

Analisis Kelayakan Usaha Ayam Geprek Dengan Variasi Level Sambal Di Kelurahan Banjarsari Kecamatan Ciawi Kabupaten Bogor Jawa Barat

Abdul Latip¹, Riny Kusumawati²
^{1,2} Universitas Djuanda,

Program studi peternakan, Fakultas Pertanian, Universitas Djuanda, Jl. Tol Jagorawi
No.1,Ciawi, Kec. Ciawi Kabupaten Bogor, Jawa Barat 16720

[1a.2110792@unida.ac.id](mailto:a.2110792@unida.ac.id) [2nabilarizqi@yahoo.co.id](mailto:nabilarizqi@yahoo.co.id)

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kelayakan usaha ayam geprek dengan berbagai variasi level sambal yang berbeda di Kelurahan Banjarsari, Kecamatan Ciawi, Kabupaten Bogor, Jawa Barat. Metode yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan studi kasus, fokus pada aspek teknis produksi, pemasaran, dan finansial. Hasil penelitian menunjukkan bahwa usaha ayam geprek memiliki prospek yang menjanjikan dengan proyeksi pendapatan bulanan sebesar Rp 36.400.000 dan laba bersih Rp 26.243.000. Keunggulan produk meliputi enam variasi level sambal, rasa ayam geprek yang kas serta layanan pesan antar. Analisis penjualan menunjukkan titik impas tercapai pada penjualan 775 porsi per bulan. Tantangan utama mencakup persaingan pasar yang ketat dan fluktuasi harga bahan baku. Dalam konteks sosio-ekonomi, penelitian ini mempertimbangkan data terbaru yang menunjukkan bahwa persentase penduduk miskin yang berada di perkotaan adalah 7,53% sedangkan daerah pedesaan mencapai 12,29% (BPS, 2023). Usaha ayam geprek dengan variasi level sambal di lokasi tersebut layak untuk dijalankan, dengan potensi tidak hanya mencapai keberhasilan finansial tetapi juga berkontribusi pada peningkatan ekonomi lokal, namun tetap memerlukan strategi manajemen yang efektif untuk mengatasi risiko bisnis dan memastikan keberlanjutan usaha.

Kata Kunci: Ayam geprek, analisis kelayakan usaha, variasi level sambal, Bogor

ABSTRACT

This study aims to analyze the feasibility of a ayam geprek (smashed fried chicken) business with varying levels of chili sauce in Banjarsari Village, Ciawi District, Bogor Regency, West Java. The method used is descriptive quantitative analysis with a case study approach, focusing on technical aspects of production, marketing, and financials. The results show that the ayam geprek business has promising prospects with a projected monthly revenue of IDR 36,400,000 and a net profit of IDR 26,243,000. Product advantages include six variations of chili sauce levels, special menus such as Ayam Geprek Memble and Ayam Pecel Geprek, as well as delivery services. Break Even Point (BEP) analysis is achieved at sales of 775 portions per month. The main challenges include intense market competition and fluctuations in raw material prices. In the socio-economic context, this study considers recent data showing that the percentage of poor people in urban areas is 7.53% while in rural areas it reaches 12.29% (BPS, 2023). The ayam geprek business with varying levels of chili sauce in this location is feasible to run, with the potential not only to achieve financial success but also to contribute to local economic improvement. However, it still requires effective management strategies to overcome business risks and ensure business sustainability.

Keywords: Ayam geprek, business feasibility analysis, chili sauce level variations, Bogor

PENDAHULUAN

Industri kuliner di Indonesia terus berkembang pesat, dengan ayam geprek menjadi salah satu tren makanan yang sangat populer dalam beberapa tahun terakhir. Kombinasi unik antara ayam goreng crispy dengan sambal pedas menawarkan cita rasa yang diminati berbagai kalangan, mulai dari pelajar hingga pekerja kantoran. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kelayakan usaha ayam geprek dengan variasi level sambal di Kelurahan Banjarsari, Kecamatan Ciawi, Kabupaten Bogor, Jawa Barat. Pemilihan lokasi usaha tidak terlepas dari kondisi sosio-ekonomi daerah tersebut. Menurut data terbaru, dalam kurun waktu 6 tahun, presentase kemiskinan Jawa Barat selalu mengalami fluktuasi. Hal ini membuktikan bahwa fenomena kemiskinan di Jawa Barat masih menjadi permasalahan utama. Persentase penduduk miskin yang berada di perkotaan adalah 7,53% sedangkan daerah pedesaan mencapai 12,29% (BPS, 2023). Usaha ayam geprek ini diharapkan dapat memberikan kontribusi positif terhadap perekonomian lokal dengan menciptakan lapangan kerja dan meningkatkan aktivitas ekonomi di wilayah tersebut.

Latar belakang pemilihan usaha ini didasari oleh beberapa faktor, antara lain: Tingginya permintaan makanan cepat saji dengan cita rasa pedas di kalangan masyarakat. Potensi pasar yang besar di wilayah Ciawi, meliputi masyarakat umum, pegawai pabrik, dan pelajar dari berbagai tingkat pendidikan

Peluang inovasi dalam variasi level kepedasan sambal yang dapat menarik minat konsumen dengan preferensi rasa yang berbeda-beda. Relatif rendahnya barrier to entry dalam industri kuliner ayam geprek, memungkinkan wirausahawan baru untuk memasuki pasar

Potensi untuk berkontribusi pada pengurangan tingkat kemiskinan melalui penciptaan lapangan kerja dan peningkatan aktivitas ekonomi lokal

Tujuan spesifik penelitian ini adalah:

Menganalisis aspek teknis produksi ayam geprek, termasuk proses pengolahan dan pengembangan variasi level sambal

Mengevaluasi strategi pemasaran yang efektif untuk usaha ayam geprek di wilayah Ciawi.

Menghitung proyeksi pendapatan, biaya operasional, dan laba usaha

Melakukan analisis Break Even Point (BEP) untuk menentukan titik impas usaha mengidentifikasi risiko potensial dan merumuskan strategi mitigasi dalam menjalankan usaha ayam geprek

Menilai potensi kontribusi usaha terhadap peningkatan ekonomi lokal dan pengurangan tingkat kemiskinan di wilayah tersebut

Dengan mempertimbangkan kondisi sosio-ekonomi daerah dan potensi pasar yang ada, diharapkan usaha ayam geprek ini tidak hanya dapat mencapai keberhasilan finansial, tetapi juga memberikan dampak positif bagi masyarakat sekitar.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode analisis kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Pengumpulan data dilakukan melalui:

- 1.Observasi lapangan di lokasi usaha dan area sekitarnya
- 2.Wawancara dengan pelaku usaha sejenis dan konsumen potensial
- 3.Studi literatur terkait manajemen usaha kuliner dan tren pasar ayam geprek
- 4.Analisis finansial berdasarkan proyeksi biaya dan pendapatan

Aspek yang diteliti meliputi:

- 1.Proses produksi dan pengembangan produk
- 2.Analisis pasar dan strategi pemasaran
- 3.Analisis biaya, pendapatan, dan profitabilitas
- 4.Perhitungan Break Even Point (BEP)
- 5.Identifikasi dan analisis risiko usaha

HASIL DAN PEMBAHASAN

Proses Produksi dan Pengembangan Produk Proses produksi ayam geprek meliputi: Pemilihan dan pembersihan

ayam segar berkualitas, Perendaman ayam dalam bumbu rahasia selama minimal 2 jam, Pelapisan ayam dengan tepung khusus untuk menghasilkan tekstur crispy, Penggorengan ayam menggunakan minyak berkualitas dengan suhu terkontrol, Pembuatan sambal dengan 6 level kepedasan.

Analisis Pasar dan Strategi Pemasaran.

Segmentasi pasar:

1. Pelajar dan mahasiswa (usia 15- 25 tahun)
2. Pegawai pabrik dan kantoran (usia 25-45 tahun)
3. Keluarga muda (usia 25-40 tahun)

Strategi pemasaran:

1. Penetapan harga kompetitif Rp 12.000 - Rp 20.000 per porsi
2. Promosi melalui media sosial (Instagram, TikTok, WhatsApp)
3. Kerjasama dengan layanan pesan antar makanan (GrabFood, GoFood)
4. Program loyalitas pelanggan (kartu member dengan diskon khusus)
5. Penawaran paket hemat untuk pelajar dan pegawai
6. Mengikuti bazaar makanan dan event lokal untuk meningkatkan brand awareness

Modal Investasi

- a. Peralatan dapur (kompor, freezer, meja kerja, dll): Rp 8.500.000
- b. Peralatan makan dan perlengkapan resto: Rp 2.000.000 Total Modal Investasi: Rp 10.500.000

Modal Kerja (per bulan):

- a. Bahan baku (ayam, bumbu, minyak goreng, dll): Rp 4.359.000
- b. Gaji karyawan (4orang): Rp 4.000.000

- c. Listrik dan air: Rp 350.000
- d. Sewa tempat: Rp 584.000
- e. Biaya pemasaran: Rp 500.000 Total Modal Kerja: Rp 9.793.000

Proyeksi Pendapatan:

- a. Rata-rata penjualan per hari: 100 porsi
- b. Harga rata-rata per porsi: Rp 14.000
- c. Pendapatan per hari: $100 \times \text{Rp } 14.000 = \text{Rp } 1.400.000$
- d. Pendapatan per bulan (26 hari kerja): Rp 36.400.000

Analisis Laba Rugi (per bulan)

Pendapatan: Rp 36.400.000
Biaya Operasional: Rp 9.793.000 Laba Kotor: Rp 26.607.000
Pajak (1% dari pendapatan bruto): Rp 364.000
Laba Bersih: Rp 26.243.000
Break Even Point (BEP): $\text{BEP Porsi} = \frac{\text{Biaya Tetap}}{(\text{Harga Jual per Porsi} - \text{Biaya Variabel per Unit})}$
 $\text{BEP Porsi} = \frac{4.934.000}{(14.000 - 7.634)} = 775$ unit (porsi)
 $\text{BEP Rupiah} = \text{BEP Porsi} \times \text{Harga Jual per Porsi}$
 $\text{BEP Rupiah} = 775 \times 14.000 = \text{Rp } 10.850.000$ gambar harus diletakkan di awal atau di akhir halaman, sedangkan gambar dengan lebar kurang dari 1 Analisis Risiko dan Strategi Mitigasi

Menjalinkan kerjasama jangka panjang dengan pemasok dan menyimpan stok bahan baku tahan lama, Risiko persaingan fokus pada diferensiasi produk melalui variasi level sambal dan menu spesial, serta peningkatan kualitas layanan, Melakukan riset pasar secara berkala dan mengembangkan menu baru sesuai tren, Pelatihan karyawan secara rutin, pemeliharaan peralatan berkala, dan penerapan standar higienitas yang ketat.

KESIMPULAN DAN SARAN

KESIMPULAN

Usaha ayam geprek dengan variasi level sambal di Kelurahan Banjarsari, Kecamatan Ciawi, Kabupaten Bogor memiliki potensi keuntungan yang signifikan, dengan proyeksi laba bersih bulanan sebesar Rp 26.243.000, dengan analisis BEP menunjukkan bahwa usaha akan mencapai titik impas pada penjualan 775 porsi atau Rp 10.850.000 per bulan, yang relatif mudah dicapai dengan target penjualan 100 porsi per hari.

Meskipun memiliki prospek yang baik, usaha ini tetap menghadapi risiko-risiko yang perlu dimitigasi secara efektif untuk menjamin keberlanjutan usaha.

SARAN

Sering melakukan riset pasar secara berkala untuk memahami perubahan selera konsumen dan tren kuliner terkini. Menggunakan sistem manajemen persediaan yang efisien untuk mengontrol biaya dan menjaga kualitas bahan baku, mengoptimalkan penggunaan media sosial dan platform pesan antar makanan untuk memperluas jangkauan pasar.

DAFTAR PUSTAKA

- Antonio, M. S. (2007). Muhammad SAW: The Super Leader Super Manager. Jakarta: ProLM Centre & Tazkia Publishing.
- Budiharto, S., & Himam, F. (2015). Konstruksi Teoritis dan Pengembangan Kepemimpinan Profetik. *Jurnal Psikologi*, 33(2), 133-146.
- Griffin, R. W., & Ebert, R. J. (2007). *Bisnis* (8th ed.). Jakarta: Erlangga.
- Jureid. (2020). Implementasi Etika Pelayanan Pada Minimarket Swalayan Penyambungan Kabupaten Mandailing Natal Guna Mencapai Profit Yang Maksimal Dari Perspektif Ekonomi Islam. *At-Tawassuth: Jurnal Ekonomi Islam*, 5(1), 72-96.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education Limited.
- Peranan Petani Milenial dalam Upaya Menurunkan Angka Kemiskinan Di Jawa Barat. *Jurnal Ekonomi dan Pembangunan*, (Kusumawati et al., 2023)
- Pujiharyanto, A., Peternakan, S., Pertanian, F., & Djuanda, U. (2023). Potensi Peningkatan Pendapatan Peternak Melalui Pelatihan Budidaya dan Pengolahan Karkas Ayam Kampung. *Qardhul Hasan: Media Pengabdian kepada Masyarakat*, 9(1), 48-55.