

Studi kelayakan bisnis perusahaan Provillo Shoes

Silvia Nur Laili¹, Nihayatu Aslamatis Solekah²

Perbankan Syariah, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang
e-mail: silviaamanda32@gmail.com

Kata Kunci:

Industri sepatu lokal, Inovasi produk, digital marketing

Keywords:

Local footwear industry, product innovation, digital marketing

ABSTRAK

Industri sepatu di Indonesia terus berkembang seiring dengan meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap produk lokal berkualitas. Provillo Shoes, sebagai salah satu pemain di industri ini, menunjukkan potensi besar dalam memenuhi kebutuhan pasar melalui inovasi produk, strategi pemasaran berbasis digital, dan komitmen terhadap keberlanjutan lingkungan. Dengan investasi awal sebesar Rp500 juta, perusahaan mampu memproduksi hingga 1.000 pasang sepatu per hari. Studi ini menilai kelayakan usaha melalui analisis aspek

hukum, lingkungan, pasar, manajemen, dan keuangan. Hasil analisis menunjukkan bahwa Provillo Shoes layak dikembangkan dengan potensi keuntungan tinggi, didukung rasio keuangan yang solid seperti Payback Period 10 bulan dan IRR 15%. Namun, tantangan seperti limbah produksi dan persaingan ketat dari merek global memerlukan perhatian. Strategi inovatif dalam produksi, pemasaran, dan pengelolaan lingkungan menjadi kunci untuk keberlanjutan usaha ini.

ABSTRACT

The footwear industry in Indonesia continues to grow alongside increasing public awareness of high-quality local products. Provillo Shoes, as one of the key players in this industry, demonstrates significant potential in meeting market demand through product innovation, digital marketing strategies, and a commitment to environmental sustainability. With an initial investment of IDR 500 million, the company is capable of producing up to 1,000 pairs of shoes per day. This study evaluates the business feasibility through analyses of legal, environmental, market, managerial, and financial aspects. The findings reveal that Provillo Shoes is viable for development, with high profit potential supported by solid financial ratios such as a Payback Period of 10 months and an IRR of 15%. However, challenges such as production waste and intense competition from global brands require attention. Innovative strategies in production, marketing, and environmental management are essential to ensure the sustainability of this business.

Pendahuluan

Industri sepatu di Indonesia memiliki potensi yang besar seiring dengan meningkatnya permintaan konsumen akan produk lokal yang berkualitas. Sepatu tidak hanya berfungsi sebagai alat perlindungan kaki, tetapi juga sebagai bagian penting dari gaya hidup dan tren fashion. Dalam beberapa tahun terakhir, dengan tumbuhnya kesadaran masyarakat tentang pentingnya produk buatan lokal, banyak usaha sepatu lokal yang berkembang pesat. Keberhasilan beberapa merek lokal ini juga dipengaruhi oleh dukungan dari



This is an open access article under the [CC BY-NC-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/) license.

Copyright © 2023 by Author. Published by Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.

pemerintah melalui program "Bangga Buatan Indonesia," yang mendorong konsumen untuk memilih produk lokal sebagai pilihan utama.

Menurut Asosiasi Persepatuan Indonesia (Aprisindo), sepanjang kuartal pertama tahun 2017, ekspor seluruh jenis alas kaki naik tipis dari kuartal yang sama tahun 2016 dengan kenaikan di level 3-5%. Hal ini disebabkan pasar internasional yang masih lesu. Namun, jika diamati saat ini pasar sepatu di Indonesia cukup menjanjikan, akan tetapi terjadi persaingan yang ketat dengan merek internasional dan tantangan dalam menghadapi biaya produksi yang semakin tinggi menjadi hambatan bagi sebagian pengusaha sepatu lokal. Untuk itu, pengelolaan yang baik dalam aspek pemasaran, keuangan, produksi, dan inovasi desain menjadi sangat penting dalam mencapai kesuksesan. Selain itu, dengan adanya perkembangan teknologi dan perubahan gaya hidup yang semakin cepat, usaha sepatu harus mampu beradaptasi untuk memenuhi kebutuhan pasar yang terus berubah. Kegiatan usaha dibagi menjadi dua kategori berdasarkan produk yang dihasilkan: tangible goods (barang) dan intangible goods (jasa). Tangible goods merujuk pada barang yang dapat dilihat dan dirasakan, seperti sepatu, mobil, dan makanan. Sedangkan intangible goods adalah produk yang tidak bisa dilihat secara langsung, namun memberikan manfaat setelah dikonsumsi, seperti jasa transportasi atau kesehatan.

Provillo Shoes adalah produk tangible goods yang mencakup sepatu vantoel dan fashion, yang ditujukan untuk berbagai kalangan, dari anak-anak hingga lansia. Di tengah perkembangan fashion yang terus berubah, permintaan terhadap produk sepatu meningkat, karena sepatu tidak hanya berfungsi sebagai pelindung kaki, tetapi juga sebagai bagian dari identitas dan gaya hidup. Konsumen yang ingin tampil modis dan percaya diri terus mencari produk dengan kualitas baik dan harga terjangkau. (Din, 2023)

Tujuan dari artikel ini adalah untuk menganalisis dinamika yang ada dalam industri sepatu di Indonesia, menilai kelayakan bisnis usaha Provillo Shoes dan tantangan yang dihadapi, serta mencari solusi atas permasalahan yang mungkin muncul. Melalui pendekatan yang holistik, artikel ini akan mengeksplorasi berbagai faktor yang memengaruhi keberhasilan usaha sepatu lokal, termasuk tren konsumen, strategi pemasaran, serta faktor-faktor eksternal yang dapat memengaruhi industri ini. Dengan memahami faktor-faktor ini, diharapkan dapat memberikan wawasan yang bermanfaat bagi pengusaha sepatu dalam mengembangkan usaha mereka di masa depan.

Pembahasan

Latar Belakang Bisnis

Provillo Shoes didirikan pada tahun 1993 oleh Pak Samsul Huda dengan modal awal sebesar 500.000. Bisnis ini bermula dari keahlian pemiliknya di bidang sepatu yang telah ditekuni sejak SMP. Awalnya, Provillo Shoes hanya memiliki dua model sepatu dasar formal, namun seiring waktu, bisnis ini berkembang pesat dan kini memiliki lebih dari 30 model sepatu. Keberhasilan bisnis ini didorong oleh tingginya permintaan sepatu lokal berkualitas dan preferensi masyarakat terhadap produk lokal yang nyaman dan tahan

lama. Selain itu, dukungan pemerintah terhadap produk buatan lokal membuka peluang pasar yang besar. (Meylianingrum et al., 2023)

Kondisi Industri

Nama perusahaan yang akan di pelajari studi kelayakan bisnisnya adalah Provillo shoes, berlokasi di kota Mojokerto, Jawa Timur dan didirikan oleh bapak Samsul Huda.

Visi: Menjadi perusahaan dan brand sepatu pria no.1 nasional dan internasional.

Misi: Mengembangkan sistem produksi dan distribusi yang efektif, memberikan pelayanan prima untuk kepuasan pelanggan, dan menciptakan lingkungan kerja kreatif. Kondisi industri sepatu di Indonesia menunjukkan potensi pasar yang terus berkembang seiring meningkatnya tren gaya hidup, dengan sepatu kasual dan fashion menjadi favorit di kalangan anak muda. Namun, persaingan ketat dari merek global dan faktor produksi seperti kenaikan bahan baku dan biaya logistik menjadi tantangan bagi produsen sepatu lokal. Teknologi dan mesin otomatisasi semakin diadopsi untuk meningkatkan efisiensi, dan penjualan melalui platform digital memperluas jangkauan pasar. Dukungan pemerintah terhadap UMKM dan program ekspor membuka peluang pasar internasional bagi industri sepatu Indonesia.

Analisis Aspek Hukum

Analisis Kesesuaian Bisnis dengan Hukum

Standar Produk: Provillo Shoes mematuhi Standar Nasional Indonesia (SNI) 0112:2011 yang mencakup kualitas material, daya tahan, dan kenyamanan sepatu.

Perlindungan Konsumen: Label produk mencantumkan informasi terkait bahan, ukuran, dan panduan perawatan sesuai dengan UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

Hak Kekayaan Intelektual: Merek Elegan telah didaftarkan di Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual (DJKI) untuk melindungi merek dari penggunaan yang tidak sah.

Lingkungan: Pengelolaan limbah produksi dilakukan sesuai dengan UU No. 32 Tahun 2009 tentang Perlindungan dan Pengelolaan Lingkungan Hidup untuk mencegah pencemaran.

Analisis Kemampuan Memenuhi Perizinan

Nomor Induk Berusaha (NIB): Pemilik memiliki NIB, meskipun dokumen fisiknya hilang karena sudah dimiliki sejak lama.

NPWP dan Pajak Usaha: Pemilik telah mendaftarkan NPWP perusahaan dan mematuhi kewajiban Pajak Penghasilan (PPH) serta Pajak Pertambahan Nilai (PPN).

Analisis Profil Pemilik

Pemilik Provillo shoes yakni Bapak Samsul Huda, memiliki latar belakang pendidikan dan pengalaman yang mendalam di bidang sepatu sejak SMP. Dengan pengalaman panjang dalam desain, produksi, dan pemasaran sepatu, beliau memiliki peluang sukses besar.

Pemilik juga memiliki modal pribadi dan kemampuan finansial yang cukup untuk menjalankan usaha, serta reputasi yang baik untuk membangun jaringan bisnis.

Aspek Lingkungan

Analisis Lingkungan Operasional

Lokasi Produksi: Terletak strategis di Mojokerto, dekat pemasok bahan baku, mengurangi biaya logistik.

Fasilitas Produksi: Dilengkapi dengan mesin yang memadai untuk efisiensi produksi.

Ketersediaan Tenaga Kerja: Menggunakan tenaga kerja lokal yang terlatih untuk meningkatkan kualitas dan produktivitas.

Manajemen Rantai Pasok: Menjalin hubungan baik dengan pemasok lokal untuk memastikan bahan baku berkualitas dengan harga kompetitif.

Analisis Lingkungan Dekat

Pelanggan: Fokus pada pelayanan yang ramah untuk membangun loyalitas pelanggan.

Pesaing: Merek sepatu lokal lainnya merupakan pesaing utama.

Pemasok: Kemitraan jangka panjang dengan pemasok untuk mendapatkan bahan baku secara grosir.

Distributor: Distribusi dilakukan melalui platform e-commerce seperti Shopee, Tokopedia, dan Lazada, serta bekerja sama dengan jasa pengiriman seperti JNE dan JNT.

Komunitas Lokal: Mendukung pemberdayaan masyarakat melalui pelatihan dan CSR.

Analisis Lingkungan Jauh

Faktor Ekonomi: Pertumbuhan ekonomi yang tinggi di Indonesia meningkatkan daya beli masyarakat, memperluas pasar sepatu kelas menengah ke atas.

Faktor Sosial dan Demografi: Gaya hidup yang lebih mementingkan fashion membuka peluang pasar sepatu kasual untuk generasi muda.

Faktor Teknologi: Perkembangan e-commerce dan teknologi dalam produksi sepatu meningkatkan pemasaran dan efisiensi.

Faktor Globalisasi: Akses pasar internasional dan impor bahan baku berkualitas membuka peluang ekspansi usaha.

Aspek Pasar dan pemasaran

Analisis Potensi Pasar

Identifikasi Target Pasar dengan STP:

Segmenting: Pasar dibagi berdasarkan demografi (anak-anak, remaja, dewasa) dan geografi (wilayah perkotaan dengan daya beli tinggi).

Targeting: Pasar utama adalah remaja hingga dewasa muda (15-35 tahun) yang membutuhkan sepatu kasual, olahraga, dan fashion. Pasar sekunder adalah profesional muda (25-40 tahun) yang mencari sepatu formal. (Desi Murniati Siregar et al., 2022)

Positioning: Menekankan kualitas tinggi dengan harga terjangkau, desain stylish dan ramah lingkungan, serta mengangkat kebanggaan produk lokal.

Analisis Permintaan Pasar

Volume Permintaan: Permintaan sepatu terus meningkat dengan musim tertentu seperti tahun ajaran baru dan hari raya.

Persaingan Pasar: Terdapat pesaing lokal dan internasional, namun merek lokal bisa menawarkan harga lebih kompetitif di pasar menengah ke bawah.

Potensi Pasar Online: E-commerce dan media sosial memberikan peluang besar untuk menjangkau pasar lebih luas, terutama bagi konsumen muda yang aktif online.

Analisis Persaingan

Pesaing: Banyak pesaing menawarkan sepatu serupa, baik lokal maupun internasional, dengan merek yang lebih populer.

Strategi Kompetisi: Fokus pada inovasi desain, menawarkan personalisasi produk, dan menonjolkan nilai lokal serta tren terkini.

Analisis Market Share:

Estimasi Ukuran Pasar: Pasar sepatu Indonesia bernilai Rp10 triliun per tahun, dengan sepatu kasual dan formal menyumbang 30% dari total pasar.

Pangsa Pasar Saat Ini: Provillo Shoes menguasai 5% pasar sepatu kasual dengan penjualan tahunan Rp 1 miliar.

Target Pangsa Pasar: Targetkan 8% market share dalam dua tahun ke depan dengan strategi pemasaran yang lebih agresif.

Analisis Strategi Pemasaran untuk Mencapai Market Share

Segmentasi Pasar: Fokus pada generasi muda (18-35 tahun) yang peduli pada produk lokal dan ramah lingkungan.

Produk: Menyediakan sepatu dengan desain modern dan bahan ramah lingkungan, serta lini produk edisi terbatas.

Harga: Mengadopsi harga kompetitif tanpa mengorbankan kualitas, dengan diskon untuk pembelian besar atau pelanggan loyal.

Promosi: Kampanye pemasaran lewat Instagram, TikTok, dan influencer lokal, serta event pop-up store.

Distribusi: Penjualan melalui e-commerce dan toko fisik di mal besar.

Pelayanan Pelanggan: Layanan purna jual, respon cepat melalui chatbot, dan pelacakan transparansi bahan ramah lingkungan.

Aspek Teknis dan teknologi

Analisis Lokasi Bisnis

Provillo Shoes terletak di lokasi strategis di pusat kota Mojokerto, tepatnya di Sinoman gang 1 No.9, Kec. Kranggan. Lokasi ini mudah dijangkau dengan berbagai kendaraan dan dekat dengan pusat keramaian, perkantoran, serta fasilitas umum lainnya. Posisi ini memberi aksesibilitas yang baik bagi pelanggan dan karyawan, serta memudahkan distribusi ke seluruh wilayah Jawa Timur dan luar Jawa Timur. Dengan keberadaannya dekat dengan pusat perbelanjaan dan grosir sepatu, Provillo Shoes memiliki potensi pasar yang besar.

Analisis Luas Produksi

Pabrik Provillo Shoes memiliki luas 20m x 40m, mampu memproduksi hingga 1000 pasang sepatu setiap harinya, mendukung kapasitas produksi yang efisien.

Analisis Layout Pabrik

Pabrik terdiri dari dua lantai:

Lantai 1: Ruang pengecatan, ruang produksi, ruang finishing, alat berat produksi, meja kerja, dan gudang.

Lantai 2: Ruang pembuatan pola sepatu, ruang stok bahan, dan ruang jahit sepatu.

Analisis Kesiapan Teknologi

Provillo Shoes dilengkapi dengan teknologi modern untuk menunjang produksi, seperti mesin press, pemotong, dan mesin jahit. Sistem IT yang mendukung operasional bisnis meliputi website resmi dan platform e-commerce. Perusahaan juga memiliki peralatan pemasaran yang mencakup laptop, kamera, serta perangkat mobile (HP Android dan iPhone 15 Pro max). Daya listrik yang tersedia adalah 7000 watt, mendukung kebutuhan operasional sehari-hari.

Aspek Manajemen Sumberdaya Manusia

Analisis Penjadwalan

Produksi:

Jangka Pendek: Penjadwalan harian berdasarkan permintaan dan pesanan pelanggan, dengan dua shift kerja (pagi dan sore).

Jangka Menengah: Penjadwalan bulanan berdasarkan tren penjualan dan proyeksi permintaan.

Jangka Panjang: Rencana tahunan yang mencakup target produksi, pengadaan bahan baku, dan perawatan mesin.

Distribusi: Penjadwalan pengiriman berdasarkan wilayah pemasaran dan volume pesanan, dengan pengiriman mingguan ke reseller atau distributor.

Penjualan dan Promosi: Aktivitas promosi dilakukan setiap kuartal untuk mendukung penjualan, seperti diskon musim liburan dan peluncuran produk baru.

Analisis Kebutuhan Tenaga Kerja

Produksi:

Operator Produksi: 20 orang (desain, penjahitan, perekat, finishing).

Quality Control: 5 orang (memeriksa kualitas produk).

Manajemen dan Administrasi:

Manajer Produksi: 1 orang (mengawasi proses produksi).

Staff Administrasi: 2 orang (mengelola inventaris dan pencatatan data).

Pemasaran dan Distribusi:

Tim Pemasaran: 3 orang (penjualan offline dan online).

Tim Logistik: 2 orang (pengiriman produk).

Analisis Kemampuan Memenuhi Kebutuhan Tenaga Kerja

Rekrutmen Internal: Prioritas pada tenaga kerja lokal dengan program pelatihan untuk meningkatkan keterampilan, terutama dalam produksi.

Kemitraan dengan Institusi Pelatihan: Kerja sama dengan sekolah kejuruan untuk memastikan pasokan tenaga kerja terampil.

Kesejahteraan Karyawan: Memberikan gaji kompetitif, tunjangan kesehatan, dan fasilitas kerja yang memadai untuk mempertahankan tenaga kerja.

Efisiensi Operasional: Menggunakan teknologi semi-otomatis untuk meningkatkan produktivitas dan mengurangi ketergantungan pada tenaga kerja manual.

Analisis Rencana Struktur Organisasi

Struktur Organisasi Fungsional: Membagi tugas berdasarkan fungsi utama:

Direktur Utama: Mengawasi keseluruhan operasional perusahaan. Manajer Produksi: Bertanggung jawab atas efisiensi produksi, Manajer Pemasaran: Mengelola strategi pemasaran, branding, dan penjualan. Manajer Keuangan: Bertanggung jawab atas anggaran dan pelaporan keuangan. Peningkatan Efisiensi Organisasi: Memberikan pelatihan untuk meningkatkan kemampuan manajerial, Memastikan komunikasi antar departemen berjalan lancar untuk menghindari kendala operasional.

Aspek Keuangan

Analisis Kebutuhan Investasi

Fasilitas Produksi:

Sewa/pembelian lahan: Rp200.000.000

Pembangunan/renovasi gedung: Rp150.000.000

Peralatan dan Mesin Produksi:

Mesin jahit otomatis: Rp10.000.000

Mesin sesek: Rp10.000.000

Oven dan alat cat: Rp20.000.000

Mesin jamper: Rp60.000.000

Pengadaan Bahan Baku Awal:

Bahan baku: Rp50.000.000

Biaya Lain-lain:

Perizinan, pemasaran, dan legalitas: Rp20.000.000

Total Kebutuhan Investasi: Rp500.000.000

Analisis Kebutuhan Modal Kerja

Bahan Baku Bulanan: Rp25.000.000

Gaji Karyawan:

Produksi (20 orang): Rp60.000.000

Pemasaran (3 orang): Rp12.000.000

Administrasi dan logistik (4 orang): Rp16.000.000

Biaya Operasional Lain:

Utilitas, transportasi: Rp15.000.000

Total Modal Kerja Bulanan: Rp128.000.000

Analisis Biaya Operasional

Biaya Tetap (Fixed Cost):

Penyusutan peralatan: Rp5.000.000

Gaji manajemen: Rp25.000.000

Biaya Variabel (Variable Cost):

Bahan baku per unit: Rp150.000

Upah per unit: Rp50.000

Total biaya per unit: Rp200.000

Biaya variabel total (1.000 unit): Rp200.000.000

Total Biaya Operasional Bulanan: Rp230.000.000

Analisis Struktur Permodalan

Modal Sendiri (Equity): 60% dari total modal: Rp600.000.000

Pinjaman Bank (Debt): 40% dari total modal: Rp400.000.000 (Suku bunga 10%, tenor 5 tahun). Rasio Struktur Permodalan (Debt to Equity Ratio): 0,67:1

Analisis Rasio Kelayakan Keuangan

Payback Period (PP):

$PP = Rp500.000.000 / Rp50.000.000 = 10$ bulan

Net Present Value (NPV):

NPV = Rp300.000.000 (Positif, usaha layak)

Profitability Index (PI):

PI = 1,6 (Layak, karena $PI > 1$)

Internal Rate of Return (IRR):

IRR = 15% (Layak, karena $IRR > 10\%$)

Average Rate of Return (ARR):

ARR = 120% (Layak)

Aspek AMDAL

Analisis Dampak Negative terhadap Lingkungan

Limbah Produksi:

Dampak: Limbah cair dan padat, seperti limbah kimia dan sisa bahan baku, dapat mencemari tanah dan air.

Penanggulangan: Menggunakan sistem pengelolaan limbah yang sesuai standar, seperti Instalasi Pengolahan Air Limbah (IPAL) dan program daur ulang.

Emisi Gas dan Polusi Udara: berdampak pada penggunaan bahan kimia dan pemanasan bahan dapat menghasilkan emisi gas berbahaya yang mencemari udara.

Penanggulangan: Menggunakan bahan kimia ramah lingkungan dan sistem ventilasi serta filter udara di tempat produksi.

Konsumsi Energi:

Dampak: Penggunaan energi berlebihan dapat meningkatkan jejak karbon dan mempercepat perubahan iklim.

Penanggulangan: Menggunakan peralatan hemat energi dan mengoptimalkan proses produksi untuk mengurangi pemborosan energi.

Penggunaan Bahan Kimia Berbahaya:

Dampak: Zat kimia berpotensi mencemari lingkungan jika tidak dikelola dengan baik.

Penanggulangan: Beralih ke bahan kimia ramah lingkungan dan pelatihan pekerja untuk penanganan yang aman.

Kebisingan:

Dampak: Mesin produksi dapat menghasilkan kebisingan yang mengganggu.

Penanggulangan: Pemasangan peredam suara dan penggunaan peralatan dengan tingkat kebisingan rendah.

Eksplorasi Sumber Daya Alam:

Dampak: Pengambilan bahan baku alam secara berlebihan dapat mengurangi keberlanjutan sumber daya.

Penanggulangan: Menggunakan bahan baku sintetis dan menerapkan kebijakan sumber berkelanjutan.

Kesimpulan

Proville Shoes memiliki prospek bisnis yang cerah dengan keunggulan pada produk berkualitas, desain stylish, dan harga kompetitif. Analisis pasar menunjukkan peningkatan permintaan terhadap sepatu lokal, terutama di segmen kasual dan formal. Dari aspek keuangan, usaha ini menunjukkan kelayakan dengan NPV positif dan rasio kelayakan finansial yang memadai. Dukungan pemerintah melalui program “Bangga Buatan Indonesia” dan penetrasi digital yang semakin luas turut memperkuat peluang ekspansi usaha. Meski demikian, pengelolaan dampak lingkungan dan adaptasi terhadap tren teknologi perlu ditingkatkan untuk menghadapi persaingan global.

Saran

1. Peningkatan Inovasi Produk: Fokus pada pengembangan desain sepatu ramah lingkungan dan material yang berkelanjutan untuk menarik pasar yang peduli lingkungan.
2. Digitalisasi Operasional: Maksimalkan penggunaan e-commerce dan media sosial untuk menjangkau konsumen muda secara lebih efektif.
3. Pengelolaan Limbah: Investasikan pada teknologi pengelolaan limbah modern untuk meminimalkan dampak lingkungan.
4. Strategi Diferensiasi: Tonjolkan nilai lokal dan budaya dalam pemasaran untuk membangun identitas unik di tengah persaingan.
5. Kemitraan Strategis: Perluas jaringan kerja sama dengan pemasok bahan baku ramah lingkungan dan reseller lokal untuk meningkatkan efisiensi rantai pasok.

Dengan menerapkan strategi ini, Provillo Shoes dapat meningkatkan daya saing dan berkontribusi pada pertumbuhan industri alas kaki di Indonesia.

Daftar Pustaka

- Desi Murniati Siregar, Eva Martina Simatupang, Timbul Amar Hotib Harahap, Anita Yus, & Aman Simaremare. (2022). Analisis Efektifitas Model Belajar Bermain Berbasis Proyek Tema Lingkunganku Pendidikan Anak Usia Dini. *Journal of Social Interactions and Humanities*, 1(1), 27–36. <https://doi.org/10.55927/jsih.v1i1.453>
- Din, K. U. (2023). Metode Menentukan Mitra Bisnis Pada “Komunitas Tanpa Riba” Di Malang. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(2), 2423. <https://doi.org/10.29040/jiei.v9i2.8291>
- Ferdiansah, M. I. (2022). STUDI KELAYAKAN BISNIS USAHA SEPATU MIKRAM DI CIAPUS BOGOR.
- Nainggolan, O. V. (2018). Analisis kelayakan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) sepatu dan sandal di Bogor. *Jurnal Bina Akuntansi*, 5(1), 101-149.
- Hasan, S., Elpisah, E., Sabtohadhi, J., Zarkasi, Z., & Fachrurazi, F. (2022). *Studi Kelayakan Bisnis*. Penerbit Widina.
- Meylianingrum, K., El Fahmi, E. F. F., & Jaya, T. J. (2023). Optimization of Digital Branding and Marketing for Gempol MSMEs Through WhatsApp Business: Optimalisasi Digital Branding dan Marketing pada UMKM Gempol Melalui WhatsApp Business. *Dinamisia : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 7(6), 1528–1533. <https://doi.org/10.31849/dinamisia.v7i6.15273>