

**Analisis Kelayakan Finansial Brownies Siapi-Api Sebagai Produk Oleh-Oleh Dari Hutan Mangrove Baros Bantul*****Analysis of Financial Feasibility of Brownies Siapi-Api As Souvenir from Baros Bantul Mangrove Forest*****Retty Ikawati¹, Isana Arum Primasari²**¹Prodi Bisnis Jasa Makanan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Ahmad Dahlan²Prodi Teknik Industri, Fakultas Teknologi Industri, Universitas Ahmad Dahlan

Jl. Kapas, No. 9 Semaki Yogyakarta

retty.ikawati@culinary.uad.ac.id

Abstrak

Keberadaan hutan mangrove di pesisir selatan kota Yogyakarta, kawasan hutan Baros, Bantul turut serta meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan. Pengembangan kawasan tujuan wisata semakin digalakkan dengan menggerakkan sarana dan prasarana pendukung, seperti usaha perjalanan, hotel dan rumah makan serta industri-industri kerajinan, makanan khas dan tradisional. Sementara itu, hutan mangrove menghasilkan berbagai macam buah mangrove, salah satunya adalah buah siapi-api (*Avicenna marina*). Buah ini memiliki potensi untuk diolah sebagai bahan pangan seperti yang telah dilakukan oleh beberapa kawasan hutan mangrove lainnya di Indonesia. Menjawab tantangan tersebut maka dikembangkanlah produk yang memanfaatkan buah mangrove sebagai bahan brownies siapi-api sebagai produk oleh-oleh dari Baros, Bantul. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kelayakan finansial pendirian industri kecil brownies siapi-api. Metode yang digunakan adalah metode penelitian deskriptif dengan obyek Kelompok Pemuda Pemudi Baros (KP2B), melalui observasi, survey dan wawancara serta metode kuantitatif melalui perhitungan untuk mengetahui kelayakan finansial. Analisis data finansial yang digunakan menggunakan rumus *Revenue Cost* (R/C), *Benefit Cost* (B/C), dan *Return On Investment* (ROI). Hasilnya, analisis kelayakan finansial menunjukkan bahwa R/C sebesar 1,43 yang artinya R/C>1 layak usaha, aspek B/C sebesar 0,43 yang artinya usaha ini layak dijalankan (B/C>0). Aspek yang terakhir yaitu ROI diperoleh sebesar 43%. Dengan demikian, usaha ini layak untuk dilanjutkan.

Kata kunci: *Avicenna marina*; buah mangrove; kelayakan finansial**Abstract**

*The presence of mangrove forests on the southern coast of the city of Yogyakarta, the Baros forest area, Bantul has contributed to increasing the number of tourist visits. The development of tourist destination areas is increasingly encouraged by moving supporting facilities and infrastructure, such as travel businesses, hotels and restaurants as well as handicraft industries, unique and traditional foods. Meanwhile, mangrove forests produce various kinds of mangroves; one of them is Siapi-api (*Avicenna marina*). This fruit has the potential to be processed as food as has been done by several other mangrove forest areas in Indonesia. It was challenging. A product which has ingredient of Siapi-api was developed as brownies for souvenirs from Baros, Bantul. This study aims to analyze the financial*

feasibility of the establishment of a small industry Siapi-api brownies. The method used is a descriptive research method with the object of the Baros Youth Group (KP2B), through observation, surveys and interviews, also quantitative method to determine financial feasibility. Analysis of financial data used using the formula Revenue Cost (R/C), Benefit-Cost (B/C), and Return On Investment (ROI). Finally, the research shows that R/C is 1.43 which is feasible. The B/C aspect is 0.43. It means the business is possible to continue. The last element was ROI. It obtained by 43%. Thus, this effort is acceptable and worth continuing.

Keywords: *Avicenna marina*; financial feasibility; mangrove fruit

PENDAHULUAN

Permasalahan tentang hutan mangrove yang mulai menurun fungsinya menjadi dampak dari pesatnya pembangunan perkotaan di banyak negara berkembang. Hilangnya akuakultur udang, munculnya polusi, merupakan sebagian kerugian yang diakibatkan. Sementara itu, hutan mangrove memiliki fungsi menjaga ekosistem pesisir pantai, yaitu sebagai tempat tumbuhnya kelompok tumbuhan yang mampu hidup pada kadar garam tinggi sehingga munculnya abrasi dapat dikurangi (Giri et al., 2015). Di Brazil, pemulihan fungsi hutan mangrove dipercaya mampu meningkatkan kesejahteraan sosial karena banyaknya fungsi ekologis hutan mangrove yang akan kembali diperoleh (de Rezende, Kahn, Passareli, & Vásquez, 2015). Proses konservasi hutan mangrove untuk mengembalikan fungsinya terjadi di banyak tempat, salah satunya di Hutan mangrove Baros di kawasan selatan Yogyakarta. Dalam prosesnya sejak tahun 2003, konservasi hutan tadi berkembang menjadi potensi tumbuhnya kawasan hutan mangrove sebagai *edutourism*. Tahap ini memberikan peluang munculnya sarana dan prasarana pendukung sebagai geliatnya ekonomi masyarakat di sekitar kawasan tersebut.

Sarana dan prasarana yang mendukung program *edutourism* selain salah satu diantaranya adalah memperkenalkan produk-produk khas daerah sebagai oleh-oleh yang dapat menarik wisatawan untuk berkunjung. Munculnya produk baru olahan buah mangrove telah banyak dilakukan dengan tujuan yang bermacam-macam. Studi kelayakan yang telah dilakukan terhadap produk-produk tersebut menyatakan bahwa olahan mangrove layak untuk dikembangkan. Sirup dan kerupuk mangrove di Kabupaten Trenggalek dianalisis kelayakannya dan diperoleh layak untuk dikembangkan usahanya (Purwanti, Susilo, & Setijawati, 2016). Sementara uji kelayakan yang dilakukan oleh Herwanti (2015) menyatakan hasil yang positif terhadap kelayakan usaha sirup pidada di daerah Lampung. Studi kelayakan tentang jenang dodol dan sirup mangrove dari Pekalongan juga menghasilkan kelayakan untuk dikembangkan usahanya (Sabana, 2014).

Hutan mangrove Baros di Bantul belum melakukan pengembangan atas hasil hutannya, sementara potensi hasil hutannya sangat banyak. Menurut (Syahrani, 2003) dalam program pemberdayaan dan konservasi hutan, tanpa adanya manfaat ekonomi maka program tersebut akan sulit untuk dikembangkan. Karena motif ekonomi inilah yang menjadi penggerak kegiatan-kegiatan tersebut, sehingga masyarakat merasakan keuntungan sehingga termotivasi untuk melakukan. Evaluasi terhadap nilai ekonomis hutan mangrove Baros telah dilakukan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat Baros atas manfaat

kawasan konservasi tersebut (Ismi, 2014). Penelitian ini bertujuan melakukan studi kelayakan finansial atas produk pengembangan dari *Avicenna marina* sebagai brownies untuk produk oleh-oleh.

METODOLOGI

Dalam penelitian ini yang menjadi objek adalah Kelompok Pemuda Pemudi Baros (KP2B). Dengan memerlukan data primer berupa biaya tetap dan biaya variabel dalam produksi brownies siapi-api. Data sekunder mengenai informasi terkait kondisi hutan mangrove dan masyarakat di sekitarnya, kondisi pasar oleh-oleh di Yogyakarta, serta potensi pasar dari produk itu sendiri. Kemudian teknik pengumpulan data menggunakan metode observasi, survei dan wawancara untuk mendukung dalam analisis studi kelayakan. Dalam menganalisis kelayakan secara finansial menggunakan *Revenue Cost (R/C)*, *Benefit Cost (B/C)*, dan *Return On Investment (ROI)*. Rumus-rumus yang digunakan adalah sebagai berikut (Sajari, Elfiana, & Martina, 2017):

$$(1) R/C = \frac{\text{Penerimaan}}{\text{Total Biaya}}$$

$R/C > 1$ berarti usaha layak

$R/C = 1$ berarti BEP

$R/C < 1$ berarti usaha tidak layak

$$(2) B/C = \frac{\text{Keuntungan}}{\text{Total Biaya}}$$

$B/C > 0$ usaha layak dijalankan

$B/C < 0$ berarti usaha tidak layak dijalankan

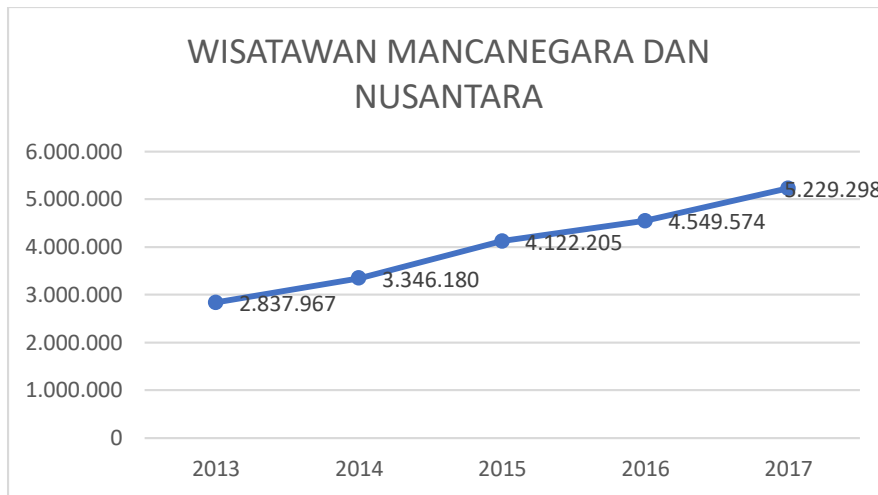
$$(3) ROI = \frac{\text{Total Penjualan} - \text{Investasi}}{\text{investasi}} \times 100\%$$

$ROI > 1$ berarti layak dijalankan

HASIL DAN PEMBAHASAN

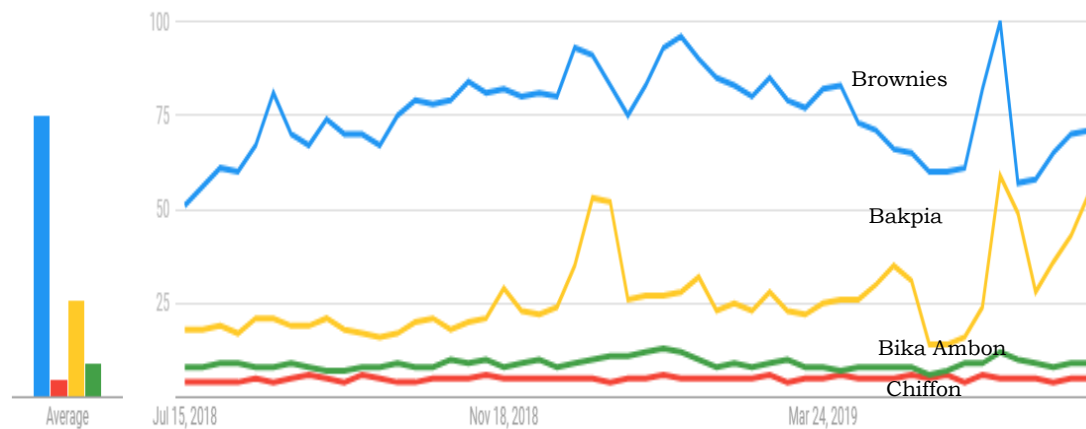
Pengembangan konservasi Hutan Baros sebagai hutan konservasi mangrove dan *edutourism* membuka kesempatan bagi warganya untuk mendapatkan kemanfaatan secara ekonomi. Dalam rangka memperkenalkan kemanfaatan hasil hutannya, maka pengembangan produk untuk brownies dari buah siapi-api dilakukan. Program ini juga dimaksudkan untuk meningkatkan nilai tambah dari buah siapi api. Oleh karena itu, analisis kelayakan secara finansial diperlukan agar kegiatan yang dilakukan lebih termotivasi.

Pengembangan produk brownies siapi-api didukung dengan potensi pasar yang ada, dapat dilihat dari lajunya pertumbuhan wisatawan yang datang ke kota Yogyakarta. Peningkatan jumlah wisatawan memberikan peluang pasar bagi produk oleh-oleh yang menjadi pendukung sektor pariwisata. Peningkatan kunjungan wisatawan mancanegara dan nusantara di Yogyakarta pada tahun 2013-2017 ditunjukkan oleh Gambar 1. Sebelum memasuki sebuah pasar, maka harus diketahui akan pasar yang akan dimasukinya terkait ada tidaknya pasar, besarnya pasar, serta tingkat persaingan yang ada (Kasmir & Jakfar, 2017)



Gambar 1. Grafik perkembangan wisatawan ke DIY tahun 2013-2017 (Dinas Pariwisata, 2017)

Pemilihan pengembangan produk terhadap brownies siapi-api didasarkan pada hasil siapi-api yang cukup memadai di kawasan ini. Brownies dipilih dengan melihat dan tingkat popularitas brownies yang cukup tinggi dibandingkan dengan produk oleh-oleh yang lain yang banyak beredar di Yogyakarta. Hasil penelusuran *Googletrends* (Gambar 2.) diperoleh informasi bahwa brownies menempati posisi tertinggi setelah bakpia, bika ambon dan *chiffon* sebagai produk oleh-oleh yang banyak ditemui di Yogyakarta.



Gambar 2. Hasil penelusuran *Googletrends* [Diakses 31 Juli 2019]

Brownies siapi-api yang akan dikembangkan terlebih dahulu dilakukan analisis kelayakan secara finansial. Pada pengujian aspek finansial, data yang dibutuhkan adalah biaya tetap maupun biaya variabel yang akan membentuk total biaya. Biaya tetap serta penyusutannya ditunjukkan oleh Tabel 1. Komponen biaya tetap terdiri atas biaya-biaya yang dikeluarkan dalam proses usaha yang dalam pemanfaatannya tidak langsung habis dalam satu kali masa produksi. Nilainya tidak dapat dipengaruhi oleh besarnya jumlah produksi yang akan dihasilkan. Dalam biaya tetap termasuk di antaranya adalah biaya penyusutan dengan mempertimbangkan usia teknis dari alat yang digunakan (Sajari et al., 2017). Dari Tabel 1, diperoleh biaya penyusutan peralatan produksi brownies siapi-api sebesar Rp 228,194 setiap bulannya. Sementara biaya tetap untuk perawatan kendaraan yang harus dikeluarkan setiap bulannya adalah Rp. 100,000 sehingga diperoleh

total biaya tetap brownies siapi-api sebesar Rp 328,194. Biaya lain yang muncul adalah biaya variabel, yaitu biaya yang secara nilainya tergantung dari besar kecilnya produksi yang dijalankan. Komponen biaya variabel terdiri atas biaya bahan baku, biaya kemasan, biaya bahan bakar dan listrik, biaya tenaga kerja, biaya transportasi, biaya komunikasi dan biaya promosi. Besarnya total biaya variabel adalah Rp. 2,505,000. Penjumlahan biaya tetap dengan biaya variabel maka diperoleh total biaya yaitu sebesar Rp. 2,833,194.

Tabel 1. Biaya Penyusutan Brownies Siapi-api

No	Uraian	Jumlah	Umur ekonomis (bulan)	Harga/Unit (Rp)	Jumlah (Rp)	Nilai penyusutan (Rp/bulan)
1	Bangunan	1	120	20.000.000	20.000.000	166.667
2	Oven	2	36	80.000	160.000	4.444
3	Timbangan	1	18	80.000	80.000	4.444
4	Tampah	2	12	15.000	30.000	2.500
5	Ember	2	12	20.000	40.000	3.333
6	Panci+tutup	2	24	60.000	120.000	5.000
7	Baskom	3	12	35.000	105.000	8.750
8	Mixer	2	36	250.000	500.000	13.889
9	Mangkuk kecil	6	24	10.000	60.000	2.500
10	Kompore dan tabung gas	1	60	400.000	400.000	6.667
11	Spatula	2	12	10.000	20.000	1.667
12	Sendok	6	36	25.000	150.000	4.167
13	Loyang	6	36	25.000	150.000	4.167
TOTAL				21.010.000	21.815.000	228.194

Sumber: Data Primer(2019)

Tabel 2. Biaya Variabel Brownies Siapi-api

Bahan	Volume (bulan)	Satuan	Harga satuan (Rp)	Jumlah biaya (Rp/bulan)
Kardus + kertas roti	60	buah	3.000	180.000
Gas	3	unit	25.000	75.000
Listrik		unit		200.000
Tenaga kerja	2	orang	600.000	1.200.000
Transportasi	1	unit	300.000	300.000
Biaya komunikasi	1	unit	150.000	150.000
Biaya promosi	1	bulan	400.000	400.000
TOTAL				2.505.000

Sumber: Data Primer(2019)

Dari Tabel 2 dan Tabel 3, diperoleh penambahan untuk total biaya adalah menjadi Rp 5,512,794. Target produksi setiap bulannya sebesar 60 unit, sehingga diperoleh biaya harga pokok produksi sebesar Rp 64,080. Dengan pengambilan profit margin sebesar 30% maka diperoleh nilai profit yaitu dengan mengalikan profit margin sebesar Rp. 19,224. Harga jual produk dihitung dengan menjumlahkan komponen HPP dengan profit yang diambil sehingga bernilai sebesar Rp 83,304.

Tabel 3. Biaya Bahan Baku

No	Bahan	Volume (bulan)	Satuan	Harga satuan Rp	Jumlah biaya (Rp/bulan)
1	Tepung terigu	5,4	kg	11.000	59.400
2	Tepung mangrove siapi-api	0,6	kg	70.000	42.000
3	Abu	1,2	kg	5.000	6.000
4	Cocoa bubuk	1,8	kg	13.000	23.400
5	Emulsifier	0,3	kg	210.000	63.000
6	Gula pasir	6,0	kg	12.000	72.000
7	Telur	15,0	kg	24.000	360.000
8	Minyak goreng	3,0	l	11.000	33.000
9	Baking powder	0,3	kg	210.000	63.000
10	Susu bubuk	3,3	kg	100.000	330.000
11	Margarin	6,0	kg	18.000	108.000
12	Coklat blok	3,0	kg	48.000	144.000
13	Keju	0,3	kg	120.000	36.000
TOTAL					1.339.800

Sumber: Data Primer (2019)

Konsep produk brownies siapi-api yang akan diproduksi menggunakan kemasan primer dan kemasan sekunder. Kertas roti dipilih sebagai kemasan primer, dan kertas kardus kotak sebagai kemasan sekundernya. Dalam 1 bulan diperkirakan produksi sampai dengan 60 unit. Faktor kemasan ini menjadi penting tergantung konsumen yang menjadi sasaran. Konsumen wisatawan yang termasuk dalam segmen menengah ke atas memiliki kesadaran akan kesehatan yang tinggi, sehingga tampilan produk melalui kemasan menjadi pertimbangan utama (Handjojo, Syarief, & Sugiyono, 2017). Promosi akan digerakkan melalui cara *online* melalui media massa dengan *electronic-Words of Mouth* (e-WOM) yang menceritakan keunggulan sebuah produk sehingga menarik konsumen untuk mencoba (Yusendra, 2015). Promosi menjadi salah satu upaya dalam membangun *brand image*, untuk itu dimasukkan biaya promosi untuk mengembangkan dan memasarkan produk melalui media sosial. Strategi ini yang juga digunakan oleh Amanda brownies dalam mengembangkan usahanya, dengan menjaga *rebranding* produk mereka sebagai kue khas nusantara yang tersebar di seluruh wilayah Indonesia (Rina & Yuriadi, 2019). Sedangkan *branding* yang akan dilekatkan oleh brownies siapi-api adalah produk oleh-oleh khas hutan mangrove Baros, dengan menasar pada wisatawan yang berkunjung ke kota Yogyakarta. Lokasi yang akan dipilih sebagai *outlet* maupun tempat-tempat distributor produk ini adalah toko oleh-oleh serta lokasi wisata, maupun pusat-pusat kota maupun di pinggir kota. Lokasi yang tersebar dalam proses distribusi memberikan pembiayaan untuk transportasi dan komunikasi untuk memperlancar proses pemasaran.

Pemilihan lokasi produksi mempertimbangkan beberapa hal terkait bahan baku, biaya yang muncul akibat pemilihan lokasi agar proses produksi berjalan efektif dan efisien. Usaha yang dijalankan juga akan mendapatkan metode yang terbaik untuk proses persediaan, serta ketersediaan tenaga kerja yang dibutuhkan (Kasmir & Jakfar, 2017). Pilihan lokasi produksi tertuju pada lokasi

hutan mangrove Baros, tepatnya pada Kelompok Pemuda Pemudi Baros (KP2B) sebagai motor penggeraknya. Dengan pertimbangan bahwa usaha ini akan dikembangkan sebagai usaha bersama untuk meningkatkan nilai ekonomis dari hasil hutannya. Dalam aspek produksi, teknologi juga menjadi pertimbangan dalam merintis usaha. Teknologi yang dipilih menentukan keberhasilan sebuah usaha karena menyangkut efektif dan efisien kinerja dari usaha (Purnamasari & Hendrawan, 2013). Pemilihan teknologi sederhana di awal pendirian usaha dipilih untuk menekan biaya tetap yang akan muncul dan dimaksudkan untuk membiasakan KP2B terhadap kegiatan produksi yang baru. Peningkatan penggunaan teknologi akan dilakukan seiring peningkatan kinerja perusahaan.

Bahan baku, yaitu *Avicenna marina* yang digunakan diambil dari hutan mangrove Baros, sementara kekurangan bahan baku karena bahan yang bersifat musiman, maka akan diambilkan dari kawasan hutan mangrove yang setipe dengan Baros, yaitu dari Semarang dan Cilacap. Kondisi ini juga dapat diatasi dengan menerapkan teknologi pengeringan dan penepungan *Avicenna marina* agar ketersediaannya dapat sepanjang waktu, dan mengurangi biaya bahan baku. Dari uraian biaya variabel, biaya tetap dan perkiraan penerimaan, maka diperoleh hasil total pendapatan dan total biaya seperti diunjukkan oleh Tabel 4.

Tabel 4. Total Penerimaan dan Biaya

No	Uraian	Jumlah
1	Total penerimaan	5.997.888
2	Total biaya	2.833.194
	Keuntungan	3.164.694

Sumber: Data olahan(2019)

R/C Ratio

Revenue Cost Ratio yaitu nilai yang digunakan untuk memperoleh perbandingan antara besarnya total penerimaan dengan total biaya yang dikeluarkan (Sajari et al., 2017). Dari perhitungan menggunakan rumus (1) diperoleh nilai R/C sebesar 2,12. Nilai R/C berarti usaha brownies siapi-api ini menguntungkan karena setiap pengeluaran biaya sebesar Rp.100 maka penerimaan sebesar Rp. 212. Dengan demikian usaha ini layak untuk dilanjutkan.

B/C Ratio

Benefit Cost Ratio adalah besaran perbandingan antara nilai keuntungan yang diperoleh terhadap besarnya biaya yang dikeluarkan (Pasaribu, Prasmatiwati, & Murniati, 2016). Hasil perhitungan *Benefit Cost Ratio* brownies siapi-api bernilai 1,12. Hal ini menunjukkan bahwa B/C Ratio > 0 sehingga usaha ini layak dilanjutkan. Artinya setiap biaya sebesar Rp. 100 maka besarnya keuntungan yang diperoleh sebesar Rp. 112. Disebutkan juga oleh (Rahman & Mahmud, 2018) saat kelayakan secara ekonomi dengan B/C Ratio maka pada saat itulah telah mempertimbangkan manfaat atas penggunaan biaya lingkungan ataupun sosial.

ROI

Return on Investment (ROI) adalah perbandingan antara keuntungan dengan investasi yang dikeluarkan. ROI digunakan untuk menilai Kemampuan perusahaan menghasilkan profit atas usaha yang dijalankan (Runtu, Poputra, & Wangarry,

2015). Besarnya nilai ROI, semakin tinggi menunjukkan Kemampuan perusahaan yang semakin baik (Kasmir & Jakfar, 2017). Sebagian besar perusahaan menggunakan pendekatan ROI untuk memperoleh gambaran atas kinerja perusahaan, karena yang digunakan sebagai penyebut adalah total aset yang ada (Cardozo & Smith, 1983). Hasil perhitungan ROI usaha brownies siapi-api sebesar 112%, artinya usaha ini memiliki kemampuan untuk menghasilkan keuntungan, sehingga layak untuk dilanjutkan.

KESIMPULAN

Analisis dari aspek finansial menunjukkan bahwa R/C Ratio sebesar 2,12 yang artinya setiap pengeluaran biaya sebesar Rp.100 maka penerimaan sebesar Rp. 212, maka $R/C > 1$ berarti layak usaha. Aspek B/C Ratio sebesar 1,12 yang artinya setiap pengeluaran biaya sebesar Rp.100 maka penerimaan sebesar Rp. 212 sehingga usaha ini layak dijalankan ($B/C > 0$). Aspek yang terakhir yaitu ROI diperoleh sebesar 112%. Dengan demikian, usaha ini layak untuk dilanjutkan dan dikembangkan sebagai usaha untuk meningkatkan nilai ekonomis buah siapi-api, hasil hutan mangrove Baros Bantul.

UCAPAN TERIMAKASIH

Penelitian ini terlaksana atas pendanaan program Penelitian Dosen Pemula (PDP) Internal Universitas Ahmad Dahlan Tahun 2019 dengan Surat Perjanjian Pelaksanaan Penelitian Nomor: PDP-012/SP3/LPPM-UAD/2019.

DAFTAR PUSTAKA

- Cardozo, R. N., & Smith, D. K., 1983. **Applying Financial Portfolio Theory to Product Portfolio Decisions: An Empirical Study**. Journal of Marketing, Vol. 47 (2) : 110
<https://doi.org/10.2307/1251498>
- de Rezende, C. E., Kahn, J. R., Passareli, L., & Vásquez, W. F., 2015. **An Economic Valuation Of Mangrove Restoration In Brazil**. Ecological Economics, 120, 296–302.
<https://doi.org/10.1016/j.ecolecon.2015.10.019>
- Dinas Pariwisata., 2017. **Statistik Kepariwisataaan DIY Tahun 2017**. Dinas Pariwisata DIY, 114.
- Giri, C., Long, J., Abbas, S., Murali, R. M., Qamer, F. M., Pengra, B., & Thau, D., 2015. **Distribution and Dynamics Of Mangrove Forests Of South Asia**. Journal of Environmental Management, Vol 148 : 101–111.
<https://doi.org/10.1016/j.jenvman.2014.01.020>
- Handjojo, E. S., Syarief, R., & Sugiyono., 2017. **Analisis Kelayakan Bisnis Usaha Teh Papua (Vernonia amygdalina)**. MANAJEMEN IKM: Jurnal Manajemen Pengembangan Industri Kecil Menengah, Vol 12 (2) : 145–150.
<https://doi.org/10.29244/mikm.12.2.145-150>
- Herwanti, S., 2015. **Kajian Pengembangan Usaha Sirup Mangrove Di Desa Margasari Kecamatan Labuhan Maringgai Kabupaten Lampung Timur**. Jurnal Hutan Tropis, Vol 4 (1), 35–40.
- Ismi, T., 2014. **Valuasi Ekonomi Sumber Daya Mangrove Di Dusun Baros Desa Tirtoharjo Kecamatan Kretek Kabupaten Bantul**. Universitas Gadjah Mada, 1–3.

- Kasmir, & Jakfar., 2017. **Studi Kelayakan Bisnis** (cetakan ke 12). Jakarta: Prenamedia Group, Jakarta.
- Pasaribu, M. C., Prasmatiwi, F. E., & Murniati, K., 2016. **Analisis Kelayakan Finansial Usaha Tani Kakao di Kecamatan Bulok Kabupaten Tanggamus**. JIIA, Vol 4 (4) : 367–375. Retrieved from <http://sinta2.ristekdikti.go.id>
- Purnamasari, D., & Hendrawan, B. (2013). **Analisis Kelayakan Bisnis Usaha Roti Ceriwis sebagai Oleh-Oleh Khas Kota Batam**. Jurnal Akuntansi, Ekonomi Dan Manajemen Bisnis, Vol 3 (1), 83–87.
- Purwanti, P., Susilo, E., & Setijawati, D., 2016. **Analisis Pengembangan Usaha Berbasis Mangrove di Pantai Damas Kabupaten Trenggalek**. Journal of Innovation and Applied Technology, Vol 2 (1) : 217–225.
- Rahman, M. M., & Mahmud, M. A., 2018. **Economic Feasibility Of Mangrove Restoration In The Southeastern Coast Of Bangladesh**. Ocean and Coastal Management, Vol 161 : 211–221.
<https://doi.org/10.1016/j.ocecoaman.2018.05.009>
- Rina, N., & Yuriadi, R. W., 2019. **Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Mempertahankan Brand Image Brownies Amanda sebagai Kue Oleh-oleh Bandung**. Jurnal Lingkar Studi Komunikasi, Vol 5 (1): 66–73.
<https://doi.org/https://doi.org/10.25124/liski.v5i1>
- Runtu, T., Poputra, A., & Wangarry, A., 2015. **Pengaruh Tingkat Return on Investment (ROI), Net Profit Margin (NPM), Dan Debt to Equity Ratio (DER) Terhadap Harga Saham Perbankan Di Bursa Efek Indonesia (BEI)**. Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi, Vol 3 (4) : 470–477.
- Sabana, C., 2014. **Kajian Pengembangan Produk Makanan Olahan Mangrove**. Jurnal Ekonomi Dan Bisnis, Vol 14 (1) : 40–46.
- Sajari, I., Elfiana, & Martina. (2017). **Analisis Kelayakan Usaha Keripik Pada UD. Mawar Di Gampong Batee Ie Liek Kecamatan Samalanga Kabupaten Bireuen**. Jurnal S. Pertanian, Vol 1 (2) : 116–124.
- Syahrani, H. A. H. (2003). **Pengusahaan Kebun Hutan dengan Tanaman Buah Durian (Durio Zibethis Murr) Propinsi Kalimantan Timur**. Jurnal Ekonomi Pembangunan, Vol 8 (2) : 137–146.
- Yusendra, M. A. E. (2015). **Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pemilihan Destinasi Wisata Bagi Wisatawan Domestik Nusantara**. Jurnal Magister Manajemen, Vol 1(1) : 46–64.