia digunakan untuk menilai struktur organisasi, pembagian tugas, kebutuhan tenaga kerja, dan kesiapan pengelolaan SDM.

Aspek Finansial

Payback Period digunakan untuk mengetahui jangka waktu pengembalian investasi. Net Present Value digunakan untuk menilai selisih nilai sekarang arus kas dengan investasi awal dan dinyatakan layak apabila bernilai positif. Internal Rate of Return digunakan untuk mengetahui tingkat pengembalian internal investasi dan dinyatakan layak apabila lebih tinggi dari tingkat diskonto. Profitability Index digunakan untuk membandingkan nilai sekarang arus kas dengan investasi awal dan dinyatakan layak apabila lebih besar dari satu.

METODE PENELITIAN

Desain dan Objek Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode eksploratif dengan pendekatan kualitatif dan kuantitatif. Aspek nonfinansial dianalisis menggunakan pendekatan kualitatif, sedangkan aspek finansial dianalisis secara kuantitatif menggunakan PP, NPV, IRR, dan PI. Objek penelitian adalah Rahayu Fashion yang terletak di Kp. Ciletuh, Desa/Kelurahan Ciderum, Kecamatan Caringin, Kabupaten Bogor, Provinsi Jawa Barat. Penelitian berlangsung selama enam bulan, yaitu Februari sampai Juli 2026.

Jenis dan Sumber Data

Data yang digunakan terdiri atas data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui wawancara dan observasi terhadap pemilik serta kondisi usaha. Data sekunder diperoleh dari dokumen usaha, data penjualan, biaya, serta literatur yang relevan.

Teknik Pengumpulan Data

- Observasi terhadap kondisi usaha, lokasi, fasilitas, dan proses operasional.
- Wawancara dengan pemilik Rahayu Fashion.
- Studi dokumentasi terhadap dokumen usaha dan data keuangan.
- Studi literatur dari buku, jurnal, dan penelitian terdahulu.

Teknik Analisis Data

Analisis aspek nonfinansial dilakukan secara deskriptif terhadap aspek hukum, pasar dan pemasaran, teknis dan produksi, serta manajemen sumber daya manusia. Analisis finansial dilakukan berdasarkan proyeksi arus kas selama 36 bulan dengan tingkat diskonto 10% menggunakan PP, NPV, IRR, dan PI.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Rahayu Fashion

Rahayu Fashion merupakan usaha fashion yang mengembangkan produk busana ready to wear dan jasa pembuatan busana costume. Pengembangan usaha diarahkan untuk menyediakan tempat usaha yang mampu menggabungkan kegiatan penjualan, pelayanan konsumen, pengukuran busana custom, dan proses produksi.

Aspek Hukum

Berdasarkan hasil penelitian, Rahayu Fashion menempatkan legalitas sebagai bagian penting dalam pengembangan usaha. Dokumen yang dipersiapkan meliputi Nomor Induk Berusaha (NIB), NPWP atas nama usaha, Surat Keterangan Domisili Usaha, Sertifikat Merek Dagang, serta izin lingkungan apabila diperlukan sesuai perkembangan skala usaha. Kelengkapan dokumen tersebut ditujukan untuk memastikan kegiatan usaha berjalan sesuai ketentuan, memberikan perlindungan hukum, serta meningkatkan kepercayaan konsumen, mitra kerja, dan calon penanam modal.

Aspek Pasar dan Pemasaran

Tabel 4.3 Daftar Harga Produk

Jenis Produk	Grade	Deskripsi	Harga
<i>Costume made</i>	Premium	Gaun pesta (Dress, kebaya,gaun bridesmaid dll)	Rp. 500.000 – Rp. 1.500.000
	Eksklusif	Kebaya full payet, Gaun pengantin	Rp. 2.000.000 - Rp. 5.000.000
Produk jadi (<i>Ready to wear</i>)	Premium	Gaun pesta	Rp. 500.000 – Rp. 1.500.000

Sumber: Rahayu Fashion (2026)

Hasil analisis menunjukkan bahwa Rahayu Fashion memiliki potensi pasar yang menjanjikan. Segmen pasar yang dituju adalah konsumen menengah ke atas dengan rentang usia 25–45 tahun. Strategi pemasaran menggunakan konsep Segmenting, Targeting, dan Positioning (STP) serta bauran pemasaran 4P. Rahayu Fashion diposisikan sebagai butik yang mengedepankan kualitas, desain terkini, kepuasan, dan kenyamanan pelanggan.

Permintaan terhadap produk pakaian menunjukkan peluang perkembangan, terutama dengan kombinasi pemasaran offline dan online. Meskipun pangsa pasar masih dalam tahap pengembangan, pertumbuhan penjualan dan tanggapan positif konsumen menunjukkan prospek usaha yang berkelanjutan.

1. Segmenting

Rahayu Fashion melakukan pembagian segmen pasar untuk memahami karakteristik pembeli serta menentukan kelompok sasaran yang paling sesuai dengan produk yang ditawarkan. Pengelompokan pasar ini dilakukan berdasarkan beberapa aspek utama, yaitu:

- Geografis: Fokus utama pemasaran diawali dari wilayah Kota Bogor dan daerah sekitarnya, namun jangkauan penjualan terus diperluas hingga ke seluruh wilayah Indonesia dengan memanfaatkan berbagai platform online seperti TikTok, Shopee, dan media sosial lainnya.
- Demografis: Sasaran pasar utama didominasi oleh wanita dewasa, kalangan masyarakat yang sering menghadiri acara resmi, pesta pernikahan, pertemuan keluarga, dan berbagai kegiatan formal lainnya.
- Psikografis: Ditujukan bagi konsumen yang memiliki selera tinggi akan penampilan, menyukai model busana yang elegan, berkelas, eksklusif, dan tidak pasaran, serta mengutamakan kualitas bahan, kerapian jahitan, dan kenyamanan saat digunakan dalam acara-acara penting.
- Perilaku: Meliputi konsumen yang aktif mencari referensi busana melalui media sosial, menyukai penawaran produk dengan desain yang menarik dan detail yang indah, serta cenderung melakukan pembelian atau pemesanan ketika menemukan koleksi yang sesuai dengan selera, kebutuhan acara, maupun penawaran pelayanan pembuatan busana sesuai ukuran dan keinginan sendiri (*custome made*).

2. Targeting

Berdasarkan hasil analisis dan pembagian segmen pasar yang telah disusun, Rahayu Fashion menetapkan sasaran pasar yang sangat spesifik dan terarah, yakni kalangan konsumen berusia antara 25 - 45 tahun yang berasal dari golongan ekonomi menengah ke atas. Kelompok ini dipilih sebagai fokus utama karena memiliki karakteristik dan daya beli yang sangat selaras dengan nilai serta layanan eksklusif yang kami tawarkan, yaitu ketertarikan mendalam terhadap busana bernilai seni tinggi, model kostum khusus, busana adat, maupun pakaian yang dibuat secara eksklusif atau *custom made* sesuai selera, kebutuhan, serta momen penting yang akan dihadiri.

Melihat gaya hidup dan cara berpenampilan masyarakat lingkungan sekitar. Segmen masyarakat ini lebih mengutamakan kualitas baik pada kualitas bahan, kerapian jahitan, detail kerajinan, serta keunikan desain yang tidak dapat ditemukan pada produk pakaian massal, sehingga sangat cocok dengan konsep butik yang mengutamakan keistimewaan, keanggunan, dan pelayanan personal. Selain itu, kelompok usia dan kelas sosial ini cenderung lebih teliti dan selektif dalam memilih produk, sangat menghargai nilai estetika, serta sering kali mencari busana yang mampu menonjolkan identitas, status sosial, dan gaya pribadi pemakainya.

Mengingat karakteristik dan preferensi tersebut, strategi pemasaran yang diterapkan bersifat terpadu dan terfokus (*concentrated marketing*), di mana seluruh upaya promosi, komunikasi, dan pelayanan dipusatkan sepenuhnya untuk memenuhi kebutuhan segmen ini. Pendekatan ini dilakukan melalui berbagai saluran yang relevan dan berkelas, mulai dari media sosial yang menampilkan karya eksklusif, partisipasi dalam pameran busana bergengsi, hingga layanan konsultasi dan pemesanan langsung, guna membangun hubungan emosional yang kuat serta kepercayaan jangka panjang, mengingat potensi loyalitas yang sangat tinggi jika merek mampu memenuhi standar dan harapan spesifik mereka..

3. Positioning

Positioning Rahayu Fashion difokuskan pada pembentukan citra sebagai merek butik yang mengutamakan keaslian, keanggunan, dan keunikan dalam setiap karya yang

dihasilkan. Kami tidak sekadar menawarkan busana, melainkan memberikan gaya berpakaian yang bernilai tinggi, berkarakter, dan disesuaikan sepenuhnya dengan selera serta kebutuhan pribadi pelanggan. Rahayu Fashion memposisikan diri sebagai pilihan utama dan terpercaya bagi mereka yang menginginkan kualitas terbaik, ketelitian dalam setiap detail jahitan, serta desain eksklusif yang tidak dapat ditemukan di tempat lain, terutama bagi kalangan menengah ke atas yang mengutamakan penampilan berkelas dan berbudaya.

Aspek Teknis dan Produksi

Aspek teknis dan produksi dinyatakan layak karena didukung tata letak tempat usaha yang fungsional, peralatan operasional yang memadai, dan alur kerja yang terstruktur. Bangunan usaha terdiri atas tiga lantai dengan pembagian fungsi. Lantai 1 digunakan sebagai tempat penjualan pakaian siap pakai (ready to wear), lantai 2 sebagai ruang pelayanan untuk menerima pesanan dan melakukan pengukuran busana kustom, sedangkan lantai 3 digunakan untuk proses produksi busana costume.

Pembagian fungsi ruang tersebut mendukung pemisahan kegiatan pelayanan dan produksi sehingga alur operasional lebih teratur. Ketersediaan peralatan seperti mesin produksi, rak display, manekin, meja, kursi, perangkat komputer, serta fasilitas pendukung lainnya juga mendukung kegiatan usaha.

Aspek Manajemen dan Sumber Daya Manusia

Pengelolaan sumber daya manusia diarahkan untuk mendukung kegiatan penjualan, administrasi, pemasaran, dan produksi. Struktur kerja yang jelas diperlukan agar setiap tenaga kerja memahami tugas dan tanggung jawabnya. Pengembangan SDM dilakukan melalui pembagian pekerjaan, evaluasi kinerja, peningkatan keterampilan, dan pelayanan yang sesuai dengan kebutuhan konsumen.

Aspek Finansial

Investasi awal Rahayu Fashion sebesar Rp450.690.000. Investasi tersebut digunakan untuk kebutuhan pengadaan aset dan modal kerja. Pada tahun pertama, pendapatan kotor diproyeksikan sebesar Rp1.128.100.000. Total HPP sebesar Rp787.938.000 sehingga diperoleh laba kotor Rp340.162.000. Setelah dikurangi biaya administrasi dan pemasaran sebesar Rp54.000.000, laba bersih sebelum pajak diproyeksikan sebesar Rp286.162.000.

Proyeksi pendapatan pada tahun ke-2 dan ke-3 ditingkatkan sebesar 10% setiap tahun sebagai target pengembangan usaha. Perhitungan arus kas dilakukan selama 36 bulan dengan tingkat diskonto 10%. Hasil kriteria investasi disajikan pada tabel berikut.

Investasi awal : Rp 450.690.000

Selisih sisa investasi : Investasi awal - akumulasi arus kas bulan ke-17

Selisih Sisa Investasi : Rp 450.690.000 - 412.019.161

Selisih sisa investasi : Rp 38.670.839

Arus kas bersih bulan ke-18 : Rp 47.737.833

Proporsi bulan ke- 17 : $\frac{Rp\ 38.670.839}{Rp\ 47.737.833} = Rp\ 0,81$

PP : 17 + 0,81 = 17,81 bulan

PP : 1 tahun 5 bulan 24 hari

Tabel 4. 19 Hasil Perhitungan Net Present Value (NPV)

Komponen	Nilai
Tingkat diskonto tahunan	0.10
Tingkat diskonto perbulan	0.00833
Total PV	Rp 1.020.583.694
Investasi Awal	Rp 450.690.000
NPV	Rp 569.893.694

Sumber: Hasil Penelitian 2026

Tabel 4. 20 Hasil Perhitungan Internal Rate Of Return (IRR)

Tahun	Arus Kas Bersih
0	-Rp 450.690.000
1	Rp 224.908.996
2	Rp 300.355.596
3	Rp 383.870.396
IRR	40.8%

Sumber: Hasil Penelitian 2026

Tabel 4. 21 Hasil Perhitungan Profitability Index (PI)

Total PV	Rp 1.020.583.694
Investasi Awal	Rp 450.690.000
Profitability Index (PI)	2,26

Sumber: Hasil Penelitian 2026

Tabel 4. 22 Hasil Kriteria Investasi Usaha Rahayu Fashion

No	Alat Ukur	Hasil Pengukuran	Keterangan	Hasil
1	<i>Payback Periode</i>	1 tahun 5 bulan 24 hari	Lebih cepat dari 2 tahun	Layak
2	<i>Net Present Value</i>	Rp 569.893.694	NPV Positif	Layak
3	<i>Internal Rate of Return</i>	40.8%	Lebih besar dari 10%	Layak
4	<i>Profitability Index</i>	2,26	Lebih besar dari 1	Layak

Sumber: Hasil Penelitian 2026

Payback Period menunjukkan bahwa investasi awal sebesar Rp450.690.000 dapat kembali dalam 17,81 bulan atau sekitar 1 tahun 5 bulan 24 hari. Waktu pengembalian tersebut lebih cepat dari dua tahun sehingga dinyatakan layak.

Nilai NPV sebesar Rp569.893.694 merupakan nilai positif. Hasil tersebut menunjukkan bahwa nilai sekarang arus kas bersih lebih besar dibandingkan investasi awal, sehingga investasi dinyatakan layak.

Nilai IRR sebesar 40,8% lebih besar dibandingkan tingkat diskonto 10%. Kondisi tersebut menunjukkan tingkat pengembalian internal usaha lebih tinggi daripada tingkat pengembalian minimum yang digunakan sebagai dasar analisis, sehingga usaha layak secara finansial.

Profitability Index sebesar 2,26 lebih besar dari satu. Artinya, nilai sekarang penerimaan bersih lebih besar daripada investasi awal. Dengan demikian, berdasarkan indikator PI, Rahayu Fashion dinyatakan layak.

Pembahasan Umum

Hasil analisis menunjukkan bahwa Rahayu Fashion memiliki kesiapan untuk dikembangkan dari aspek nonfinansial maupun finansial. Aspek hukum memberikan arah pemenuhan legalitas, aspek pasar dan pemasaran menunjukkan adanya peluang konsumen yang sesuai dengan karakter usaha, aspek teknis dan produksi didukung pembagian fungsi

ruang yang jelas, sedangkan aspek SDM diarahkan untuk mendukung kegiatan operasional.

Pada aspek finansial, seluruh kriteria investasi memenuhi batas kelayakan. Pengembalian modal yang kurang dari dua tahun, NPV positif, IRR yang lebih tinggi dari tingkat diskonto, dan PI di atas satu secara bersama-sama memperkuat keputusan bahwa rencana pengembangan Rahayu Fashion layak dijalankan.

Implikasi Manajerial

Hasil penelitian memberikan implikasi bahwa pemilik perlu mempertahankan kualitas produk dan pelayanan, memperkuat pemasaran offline dan online, serta meningkatkan pengelolaan sumber daya manusia. Pengendalian biaya juga perlu dilakukan agar pertumbuhan biaya operasional tidak mengurangi margin keuntungan. Target peningkatan pendapatan 10% pada tahun kedua dan ketiga dapat digunakan sebagai salah satu tolok ukur pengembangan usaha.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis, Rahayu Fashion dinyatakan layak dijalankan dan dikembangkan dari aspek nonfinansial dan finansial. Dari aspek hukum, usaha diarahkan untuk memenuhi seluruh legalitas yang diperlukan. Dari aspek pasar dan pemasaran, usaha memiliki potensi pasar menjanjikan dengan target konsumen menengah ke atas usia 25–45 tahun serta strategi STP dan bauran pemasaran 4P. Dari aspek teknis dan produksi, usaha didukung tata letak tiga lantai, peralatan yang memadai, dan alur kerja yang terstruktur. Dari aspek SDM, pembagian tugas dan pengelolaan tenaga kerja mendukung kegiatan operasional.

Dari aspek finansial, investasi awal sebesar Rp450.690.000 menghasilkan Payback Period 1 tahun 5 bulan 24 hari, NPV Rp569.893.694, IRR 40,8%, dan PI 2,26. Seluruh hasil memenuhi kriteria kelayakan investasi, sehingga usaha Rahayu Fashion layak secara finansial.

Saran

- Melengkapi dan memperbarui legalitas usaha, termasuk NIB, NPWP atas nama usaha, Surat Keterangan Domisili Usaha, Sertifikat Merek Dagang, dan izin lingkungan apabila diperlukan.
- Memperkuat pemasaran digital dan membangun citra Rahayu Fashion melalui konten yang menonjolkan kualitas bahan, desain, kerapian jahitan, dan pelayanan.
- Melakukan pemeriksaan peralatan dan fasilitas secara berkala serta menjaga kebersihan dan kenyamanan tempat usaha.

- Meningkatkan kemampuan SDM melalui pembagian tugas yang jelas, evaluasi kinerja, pelatihan pelayanan, dan peningkatan standar kualitas produksi.
- Melakukan pencatatan keuangan secara disiplin dan terstruktur serta memantau biaya operasional agar margin keuntungan tetap terjaga.

DAFTAR PUSTAKA

- Adnyana, I. M. (2020). Studi Kelayakan Bisnis. Jakarta: Lembaga Penerbitan Universitas Nasional (LPU-UNAS).
- Fitri, R. (2025). Buku Ajar Metodologi Penelitian. PT Nasya Expanding Management.
- Farmasia, S. (2021). Analisis Studi Kelayakan Pengembangan Bisnis Butik My Fashion Project di Pekanbaru. Universitas Islam Riau.
- Qomariyah, S. N. (2021). Studi Kelayakan Bisnis Usaha Batik Dengan Metode Finansial (Studi Kasus Batik New Collet Desa Jatipelem Kecamatan Diwek Kabupaten Jombang). Jurnal Studi Manajemen dan Bisnis, 8(1), 11–16.
- Sugiyanto, H., Nadi, L., & Wenten, I. K. (2020). Studi Kelayakan Bisnis. Yayasan Pendidikan dan Sosial Indonesia Maju (YPSIM) Banten.
- Suhardi, M. (2023). Buku Ajar Dasar Metodologi Penelitian. Pusat Pengembangan Pendidikan dan Penelitian Indonesia.
- Triansyah, F. A., Suryaningrum, D. A., Trihudyatmanto, M., Mulya, N. P., Gultom, A. W., Sismar, A., Munzir, Muhamad Saleh, E. R., Rachmadana, S. L., Pahmi, Amam, & Sabaria. (2023). Studi Kelayakan Bisnis. CV Edupedia Publisher.
- Rahayu, Y. (2026). Analisis Studi Kelayakan Bisnis Rahayu Fashion. Skripsi. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI, Depok.