

ANALISIS KELAYAKAN INVESTASI PEMBUKAAN OUTLET MANTIKAEN DI KOTA BEKASI DITINJAU DARI ASPEK PASAR, TEKNIS, DAN FINANSIAL

FEASIBILITY ANALYSIS OF ESTABLISHMENT MANTIKAEN OUTLET INVESTMENT IN BEKASI REVIEWED FROM THE MARKET, TECHNICAL AND FINANCIAL ASPECTS

¹Rivan Suryana, ²Ir. Budi Praptono, M.M., ³Boby Hera Sagita, S.E., M.M.,

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

¹rivan.suryana@gmail.com , ²budipraptono35@gmail.com , ³bobyhs.telkomu@gmail.com

Abstrak

Mantikaen adalah sebuah *online shop* yang telah berdiri sejak tahun 2016. Mantikaen merupakan bisnis yang bergerak dibidang fashion. Produk yang dijual oleh Mantikaen berupa tas, syal, dan kain tenun. Semua produk yang dijual Mantikaen berbahan dasar kain tenun asli yang dibuat dan dikirim langsung oleh penenun dari Nusa Tenggara Barat (NTB). Dalam mengembangkan bisnis yang bertujuan untuk memperluas pasar serta meningkatkan keuntungan, pemilik ingin mendirikan sebuah outlet atau toko fisik. Dari berbagai faktor yang telah dipertimbangkan, Kota Bekasi dipilih sebagai lokasi pembukaan *outlet* Mantikaen, tepatnya di Grand Galaxy. Selanjutnya diperoleh data sebagai dasar untuk melakukan penelitian dengan melakukan survey pasar dengan persentase aspek pasar potensial sebesar 95%, pasar tersedia 92% dan pasar sasaran 0,3% 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 tersebut didapatkan bahwa tingkat investasi dalam NPV sebesar Rp 226.319.514,-, IRR sebesar 37,15%, dan jumlah tahun yang dihabiskan sampai kembali ke modal awal atau PBP adalah 3 tahun 3 bulan. Dikarenakan hasil dari NPV > 0, IRR > MARR, dan PBP < Periode investasi, maka investasi pembukaan outlet Mantikaen dinyatakan layak.

Kata kunci: Analisis Kelayakan, NPV, IRR, PBP, *outlet* Mantikaen

Abstract

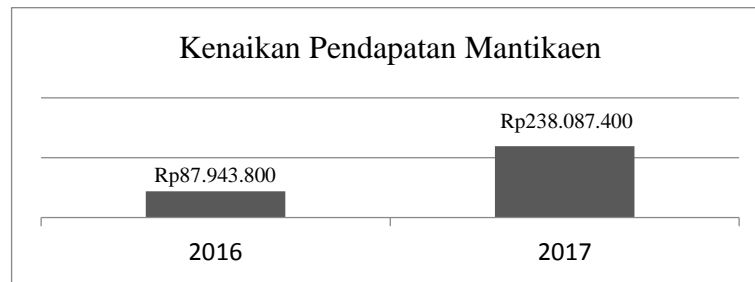
Mantikaen is an online shop that has been established since 2016. Mantikaen is a business engaged in fashion line. The products line sold by Mantikaen are bags, scarves and woven fabrics. All products sold by Mantikaen are made from original woven fabrics made and sent directly by weavers from West Nusa Tenggara (NTB). 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, Bekasi was chosen as the location for the opening of the Mantikaen outlet, precisely at the Grand Galaxy. Furthermore, the data that has been obtained as a basis for conducting research by conducting market surveys are a 95% potential market aspects, 92% available markets and 0.3% 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 226,319,514 , the IRR is 37.15%, and the number of years spent until returning to the initial capital or PBP is 3 years 2 months. Due to the results of NPV > 0, IRR > MARR, and PBP < Investment period, the investment opening for Mantikaen outlets is declared feasible.

Keywords: Feasibility Analysis, NPV, IRR, PBP, Mantikaen outlets

I. PENDAHULUAN

Indonesia memiliki keanekaragaman seni dan budaya yang terbesar dibandingkan dengan bagian manapun juga di dunia ini. Salah satu dari warisan budaya itu adalah keragaman kain tradisional. Melalui kain tradisional, kita tidak hanya dapat melihat kekayaan warisan budaya seperti teknik pembuatan, aneka ragam corak serta jenis kain yang dibuat, tetapi kita juga dapat mengenal berbagai fungsi dan arti dari kain dalam kehidupan masyarakatnya yang mencerminkan adat istiadat, kebudayaan, dan kebiasaan budaya (*cultural habit*) yang bermuara pada jati diri sebagai komponen bangsa Indonesia. Maka dari itu, selain untuk berbisnis, Mantikaen juga bertujuan untuk memperkenalkan bahwa kain tradisional di Indonesia khususnya NTB ternyata dapat dijadikan produk fashion sehari-hari.

Mantikaen merupakan bisnis *online shop* yang bergerak dibidang fashion. Produk dari Mantikaen berbahan dasar kain tenun asli dari Nusa Tenggara Barat (NTB). Produk yang dijual oleh Mantikaen saat ini yaitu beberapa jenis tas, syal dan kain tenun ikat khas NTB. Mantikaen didirikan pada tahun 2016 dan masih aktif hingga kini. Sejak tahun 2016, pertumbuhan pendapatan Mantikaen mengalami peningkatan terlihat pada diagram sebagai berikut.



Gambar I.1 Kenaikan Pendapatan Mantikaen Tahun 2016-2017

Pendapatan Mantikaen dari pertengahan tahun 2016 hingga akhir tahun 2016 sebesar Rp87.943.800 dan pendapatan dari awal hingga akhir tahun 2017 sebesar Rp238.087.400. Kenaikan pendapatan Mantikaen dari 2016 hingga 2017 mencapai Rp326.031.200. Dengan peningkatan pendapatan yang cukup besar, Mantikaen percaya bahwa bisnis tersebut dapat dikembangkan. Mantikaen ingin mengembangkan usahanya dengan cara membuka toko fisik (*outlet*) di Kota Bekasi. Bekasi merupakan kota padat penduduk dengan tingkat pertumbuhan penduduk mencapai 2,56% (Sumber: BPS). Selain itu, persentase kelompok usia penduduk Bekasi yang menjadi target pasar Mantikaen mencapai 52,74% (Sumber: BPS), yang artinya lebih dari setengah penduduk Bekasi menjadi target pasar Mantikaen berdasarkan kelompok usia. Berdasarkan kondisi diatas, Mantikaen melihat adanya peluang untuk pembukaan *outlet* Mantikaen di Kota Bekasi. Maka akan dilakukan analisis kelayakan investasti pada pembukaan *outlet* Mantikaen berdasarkan aspek pasar, teknis, dan finansial di Kota Bekasi.

II. LANDASAN KEPUSTAKAAN

II.1 Pengertian Studi Kelayakan

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. (Kasmir & Jakfar, Studi Kelayakan Bisnis, 2012)

II.2 Aspek-Aspek Studi Kelayakan

II.2.1 Aspek Pasar

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. (Kasmir dan Jakfar, 2003)

II.2.2 Aspek Teknis

Aspek teknis merupakan analisis yang berhubungan 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. (Husnan dan Muhammad, 2005)

II.2.3 Aspek Finansial

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*. (Kasmir dan Jakfar, 2003)

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)

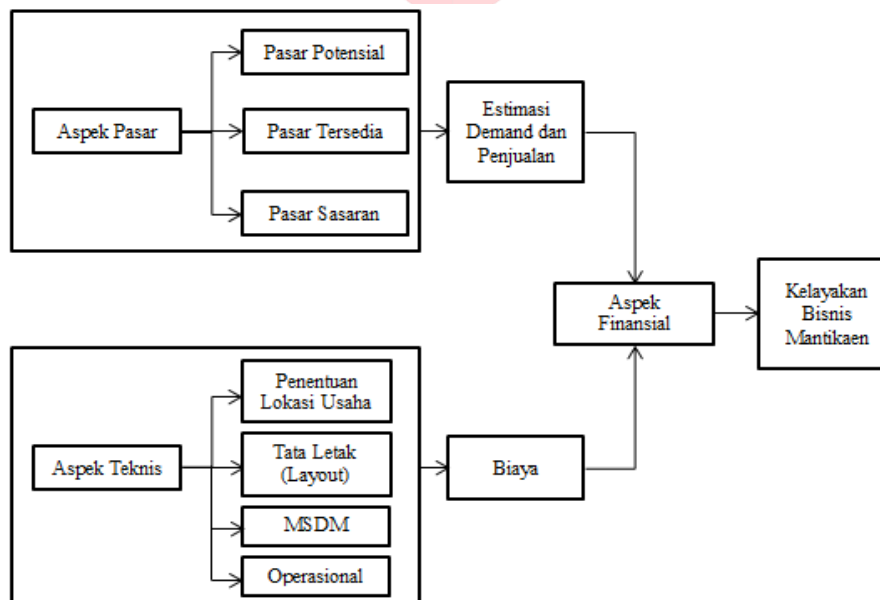
Payback period adalah suatu periode yang diperlukan untuk menutup kembali pengeluaran investasi (initial cash investment) dengan menggunakan aliran kas, dengan kata lain *payback period* merupakan rasio antara initial cash investment dengan *cash inflow*-nya yang hasilnya merupakan suatu waktu. Jadi 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)

III. METODE PENELITIAN

Berikut merupakan metode konseptual penelitian.



Gambar III.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 Mantikaen. 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 Mantikaen. 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 Mantikaen. Sedangkan untuk pasar sasaran, variabel yang menentukan adalah produk, perilaku konsumen, harga dan persaingan pasar. Peneliti harus mengetahui sejauh mana produk yang ditawarkan Mantikaen 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 Mantikaen. Setelah dilakukan analisis aspek teknis akan menghasilkan biaya-biaya yang harus dikeluarkan oleh Mantikaen. 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.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

IV.1 Profil Perusahaan

Mantikaen merupakan perusahaan industri *fashion* yang memproduksi dan mendesain produk-produk *fashion* yang pemasarannya dilakukan secara *online*. Produk dari Mantikaen berbahan dasar kain tenun asli dari Nusa Tenggara Barat (NTB). Selain untuk berbisnis, Mantikaen juga bertujuan untuk memperkenalkan bahwa kain tradisional di Indonesia khususnya NTB ternyata dapat dijadikan produk *fashion* sehari-hari. Mantikaen berdiri pada tahun 2016 dan masih aktif hingga kini.

IV.2 Logo Perusahaan



Gambar IV. 1 Logo Perusahaan

Gambar IV.1 merupakan logo perusahaan yang menggabungkan motif batik dengan tulisan sederhana namun elegan. Penggunaan motif batik tersebut menunjukkan bahwa brand *fashion* Mantikaen memiliki desain dengan motif batik yang sederhana namun elegan.

IV.3 Aspek Pasar

Aspek pasar *outlet* Mantikaen 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 Mantikaen. Dari total 100 responden, sebanyak 95 responden berminat terhadap produk Mantikaen. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pasar potensial dari Mantikaen sebesar 95%.

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 92 responden menyatakan mampu untuk membeli produk Mantikaen. Sehingga pasar tersedia Mantikaen adalah 92%.

3. Pasar Sasaran

Mantikaen menentukan target sebagai pasar sasaran sebesar 0,3% dari pasar tersedia. Angka 0,3% diambil berdasarkan data jumlah pengunjung outlet pesaing yang cukup tinggi dan kemampuan dari Mantikaen dalam memenuhi demand.

Setelah diperoleh perhitungan diatas, maka didapat jumlah perkiraan *demand outlet* Mantikaen.

Tabel IV.1 Perhitungan Perkiraan Demand

Perkiraan Demand				
Jumlah Penduduk Kota Bekasi berdasarkan usia 20 - 49 Tahun	Pasar Potensial	Pasar Tersedia	Pasar Sasaran	Jumlah
1.441.567	95%	92%	0,3%	3.979
	1.369.489	1.326.241,64	3.978,72	

IV.4 Aspek Teknis

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

1. Penentuan Lokasi

Dalam mendirikan *outlet* Mantikaen ini, *owner* tidak melakukan pembangunan gedung baru, melainkan akan menyewa sebuah ruko atau bangunan yang akan dijadikan *outlet* Mantikaen. Untuk pemilihan lokasi sendiri,

Mantikaen 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 Mantikaen 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 Mantikaen.

4. Operasional

Biaya operasional pada Mantikaen 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 Mantikaen untuk membuka *outlet*. Berikut merupakan tabel kebutuhan dana pembukaan *outlet* Mantikaen.

Tabel IV.2 Kebutuhan Dana

Total Project Cost (TPC) Tahun 2018	Total
Investasi tetap	Rp 31.800.000
<i>Working capital</i>	Rp 161.165.392
Pembuatan SIUP dan merk dagang	Rp 3.500.000
TOTAL	Rp 196.265.392

IV.5 Aspek Finansial

Pengolahan data keuangan dilakukan untuk menghasilkan *cash flow*, rugi laba, dan neraca dari pembukaan *outlet* Mantikaen 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 226.319.514. Berikut tabel NPV Kumulatif.

Tabel IV. 3 NPV Kumulatif

Tahun	NPV Kumulatif
2018	Rp (196.265.392)
2019	Rp (148.023.230)
2020	Rp (88.054.066)
2021	Rp (19.316.406)
2022	Rp 55.652.909
2023	Rp 226.319.514

Selain NPV, IRR merupakan salah satu faktor penting untuk menentukan kelayakan suatu proyek atau bisnis. Nilai IRR yang diperoleh selama 5 tahun kedepan adalah 37,15%. Dimana jika angka IRR ini lebih besar dibandingkan dengan *Minimum Atractive Rate of Return* (MARR), maka investasi pembukaan outlet Mantikaen dapat dikatakan layak. Tingkat pengembalian minimum yang digunakan oleh owner Mantikaen 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 3,258 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.

IV.6 Analisis Sensitivitas

Untuk mengantisipasi keadaan yang tidak diharapkan dalam pembukaan outlet Mantikaen, 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 Mantikaen 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 Mantikaen.

IV.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 56.064.942,- dan nilai PBP 4,308 tahun serta nilai IRR sebesar 37,15%. Karena nilai NPV > 0, nilai PBP < periode investasi, dan nilai IRR > MARR maka dapat dikatakan bahwa investasi ini tetap layak dijalankan.

V. 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 226.319.514,-
IRR : 37,15%
PBP : 3,258 Tahun

Kebutuhan dana yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah sebesar Rp 196.265.392,-. Tingkat pengembalian dan keuntungan produk ini (payback period) adalah selama kurang lebih 3 tahun 3 bulan. Dengan hasil perhitungan tersebut investasi pembukaan outlet Mantikaen di Kota Bekasi 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 Mantikaen.



VI. 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.
- Kotler, P. (2012). *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Kontrol (14th ed.)*. Jakarta: PT Prenhallindo.
- 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.

