

**Analisis Kelayakan Bisnis Dalam Pengembangan Usaha  
*Solo Fried Chicken (SFC)***

**Irwanda Ardhi Wijaya, Sinatria Rizki Pratama, Agus Suyatno**

S1 Manajemen, Fakultas Hukum dan Bisnis, Universitas Duta Bangsa Surakarta

Jl. Pinang Raya No. 47 Cemani Sukoharjo

Telp. 0271-7470050

E-mail: irwandawijaya96@gmail.com

**Abstrak**

*Studi kelayakan bisnis merupakan serangkaian kegiatan yang mempelajari terkait bisnis atau usaha yang tengah dijalani. Tujuan dilakukannya studi kelayakan bisnis, diantaranya adalah memudahkan dalam (1) pengendalian, (2) pengawasan, (3) pelaksanaan pekerjaan, (4) perencanaan, dan (5) penghindaran dari risiko kerugian. Selain itu ada berbagai macam aspek studi dari kelayakan bisnis, diantaranya adalah (1) aspek manajemen, (2) aspek keuangan, (3) aspek teknis dan teknologi, (4) aspek pemasaran, (5) aspek pasar, dan (6) aspek hukum. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis terkait studi kelayakan bisnis usaha Solo Fried Chicken. Metodologi yang digunakan dalam penelitian ini adalah kombinasi dari penelitian kuantitatif dan kualitatif. Hasil dari penelitian ini adalah SFC (Solo Fried Chicken) adalah inovasi baru dalam dunia makanan yang berbahan dasar ayam dan tepung terigu dengan varian rasa original dan spicy dan saus spesial menjadikan produk ini berbeda dari produk sejenisnya yang lain. Dengan mengedepankan cita rasa yang tinggi, higienis, menarik, dan bernilai ekonomis menjadikan SFC (Solo Fried Chicken) banyak diminati oleh seluruh lapisan masyarakat terutama di lingkungan sekitar lokasi. Kesimpulan dari usaha Solo Fried Chicken (SFC) adalah sudah layak dalam pengembangan bisnis di bidang kuliner.*

*Kata Kunci: bisnis, fried chicken, kelayakan, usaha*

**Abstract**

*A business feasibility study is a series of activities related to the business or business being undertaken. The purpose of conducting a business feasibility study, among others, is to facilitate (1) control, (2) supervision, (3) execution of work, (4) planning, and (5) avoidance of risk of loss. In addition, there are various aspects of business feasibility studies, including (1) management aspects, (2) financial aspects, (3) technical and technological aspects, (4) marketing aspects, (5) market aspects, and (6) law. The purpose of this results is to analyze the feasibility study related to the Solo Fried Chicken business. The methodology used in this study is a combination of quantitative and qualitative research. The results of this study are SFC (Solo Fried Chicken) is a new innovation in the world of food made from chicken and wheat flour with a variety of original and spicy flavors and special sauces that make this product different from other similar products. By prioritizing high taste, hygienic, attractive, and economical value, SFC (Solo Fried Chicken) is in great demand by all levels of society, especially in the environment around the site. The conclusion from the Solo Fried Chicken (SFC) business is that it is feasible in business development in the culinary field.*

*Keywords: business, fried chicken, appropriateness, effort*

## **1. Pendahuluan**

Salah satu usaha yang telah banyak berkembang di Indonesia adalah usaha di bidang kuliner atau makanan. Pada saat ini bisnis di bidang kuliner semakin banyak diminati dan digeluti. Banyak jenis makanan dalam kemasan ataupun yang di sajikan secara langsung, akan tetapi kebanyakan masyarakat lebih memilih makanan dalam bentuk kemasan karena lebih praktis. Disamping itu masyarakat cenderung lebih memilih makanan yang enak, gurih, menarik, dan tentunya murah. Maka dari itu, penulis berinisiatif ingin membuka usaha kuliner “SFC (Solo Fried Chicken)” yaitu ayam goreng tepung (*kentucky*) dengan varian rasa original dan pedas (*spicy*), serta ada tambahan saus sambal dan mayonaise. Dengan menjunjung tinggi prinsip higienis tentunya terdapat kandungan maupun manfaat yang baik untuk kesehatan, serta dikemas dengan baik sehingga kualitas produk tetap terjaga. Harga yang ditawarkan pun sangat bernilai ekonomis sehingga pasarannya akan tembus diseluruh lapisan masyarakat.

Adapun visi dari usaha kuliner ini adalah “menghadirkan produk makanan *fried chicken* yang enak, halal, bergizi, dan berkualitas serta banyak diminati masyarakat dengan mengedepankan cita rasa yang tinggi, higienis, menarik, dan bernilai ekonomis”. Sedangkan untuk misi usaha kuliner Solo Fried Chicken ini adalah (1) menjaga kehygienisan dan cita rasa makanan agar menghasilkan produk yang berkualitas, (2) menyajikan produk dengan harga yang lebih terjangkau, (3) meningkatkan jangkauan pemasaran dan (4) memberikan kesan yang baik kepada setiap pelanggan. Pemilihan dari makanan yang berbahan dasar ayam ini dikarenakan banyak sekali peminat dari semua kalangan dan bisa menjadi produk makanan alternative atau cepat saji sehingga laku dipasaran.

Studi kelayakan bisnis merupakan serangkaian kegiatan yang mempelajari terkait bisnis atau usaha yang tengah dijalani. Tujuan dilakukannya studi kelayakan bisnis, diantaranya adalah memudahkan dalam (1) pengendalian, (2) pengawasan, (3) pelaksanaan pekerjaan, (4) perencanaan, dan (5) penghindaran dari risiko kerugian. Selain itu ada berbagai macam aspek studi dari kelayakan bisnis, diantaranya adalah (1) aspek manajemen, (2) aspek keuangan, (3) aspek teknis dan teknologi, (4) aspek pemasaran, (5) aspek pasar, dan (6) aspek hukum (Yanuar, 2016).

Adapun fungsi dari aspek manajemen adalah (1) pengawasan, (2) pelaksanaan, (3) pengorganisasian, dan (4) perencanaan. Tujuan aspek manajemen ialah mendeskripsikan terkait implementasi bisnis yang dikendalikan, dilaksanakan, atau direncanakan sehingga terbukti kelayakan dari bisnis yang sedang dikembangkannya. Selanjutnya pada aspek keuangan terdapat beberapa kriteria yang harus dipenuhi, diantaranya adalah (1) profitability index, (2) internal rate of return, (3) payback period, dan (4) net present value. Kemudian pada aspek teknik dan teknologi meliputi pokok bahasan diantaranya adalah (1) kualitas produk diawasi, (2) manajemen produksi, (3) jumlah produksi direncanakan, (4) tata letak direncanakan, (5) kapasitas produksi terencana, (6) letak pabrik terencana, (7) teknologi terpilih, (8) rencana kualitas, (9) pemilihan dan perencanaan produk, (10) strategi produksi dipilih (Yanuar, 2016).

Pada aspek pemasaran ada beberapa poin yang harus dikuasai terlebih dahulu, diantaranya adalah (1) bauran pemasaran, (2) analisis persaingan, (3) posisi pasar hendaknya ditentukan terlebih dahulu, (4) sasaran pasar, dan (5) segmentasi pasar. Kemudian pada aspek pasar ada beberapa poin yang harus dipelajari secara mendalam, diantaranya adalah pengambilan keputusan (non linier dan linier), pengukur serta dapat meramalkan permintaan, bentuk pasar, permintaan, dan penawaran. Selanjutnya pada aspek hukum memiliki tujuan dalam (1) mengetahui terkait jaminan apa saja yang bisa dibiayai dengan pinjaman, (2) mengetahui persyaratan izin apa saja yang harus dipenuhi dalam melakukan kegiatan bisnis, (3) menganalisis ketepatan bentuk badan hukum dengan ide

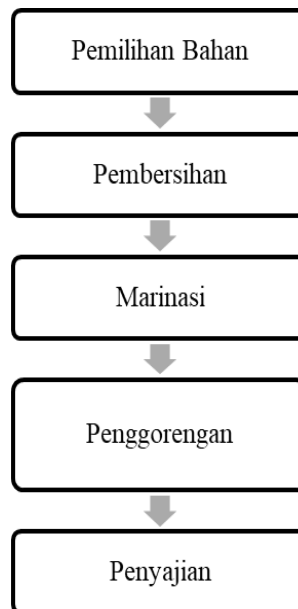
bisnis yang akan dilaksanakan, dan (4) mengetahui terkait legalitas usaha yang tengah ditekuni (Yanuar, 2016).

Pada penelitian yang dilakukan oleh Kurnia et al. (2022) memaparkan hasil bahwa bisnis yang tengah ditekuninya adalah bisnis yang berkembang di dalam dunia kuliner atau makanan, seperti sphagetti, steak with Sambal Woku, Es Teler Chevon Cake, dan Coffe Toraja Shake. Bisnis yang tengah dijalannya tersebut telah berkembang sejak tahun 2019 silam dengan pengunjung yang meningkat untuk setiap tahunnya. Berdasarkan analisis dari studi kelayakan yang memperhatikan penilaian dari instrumen (1) aspek manajemen, (2) aspek keuangan, (3) aspek teknis dan teknologi, (4) aspek pemasaran, (5) aspek pasar, dan (6) aspek hukum diketahui bahwa menu makanan atau kuliner yang dijualkan tersebut layak dan sangat siap untuk diperjual belikan di khalayak masyarakat sekitar. Serta harga yang ditawarkan pun tidak terlalu mahal dan pas di kantong masyarakat sekitar. Selain itu, dalam proses packaging, restoran satu ini sangat memperhatikan dari aspek lingkungan, yaitu menu-menu makanan yang dipesan atau di order menggunakan alumunium tray dan tidak menggunakan bahan berbahan dasar plastik.

Berdasarkan paparan diatas, peneliti mengambil judul “Analisis Kelayakan Bisnis Dalam Pengembangan Usaha Solo *Fried Chicken* (SFC)”. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis terkait studi kelayakan bisnis pada usaha Solo *Fried Chicken*.

## 2. Metodologi

Metodologi yang digunakan dalam penelitian ini adalah kombinasi dari penelitian kuantitatif dan kualitatif. Lokasi dari Solo *Fried Chicken* (SFC) adalah di daerah Gilingan, Banjarsari, Surakarta. Jam operasionalnya buka setiap hari dari jam 13.00-21.00 atau dihitung selama 8 jam kerja. Adapun langkah-langkah yang dilakukan dalam proses olahan usaha Solo *Fried Chicken* (SFC), dipaparkan dalam Gambar 1 berikut ini.



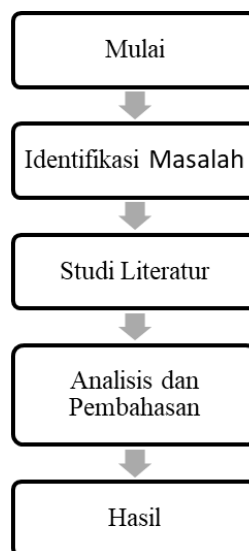
**Gambar 1.** Langkah-langkah Proses Olahan Usaha SFC

Pada langkah pertama dilakukan pemilihan bahan yaitu dengan membeli dan memilih bahan baku produksi dengan baik dan berkualitas di pasar tradisional dengan harga yang terjangkau terutama ayam. Langkah kedua adalah pembersihan, yaitu dengan mencuci seluruh bahan baku hingga bersih terutama ayam agar bersih dari sisa darah dan bulu agar

tidak bau amis. Pada langkah ketiga yaitu marinasi merupakan proses pembumbuan ayam dilakukan dengan beberapa bahan yang sudah dicampur dan diamkan selama 1-2 jam agar bumbu meresap sempurna. Langkah keempat adalah penggorengan, yaitu sebelum digoreng ayam akan di tepungi menggunakan tepung terigu dan maizena lalu di goreng hingga matang menggunakan api sedang. Pada langkah kelima adalah penyajian, yaitu ayam yang sudah matang dimasukkan ke dalam etalase. Ayam yang dibeli sesuai permintaan pelanggan dikemas dalam kertas packaging dan plastik.

Segmentasi pasar SFC (*Solo Fried Chicken*) adalah semua kalangan masyarakat. Untuk itu promosi dilakukan di daerah pemukiman dan perumahan penduduk sekitar tempat tinggal kami karena lokasi yang strategis dan berada di pinggir jalan raya yang mobilitasnya ramai dan padat. Selain itu promosi kami lakukan ke rekan-rekan kerja dan mahasiswa, karena kami menganggap promosi akan lebih efektif jika terjadi dalam suatu kelompok. Karena pertimbangan tersebut, produk SFC (*Solo Fried Chicken*) ini akan laku keras di lingkungan anak-anak dan remaja serta ibu rumah tangga.

Pengumpulan data didapatkan dari data primer dan data sekunder. Data primer didapatkan dari data-data yang berdasarkan lapangan, sedangkan data sekunder didapatkan dari kajian pustaka yang mendukung dari adanya data primer. Kajian pustakan merupakan kegiatan mengkaji berbagai macam bentuk sumber-sumber yang relevan seperti skripsi, jurnal berindeks sinta dan lain sebagainya berdasarkan judul yang telah dirumuskan oleh peneliti untuk menambah ilmu pengetahuan dan teknologi. Hasil penelitian yang didapatkan dari kajian pustaka tersebut harus lah berdasarkan langkah-langkah yang tepat seperti adanya kegiatan membaca dan mencatat isi pokok penting dari bahan kajian tersebut (Zed, 2014). Sumber yang digunakan dalam proses pengkajian ini bukanlah sumber sembarang akan tetapi sumber yang digunakan adalah sumber yang mukhtahir yang berdasarkan fenomena-fenomena yang ada di lingkungan ataupun yang ada di dunia. Selanjutnya menurut Nazir (2014) memaparkan bahwa kajian pustaka yang didapatkan merupakan kegiatan mengkritisi berbagai macam bentuk dokumen, berbagai macam bentuk catatan, berbagai macambentuk laporan, berbagai macam bentuk buku, berbagai macam bentuk literatur untuk menjawab rumusan masalah yang dikembangkan peneliti. Berikut adalah diagram dari kegiatan kajian kepustakaan.



**Gambar 2. Kerangka Berpikir Peneliti**

Sumber: (Rumetna, 2018).

### 3. Hasil dan Pembahasan

Berdasarkan kegiatan yang telah dilakukan oleh peneliti, berikut adalah tabel hasil penelitian berupa proyeksi keuangan pada usaha Solo *Fried Chicken* yang meliputi Modal Investasi (MI), Modal Kerja (MK) terdiri dari Biaya Tetap (BT) dan Biaya Tidak Tetap (BTT), serta perhitungan *Break Event Point* (BEP) dan *Return Of Investation* (ROI).

Tabel 1 memaparkan terkait rincian Modal Investasi (MI) berupa peralatan yang diperlukan selama proses produksi. Tabel 2 memaparkan terkait rincian Biaya Tetap (BT) berupa biaya bahan baku untuk diolah menjadi produk jadi. Tabel 3 memaparkan terkait rincian gaji karyawan berdasarkan jabatannya yang mana biaya ini termasuk dalam Biaya Tetap (BT). Tabel 4 memaparkan terkait rincian biaya tidak tetap (BTT), yaitu biaya tak terduga atau biaya yang dikeluarkan sesuai kebutuhan yang sifatnya tidak pasti. Tabel 5 memaparkan terkait perhitungan *Break Event Point* (BEP) dan *Return Of Investation* (ROI), yaitu untuk menganalisis layak atau tidaknya usaha SFC untuk dijalankan.

**Tabel 1.** Modal Investasi (MI)

<b>Nama Barang</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Harga</b>
Etalase/booth	1 unit	Rp. 1.000.000
Mesin penggorengan	1 unit	Rp. 500.000
Banner	1 buah	Rp. 50.000
Lampu	1 buah	Rp. 25.000
Baskom	3 buah	Rp. 40.000
Pisau	2 buah	Rp. 30.000
Pengaduk olahan	1 buah	Rp. 10.000
Cupit makanan	2 buah	Rp. 30.000
<b>Total MI</b>		<b>Rp. 1.685.000</b>

**Tabel 2.** Biaya Tetap (BT)

<b>Nama Barang</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Harga</b>
Ayam boiler	5 ekor (50 potong)	Rp. 200.000
Minyak goreng	3 liter	Rp. 65.000
Telur ayam	0,5 kg	Rp. 12.000
Tepung terigu	2 kg	Rp. 20.000
Tepung maizena	1 kg	Rp. 15.000
Kaldu bubuk	2 bungkus	Rp. 20.000
Lada bubuk	2 bungkus	Rp. 10.000
Bawang putih	0,5 kg	Rp. 7.000
Bumbu pedas	250 gram	Rp. 15.000
Saos sambal	2 pack	Rp. 10.000
Saos mayonaise	1 kg	Rp. 25.000
<b>Total biaya produksi perhari</b>		<b>Rp. 399.000</b>
<b>Total Biaya Produksi Per Bulan (30 hari)</b>		<b>Rp. 11.970.000</b>

**Tabel 3.** Gaji Karyawan (BT)

<b>Jabatan</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Nominal</b>
Admin/Kasir	1	Rp. 1.200.000
Marketing	1	Rp. 1.000.000
<b>Total Biaya Gaji Per Bulan</b>		<b>Rp. 2.200.000</b>
<b>Total BT Per Bulan</b>		<b>Rp. 14.170.000</b>

## SEMINAR NASIONAL & CALL FOR PAPER HUBISINTEK 2022

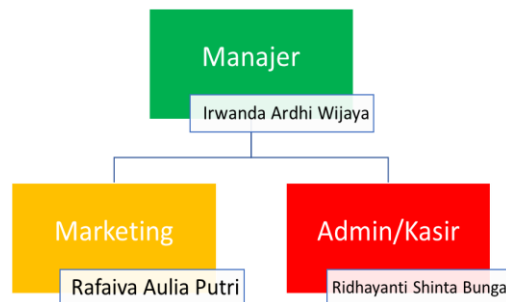
**Tabel 4.** Biaya Tidak Tetap (BTT)

Nama Barang	Jumlah	Harga
Gas 3 kg	5 tabung	Rp. 100.000
Kertas packaging	10 pack	Rp. 200.000
Kantong plastik	10 pack	Rp. 100.000
Plastik klip kecil	15 pack	Rp. 60.000
Hand gloves	2 pack	Rp. 10.000
Air dan listrik	30 hari	Rp. 200.000
Lain-lain	30 hari	Rp. 200.000
<b>Total BTT Per Bulan</b>		<b>Rp. 870.000</b>
<b>Total MK = BT + BTT</b>		<b>Rp. 15.040.000</b>

**Tabel 5.** Perhitungan BEP & ROI

Modal Investasi (MI)	Rp. 1.685.000
Modal Kerja (MK)	Rp. 15.040.000
Modal Usaha (MU) = MI + MK	Rp. 16.725.000
Asumsi Penjualan (S): (30 hari x 50 pcs @ Rp. 13.000)	Rp. 19.500.000
Laba Usaha = S – MK	Rp. 4.460.000
Presentase laba = laba / MU x 100%	26,6%
Break Event Point (BEP) = $BT \times S / (S - BTT)$	Rp. 14.831.723
1. Ditinjau dari BEP, $S > BEP$	
2. $(X\%) > \text{bunga deposito bank} + \text{resiko} (2\% + 5\%)$	
Hasilnya : layak untuk dijalankan	
Return of investment (ROI) = laba / investasi x 100%	2,6%
Waktu Balik Modal = $1/ROI = 1/2,6 = 0,38$ Tahun	3,8 Bulan

Kegiatan dari pengembangan usaha di bidang kuliner, tentu memberikan tantangan sendiri bagi owner Solo *Fried Chicken* (SFC). Adapun struktur organisasi dari Solo *Fried Chicken* (SFC) adalah sebagai berikut ini:



**Gambar 3.** Struktur Organisasi SFC

Melalui struktur organisasi tersebut, kemudian dilakukan pembagian tugas atau jobdesk untuk manajer, marketing, dan admin atau kasir. Tugas untuk manajer adalah sebagai pendiri usaha dan penyedia modal awal (investor), serta mengawasi jalannya usaha. Kemudian tugas dari admin atau kasir adalah sebagai pengelola keuangan usaha seperti transaksi pembayaran dan pembukuan. Selanjutnya tugas dari marketing adalah melakukan penjualan dan promosi produk. Sedangkan untuk pengolahan produk dilakukan secara bersama-sama.

Strategi pemasaran dari usaha kuliner SFC (*Solo Fried Chicken*) adalah dengan memanfaatkan beberapa akses dari media social seperti Instagram, Facebook, Whatsapp, dan lain sebagainya. Strategi pemasaran atau promosi yang lain yaitu dari mulut ke mulut. Dan satrategi pemasaran yang terakhir adalah dengan memanfaatkan berbagai macam marketplace seperti shopeefood, gofood, grabfood, dan lain sebagainya. Jalur distribusi atau penjualan dari SFC (*Solo Fried Chicken*) dapat melalui dua cara yaitu *direct selling* yaitu pembeli bisa langsung datang ke store dan *Inderect selling*, yaitu melalui sosial media seperti *Whatsapp, Instagram, facebook, Shopeeefood, Grabfood, Gofood*, dan lain sebagainya. Hal tesebut sejalan dengan pendapat menurut Handika & Darma (2021) yang memaparkan bahwa media sosial dapat dijadikan alternatif dalam mengembangkan bisnis dan dapat pula dijadikan sebagai strategi pemasaran. Media online yang digunakan pada penelitian tersebut adalah Instagram untuk mengembangkan bisnis kuliner dengan menggunakan jasa influencer. Kemudian pada penelitian ini juga didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Sukri & Arisandi (2017) yang menjelaskan bahwa media sosial dapat meningkatkan penjualan serta memiliki manfaat dan peran untuk mempromosikan produk yang akan dijual.

Kemudian untuk strategi membangun loyalitas konsumen dapat dilakukan dengan cara (1) memberikan pelayanan terbaik, (2) menjaga kualitas produk dan rasa makanan, (3) memberikan promo untuk menarik minat pelanggan, (4) menjalin komunikasi yang baik dengan pelanggan, dan (5) terus berinovasi. Selain memikirkan strategi hendaknya dipikirkan juga terkait resiko usaha, yang meliputi (1) produk tidak habis terjual, (2) tidak stabilnya harga bahan baku, dan (3) banyak pesaing yang menjual produk yang sama. Berdasarkan resiko usaha kuliner *Solo Fried Chicken* (SFC) tersebut, maka penulis menemukan beberapa tips untuk meminimalisir resiko usaha kuliner *Solo Fried Chicken* (SFC), diantaranya adalah (1) melakukan promosi dengan baik sehingga produk cepat habis, (2) mencari lokasi bahan baku terdekat, sehingga biaya yang dikeluarkan lebih murah, (3) melakukan inovasi sebaik mungkin, dan (4) memperlihatkan keunggulan dari produk yang dijual.

Pada penelitian yang dilakukan oleh Kurnia et al. (2022) memaparkan hasil bahwa bisnis yang tengah ditekuninya adalah bisnis yang berkembang di dalam dunia kuliner atau makanan, seperti sphagetti, steak with Sambal Woku, Es Teler Chevron Cake, dan Coffe Toraja Shake. Bisnis yang tengah dijalannya tersebut telah berkembang sejak tahun 2019 silam dengan pengunjung yang meningkat untuk setiap tahunnya. Berdasarkan analisis dari studi kelayakan yang memperhatikan penilaian dari instrumen (1) aspek manajemen, (2) aspek keuangan, (3) aspek teknis dan teknologi, (4) aspek pemasaran, (5) aspek pasar, dan (6) aspek hukum diketahui bahwa menu makanan atau kuliner yang dijualkan tersebut layak dan sangat siap untuk diperjual belikan di khalayak masyarakat sekitar. Serta harga yang ditawarkan pun tidak terlalu mahal dan pas di kantong masyarakat sekitar. Selain itu, dalam proses packaging, restoran satu ini sangat memperhatikan dari aspek lingkungan, yaitu menu-menu makanan yang dipesan atau di order menggunakan aluminium tray dan tidak menggunakan bahan berbahan dasar plastik.

Selanjutnya penelitian relevan dengan penelitian ini adalah penelitian yang dilakukan oleh Faradiba & Musmulyadi (2020) yang menyimpulkan bahwa “Aspek pasar dan pemasaran, aspek manajemen dan sumberdaya manusia, aspek teknis dan teknologi, aspek hukum dan legalitas, serta aspek keuangan dari usaha bisnis waralaba *Alpokatkocok\_duobig* ini telah memenuhi syarat dan menunjukkan bahwa usaha ini layak di jalankan. Berdasarkan hasil analisis kelayakan investasi baik itu berupa payback period, B/C ratio, perhitungan NPV dan IRR serta uji anova dimana studi kelayakan bisnis dan citra merek yang berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian, dapat disimpulkan bahwa bisnis usaha waralaba *Alpokatkocok\_duobig* layak untuk dijalankan dan potensial untuk dikembangkan. Penelitian ini membutuhkan beberapa perbaikan pada aspek teknik

dan teknologi yaitu pada proses produksi sebaiknya mentransformasi mesinnya dengan mesin yang lebih modern dan canggih sehingga bisa menekan biaya produksi dan hasil yang lebih produktif, oleh karena itu dibutuhkan penelitian yang lebih mendalam tentang aspek teknis dan teknologi agar bisnis alpokatkokocok\_duobig bisa mendapatkan keuntungan yang lebih banyak lagi”.

Berdasarkan hasil penelitian yang dipaparkan pada tabel diatas, untuk itu peneliti melakukan analisis SWOT guna untuk memperlancar kegiatan usaha kuliner yang dilakukan. Adapun untuk *strength* (kekuatan) meliputi (1) harga murah dan rasa lezat, (2) ada varian rasa menarik, (3) bahan baku mudah didapat, dan (4) halal. Selanjutnya untuk komponen *weakness* (kelemahan) meliputi (1) pengalaman yang kurang, (2) produk mudah ditiru, dan (3) harga dari bahan baku yang tidak stabil. Kemudian untuk komponen *opportunities* (peluang) meliputi pasar masih luas dan pemasarannya sangat mudah. Selanjutnya untuk komponen *threats* (ancaman) adalah keacuhan dari pembeli atau masyarakat. Menurut Kristanto et al. (2017) memaparkan bahwa tujuan dilakukannya analisis SWOT adalah untuk mengetahui terkait *strength*, *weakness*, *opportunities*, serta *threats* dari usaha yang akan atau sudah dilakukan dan dikembangkan dengan sebaik-baiknya.

#### **4. Kesimpulan dan Saran**

Kesimpulan dari usaha Solo *Fried Chicken* (SFC) adalah sudah layak dalam pengembangan bisnis di bidang kuliner. SFC (Solo Fried Chicken) adalah inovasi baru dalam dunia makanan yang berbahan dasar ayam dan tepung terigu dengan varian rasa original dan spicy serta saus special seperti saus sambal dan mayonaise menjadikan produk ini berbeda dari produk sejenisnya yang lain. Dengan mengedepankan cita rasa yang tinggi, higienis, menarik, dan bernilai ekonomis menjadikan SFC (Solo *Fried Chicken*) banyak diminati oleh seluruh lapisan masyarakat terutama di lingkungan sekitar lokasi.

Melalui jurnal ini, peneliti ingin menyampaikan saran kepada owner UMKM di Indonesia untuk menerapkan dengan baik terkait aspek kelayakan bisnis. Dengan memperhatikan setiap aspek kelayakan bisnis, maka owner akan lebih mudah dalam mengembangkan usaha yang akan dijalani atau sedang dijalani. Selanjutnya disarankan kepada peneliti selanjutnya untuk mengembangkan penelitian ini lebih luas lagi dengan mencakup membuka cabang Solo *Fried Chicken* (SFC) di berbagai titik-titik tertentu.

#### **Daftar Pustaka**

- Faradiba, B., & Musmulyadi, M. (2020). Analisis Studi Kelayakan Bisnis Usaha Waralaba Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian “Alpokatkocok\_Doubig” Di Makassar. *PAY Jurnal Keuangan Dan Perbankan*, 2(2), 52–61. <https://doi.org/10.46918/pay.v2i2.751>
- Handika, M. R., & Darma, G. S. (2021). Strategi Pemasaran Bisnis Kuliner Menggunakan Influencer Melalui Media Sosial Instagram. *Jurnal Bisnis Corporate*, 6(1), 11–18. <https://doi.org/10.46576/jbc.v6i1.1484>
- Kristanto, T., Muliawati, C., Arief, R., & Hidayat, S. (2017). Strategi Peningkatan Omset UKM Percetakan dengan Pendekatan Analisis SWOT. *Seminar Nasional Sistem Informasi Indonesia*, 6(2), 257–262. [http://is.its.ac.id/pubs/oajis/index.php/home/detail/1770/STRATEGI-PENINGKATAN-OMSET-UKM-PERCETAKAN-DENGAN-PENDEKATAN-ANALISIS-SWOT%0Ahttp://is.its.ac.id/pubs/oajis/index.php/file/download\\_file/1770](http://is.its.ac.id/pubs/oajis/index.php/home/detail/1770/STRATEGI-PENINGKATAN-OMSET-UKM-PERCETAKAN-DENGAN-PENDEKATAN-ANALISIS-SWOT%0Ahttp://is.its.ac.id/pubs/oajis/index.php/file/download_file/1770)
- Kurnia, K. A., Pandiangan, K. T., Amma, M. R., Zeevi, & Izzalqurny, T. R. (2022). Bisnis Foodiversity Suatu Inovasi Makanan Tradisional (Studi Kelayakan Bisnis). *Prosiding National Seminar on Accounting, Finance, and Economics (NSAFE)*, 2(1), 93–102.
- Nazir, M. 2014. *Metode Penelitian*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Rumetna, M. S. (2018). Pemanfaatan Cloud Computing Pada Dunia Bisnis: Studi Literatur.

- Jurnal Teknologi Informasi Dan Ilmu Komputer*, 5(3), 305–314.  
<https://doi.org/10.25126/jtiik.201853595>
- Sukri, S., & Arisandi, D. (2017). Analisis Strategi Pemasaran Dengan Media Sosial Produk Kuliner Usaha Kecil dan Menengah di Pekanbaru. *Jurnal Buana Informatika*, 8(4), 235–242. <https://doi.org/10.24002/jbi.v8i4.1447>
- 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.
- Zed, M. 2014. *Metode Penelitian Kepustakaan*. Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia.