

Muhammad Irfan<sup>1</sup>, Ramayani Yusuf<sup>2</sup>, Dyah Bayu Framesthi<sup>3</sup>.

## **ANALISIS STUDI KELAYAKAN BISNIS PADA USAHA TAHU SUSU LEMBANG DARI ASPEK PRODUKSI DAN ASPEK PEMASARAN**

Muhammad Irfan<sup>1</sup>, Ramayani Yusuf<sup>2</sup>, Dyah Bayu Framesthi<sup>3</sup>.

<sup>1</sup>Politeknik Pajajaran (Administrasi Perkantoran dan Bisnis Digital, Politeknik Pajajaran, Bandung, Indonesia)

<sup>2</sup> Politeknik Pajajaran (Administrasi Perkantoran dan Bisnis Digital, Politeknik Pajajaran, Bandung, Indonesia)

<sup>3</sup> Politeknik Pajajaran (Administrasi Perkantoran dan Bisnis Digital, Politeknik Pajajaran, Bandung, Indonesia)

[muhammad.irfan@poljan.ac.id](mailto:muhammad.irfan@poljan.ac.id)<sup>1</sup>, [ramayani.yusuf@poljan.ac.id](mailto:ramayani.yusuf@poljan.ac.id)<sup>2</sup>, [dyah.bayu@poljan.ac.id](mailto:dyah.bayu@poljan.ac.id)<sup>3</sup>

### ***Abstract***

*The analysis of a business feasibility study is an important initial step in starting a business and assessing its viability. This research focuses on the production and marketing aspects of Tahu Susu Lembang. The study uses a descriptive qualitative research method with primary data and direct observation. Tahu Susu Lembang is one of the typical souvenirs of Lembang. The production process of Tahu Susu Lembang has attracted significant attention because it uses high-quality ingredients. From a marketing perspective, the unique drive-thru facility also serves as an effective marketing strategy to serve customers. Tahu Susu Lembang has the potential to be further developed by paying attention to raw material standards, production processes, and effective marketing strategies to make it one of the attractive culinary tourism destinations in Lembang.*

*Keywords: Business Feasibility Study; Tahu Susu Lembang; Production Aspects; Marketing Aspects*

### **Abstrak**

Analisis Studi kelayakan bisnis adalah langkah awal yang penting dalam memulai usaha dan menilai suatu kelayakan usaha. Fokus Penelitian ini mencakup aspek Produksi dan Pemasaran pada usaha Tahu Susu Lembang. Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif dengan data primer dan observasi langsung Tahu Susu Lembang merupakan salah satu oleh – oleh khas Lembang.. Proses produksi pembuatan tahu susu Lembang banyak menarik perhatian karena menggunakan bahan-bahan berkualitas dari aspek Pemasaran Fasilitas *drive-thru* yang unik juga menjadi strategi pemasaran yang sangat efektif untuk melayani pelanggan. Tahu Susu Lembang ini memiliki potensi untuk dikembangkan lebih lanjut dengan memperhatikan standar bahan baku, proses produksi dan strategi pemasaran yang efektif untuk menjadikannya sebagai salah satu destinasi wisata kuliner yang menarik di Lembang.

**Kata Kunci:** Studi Kelayakan Bisnis; Tahu Susu Lembang; Aspek Produksi; Aspek Pemasaran

*Corresponding author :* [muhammad.irfan@poljan.ac.id](mailto:muhammad.irfan@poljan.ac.id)

## PENDAHULUAN

Tahu Susu Lembang dikenal sebagai salah satu tempat oleh – oleh yang wajib Anda kunjungi saat datang ke Lembang. Salah satu keistimewaan Tahu Susu Lembang adalah adanya layanan *drive thru* layaknya pom bensin untuk membantu pelanggan yang sibuk dengan jadwal lain. Pabrik Tahu Susu Lembang memiliki banyak kontribusi terhadap konsep proses produksi Tahu Susu Lembang. Tahu Susu Lembang juga digemari karena proses pembuatannya yang menggunakan susu segar murni dan margarin sehingga menghasilkan tahu dengan tekstur renyah di bagian luar dan lembut di bagian dalam (Fitriani et al., 2023)

Studi kelayakan bisnis memberikan gambaran yang lebih jelas tentang berbagai risiko yang mungkin dihadapi dalam menjalankan bisnis tersebut. Hal ini mencakup analisis terhadap keuangan, sumber daya manusia, dan faktor teknis lainnya yang perlu dipertimbangkan sebelum memulai sebuah proyek bisnis. Dengan meminimalkan risiko-risiko yang ada, pelaku usaha dapat membuat perencanaan yang lebih matang dan siap menghadapi tantangan yang mungkin muncul di masa depan. (Alfajri et al., 2023)

Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Indonesia memainkan peran penting dalam kegiatan ekonomi, menjadi tulang punggung ekonomi lokal, menciptakan peluang bagi wirausahawan, dan menyediakan berbagai macam produk dan layanan konsumen tetapi UMKM menghadapi banyak tantangan termasuk keterbatasan modal usaha, sumber daya manusia, dan pengetahuan bisnis yang dibutuhkan untuk pertumbuhan berkelanjutan. Menurut data, angka pertumbuhan UMKM di Indonesia terus meningkat setiap tahunnya sejak tahun 2018

hingga tahun 2023. (Apriyanti & Muhammad, 2024)

Pada tahun 2018 jumlah UMKM di Indonesia sebanyak 64,19 juta, pada tahun 2019 menjadi 65,47 juta atau meningkat 1,98% dibandingkan periode yang sama tahun sebelumnya. Tahun 2020 sebanyak 64 juta, tahun ini turun -2,24%, tahun 2021 naik 65,46 juta dengan laju 2,28%, tahun 2022 jumlah UMKM terus menurun dari 65,46 juta menjadi 65 juta dengan laju -2,28%. 0,70% dan pada tahun 2023 jumlah UMKM akan terus meningkat dari 65 juta menjadi 66 juta dengan laju 1,52% (Rouf et al., 2024)

Usaha Mikro, kecil dan menengah (UMKM) mempunyai peranan yang sangat penting dalam pembangunan ekonomi Indonesia. Pentingnya peran UMKM secara umum dapat kita lihat melalui perkembangan signifikan dan peran UMKM sebagai penyumbang PDB terbesar di Indonesia. (Veranita et al., 2018)

Dengan demikian, keberadaan UMKM menjadi kunci dalam menciptakan stabilitas ekonomi dan peningkatan kesejahteraan masyarakat. Untuk itu, perlindungan terhadap operasi dan pengembangan UMKM sangat penting, dan hal ini dijamin melalui undang-undang serta regulasi yang relevan, yang memberikan landasan hukum bagi kelangsungan dan pertumbuhannya (Novia et al., 2024)

Adanya informasi dalam media mengenai potensi wisata daerah Lembang dapat dijadikan modal dasar untuk mengembangkan kegiatan pariwisata berbasis keindahan alam, kekayaan kuliner dan kearifan lokal. Pemberitaan mengenai potensi wisata Lembang mampu mengubah persepsi terhadap pariwisata sebagai penggerak utama kemajuan sosial ekonomi di wilayah Kabupaten Bandung Barat. (Nugraha et al., 2017)

Masakan tahu susu Lembang ini lahir dari keinginan seorang pebisnis yang ingin mengembangkan tahu menjadi salah satu oleh-oleh favorit namun berbeda dengan tahu biasa dengan bahan-bahan yang mudah didapat. Di Lembang muncul susu sapi sebagai bahan dasar yang selama ini ada dicampur dengan kedelai. Cara membuat tahu susu leembang sangat sederhana, cukup goreng dengan minyak banyak dan panaskan.(UMILIA, 2020)

## **KAJIAN PUSTAKA**

### **Studi Kelayakan Bisnis**

Studi kelayakan bisnis merupakan analisis menyeluruh terhadap rencana bisnis yang diusulkan, bertujuan untuk menilai apakah bisnis tersebut layak untuk dijalankan. Proses ini tidak hanya mengevaluasi kelayakan memulai usaha, tetapi juga mempertimbangkan kelangsungan operasional jangka panjang demi mencapai keuntungan maksimal..Studi kelayakan komersial adalah penilaian komprehensif terhadap keberhasilan suatu proyek, yang bertujuan untuk menghindari investasi besar namun tidak menguntungkan). Studi kelayakan usaha ini juga mempunyai banyak manfaat, yaitu mengetahui tingkat keuntungan dari usaha yang diteliti, apakah dapat memperoleh keuntungan atau tidak merugi (Rouf et al., 2024)

### **Usaha Mikro, Kecil dan Menengah**

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) berperan penting dalam mendukung pertumbuhan ekonomi nasional dan pembangunan masyarakat.. Oleh karena itu, Selain itu UMKM menjadi kunci dalam menciptakan stabilitas ekonomi dan peningkatan kesejahteraan masyarakat. Untuk itu, perlindungan terhadap operasi dan pengembangan UMKM sangat penting, dan hal

ini dijamin melalui undang-undang serta regulasi yang relevan, yang memberikan landasan hukum bagi kelangsungan dan pertumbuhannya (Novia et al., 2024)

Salah satu indikator keberhasilan suatu usaha industri dapat diukur dari besarnya keuntungan yang diperoleh, yang dihitung dari rasio antara penerimaan total dengan biaya total, serta dapat dilihat sejauh mana efisiensi biaya yang diterapkan, apakah memberikan keuntungan atau justru kerugian secara ekonomi (Dahlia et al., 2020).

### **Aspek Produksi**

Dalam proses menganalisis aspek produksi, pengusaha harus mempertimbangkan beberapa aspek untuk menentukan kelayakan usaha yang akan dijalankan oleh pengusaha. Beberapa elemen aspek produksi/operasi harus dianalisis, termasuk:

1. Lokasi operasi. Bagi suatu organisasi, penting untuk memilih area yang paling penting dan efektif, baik bagi organisasi maupun bagi pelanggannya. Misalnya, dekat pemasok, pelanggan, transportasi, atau suatu tempat di antaranya. Demikian pula, lahan komersial harus menarik untuk mempertahankan pembeli.
2. Volume operasi. Volume perdagangan harus sesuai untuk mewakili potensi dan persyaratan perkiraan sehingga tidak ada batas atas atau bawah. Beban kerja yang tidak wajar akan menimbulkan masalah baru, yang pada gilirannya mempengaruhi harga pokok penjualan.
3. Mesin dan peralatan. Mesin dan peralatan harus disesuaikan dengan perkembangan inovasi saat ini dan masa mendatang dan harus sesuai dengan area produksi untuk menghindari pelampauan batas.
4. Bahan baku dan bahan penolong. Bahan baku, bahan penolong dan sumber daya yang

diperlukan harus tersedia dalam jumlah yang cukup. Persediaan harus sesuai dengan permintaan biaya material agar efisien.

5. Pekerjaan. Berapa banyak pekerja yang dibutuhkan dan bagaimana memenuhi permintaan. Jumlah dan kapasitas perwakilan hendaknya divariasikan sesuai dengan jam kerja dan kebutuhan penyelesaian pekerjaan untuk menjamin keakuratan, kecepatan dan kenyamanan yang lebih besar.

6. Ketentuan. Tata letak adalah pengaturan atau penempatan berbagai fasilitas operasi. Tata letaknya mesti tepat dan prosesnya mesti praktis agar efektif. (Wahyuni et al., 2022)

### Aspek Pemasaran

Aspek pemasaran dipahami sebagai analisis yang berkaitan dengan penerapan suatu bentuk bauran pemasaran, khususnya yang berkaitan dengan pemasaran yang telah diperkenalkan atau diterapkan oleh perusahaan untuk mencapai tujuan yang direncanakan terkait dengan pemasaran., aspek pemasaran mencakup 4P meliputi produk, harga, distribusi kegiatan, promosi (Rouf et al., 2024)

Aspek Pemasaran dalam studi kelayakan bisnis dan investasi adalah mempertimbangkan skala penawaran, permintaan, dan harga. Penawaran dan permintaan dilakukan dengan peramalan untuk beberapa tahun ke depan. Tujuannya untuk mengetahui tingkat penyerapan Dalam aspek Pemasaran, kita mempelajari:

1. (*Product*) Produk, didefinisikan sebagai kuantitas barang yang tersedia di pasar pada berbagai harga. Hukum penawaran menyatakan bahwa apabila harga suatu barang naik maka jumlah barang yang ditawarkan akan bertambah dan sebaliknya apabila harga suatu barang turun maka jumlah barang yang ditawarkan akan berkurang

2. (*Price*) Harga, dapat didefinisikan sebagai harga yang diminta. Hukum permintaan menyatakan bahwa jika harga suatu barang meningkat, maka jumlah permintaan barang tersebut akan berkurang dan sebaliknya, jika harga suatu barang turun, maka jumlah permintaan barang tersebut akan meningkat.

3. (*Place*) Tempat, Bentuk pasar dapat dipertimbangkan dari sisi produsen dan sisi konsumen. Di sisi produsen, pasar dapat dibagi menjadi pasar persaingan sempurna, pasar persaingan monopolistik, pasar oligopoli, dan pasar monopoli. Sementara itu, dari sisi konsumen, pasar dapat dibedakan menjadi empat bentuk, yaitu: pasar konsumen, pasar industri, pasar pedagang, dan pasar pemerintah.

4. (*Promotion*) Promosi, Mengukur dan meramalkan permintaan Peramalan adalah pengetahuan dan seni meramalkan apa yang akan terjadi di masa mendatang pada saat ini. Untuk membuat ramalan, peramal harus mencari data dan informasi masa lalu (Yanuar, 2018)

### METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian deskriptif kualitatif. Dalam penulisan ini teknik pengumpulan data yang digunakan adalah metode deskriptif kualitatif yang meliputi pengumpulan data, observasi langsung dan tinjauan pustaka dari berbagai sumber. (UMILIA, 2020). Adapun ruang lingkup penelitian ini yakni Analisis kelayakan usaha ditinjau dari aspek Produksi dan Pemasaran. Objek yang menjadi fokus penelitian adalah Tahu Susu Lembang, yang terletak di Jl. Raya Lembang - Bandung No. 177, Jayagiri, Kecamatan Lembang, Kabupaten Bandung Barat, Jawa Barat.

### HASIL DAN PEMBAHASAN

Tahu Susu Lembang telah menjadi salah satu tempat yang terkenal dan tidak boleh dilewatkan di Lembang. Salah satu daya tarik Tahu Susu Lembang adalah layanan *drive-thru*-nya yang mirip SPBU, sehingga memudahkan pelanggan yang memiliki waktu terbatas atau memiliki jadwal sibuk untuk berkeliling.

#### Aspek Produksi

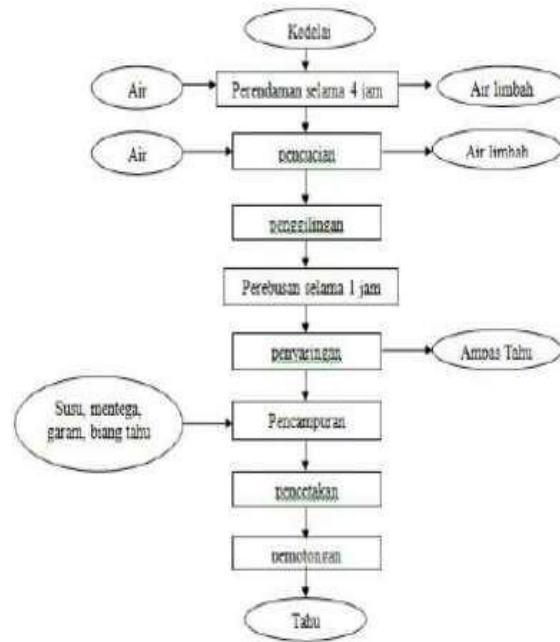
Proses pembuatan tahu susu Lembang juga banyak menarik perhatian karena menggunakan bahan-bahan berkualitas seperti susu murni dan margarin sehingga memberikan tekstur tahu yang renyah di luar dan lembut di dalam. Masakan tahu susu ini terbuat dari kacang kedelai, susu segar, margarin, bawang putih, kunyit, garam dan air.

Proses pembuatan Tahu Susu Lembang terdiri dari beberapa tahap yang teratur. Pertama-tama, kacang kedelai direndam selama empat jam dan dicuci hingga bersih. Selanjutnya, kacang kedelai yang telah bersih digiling menggunakan mesin penggiling. Setelah digiling, kacang direbus sambil terus diaduk selama sekitar satu jam, kemudian disaring untuk memisahkan ampas dari sari kedelai.

Setelah mendapatkan sari kedelai, langkah berikutnya adalah menambahkan susu murni, margarin, garam, dan biang tahu. Semua bahan tersebut diaduk hingga merata dan dibiarkan mengendap. Setelah proses pengendapan selesai, adonan yang mengendap dicetak menggunakan papan cetakan dan ditekan selama satu jam.

Adonan yang telah dicetak kemudian dipotong sesuai ukuran yang diinginkan, dan direbus dalam air mendidih yang telah ditambahkan garam dan bawang putih selama 15 menit. Setelah proses perebusan selesai, tahu

didinginkan dengan menggunakan kipas, dan siap untuk dikemas serta dijual.



Gambar 1 Alur Produksi Tahu Susu Lembang  
<https://www.scribd.com/document/550421009/Laporan-PKL-Tahu-Susu-Lembang-2018>

Tahu Susu Lembang yang sudah diolah dapat bertahan hingga 2 hari di suhu ruangan dan 3 hari di suhu freezer. Proses produksi dilakukan menggunakan bahan baku yang berkualitas dan higienis serta karyawan yang selalu menjaga semua tahapan produksi agar berlangsung secara tepat dan bersih. Yang menjadikan tahu disini selalu fresh. Faktor ini pula yang menjadikan Tahu Susu Lembang layak dalam aspek produksi.

#### Aspek Pemasaran

Dari sisi pemasaran, Rumah Produksi Tahu Susu Lembang berhasil menarik perhatian dengan menggabungkan pengalaman

langsung dalam melihat proses pembuatan tahu dengan produk yang selalu segar. Fasilitas *drive-thru* yang unik juga menjadi strategi pemasaran yang sangat efektif untuk melayani pelanggan yang tidak memiliki banyak waktu. Pemasaran yang berfokus pada produk segar yang langsung dijual setelah diproduksi, serta proses pembuatan yang transparan, menjadikan Tahu Susu Lembang memiliki daya tarik lebih bagi wisatawan. Selain itu, rumah produksi ini juga menawarkan berbagai pilihan makanan dan oleh-oleh, yang turut memperkaya pengalaman pelanggan. Dengan pendekatan pemasaran yang mengutamakan kualitas, kenyamanan, dan pengalaman unik, Tahu Susu Lembang berhasil mempertahankan loyalitas pelanggan serta menarik minat wisatawan untuk terus berkunjung.

1. (*Product*) Produk, Dalam aspek ini tahu susu Lembang memberikan kualitas tahu terbaik, dimana sangat memperhatikan kualitas dari bahan baku utamanya seperti kedelai yang diekspor langsung dari Amerika. Selain itu, tahu susu Lembang menjadi pelopor utama yang menggunakan susu sapi lokal sebagai bahan baku pembuatannya.

2. (*Price*) Harga Dalam aspek harga tahu susu lembang ini memiliki harga yang bersaing karena bahan baku pembuatannya diambil langsung dari agen pertama yang membuat biaya produksinya lebih murah.

3. (*Place*) Tempat. Dalam aspek tempat tahu susu Lembang memiliki Lokasi penjualan dan produksi yang strategis karena berada di wilayah Lembang yang memiliki banyak tempat wisata sehingga banyak dikunjungi wisatawan dari berbagai daerah.

4. (*Promotion*) Promosi, Dalam aspek promosi tahu susu Lembang menjalin kerja sama dengan beberapa agen tour dan travel untuk mempromosikan usahanya selain itu pemilik

tahu susu Lembang juga memasarkan produk ditempat usaha makan ditempat yang lain .



Gambar 2. Rumah Produksi Tahu Susu Lembang <https://food.indozone.id/> (2024)



Gambar 3. Menu Tahu Susu Lembang <https://pergikuliner.com/>

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai studi kelayakan bisnis pada Tahu Susu Lembang dapat disimpulkan bahwa Tahu Susu Lembang ini memiliki potensi untuk dikembangkan lebih lanjut dengan beberapa catatan penting. Dari aspek produksi dan pemasaran, Tahu Susu Lembang dinyatakan layak karena berhasil mengidentifikasi dan menasar segmen pasar yang tepat, karena berada di daerah pariwisata Lembang , dan. Segmentasi yang baik ini memastikan produk dapat diterima dengan baik oleh target konsumen

Pembuatan tahu susu Lembang berhasil menciptakan produk tahu susu yang digandrungi banyak orang berkat kualitas bahan seperti susu murni dan margarin yang menciptakan tekstur tahu yang renyah di luar dan lembut di dalam.. Proses produksi yang terjaga dan disesuaikan dengan permintaan pasar memungkinkan produk selalu dalam kondisi segar. Fasilitas *drive-thru* yang unik dan kenyamanan pengunjung menjadi nilai tambah yang mendukung kesuksesan pemasaran. Selain itu, keberagaman produk dan oleh-oleh khas Bandung turut memperkaya pengalaman pengunjung, menjadikannya sebagai salah satu destinasi wisata kuliner yang menarik di Lembang.

#### Saran

Untuk mempertahankan dan meningkatkan keberhasilan Rumah Produksi Tahu Susu Lembang, disarankan untuk terus menjaga kualitas produk dengan memperhatikan standar bahan baku dan proses produksi. Selain itu, perluasan saluran pemasaran melalui *platform online* atau kerja sama dengan toko oleh-oleh di luar Lembang dapat memperluas jangkauan pasar. Pengembangan varian produk dan inovasi dalam penyajian bisa menarik lebih banyak konsumen. Terakhir, peningkatan promosi dan fasilitas bagi wisatawan seperti area parkir yang lebih luas dan kenyamanan pengunjung juga akan mendukung pertumbuhan bisnis ke depannya.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Alfajri, I., Latief, F., Widiawati, A., & Ummul, A. (2023). Analisis kelayakan usaha minuman daeng fruit's di makassar. *Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*, 1(1), 42–56.
- Apriyanti, A., & Muhammad, R. F. (2024). Analisis Studi Kelayakan Bisnis Pada UMKM Keripik Embayem Ditinjau dari Aspek Pasar dan Pemasaran , Aspek Manajemen. *Jurnal Sosial*, 4, 386–393.
- Dahlia, I., Vermilla, C. W. M., & Jamalludin. (2020). Analisis Usaha Tahu di Desa Pasar Inuman Kecamatan Inuman Kabupaten Kuantan Singingi (Studi Kasus Industri Tahu Rara). *Jurnal Green Swarnadwipa*, 9(2), 221–229.
- Fitriani, D., Sukowati, S., & Parantika, A. (2023). Gastronomi Pariwisata dan Motivasi Pariwisata: Rumah Produksi Tahu Susu Lembang. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(8), 111–115.  
<https://doi.org/10.5281/zenodo.7884888>
- Novia, I., Inayah, I., Arzeti, P. R., & Widodasih, R. R. W. K. (2024). Jurnal Keuangan dan Manajemen Terapan PENGEMBANGAN USAHA TOKO MAKANAN RINGAN. *Jurnal Keuangan dan Manajemen Terapan*, 5(4).
- Nugraha, A. R., Perbawasari, S., & Zubair, F. (2017). Model Komunikasi Pariwisata Yang Berbasis Kearsifan Lokal. *Jurnal The Messenger*, 9(2), 231.  
<https://doi.org/10.26623/themessenger.v9i2.468>
- Rouf, A., Rizqi, M., & Widodasih, R. R. W. K. (2024). Analisis Studi Kelayakan Bisnis Pada Minuman Top Fresh Healty Drink Di Desa Sukaresmi Ditinjau Dari Aspek Pemasaran ., *Jurnal Penelitian MultiDisiplin Bangsa*, 1(6), 412–419.
- UMILIA. (2020). ANALISIS STRATEGI PEMASARAN TAHU SUSU LEMBANG (Studi Kasus Tahu Susu Lembang Kabupaten Lembang Provinsi Jawa Barat) LAPORAN. *Kaos GL Dergisi*, 8(75), 147–154.  
<https://doi.org/10.1016/j.jnc.2020.125798%0Ahttps://doi.org/10.1016/j.smr.2020.02.002%0Ahttp://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/810049%0Ahttp://doi.wiley.com/10.1002/anie.197505391%0Ahttp://www.sciencedirect.com/science/article/pii/B9780857090409500205%0Ahttp://>
- Veranita, M., Syahidin, Y., & Gunardi, G. (2018). Mengembangkan Ukm Melalui Pelatihan

Internet Marketing Di Kecamatan Lengkong Kota Bandung. *KUAT: Keuangan Umum Dan Akuntansi Terapan*, 1(1), 41–48.  
<https://doi.org/10.31092/kuat.v1i1.461>

Wahyuni, W., Fatih, M. L., Syahrani Hsb, R. M., Sakina, S., & Suhairi, S. (2022). Analisis Studi Kelayakan Bisnis Dalam Aspek Produksi. *VISA: Journal of Vision and Ideas*, 2(2),126–134.  
<https://doi.org/10.47467/visa.v2i2.960>

Yanuar, D. (2018). Analisis Kelayakan Bisnis Ditinjau dari Aspek Pasar, Aspek Pemasaran dan Aspek Keuangan pada UMKM Makanan Khas Bangka di Kota Pangkalpinang. *Ekombis: Jurnal Fakultas Ekonomi*, 2(1), 41–51.  
<https://doi.org/10.35308/ekombis.v2i1.747>