

Madani: Jurnal Ilmiah Multidisiplin

Volume 4, Nomor 1, 2026, P. 127-132

E-ISSN: 2986-6340

Licensed by CC BY-SA 4.0

DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.18265419>

Analisis Studi Kelayakan Bisnis pada Usaha Chicken Holic

Business Feasibility Study Analysis of the Chicken Holic Enterprise

Dini Vientiany¹, Dhea Putri Adhelia², Maheza Shaqina³, Nabilah Azzahra Amin Br Ginting⁴

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

Email: dini1100000167@uinsu.ac.id, dheaputri308@gmail.com, mshaqina@gmail.com,

nabilaaminbrginting@gmail.com

Abstract

This study aims to evaluate the business feasibility of Chicken Holic, a modern crispy chicken outlet targeting students and young workers. The research methodology involves a comprehensive business feasibility study approach, covering various aspects such as market and marketing, legal, technical and operational, managerial, financial, sharia and halal, socio-economic, and environmental aspects. Information was collected through a survey of 57 respondents and analysis of relevant documents. The findings indicate that Chicken Holic is highly feasible from a financial perspective, with a BEP of 49 servings per day, a net profit of IDR 15,350,000 per month, an ROI of 614% per year, and an investment return period of 1.95 months. In terms of the market, 64.9% of respondents considered the product price to be standard and affordable. This business is also in line with sharia principles, as it uses halal-certified raw materials, has a positive social impact through the employment of local workers, and adopts environmentally friendly waste management practices. Based on the analysis conducted, Chicken Holic is deemed feasible to operate with significant growth potential.

Keyword: business feasibility study, crispy chicken, fast food, financial analysis, ROI.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi kelayakan bisnis Chicken Holic, sebuah wgerai ayam crispy modern yang menyasar pelajar, mahasiswa, dan pekerja muda. Metodologi penelitian melibatkan pendekatan studi kelayakan bisnis yang menyeluruh, mencakup berbagai aspek seperti pasar dan pemasaran, hukum, teknis dan operasional, manajerial, finansial, syariah dan halal, ekonomi sosial, serta lingkungan. Informasi dikumpulkan melalui survei yang dilakukan pada 57 responden dan analisis dokumen terkait. Temuan penelitian mengindikasikan bahwa Chicken Holic sangat layak dari segi finansial dengan BEP 49 porsi per hari, laba bersih sebesar Rp15.350.000 setiap bulannya, ROI mencapai 614% per tahun, dan periode pengembalian investasi selama 1,95 bulan. Dalam aspek pasar, 64,9% responden beranggapan bahwa harga produk tergolong standar dan terjangkau. Bisnis ini juga sesuai dengan prinsip syariah, karena menggunakan bahan baku yang bersertifikat halal, memberikan dampak sosial yang positif melalui penyerapan karyawan lokal, serta mengadopsi praktik pengelolaan limbah yang ramah lingkungan. Berdasarkan analisis yang telah dilakukan, Chicken Holic dinyatakan layak untuk dijalankan dengan potensi pertumbuhan yang signifikan.

Kata Kunci: studi kelayakan bisnis, ayam crispy, makanan cepat saji, analisis keuangan, ROI.

Article Info

Received date: 25 December 2025

Revised date: 13 January 2026

Accepted date: 15 January 2026

PENDAHULUAN

Pertumbuhan industri kuliner di Indonesia, khususnya dalam segmen makanan cepat saji, terus menunjukkan peningkatan yang signifikan setiap tahunnya. Salah satu hidangan yang paling banyak diminati oleh berbagai kalangan adalah ayam goreng crispy. Keberhasilan ayam goreng crispy sangat terkait dengan kenyataan bahwa ayam merupakan sumber protein yang mudah diterima oleh berbagai kelompok masyarakat, mulai dari pelajar, mahasiswa, karyawan, hingga keluarga. Selain itu, sifat makanan cepat saji yang praktis, mudah diakses, serta konsistensi rasa yang terjaga membuatnya menjadi pilihan menarik bagi konsumen modern (Kotler dan Armstrong, 2018).

Dalam beberapa tahun terakhir, tren makan di luar rumah menunjukkan kecenderungan yang terus meningkat. Khususnya generasi muda memiliki ketertarikan yang kuat terhadap makanan yang bisa disajikan dengan cepat, dengan harga yang terjangkau, serta mengikuti perkembangan kuliner

terkini. Perubahan gaya hidup masyarakat yang semakin aktif dan mobilitas yang tinggi juga mempercepat pertumbuhan industri makanan cepat saji (Porter, 2015). Situasi ini memberikan peluang bisnis yang besar bagi pelaku industri kuliner, terutama bagi mereka yang mampu menghadirkan inovasi rasa, konsistensi kualitas, serta strategi pemasaran yang efektif.

Menanggapi pasar yang menjanjikan tersebut, didirikanlah Chicken Holic, sebuah gerai yang fokus dalam penyajian ayam crispy, dengan spesialisasi pada ayam fillet, variasi rasa ayam crispy, serta saus-saus unik yang sesuai dengan selera konsumen muda. Chicken Holic ingin dikenal sebagai penyedia makanan cepat saji berkualitas dengan harga bersaing, terutama di lokasi-lokasi strategis seperti sekitar sekolah, kampus, dan perkantoran. Bisnis ini berkomitmen untuk memberikan pengalaman makan yang praktis namun tetap memuaskan, dengan harapan dapat menjadi pilihan utama bagi konsumen dalam kategori makanan cepat saji berbasis ayam.

Sebelum memulai usaha, sangat penting untuk melakukan analisis kelayakan bisnis yang mendalam untuk memastikan bahwa usaha yang akan dijalankan memiliki prospek yang baik dan berkelanjutan. Penelitian kelayakan bisnis adalah analisis terstruktur terhadap berbagai faktor yang dapat memengaruhi keberhasilan sebuah usaha, mulai dari aspek pasar, hukum, operasional, manajerial, hingga aspek keuangan (Kasmir dan Jakfar, 2012). Melalui analisis ini, dapat diketahui kekuatan, kelemahan, peluang, dan tantangan yang akan dihadapi Chicken Holic, sehingga keputusan bisnis yang diambil dapat lebih tepat dan berbasis informasi yang akurat.

Studi ini bertujuan untuk mengevaluasi kelayakan bisnis Chicken Holic dari berbagai sudut pandang, termasuk analisis pasar dan strategi pemasaran, aspek hukum dan perizinan, aspek teknis dan operasional, struktur manajemen, serta analisis keuangan yang mencakup BEP, ROI, dan Payback Period, serta mempertimbangkan faktor syariah, sosial ekonomi, dan lingkungan. Diharapkan hasil dari studi kelayakan ini dapat memberikan gambaran yang jelas mengenai prospek bisnis Chicken Holic dan menjadi landasan dalam pengambilan keputusan strategis untuk pengembangan usaha di masa mendatang.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menerapkan pendekatan kualitatif deskriptif yang didukung oleh data kuantitatif untuk menilai kelayakan usaha kuliner Chicken Holic secara menyeluruh. Pendekatan deskriptif dipilih untuk menggambarkan serta menjelaskan keadaan usaha dari berbagai sudut pandang studi kelayakan bisnis, yang mencakup aspek pasar dan pemasaran, hukum, teknis dan operasional, manajemen, keuangan, syariah, sosial, dan lingkungan. Data kualitatif dimanfaatkan untuk menganalisis faktor non-finansial dengan meneliti situasi pasar, sistem operasional, struktur manajemen, kepatuhan terhadap hukum, serta dampak sosial dan lingkungan dari usaha tersebut.

Sementara itu, data kuantitatif digunakan untuk mengukur kelayakan finansial dari usaha ini dengan melakukan perhitungan biaya, pendapatan, laporan laba rugi, Titik Impas (BEP), Periode Pengembalian Modal (PP), dan Pengembalian Investasi (ROI). Objek fokus penelitian ini adalah usaha Chicken Holic yang terletak di Jl. Gunung Krakatau No. 53B, Kecamatan Medan Timur, Kota Medan. Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini mencakup data primer dan sekunder. Data primer diperoleh melalui survei kecil-kecilan kepada 57 responden yang terdiri dari pelajar, mahasiswa, dan pekerja berusia antara 15 hingga 30 tahun untuk memahami pandangan konsumen tentang harga produk, serta dilakukan pengamatan langsung terhadap rencana operasional usaha. Data sekunder diambil dari dokumen perencanaan usaha, laporan keuangan, literatur terkait studi kelayakan bisnis, jurnal akademis, dan peraturan mengenai izin dan kehalalan produk. Teknik pengumpulan data mencakup observasi, survei, dan studi dokumen. Analisis data dilakukan secara deskriptif dengan menggabungkan hasil dari analisis kualitatif dan kuantitatif guna menetapkan sejauh mana kelayakan usaha Chicken Holic secara menyeluruh.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Aspek Pasar dan Pemasaran

Analisis pasar mengungkap bahwa sasaran utama Chicken Holic adalah siswa dan mahasiswa berusia 15 hingga 25 tahun, karyawan kantor berusia 20 hingga 35 tahun, serta masyarakat umum yang menginginkan makanan cepat saji dengan harga yang terjangkau. Pemilihan kelompok pasar ini didasarkan pada sifat kelompok usia tersebut, yang memiliki kebiasaan membeli makanan di luar, menyukai makanan cepat saji, dan cenderung tertarik pada produk dengan merek yang modern.

Dalam strategi segmentasi, Chicken Holic mengimplementasikan pendekatan multi-segmentasi yang mencakup demografi (usia 15-35 tahun, pelajar, mahasiswa, karyawan), geografi (lokasi dekat dengan sekolah, universitas, dan tempat ramai), psikografi (penggemar makanan cepat saji, suka mencoba rasa baru, mencari harga yang ekonomis), dan perilaku (sering makan di luar, mencari makanan yang cepat dan murah, dan menyukai promosi). Posisi yang diambil adalah sebagai gerai ayam crispy modern yang menghadirkan rasa nikmat, harga yang terjangkau, dan pelayanan yang cepat.

Strategi pemasaran (4P) disusun dengan cara yang menyeluruh. Dari aspek Produk, Chicken Holic menyediakan ayam crispy original, ayam fillet crispy, ayam crispy dengan saus manis pedas, rice box ayam crispy, kentang goreng, dan beragam pilihan minuman. Di aspek Harga, harga ditetapkan antara Rp 20.000 hingga Rp 50.000 per porsi dengan berbagai paket hemat dan tawaran bundling. Lokasi yang dipilih ada di tempat strategis di Jl. Gunung Krakatau No. 53B, Medan, yang dekat dengan sekolah dan kampus. Sedangkan untuk Promosi dilakukan secara terpadu melalui media sosial (Instagram dan TikTok), tawaran soft opening (Buy 1 Get 1), diskon khusus untuk mahasiswa, kolaborasi dengan layanan ojek online, serta giveaway dan dukungan dari influencer lokal.

Hasil survei yang melibatkan 57 responden menunjukkan bahwa sebagian besar responden (37 orang atau 64,9%) menganggap harga menu Chicken Holic berada pada kategori standar, 10 orang (17,5%) menilai cukup murah, 5 orang (8,8%) menilai murah, 1 orang (1,8%) menganggapnya sangat murah, dan hanya 4 orang (7,0%) yang menilai harga mahal. Data ini menandakan bahwa strategi penentuan harga Chicken Holic sudah berhasil dan diterima oleh sasaran pasar.

Aspek Hukum

Chicken Holic didirikan sebagai CV (Commanditaire Vennootschap), yang dianggap paling cocok untuk usaha kecil hingga menengah yang sedang berkembang. Struktur CV memberikan keuntungan dalam pembagian tugas antara investor dan manajer, serta proses pendiriannya lebih mudah dibandingkan dengan PT.

Dalam hal legalitas, Chicken Holic telah memenuhi sejumlah persyaratan perizinan yang wajib, seperti: Nomor Induk Berusaha (NIB) yang terdaftar melalui sistem OSS (Online Single Submission), NPWP untuk keperluan administrasi pajak, izin PIRT (Pangan Industri Rumah Tangga) dari Dinas Kesehatan, komitmen untuk menggunakan bahan baku yang bersertifikat halal (proses sertifikasi halal oleh BPJPH sedang berlangsung), Surat Keterangan Domisili Usaha, serta dokumen SPPL (Surat Pernyataan Pengelolaan Lingkungan) untuk pengelolaan limbah. Selain itu, Chicken Holic juga telah mengajukan pendaftaran merek dagang "Chicken Holic" ke Direktorat Kekayaan Intelektual untuk melindungi identitas merek.

Aspek Teknis dan Operasional

Chicken Holic terletak di lokasi yang strategis, dekat dengan sekolah, kampus, dan kawasan permukiman, yang sangat mendukung penjualan selama jam sibuk seperti siang dan malam hari. Penataan outlet didesain secara efektif dengan pembagian area yang mencakup area untuk memasak ayam, tempat marinasi, penyimpanan bahan baku, kasir dan pemesanan, pengemasan/pengambilan pesanan, serta ruang tunggu untuk pelanggan.

Dalam kondisi normal, kapasitas produksi Chicken Holic adalah antara 70 hingga 150 porsi ayam goreng setiap hari, yang bisa meningkat hingga mencapai 200 porsi per hari saat permintaan tinggi, seperti pada akhir pekan atau selama masa promosi. Kapasitas ini diperoleh berdasarkan jumlah

bahan baku yang tersedia, jumlah tenaga kerja, serta kemampuan peralatan dapur. Jam operasional ditentukan mulai dari pukul 09.00 hingga 22.00 WIB, disesuaikan dengan aktivitas konsumen yang sebagian besar terdiri dari pelajar, mahasiswa, dan pekerja.

Peralatan utama yang dipakai mencakup deep fryer dengan kapasitas besar, freezer untuk ayam, kompor dan tabung gas, meja stainless steel, wadah untuk marinasi, timbangan digital, serta alat penyegel untuk kemasan makanan. Semua peralatan tersebut dipilih sesuai dengan standar food grade untuk menjamin keamanan dan kualitas produk yang dihasilkan.

Aspek Manajemen

Struktur organisasi Chicken Holic dibuat sederhana tetapi efisien, terdiri dari Pemilik/Manajer yang mengurus keputusan strategis dan mengawasi keseluruhan usaha, Supervisor Operasional yang mengawasi aktivitas sehari-hari dan memastikan standar operasional diikuti, 2 Koki yang bertanggung jawab untuk menyiapkan dan mengolah makanan, 2 Kasir/Waiter yang mengelola transaksi dan memberikan pelayanan kepada pelanggan, serta 1 Staf Kebersihan yang memastikan kebersihan outlet.

Sistem manajemen yang digunakan mencakup penerapan metode FIFO (First In First Out) untuk pengelolaan persediaan, pencatatan keuangan yang dilakukan secara rutin melalui aplikasi POS, pelatihan untuk karyawan mengenai SOP kebersihan dan pelayanan, pengendalian kualitas melalui pengujian rasa secara teratur dan penilaian kualitas minyak goreng, serta sistem umpan balik dari pelanggan melalui platform daring dan secara langsung di outlet. Sistem manajemen ini dirancang untuk menjamin operasional yang efisien, produk yang berkualitas konsisten, dan kepuasan pelanggan yang tinggi.

Aspek Keuangan

Pemeriksaan keuangan adalah elemen penting dalam mengevaluasi viabilitas usaha Chicken Holic. Jumlah investasi awal yang diperlukan adalah Rp 30.000.000, yang mencakup sewa tempat usaha, renovasi dan desain interior, pembelian alat dapur, biaya untuk bahan baku awal, gaji pekerja selama tiga bulan, ongkos pemasaran awal, serta modal untuk operasional.

Perkiraan laporan laba rugi bulanan memperlihatkan hasil yang sangat positif. Dengan asumsi terjual 70 porsi setiap hari selama sebulan, dengan harga rata-rata Rp 20.000 per porsi, total pendapatan bulanan mencapai Rp 66.150.000. Biaya produksi bulanan terdiri dari biaya variabel sebesar Rp 42.000.000 dan biaya tetap sebesar Rp 8.800.000, sehingga total biaya produksi menjadi Rp 50.800.000. Oleh karena itu, laba bersih bulanan yang dapat diperoleh adalah Rp 15.350.000.

Analisis Titik Impas (Break Even Point/BEP) menunjukkan bahwa dengan harga jual Rp 20.000 untuk setiap porsi, biaya variabel Rp 14.000 per porsi, margin kontribusi Rp 6.000 per porsi, dan biaya tetap bulanan sebesar Rp 8.800.000, titik impas dapat dicapai dengan penjualan 1.467 porsi per bulan, atau kurang lebih 49 porsi per hari. Mengingat proyeksi penjualan aktual adalah 70 porsi per hari, bisnis ini telah melewati titik impas dengan margin yang cukup aman.

Perhitungan Periode Pengembalian Modal (Payback Period) memberikan hasil yang sangat positif. Dengan laba bersih bulanan sebesar Rp 15.350.000 dan total investasi sebesar Rp 30.000.000, maka waktu yang dibutuhkan untuk mengembalikan modal adalah 1,95 bulan, yang dapat dibulatkan menjadi 2 bulan. Periode pengembalian modal yang singkat ini menunjukkan tingkat kelayakan finansial yang sangat tinggi dan risiko investasi yang rendah.

Analisis Pengembalian Investasi (Return on Investment/ROI) menunjukkan kinerja yang luar biasa. Dengan laba bersih tahunan sebesar Rp 184.200.000 (Rp 15.350.000 dikali 12 bulan) dan total investasi Rp 30.000.000, maka ROI mencapai 614% per tahun. Angka ROI yang sangat tinggi ini jauh melampaui rata-rata industri dan menunjukkan bahwa Chicken Holic memiliki potensi keuntungan yang amat baik dan sangat layak untuk dikembangkan lebih lanjut.

Aspek Syariah dan Halal

Chicken Holic bertekad untuk menjalankan usaha sesuai dengan nilai-nilai ekonomi Islami. Semua bahan yang digunakan, termasuk ayam, tepung bumbu, minyak goreng, dan bumbu lainnya,

dijamin memiliki sertifikat halal dari MUI. Setiap transaksi dengan pelanggan dilakukan dengan akad jual beli yang jelas dan transparan, di mana harga, barang, dan persetujuan dari kedua pihak dinyatakan secara gamblang. Chicken Holic menjamin bahwa tidak ada bahan haram yang digunakan, seperti alkohol, lemak babi, atau produk terkait. Semua bahan baku diperoleh dari pemasok yang terpercaya dan memiliki sumber yang jelas serta dapat dipertanggungjawabkan. Komitmen terhadap prinsip syariah ini tidak hanya menjamin kehalalan produk bagi konsumen Muslim, tetapi juga menunjukkan integritas dan tanggung jawab dalam berbisnis.

Aspek Ekonomi dan Sosial

Keberadaan Chicken Holic membawa efek positif bagi ekonomi dan masyarakat di sekitarnya. Usaha ini menciptakan kesempatan kerja bagi penduduk setempat dengan merekrut kasir, tenaga produksi, dan petugas kebersihan, sehingga membantu mengurangi angka pengangguran dan meningkatkan pendapatan warga. Chicken Holic juga memanfaatkan bahan dari pemasok lokal, yang artinya mendukung pertumbuhan ekonomi daerah dan menambah penghasilan pelaku UMKM di sekitar usaha tersebut. Di samping itu, dengan menyajikan produk berkualitas dengan harga yang terjangkau, Chicken Holic menjadi lokasi makan yang ekonomis bagi pelajar dan mahasiswa, sekaligus menyediakan ruang yang nyaman untuk berkumpul, belajar, atau berdiskusi.

Aspek Lingkungan

Chicken Holic menunjukkan dedikasi terhadap menjaga lingkungan dengan menerapkan berbagai cara yang ramah lingkungan. Limbah dari minyak goreng tidak dibuang sembarangan, tetapi dikelola dengan cara menampungnya dan menyerahkan kepada pihak pengumpul untuk diolah kembali, sehingga tidak mencemari saluran air. Kemasan makanan dibuat dari bahan kertas yang sesuai dengan standar food grade, sehingga lebih mudah terurai dibandingkan plastik, yang mendukung upaya mengurangi sampah plastik. Semua kegiatan operasional dilakukan sesuai dengan prosedur operasi standar yang ketat, termasuk membersihkan area kerja secara berkala, memilah sampah organik dan anorganik, serta mematuhi peraturan tentang pembuangan sampah yang telah ditetapkan oleh pemerintah daerah. Limbah makanan yang tidak terpakai dipisahkan dan dikelola sesuai dengan standar kebersihan untuk mencegah terjadinya pencemaran dan masalah kesehatan lingkungan. Semua praktik ini menunjukkan bahwa Chicken Holic tidak hanya fokus pada keuntungan, tetapi juga memiliki tanggung jawab sosial dalam menjaga keberlanjutan lingkungan.

SIMPULAN

Berdasarkan studi menyeluruh mengenai delapan aspek utama, Chicken Holic terbukti amat layak untuk dijalankan dan memiliki potensi pertumbuhan yang besar. Dalam hal pasar dan pemasaran, bisnis ini mempunyai segmen pasar yang jelas serta strategi pemasaran yang menyeluruh, didukung oleh hasil survei yang menunjukkan bahwa 64,9% responden menganggap harga produk kompetitif dan terjangkau, serta lokasi yang strategis yang memberikan akses mudah ke segmen pasar yang ditargetkan. Dari sudut pandang finansial, hasil yang diperoleh sangat positif dengan BEP tercapai pada 49 porsi per hari (dari proyeksi aktual 70 porsi per hari), laba bersih sebesar Rp15.350.000 per bulan, periode pengembalian investasi 1,95 bulan, dan ROI sebesar 614% per tahun yang jauh melebihi standar di industri.

Dari aspek non-finansial, bisnis ini sudah memenuhi semua persyaratan legal, menerapkan sistem operasional yang efektif, menjaga komitmen pada prinsip syariah menggunakan bahan baku halal bersertifikat MUI, memberikan kontribusi sosial yang baik melalui penyerapan tenaga kerja dan penyedia lokal, serta mengadopsi praktik yang lingkungan yang ramah. Dengan dasar yang kuat di bidang keuangan dan operasional, serta saran pengembangan yang meliputi diversifikasi menu, kerja sama dengan platform pengiriman, program loyalitas untuk pelanggan, dan pembukaan cabang baru, Chicken Holic memiliki potensi untuk menjadi pemain utama dalam industri makanan cepat saji berbasis ayam di Medan dan sekitarnya.

REFERENSI

- Assauri, S. (2018). *Manajemen pemasaran: Dasar, konsep, dan strategi*. Rajawali Pers.
- Badan Pusat Statistik. (2024). *Statistik industri makanan dan minuman Indonesia*. Badan Pusat Statistik.
- Husnan, S., & Muhammad, S. (2014). *Studi kelayakan proyek bisnis*. UPP STIM YKPN.
- Kasmir, & Jakfar. (2019). *Studi kelayakan bisnis* (Rev. ed.). Kencana.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of marketing* (17th ed.). Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education.
- Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 5 Tahun 2021 tentang Penyelenggaraan Perizinan Berusaha Berbasis Risiko. (2021).
- Porter, M. E. (2015). *Competitive advantage: Creating and sustaining superior performance*. Free Press.
- Sugiyono. (2022). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 11 Tahun 2020 tentang Cipta Kerja. (2020).
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal. (2014).