



website. :

<http://openjournal.unpam.ac.id/index.php/JIIM>

DOI : -

Licences :



<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

© LPPM Universitas Pamulang

JL.Surya Kencana No.1 Pamulang, Tangerang Selatan
– Banten

Telp. (021) 7412566, Fax (021) 7412491

Email : jurnalmagister@gmail.com

Article info : *Received*: Des 2022 ;

Revised : Jan. 2023 ;

Accepted: Maret 2023

Analisis Studi Kelayakan Bisnis Ayam Penyet Cabe Ijo

Aah Koriah¹; Nardi Sunardi²; Nita Laila Asyifa³; Parlindungan Ambarita⁴

¹⁻⁴ Universitas Pamulang, e-mail: aahkoriah8@gmail.com¹; dosen01030@unpam.ac.id²;
nit.asyifa19@gmail.com³; Parlin.ambarita@gmail.com⁴

Abstract. Studi tentang kelayakan memulai bisnis diperlukan untuk memahami risiko yang terlibat. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah usaha ayam penyet AA Sipit di Jakarta Selatan berpeluang untuk diluncurkan atau tidak. Setiap aspek yang dijadikan indikator dalam kajian praktik bisnis harus memenuhi standar yang relevan; Namun demikian, analisis tidak terbatas pada satu aspek saja. Untuk mengatasi masalah kelayakan dengan benar, beberapa pertimbangan harus dilakukan. Metode analisis yang digunakan adalah metode deskriptif yang meliputi pemeriksaan pola pasar dan penawaran, pola teknologi dan industri, pola organisasi dan manajerial, dan pola keuangan. Penelaahan terhadap data pasar menunjukkan bahwa praktik bisnis cukup berhasil, terlihat dari bertambahnya jumlah permintaan produk. Analisis teknis dan produksi menunjukkan bahwa lokasi usaha “Ayam Penyet Cabe Ijo AA Sipit” dan peralatan perusahaan dalam keadaan baik dan bersih untuk melakukan kegiatan produksi dan dapat memenuhi permintaan pasar akan kapasitas produksi. Analisis organisasi dan manajemen menunjukkan bahwa pemilik perusahaan menjalankan tugas manajemennya dengan benar dan sebagaimana mestinya.

Keywords: Studi Kelayakan Bisnis.

Abstract. A study on the feasibility of starting a business is necessary to understand the risks involved. The purpose of this research is to find out whether AA Sipit's ayam penyet business in South Jakarta has the opportunity to be launched or not. Every aspect that is used as an indicator in the study of business practices must meet the relevant standards; However, the analysis is not limited to one aspect only. In order to properly address the feasibility issue, several considerations must be made. The analytical method used is descriptive method which includes examination of market and supply patterns, technological and industrial patterns, organizational and managerial patterns, and financial patterns. A review of market data shows that business practices are quite successful, as seen from the increasing number of product requests. Technical and production analysis shows that the business location of “Ayam Penyet Cabe Ijo AA Sipit” and the company's equipment are in good condition and clean to carry out production activities and can meet market demand for production capacity. Organizational and management analysis shows that the company owner carries out his management duties properly and properly.

Keywords: Business Feasibility Study.

A. PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara kaya kuliner yang dikenal di seluruh dunia bahkan banyak orang asing yang sangat menyukai makanan Indonesia. Salah satu ciri khas masakan Indonesia adalah makanan pedas terutama sambal sebagai tambahan hidangan utama. Saat ini, sambal sudah menjadi bagian dari kehidupan masyarakat Indonesia dalam menikmati makanan. Sebagian besar bahasa Indonesia menganggap makan tanpa sambal tidak lengkap atau tidak terkendali.

Untuk memuaskan konsumen akan konsumsi makanan pedas, kini banyak rumah makan, rumah makan bahkan pedagang kaki lima yang menawarkan makanan pedas seperti Ayam Penyet Cabe Hijau sebagai menu utamanya. Salah satu contohnya adalah di kota Jakarta Selatan. Keunikan ini menjadi keuntungan yang jelas bagi konsumen saat memilih restoran yang sesuai dengan preferensinya. Konsumen diuntungkan dengan banyaknya variasi restoran/restoran yang menawarkan variasi menu pedas sesuai dengan kesukaannya.

Pemenuhan kebutuhan pangan kini jauh lebih dinamis dan tidak terbatas pada makanan pokok seperti beras, jagung dan umbi-umbian. Perkembangan jaman dan gaya hidup masyarakat modern membuat manusia untuk memenuhi kebutuhan pangan yang praktis dan mudah didapat. Oleh karena itu diperlukan inovasi dalam pengolahan bahan makanan sesuai dengan keinginan konsumen di industri makanan.

Salah satu dari sedikit produk yang dihasilkan dari olahan ternak ayam, ayam goreng kini menjadi hidangan paling populer di Indonesia. Usaha jual ayam goreng merupakan salah satu dari sedikit jenis usaha yang memiliki perencanaan bisnis yang sangat baik karena produknya pada hakekatnya dinikmati oleh setiap anggota populasi manusia, baik anak-anak, wanita, maupun orang tua. Saat ini, sejumlah waralaba, antara lain Kentucky Fried Chicken (KFC), McDonald's, Allen & Wright (A&W), dan California Fried Chicken (CFC), antara lain menyediakan ayam goreng sebagai menu utama mereka. Di Indonesia, beberapa waralaba terbesar di negara ini mengoperasikan pasar ayam goreng dengan kaldu tepung ini.

Saat ini usaha yang menjual ayam penyet cabe ijo sebagai menu utamanya semakin menjamur, sehingga menjadikan usaha ayam penyet cabe ijo memiliki pesaing yang lebih banyak dan diperlukan manajemen usaha yang baik agar dapat menilai kelayakan suatu bisnis untuk dijalankan. Dalam tujuan meningkatkan penjualan produk ayam penyet cabe ijo sangat bergantung pada selera konsumen, untuk itu diperlukan pengetahuan tentang kebutuhan dan keinginan konsumen dengan berusaha untuk memenuhinya agar konsumen merasa puas dan tetap loyal demi tetap eksisnya produk yang dipasarkan.

Salah satu usaha ayam penyet cabe ijo yang sedang berkembang saat ini yaitu usaha ayam penyet cabe ijo "AA Sipit". Usaha ijin menjual ayam penyet cabe ijo beserta lauk pendampingnya seperti tahu goreng, tempe goreng, kol goreng dan terong goreng dan lain-lain. Jumlah produksi ayam penyet disesuaikan dengan banyaknya jumlah permintaan pasar setiap harinya untuk mengurangi risiko kerugian. "AA Sipit" masih terus melakukan kegiatan inovasi dan pengembangan mengingat banyaknya pesaing yang bermunculan, pendirian "AA Sipit" sendiri diharapkan dapat terus menarik minat konsumen sehingga mampu meningkatkan laba dan penghasilan usaha dengan produk yang lebih bervariasi.



Analisis menyeluruh diperlukan untuk bisnis manufaktur ayam goreng untuk menghasilkan produk laboratorium secepat mungkin. Sejumlah Aspek Studi Kelayakan Bisnis, termasuk Aspek Hukum, Aspek Pasar dan Pemasaran, Aspek Keuangan, Aspek Manajemen dan SDM, Aspek Sosial, Ekonomi dan Politik, dan Aspek Analisis Mengenai Dampak Lingkungan (AMDAL), dapat diperiksa untuk menentukan apakah suatu bisnis berhasil (Sulastri, 2016).

Secara umum terdapat beberapa aspek mengenai kelayakan riset bisnis, antara lain aspek terkait manajemen pemasaran (apakah produk yang mereka pelihara dapat bersaing di pasar atau tidak), aspek terkait manajemen operasi (terkait lokasi perusahaan, apakah dipertimbangkan dalam studi kelayakan), aspek manajemen personalia (manajer dan struktur organisasi sesuai bentuk usaha), aspek manajemen keuangan (pengelolaan sumber keuangan, keuntungan) dan aspek dukungan manajemen (penilaian sisi pendukung bisnis) dari dokumen bisnis).

Kelayakan usaha adalah hal yang serius yang harus diperhatikan dan dianalisis, karena tujuan dari analisis kelayakan bisnis adalah untuk memenuhi kriteria kelayakan studi, baik dari aspek produksi, aspek hukum, dsb. Jika strategi bisnis tidak didasarkan pada temuan studi peer-review yang baik, itu mungkin memiliki efek negatif pada berbagai pemangku kepentingan, khususnya masyarakat umum atau konsumen. Misalnya, dari segi hukum, setiap bisnis harus memiliki sikap yang kuat dan edar izin; jika tidak, barang yang dihasilkan oleh bisnis tersebut dapat merugikan masyarakat umum. Akibatnya, sangat penting untuk menganalisis kelayakan strategi tertentu baik sebelum dan sesudah diterapkan.

Dalam penelitian ini peneliti tertarik dengan “Analisis Studi Kelayakan Bisnis Pada Usaha Ayam Peyet Cabe Ijo AA Sipit” yang berlokasi di Wilayah Jakarta Selatan. Belum banyak yang melakukan penelitian atas objek ini karena masih tergolong baru, sedang cukup populer dan dikunjungi oleh para konsumen dari berbagai segmen.

B. KAJIAN LITERATUR

1. Studi Kelayakan Bisnis

Untuk menentukan apakah suatu proyek atau bisnis tertentu akan diluncurkan, studi kelayakan bisnis adalah suatu proses yang menganalisis detail suatu proyek secara detail dan mendalam (Jakfar, 2012). Berdasarkan informasi tersebut, dapat disimpulkan bahwa sebelum memulai suatu usaha, perlu dilakukan studi kelayakan usaha tersebut untuk menentukan kemungkinan berhasil atau gagalnya usaha tersebut. Analisis riset bisnis diperlukan tidak hanya untuk tujuan perencanaan tetapi juga untuk menganalisis bisnis tertentu saat sedang dijalankan atau diluncurkan. Tujuan dari melakukan analisis kritis studi adalah untuk mengurangi risiko kegagalan, memfasilitasi perencanaan, memfasilitasi aktivitas terkait pekerjaan, memfasilitasi pengawasan, dan memfasilitasi brainstorming. Aspek Hukum, Aspek Pasar dan Pemasaran, Aspek Keuangan, Aspek Manajemen, Aspek Sosial dan Ekonomi, dan Aspek Analisis Mengenai Dampak Lingkungan (AMDAL) merupakan beberapa aspek dalam kajian bisnis kettakan (Jakfar, 2012).



2. Aspek-aspek dalam Studi Kelayakan Bisnis

2.1 Aspek Hukum

Tujuan dari sisi hukum adalah untuk menyelidiki legalitas, kelengkapan dan keaslian dokumen yang dimiliki (Sulastri, 2016). Dari segi aspek hukum pemeriksaan keabsahan dokumen yang harus dilakukan oleh lembaga hukum atas izin usaha tersebut. Agar usaha tersebut lancar kedepannya, meminimalisir risiko yang terjadi maka harus dilakukan aspek hukum yang berlaku legal secara hukum.

2.2 Aspek Pasar dan Pemasaran

Aspek Pasar dalam studi bisnis berfokus pada pertanyaan fundamental penting tentang harga dan ketersediaan (Yanuar, 2016). Pemasaran adalah proses untuk memproduksi dan menjual barang kepada konsumen dengan kualitas yang diinginkan dan harga yang sesuai. Saat memeriksa pasar dan penjualan, penting untuk diingat bahwa Bauran Pemasaran, juga dikenal sebagai Bauran Pemasaran, mengacu pada komunikasi nilai pelanggan ke pasar. Ada dua komponen "Bauran Pemasaran" atau "Bauran Pemasaran" yang harus ada bagi suatu perusahaan untuk memasuki pasar: produk berkualitas yang sesuai dengan target (Produk). Setiap produk harus memiliki harga yang sesuai dengan target pasar (Price). Keberhasilan memasuki pasar juga ditentukan oleh wilayah atau lokasi (Location) dan strategi promosi (Advertising) yang tepat, sehingga produk yang ditawarkan dapat diterima oleh pasar sasaran.

2.3 Aspek Teknis dan Operasi

Hal-hal yang perlu diperhatikan dalam pengkajian ini meliputi lokasi, proses produksi, tata letak, peralatan pabrik, penyediaan, dan proses produksi, termasuk penggunaan teknologi (Syarbaini, 2015). Selain itu, aspek-aspek tertentu dari lokasi usaha, seperti gedung perkantoran, gedung, gudang, atau gudang, harus diperhatikan.

Indikator suatu kelayakan usaha berdasarkan teknis yaitu tentang bagaimana proses usaha tersebut dijalankan apakah sudah sesuai dengan ketentuan yang berlaku ataukah belum seperti yang biasa disebut dengan SOP (standard Operation Procedure), jika usaha tersebut sudah menjalankan sesuai dengan ketentuan yang berlaku maka usaha tersebut layak untuk dijalankan.

2.4 Aspek Manajemen dan Sumber Daya Manusia

Kegiatan usaha tidak dapat berjalan dengan lancar tanpa adanya sumber daya manusia. Dalam aspek ini membahas tentang manajemen yang perlu di analisis dalam suatu organisasi usaha baik dari segi perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan dan pengawasan dengan baik untuk tercapainya visi dan misi suatu usaha.

Perspektif manajemen dan sumber daya manusia (SDM) menganalisis fase pendirian atau pengorganisasian bisnis dan ketersediaan tenaga kerja, baik yang tidak terlatih maupun terampil, yang diperlukan untuk menjalankan bisnis atau perusahaan (Purnomo et al., 2018). Sangat penting untuk menganalisis aspek manajemen dan personalia, karena setiap departemen dalam organisasi saling berhubungan, oleh karena itu diperlukan tatanan yang jelas dan stabil. Organisasi dapat disamakan dengan organ, karena semua bagian dan semua pihak saling berhubungan. Sebuah perusahaan dapat dianggap layak dari segi manajemen dan personalia jika telah dilakukan kegiatan manajemen dalam bisnis yang membuat bisnis lebih efisien dan efektif.

2.5 Aspek Lingkungan/AMDAL (Analisis Dampak Lingkungan Hidup)

Dalam kajian bisnis diasumsikan bahwa dalam mendirikan perusahaan untuk penanaman modal diperlukan suatu kesepakatan/perjanjian yang benar dan dapat diperbaiki selama proses pendirian perusahaan tersebut, dengan tujuan agar kesepakatan ini dapat diperbaiki lingkungan hidup. Untuk mencegah kerusakan dan mencemari lingkungan, serta mencegah membahayakan penduduk di sekitar tempat usaha, maka sisa buangan atau sampah dari proses pengolahan harus dihentikan. Suatu indikator untuk suatu usaha tertentu terlihat cenderung berasal dari strategi AMDAL jika dilihat dari data lingkungan dan data pencemaran.

2.6 Aspek Keuangan

Aspek keuangan merupakan salah satu indikator yang digunakan untuk mengidentifikasi bisnis secara jelas dan ringkas (Kasmir dan Jakfar . 2003:89). Dari perspektif keuangan, rencana bisnis dianggap sehat jika dapat memberikan aliran pendapatan yang stabil dan dapat memenuhi kebutuhan keuangan terkait. Dalam bidang keuangan ini, perlu dilakukan analisis laporan keuangan dari masing-masing perusahaan tersebut. Laporan keuangan berfungsi sebagai catatan pelaksanaan usaha dalam jangka waktu yang relevan. Secara khusus, empat jenis utama pelaporan keuangan adalah neraca, laba rugi, perubahan modal, dan arus kas (cash flow).

C. METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian dilakukan di AA Sipit, sebuah usaha yang beroperasi di Jakarta Selatan. Pemeliharaan ini dilakukan dengan menggunakan teknik purposive sampling (singapore-only) dengan kriteria sampel (1) Sudah berdiri 2 tahun, (2) Ayam pnyet cabe ijo paling banyak penggemarnya, (3) Belum terdaftar di Dinas Perindustrian. Penelitian ini menggunakan data yang bersifat pendahuluan atau urutan kedua atau kualitatif. Data primer dihasilkan dengan melakukan kerja terus menerus dengan bantuan kuesioner, konsultasi, dan penulisan terus menerus. Responden yang dijadikan sebagai sumber data awal adalah karyawan dan mahasiswa. Data untuk setiap detik diambil dari catatan bisnis internal atau dari organisasi yang terkait dengan temuan studi tersebut. Statistik dan informasi yang telah terkumpul dianalisis secara kuantitatif dan kualitatif dengan menggunakan komputer atau laptop yaitu aplikasi Microsoft Excel 2007.

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Aspek Hukum

Menurut (Suliyanto, 2010), penerapan hukum bervariasi tergantung pada kompleksitas bisnis tertentu. Segala jenis pemerintahan daerah mengakibatkan tidak adanya hukum dan perizinan antara satu tempat dengan tempat lain yang sejenis dengan yang sejenis. Oleh karena itu, memahami dasar-dasar hukum dan pentingnya berinvestasi di setiap negara merupakan aspek penting untuk dipertimbangkan saat melakukan analisis hukum terhadap undang-undang yang relevan. Standar halal dan hukum di wilayah Deli Serdang Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia No. 36/M-Dag/Per/2007 Tentang Penerbitan Surat Izin Usaha Perdagangan pasal 3 ayat 1 dan pasal 4 ayat 1. Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia. Usaha Ayam Penyet Cabe Ijo memiliki bentuk badan hukum perseorangan, dan hal ini dilakukan agar pemilik usaha dapat dengan cepat dan efektif mengkomunikasikan masalah keuangan atau non-keuangan. Berkaitan dengan aturan undang-undang, tidak ada aturan atau peraturan.



2. Aspek Pasar dan Pemasaran

Inovasi pemasaran yang diterapkan oleh Ayam Penyet Cabe Ijo AA Sipit ini menekan proses penjualan dari produsen kepada konsumen. System tersebut bertujuan untuk memperoleh laba dan keuntungan yang besar. Dan pemilik sangat antusias dengan membuka iklan di media social lainnya agar para konsumen tertarik semakin cepat.

a. Produk

Ayam penyet Cabe Ijo AA Sipit merupakan usaha yang telah didirikan pada awal tahun 2022. Kemudian viral di media social yang tereklal akan pedesnya cabe ijo sebagai topping utama ayamnya. Menu utama yang disajikan hanya satu yang disajikan sebagai menu favorit konsumen yaitu ayam penyet sambal ijo, kemudian terdapat menu tambahan lainnya seperti sate usus, ampela, cekeer ayam, tahu dan tempe. Para konsumen dapat menikmati sensasi ayamnya yang garing dan lembut dan pedesnya sambal ijo sebagaiocolan utama.

b. Price

Harga yang ditawarkan oleh Ayam Penyet Cabe Ijo AA Sipit ini sangatlah terjangkau untuk semua kalangan namun memiliki kualitas yang mampu bersaing dengan para competitor. Untuk harga dalam menu Ayam Penyet Cabe Ijo ini antara lain :

Menu :

Ayam + Sambal Ijo	= Rp. 13.000
Ayam + Nasi	= Rp. 17.000
Ati ampela	= Rp. 6000
Ati ampela + Nasi	= Rp. 10.000
Tahu / Tempe	= Rp. 1.000
Sate Usus	= Rp. 2.000
Pala Ayam	= Rp. 1.000
Ceker Ayam	= Rp 1.000/3pcs
Nasi putih	= Rp. 3000

Berdasarkan daftar harga menu yang ditawarkan usaha tersebut sangatlah terjangkau untuk semua kalangan dimanapun. Ini sebagai strategi yang sangat bagus untuk usaha tersebut.

c. Place

Ayam Penyet Cabe Ijo berlokasi sangat strategis yaitu di persis diantara Mall Grand Indonesia dan Plaza Indonesia, Jalan Kebon Kacang Samping West Grand Indonesia Mall RT 1 / Rw 2 Kb. Melati, Kecamatan Tanah Abang, Kota Jakarta Pusat. Letak nya yang strategis diantara pusat kota membuat semakin hari semakin ramai konsumen yang datang.

d. Promotion

Berbagai kegiatan promosi yang digunakan oleh usaha Ayam Penyet Cabe Ijo AA Sipit diantaranya menggunakan media social seperti Tik Tok, Instagram, Facebook dan lainnya. Kemudian pemilik awalnya mengundang selebgram untuk bantu mempromosikan usahanya, namun kemudian banyak artis artis peminatnya karena penasaran akan ayam cabe ijo tersebut. Pemilik juga menjual menu ayamnya di media pengiriman jasa makanan online seperti Go Food dan Grab Food. Hingga akhirnya viral dimana- mana penasaran dengan rasa ayam penyet cabe ijo AA Sipit.

Berdasarkan penjabaran mengenai aspek pasar dan pemasaran menggunakan system buaran pemasaran pada usaha Ayam Penyet Cabe Ijo AA Sipit dapat disimpulkan usaha ini



layak untuk terus dijalankan dan dikembangkan. Makanan yang diciptakan oleh pemilik sudah sangat dikenal oleh masyarakat dan dipercayai karena kualitas rasanya terjangkau dengan harga yang terjangkau dan strategis lokasinya.

3. Aspek Teknis dan Operasi

a. Lokasi Produksi

Ayam Penyet Cabe Ijo AA Sipit berlokasi di belakang Mall Grand Indonesia yang berada di Jakarta Pusat. Berdiri sejak awal tahun 2020, yang beroperasi setiap hari senin sampai minggu jam 16.00 sd 23.00 IB.

b. Bahan, Bahan Tambahan dan Bahan Penolong

Bahan baku utama usaha Ayam penyet cabe ijo adalah Ayam yang di supply oleh distributor khusus yang dikirimkan dalam bentuk sudah bersih dan dipotong sesuai yang terdiri bagian ayam dada, paha dan sayap. Kemudian untuk daleman ayam seperti usus dan ati ampela di buat terpisah. Kemudian di bumbu dengan racikan pemilik sebelum disajikan ke pelanggan. Jumlah permintaan pasar setiap harinya sekitar 50 Kg rawit ijo untuk sebagai bahan utama sambal cabe ijo, nasi sekitar 30 liter beras setiap harinya. Kemudian 1.000 potong ayam yang sudah disiapkan oleh pemilik setiap harinya. Bahan baku tambahan seperti minyak goreng, gas, air es, es batu blok yang harus disiapkan pemilik usaha. Kemudian bahan penolong seperti kertas nasi, kantong plastik dan wadah sterofoam untuk pembungkusan makanan.

c. Peralatan Produksi

Dalam proses penggorengan produk usaha Ayam penyet cabe ijo menggunakan proses penggorengan seperti pada umumnya. Produk yang dihasilkan tentunya berkualitas yang juga dibantu dengan peralatan lainnya seperti capit penggorengan, baskom aluminium, freezer untuk tempat penyimpanan ayam potong yang masih mentah, saringan kentang, dan rice cooker besar. Semua peralatan untuk produksi dalam keadaan bagus dan bersih.

d. Proses Produksi

➤ Tahap Awal

Tahap awal proses membuat ayam ungkep biasanya dilakukan di malam pagi hari karena warung dibuka sore hari. Yang pertama lumuri potongan ayam dengan air jeruk nipis dan garam hingga rata, diamkan beberapa menit, kemudian ayam di ungkep dengan bumbu-bumbu yang telah di racik oleh pemilik dan direbus hingga meresap, kemudian ditiriskan.

➤ Tahap kedua

Proses pembuatan sambal ijo yang menjadi ciri khas dari Ayam Penyet. Kenikmatan rasa yang dihasilkan terbuat dari cabe ijo, tomat ijo yang di ulek dengan rempah lainnya. Sambal cabe ijo sudah diracik dan siap disajikan.

➤ Proses Terakhir

Proses terakhir yaitu proses penggorengan, ayam yang sudah di ungkep lalu di goreng kering, setelah matang di geprek hingga penyet, kemudian dilumuri sambal cabe ijo.

4. Aspek Manajemen dan Sumber Daya Manusia

Semua kegiatan operasional dan produksi menjadi lebih terarah dan efisien jika sudah ada sistem manajemen yang baik dimana perusahaan memiliki aspek penting. Dengan kemauan masing-masing individu untuk melakukan bagiannya dan komitmen bersama terhadap tujuan karyawan. Namun karena praktik pemilik yang mengutamakan kejujuran dan kegigihan individu karyawan, maka usaha ayam penyet cabe ijo belum memiliki SOP yang teliti dan akurat.

Setiap prestasi kerja karyawan belum didokumentasikan secara detail atau dilakukan peer review; sebagian besar masih berada di tangan majikan. Pengawasan pemilik ayam cabe ijo dilakukan berupa pengawasan langsung, karena pemilik juga ikut membantu dalam proses pengerjaan. Kemudian, setiap hari dalam satu minggu dilakukan evaluasi untuk memantau kinerja karyawan. Namun, jika pemilik kesibukan atay memiliki sarana untuk makan dengan tenang, maka makanan tersebut akan dikirim ke karyawan saja.

Dalam menjalankan usaha ayam penyet cabe ijo ini pemilik hanya merekrut beberapa karyawan/sumber daya manusia yang mayoritas karyawannya adalah dengan latar belakang pendidikan terakhir SMA/SMK, dengan harapan para karyawannya memiliki semangat kerja tinggi dengan jiwa bekerja sama dengan baik.

Analisis organisasi dan sumber daya manusia menunjukkan bahwa pemilik usaha belum menjalankan fungsi manajemen dengan baik, mulai dari perencanaan, untuk SOP yang belum tertulis atau disahkan kemudian belum ada struktur organisasi dalam usaha ayam penyet Cabe Ijo AA Sipit.

5. Aspek Lingkungan/AMDAL (Analisis Dampak Lingkungan Hidup)

Aspek lingkungan adalah pengkajian yang dikenal dengan analisis kelembaban lingkungan (AMDAL) yang berfungsi sebagai mekanisme tertentu untuk mencapai lapisan kelestarian lingkungan. Aspek lingkungan meliputi limbah yang dihasilkan dari proses produksi. Langkah ini diambil untuk memastikan bahwa kualitas lingkungan tetap terjaga ketika proyek terkait industri dijalankan. Aspek pengujian ini yang perlu dipahami adalah bagaimana suatu perusahaan mengelola lingkungan sekitarnya agar tetap sehat, aman, dan produktif.

Berdasarkan wawancara dengan pemilik ayam penyet cabe ijo dan beberapa karyawan, mereka menyatakan bahwa ayam penyet cabe ijo AA Sipit hanya membeli ayam yang sudah matang dan tidak ada tanda-tanda tonjolan, atau bahkan mungkin membeli ayam yang sudah matang. digunakan. Pemilik telah lama bekerja sama dengan pemilik agro- ayam yang bersangkutan dan memiliki pengetahuan tentang produk mereka. Karyawan tidak harus menghabiskan ayamnya sebelum melanjutkan untuk menjadikannya hidangan utama makanan mereka.

Ayam penyet cabe ijo AA Sipit juga memberikan kontribusi yang signifikan terhadap kebersihan lingkungan. Begitu restoran tutup setiap hari, beberapa Karyawan yang sudah terlatih akan pergi ke tempat pembuatan sampah. Untuk memerangi degradasi lingkungan sekitar, tindakan tersebut dilakukan setiap hari. Dari analisis di atas dapat disimpulkan bahwa usaha Ayam Penyet Cabe ijo AA Sipit sudah dapat dipercaya dan memenuhi persyaratan hukum yang mengatur tentang kebersihan lingkungan.



6. Aspek Keuangan

Aspek finansial biasanya merupakan hal terakhir yang harus disatukan saat melakukan studi kelayakan. Hal ini karena aspek keuangan membutuhkan pengetahuan dari aspek-aspek sebelumnya. Bisnis nirlaba dan nirlaba harus memperhatikan pertimbangan keuangan sebelum memulai bisnis. Oleh karena itu, metode penganggaran modal harus digunakan untuk menentukan kelayakan bisnis ini.

a. Investasi Awal

Investasi awal yang harus dikeluarkan oleh pemilik ayam penyet cabe ijo AA Sipit adalah sebesar Rp. 14.000.000, untuk sewa tempat atau lokasi diperlukan biaya sebesar Rp. 1.800.000,- untuk pembuatan gerobak Rp. 6.500.000,- untuk pembelian alat masak Rp. 3.200.000,- untuk pembelian bahan baku Rp. 2.500.000,-

b. Keuntungan

Setiap hari nya Ayam penyet cabe ijo AA sipit bisa habis sebayak 200-300 Porsi ayam dan dapat menghasilkan keuntungan Rp. 1.000.000 setiap harinya jika di hitung perbulan maka keuntungan yang dapat di hasilkan sebesar Rp. 30.000.000

E. KESIMPULAN DAN SARAN

1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan pada ayam penyet cabe ijo AA sipit yang berlokasi di jakarta selatan mengenai study kelayakan bisnis, penulis menarik kesimpulan: Berdasarkan Aspek Hukum, ayam penyet cabe ijo AA sipit belum layak dalam segi hukum karena belum memiliki dokumen dan surat berharga dalam usahanya, seperti SIUP, IMB, dan dokumen penting lainnya.

Berdasarkan Aspek Pasar Dan Pemasaran, ayam penyet cabe ijo AA sipit sudah layak, dan berada dalam kategori yang sangat baik. Ayam penyet cabe ijo AA sipit sangat memperhatikan pasar dan pemasaran serta menerapkan sistem bauran pemasaran yang tepat karena ini juga merupakan kunci keberhasilan bisnis mereka.

Berdasarkan Aspek Teknis/Operasi, ayam penyet cabe ijo AA sipit belum layak karena tidak memiliki tempat makan untuk pengunjung nya. Berdasarkan Aspek Manajemen dan SDM, ayam penyet cabe ijo AA sudah layak karena sudah memiliki beberapa tenaga kerja dan dapat di sejahterakan.

Berdasarkan Aspek Ekonomi, Sosial Dan Budaya, ayam penyet cabe ijo AA sipit sudah layak karena cukup membantu menciptakan lapangan kerja bagi masyarakat di daerah tersebut.

2. Saran

Dalam kajian ini hipotesisnya adalah akan dilakukan penelitian tambahan dengan memasukkan Aspek AMDAL. Karena keterbatasan studi, hanya enam bidang keahlian yang dimasukkan: hukum, perdagangan dan perdagangan, teknologi dan operasi, manajemen dan keterampilan organisasi dengan fokus pada SDM, ekonomi, masalah sosial dan politik, dan keuangan.

Sehubungan dengan hal tersebut di atas, penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber bagi peneliti lain serta panduan atau referensi bagi pengusaha baru yang berencana untuk

memulai atau mengembangkan usahanya sehingga mereka dapat mempelajari lebih lanjut tentang penelitian tentang bisnis tersebut. model yang akan digunakan, apakah menguntungkan atau tidak.

DAFTAR PUSTAKA

- Hakim, L., Sunardi, N. (2017). Determinant of leverage and it's implication on company value of real estate and property sector listing in IDX period of 2011-2015. *Man in India*, 97(24), pp. 131-148.
- Husain, T., & Sunardi, N. (2020). Firm's Value Prediction Based on Profitability Ratios and Dividend Policy. *Finance & Economics Review*, 2(2), 13-26.
- Jakfar, K. (2012). Studi Kelayakan Bisnis. Jakarta: Kencana
- Kadim, A., & Sunardi, N. (2022). Financial Management System (QRIS) based on UTAUT Model Approach in Jabodetabek. *International Journal of Artificial Intelligence Research*, 6(1).
- Kadim, A., Sunardi, N & Husain, T. (2020). The modeling firm's value based on financial ratios, intellectual capital and dividend policy. *Accounting*, 6(5), 859-870.
- Kasmir dan Jakfar, 2003. Studi Kelayakan Bisnis . Kencana. BogorMansyuri, R. (2003). *Kebijakan perpajakan*. Jakarta: Yayasan Pendidikan dan Pengkajian Perpajakan.
- Nardi Sunardi Et Al (2020). Determinants of Debt Policy and Company's Performance, *International Journal of Economics and Business Administration* Volume VIII Issue 4, 204-213
- Purnomo, R. A., Riawan, R., & Sugiharto, L. (2018). Studi Kelayakan Bisnis. UNMUH Ponorogo Press.
- Sulastri, L. (2016). Studi Kelayakan Bisnis untuk Wirausaha. LGM-LaGood's Publishing.
- Sunardi, N. (2022). Liquidity and Asset Growth on Telecommunications Companies Value. *Jurnal SEKURITAS (Saham, Ekonomi, Keuangan dan Investasi)*, 5(3), 299-307.
- Syarbaini, A. (2015). Kelayakan Potensi Pengembangan Usaha Es Susu Jagung Manis (Zea Mays Sacc.). *Jurnal Pertanian*, 6(1), 21–34.
- Yanuar, D. (2016). Analisis Kelayakan Bisnis Ditinjau dari Aspek Pasar, Aspek Pemasaran dan Aspek Keuangan pada UMKM Makanan Khas Bangka di Kota Pangkalpinang. *Jurnal E-KOMBIS*, II(1), 41–51.