

Analisis Kelayakan Bisnis pada Produk *Sustainable Fashion* untuk Mewujudkan SDGs Poin 12 dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Produk Cariyos)

Nadya Desi Aulia¹, Ahmad Ajib Ridlwan²

¹Program Studi Ekonomi Islam, Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Negeri Surabaya, Indonesia

²Program Studi Ekonomi Islam, Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Negeri Surabaya, Indonesia

Abstract

The production and consumption of fashion products has increased significantly, which is in line with the increase in the garment industry on a large and small scale. The garment industry produces main waste, namely the remaining fabric of fashion production which can cause environmental damage, such as water pollution, soil pollution, and the production of greenhouse gas emissions which can cause climate change, so sustainable fashion can be the right solution. The purpose of this research is to analyze the impact of a sustainable fashion business as a sustainable economic driver and a form of implementation of SDGs point 12 into a viable business using the Islamic business feasibility study analysis method. The method used in this research is descriptive-qualitative through analysis on 5 aspects of business feasibility studies, namely environmental aspects, technology and markets and marketing, competition and finance in an Islamic perspective. The results showed that based on the sharia business feasibility study on environmental aspects, technical and technological aspects, competitive aspects, market and marketing aspects and financial aspects, Cariyos products are said to be feasible to execute.

Article history:

Received : 2023-10-24
Revised : 2023-11-13
Accepted : 2023-11-27
Available : 2023-12-25

Keywords:

Environment, Fashion
Industry, Business
Feasibility, Sustainable
Fashion, Product

Paper type: Research paper

Please cite this article:

Aulia, Nadya Desi., Ridlwan, Ahmad Ajib. "Analisis Kelayakan Bisnis pada Produk Sustainable Fashion untuk Mewujudkan SDGs Poin 12 dalam Perspektif Islam (Studi Kasus Produk Cariyos)." *Balanca: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam* [ONLINE], Volume 5 Issue 2 (December, 2023): 86-104.

***Corresponding author:**

ndesiaulia@gmail.com
DOI: 10.35905/balanca.v5i2.7054
Page: 86-104
BALANCA with CC BY license. Copyright © 2021, the author(s)

PENDAHULUAN

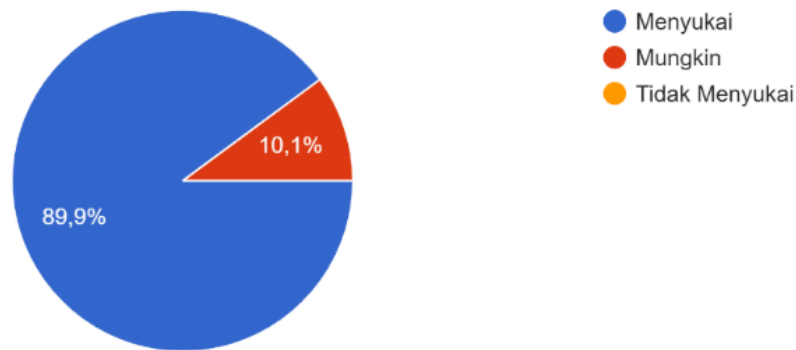
Indonesia telah menunjukkan kesediaannya untuk berpartisipasi dalam memanfaatkan peluang dan keuntungan yang dihasilkan oleh perubahan tren fesyen bersama dengan Brazil, Bangladesh, India, Turki, dan Tiongkok (Bestari, 2020). Berdasarkan riset yang dilakukan pada tahun 2021 oleh *Katadata Insight Center* (KIC) dan PT Lingkar Niaga Solusindo (SIRCLO), item fesyen dan aksesoris menjadi item yang paling populer dan sering dibeli pelanggan saat berbelanja *online* dengan 71% pelanggan menelusuri item tersebut dan 66,6% memilih untuk melakukan pembelian.

Tas merupakan salah satu bagian dari industri fesyen. Tingginya tingkat konsumsi dan tren masyarakat pada produk fesyen selaras dengan pertumbuhan jumlah industri garmen di Indonesia. Kementerian Perindustrian (Kemenperin) memprediksi bahwa industri garmen mampu mengalami pertumbuhan pada angka 10,44% di tahun 2022. Industri garmen dalam skala besar maupun kecil (penjahit busana rumahan) menghasilkan limbah berupa sisa-sisa kain yang terbuang dan tidak termanfaatkan secara optimal. Apabila limbah tersebut menumpuk akan mengakibatkan kerusakan ekosistem yang dapat menimbulkan polusi air, polusi tanah, hingga menghasilkan gas emisi rumah kaca yang mengakibatkan perubahan iklim. Hal tersebut memberikan pemahaman kepada akademisi, masyarakat, dan pemerintah tentang pentingnya menjaga keseimbangan lingkungan dengan memproduksi dan berkonsumsi secara berkelanjutan.

Pada tanggal 25 September 2015, Perserikatan Bangsa-Bangsa (PBB) menetapkan *Sustainable Development Goals* (SDGs) yang umumnya dikenal sebagai Agenda Pembangunan Berkelanjutan 2030. SDGs terdiri dari 17 tujuan yang membahas berbagai topik termasuk pengentasan kemiskinan, menjaga kelestarian lingkungan, meningkatkan kesejahteraan, dan membangun kemitraan pembangunan. Tujuan tersebut dimaksudkan sebagai panduan bagi semua negara untuk berkolaborasi dalam mencapai pembangunan berkelanjutan. Hadirnya *Sustainable Development Goals* (SDGs) selaras dengan tujuan ekonomi Islam untuk memberikan kesejahteraan sosial serta sikap kepedulian terhadap lingkungan maupun semua makhluk ciptaan Allah SWT. Melalui salah satu tujuan SDGs poin 12 yaitu produksi dan konsumsi yang bertanggungjawab, sudah sepantasnya sebagai masyarakat muslim mampu berkontribusi dalam menjaga keseimbangan lingkungan.

Cariyos menjadi salah satu produk *sustainable fashion* yang mendukung tujuan SDGs pada poin ke-12. Produk ini berupa totebag ramah lingkungan yang terbuat dari bahan sisa industri garmen dengan *quality control* secara maksimal untuk menghasilkan totebag terbaik sebagai tas belanja, tas sekolah hingga tas kuliah yang *trendy*. Berdasarkan Gambar 2 yang menampilkan hasil studi pasar terhadap 100 responden

menunjukkan bahwa produk Cariyos mendapat respon positif sebesar 89,9% dan mungkin disukai sebesar 10,1%. Hal ini menjadi peluang bagi terwujudnya bisnis *totebag* ramah lingkungan.



Gambar 1. Penilaian Responden Terhadap Produk Cariyos

Penelitian yang dilakukan oleh Irmayati, Fasa dan Suharto (2022) mengenai analisis kesadaran industri fesyen sebagai upaya untuk mewujudkan tujuan pembangunan berkelanjutan melalui produksi dan konsumsi *sustainable fashion* dalam pandangan ekonomi Islam yang bertujuan untuk memberikan pemahaman tentang industri fesyen yang sedang berkembang pesat. Tetapi banyak pelaku industri yang masih mengabaikan isu lingkungan yang krusial saat ini. Penelitian ini menunjukkan bahwa dalam sudut pandang ekonomi Islam, Islam telah menekankan pentingnya pembangunan berkelanjutan, yang mengharuskan pemanfaatan hasil alam dengan penuh kesadaran sebagai bagian amanah dari Allah SWT. Sehingga perlu adanya edukasi pada produsen dan konsumen tentang konsep *sustainable fashion* sejak saat ini, mengingat tingginya akibat yang ditimbulkan oleh industri tekstil dan pakaian terhadap lingkungan.

Penelitian selanjutnya dilakukan oleh Lestari dan Wahyudin (2022) tentang analisis kelayakan perancangan dan pengembangan usaha kursi multifungsi yang bertujuan untuk mengevaluasi kelayakan bisnis dalam perancangan serta pengembangan produk kursi multifungsi dengan pendekatan yang terstruktur, yang mencerminkan kebutuhan dan ekspektasi pelanggan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa setelah mengevaluasi faktor-faktor seperti aspek keuangan, aspek hukum, aspek teknis dan teknologi, aspek pasar dan pemasaran, aspek organisasi, serta aspek persaingan dan aspek ekonomi dapat disimpulkan bahwa rencana pembuatan produk kursi multifungsi yang akan diluncurkan dari tahun 2021 hingga 2023 memiliki tingkat kelayakan yang tinggi.

Selaras dengan hasil pada kedua penelitian tersebut, konsep *sustainable fashion* merupakan hal yang sangat penting diterapkan pada

industri fesyen. *Sustainable fashion* atau fesyen berkelanjutan dalam perspektif Islam adalah evolusi dari upaya-upaya Islam untuk mencapai keseimbangan antara aspek lingkungan, ekonomi, dan sosial (Aburounia dan Sexton, 2006). Dari sudut pandang Islam, mardhatillah, atau keridhaan Allah SWT adalah tujuan akhir dari fesyen berkelanjutan. Oleh karena itu, perlu adanya penelitian untuk menganalisis suatu bisnis maupun produk *sustainable fashion* agar dapat diukur kelayakannya dalam memasuki pasar fesyen. Salah satunya pada produk Cariyos. Untuk menentukan apakah bisnis produk Cariyos ini bisa dioperasikan, harus dilakukan studi kelayakan yang sesuai. Studi kelayakan dilakukan dengan mempertimbangkan sejumlah faktor yaitu melalui aspek lingkungan, aspek teknis dan teknologis, aspek pasar dan pemasaran, aspek persaingan dan aspek *financial* (Lestari dan Wahyudin, 2022). Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dampak yang ditimbulkan oleh suatu bisnis *sustainable fashion* sebagai penggerak perekonomian secara berkelanjutan serta wujud implementasi SDGs poin ke 12 menjadi bisnis yang layak dijalankan menggunakan metode analisis studi kelayakan bisnis Islam.

LANDASAN TEORI

Studi Kelayakan Bisnis Islam

Studi kelayakan bisnis adalah tinjauan terhadap suatu rencana bisnis yang menganalisis apakah bisnis tersebut layak dijalankan serta dioperasikan dalam jangka panjang untuk mencapai keuntungan yang maksimal (Sunyoto, 2014). Berdasarkan data dan informasi yang ada, sebuah bisnis dapat dianalisis secara kritis dengan diukur dan dihitung menggunakan teknik tertentu (Nasution, 2019).

Kelayakan bisnis Islam merupakan kelangsungan hidup perusahaan atau bisnis halal syariah dalam kaitannya dengan pengembangan bisnis dan perencanaan investasi awal. Studi kelayakan bisnis Islam dapat didefinisikan sebagai alat analisis yang dapat digunakan manajemen untuk menilai proposal proyek bisnis yang menguntungkan dan sesuai dengan syariat Islam (Agustin, 2017). Menurut Putri dan Siregar (2023), dalam menjalankan bisnis Islam ada beberapa prinsip dasar yang harus dipatuhi yaitu sebagai berikut :

1. Tauhid

Keyakinan yang teguh terhadap keesaan Allah SWT adalah syarat utama dalam kegiatan ekonomi (produksi, penjualan, dan pembelian). Segala sesuatu diciptakan oleh Allah SWT dan segala sesuatu adalah tanggung jawab manusia.

2. Keseimbangan

Aktivitas ekonomi dalam Islam bertujuan untuk menjaga keseimbangan, harta yang kita belanjakan tidak semata-mata untuk kesenangan atau kepuasan diri sendiri, tetapi juga untuk orang lain.

3. Kehendak Bebas

Dalam etika bisnis Islam, kebebasan merupakan hal utama yang tidak boleh merusak kepentingan orang lain. Islam memperbolehkan umatnya untuk melakukan hal-hal baru dalam bertransaksi bisnis asalkan hal tersebut bukan termasuk apa yang diharamkan. Masyarakat dan pelaku bisnis diberi kebebasan untuk memproduksi dan mengonsumsi. Namun, tetap berpegang pada prinsip-prinsip ekonomi Islam.

4. Tanggungjawab

Setiap kegiatan ekonomi yang dilakukan umat muslim (konsumen dan produsen) harus mampu dipertanggungjawabkan di hari akhir kelak. Oleh karena itu, kegiatan ekonomi Islam harus dilaksanakan sesuai dengan syariat Islam.

5. Ihsan

Etika bisnis Islam harus berdasarkan pada Al-Qur'an dan Hadist dengan tindakan utama yaitu melakukan perbuatan ihsan (baik) yang mampu memberikan manfaat pada orang lain.

Selain adanya prinsip dasar dalam berbisnis pada perspektif Islam, menurut Lestari dan Wahyudin (2022) ada beberapa aspek dalam menganalisis kelayakan bisnis yaitu sebagai berikut:

1. Aspek lingkungan
2. Aspek teknis dan teknologi
3. Aspek persaingan
4. Aspek pemasaran
5. Aspek financial

Sustainable Development Goals (SDGs)

Sustainable Development Goals (SDGs) atau yang disebut dengan Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (TPB) merupakan seperangkat tujuan yang digunakan sebagai panduan dalam penyusunan kerangka kerja pembangunan internasional untuk 15 tahun ke depan yakni sejak tahun 2015 hingga tahun 2030 (Wahyuningsih, 2017).

Indikator untuk konsep pembangunan SDGs berasal dari tiga pilar yakni *Human Development* sebagai indikator pertama yang melekat pada pembangunan manusia, meliputi pendidikan dan kesehatan. Ketersediaan sarana dan prasarana lingkungan, serta pertumbuhan ekonomi, merupakan bagian dari indikator kedua yang terkait dengan lingkungan kecil (*Social Economic Development*). Serta ketersediaan sumber daya alam dan kualitas lingkungan yang tinggi terkait dengan lingkungan yang lebih luas (*Environmental Development*) menjadi indikator ketiga. SDGs memiliki 17 tujuan diantaranya :

1. Tanpa kemiskinan
2. Tanpa kelaparan

3. Kesehatan yang baik dan kesejahteraan menjamin
4. Pendidikan berkualitas
5. Kesetaraan gender
6. Air bersih dan sanitasi
7. Energi bersih dan terjangkau
8. Pertumbuhan ekonomi dan pekerjaan yang layak
9. Industri, inovasi dan infrastruktur
10. Berkurangnya kesenjangan
11. Kota dan pemukiman yang berkelanjutan
12. Konsumsi dan produksi yang bertanggungjawab
13. Penanganan perubahan iklim
14. Ekosistem lautan
15. Ekosistem daratan
16. Perdamaian, keadilan dan kelembagaan yang tangguh
17. Kemitraan untuk mencapai tujuan

Sustainable Fashion dalam Perspektif Islam

Ajaran Islam menyeimbangkan antara urusan dunia dan akhirat. Tiga prinsip utama dalam perspektif Islam adalah Tauhid, Khalifah, dan Adl. Dari semua prinsip tersebut, tauhid adalah yang paling penting karena menyiratkan bahwa Allah SWT adalah pencipta alam semesta seperti yang telah dibentuk dan diciptakan. Setiap hal yang Allah SWT ciptakan memiliki tujuan yang baik di alam semesta (Irmayanti, dkk, 2022).

Fesyen berkelanjutan dalam perspektif Islam adalah evolusi dari upaya-upaya Islam untuk mencapai keseimbangan antara aspek lingkungan, ekonomi, dan sosial (Abuounia dan Sexton, 2006). Dari sudut pandang Islam, mardhatillah, atau keridhaan Allah SWT, adalah tujuan akhir dari fesyen berkelanjutan. Jika Allah menganugerahkan keridhaan-Nya (mardhatillah) kepada umat manusia, kemakmuran dan kesejahteraan akan memiliki arti yang sesungguhnya karena tidak terbatas pada keberadaan manusia di dunia ini saja, tetapi juga meluas ke keberadaan manusia di akhirat. Dasar dari kedua persyaratan tersebut adalah matlamat atau mencari keridhaan Allah. Prinsip fesyen berkelanjutan merupakan perencanaan strategis yang merupakan tempat terbaik untuk memasukkan pembangunan berkelanjutan secara ekologis, atau *Ecologically Sustainable Development* (ESD), ke dalam sistem perencanaan dan pembangunan (Irmayanti, dkk, 2022).

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan yaitu deskriptif-kualitatif. Penelitian kualitatif dapat dianggap sebagai *human instrument* karena berfungsi untuk menetapkan tujuan penelitian, memilih informan sebagai

sumber data, melaksanakan pengumpulan data, mengevaluasi kualitas data yang dikumpulkan, menganalisis data, menafsirkan data serta menarik kesimpulan dari hasil penelitian (Sugiyono, 2016). Penelitian dimaksudkan untuk menganalisis kelayakan bisnis totebag ramah lingkungan sebagai produk *sustainable fashion* melalui aspek lingkungan, aspek teknis dan teknologi, aspek pasar dan pemasaran, aspek persaingan dan aspek *financial* melalui metode ilmiah.

Pada penelitian ini menggunakan dua sumber data, meliputi data primer serta data sekunder. Data primer diperoleh secara langsung melalui hasil kuisioner yang berisi pendapat responden dalam menilai berbagai aspek kelayakan usaha diantaranya, aspek lingkungan untuk menganalisis akibat yang ditimbulkan oleh produk, aspek pasar dan pemasaran berfungsi untuk mengetahui produk yang ditawarkan memiliki peluang untuk berhasil di pasaran atau tidak, aspek teknis dan teknologi untuk memastikan bahwa produk atau jasa yang dijual memiliki kualitas yang baik dan sesuai dengan kebutuhan pasar serta diproduksi sesuai dengan ketersediaan teknologi, serta aspek keuangan untuk menghitung untung atau rugi suatu produk dan menjadi landasan untuk menentukan berhasil tidaknya perusahaan tersebut beroperasi. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini antara lain 1% dari jumlah penduduk Kota Surabaya tahun 2022 yaitu 29.728 jiwa dengan kriteria mereka adalah pelajar dan pekerja yang pernah menggunakan totebag. Penelitian ini menggunakan sampel acak, pengambilan sampel secara acak memberikan kesempatan yang sama kepada setiap anggota populasi untuk dipilih. Untuk penentuan jumlah sampel, peneliti menerapkan rumus Taro Yamane (1973), sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{Nd^2 + 1}$$

$$n = \frac{29.728}{29.728}$$

$$n = \frac{297.280 \times 0.01 + 1}{29.728}$$

$$n = \frac{298,28}{298,28}$$

$$n = 99,66 \text{ dibulatkan menjadi } 100$$

Dengan demikian, jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 100 responden yang dianggap cukup untuk melaksanakan penelitian. Data sekunder diperoleh melalui kajian literatur dengan menyimpulkan teori-teori yang dimanfaatkan untuk mendukung penelitian dan bertindak dalam pengumpulan data menyeluruh untuk mengatasi suatu masalah. Landasan teori didapatkan dari buku atau sumber literatur lain yang berkaitan dengan penelitian. Literatur-literatur yang digunakan adalah analisis studi kelayakan yang meliputi aspek lingkungan, aspek pasar dan pemasaran, aspek teknis dan teknologi, aspek persaingan, dan aspek finansial.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Cariyos merupakan inovasi totebag bermotif cerita rakyat Jawa Timur dengan pemanfaatan limbah garmen (*fashion waste*) berbasis *Augmented Reality*. Totebag ramah lingkungan ini terbuat dari bahan sisa industri garmen dengan *quality control* secara maksimal untuk menghasilkan totebag terbaik sebagai tas belanja, tas sekolah hingga tas kuliah yang trendy. Cariyos memiliki motif cerita rakyat Jawa Timur yang menarik dengan penyajian tokoh cerita rakyat dalam totebag Cariyos dalam bentuk *Augmented Reality* sehingga sangat cocok sebagai media pembelajaran digital yang interaktif, bermanfaat dan berdaya guna tinggi.



Gambar 2. Produk Cariyos

Cariyos hadir sebagai langkah preventif adanya arus globalisasi yang mana juga memiliki akibat negatif pada kemajuan zaman. Salah satunya yaitu terkikisnya rasa cinta pada kebudayaan lokal nusantara. Hal tersebut dikarenakan adanya budaya asing yang masuk dengan cepat dan bebas ke Indonesia. Kebudayaan lokal adalah warisan yang harus senantiasa dilestarikan, dijunjung tinggi dan dibanggakan. Namun, generasi muda saat ini justru tidak mengenal kebudayaan lokal daerahnya masing-masing salah satunya cerita rakyat. Cerita rakyat adalah karya sastra yang diwariskan oleh nenek moyang dari generasi ke generasi, namun pada kenyataannya cerita rakyat pada era saat ini tidak lagi menarik dan dinilai monoton yang mengakibatkan cerita rakyat Indonesia diklaim oleh bangsa lain.

Dalam hal literasi global, data UNESCO menyebutkan bahwa Indonesia berada di peringkat kedua terakhir dengan minat membaca yang relatif sedikit. Data UNESCO menunjukkan bahwa hanya 0,001 % masyarakat Indonesia yang berminat membaca. Dengan kata lain, hanya satu dari seribu orang Indonesia membaca. Mirisnya meski minat baca

masyarakat sangat rendah namun berdasarkan data dari Kominfo 98% anak-anak dan remaja Indonesia tahu tentang internet pada *smartphone* dan sebanyak 79,5% anak-anak maupun remaja di Indonesia merupakan pengguna *smartphone*. Era pengetahuan saat ini sangat menjunjung tinggi literasi (Nurchaili, 2016). Namun, literasi pada saat ini belum mendarah daging dalam masyarakat Indonesia. Disisi lain, limbah industri garmen berupa kain-kain sisan produksi masih belum termanfaatkan secara optimal dan menumpuk hingga menyebabkan berbagai dampak buruk bagi lingkungan. Sehingga, adanya produk Cariyos dapat menjadi produk berdaya guna tinggi untuk mendukung tujuan SDGs pada poin ke 12 mengenai produksi dan konsumsi yang berkelanjutan.

Produk Cariyos merupakan inovasi baru yang akan hadir di pasaran, oleh karena itu penting dilakukannya suatu studi kelayakan bisnis. Studi kelayakan bisnis merupakan serangkaian tindakan yang berfungsi untuk meneliti bisnis secara menyeluruh untuk melihat apakah usaha tersebut dapat berhasil dioperasikan (Kasmir, 2013). Sedangkan, studi kelayakan bisnis syariah adalah suatu proses analisis kelayakan bisnis yang halal berdasarkan syariah untuk merencanakan investasi dan pengembangan usaha (Agustin & Hamdi, 2017). Bisnis yang dikatakan layak dalam perspektif Islam merupakan bisnis yang memenuhi konsep halal dari jenis usaha hingga pelaksanaan usahanya (Rivai, 2012). Sebagaimana pada firman Allah pada Al-Qur'an Surat Al-Baqarah ayat 172 dan Surat Al-Maidah ayat 168.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا كُلُوا مِن طَيِّبَاتِ مَا رَزَقْنَاكُمْ وَاشْكُرُوا لِلَّهِ إِن كُنتُمْ إِيَّاهُ تَعْبُدُونَ

Artinya : “Wahai orang-orang yang beriman, makanlah apa-apa yang baik yang Kami anugerahkan kepadamu dan bersyukurlah kepada Allah jika kamu benar-benar hanya menyembah kepada-Nya.” (QS. Al-Baqarah [2]:172).

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا ۚ وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِينٌ

Artinya : “Wahai manusia! Makanlah dari (makanan) yang halal dan baik yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah setan. Sungguh, setan itu musuh yang nyata bagimu.” (QS. Al-Maidah[5]:168)

Ayat tersebut menegaskan mengenai pentingnya konsumsi halal dalam Islam, konsumsi yang dimaksudkan di sini tidak hanya terbatas pada makanan dan minuman saja namun juga pada apa yang kita gunakan serta kita beli. Selain itu, umat muslim juga diperintahkan untuk bekerja dengan cara halal dan mengalokasikan dengan membeli barang-barang sesuai kebutuhan melalui cara yang baik juga.

Penelitian studi kelayakan bisnis produk Cariyos meliputi 5 aspek yaitu sebagai berikut :

1. Aspek Lingkungan

Memperhatikan aspek keseimbangan lingkungan merupakan hal penting dalam memproduksi barang atau jasa oleh suatu industri. Sumber daya alam yang digunakan sebagai bahan-bahan produksi harus dapat dimanfaatkan secara optimal, terutama pada produksi dalam industri fesyen (Irmayanti, dkk, 2022). Islam telah mengatur bagaimana seorang muslim berpenampilan dengan baik, yaitu pada Al-Qur'an Surat Al-A'raf ayat 31.

يَبْنِيْ اٰدَمَ خُذُوْا زِيْنَتَكُمْ عِنْدَ كُلِّ مَسْجِدٍ وَكُلُوْا وَاشْرَبُوْا وَلَا تُسْرِفُوْا اِنَّهٗ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِيْنَ

Artinya: “Hai anak Adam, pakailah pakaianmu yang indah di setiap (memasuki) masjid, makan dan minumlah, dan janganlah berlebih-lebihan. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berlebih-lebihan” (QS. Al-A'raf[7]:31)

Ayat tersebut memberikan makna bahwa selain makan dan minum yang tidak boleh berlebih, dalam berpakaian juga demikian. Sebagai umat muslim, kita memiliki tanggung jawab penuh atas apa yang kita pakai. Pakaian maupun barang yang digunakan harus sesuai dengan kebutuhan serta fungsinya, bukan mengikuti dunia mode saja. Penting bagi produsen industri *fesyen* untuk mengetahui pentingnya *sustainable fashion* untuk menciptakan kesejahteraan lingkungan. Hal tersebut telah dipaparkan pada Firman Allah dalam Al-Qur'an Surat Al-A'raf ayat 56.

وَلَا تُفْسِدُوْا فِى الْاَرْضِ بَعْدَ وِصْلَاجِهَا وَادْعُوْهُ خَوْفًا وَطَمَعًا اِنَّ رَحْمَتَ اللّٰهِ قَرِيْبٌ مِّنَ الْمُحْسِنِيْنَ

Artinya : “Dan janganlah kamu berbuat kerusakan di bumi setelah (diciptakan) dengan baik. Berdoalah kepada-Nya dengan rasa takut dan penuh harap. Sesungguhnya rahmat Allah sangat dekat kepada orang yang berbuat kebaikan.” (QS. Al-A'raf[7]:56)

Pada ayat tersebut memiliki makna bahwa Allah SWT sudah memberikan sumber daya yang melimpah, sumber daya tersebut harus dimanfaatkan dengan seimbang tanpa merusak bumi. Termasuk pada industri fesyen selain memanfaatkan sumber daya yang tersedia, produsen juga harus menyadari pentingnya menjaga keseimbangan lingkungan tanpa merugikan siapapun. Oleh karena itu, fesyen berkelanjutan merupakan solusi yang tepat untuk tetap memberikan produk terbaik dengan tanggung jawab lingkungan yang baik.

Fesyen berkelanjutan dalam perspektif Islam didefinisikan sebagai pembangunan berkelanjutan dalam Islam merupakan upaya untuk

mencapai keseimbangan antara ekonomi, lingkungan, dan masyarakat (Aburounia & Sexton, 2006). Menurut pandangan dunia Islam, fesyen berkelanjutan adalah model yang didasarkan pada konsep kehidupan yang baik (*hayat thoyyibah*) dan memiliki empat dimensi utama, yaitu keadilan (*adl*), keunggulan (*ihsan*), modal sosial (*arham*), dan batas kerusakan (*fasad*). Fesyen berkelanjutan harus memperhatikan keadilan dalam semua aspek produksinya, termasuk hak-hak pekerja dan lingkungan hidup. Selain itu, fesyen berkelanjutan juga harus mencapai keunggulan dalam kualitas produk dan proses produksinya. Modal sosial juga harus diperhatikan dalam fesyen berkelanjutan, yaitu dengan membangun hubungan yang baik antara produsen, konsumen, dan masyarakat secara umum. Hal yang terpenting, fesyen berkelanjutan harus memperhatikan batas kerusakan, yaitu dengan meminimalkan dampak negatif produksi terhadap lingkungan hidup dan masyarakat. Dengan memperhatikan empat dimensi tersebut, *fesyen berkelanjutan* dapat menjadi model yang berkelanjutan dan sesuai dengan pandangan dunia Islam. (Al-Jayyousi, 2016).

Selain itu, fesyen berkelanjutan juga dapat membantu mencapai *Sustainable Development Goals* (SDGs) dengan kegiatan produksi dan konsumsi yang berkelanjutan, hal ini sesuai pada tujuan pembangunan nasional pada poin ke 12. Dalam aspek lingkungan, Cariyos merupakan *produk* fesyen berkelanjutan yang mendukung tujuan berkelanjutan pada poin ke 12. Hal ini memiliki makna bahwa usaha Cariyos memiliki tanggungjawab lingkungan yang baik, tidak hanya pada pelanggan dengan menghadirkan *totebag* ramah lingkungan yang menarik, namun juga pada industri garmen dalam skala besar dan kecil dengan mengelola limbah kain sisa hasil produksi menjadi produk berdaya guna tinggi.

2. Aspek Teknis dan Teknologi

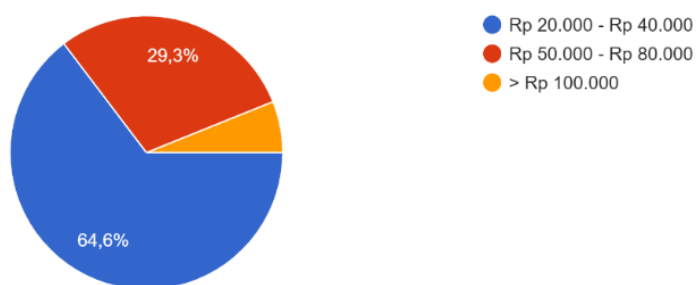
Aspek ini berhubungan terhadap peralatan yang diperlukan, mesin produksi, tenaga kerja, bahan baku, mesin dan tenaga kerja (Nuravianti & Fitriani, 2021). Pada aspek teknis dan ketersediaan teknologi menganalisis mengenai kebutuhan tempat produksi dan penjualan, peralatan, bahan baku, mesin dan tenaga kerja yang dibutuhkan pada proses produksi *totebag* Cariyos. Tempat produksi dan penjualan Cariyos adalah pada lokasi yang strategis, memiliki akses transportasi yang mudah dijangkau serta berada pada Kota Surabaya karena dekat dengan lokasi bahan baku yaitu industri garmen skala besar maupun kecil di Kota Surabaya.

Tenaga kerja yang dibutuhkan pada proses produksi Cariyos yaitu 2 orang sebagai penjahit, 1 orang sebagai pencetak sablon motif, 1 orang pada bagian sortir dan *quality control*, 1 orang pada bagian packing dan 2 orang sebagai pemasar. Sehingga total tenaga kerja yang

dibutuhkan adalah 7 orang. Jumlah tersebut dapat bertambah seiring bertambahnya kapasitas produksi Cariyos.

Adapun teknologi atau peralatan yang digunakan dalam memproduksi Cariyos didapat dengan cara yang halal dengan pembelian secara tunai. Peralatan yang digunakan untuk memproduksi Cariyos adalah 2 unit mesin jahit, 1 unit printer sablon, 1 unit mesin *heat press* 3838cm, 10 unit gunting jahit dan 10 unit meteran jahit.

Bahan baku yang dibutuhkan untuk memproduksi totebag Cariyos adalah sisa-sisa kain pada industri garmen yang tidak termanfaatkan sehingga bahan baku ini mudah untuk ditemukan. Proses produksi totebag Cariyos diawali dengan memperoleh bahan baku dengan berat sekitar 25 kg. Sebelum dijadikan bahan baku, sisa-sisa kain tersebut disortir terlebih dahulu untuk menghasilkan totebag dengan kualitas terbaik. Selanjutnya yaitu proses pemotongan kain sesuai pola totebag yang sudah dibuat, setelah kain dipotong kemudian dijahit dengan rapi dan diberi resleting pada bagian atas totebag. Totebag Cariyos memiliki kantong kecil di dalamnya yang dapat difungsikan sebagai tempat barang-barang kecil konsumen seperti kunci rumah, uang, dan lainnya. Setelah pembuatan totebag telah selesai, selanjutnya yaitu tahap penyablonan motif cerita rakyat sebagai ciri khas totebag Cariyos. Dalam satu kali produksi mampu menghasilkan hingga 100 buah totebag dalam satu hari kerja, Cariyos akan diproduksi 3 kali dalam satu minggu sehingga apabila terhitung dalam satu bulan terdapat 12 hari kerja maka dapat menghasilkan hingga 1.200 buah. Berdasarkan hasil survey yang dilakukan pada 100 responden pada Gambar 3 terpilih rentang harga jual produk Rp 20.000 – Rp 40.000 sehingga harga jual Rp 26.000 sesuai dengan keinginan responden sebagai calon konsumen.



Gambar 3. Rentang Harga yang Diinginkan Responden

Berdasarkan analisis aspek teknis dan teknologi, memiliki kesimpulan bahwa usaha totebag Cariyos layak untuk dioperasikan sesuai syariat Islam, karena dalam proses sortir bahan baku serta produksi tidak melanggar syariat Islam dan mengutamakan kebersihan serta kualitas produk yang dihasilkan.

3. Aspek Pasar dan Pemasaran

Pada kaitannya dengan adanya penerapan prinsip syariah, produk Cariyos merupakan produk fesyen halal dengan metode produksi serta kegiatan pemasaran yang dilaksanakan sesuai pada prinsip syariat Islam. Proses sortir dan *quality control* limbah garmen memiliki standar mutu produk yang baik, termasuk dalam hal kebersihan kain yang digunakan dan tempat produksi. Adapun pangsa pasar yang akan dituju menggunakan empat aspek segmentasi yaitu geografis, demografis, sosiologis dan psikologis adalah sebagai berikut :

a. Geografis

Aspek geografis ditentukan berdasarkan tempat tinggal atau lokasi calon konsumen yang akan dituju. Produk Cariyos memiliki target konsumen di wilayah perkotaan yang diawali pada Kota Surabaya dan sekitarnya.

b. Demografis

Aspek demografis dapat diukur melalui beberapa faktor, diantaranya jenis kelamin, usia serta kelas perekonomian target konsumen yang akan dituju. Produk Cariyos dapat digunakan oleh perempuan maupun laki-laki dengan usia >10 tahun pada kelas perekonomian menengah karena menggunakan bahan baku limbah kain sehingga harga yang ditawarkan cocok untuk kelas menengah.

c. Sosiologis

Aspek sosiologis ditentukan berdasarkan budaya atau kehidupan sosial bermasyarakat target konsumen yang akan dituju, produk Cariyos akan ditargetkan pada masyarakat yang menyukai menggunakan *totebag* saat berbelanja, berkuliah maupun membawa barang. Selain itu, juga ditargetkan pada masyarakat yang gemar mengoleksi produk fesyen yang unik, trendy dan bernilai seni tinggi.

d. Psikologis

Aspek psikologis ditentukan berdasarkan keadaan dalam diri seseorang yang mampu mempengaruhi minat beli dari target konsumen yang akan dituju. Produk Cariyos ditargetkan pada masyarakat yang menyukai produk fesyen daur ulang, memiliki rasa cinta pada kebudayaan lokal dan kesadaran tinggi untuk melestarikannya melalui produk yang unik.

4. Aspek Persaingan

Cariyos memiliki keunggulan dengan menambah nilai guna limbah kain menjadi produk yang bermanfaat, selain itu Cariyos juga mendukung tujuan SDGs terutama pada poin ke 12 mengenai produksi dan konsumsi yang berkelanjutan sehingga produk ini telah berpartisipasi dalam meningkatkan kesadaran masyarakat muslim pada

penggunakan tas ramah lingkungan. Berdasarkan hasil analisis produk sejenis, Cariyos memiliki beberapa keunggulan dibandingkan tas lainnya. Berikut merupakan hasil analisis kompetitor Cariyos :

Tabel 1. Analisis Kompetitor

Aspek	Cariyos	Produk A	Produk B	Produk C
Bahan baku mudah dijumpai	√	√	√	√
Bermotif menarik	√	√	√	X
Memiliki unsur edukasi	√	X	X	X
Mudah ditemukan	√	√	√	√
Memiliki unsur teknologi	√	X	X	X
Harga	Rp 26.000	Rp 17.028	Rp 21.999	Rp 28.900

Beberapa kelebihan yang dimiliki oleh pesaing produk totebag adalah harga yang lebih murah namun motif yang dimiliki kurang unik serta pangsa pasar yang sudah meluas. Strategi yang diterapkan oleh Cariyos agar dapat bersaing secara sehat di pasaran yaitu menggunakan marketing mix 4P, sebagai berikut :

a. *Product*

Produk Cariyos merupakan totebag bermotif cerita rakyat Jawa Timur dengan bahan baku limbah industri garmen yaitu kain sisa produksi melalui proses sortir dan *quality control* yang maksimal. Selain menjadi produk ramah lingkungan yang dapat digunakan berulang kali sebagai tas belanja, tas sehari-hari hingga tas sekolah maupun kuliah, Cariyos juga dapat digunakan sebagai media edukasi mengenai cerita rakyat yang disajikan dalam bentuk sablon serta *Augmented Reality* (AR).

b. *Price*

Harga yang ditawarkan untuk satu unit totebag Cariyos yaitu sebesar Rp 26.000. Harga tersebut cukup terjangkau dan kompetitif dibandingkan dengan harga produk pesaing di pasaran. Harga yang ditawarkan juga sebanding dengan kualitas dan manfaat yang diperoleh konsumen setelah membeli produk Cariyos.

c. *Place*

Cariyos akan dipasarkan melalui kantor operasional yang berlokasi pada Kota Surabaya, Jawa Timur serta pada berbagai *marketplace online* seperti Shopee, Tokopedia dan Lazada. Hal tersebut dipilih untuk menekan biaya pemasaran produk seperti sewa ruko serta mampu menjangkau wilayah pemasaran hingga ke seluruh wilayah Indonesia melalui proses pemesanan dan pengiriman yang praktis.

d. *Promotion*

1) *Online and Offline Marketing*

Pemasaran *offline* dilakukan di kantor operasional Cariyos yaitu di Kota Surabaya pada letak lokasi yang mudah dijangkau. Untuk pemasaran secara *online*, Cariyos memiliki akun official pada beberapa sosial media yaitu Instagram, Youtube, Tiktok dan Whatsapp. Manajemen pengelolaan sosial media dikonsep secara menarik dan interaktif melalui konten-konten yang berkaitan dengan perilaku *go green* serta kegiatan-kegiatan yang melibatkan *customer segments* secara menyeluruh.

2) *Social-Economy Program*

Cariyos akan terlibat pada berbagai program-program sosial dan ekonomi, seperti pameran produk lokal dan UMKM dan penyuluhan kesadaran lingkungan pada masyarakat. Selain itu, Cariyos juga akan berpartisipasi pada berbagai *event* yang diadakan oleh komunitas-komunitas pecinta lingkungan di wilayah Kota Surabaya, Jawa Timur.

3) *Periklanan*

Sarana periklanan offline dilakukan dengan mencetak brosur yang akan dibagikan pada masyarakat untuk meningkatkan *brand awareness* produk Cariyos. Sedangkan untuk sarana periklanan online, Cariyos memanfaatkan fitur *Ads* dari beberapa sosial media seperti Instagram *Ads*, Youtube *Ads* dan Tiktok *Ads*. Disisi lain, Cariyos akan memanfaatkan mesin pencari di Google untuk meningkatkan visitabilitas produk di hasil pencarian Google melalui pengoptimalan SEO.

4) *Word of Mouth (WOM)*

Cariyos akan terus meningkatkan kualitas produk agar konsumen yang sudah membeli dapat merekomendasikan Cariyos dari mulut ke mulut pada orang-orang terdekatnya.

Berdasarkan hasil analisis persaingan serta strategi bersaing yang sehat, maka dapat disimpulkan bahwa Cariyos layak dipasarkan dan dijalankan secara syariat Islam karena strategi *marketing* yang digunakan tidak melanggar syariat Islam.

5. *Aspek Financial*

Aspek keuangan meliputi perkiraan pengeluaran yang dibayarkan untuk modal dan perolehan aset tetap suatu perusahaan (Nainggolan, 2017). Total biaya yang dibutuhkan untuk mendirikan usaha Cariyos sebesar Rp 19.415.000 yang dialokasikan untuk pengadaan peralatan produksi dengan rincian sebagai berikut :

Tabel 2. Biaya Pengadaan Peralatan

No	Uraian	Jumlah	Harga Satuan	Total
1.	Mesin Jahit	2 unit	Rp 4.400.000	Rp 8.800.000
2.	Printer Sablon	1 unit	Rp 6.800.000	Rp 6.800.000
3.	Mesin heat press 3838cm	1 unit	Rp 3.050.000	Rp 3.050.000
4.	Gunting kain	10 buah	Rp 75.000	Rp 750.000
5.	Meteran jahit	10 buah	Rp 1.500	Rp 15.000
Total Biaya Pengadaan Peralatan				Rp 19.415.000

Selain biaya investasi awal untuk membuat Cariyos juga diperlukan adanya bahan-bahan untuk produksi. Biaya bahan baku berikut dihitung dalam setiap unit totebag Cariyos dan setiap produksi totebag Cariyos, yang mana pada setiap produksi mampu menghasilkan hingga 100 produk. Berikut merupakan rincian biaya bahan baku Cariyos :

Tabel 3. Biaya Bahan Baku

No.	Biaya Bahan Baku Per Unit		Total Biaya Per Produksi
1.	Limbah kain	Rp 2.500	Rp 250.000
2.	Tinta sablon	Rp 1.300	Rp 130.000
3.	Resleting zipper	Rp 3.000	Rp 300.000
4.	Kemasan	Rp 1.500	Rp 150.000
5.	Sticker	Rp 450	Rp 45.000
Total Biaya Bahan Baku		Rp 8.750	Rp 875.000

Harga pokok penjualan dihitung berdasarkan total biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya *overhead* dengan perhitungan sebagai berikut :

Tabel 4. Harga Pokok Penjualan

No.	Komponen Biaya	Jumlah
1.	Biaya bahan baku	Rp 875.000
2.	Biaya tenaga kerja langsung	Rp 875.000
3.	Biaya overhead	Rp 76.271
Total Harga Pokok Penjualan		Rp 1.826.271

HPP unit satu produk Cariyos adalah sebesar Rp 18.262,71 atau dibulatkan menjadi Rp 18.263 dan untuk menentukan harga jual dengan persentase laba yang diharapkan 40% maka perhitungan harga jual satu unit totebag Cariyos adalah sebagai berikut :

$$\begin{aligned}
 \text{Harga jual} &= \text{Rp } 18.263 + (40\% \times \text{Rp } 18.263) \\
 &= \text{Rp } 18.263 + \text{Rp } 7.305,2 \\
 &= \text{Rp } 25.568,2 \\
 &\text{atau dibulatkan menjadi Rp } 26.000
 \end{aligned}$$

Harga Rp 26.000 merupakan harga yang kompetitif sebanding dengan *value* yang pelanggan dapatkan pada produk Cariyos serta sesuai dengan syariat Islam yaitu tidak lebih tinggi dan lebih rendah dibandingkan dengan harga produk sejenis di pasaran.

Cariyos memiliki *Break Even Point* (BEP) pada penjualan 19 unit dengan perhitungan sebagai berikut :

$$\begin{aligned}\text{BEP Unit} &= \text{Biaya tetap} / (\text{Harga jual per unit} - \text{Biaya variabel per unit}) \\ &= \text{Rp } 323.584 / (\text{Rp } 26.000 - \text{Rp } 8.750) \\ &= \text{Rp } 323.584 / \text{Rp } 17.250 \\ &= 18,75 \text{ unit dibulatkan menjadi } 19 \text{ unit}\end{aligned}$$

Kriteria untuk menilai kelayakan suatu bisnis dapat dihitung melalui *payback period* (PP) dan *return cost ratio* (R/C) dengan perhitungan sebagai berikut :

a. *Return Cost Ratio* (R/C)

$$\begin{aligned}\text{R/C} &= \text{Total pendapatan} / \text{Total biaya} \\ &= \text{Rp } 31.200.000 / \text{Rp } 10.823.584 \\ &= 2,88\end{aligned}$$

Hasil perhitungan tersebut menunjukkan angka 2,88 yang mana memiliki nilai lebih dari 1 ($2,88 > 1$) sehingga usaha Cariyos layak untuk dijalankan.

b. *Payback Period* (PP)

$$\begin{aligned}\text{PP} &= \text{Investasi awal} / \text{Arus kas per tahun} \times 1 \\ &= \text{Rp } 20.290.000 / \text{Rp } 229.860.000 \times 1 \\ &= 0,08 \text{ tahun atau } 1,05 \text{ bulan}\end{aligned}$$

Hasil perhitungan tersebut menunjukkan angka 1,05 bulan, sehingga usaha Cariyos sudah dapat menutupi biaya investasi awal pada bulan ke 2 produksi. Sehingga dari seluruh aspek finansial mulai dari modal, harga jual hingga kelayakan bisnis dapat disimpulkan bahwa Cariyos layak untuk dijalankan.

KESIMPULAN

Produksi dan konsumsi yang bertanggungjawab merupakan salah satu poin SDGs (*Sustainable Development Goals*) ke 12 yang penting diterapkan oleh pihak produsen maupun konsumen. Islam telah memerintahkan umat manusia untuk memanfaatkan sumber daya alam secara penuh melalui tanggungjawab dan kesadaran lingkungan sebagai amanah dari Allah SWT. Tingginya tingkat konsumsi fesyen di Indonesia menjadikan industri garmen pada skala kecil maupun besar menghasilkan limbah kain sisa industri yang tidak sedikit. *Sustainable fashion* adalah solusi yang tepat untuk permasalahan tersebut. Cariyos merupakan salah satu produk *sustainable fashion* dengan pemanfaatan sisa kain limbah garmen yang memiliki motif menarik yaitu cerita rakyat Jawa Timur berkonsep edukasi.

Analisis kelayakan bisnis penting dilakukan pada produk Cariyos karena merupakan produk inovasi baru di pasar. Berdasarkan lima aspek studi kelayakan bisnis secara syariah yaitu aspek lingkungan, aspek teknis dan teknologi, aspek persaingan, aspek pasar dan pemasaran serta aspek finansial dapat disimpulkan bahwa produk Cariyos layak untuk dijalankan. Dengan adanya produk ini diharapkan mampu memberikan kontribusi positif untuk perkembangan industri fesyen pada generasi saat ini maupun generasi yang akan datang.

REFEERENSI

- Aburounia, H., & Sexton, M. (2006). *Islam and sustainable development. Research Institute for Built and Human Environment, University of Salford.*
- Al-Jayyousi, O. R. (2016). *Islam and sustainable development: New worldviews.* Routledge.
- Agustin, Hamdi. (2017). *Studi Kelayakan Bisnis Syariah.* Depok : Rajawali Pers.
- Arief, AM. (2022). Kemenperin : Industri Garmen dan Tekstil Bakal Tumbuh 10% Semester I. Diakses pada 12 September 2023 dari <https://katadata.co.id/lavinda/berita/620fa8c92634b/kemenperi-n-industri-garmen-dan-tekstil-bakal-tumbuh-10-semester-i>
- Bestari, AG. (2020). Pembuatan Tote Bag Dengan Hiasan Textile Painting Sebagai Upaya *Sustainable fashion*. Prosiding Pendidikan Teknik Boga Busana, 15(1).
- Devaga, E. (2017). Teknologi Masyarakat Indonesia : Malas Baca Tapi Cerewet di Medsos. Diakses pada 13 September 2023 dari https://www.kominfo.go.id/content/detail/10862/teknologi-masyarakat-indonesia-malas-baca-tapi-cerewet-di-medsos/0/sorotan_media#:~:text=Fakta%20pertama%2C%20UNESCO%20menyebutkan%20Indonesia,1%20orang%20yang%20rajin%20membaca
- Dhini, VA. (2021). Produk Fesyen Paling Dicari Konsumen Online. Diakses pada 12 September 2023 dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/10/27/produk-fesyen-paling-banyak-dicari-konsumen-saat-belanja-online>
- Disdukcapil. (2022). Proyeksi Penduduk Kota Surabaya 2023-2032. Diakses pada 13 September 2023 dari <https://disdukcapil.surabaya.go.id/wp-content/uploads/2022/11/Proyeksi-Penduduk-2023-2032.pdf>
- Irmayanti, L., Fasa, MI., Suharto. (2022). Pengaruh Analisis Kesadaran Industri Fesyen dalam Upaya Meningkatkan Sustainable Development Goals (SDGs) melalui Produksi dan Konsumsi *Sustainable fashion* Menurut Perspektif Ekonomi Islam. *Youth & Islamic Journal*, 3(2), 1-18.

- Kasmir. (2013). *Studi Kelayakan Bisnis*. Jakarta: kencana Prenada Media Group.
- Lestari, L., Wahyudin, W. (2022). Analisis Kelayakan Bisnis pada Perancangan dan Pengembangan Produk Kursi Multifungsi. *Performa : Media Ilmiah Teknik Industri*, 21(1), 86-95. <https://doi.org/10.20961/performa.21.1.58401>
- Nainggolan, OV. (2017). Analisis Kelayakan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Sepatu dan Sandal di Bogor, 4(2), 101-149
- Nasution, HS. (2019). Analisis Kelayakan Bisnis Syariah Pada Usaha Mikro Tempe. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 2(1), 37 - 46.
- Nuravianti, A., & Fitriani, R. (2021). Inovasi Produk Dan Analisis Kelayakan Bisnis Pada Lemari Pakaian Kayu. *Performa: Media Ilmiah Teknik Industri*, Vol. 20, No. 2, hal. 85-96. <https://doi.org/10.20961/performa.20.2.48370>
- Nurchaili. (2016). Menumbuhkembangkan Budaya Literasi Melalui buku Digital. *Jurnal Libria*, 8(2), 197-209
- Putri, DC., & Siregar, J. (2023). Analisis Kelayakan Bisnis pada Usaha Produksi Tempe Rumahan dalam Perspektif Islam. *JIEM: Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi dan Manajemen*, 3(1), 1625-1637.
- Rivai, Veithzal. (2012). *Islamic Business and Economic Ethics*. Jakarta: Bumi Aksara
- Sunyoto, D. (2014). *Konsep Dasar Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Center for Academic Publishing Service.
- Sugiyono. (2016). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: CV Alfabeta, 128.
- Wahyuningsih. (2017). *Millenium Develompent Goals (MDGs) Dan Sustainable Development Goals (SDGs) Dalam Kesejahteraan Sosial*. Bisma: *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 11(3), 390-399.
- Yamane, T. (1973). *Statistics: An introductory analysis*. New York: Harper & Row. Chicago.