

ANALISIS KELAYAKAN INVESTASI PEMBUKAAN OUTLET KULINER MANADO DAPUR ID DI KOTA JAKARTA SELATAN

FEASIBILITY ANALYSIS OF MANADO CULINARY OUTLET DAPUR ID IN SOUTH JAKARTA

¹Chaula Triza Putri, ²Budi Praptono, ³Boby Hera Sagita

^{1,2,3}Prodi S1 Teknik Industri, Fakultas Rekayasa Industri, Universitas Telkom

¹chaulatrizaana@gmail.com, ²budipraptono35@gmail.com, ³bobyhs.telkomu@gmail.com

Abstrak - Dapur ID merupakan sebuah bisnis online kuliner tradisional Manado yang berdiri sejak tahun 2017. Dapur ID memiliki tujuh buah produk berupa sambal roa, cakalang rendang, kentang sambal roa, singkong sambal roa, bawang goreng cakalang, mie cakalang dan juga nasi goreng cakalang. Semua produk Dapur ID berbahan dasar ikan asli khas Manado, yaitu ikan cakalang dan ikan roa. Dalam usaha mengembangkan bisnisnya untuk memperluas pasar dan meningkatkan keuntungan, pemilik Dapur ID ingin mendirikan sebuah outlet atau toko offline. Setelah menghitung dan mempertimbangkan berbagai faktor, Jakarta Selatan dipilih sebagai lokasi pembukaan outlet Dapur ID, tepatnya di Apartemen Pancoran Riverside. Data yang diperoleh untuk melakukan penelitian didapatkan dari survey pasar melalui kuisioner, hasilnya adalah memiliki pasar potensial sebesar 96%, pasar tersedia sebesar 94%, dan pasar sasaran sebesar 0,254% dari pasar tersedia. Adapun aspek finansial yang memperhitungkan pendapatan dan pengeluaran dalam aliran kas, rugi/laba, neraca, kebutuhan dana investasi, dan perhitungan kelayakan investasi seperti Net Present Value (NPV), Internal Rate of Return (IRR), dan Payback Period (PBP) dengan masa periode yang ditetapkan adalah 5 tahun. Hasil dari perhitungan yang dilakukan didapatkan bahwa tingkat investasi dalam NPV sebesar Rp 575.046.121,-, IRR sebesar 40% dan jumlah tahun yang dihabiskan sampai kembali ke modal awal atau pbb adalah 3 tahun 5 bulan. Dikarenakan hasil dari NPV > 0, IRR > MARR, dan PBP < Periode investasi, maka investasi pembukaan outlet Dapur ID dinyatakan layak.

Kata kunci: Analisis Kelayakan, NPV, IRR, PBP, outlet Dapur ID

Abstract - Dapur ID is an online shop that sale Manado traditional culinary that has been established since 2017. The culinary products sold by Dapur ID are sambal roa, cakalang rendang, potato chips roa, cassava chips roa, fried onion cakalang, cakalang noodle, and cakalang fried rice. and woven fabrics. All products sold by Dapur ID are made from original Manado fishes such as roa and skipjack. In developing a business that aims to expand the market and increase profits, the owner wants to set up a physical outlet. Out of the various factors that have been considered, South Jakarta was chosen as the location for the opening of the Dapur ID outlet, precisely at the Pancoran Riverside Apartment. Furthermore, the data that has been obtained as a basis for conducting research by conducting market surveys are a 96% potential market aspects, 94% available markets and 0.254% target markets from available markets. The financial aspects that take into account as an income and expenditure in cash flow, loss / profit, balance sheet, investment fund requirements, and calculation of investment feasibility such as Net Present Value (NPV), Internal Rate of Return (IRR), and Payback Period (PBP) with 5 years period. The results of these calculations show that the investment level in NPV is Rp 575.046.121, the IRR is 40%, and the number of years spent until returning to the initial capital or PBP is 3 years 5 months. Due to the results of NPV > 0, IRR > MARR, and PBP < Investment period, the investment opening for Dapur ID outlets is declared feasible.

Keyword: Feasibility Analysis, NPV, IRR, PBP, Dapur ID outlets

1. Pendahuluan

Perbedaan lingkungan di Indonesia dari mulai iklim, wilayah, flora dan fauna menyebabkan terdapatnya berbagai jenis kuliner yang beragam di Indonesia. Setiap hidangan dari setiap wilayah Indonesia dapat mencerminkan budaya, adat istiadat, dan kebiasaan budaya suatu wilayah Indonesia. Selain itu dengan banyaknya pendatang dari luar daerah yang berdomisili di pulau Jawa maka keanekaragaman kuliner tradisional pun semakin banyak. Dapur ID mengambil peluang ini untuk memulai bisnis kuliner tradisional Manado yang terbuat dari bahan dan resep asli. Selain itu juga tujuan dari Dapur ID adalah untuk memperkenalkan cita rasa kuliner tradisional Indonesia yang memiliki rasa khas yang kental dengan budaya.

Dapur ID merupakan bisnis online shop yang bergerak dibidang kuliner tradisional. Produk dari Dapur ID berbahan dasar ikan cakalang dan roa asli dari Manado. Produk yang dijual oleh Dapur ID saat ini yaitu beberapa jenis seperti sambal roa, cakalang rendang, kentang sambal roa, singkong sambal roa, bawang goreng cakalang, mie cakalang, dan juga nasi goreng cakalang. Dapur ID didirikan pada tahun 2017 dan masih aktif hingga kini. Sejak tahun 2017, pertumbuhan pendapatan Dapur ID mengalami peningkatan terlihat pada diagram sebagai berikut.



Gambar 1.1 Kenaikan Pendapatan Dapur ID 2017-2018

Pendapatan Dapur ID dari pertengahan tahun 2017 hingga akhir tahun 2018 sebesar Rp84.675.000 dan pendapatan dari awal hingga akhir tahun 2018 sebesar Rp421.205.000. Kenaikan pendapatan Dapur ID dari 2017 hingga 2018 mencapai Rp336.530.000. Dengan peningkatan pendapatan yang cukup besar, Dapur ID percaya bahwa bisnis tersebut dapat dikembangkan. Dapur ID ingin mengembangkan usahanya dengan cara membuka toko fisik (outlet) di Jakarta Selatan. Industri makanan memiliki peningkatan ekonomi yang sangat besar didalam 2 tahun terakhir yaitu sebesar 12,7% (Sumber: Kementerian Perindustrian). Selain itu, persentase kelompok usia penduduk DKI Jakarta yang menjadi target pasar Dapur ID mencapai 53% (Sumber: BPS), yang artinya lebih dari setengah penduduk DKI Jakarta menjadi target pasar Dapur ID berdasarkan kelompok usia. Berdasarkan kondisi diatas, Dapur ID melihat adanya peluang untuk pembukaan outlet Dapur ID di Jakarta Selatan. Maka akan dilakukan analisis kelayakan investasti pada pembukaan outlet Dapur ID berdasarkan aspek pasar, teknis, dan finansial di Jakarta Selatan.

2. Dasar Teori dan Metodologi Penelitian

2.1. Pengertian Studi Kelayakan

(Ivancevich & Konopaske, 2013) Studi kelayakan bisnis adalah suatu kegiatan yang mempelajari secara mendalam tentang suatu kegiatan atau usaha atau bisnis yang akan dijalankan, dalam rangka menentukan layak atau tidaknya usaha itu dijalankan [2].

2.2. Aspek-Aspek Studi Kelayakan

2.2.1 Aspek Pasar

(Ivancevich & Konopaske, 2013). Aspek pasar merupakan analisis untuk menilai apakah perusahaan yang akan melakukan investasi ditinjau dari segi pasar dan pemasaran memiliki peluang pasar yang diinginkan atau tidak. Atau dengan kata lain seberapa besar potensi pasar yang ada untuk produk yang ditawarkan dan seberapa besar market share yang dikuasai oleh para pesaing dewasa ini. Kemudian bagaimana strategi pemasaran yang akan dijalankan, untuk menangkap peluang pasar yang ada. Dalam hal ini untuk menentukan besarnya pasar nyata dan potensi pasar yang ada maka perlu dilakukan riset pasar, baik dengan terjun langsung kelapangan maupun dengan mengumpulkan data dari berbagai sumber.

2.2.2 Aspek Teknis

(Ivancevich & Konopaske, 2013). Aspek teknis merupakan analisis yang berhubungna dengan *input* (penyediaan) dan *output* (produksi) berupa barang dan jasa, dimana aspek teknis berkaitan dengan proses pembangunan proyek secara teknik dan pengoperasiannya setelah proyek tersebut selesai dibangun.

2.2.3 Aspek Finansial

(Kasmir dan Jakfar, 2003). Aspek finansial merupakan penelitian yang dilakukan untuk menilai biaya-biaya apa saja yang akan dikeluarkan dan seberapa besar biaya-biaya yang akan dikeluarkan. Kemudian juga meneliti seberapa besar pendapatan yang akan diterima jika proyek jadi dijalankan. Penelitian ini meliputi seberapa lama investasi yang ditanamkan akan kembali. Kemudian dari mana saja sumber pembiayaan bisnis tersebut dan bagaimana tingkat suku bunga yang berlaku, sehingga apabila dihitung dengan formula penilaian investasi sangat menguntungkan. Metode penilaian yang terdapat pada aspek finansial meliputi *Payback Period*, *Net Present Value*, *Internal Rate of Return*.

1. Net Present Value (NPV)

Metode ini menghitung selisih antara nilai sekarang investasi dengan nilai sekarang penerimaan-penerimaan kas bersih (operasional maupun terminal cash flow) di masa yang akan datang. Untuk menentukan nilai sekarang tersebut perlu ditentukan terlebih dahulu tingkat bunga yang dianggap relevan. $NPV > 0$ berarti proyek tersebut dapat menciptakan cash inflow dengan persentase lebih besar daripada opportunity modal yang ditanamkan. Apabila $NPV = 0$, proyek kemungkinan dapat diterima karena cash flow yang diperoleh sama dengan opportunity cost dari modal. Jadi, semakin besar NPV maka akan semakin baik bagi proyek tersebut untuk dilanjutkan. (Husnan, 2002)

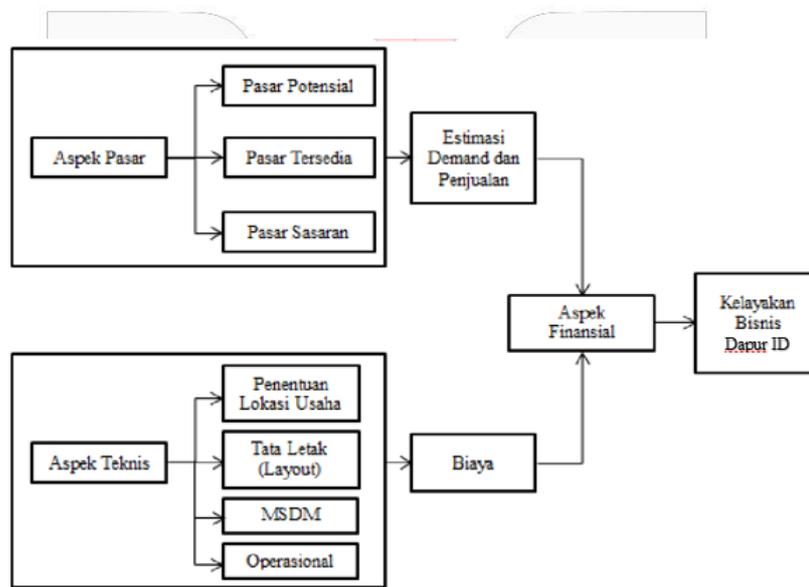
2. Payback Period (PBP)

Payback period adalah suatu periode yang diperlukan untuk menutup kembali pengeluaran investasi (*initial cash investment*) dengan menggunakan aliran kas, dengan kata lain payback period merupakan rasio antara initial cash investment dengan cash inflow-nya yang hasilnya merupakan suatu waktu. Jadi pada umumnya metode ini digunakan sebagai pendukung metode lain yang lebih baik. (Umar, 2005).

3. Internal Rate of Return (IRR)

Metode *internal rate of return*, metode ini digunakan untuk mencari tingkat bunga yang menyamakan nilai sekarang dari arus kas yang diharapkan dimasa yang akan datang, atau penerimaan kas, dengan mengeluarkan investasi awal. (Umar, 2005)

2.4. Model Konseptual



Gambar 2.1. Model Konseptual

Berdasarkan Gambar III.1, analisis kelayakan yang dilakukan dalam penelitian ini meliputi analisis aspek pasar, aspek teknis, dan aspek finansial. Aspek-aspek tersebut terintegrasi sehingga menghasilkan kesimpulan mengenai kelayakan investasi secara umum dilihat dari segi finansial.

Aspek pasar bertujuan untuk mengetahui estimasi jumlah permintaan (*demand*) produk Dapur ID. Adapun variable yang digunakan untuk mendapatkan *demand* pada aspek pasar adalah pasar potensial, pasar tersedia, dan pasar sasaran. Pasar potensial akan mengetahui bagaimana potensi pasar yang ada untuk produk yang ditawarkan Dapur ID. Untuk mengetahui besarnya pasar perlu dilakukan riset pasar dengan cara pengumpulan data secara langsung terjun ke lapangan atau dengan pengumpulan data dari berbagai sumber. Selanjutnya pada pasar tersedia, melihat dari besarnya pasar seberapa banyak dari pasar tersebut yang minat dan mampu untuk membeli produk yang ditawarkan Dapur ID. Sedangkan untuk pasar sasaran, variabel yang menentukan adalah produk, perilaku konsumen, harga dan persaingan pasar. Peneliti harus mengetahui sejauh mana produk yang ditawarkan Dapur ID diterima oleh masyarakat. Hasil dari aspek pasar ini akan memberikan masukan dalam aspek teknis dan aspek finansial.

Analisis aspek teknis bertujuan untuk meneliti hal terkait lokasi usaha, tata letak (*layout*), manajemen sumber daya manusia dan operasional bisnis Dapur ID. Setelah dilakukan analisis aspek teknis akan menghasilkan biaya-biaya yang harus dikeluarkan oleh Dapur ID. Hasil dari aspek teknis akan menjadi *input* dalam aspek finansial.

Analisis aspek finansial meliputi analisis biaya-biaya apa saja yang akan dikeluarkan dan seberapa besar biaya investasi yang dibutuhkan. Kriteria kelayakan keuangan akan dilihat dari nilai NPV, PBP, dan IRR. Hasil pengolahan data dan analisis menunjukkan bahwa pengembangan usaha ini layak untuk dijalankan atau tidak layak untuk dijalankan sesuai dengan kriteria kelayakan usaha yang telah dianalisis sebelumnya.

3. Pembahasan

3.1. Profil Perusahaan

Dapur ID adalah perusahaan kuliner tradisional Manado yang memproduksi produk kuliner yang dipasarkan secara online. Produk dari Dapur ID berbahan dasar ikan asli dari Manado yaitu ikan roa dan ikan cakalang. Selain untuk berbisnis, Dapur ID juga bertujuan untuk mengenalkan cita rasa kuliner tradisional khas Manado kepada banyak orang.

3.2. Logo Perusahaan



Gambar 3.1 Logo Perusahaan

Logo perusahaan yang menggambarkan 2 wanita yang biasa memasak dan 2 ikan yang berarti menu utama makanan adalah ikan, dengan tulisan sederhana namun elegan. Penggunaan gambar ikan tersebut menunjukkan bahwa Dapur ID merupakan kuliner tradisional khas Manado yang menggunakan bahan utama ikan asli yang berasal dari Manado yaitu ikan roa dan ikan cakalang

3.3 Aspek Pasar

Aspek pasar outlet Dapur ID diperoleh dengan pengumpulan dan pengolahan data kuisioner. Setelah dilakukan penyebaran kuisioner, maka didapatkan 3 kategori pasar, yaitu:

1. Pasar Potensial
Pasar potensial ditentukan berdasarkan variabel keminatan responden terhadap produk Dapur ID. Dari total 100 responden, sebanyak 96 responden berminat terhadap produk Dapur ID. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pasar potensial dari Dapur ID sebesar 96%.
2. Pasar Tersedia
Pasar tersedia didefinisikan sebagai responden yang memiliki minat, kemampuan, serta daya beli terhadap produk tersebut. Faktor kemampuan dan daya beli dinilai berdasarkan variabel tingkat keminatan responden yang berhubungan dengan harga produk. Dari total 100 responden, sebanyak 94 responden menyatakan mampu untuk membeli produk Dapur ID. Sehingga pasar tersedia Dapur ID adalah 94%.
3. Pasar Sasaran
Dapur ID menentukan target sebagai pasar sasaran sebesar 0,254% dari pasar tersedia. Angka 0,3% diambil berdasarkan data jumlah pengunjung outlet pesaing yang cukup tinggi dan kemampuan dari Dapur ID dalam memenuhi demand.

Tabel 3.1 Perhitungan Perkiraan Demand

Perkiraan Demand				
Jumlah Target	Pasar Potensial	Pasar Tersedia	Pasar Sasaran	Jumlah
5.343.472	96%	94%	0.254%	12.248
	5,129,733	4,821,949.13	12,247.75	

3.4 Aspek Teknis

Pada aspek teknis akan diperoleh estimasi elemen biaya apa saja yang akan dikeluarkan untuk pembukaan outlet Dapur ID. Terdapat dua macam biaya yang dibutuhkan untuk pembukaan outlet Dapur ID, yaitu biaya investasi dan biaya operasional.

1. Penentuan Lokasi

Dalam mendirikan outlet Dapur ID ini, owner tidak melakukan pembangunan gedung baru, melainkan akan menyewa sebuah ruko atau bangunan yang akan dijadikan outlet Dapur ID. Untuk pemilihan lokasi sendiri, Dapur ID perlu mempertimbangkan beberapa faktor. Selanjutnya dilakukan perhitungan dengan menggunakan metode factor rating. Dari hasil perhitungan tersebut diambil skor tertinggi untuk penetapan lokasi.

2. Penentuan Layout dan Investasi

Penentuan layout disesuaikan dengan lokasi bangunan yang didapatkan. Layout perlu dibuat sesuai kebutuhan, dari sisi display produk hingga kenyamanan outlet agar konsumen tertarik untuk datang. Lalu diperlukan rincian kebutuhan investasi dari outlet Dapur ID untuk dilakukan perhitungan pada aspek finansial.

3. Sumber Daya Manusia

Pada bagian ini diperlukan pembuatan struktur organisasi perusahaan, job description, sistem kerja, dan tentunya perincian biaya kebutuhan sumber daya manusia pada Dapur ID.

4. Operasional

Biaya operasional pada Dapur ID terdiri dari biaya langsung dan biaya tidak langsung. Biaya langsung meliputi biaya bahan baku utama dan biaya jasa produksi. Sedangkan biaya tidak langsung meliputi biaya sewa tempat, biaya listrik, biaya pemasaran, biaya tenaga kerja tidak langsung, dan biaya depresiasi.

Setelah dilakukan perhitungan biaya-biaya yang dikeluarkan pada aspek teknis, didapatlah kebutuhan dana Dapur ID untuk membuka outlet. Berikut merupakan tabel kebutuhan dana pembukaan outlet Dapur ID.

Tabel 3.2 Kebutuhan Dana

Total Project Cost (TPC) Tahun 2018	Total
Investasi Tetap	Rp 58,493,000
<i>Working Capital</i>	Rp 357,172,712
Pembuatan SIUP dan merk dagang	Rp 3,500,000
Total	Rp 418,965,712

3.5 Aspek Finansial

Pengolahan data keuangan dilakukan untuk menghasilkan cash flow, rugi laba, dan neraca dari pembukaan outlet Dapur ID yang nantinya akan dijadikan dasar evaluasi dalam kriteria investasi. Pada aspek pasar, diperoleh jumlah demand dan perkiraan pendapatan, sedangkan pada aspek teknis digunakan untuk menghitung pengeluaran yang dibutuhkan. Kedua aspek tersebut akan dianalisis dan dirangkum dalam aspek finansial berupa kebutuhan dana investasi, perkiraan pendapatan, biaya operasional, laba rugi, cash flow, dan neraca yang berguna untuk menilai tingkat investasi seperti NPV, PBP, dan IRR. Periode dalam pembuatan proyeksi keuangan ditetapkan selama lima tahun. Dari hasil perhitungan diperoleh Net Present Value, adalah Rp 575.046.121. Berikut tabel NPV Kumulatif.

Tabel 3.3 NPV Kumulatif

Tahun	NPV Kumulatif
2019	Rp(418,965,712)
2020	Rp(385,102,921)
2021	Rp(287,303,470)
2022	Rp(126,899,648)
2023	Rp94,969,282
2024	Rp575,046,121

Selain NPV, IRR merupakan salah satu faktor penting untuk menentukan kelayakan suatu proyek atau bisnis. Nilai IRR yang diperoleh selama 5 tahun kedepan adalah 40%. Dimana jika angka IRR ini lebih besar dibandingkan dengan *Minimum Attractive Rate of Return* (MARR), maka investasi pembukaan outlet Dapur ID dapat dikatakan layak. Tingkat pengembalian minimum yang digunakan oleh owner Dapur ID yaitu 12,28%, angka tersebut mengacu pada tingkat suku bunga Bank Indonesia. Selanjutnya adalah analisis PBP atau *payback period*. Dengan mengacu kepada NPV kumulatif, didapatkan PBP selama 3,527 tahun sejak bisnis ini dijalankan. Pada periode tersebut, nilai kumulatif kas telah menunjukkan hasil positif sehingga dapat dikatakan bahwa waktu pengembalian di bawah usia investasi yang ditentukan di awal, yaitu selama 5 tahun.

3.6 Analisis Sensitivitas

Untuk mengantisipasi keadaan yang tidak diharapkan dalam pembukaan outlet Dapur ID, dilakukan analisis sensitivitas terhadap perkiraan yang telah dilakukan sebelumnya. Analisis sensitivitas digunakan untuk melihat dan mengantisipasi efek yang dihasilkan apabila terjadi perubahan yang berkaitan dengan faktor-faktor yang terlibat dalam pembiayaan investasi dan implementasi pembukaan outlet Dapur ID yang dapat mempengaruhi kelayakan investasi tersebut. Pada penelitian ini akan dilakukan perhitungan sensitivitas dari perubahan naiknya biaya bahan baku dan turunnya harga jual terhadap penilaian kelayakan investasi pembukaan outlet Dapur ID.

3.7 Analisis Risiko

Berdasarkan perhitungan risiko yang telah dilakukan pada Bab IV, terdapat risiko yang lebih diprioritaskan. Risiko pasar menjadi risiko dengan prioritas paling tinggi karena efek yang diperoleh jika terjadi akan sangat besar, yaitu membuat perusahaan mengalami kerugian besar bahkan bangkrut. Total bobot risiko yang ditentukan adalah 15% dan kemudian dikalkulasikan dengan nilai MARR yaitu 12,28%, maka nilai interest dari risiko adalah 27,28% dengan nilai interest sebesar 27,28% maka NPV menjadi Rp 39.270.555,- dan nilai PBP 4,702 tahun serta nilai IRR sebesar 33%. Karena nilai NPV > 0, nilai PBP < periode investasi, dan nilai IRR > MARR maka dapat dikatakan bahwa investasi ini tetap layak dijalankan.

4. Kesimpulan

Dalam penelitian ini, aspek finansial yang dihitung berupa kebutuhan dana investasi, perkiraan pendapatan, biaya operasional, rugi laba, arus kas, dan neraca untuk menilai tingkat investasi seperti NPV, PBP, dan IRR. Periode dalam pembuatan proyeksi keuangan ditetapkan selama 5 tahun. Adapun hasil perhitungan untuk menilai tingkat investasi adalah sebagai berikut:

NPV	: Rp 575.046.121,-
IRR	: 40%
PBP	: 3,527 Tahun

Kebutuhan dana yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah sebesar Rp 418.965.712,-. Tingkat pengembalian dan keuntungan produk ini (*payback period*) adalah selama kurang lebih 3 tahun 5 bulan. Dengan hasil perhitungan tersebut investasi pembukaan outlet Dapur ID di Jakarta Selatan dinyatakan layak.

Berdasarkan hasil analisis sensitivitas terhadap perubahan kenaikan biaya bahan baku dan penurunan terhadap harga jual produk berpengaruh pada penilaian kelayakan investasi. Dari hasil perhitungan didapatkan bahwa kenaikan biaya bahan baku sensitif terhadap kenaikan sebesar 28,94%, yang artinya jika biaya bahan baku naik sebesar 28,94% maka investasi ini menjadi tidak layak. Sedangkan dari hasil perhitungan sensitivitas terhadap penurunan harga jual produk, didapatkan bahwa penurunan harga jual produk sensitif terhadap penurunan sebesar 4,39%, yang artinya jika harga jual produk turun sebesar 4,39% maka investasi ini menjadi tidak layak. Pada faktor risiko, terdapat 2 faktor beresiko yaitu pasar dan keuangan. Risiko pasar menjadi risiko dengan prioritas paling tinggi karena sangat berpengaruh terhadap pendapatan Dapur ID

Daftar Pustaka:

- Arikunto, S., 2010. *Prosedur Penelitian : Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Hanafi, Mamduh. 2006. *Manajemen Resiko*. Yogyakarta: YKPN
- Heizer, J. (2008). *Operation Management*. New Jersey: Pearson Education. Ninth Edition.
- Kasmir, & Jakfar. (2003). *Studi Kelayakan Bisnis*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Kasmir, & Jakfar. (2012). *Studi Kelayakan Bisnis*. Jakarta: Kencana.
- Kotler, Philip & Armstrong, G. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Ed Indonesia. Jakarta: Erlangga.
- Nawawi, H. (2010). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Rivai, V. (2005). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Subagyo, A. (2007). *Studi Kelayakan Teori dan Aplikasi*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Umar, H. (2005). *Studi Kelayakan Bisnis*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka
- Umar, & Husein. (2007). *Studi Kelayakan Bisnis*. Edisi Ketiga Revisi. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama