

ANALISIS STUDI KELAYAKAN BISNIS UNTUK PENGEMBANGAN BISNIS RUMAH MAKAN AYAM BAKAR “BOGA BANDUNG” DI CIKARANG BARAT DILIHAT DARI ASPEK HUKUM/LEGALITAS, ASPEK PASAR & PEMASARAN, ASPEK TEKNIK/PRODUKSI DAN ASPEK FINANSIAL

Rika Dyah Pitaloka¹⁾, Mikhalna Daeli²⁾, Ayu Wulan Sari³⁾, R.R Wening Ken Widodasih⁴⁾

^{1),2),3),4)}Universitas Pelita Bangsa

**Email : rikapitaloka24@gmail.com¹⁾, daelimikhalna@gmail.com²⁾, ayuws170123@gmail.com³⁾,
wening.ken@pelitabangsa.ac.id⁴⁾**

Abstract: *The culinary industry in Indonesia, especially in Bekasi Regency, has experienced significant growth, especially after the pandemic. "Boga Bandung" Grilled Chicken Restaurant seeks to take advantage of this opportunity by offering quality typical Indonesian food products. The aim of this research is to evaluate the feasibility of the "Boga Bandung" Grilled Chicken Restaurant business from various aspects, including legal, market and marketing, engineering/production, and finance. Data was collected for research using a qualitative methodology involving observation, documentation and interviews. The analysis results show that this business has strengths in product innovation, varied flavors and optimal digital marketing. However, there are challenges such as dependence on raw materials and the risk of products being easily imitated. Existing opportunities include increasing public interest in typical Indonesian food, while threats come from competitors who offer a more complete menu variety. In financial terms, the Payback Period is used to calculate how long it takes to pay back the principal, namely two months. With a Net Present Value of IDR 9,800,000 and a Profitability Index of 1.644, the business is feasible to establish. This is because the Net Present Value result is >0 and the Profitability Index value is >1. By considering all these factors, the "Boga Bandung" Grilled Chicken Restaurant has the potential to develop and contribute to the local culinary industry.*

Keywords: *Business Feasibility Study, Financial Aspects, Market and Marketing Aspects, Technical/Production, Aspects Legal Aspects.*

Abstrak: Industri kuliner di Indonesia, khususnya di Kabupaten Bekasi, mengalami pertumbuhan yang signifikan, terutama setelah pandemi. Rumah Makan Ayam Bakar "Boga Bandung" berupaya untuk memanfaatkan peluang ini dengan menawarkan produk makanan khas Indonesia yang berkualitas. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengevaluasi kelayakan bisnis Rumah Makan Ayam Bakar "Boga Bandung" dari berbagai aspek, termasuk hukum, pasar dan pemasaran, teknik/produksi, serta finansial. Data dikumpulkan untuk penelitian menggunakan metodologi kualitatif yang melibatkan observasi, dokumentasi, dan wawancara. Hasil analisis menunjukkan bahwa usaha ini memiliki kekuatan dalam inovasi produk,

rasa yang variatif, dan pemasaran digital yang optimal. Namun, terdapat tantangan seperti ketergantungan pada bahan baku dan risiko produk yang mudah ditiru. Peluang yang ada mencakup meningkatnya minat masyarakat terhadap makanan khas Indonesia, sementara ancaman datang dari kompetitor yang menawarkan variasi menu yang lebih lengkap. Dalam hal keuangan, Periode Pengembalian Modal digunakan untuk menghitung berapa lama waktu yang dibutuhkan untuk membayar kembali pokok pinjaman, yaitu dua bulan. Dengan hasil Nilai Bersih Sekarang sebesar Rp 9.800.000 dan Indeks Profitabilitas menghasilkan nilai sebesar 1,644, bisnis tersebut sudah layak untuk didirikan. Ini karena hasil Nilai Bersih Sekarang >0 dan nilai Indeks Profitabilitas >1 . Dengan mempertimbangkan semua faktor ini, Rumah Makan Ayam Bakar "Boga Bandung" memiliki potensi untuk berkembang dan berkontribusi pada industri kuliner lokal

Kata Kunci: Studi Kelayakan Bisnis, Aspek Finansial, Aspek Pasar dan Pemasaran, Aspek Teknik/Produksi Aspek Hukum.

PENDAHULUAN

Industri kuliner saat ini menjadi andalan karena paling cepat menghasilkan pendapatan pemerintah melalui pajak dan keuntungan ekonomi pengusaha. Dengan kemajuan teknologi sosial media, masyarakat dapat mencari informasi tentang restoran atau rumah makan yang menawarkan makanan sesuai dengan preferensi pelanggan yang unik dan menjadi andalan dari menu restoran atau rumah makan itu sendiri (Susandy et al., 2023). Perkembangan jumlah rumah makan di Cikarang sampai awal tahun 2020 sebanyak 200 unit bisnis. Setelah pandemi berlalu, mulai tahun 2023, usaha rumah makan naik mencapai 1.278 unit bisnis (Badan Pusat Statistik Kabupaten Bekasi, 2024).

Restoran atau rumah bisnis pada dasarnya tidak hanya harus menjual makanan atau minuman sebagai produk, tetapi juga harus menyediakan fasilitas bagi pelanggannya untuk mendukung bisnis mereka dan membuat pelanggan lebih nyaman untuk menikmati hidangan yang diberikan. Tentu saja, ini juga merupakan salah satu cara untuk bertahan dan menjadi sangat bersaing dengan para pesaing. Dalam konteks ini, muncul berbagai peluang bisnis kuliner berupa restoran atau rumah makan baru yang mampu menarik minat konsumen, salah satunya adalah bisnis kuliner Rumah Makan Ayam Bakar "Boga Bandung".

Ayam Bakar "Boga Bandung" adalah rumah makan yang berlokasi di Kp. Warung Bongkok RT 006/007 Desa Sukadanau, Kecamatan Cikarang Barat, Kabupaten Bekasi. Rumah Makan Ayam Bakar "Boga Bandung" dikenal sebagai salah satu rumah makan yang mengembangkan konsep kuliner ayam bakar yang berbeda dari yang lain. Berdasarkan survei

Rumah Makan Ayam Bakar “Boga Bandung” hadir sebagai salah satu kuliner yang menawarkan olahan ayam bakar dengan konsep yang menarik dan rasa yang autentik. Usaha rumah makan ini diharapkan mampu menjadi alternatif bagi konsumen yang ingin merasakan sensasi makan olahan ayam bakar dengan cita rasa yang autentik. Selain cita rasa yang autentik, bahan dasar yang digunakan oleh Rumah Makan Ayam Bakar “Boga Bandung” juga diperoleh dari pemasok lokal yang telah dipilih melalui kualitas yang mumpuni, Ini menunjukkan bahwa zat-zat yang digunakan adalah baru dan segar sehingga rasa yang dituangkan dalam sajian menu Rumah Makan Ayam Bakar “Boga Bandung” memiliki rasa autentik dan enak.

Berdasarkan latar belakang tersebut, Rumah Makan Ayam Bakar “Boga Bandung” sebaiknya meningkatkan kinerja usahanya demi mempertahankan pelanggan terutama dengan lingkungan geografis bisnis Rumah Makan Ayam Bakar “Boga Bandung” sangat padat, namun karena terletak diantara kawasan perumahan dengan Ukuran gerai cukup untuk menarik klien—tidak terlalu besar. Lingkungan bisnis berdampak pada pemasaran, yang dilakukan melalui segmentasi pasar dan melibatkan semua pemangku kepentingan. Berdasarkan jenis bisnis tersebut, Rumah Makan Ayam Bakar “Boga Bandung” memiliki banyak sekali pesaing yang masih saling berebut merek yang berbeda, salah satunya adalah kelangsungan hidup suatu usaha.

Studi Kelayakan Bisnis (SKB) ini penting dilakukan bagi sebuah usaha yang masih berkembang. Studi kelayakan bisnis meneliti usaha dan bertujuan memberikan klarifikasi untuk memastikan apakah bisnis dapat dijalankan dengan sukses atau tidak (Hasanah, 2024). Studi Kelayakan Bisnis penting dilakukan bagi UMKM. Pertama, tujuan dari studi kelayakan bisnis adalah untuk melakukan analisis yang menghitung kemungkinan untung rugi masa depan sebuah usaha. Jika usaha mengalami kerugian dalam analisis pelaku usaha harus berpikir ulang karena kemungkinannya akan lebih besar. Kedua, memfasilitasi pelaksanaan tugas akan membantu bisnis melaksanakan untuk mencapai keuntungan yang maksimal. Ketiga, pelaku usaha dapat memilih kebijakan yang dianggap menguntungkan atau merugikan dalam memudahkan proses perencanaan bisnis. Bisnis dapat mengatur operasinya dengan lebih baik dengan menggunakan analisis yang efektif. Keempat, mempermudah pengawasan. Aktivitas yang melibatkan bisnis besar perlu diawasi dengan metode yang disetujui pemerintah. Kelima, memfasilitasi proses pengendalian. Mengawasi dan mengawasi bagaimana bisnis berjalan harus dilakukan secara konsisten (Gunawan, n.d.).

Bisnis dapat dijalankan jika telah memenuhi semua persyaratan mendasar untuk menjalankan bisnis, seperti yang terkait dengan hukum, lingkungan, pemasaran, teknologi, manajemen, dan keuangan, maka bisnis tersebut dapat dianggap praktis. Empat elemen—pemasaran, produksi atau operasi, manajemen, dan keuangan—yang dapat mendorong pertumbuhan perusahaan harus diperhatikan dan diperiksa secara ketat dalam studi kelayakan bisnis. (Fitriani et al., 2022). Rumah Makan Ayam Bakar “Boga Bandung” mengingat riset kelayakan usaha ini penting bagi para pelaku UMKM, maka perlu diberikan perhatian khusus pada bagian-bagian kelayakan usaha yang dijalankan sebagai perusahaan yang bergerak di bidang industri kuliner/makanan dan memiliki banyak pesaing dan Rumah Makan Ayam Bakar “Boga Bandung” merupakan salah satu UMKM yang memiliki potensi untuk mengembangkan usahanya di masa depan, maka penulis menyusun artikel berjudul “Analisis Studi Kelayakan Bisnis Pada Pengembangan Usaha Rumah Makan Ayam Bakar “Boga Bandung” di Cikarang Barat Ditinjau Dari Aspek Hukum, Aspek Pasar & Pemasaran, Aspek Teknik/Produksi, Dan Aspek Finansial.

TINJAUAN PUSTAKA

Pengertian Studi Kelayakan Bisnis

Studi kelayakan bisnis, yaitu suatu teori yang mengkaji dengan komprehensif juga mendalam terkait dengan kelayakan suatu usaha (Hasanah, 2024). Pendapat lain juga menyatakan Studi Kelayakan Bisnis (SKB) yaitu sebuah aktifitas yang mengkaji dengan mendalam terkait sebuah upaya maupun bisnis yang akan dijelaskan. Dengan tujuan menetapkan layak maupun tidak usaha tersebut berlangsung (Lestari et al., 2023a). Analisis kelayakan bisnis telah mendapatkan pengakuan dari masyarakat umum, terutama di antara individu yang terlibat dalam bisnis komersial. Banyak prospek dan potensi yang melekat dalam usaha bisnis memerlukan evaluasi sejauh mana kegiatan dan peluang tersebut dapat menghasilkan keuntungan ketika perusahaan beroperasi.

Aspek Hukum/Legalitas

Aspek hukum merupakan faktor penting yang harus diperhitungkan ketika mendirikan perusahaan komersial. Melalui penggabungan pertimbangan hukum, bisnis dapat dicirikan oleh status hukumnya (Apriyanti & Muhammad, 2024). Menurut (Purwanda & Willa Permatasari, 2022) Pada dasarnya, komponen hukum menilai persyaratan hukum yang perlu dipenuhi sebelum memulai usaha bisnis. Bergantung pada seberapa rumit model perusahaan,

persyaratan peraturan yang berbeda berlaku untuk kategori bisnis yang berbeda. Oleh karena itu, pemahaman komprehensif tentang kerangka peraturan dan persyaratan lisensi investasi yang berkaitan dengan masing-masing yurisdiksi sangat penting untuk melaksanakan penilaian kelayakan bisnis yang menyeluruh.

Aspek Pasar Dan Pemasaran

Aspek pasar dan pemasaran dalam studi penilaian kelayakan bisnis merupakan penekanan utama dalam mengevaluasi kelayakan prospektif suatu produk atau layanan yang dimaksudkan untuk pengenalan di masa depan (Bate'e et al., 2024). Komponen pasar dan pemasaran melihat prospek ukuran pasar, tingkat persaingan, dan pangsa pasar yang dapat dicapai. Komponen ini juga menilai berbagai taktik pemasaran yang dapat diterapkan untuk mencapai pangsa pasar yang diinginkan. (Purwanda & Willa Permatasari, 2022). Menurut Dr. I Made Adnyana, S.E., dalam (Guntari et al., 2024) keberlanjutan usaha bisnis secara signifikan dipengaruhi oleh kondisi pasar yang berlaku dan strategi pemasaran yang diterapkan; ini disebabkan oleh hubungan yang melekat antara kelangsungan bisnis dan barang atau jasa yang disediakan untuk memfasilitasi penghasil pendapatan. Akibatnya, sangat penting untuk mengidentifikasi pasar yang ekspansif dan berpotensi berkembang sementara juga mengevaluasi pangsa pasar yang saat ini dikendalikan oleh entitas pesaing. Data ini dapat terbukti sangat penting dalam mengamankan daya tahan dan kemakmuran bisnis.

Aspek Teknik/Produksi

Aspek teknik/produksi merupakan fase selanjutnya yang perlu dianalisis. Dimensi yang perlu diperhatikan dalam studi penilaian kelayakan bisnis setelah memeriksa dinamika pasar dan pemasaran, yang secara kolektif mendukung kelayakan rencana bisnis. Secara khusus, ini melibatkan penilaian kelayakan teknis dari proses pengembangan proyek dan implementasi operasi bisnis, di samping evaluasi kerangka kerja teknologi yang relevan untuk digunakan. Dimensi ini bertujuan untuk meneliti manajemen operasional, dengan penekanan khusus pada tantangan operasionalisasi yang berkaitan dengan kelangsungan hidup bisnis (Gunawan, n.d.). Dalam aspek teknis, pertimbangan kritis meliputi identifikasi lokasi, penggambaran zona produksi, konfigurasi tata letak, pembentukan peralatan pabrik, serta keseluruhan proses manufaktur, yang mencakup pemilihan teknologi yang bijaksana menurut Syarbaini (2015) dalam (Dian et al., 2021).

Aspek Finansial

Nasir Asman (2020:9) dalam (Purwanda & Willa Permatasari, 2022) mengatakan sebuah bisnis dianggap sehat secara finansial jika mampu menghasilkan keuntungan yang memuaskan sambil memenuhi komitmen keuangannya. Penilaian terhadap modal yang dibutuhkan untuk modal kerja awal yang dibutuhkan untuk pembelian aktiva tetap merupakan salah satu kegiatan keuangan. Selanjutnya, hal ini diteliti dalam hal menentukan pilihan pembiayaan yang paling menguntungkan dengan menghitung persentase modal yang harus berasal dari pinjaman eksternal dibandingkan dengan ekuitas internal. Hasil analisis keuangan akan berfungsi sebagai ringkasan komprehensif dari status rencana keuangan untuk para pemangku kepentingan yang terlibat. Memeriksa aspek keuangan dari studi kelayakan bisnis bertujuan untuk mengembangkan strategi investasi dengan memperkirakan biaya dan manfaat, menimbang pengeluaran terhadap pendapatan, dan mempertimbangkan variabel seperti biaya pembiayaan, aksesibilitas modal, kemampuan perusahaan untuk mengganti modal dalam jangka waktu tertentu, dan apakah bisnis memiliki potensi pertumbuhan berkelanjutan (Gunawan, n.d.).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan di Rumah Makan Ayam Bakar “Boga Bandung” di Kp. Warung Bongkok RT 006/007 Desa Sukadanau, Kecamatan Cikarang Barat, Kabupaten Bekasi pada Oktober 2024. Rumah makan ayam bakar "Boga Bandung" menjadi objek penelitian ini. Analisis Studi Kelayakan Usaha Pengembangan Usaha Rumah Makan Ayam Bakar di Cikarang Barat merupakan ruang lingkup penelitian ini. Ditinjau dari aspek teknis/produksi, finansial, pasar dan pemasaran, serta hukum. Penelitian ini menggunakan metodologi kualitatif. Metode kualitatif menurut Strauss serta Corbin dalam (Lestari et al., 2023), Didefinisikan sebagai penelitian yang menghasilkan temuan-temuan yang tidak mungkin diperoleh melalui proses statistik atau teknik kuantitatif (pengukuran) lainnya. Pemilik restoran ayam bakar "Boga Bandung" merupakan salah satu informan yang diwawancarai dalam penelitian ini. Metode pengumpulan data lainnya adalah observasi dan dokumentasi. Data primer, atau informasi yang diperoleh langsung dari hasil observasi atau wawancara dengan pemilik restoran ayam bakar "Boga Bandung" pada berbagai bidang studi kelayakan usaha, merupakan data yang paling banyak digunakan dalam penelitian ini.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Rumah Makan Ayam Bakar “Boga Bandung” adalah hidangan berbahan dasar ayam yang dimasak bersama beragam bumbu dan rempah-rempah serta kecap manis. Rumah Makan Ayam Bakar “Boga Bandung” didirikan pada tahun 2002 dan outlet pertama berada di Cikarang Barat.

Aspek Hukum/Legalitas

Aspek hukum/legalitas merupakan faktor penting yang butuh diperhatikan saat memulai bisnis. Status hukum suatu bisnis dapat ditentukan dengan melihat komponen hukumnya. Studi kelayakan menganalisis aspek hukum suatu bisnis untuk menentukan apakah usaha tersebut sesuai untuk dikembangkan atau belum. Suatu bisnis dianggap layak jika memenuhi semua persyaratan dan sesuai dengan batasan hukum. UMKM Ayam Bakar “Boga Bandung” sudah memiliki dokumen lengkap berupa Surat Keterangan Usaha dengan nomor 503/734/Ekbang/IV/2021. Menurut undang-undang, UMKM Ayam Bakar "Boga Bandung" memiliki kemampuan untuk memberi tahu pembeli bahwa usaha yang mereka jual aman untuk dikonsumsi oleh semua orang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa UMKM Ayam Bakar "Boga Bandung" memenuhi semua persyaratan hukum yang berlaku. Oleh karena itu, Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) ayam bakar "Boga Bandung" harus terus berkembang. Menurut hasil analisis, temuan ini sejalan dengan penelitian (Apriyanti & Muhammad, 2024).

Aspek Pasar Dan Pemasaran

1. Analisis aspek Segmentasi, Target Pasar dan Penempatan Produk.

Berikut merupakan analisis dari aspek Segmentasi, Target Pasar dan Penempatan Produk:

A. Segmentasi

- a) Segmentasi berdasarkan Demografi
- b) Ayam Bakar "Boga Bandung" bisa dinikmati oleh siapa saja, mulai kalangan usia muda hingga usia tua, tanpa memandang status sosial, status ekonomi, kepercayaan agama, maupun latar belakang pendidikan.
- c) Segmentasi berdasarkan Geografis

Karena Ayam Bakar "Boga Bandung" dibuat dengan bahan-bahan sederhana seperti nasi dan ayam, yang mudah didapat dan sangat digemari masyarakat, maka dipasarkan kepada calon konsumen di wilayah metropolitan.

B. Target Pasar

Sasaran utama yaitu kalangan generasi pada usia muda yang berada di Kabupaten Bekasi.

C. Penempatan Produk

Lokasi usaha Ayam Bakar “Boga Bandung” berada di Kp. Warung Bongkok RT 006/007 Desa Sukadanau, Kecamatan Cikarang Barat, Kabupaten Bekasi. Ayam Bakar “Boga Bandung” dikemas dengan menggunakan box dus nasi kotak ukuran yaitu 400gr, untuk promosi melalui media sosial, dan beberapa E-commerce seperti Grabfood, dan Gofood.

2. Analisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity, Threat*)

Berikut merupakan analisis SWOT dengan mempertimbangkan Kekuatan, Kekurangan, Peluang, Ancaman :

A. *Strengths* (Kekuatan)

- a) Barang Kreatif
- b) Produk bernilai gizi tinggi dengan cita rasa lezat dan beragam
- c) Biaya terjangkau
- d) Kemasan yang estetik
- e) Peralatan produksi lengkap
- f) Pemasaran digital sangat cocok

B. *Weakness* (Kekurangan)

- a) Produksi bahan baku secara mandiri tidak memungkinkan.
- b) Produksi tetap dilakukan sendiri.
- c) Barang mudah ditiru
- d) Masa Kadaluarasa singkat

C. *Opportunities* (Peluang)

- a) Gaya hidup mereka yang gemar menyantap makanan tradisional Indonesia yang lezat dan otentik.
- b) Mendapatkan bahan bakunya mudah.
- c) Prosedur pembuatannya tidak terlalu sulit.
- d) Ada rekomendasi dari klien.

D. *Threat* (Ancaman)

Produsen nasi kebuli saingan, menawarkan berbagai macam menu meskipun metode memasaknya berbeda. Penelaahan produk olahan ayam bakar "Boga Bandung" memiliki beberapa keunggulan, antara lain Produk Inovasi, Cita rasa yang lezat dan beragam, Produk

dengan kandungan gizi yang sangat baik, Harga terjangkau, Kemasan yang menarik, Pengaturan produksi yang lengkap, dan Promosi digital yang optimal. Meskipun demikian, terdapat beberapa kekurangan yang perlu diperhatikan, antara lain bahan baku tidak dapat diproduksi secara mandiri, kemandirian produksi yang berkelanjutan, mudahnya meniru produk, masa kadaluarsa yang singkat. Disamping itu, ada beberapa peluang yang dapat dimanfaatkan seperti meningkatnya minat masyarakat terhadap makan-makanan khas Indonesia dengan rasa rumahan dan autentika, Bahan baku mudah didapat, Proses produksi tidak terlalu sulit, dan Adanya rekomendasi antar customer. Namun UMKM ini juga perlu waspada terhadap ancaman dari pesaing yang menawarkan ayam bakar dengan berbagai varian dan variasi menu yang lebih lengkap dan harga yang lebih murah.

Aspek Teknik/Produksi

Jumingan (2011) dalam (Rahmadani & Makmur, 2019) menyatakan bahwa lokasi usaha, desain mesin dan peralatan di gudang, serta penataan ruang untuk pertumbuhan usaha semuanya diperiksa dalam hal ini.

a. Lokasi Usaha

Usaha Ayam Bakar “Boga Bandung” ini berlokasi di Kp. Warung Bongkok RT 006/007 Desa Sukadanau, Kecamatan Cikarang Barat, Kabupaten Bekasi. Perusahaan ini terletak di sisi jalan kompleks perumahan, sehingga menjadikannya lokasi yang sangat menguntungkan. Fasilitas produksi perusahaan ini terletak di lokasi yang sama dengan toko bisnis ini. Oleh karena itu, karena lokasi bisnis ini nyaman bagi pelanggan, maka dianggap praktis.

b. Teknologi yang digunakan

Mesin yang digunakan pada usaha ini adalah rice cooker otomatis digunakan untuk memasak nasi dalam jumlah besar dengan kualitas yang konsisten, Food Processor untuk mempersiapkan bahan-bahan bumbu dengan lebih cepat dan efisien, mesin penggorengan (deep fryer) digunakan untuk mengelola daging ayam secara efektif, aplikasi pesan antar makanan seperti gofood dan grabfood untuk memperluas jangkauan pemasaran dan penjualan produk ayam bakar.

c. Proses Pembuatan

Usaha ini melakukan proses produksi setiap hari karena untuk pembuatan nasi, daging ayam, dan bumbu membutuhkan waktu yang tidak terlalu lama yakni sekitar 30 menit.

Aspek Finansial

1. Modal

Pemiliknya menggunakan uang pribadinya untuk memulai usaha Ayam Bakar "Boga Bandung" pada awalnya, tanpa mengambil pinjaman untuk dana investasi. Usaha Ayam Bakar tersebut menghasilkan kas bersih sebesar Rp. 25.000.000 per tahun. Kenaikan biaya dari awal usaha hingga menjalankan operasi harian dikenal sebagai biaya investasi.

Tabel 1.1 Jumlah Investasi atau Modal Usaha Ayam Bakar “Boga Bandung”

Jenis	Jumlah
Peralatan	Rp. 600.000
Perlengkapan	Rp. 1.600.000
Ruko Per Tahun	Rp. 13.000.000
Total	Rp. 15.200.000

Payback Period (Periode Pengembalian Modal)

Anggaran kas bersih tahunan menunjukkan hasil perhitungan ini. Diketahui bahwa perusahaan Ayam Bakar "Boga Bandung" memiliki kas bersih bulanan sebesar Rp 6.000.000.

Menggunakan rumus yang telah dijelaskan sebelumnya, maka:

$$PP = \frac{\text{Investasi}}{\text{Kas Bersih Per – Tahun}} \times 1 \text{ Tahun}$$
$$PP = \frac{Rp. 15.200.000}{(Rp. 6.000.000 \times Rp. 12 \text{ bulan})} \times 1 \text{ Tahun}$$
$$PP = \frac{Rp. 15.200.000}{Rp. 72.000.000} \times 1 \text{ Tahun}$$
$$PP = 0,21$$

Berdasarkan hasil perhitungan *Payback Period* (Periode Pengembalian Modal) terlihat bahwa dibutuhkan waktu selama 2 bulan 1 minggu untuk mengembalikan modal usaha Ayam Bakar "Boga Bandung". *Net Present Value* (Nilai Bersih Sekarang)

Diperoleh nilai berdasarkan nilai NPV sebagai berikut :

$$NPV = PV \text{ Kas Bersih} - PV \text{ Investasi}$$

$$NPV = Rp. 25.000.000 - Rp. 15.200.000$$

$$NPV = Rp. 9.800.000$$

Berdasarkan hasil perhitungan NPV (Nilai Bersih Sekarang) di atas, usaha Ayam Bakar “Boga Bandung” sesuai untuk dikembangkan karena NPV (Nilai Bersih Sekarang) bernilai positif dan nilainya > 0 .

2. *Profitability Index* (Indeks Profitabilitas)

Berdasarkan rumus yang telah dibahas sebelumnya maka diperoleh nilai PI sebagai berikut :

$$PI = \frac{PV \text{ Kas Masuk}}{PV \text{ Kas Keluar}}$$

$$PI = \frac{Rp. 25.000.000}{Rp. 15.200.000}$$

$$PI = 1,644$$

Berdasarkan hasil perhitungan Indeks Profitabilitas (IPO) di atas dapat diketahui bahwa perusahaan Ayam Bakar “Boga Bandung” mempunyai nilai IP (Indeks Profitabilitas) > 1 yang berarti investasi yang diajukan disetujui karena perusahaan tersebut memiliki tingkat profitabilitas yang baik

KESIMPULAN DAN SARAN

Analisis dan perhitungan yang dilakukan menghasilkan simpulan mengenai kelayakan usaha Ayam Bakar Boga Bandung baik dari segi finansial maupun non finansial, seperti hukum, teknis/produksi, dan pasar/pemasaran. Secara spesifik, analisis finansial menunjukkan bahwa Ayam Bakar Boga Bandung menghasilkan *Payback Period* (Periode Pengembalian Modal) selama dua bulan sesuai dengan kriteria kelayakan. Kemudian, perhitungan NPV (Nilai Bersih Sekarang) menghasilkan temuan sebesar Rp9.800.000, yang menunjukkan bahwa usaha ini dapat dikembangkan karena nilai NPV lebih dari nol. Selain itu, perhitungan *Profitability Index* (Indeks Profitabilitas) menghasilkan skor 1,644, di mana > 1 , yang menunjukkan bahwa usaha Ayam Bakar Boga Bandung layak untuk dibangun karena investasi disetujui karena profitabilitasnya. Meskipun masih merupakan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), Ayam Bakar Boga Bandung dinilai cukup unggul, menurut hasil kajian aspek pemasaran.

Perusahaan Ayam Bakar Boga Bandung telah menggunakan teknik pemasaran yang berlaku di industri ini, seperti menggunakan platform *e-commerce* seperti Grabfood dan Gofood. Hal ini dianggap mungkin untuk dikembangkan apabila diperiksa dari perspektif produksi, dengan mempertimbangkan evaluasi pertimbangan lokasi, sumber daya mentah, teknologi, dan metode manufaktur

DAFTAR PUSTAKA

- Apriyanti, A., & Muhammad, R. F. (2024). Analisis Studi Kelayakan Bisnis Pada UMKM Keripik Embayem Ditinjau dari Aspek Pasar dan Pemasaran, Aspek Manajemen dan Sumber Daya Manusia, dan Aspek Hukum. *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*, 4(4).
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Bekasi. (2024, July 12). Jumlah Rumah Makan/Restoran Menurut Kecamatan di Kabupaten Bekasi, 2022-2023. *Bekasikab.Bps.Go.Id*.
- Bate'e, A. T., Septiani, D. L., Pradana, G., Krisanti, S. R., & Widodasih, RR. W. K. (2024). ANALISIS STUDI KELAYAKAN BISNIS PADA UMKM DITINJAU DARI ASPEK PASAR DAN PEMASARAN (STUDI KASUS SOP AYAM PAK MIM KLATEN DI CIKARANG SELATAN). *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 9(1).
- Dian, S., Siahaan, N., & Hasibuan, N. I. (2021). ANALISIS KELAYAKAN BISNIS RESTORAN CHICKEN CRUSH TUASAN MEDAN. *NIAGAWAN*, 10(2).
- Fitriani, A., Kirani, A. W., Islamadina, B. T., & Purwati, E. (2022). ANALISA PENERAPAN ASPEK KELAYAKAN BISNIS PADA USAHA BIDANG MAKANAN DAN MINUMAN (Studi Kelayakan di Hundred Smoke, Kota Malang). *Jurnal Multidisiplin West Science*, 01(02).
- Gunawan, K. (n.d.). *Peran Studi Kelayakan Bisnis Dalam Peningkatan UMKM*.
- Guntari, A., Khairuna, D. W., Salsabilla, M., Handiani, R. E. S. I., & Widodasih, RR. W. K. (2024). Analisa Studi Kelayakan Bisnis UMKM Dina Cake di Cikarang Ditinjau Dari Aspek Pemasaran, Manajemen dan SDM, dan Hukum. *As-Syirkah: Islamic Economics & Finacial Journal*, 1. <https://doi.org/10.56672/assyirkah.v3i1.194>

- Hasanah, S. A. H. (2024). Analysis of Business Feasibility Studies in Management Aspects Case Study Services: Duck Sinjai Cab Restaurant. Bangkalan. *Managing: Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 1(1), 24–34. <https://doi.org/10.61166/managing.v1i1.4>
- Lestari, A. S., Rahayu, N., & Hastuti, I. (2023a). Study kelayakan bisnis baso solo pak boy. *Seminar Nasional HUBISINTEK*, 3(1).
- Purwanda, E., & Willa Permatasari, R. (2022). Business Feasibility Study Analysis on MSME Development of Tempe Pak Iwan Bandung Business in terms of Production Aspects, Marketing Aspects and Financial Aspects. *Jurnal Multidisiplin Madani (MUDIMA)*, 2(4), 2029–2042. <https://journal.yp3a.org/index.php/mudima/index>
- Rahmadani, S., & Makmur. (2019). ANALISIS STUDI KELAYAKAN BISNIS PADA PENGEMBANGAN UMKM USAHA TAHU DAN TEMPE KARYA MANDIRI DITINJAU DARI ASPEK PRODUKSI, ASPEK PEMASARAN DAN ASPEK KEUANGAN. *HIRARKI Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 1(1), 76–83. <http://journal.upp.ac.id/index.php/Hirarki>
- Susandy, R. A. S., Kusumaningrum, D. P., & Jawa, M. M. S. D. (2023). Analisis Strategic Management Pada Bebek Gembul Resto Article Info ABSTRAK. *Sanskara Manajemen Dan Bisnis*, 01(02), 56–67