

ANALISIS KELAYAKAN USAHA PADA UMKM AYAM GEPREK SAMBAL LESUNG PARADISA

Kristanto Ginting¹ Citra Indah Asmarawati²

¹Mahasiswa Program Studi Teknik Industri, Universitas Putera Batam

²Dosen Program Studi Teknik Industri, Universitas Putera Batam

email: pb190410094@upbatam.ac.id

ABSTRACT

Business feasibility analysis in MSMEs Ayam Geprek Sambal Lesung Paradisa is an aspect of feasibility study assessment to avoid risks in a business. The purpose of this study is to assess the business feasibility of MSMEs Ayam Geprek Sambal Lesung Paradisa. To determine the level of feasibility in terms of several aspects, namely legal aspects, market and marketing aspects, technical and technological aspects, and management aspects. The research uses qualitative analysis from several aspects, namely legal aspects, market and marketing aspects, technical and technological aspects, and management aspects, the results of this study show that MSMEs Ayam Geprek Sambal Lesung Paradisa is feasible to run and have good prospects for development.

Keywords: *Business feasibility, Aspect of feasibility, Market and marketing aspects*

PENDAHULUAN

Persaingan di dalam sektor industri saat ini sangat berkembang dengan pesat. Terkhusus dalam persaingan industri pada bidang kuliner. Hal dilihat dari semakin banyak dan terus berkembangnya para pelaku bisnis maupun pengusaha yang bergerak di bidang industri makanan, khususnya di Indonesia (Pasaribu & Liharman Saragih, 2020). Dalam persaingan usaha pelaku bisnis harus mampu melihat dan memanfaatkan kesempatan yang ada dalam usahanya, mengumpulkan sumber daya yang dibutuhkan, dan mampu memanfaatkan peluang usaha dari kebutuhan yang ada di masyarakat.

Kelayakan dalam sebuah usaha adalah hal yang perlu untuk diperhatikan dan dilakukan analisis, karena analisis

kelayakan usaha memiliki tujuan untuk mengetahui apakah suatu usaha layak dijalankan atau tidak, bagaimana untuk memenuhi kriteria studi kelayakan, baik dari aspek produksi, aspek hukum. Sebuah usaha tidak layak menurut aspek studi kelayakan usaha, maka dapat memberikan dampak buruk terhadap berbagai pihak khususnya masyarakat sebagai konsumen (Siahaan & Hasibuan, 2021). Seperti pada aspek hukum, sebuah usaha harus mempunyai izin pendirian usaha dan izin edar yang legal, jika tidak maka produk yang diproduksi dapat membahayakan masyarakat konsumen.

UMKM Ayam Geprek Sambal Lesung Paradisa merupakan usaha bergerak dibidang kuliner yang menjual makanan ayam geprek yang memiliki cita rasa

pedas. Penyajian ayam geprek dilakukan dengan metode prasmanan, sehingga para konsumen dapat mengambil nasi sepuasnya dan pemilihan ayam geprek sesuai dengan selera. Ayam geprek di stok secara berkala pada etalase untuk menjaga kualitas rasa dan tekstur ayam tetap renyah. Selain ayam geprek, usaha ini juga menyajikan olahan makan yang beragam sebagai pilihan makan bagi konsumen. UMKM Ayam Geprek Sambal Lesung Paradisa sudah menjalankan usaha sejak November 2019 yang berlokasi di ruko Sentosa Perdana, Kota Batam. Ada beberapa kelemahan dalam menjalankan bisnis ayam geprek ini yaitu kurangnya melakukan *branding* pada usaha, kurang memanfaatkan pemasaran digital untuk peningkatan penjualan, kesalahan dalam memilih SDM, dan kesalahan pengelolaan usaha. Maka dari itu, perlu dilakukannya penelitian terhadap kelayakan usaha.

Berdasarkan penelitian terdahulu mengenai studi kelayakan dalam penelitian yang dilakukan oleh (Santoso et al., 2019) dengan judul Analisis kelayakan bisnis pada UMKM makanan khas Palembang di Kota Malang. Hasil dari penelitian ini menunjukkan kelayakan investasi berdasarkan perhitungan *payback period* dari bisnis ini sangat baik.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penulis akan melakukan penelitian mengenai Analisis Kelayakan Usaha Pada UMKM Ayam Geprek Sambal Lesung Padadisa. Ditinjau dari aspek hukum, aspek pasar dan pemasaran, aspek teknis dan teknologi, dan aspek manajemen.

KAJIAN TEORI

2.1. Pengertian UMKM

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan perusahaan yang melakukan pengolahan barang dan memberikan jasa berdasarkan penggunaan bahan baku lokal, sumber daya alam dan kreasi seni tradisional (Maryasih, 2022). Usaha Kecil Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) adalah lokomotif perkembangan perekonomian masyarakat Indonesia, oleh sebab itu segala bentuk pendampingan pemerintah untuk menciptakan persaingan dan peningkatan level harus merata sampai ke daerah-daerah.

2.2. Studi Kelayakan Bisnis

Studi kelayakan bisnis, dalam penelitian (Siahaan & Hasibuan, 2021) didefinisikan sebagai sebuah kegiatan yang menganalisis secara mendalam dan utuh mencakup kegiatan maupun usaha yang dijalankan di masa yang akan datang, untuk memastikan layak dan tidaknya suatu bisnis yang dijalankan. Dalam arti sempit, studi kelayakan usaha pada penelitian (Sari et al., 2022) memberikan pengertian bahwa analisis kemampuan usaha yang dijalankan dengan baik atau berhasil dengan pertimbangan kemungkinan keuntungan maupun pendapatan.

Studi kelayakan bisnis merupakan suatu kegiatan yang membahas mengenai kelayakan sebuah usaha. Analisis studi kelayakan bisnis sangat penting untuk dilakukan sebelum melakukan perancangan bisnis lebih lanjut. Fokus dalam studi kelayakan bisnis adalah mengidentifikasi permasalahan mengenai di mana dan bagaimana bisnis akan dijalankan (Susanto et al., 2021)

2.3. Aspek Penilaian Kelayakan Usaha

Dalam penelitian (Santoso et al., 2019) melakukan analisis penilaian studi kelayakan harus dilakukan dengan benar dan sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai. Penilaian studi kelayakan bisnis dilakukan dengan memperhatikan beberapa aspek. Secara umum aspek-aspek yang berkaitan dengan studi kelayakan bisnis yaitu aspek keuangan, teknis, pasar, manajemen, dan hukum.

1. Aspek hukum

Berdirinya sebuah bisnis memerlukan landasan hukum untuk tanda legalitas sebuah usaha. Dalam aspek hukum ini perlu adanya evaluasi terhadap usaha bagi pelaku usaha. Adanya suatu landasan hukum akan sangat berguna untuk kelangsungan bisnis di masa yang akan datang. Selain itu dengan adanya landasan hukum yang legal akan meyakinkan pada kreditur dan investor bahwa usaha yang didirikan taat pada ketentuan yang berlaku (Sari et al., 2022). Adapun izin usaha yang dibutuhkan adalah:

- a. Akta pendirian perusahaan dari notaris.
- b. Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP)
- c. Surat Tanda Daftar Perusahaan (TDP).
- d. Surat izin tempat usaha setempat.

2. Aspek pasar dan pemasaran

Menurut (Sari et al., 2022) Strategi pemasaran dilakukan dengan melakukan strategi STP dan 4P. Strategi STP yaitu *segmenting, targeting, dan positioning*. Ada 4 komponen *marketing mix* untuk masuk ke lapangan, yaitu dengan perusahaan mempunyai produk yang baik dan sesuai target pasar (*product*). Sebuah produk tersebut harus mempunyai harga yang tepat dengan target pasar (*price*). Keberhasilan masuk

ke dalam pasar juga ditentukan lokasi (*place*) dan dengan strategi promosi (*promotion*) yang bagus supaya produk yang ditawarkan mampu diterima sesuai dengan keinginan pasar.

3. Aspek teknis dan teknologi

Hampir setiap sektor memerlukan teknologi, baik maupun jasa produk. Menurut (Gulo, 2020) aspek teknis merupakan aspek yang membahas tentang pelaksanaan dan pengoperasian atau yang dimaksud dengan teknis proyek. Aspek ini akan menilai kesiapan suatu usaha layak dijalankan. Analisis aspek ini meliputi kebutuhan teknis proyek seperti berhubungan dengan kebutuhan teknis proyek baik dalam bentuk barang ataupun jasa (fisik maupun non-fisik) yang dibutuhkan.

4. Aspek Manajemen

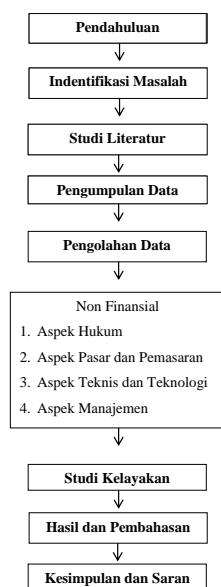
Aspek manajemen yaitu aspek yang menyajikan tentang struktur organisasi yang akan digunakan, pekerjaan apa yang diperlukan dan persyaratan pekerjaan apa yang diperlukan untuk menjalankan operasi bisnis (Gulo, 2020). Suatu bisnis yang dijalankan tanpa mempunyai manajemen dan organisasi yang baik, maka usaha tersebut memiliki peluang untuk mengalami kegagalan. Komponen manajemen berfungsi untuk penilaian seberapa siap SDM yang akan menjalankan usaha, selanjutnya untuk menemukan struktur organisasi yang tepat dengan jenis usaha yang merupakan elemen-elemen yang harus dievaluasi dan diperiksa (Sari et al., 2022). Dalam analisis aspek manajemen ada beberapa hal yang perlu diperhatikan yaitu:

- a. Perencanaan
- b. Pengorganisasian
- c. Penyusunan personalia
- d. Pengarahan

e. Pengendalian

METODE PENELITIAN

3.1. Desain Penelitian



Gambar 1 Desain Penelitian

3.2. Variabel Penelitian

Penelitian ini memiliki variabel yang akan di teliti sebagai dasar untuk mengetahui cakupan permasalahan yang akan dibahas yaitu aspek non finansial. Pembahasan dalam aspek non finansial yaitu mencakup aspek pasar dan pemasaran, aspek teknis dan teknologi, aspek manajemen dan aspek hukum.

3.3. Populasi dan Sampel

Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah penelitian deskriptif kualitatif. Sehingga pada penelitian kualitatif tidak memerlukan populasi, sebab penelitian ini diangkat dari kasus tertentu yang ada di situasi sosial

tertentu yang dimaksud dalam hal ini kasus penelitian berangkat dari analisis kelayakan usaha yang terdapat pada UMKM Ayam Geprek Sambal Lesung Paradisa. Sampel dalam penelitian kualitatif bukan disebut responden, tetapi sebagai partisipan, narasumber, informan, teman, dan dosen dalam penelitian ini, karena tujuan dari penelitian kualitatif untuk menghasilkan teori. Pada penelitian ini narasumber yang diwawancarai yaitu pemilik dari Ayam Geprek Sambal Lesung Paradisa yaitu Bapak Muhammad Zein dan Ibu Tria Paradisa.

3.4. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini melakukan teknik pengumpulan data primer yaitu observasi dengan melakukan pengamatan dengan langsung pada objek yang akan diteliti. Peneliti melakukan pengamatan secara langsung agar mendapat data yang dibutuhkan dalam penelitian ini dan wawancara dengan melakukan tanya jawab kepada pemilik bisnis dan pekerja Ayam Geprek Sambal Lesung paradisa berupa serangkaian pertanyaan yang dibutuhkan dalam penelitian ini.

Data skunder didapatkan dengan teknik kepustakaan, yaitu data yang didapat dari Ayam Geprek Sambal Lesung paradisa seperti laporan, catatan serta data yang didapat dari mempelajari dan membaca buku dan jurnal penelitian yang dibutuhkan serta mendukung penelitian ini.

3.5. Teknik Analisa Data

Pada penelitian ini, ada 4 aspek yang menjadi pembahasan utama adalah aspek hukum, aspek pasar, aspek teknis, dan aspek manajemen. Pengolahan data pada penelitian ini

dilakukan dengan pendekatan kualitatif. Pengolahan data kualitatif difungsikan untuk melakukan analisis aspek non finansial yaitu aspek hukum, aspek pasar, aspek teknis dan aspek manajemen.

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

4.1.1. Aspek Hukum

Tinjauan Aspek hukum dilakukan agar mengetahui legalitas dari usaha Ayam Geprek sambal Lesung Paradisa. Aspek hukum dapat ditinjau dari adanya berkas hukum yang dibutuhkan untuk mendirikan usaha. Legalitas usaha diukur dari pemilihan badan hukum yang sesuai dengan bisnis yang dijalankan. Legalitas usaha memberikan perlindungan hukum pada pelaku usaha dari persaingan bisnis yang tidak sehat sehingga dapat menyebabkan kerugian pada usaha. Legalitas mampu mencegah dan menghindari permasalahan yang dapat ditimbulkan oleh pihak yang tidak bertanggung jawab. Pada usaha ini sudah memiliki kelengkapan perlindungan secara hukum yaitu Nomor Induk Berusaha (NIB) dengan nomor 0248010210439 dan NPWP pemilik usaha, sehingga untuk dapat menjalankan usaha ini agar dapat berkembang kedepannya.

Secara hukum UMKM ini memiliki payung hukum untuk menjalankan dan pengembangan bisnis. Dengan adanya dokumen pendukung kelegalan usaha ini, pemilik usaha dapat mengajukan pinjaman usaha sebagai modal ke bank, namun pemilik usaha belum memanfaatkan dokumen tersebut sebagai jaminan untuk mendapatkan tambahan modal. Hal ini dikarenakan modal awal

dalam pendirian usaha ini menggunakan uang pribadi pemilik dan bukan pinjaman

4.1.2 Analisis Aspek Pasar dan Pemasaran

Aspek pasar dan pemasaran menjadi bagian dari faktor penting yang menjadi aspek keberhasilan dalam sebuah bisnis untuk memetakan suatu pasar. Dalam aspek pasar dibahas mengenai seberapa besar pasar yang diminta di lapangan dan pasar yang tersedia untuk merencanakan tingkat penjualan serta menganalisis persaingan pasar untuk merencanakan strategi apa yang akan digunakan dalam pemasaran barang maupun jasa yang ditawarkan ke konsumen. Dengan memahami aspek pasar dan pemasaran yang ada di lapangan, maka dapat membantu proses analisa sebuah bisnis yang layak atau tidak untuk dijalankan. Adapun strategi yang digunakan antara lain *marketing mix* 4P dan STP yang meliputi:

1. *Marketing Mix*

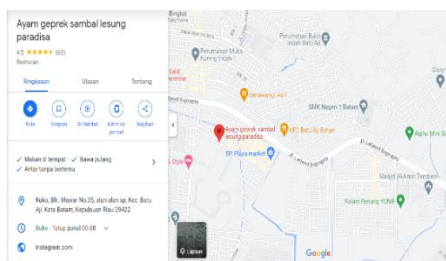
A. *Product* (Produk)

UMKM Ayam Geprek Sambal Lesung Paradisa menawarkan berbagai macam olahan makan dan minuman. Ayam geprek merupakan produk unggulan pada usaha ini. Penyajian ayam geprek dilakukan dengan metode prasmanan, sehingga para konsumen bebas mengambil nasi sepuasnya dan pemilihan ayam geprek sesuai dengan selera. Ayam geprek di sediakan secara berkala pada etalase untuk menjaga kualitas rasa dan tekstur ayam tetap renyah. UMKM ini juga menyediakan produk makanan dan minuman yang bervariasi untuk memberikan pilihan pada konsumen.

B. *Place* (Tempat)

UMKM Ayam Geprek Sambal Lesung Paradisa berlokasi di ruko Sentosa

Perdana, Kota Batam. Kawasan ini merupakan salah satu pusat perbelanjaan dan wisata kuliner di Kota Batam yang selalu ramai di kunjungi oleh masyarakat sekitar. UMKM Ayam Geprek Sambal Lesung Paradisa dapat dengan mudah di akses melalui *Google Maps*. Selain itu kawasan ini juga dekat dengan sekolah, kampus, pabrik, pasar dan perumahan yang merupakan target pasar usaha ini



Gambar 1 Lokasi UMKM Ayam Geprek Sambal Lesung Paradisa

C. Price (Harga)

Kisaran harga untuk produk makanan yang ditawarkan di UMKM Ayam Geprek Sambal Lesung Paradisa adalah Rp15.000-Rp33.000 sedangkan kisaran harga untuk minuman adalah Rp2.000-Rp13.000. Berikut merupakan daftar harga makanan dan minuman pada UMKM Ayam Geprek Sambal Lesung Paradisa.

Tabel 1 Menu makanan dan minuman yang paling laku

No	Menu Makanan dan Minuman	Harga
1	Paket nasi ayam geprek	Rp18.000
2	Mie ayam biasa	Rp13.000
3	Mie ayam bakso	Rp17.000
4	Teh obeng	Rp5.000
5	Air mineral	Rp4.000
6	Es kosong	Rp2.000

(Sumber: Data Penelitian, 2023)

D. Promotion (Promosi)

Promosi dilakukan yaitu dengan *online* dan *offline*. Strategi online yang dilakukan yaitu promosi dengan gencar pada media sosial seperti mengunggah informasi di *instagram*, *facebook*, dan menambahkan informasi di *website* yang tersedia, sedangkan upaya promosi *offline* yang dilakukan adalah pembuatan spanduk maupun banner. Berikut merupakan strategi promosi usaha ini.



Gambar 2 Spanduk Ayam Geprek Sambal Lesung Paradisa



Gambar 3 Instagram Ayam Geprek Sambal Lesung Paradisa

2. Strategi STP

a. Segmenting (Segmentasi Pasar)

Berdasarkan aspek geografis, UMKM Ayam Geprek Sambal Lesung Paradisa memiliki letak yang strategis yaitu terletak di Ruko Mawar No. 35 Komplek

Sentosa Perdana, Kota Batam, Kepulauan Riau. Yang merupakan kawasan wisata kuliner, pasar, pusat perbelanjaan, pabrik dan perumahan. Dari segi demografis target konsumennya adalah karyawan pabrik, mahasiswa, pekerja pasar dan masyarakat. Usaha ini juga menyediakan varian menu yang beragam sehingga dapat di nikmati anak kecil sampai orang tua. Dari segi psikografis, konsumen yang ditargetkan adalah kalangan menengah ke bawah sehingga harga yang ditawarkan pada usaha ini cukup ekonomis. Target selanjutnya merupakan masyarakat dengan gaya hidup konsumtif, karena pemukiman masyarakat sekitar usaha ini di dominasi oleh karyawan pabrik dan mahasiswa yang cenderung konsumtif.

b. Targeting (Target)

Target yang ditetapkan oleh bisnis ini adalah kalangan mahasiswa, karyawan pabrik, dan masyarakat dengan kondisi ekonomi menengah ke bawah. Pemilik bisnis juga menetapkan target pasarnya sesuai dengan gaya hidup di daerah sekitar usaha ini, yaitu gaya hidup konsumtif.

c. Positioning (Posisi)

Sejak awal usaha ini mengusung konsep prasmanan untuk penyajian ayam geprek, sehingga para konsumen bebas mengambil nasi, sambal dan lalapan sepuasnya dan pemilihan ayam geprek sesuai dengan selera. Hal ini memposisikan Ayam Geprek Sambal Lesung Paradisa dengan kelas ekonomi menengah ke bawah dan gaya hidup konsumtif.

4.1.3. Analisis Aspek Teknis dan Teknologi

Pada analisis aspek ini, hal yang diperhatikan adalah lokasi usaha, penentuan luas produksi, penentuan layout usaha dan pemilihan jenis teknologi yang akan digunakan.

1. Penentuan Lokasi Usaha

Pemilihan sangat penting karena apabila salah dalam melakukan analisa dapat berdampak pada peningkatan biaya operasional. Faktor utama dalam penentuan lokasi usaha adalah sebagai berikut:

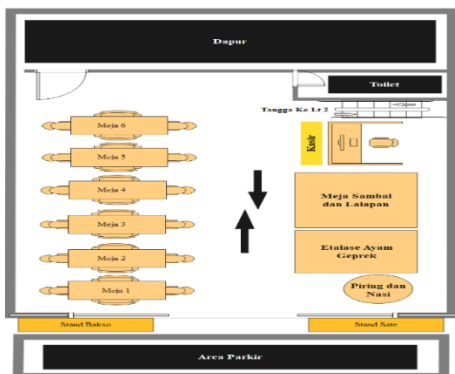
- a. Dekat dengan pasar.
- b. Dekat dengan bahan baku.
- c. Tersedia tenaga kerja, baik jumlah maupun kualifikasi yang diinginkan.
- d. Terdapat fasilitas pengangkutan umum.
- e. Tersedia sarana dan prasarana.

2. Penentuan luas produksi

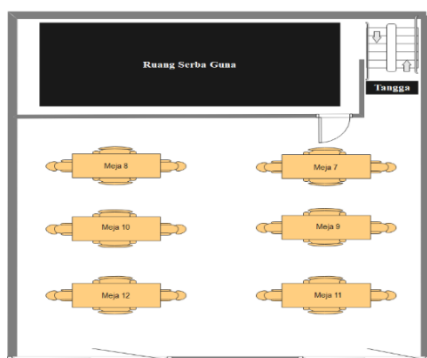
Penentuan luas produksi memiliki kaitan dengan berapa jumlah produksi dalam waktu tertentu yang dihasilkan dengan mempertimbangkan kemampuan teknis dan peralatan yang dimiliki dan juga biaya yang efisien. UMKM Ayam Geprek Sambal Lesung Paradisa memiliki luas bangunan yaitu sebesar 15x5m atau 75m² dengan 2 lantai. UMKM Ayam Geprek Sambal Lesung Paradisa ini dapat menampung sebanyak 6 meja pada lantai 1 dan 6 meja pada lantai 2 dengan masing-masing memiliki 4 kursi. Dalam sehari, UMKM Ayam Geprek Sambal Lesung Paradisa dapat menampung 48 konsumen.

3. Penentuan layout usaha

Layout usaha yang ditentukan untuk UMKM Ayam Geprek Sambal Lesung Paradisa pada lantai 1 dan 2 dapat dilihat dari gambar dibawah ini.



Gambar 3 Layout Ayam Geprek Sambal Lesung Paradisa Lantai 1



Gambar 4 Layout Ayam Geprek Sambal Lesung Paradisa Lantai 2

4. Penentuan teknologi yang digunakan

Teknologi yang dimanfaatkan oleh pemilik usaha yaitu teknologi dalam proses transaksi seperti penggunaan dompet digital seperti Dana, *Shopee Pay*, *Go Pay* dan *Qris* untuk kemudahan proses transaksi dengan konsumen. Penggunaan cctv untuk memonitor area di luar dan di dalam usaha ini untuk memastikan keamanan dan menghindari terjadinya kejahatan terhadap konsumen maupun proses transaksi dalam usaha ini.

4.1.4.Aspek Manajemen

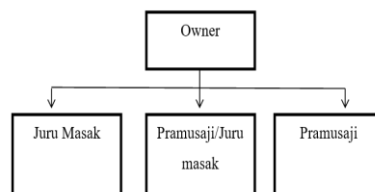
Pada aspek ini, yang menjadi pembahasan adalah perencanaan, pengorganisasian, penggerakan serta pengawasan

1. Perencanaan

Usaha ini juga memiliki 1 orang juru masak yang bertugas untuk memasak dan mengontrol area dapur. Dan 2 orang pramusaji yang berhadapan langsung dengan konsumen untuk pemesanan dan pelayanan. Pengawasan yang dilakukan oleh usaha berupa pengawasan langsung karena pemilik usaha turut serta membantu dalam operasional kerja.

2. Pengorganisasian

Dalam usaha ini belum memiliki struktur organisasi, pembagian pekerjaan berdasarkan keputusan pemilik usaha ini sejak usaha ini didirikan. Berikut adalah gambaran struktur organisasi Ayam Geprek sambal Lesung Paradisa.



Gambar 5 Struktur Organisasi

3. Penyusunan personalia

Penyusunan personalia adalah kriteria yang harus dipenuhi oleh setiap karyawan dalam menempati pekerjaan di Ayam Geprek Sambal Lesung Paradisa

A. Juru Masak

1. Pria/wanita berumur 25-45 tahun
2. Pengalaman di bidang memasak
3. Mampu bekerja sama dengan tim
4. Dapat berkomunikasi dengan baik kepada pelanggan dan rekan kerja

B. Pramusaji

1. Pria/wanita berumur 20-40 tahun
2. Mampu berkomunikasi dengan baik kepada pelanggan
3. Mampu bekerja sama dengan tim Berpenampilan menarik dan rapi
4. Pengarahan

Pada usaha ini setiap karyawan baru memiliki masa pelatihan dan pengujian sesuai dengan jabatan yang dilakukan oleh pemilik usaha. Untuk pelaksanaan kerja, pemilik menuturkan bahwa sudah ada SOP yang wajib dilaksanakan seperti ketetapan jam kerja, pelayanan terhadap konsumen dan kebersihan area kerja. Akan tetapi SOP tersebut masih dalam bentuk pengawasan oleh pemilik usaha.

5. Pengendalian

Untuk mencapai tujuan dari pengendalian ini, salah satu cara yang dilakukan pemilik usaha dalam merekrut karyawan adalah dengan menggunakan media sosial dengan membuka lowongan di *facebook*, *instagram* dan poster yang langsung ditempel pada tempat usaha ini. Perekrutan karyawan berdasarkan kriteria yang ditentukan dan keahlian yang dibutuhkan tempat usaha ini.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan maka kesimpulan pada penelitian ini, sebagai berikut:

1. Tinjauan dari aspek hukum UMKM Ayam Geprek Sambal Lesung Paradisa dinyatakan layak dijalankan. Karena sudah memiliki kelengkapan perlindungan secara hukum yaitu Nomor Induk Berusaha (NIB) dengan nomor 0248010210439 dan NPWP pemilik usaha. Secara hukum UMKM ini memiliki payung hukum untuk

- mejalankan dan pengembangan bisnis.
2. Aspek pasar dan pemasaran UMKM Ayam Geprek Sambal Lesung Paradisa sudah mampu menentukan permintaan dan penawaran ke pada konsumen. Adapun strategi yang digunakan untuk mencangkau pasar dan pemasaran dengan *marketing mix* 4P dan STP yang meliputi *product*, *place*, *price* dan *promotion* serta *segmenting*, *targeting* dan *positioning*. Pada aspek pasar dan pemasaran UMKM Ayam Geprek Sambal Lesung Paradisa dinyatakan layak, karena strategi yang digunakan mampu mejangkau konsumen yang luas.

DAFTAR PUSTAKA


- Gulo, D. (2020). *Tugas Akhir: Studi Kelayakan Pembukaan Cabang Baru Babershop Texas di Kota Batam*.
- Maryasih, N. L. K. (2022). Strategi Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Umkm) Di Jabodetabek Dalam Menghadapi Pandemi Covid-19. *Moestopo Journal International Relations*, 2(2), 150–159.
- Pasaribu, L., & Liharman Saragih. (2020). Analisis Kelayakan Bisnis Cafe Pada Khalizta Coffee & Resto Kota Pematangsiantar. *Manajemen : Jurnal Ekonomi*, 2(2), 148–158. <https://doi.org/10.36985/manajemen.v2i2.363>
- Santoso, P. V., Amarillo, R. V., & Prasetyarini, S. (2019). *Analisis kelayakan bisnis pada UMKM makanan khas Palembang di Kota Malang (Studi Kasus Pada Bisnis Pempek Sultan Asli Palembang)*. 01(02), 181–195.

Sari, N. P., Arniati, A., Anggraini, R., Kurniawan, D., Putri, W. A., Anjelina, A., & Hasanah, A. (2022). Studi Kelayakan Klinik Pajak Bagi UMKM di Kota Batam. *JURNAL AKUNTANSI, EKONOMI Dan MANAJEMEN BISNIS*, 10(2), 81–89.
<https://doi.org/10.30871/jaemb.v10i2.5013>

Siahaan, S. D. N., & Hasibuan, N. I. (2021). Analisis Kelayakan Bisnis Restoran Chicken Crush Tuasan Medan. *Niagawan*, 10(2), 143.
<https://doi.org/10.24114/niaga.v10i2.24843>

Susanto, K., Kasih, Y., & Meirisa, F. (2021). Analisis Kelayakan Perencanaan Pendirian Usaha Makanan Vegetarian Menggunakan Food Truck Di Kota Palembang. *Publikasi Riset Mahasiswa*

Manajemen, 3(1), 60–66.
<https://doi.org/10.35957/prmm.v3i1.1616>

	<p>Biodata Penulis pertama, Kristanto Ginting, merupakan mahasiswa Prodi Teknik Industri Universitas Putera Batam.</p>
	<p>Penulis kedua, Citra Indah Asmarawati, S.T., M.T. merupakan dosen prodi teknik industri Universitas Putera Batam.</p>