

Studi Kelayakan Bisnis Sempol Ayam Bang Irwan

*Muhamad Farhan Alrasyid¹, Ulfani Hidayat², Aneu Nurul Hikmah³, Daffa Muzhaffar
Basyarudin⁴, Ai Winarti⁵*

¹Universitas Nusa Putra, muhamadfarhanalrasyid21@gmail.com,

²Universitas Nusa Putra, ulfani.hidayat_mn22@nusaputra.ac.id,

³Universitas Nusa Putra, aneu.nurul_mn22@nusaputra.ac.id,

⁴Universitas Nusa Putra, daffa.muzhaffar_mn22@nusaputra.ac.id,

⁵Universitas Nusa Putra, ai.winarti_mn23@nusaputra.ac.id

Abstract: The purpose of this study was to examine the chicken sempol sales business as one of the processed foods that are currently popular with the public. This typical Indonesian snack has attracted a lot of attention in recent years because of its unique taste and practicality. The target market for this chicken sempol snack is indeed popular with various groups, from children, teenagers, to parents. Although demand continues to increase, research on the feasibility of starting a chicken sempol business is still lacking. This study uses descriptive and informative methods that include secondary information and primary information. The results of the study indicate that the chicken sempol industry has a high potential for success. Financial analysis shows that this business can generate significant profits with a relatively small initial investment. This study contributes to the existing literature on entrepreneurship and small business management by providing insight into the sustainability of the chicken sempol business. The results of this study can be a guide for entrepreneurs and policy makers who are interested in developing the food industry in Indonesia.

Keywords: Chicken sempol, Feasibility study, Business feasibility, Entrepreneurship, Small Business Management

Abstrak: Tujuan penelitian ini dilakukan untuk menelaah bisnis penjualan sempol ayam Sebagai salah satu makanan olahan yang saat ini marak di sukai masyarakat. Jajanan khas Indonesia ini menarik banyak perhatian dalam beberapa tahun terakhir karena keunikan rasa dan kepraktisannya. Target pasar jajanan sempol ayam ini memang digemari dari berbagai kalangan, mulai dari anak-anak, remaja, hingga orang tua. Meski permintaan terus meningkat, penelitian tentang kelayakan memulai bisnis sempol ayam masih kurang. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dan informatif yang meliputi informasi sekunder dan informasi primer. Hasil penelitian menunjukkan bahwa industri sempol ayam memiliki potensi keberhasilan yang tinggi. Analisis keuangan menunjukkan bahwa bisnis ini dapat menghasilkan keuntungan yang

signifikan dengan investasi awal yang relatif kecil. Studi ini berkontribusi pada literatur yang ada tentang kewirausahaan dan manajemen usaha kecil dengan memberikan wawasan tentang kelangsungan usaha smpol ayam. Hasil penelitian ini dapat menjadi panduan bagi pengusaha dan pengambil kebijakan yang tertarik dengan pengembangan industri pangan di Indonesia.

Kata kunci: Smpol ayam, Studi kelayakan, Kelayakan Usaha, Kewirausahaan, Manajemen Usaha Kecil

* E-mail penulis terkait, muhamadfarhanalrasyid21@gmail.com,

ISSN: 2686-4789 (Print); ISSN: 2686-0473 (Online)

<https://senmabis.nusaputra.ac.id/>

PENDAHULUAN

Industri kuliner Indonesia berkembang dengan sangat cepat sejalan dengan perubahan gaya hidup masyarakat. Kepraktisan dan eksplorasi rasa yang berbeda semakin penting. Jajanan yang sedang populer saat ini adalah sempol ayam, yakni daging ayam yang dibalut tepung serta celupan telur lalu digoreng dalam minyak panas. Sempol ayam terkenal dengan tekstur luarnya yang renyah dan tekstur lembut di dalamnya. Makanan ini disukai oleh anak-anak, orang dewasa, dan orangtua. Oleh karena itu, penting untuk melakukan studi kelayakan bisnis sempol ayam guna mengevaluasi potensi usaha ini di pasar yang semakin kompetitif.

Usaha sempol ayam diproduksi untuk mencari keuntungan dan berpotensi menciptakan lapangan kerja baru. Oleh karena itu untuk mengetahui apakah usaha ini memiliki peluang yang baik kedepannya maka diperlukan studi kelayakan usaha pada usaha sempol ayam dan untuk mengetahui apakah usaha menguntungkan dan layak maka dilakukan studi kelayakan bisnis.

Sebagai bagian dari pengembangan bisnis, analisis kelayakan adalah langkah awal penting untuk menentukan apakah ide bisnis dapat diterima dan dikembangkan lebih lanjut. Menurut (Putri Wahyuni Arnold, 2020) Kelayakan usaha merupakan proses yang dibentuk untuk mengevaluasi sejauh mana manfaat yang dapat diperoleh dari pelaksanaan suatu usaha atau proyek. Proses ini sering

disebut juga sebagai studi komersialisasi.

Bisnis sempol ayam mengalami perubahan dinamika pasar disebabkan oleh preferensi konsumen yang dipengaruhi oleh tren pasar, kesehatan, variasi rasa, dan inovasi produk. Perilaku konsumen Perilaku konsumen merupakan kajian mengenai bagaimana individu atau kelompok mengambil keputusan terkait pembelian, penggunaan, serta pengelolaan barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka. Faktor bisnis juga memegang peranan penting dalam kelangsungan suatu perusahaan (Ardani Wayan, 2022).

Keberhasilan bisnis mengacu pada situasi di mana suatu perusahaan lebih baik dari kinerja sebelumnya (Nina Himawati., 2024) . Hal ini mencakup pencapaian tujuan utama perusahaan, di mana semua aktivitas dalam perusahaan diarahkan untuk mencapai keberhasilan tersebut, dan keberhasilan ini dapat diukur melalui berbagai aspek, antara lain kemampuan usaha untuk bertahan dan terus berkembang. Selain itu, keberhasilan dapat terlihat dari penambahan kapasitas dan penggunaan perangkat pembuatan, peningkatan jumlah pekerja, serta aset yang diperoleh dari keuntungan. Selain itu, meningkatnya volume produksi juga menjadi indikator bahwa usaha tersebut mengalami pertumbuhan.

Analisis ini untuk mengevaluasi kelayakan usaha sempol ayam dengan mempertimbangkan berbagai aspek, mengidentifikasi potensi pasar, menganalisis aspek finansial dan merumuskan strategi yang tepat. Berharap hasil penelitian ini dapat memberikan pemahaman yang jelas kepada para pengusaha yang ingin mengembangkan bisnis sempol ayam.

Sebab utama dilaksanakannya penelitian ini adalah untuk memberikan gambaran apakah terdapat manfaat dan keuntungan terhadap usaha yang dikelola, apakah dapat direalisasikan dan apakah dapat mengurangi risiko yang mungkin timbul. Dalam hal ini, teori analisis kelayakan usaha menjadi sangat penting karena mengevaluasi berbagai aspek seperti analisis pasar, analisis teknis, dan analisis keuangan. Pemahaman mendalam tentang potensi pasar dan kebutuhan konsumen meningkatkan peluang keberhasilan perusahaan.

Peneliti ingin memahami bagaimana faktor-faktor seperti permintaan pasar, persaingan, dan biaya produksi berdampak pada kelayakan bisnis sempol ayam. Dengan pemahaman ini, peneliti berharap dapat memberikan rekomendasi yang relevan bagi pengusaha yang ingin memulai usaha sempol ayam.

Juga tujuan dari penelitian ini yaitu untuk menelaah kelayakan usaha sempol ayam dari berbagai aspek seperti aspek pasar, keuangan, dan manajemen. Oleh karena itu, penelitian ini dapat memberikan bayangan yang

lebih rinci mengenai peluang dan kendala yang dihadapi bisnis Sempol ayam. Dari pada itu telaah ini juga bertujuan untuk memahami unsur-unsur yang mempengaruhi kelayakan usaha ayam sempol sehingga dapat diberikan rekomendasi yang tepat bagi para pengusaha yang ingin memulai usaha sempol ayam.

Dengan tercapainya tujuan tersebut, diharapkan penelitian ini dapat memberikan kontribusi bagi perkembangan usaha ayam sempol di Indonesia dan membantu para pengusaha usaha kecil dan menengah dalam mengambil keputusan yang tepat dalam memulai usahanya. Selain itu, penelitian ini juga akan membantu pemerintah mengambil langkah yang lebih efektif untuk mendukung pengembangan bisnis ayam Sempol di Indonesia.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif untuk menganalisis kelayakan usaha Sempol Ayam. Lokasi penelitian yaitu di sekitar kampus Universitas Nusa Putra tepatnya di Jl. Raya Cibolang Kaler, No 21, Kec. Cisaat, Kab. Sukabumi. Metode deskriptif dipilih karena mampu memberikan gambaran yang jelas tentang karakteristik dan kondisi di lapangan, serta potensi pasar produk ini. Metode deskriptif merupakan upaya untuk mencari fakta dengan interpretasi yang akurat. Informasi yang di terapkan dalam penelitian ini mencakup data primer dan sekunder (Rachman et al., 2024). Dasar informasi diperoleh melalui wawancara dan survei yang dilakukan terhadap

konsumen dan pemilik usaha sempol ayam. Informasi sekunder dikumpulkan dari literatur yang relevan, laporan penelitian sebelumnya, dan informasi pasar. Informasi yang dikumpulkan akan dianalisis secara deskriptif untuk memberikan gambaran yang jelas mengenai potensi pasar, kelebihan, dan kelemahan produk Sempol Ayam. Hasil analisis ini diharapkan dapat memberikan rekomendasi yang berguna bagi pengembangan bisnis di masa depan. Perhitungan ini dengan menerapkan perhitungan BEP (*Break Event Point*). Yang dimana BEP adalah Titik Impas (*Break Event Point*/BEP) adalah kondisi di mana perusahaan tidak menghasilkan keuntungan maupun mengalami kerugian dalam operasionalnya, sehingga pendapatan dan biaya berada dalam keseimbangan, dengan laba sebesar nol. Analisis BEP adalah metode untuk memahami ketersinambungan antara volume penjualan dan profitabilitas, dan sering disebut titik impas. Metode ini digunakan untuk menentukan titik

PEMBAHASAN

di mana penjualan dapat menutupi biaya, serta mengindikasikan potensi keuntungan atau kerugian jika penjualan berada di atas atau di bawah titik tersebut. Analisis ini juga membantu menentukan volume penjualan minimum yang diperlukan agar suatu usaha tidak mengalami kerugian, meskipun laba yang diperoleh tetap nol. Untuk melakukan analisis ini, diperlukan informasi mengenai penjualan dan biaya yang dikeluarkan. Dengan rumus:

$$\text{BEP} = \frac{\text{FC} + \text{VC}}{\text{P}}$$

Keterangan:

BEP : Break Event Point

P : Price per Unit

FC : Fixed Cost

VC : Variabel Cost

Studi kelayakan usaha adalah analisis untuk menilai apakah proyek atau ide bisnis yang diusulkan dapat mencapai tujuannya dan memberikan hasil yang diharapkan. Aspek-aspek yang relevan dalam studi kelayakan bisnis meliputi pasar, teknis, manajerial, dan finansial. (Susilo & Agustino, 2023).

1. Aspek Pasar dan Pemasaran

Aspek pasar dan pemasaran yaitu salah satu komponen penting dalam studi kelayakan bisnis. Pasar adalah tempat para pelaku usaha menjual produknya, dan pemasaran adalah suatu proses yang digunakan pelaku usaha untuk mempromosikan dan menjual produknya. Pemasaran ialah tentang mengidentifikasi dan memenuhi kebutuhan dan keperluan sosial manusia. Salah satu definisi pemasaran yang singkat adalah pemenuhan kebutuhan dengan cara yang menguntungkan (Widyani & Wijaya, 2023).

2. Aspek Teknis

Aspek teknis dalam studi kelayakan adalah aspek yang berkaitan dengan proses produksi, pengadaan barang dan jasa, serta manajemen proyek setelah proyek selesai. Aspek teknis disebut juga aspek produktif atau operasional. Sebelum memulai suatu usaha, sangat penting untuk mengevaluasi aspek teknis dalam studi kelayakan. Tujuan evaluasi ini adalah untuk memastikan bahwa perusahaan siap beroperasi dan produk yang dihasilkan dapat diterima serta mampu diproduksi massal.

3. Aspek manajerial

Aspek manajerial dijalankan untuk mendapatkan gambaran mengenai kemampuan pegawai dalam menjalankan usaha yang dikelola. Analisis ini akan menentukan jumlah kebutuhan dan mempertimbangkan struktur organisasi yang Anda rencanakan untuk mendistribusikan tugas-tugas yang sesuai untuk mengelola bisnis Anda yang sedang berjalan. menyatakan bahwa penelitian manajemen diperlukan baik dalam pembangunan proyek bisnis maupun dalam operasional bisnis sehari-hari.

4. Aspek Finansial

Aspek finansial ialah elemen yang digunakan untuk memikirkan kondisi keuangan perusahaan secara menyeluruh. Mencakup analisis biaya investasi, sumber dana, neraca proyek, laporan laba rugi, serta rasio keuangan untuk mengevaluasi kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban finansialnya (Gandhi et al., 2022).

A. Biaya Tetap (Fixed Cost)

Biaya tetap adalah biaya yang tetap sama meskipun ada perubahan dalam volume produksi atau pendapatan. Dalam jangka pendek, biaya ini tidak terpengaruh oleh perubahan jumlah barang atau jasa yang diproduksi (Emilda Kadriyani, 2022).

Tabel 1 Biaya tetap pada bisnis Sempol Ayam Bang Irwan

Nama Barang	Jumlah Barang	Harga Satuan	Harga Total
Wadah Baskom	1	17,000	17,000
Panci	1	135,000	135,000
Wajan	1	30,000	30,000
Spatula	1	10,000	10,000
Serok	1	12,000	12,000
Kompor 1 tungku	1	175,000	175,000

Plastik uk. 11x21	1	4,000	4,000
Tabung Gas	1	20,000	20,000
Tusuk Sate	1	11,000	11,000
JUMLAH TOTAL			415,000

B. Biaya Tidak Tetap (Variabel Cost)

Biaya variabel adalah jenis biaya yang fluktuatif, bergantung pada tingkat produksi atau aktivitas perusahaan. Berbeda dengan biaya tetap yang tidak berubah meskipun volume produksi bervariasi, biaya variabel akan meningkat atau menurun sesuai dengan jumlah barang yang diproduksi atau dijual, biaya yang jumlah totalnya bervariasi secara proporsional dengan adanya variasi volume produksi, maka semakin besar pula jumlah biaya variabelnya (Suharnitha, 2022).

Tabel 2 Biaya tidak tetap pada bisnis Sempol Ayam Bang Irwan

Nama Barang	Jumlah Barang	Harga Satuan	Harga Total
Daging Ayam	1 Kg	28,000	28,000
Tepung Tapioka	2 Kg	16,000	32,000
Tepung Terigu	1 Kg	10,000	10,000
Telur	4 Biji	2,500	10,000
Merica	2 Bungkus	1,000	2,000
Bawang Merah	10 Siung	4,000	40,000
Bawang Putih	5 Siung	3,000	15,000
Royco Ayam	2 Bungkus	1,000	2,000
Ajinomoto	1 Bungkus	1,500	1,500
Minyak	2 Liter	17,000	34,000
Kecap	1 Botol	8,000	8,000
Saos	1 Botol	7,500	7,500
JUMLAH TOTAL			190,000

A. Modal Awal

Modal awal adalah sejumlah uang atau aset yang digunakan untuk memulai bisnis atau investasi. Ini meliputi semua sumber daya yang dibutuhkan untuk

memulai bisnis Anda sebelum menghasilkan pendapatan apa pun. Modal awal bisa berasal dari tabungan pribadi, pinjaman, atau investasi pihak ketiga. Untuk menjalankan bisnis Anda dengan lancar, penting untuk merencanakan dana awaldengan benar.

Modal awal = Total Biaya Tetap + Biaya Tidak Tetap

= Rp 415.000 + Rp 190.000

= Rp 605.000

B. *Break Event Point (BEP)*

BEP adalah titik di mana pendapatan dan biaya suatu bisnis sama. BEP sangat penting karena membantu pemilik usaha memahami keseimbangan antara pengeluaran dan pendapatan dalam bisnis (Ferisanti, 2023). Analisis break even point merupakan titik impas atau suatu keadaan dimana suatu perusahaan yang menjalankan kegiatan usahanya tidak memperoleh keuntungan maupun kerugian.

BEP = $\frac{\text{Biaya Tetap} + \text{Biaya Tidak Tetap}}{\text{Harga Jual Satuan}}$

= $\frac{\text{Rp. 415.000} + \text{Rp. 190.000}}{\text{Rp. 1000}}$

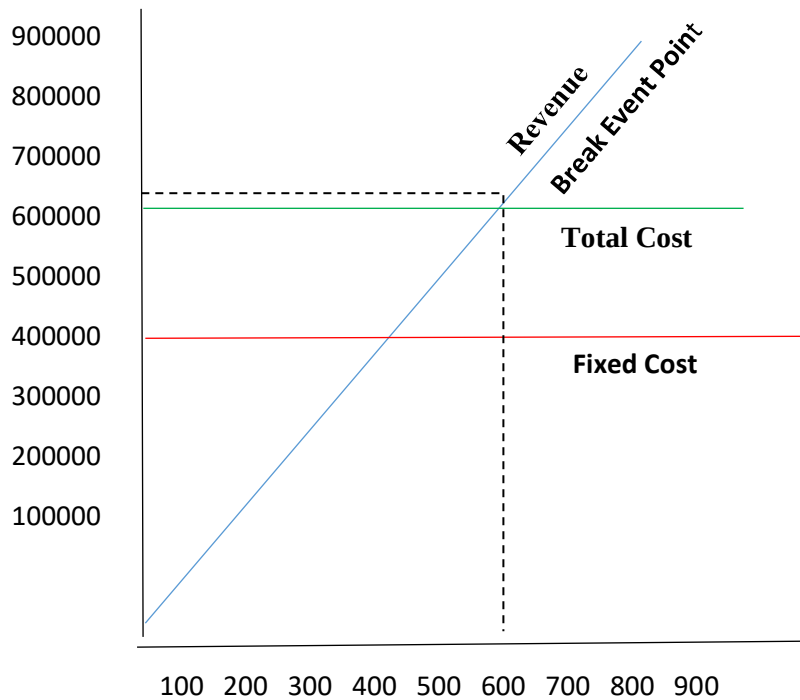
= $\frac{\text{Rp. 605.000}}{\text{Rp. 1000}}$

= $\frac{\text{Rp. 605.000}}{\text{Rp. 1000}}$

= $\frac{\text{Rp. 605.000}}{\text{Rp. 1000}}$

= 605 Tusuk

Gambar 1 Diagram Break Event Point



Maka, BEP untuk usaha UMKM Sempol Ayam adalah 605 tusuk. Ini berarti usaha tersebut akan mencapai titik impas setelah menjual 605 tusuk, di mana pendapatan akan setara dengan total biaya atau modal yang dikeluarkan.

KESIMPULAN

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan, studi kelayakan bisnis untuk usaha Sempol Ayam menunjukkan hasil positif. Biaya tetap yang harus dikeluarkan mencapai Rp 415.000, sedangkan biaya variabel mencapai Rp 190.000, sehingga total biaya yang harus ditanggung adalah Rp 605.000. Dengan harga jual per unit sebesar Rp 1.000, penjualan minimal 605 tusuk diperlukan untuk mencapai Break Even Point (BEP), di mana total pendapatan sama dengan total biaya. Pencapaian BEP ini menandakan bahwa untuk menutup biaya tetap dan variabel, usaha harus menjual minimal 605 tusuk Sempol Ayam. Jika

permintaan pasar dapat memenuhi atau melebihi angka tersebut, usaha ini berpotensi menguntungkan.

Sesuai dengan prinsip bisnis yang menyatakan bahwa perencanaan yang baik adalah kunci keberhasilan, penting bagi pengusaha untuk terus memantau biaya dan pendapatan. Selain itu, investasi dalam riset pasar dan analisis mendalam dapat membantu mengurangi risiko kegagalan. Dengan demikian, usaha Sempol Ayam berpotensi untuk berkembang, terutama jika strategi pemasaran dan pengelolaan biaya dilakukan dengan efektif.

Oleh karena itu, usaha Sempol Ayam dinyatakan layak untuk

dilaksanakan, dengan catatan bahwa pengelolaan yang baik dan strategi pemasaran yang tepat sangat mempengaruhi keberhasilan di masa depan. Keberhasilan bisnis kuliner

sangat tergantung pada lokasi dan strategi pemasaran yang efektif, yang perlu diperhatikan dalam pengembangan usaha ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardani Wayan. (2022). *PENGARUH DIGITAL MARKETING TERHADAP PERILAKU KONSUMEN*.
- Damayanti Tiara, Arsa, & Zahara Anzu Elvia. (2023). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keberhasilan Usaha Melalui Media Online Pada Masa Pandemi Covid-19 (Studi Pada Toko Yuni Gallery Sengeti Muaro Jambi). In *JURIMEA* (Vol. 3, Issue 2). <http://journal.sinov.id/index.php/sinoveka/index>HalamanUTAMAJurnal:<https://journal.sinov.id/index.php>
- Gading, H., Widiawati, W., Studi Biokewirausahaan, P., & NonFormal, P. (2024). *Studi Kelayakan Bisnis pada Usaha Sempol Ayam*.
- Gandhi, P., Oktariza, W., Kahfi, M., & Rizky, A. (2022). *ANALISIS KELAYAKAN FINANSIAL UPAYA MENINGKATKAN PENDAPATAN PRODUSEN STROBERI SELAMA PANDEMI COVID 19 DI MAGELANG JAWA TENGAH*.
- Gayatri, N. A., & Amrita, N. D. A. (2019). *ANALISIS BREAK EVEN POINT SEBAGAI DASAR PERENCANAAN LABA PENJUALAN PADA CV. OSA GARMEN BADUNG*.
- Nur Qomariyah, S., Fatmawati Firdaus, C., & Wahab Hasbullah, A. (2021). Jurnal Studi Manajemen dan Bisnis Studi Kelayakan Bisnis Usaha Batik Dengan Metode Finansial (Studi Kasus Batik New Collet Desa Jatipelem Kecamatan Diwek Kabupaten Jombang). In *JSMB* (Vol. 8, Issue 1). <http://journal.trunojoyo.ac.id/jsmb>
- Putri, D. L., Nurmansyah, & Aznuryandi. (2022). *Metode Pemisahan Biaya Tetap dan Biaya Variabel dalam Perhitungan Break Even Point pada PT. Rotte Ragam Rasa (DWIKA LODIA PUTRI 1 ; NURMANSYAH 2 ; AZNURYANDI 3)* (Vol. 5, Issue 1).
- Rachman, A., Yochanan, Y., Samanlang, A. I., & Purnomo, H. (2024). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF, KUALITATIF DAN R&D*.
- Suhamitha, S. (2022). *PENGARUH BIAYA VARIABEL DAN BIAYA TETAP TERHADAP PENENTUAN HARGA JUALPADA USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM) ROTI DI KECAMATANBONE-BONE KABUPATEN LUWU UTARA*.
- Susilo, J. H., & Agustino, M. R. (2023). *IMPLEMENTASI STUDI KELAYAKAN BISNIS UNTUK PENINGKATAN KUALITAS USAHA*.