

**ANALISIS STUDI KELAYAKAN USAHA
PADA PENGEMBANGAN USAHA UMKM DI
KABUPATEN SUMEDANG
(STUDI KASUS : UMKM AYAM KAMASAN)**

TUGAS AKHIR

**Karya tulis sebagai salah satu syarat
untuk memperoleh gelar Sarjana Teknik dari
Program Studi Teknik Industri
Fakultas Teknik Universitas Pasundan**

Oleh

NAUFAL LUTHFI NABIIL

NRP : 203010078



**PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS PASUNDAN
2024**

**ANALISIS STUDI KELAYAKAN USAHA
PADA PENGEMBANGAN USAHA UMKM DI
KABUPATEN SUMEDANG
(STUDI KASUS : UMKM AYAM KAMASAN)**

Oleh
NAUFAL LUTHFI NABIIL
NRP : 203010078

Menyetujui
Tim Pembimbing

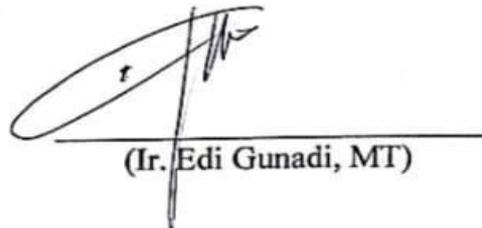
Tanggal 29 - 06 - 2024.....

Pembimbing



(Dr. Drs. Iman Firmansyah, M.Sc)

Penelaah



(Ir. Edi Gunadi, MT)

Mengetahui,

Ketua Program Studi



Dr. Ir. M. Nurman Helmi, DEA

**ANALISIS STUDI KELAYAKAN USAHA
PADA PENGEMBANGAN USAHA UMKM DI
KABUPATEN SUMEDANG
(STUDI KASUS : UMKM AYAM KAMASAN)**

Naufal Luthfi Nabiil

NRP : 203010078

Pembimbing Utama :

Dr. Drs. Iman Firmansyah, M.Sc

ABSTRAK

Pelaku bisnis saat ini didominasi oleh kalangan UMKM yang sedang sangat berkembang pesat. Dalam menjalankan usaha UMKM diperlukan perencanaan yang baik agar menghasilkan Keputusan investasi yang menguntungkan, terutama dalam rencana pengembangan usaha diperlukan studi kelayakan bisnis agar pengembangan usaha yang dilakukan menghasilkan Keputusan investasi yang menguntungkan. UMKM Ayam Kamasan merupakan UMKM yang menjual berbagai olahan menu ayam di Kabupaten Sumedang Dimana UMKM ini akan mengembangkan usahanya pada Sumedang Selatan. Terdapat Plan Action berdasarkan hasil pengolahan strategi bisnis dan pemasaran menggunakan metode SWOT yaitu strategi SO dengan Pengembangan pasar dan produk, strategi WO dengan mengoptimalkan proses bisnis, strategi ST dengan marketing mix 4P dan strategi WT dengan perluasan distribusi dan promosi secara digital kemudian strategi tersebut dimaksimalkan dengan strategi pemasaran yang berkaitan. Untuk aspek studi kelayakan bisnis yaitu aspek pasar dan pemasaran, aspek teknis dan teknologi, aspek manajemen sumber daya manusia, aspek hukum, aspek lingkungan, aspek sosial dan budaya dan aspek finansial. Berdasarkan hasil penilaian metode kelayakan investasi NPV, IRR, PBP, dan PI maka investasi UMKM Ayam Kamasan cabang Sumedang Selatan ini layak untuk dilaksanakan.

Kata Kunci: Bisnis, UMKM, Strategi, Studi Kelayakan Bisnis, Investasi

***ANALYSIS OF BUSINESS FEASIBILITY STUDY
ON BUSINESS DEVELOPMENT DISTRICT SMALL AND
MEDIUM ENTERPRISES (SMEs) IN SUMEDANG
REGENCY
(CASE STUDY: AYAM KAMASAN SMEs)***

Naufal Luthfi Nabiil

NRP: 203010078

Principal Advisor:

Dr. Drs. Iman Firmansyah, M.Sc

ABSTRACT

The business sector is currently dominated by MSMEs (Micro, Small, and Medium Enterprises), which are experiencing rapid growth. Running an MSME requires good planning to make profitable investment decisions. Especially in business development plans, business strategies, and feasibility studies are necessary to ensure that business development leads to profitable investment decisions. Ayam Kamasan MSME is an enterprise that sells various chicken dishes in Sumedang Regency and plans to expand its business to South Sumedang. There is an Action Plan based on the results of processing business and marketing strategies using the SWOT method, namely SO strategy with Market and Product Development, WO strategy by optimizing business processes, ST strategy with 4P marketing mix and WT strategy with digital distribution and promotion expansion, then the strategy is maximized with related marketing strategies. The business feasibility study aspects include market and marketing, technical and technology, human resource management, legal, environmental, social and cultural, and financial aspects. Based on the assessment results of the investment feasibility methods NPV, IRR, PBP, and PI, the investment in the South Sumedang branch of Ayam Kamasan MSME is feasible.

Keywords: Business, MSME, Strategy, Business Feasibility Study, Investment

DAFTAR ISI

ABSTRAK	ii
<i>ABSTRACT</i>	iii
PERNYATAAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	iviii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xvi
Bab I Pendahuluan.....	I-1
I.1 Latar Belakang Masalah	I-1
I.2 Rumusan Masalah.....	I-7
I.3 Tujuan Penelitian	I-8
I.4 Batasan Masalah	I-8
I.5 Asumsi	I-9
I.6 Manfaat Penelitian	I-9
I.7 Sistematika Penulisan	I-10
Bab II Landasan Teori.....	II-1
II.1 Definisi Bisnis	II-1
II.2 Jenis – Jenis Bisnis	II-2
II.3 Tujuan Bisnis	II-3
II.4 Perencanaan Bisnis.....	II-4
II.5 Proses Bisnis.....	II-5
II.6 Definisi UMKM	II-5
II.7 Peranan UMKM	II-7
II.8 Definisi Pasar.....	II-8

II.9 Definisi Pemasaran.....	II-8
II.10 <i>Segmenting, Targeting & Positioning</i> (STP).....	II-9
II.11 <i>Marketing Mix</i>	II-10
II.12 Manajemen Pemasaran.....	II-11
II.13 <i>Digital Marketing</i>	II-12
II.14 Analisis SWOT	II-13
II.15 Definisi Investasi.....	II-14
II.16 Tujuan Investasi.....	II-15
II.17 Jenis – Jenis Investasi.....	II-15
II.18 Definisi Studi Kelayakan Bisnis.....	II-17
II.19 Tujuan Studi Kelayakan Bisnis	II-17
II.20 Aspek – Aspek Studi Kelayakan Bisnis.....	II-19
II.21 Metode Analisis Kelayakan Investasi.....	II-22
Bab III Metodologi Penelitian.....	III-1
III.1 Jenis Penelitian.....	III-1
III.2 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	III-1
III.3 Jenis dan Sumber Data	III-2
III.4 Teknik Pengumpulan Data	III-3
III.5 Teknik Analisis Data	III-3
III.6 <i>Flowchart</i> Penelitian	III-4
Bab IV Pengumpulan dan Pengolahan Data	IV-1
IV.1 Pengumpulan Data	IV-1
IV.1.1 Profil UMKM Ayam Kamasan.....	IV-1
IV.1.2 Visi Misi UMKM Ayam Kamasan.....	IV-2
IV.1.3 Data Lingkungan Internal UMKM Ayam Kamasan	IV-2
IV.1.4 Data Lingkungan Eksternal.....	IV-16

IV.1.5 Hasil Wawancara Faktor <i>Internal</i> dan Kuisisioner Faktor <i>Eksternal</i>	IV-21
IV.2 Pengolahan Data	IV-29
IV.2.1 Pengolahan Data Strategi Bisnis dan Pemasaran	IV-29
IV.2.2 Pengolahan Data Aspek Non-Finansial	IV-40
IV.2.3 Pengolahan Data Aspek Finansial	IV-57
Bab V Analisis dan Pembahasan	V-1
V.1 Analisis Lingkungan Usaha	V-1
V.1.1 Analisis Lingkungan Internal	V-1
V.1.2 Analisis Lingkungan Eksternal	V-2
V.2 Analisis Penyusunan dan Penerapan Strategi Bisnis dan Pemasaran	V-2
V.2.1 Analisis Identifikasi Faktor <i>Internal</i> dan <i>Eksternal</i>	V-2
V.2.2 Analisis Matriks IFE	V-3
V.2.3 Analisis Matriks EFE	V-3
V.2.4 Analisis Matriks SWOT	V-4
V.2.5 <i>Plan Action</i>	V-6
V.3 Analisis Aspek Non-Finansial	V-7
V.3.1 Analisis Aspek Pasar dan Pemasaran	V-8
V.3.2 Analisis Aspek Teknis dan Teknologi	V-10
V.3.3 Analisis Aspek Manajemen Sumber Daya Manusia	V-10
V.3.4 Analisis Aspek Hukum	V-11
V.3.5 Analisis Aspek Lingkungan	V-11
V.3.6 Analisis Aspek Sosial dan Budaya	V-12
V.4 Analisis Aspek Finansial	V-12
V.4.1 Analisis Total Modal Kerja dan Investasi	V-12
V.4.2 Analisis Harga Pokok Penjualan (HPP)	V-13

V.4.3	Analisis Laporan Laba Rugi (<i>Income Statement</i>)	V-14
V.4.4	Analisis Laporan Arus Kas (<i>Cash Flow</i>)	V-15
V.4.5	Analisis Laporan Neraca (<i>Balance Sheet</i>).....	V-16
V.4.6	Analisis <i>Break Even Point</i> (BEP).....	V-17
V.4.7	Analisis <i>Net Present Value</i> (NPV)	V-18
V.4.8	Analisis <i>Internal Rate of Return</i> (IRR).....	V-18
V.4.9	Analisis <i>Payback Period</i> (PBP).....	V-18
V.4.10	Analisis <i>Profitability Index</i> (PI)	V-18
V.5	Pembahasan	V-19
Bab VI Kesimpulan dan Saran		VI-1
VI.1	Kesimpulan	VI-1
VI.2	Saran	VI-3
DAFTAR PUSTAKA.....		
LAMPIRAN.....		

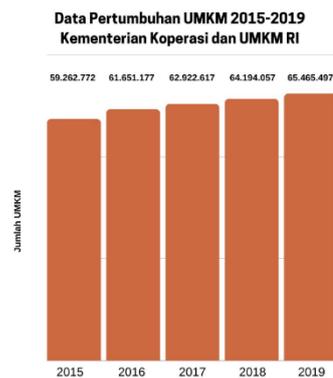
Bab I Pendahuluan

I.1 Latar Belakang Masalah

Bisnis adalah sebuah kegiatan usaha untuk mendapatkan keuntungan dimulai dari kegiatan pengadaan bahan baku dan dilakukan proses produksi lalu akan dipasarkan dan distribusikan untuk konsumen dalam bentuk produk ataupun jasa sesuai kebutuhan dan keinginan konsumen. Perkembangan bisnis pada saat ini sedang marak-maraknya dilakukan, terutama pada negara berkembang seperti Indonesia yang memiliki sejumlah potensi seperti pada bahan baku, ketersediaan lahan dan pertumbuhan penduduk sehingga membuat permintaan untuk produk ataupun jasa meningkat secara signifikan. Dengan potensi tersebut banyak pelaku bisnis baik pemerintah, perusahaan swasta ataupun pelaku UMKM yang mengembangkan bisnisnya.

Saat ini Indonesia sebagai negara berkembang memiliki berbagai macam jenis bisnis atau usaha yang berpotensi untuk meningkatkan perekonomian negara, pemerintah menjelaskan bahwa dengan banyaknya pelaku usaha yang bermunculan di Indonesia akan membuka peluang lapangan kerja untuk masyarakat sekitar. Dengan melihat potensi yang besar pemerintah berupaya melakukan pelatihan dan pembinaan untuk pelaku usaha yang ada. Pengelompokan usaha dilakukan oleh pemerintah terhadap yang kelasnya masih kecil atau menengah untuk dikategorikan sebagai UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah).

Pemerintah mengupayakan berbagai macam program untuk membuat masyarakat terutama kelas kecil dan menengah untuk memiliki bisnis atau usaha, terlihat dari berjalannya program tersebut terjadi perkembangan yang sangat pesat pada laju pertumbuhan UMKM di Indonesia seperti yang terlihat pada grafik pertumbuhan UMKM berikut ini:



(Sumber: UKMINDONESIA.ID)

Gambar I. 1 Data Pertumbuhan UMKM 2015-2019 Kementerian Koperasi dan
UMKM RI

Berdasarkan grafik tersebut terjadinya pertumbuhan pelaku usaha atau bisnis yang semakin meningkat tiap tahunnya, fenomena tersebut merupakan hal positif dalam upaya meningkatkan perekonomian masyarakat Indonesia, namun dapat juga menjadi permasalahan ketika banyak pelaku usaha atau bisnis yang harus merasakan pailit dan menutup usaha mereka dalam waktu usaha yang singkat, dikarenakan tidak memiliki perencanaan bisnis atau usaha yang baik. Para pelaku bisnis atau usaha harus memiliki pemahaman mengenai investasi dalam menilai kelayakan usaha yang dilakukan.

Ketika memasuki dunia bisnis istilah investasi merupakan hal yang lumrah dan banyak diperbincangkan, investasi adalah proses penanaman aset atau dana dalam jangka waktu yang telah direncanakan untuk pencapaian tujuan dan mendapatkan keuntungan dimasa depan. Secara sederhana investasi adalah pemberian modal dengan harapan mendapatkan keuntungan dimasa depan. Tujuan investasi secara komersial untuk mendapatkan keuntungan optimal dan mengembangkan bisnis, namun adapun tujuan lain pelaku bisnis melakukan investasi yaitu untuk menjaga pertumbuhan modal dan mendapatkan pendapatan yang stabil tiap periode usaha yang dijalankan.

Investasi berkaitan dengan aspek finansial suatu usaha atau bisnis, aspek tersebut sangat bersifat fatal karena berhubungan dengan kelangsungan dan stabilitas bisnis, maka keputusan terkait aspek finansial harus ditinjau dan dianalisis secara menyeluruh sebelum dilakukan pengambilan keputusan termasuk keputusan

mengenai investasi. Keputusan terkait investasi merupakan keputusan dalam hal pengalokasian dana baik jangka pendek maupun jangka panjang dimana kedua investasi tersebut berpengaruh pada kondisi perkembangan bisnis atau usaha dimasa depan. Keputusan terkait investasi ini semaksimal mungkin harus menghasilkan keputusan dengan resiko finansial yang rendah namun mendapatkan profitabilitas tinggi sehingga menyebabkan pertumbuhan bisnis atau usaha.

Keputusan investasi sangat berpengaruh terhadap perkembangan bisnis atau usaha terutama bagi para pelaku UMKM yang tersebar luas di wilayah Indonesia, dimana fenomena tersebut dirasakan oleh salah satu pelaku UMKM yang ada di kota Sumedang yaitu Ayam Kamasan. Ayam Kamasan sendiri adalah sebuah usaha yang menyediakan berbagai jenis hidangan ayam yang disukai oleh berbagai kalangan masyarakat. Bisnis ini awalnya didirikan pada tahun 2020 oleh seorang pelaku bisnis atau usaha bernama Fajar dengan konsep nama Nasi Kulit Telor yang memiliki konsep *house kitchen* dan pada saat itu menjadi *pioneer* nasi kulit pertama di kota Sumedang. Melihat minat konsumen yang memberikan rating baik, Fajar sebagai pelaku bisnis melakukan inovasi terhadap Nasi Kulit Telor dengan melakukan *rebranding* pada tahun 2021 menjadi Nasi Kulit Kamasan dengan lokasi usaha di Jalan Pangeran Geusan Ulun dengan begitu bisnis yang dilakukan memiliki tempat usaha sendiri sehingga konsumen bisa melakukan *dine in* dan *take away* baik secara *offline* maupun *online* sesuai yang diharapkan oleh pelaku usaha.

Memasuki Tahun 2022 setelah melakukan riset pada pelaku UMKM nasi kulit wilayah JABODETABEK, Fajar sebagai pelaku bisnis melihat pamor nasi kulit semakin menurun karena dianggap monoton, maka dari itu dilakukan kembali *rebranding* pada tahun 2022 menjadi Ayam Kamasan dimana dengan inovasi lebih menonjolkan ayam dalam produk yang dijual berdasarkan hasil responden pasar. Dengan begitu usaha Ayam Kamasan ini mampu bertahan dan berpindah lokasi usaha di Jl. Angkrek Depan Asrama Polisi No.42, Situ, Kec. Sumedang Utara, Kabupaten Sumedang. Dengan perubahan bisnis yang terjadi Ayam Kamasan mampu bertahan dan terus berinovasi dengan menjual berbagai produk ayam, salah satunya ayam dengan tulang lunak pertama di Sumedang kota dengan harga yang terjangkau sehingga dapat memenuhi pasar. Menu andalan dari UMKM Ayam Kamasan ini diantaranya adalah Ayam Penyet, Ayam Geprek, Ayam Goreng, Ayam

Bakar, Ayam *Crispy* Bakar, Indomie Nyemek, Nasi Kulit dan Nasi telur yang disajikan dalam berbagai jenis paket dengan kelengkapan menu yang beragam, selain itu juga Ayam Kamasan ini menerima pesanan Nasi *Box* dan *Catering* untuk acara tertentu. Harga dari produk yang ditawarkan ini sangat terjangkau untuk kalangan menengah kebawah berkisar dari Rp. 12.000 hingga Rp. 35.000 untuk paketan yang sangat lengkap selain itu Ayam Kamasan sendiri sering mengadakan potongan harga untuk kondisi tertentu, dengan begitu konsumen Ayam Kamasan semakin bertambah banyak.



(Sumber: Databoks.co.id)

Gambar I. 2 Data Konsumsi Daging Ayam di Indonesia Tahun 2011-2021

Berdasarkan grafik konsumsi daging ayam yang semakin meningkat tiap tahunnya keputusan *rebranding* yang dilakukan oleh Fajar sebagai pelaku bisnis sudah sangat tepat yang membuat UMKM Ayam Kamasan dapat bertahan dan memiliki daya saing terhadap banyaknya pesaing bisnis serupa di wilayah Sumedang. Persaingan bisnis antara pelaku UMKM ayam pada saat ini menyebabkan perubahan pendapatan yang tidak menentu untuk Ayam Kamasan, maka dari itu Ayam Kamasan selalu berusaha untuk meningkatkan penjualan produknya dengan memaksimalkan pemasaran baik secara *online* dan *offline*, mengadakan berbagai macam promo dan membuat inovasi dalam produk yang dijual.

Melihat potensi tersebut Ayam Kamasan berencana mengembangkan bisnis dengan membuka cabang lainnya di wilayah Sumedang Kota. Rencana tersebut dapat terwujud diawal tahun 2023 dengan bekerjasama dengan sebuah *cafe* yaitu

Terbaik *Cafe*. Ayam Kamasan bekerjasama dengan membentuk area *foodcourt* dengan Terbaik *Cafe* dimana Ayam Kamasan fokus menjual makanan berat di *cafe* tersebut, Terbaik fokus menjual minuman dan Yamin Pansos menjual makanan ringan. Dengan dibukanya cabang kedua ini Pelaku Bisnis Ayam Kamasan berharap dapat meningkatkan keuntungan dan menjual produk yang lebih banyak kepada konsumen. Pada bulan pertama *foodcourt* tersebut berjalan, penjualan Ayam Kamasan dapat melebihi target namun pada bulan-bulan selanjutnya mengalami penurunan yang signifikan sehingga membuat cabang Ayam Kamasan di Terbaik *cafe* terpaksa ditutup pada bulan maret tahun 2023.

Menurut Fajar selaku pelaku bisnis, peristiwa tersebut diakibatkan karena kurangnya strategi pada segmentasi pasar, strategi tempat usaha dan menurunnya daya beli masyarakat, sehingga Ayam Kamasan harus menutup cabang keduanya dan kembali fokus meningkatkan penjualan pada cabang pertama sebagai pusat penjualan. Kejadian tersebut memperlihatkan bahwa kurangnya penerapan strategi bisnis yang baik sehingga rencana pengembangan bisnis yang dilakukan UMKM Ayam Kamasan gagal dilakukan.

Berdasarkan kejadian yang dialami UMKM Ayam Kamasan sebelumnya maka dilakukanlah evaluasi perencanaan usaha baru oleh pelaku bisnis sehingga UMKM Ayam Kamasan akan membuka cabang usaha baru di wilayah Sumedang Selatan. Dimana usaha baru tersebut memiliki konsep *dine in* sehingga dapat memberikan kesan suasana baru yang tidak bisa didapatkan di cabang usaha pertama. Target Pasar yang dituju pada wilayah tersebut yaitu para pelajar mulai dari jenjang sekolah dasar, sekolah menengah pertama dan sekolah menengah atas karena UMKM Ayam Kamasan menawarkan produk yang terjangkau bagi kalangan pelajar.

Tabel I. 1 Data Analisis Target Pasar Mingguan Wilayah Sumedang Selatan

Sumber: (Fajar (*Owner* Ayam Kamasan))

Pekerjaan	Frekuensi	Persentase %
Siswa SD	720	19.90
Siswa SMP	1080	29.85
Siswa SMA	1348	37.26
Bimbel / Kursus	120	3.32
Bekerja	100	2.76
Pengunjung CFD	250	6.91



Sumber: (Fajar (*Owner Ayam Kamasan*))

Gambar I. 3 Grafik Analisis Pasar Wilayah Sumedang Selatan

Berdasarkan target pasar yang direncanakan hal tersebut sangat potensial untuk UMKM Ayam Kamasan dalam membuka usaha cabang baru didukung dengan strategi lokasi usaha yang strategis. Lokasi usaha tersebut direncanakan berada di sekitar jalan Pangeran Santri dan Cipada wilayah Sumedang Selatan. Dengan pemilihan lokasi pada wilayah tersebut sudah sangat tepat dikarenakan dekat dengan kawasan sekolah, tempat bimbingan belajar, dan berada didekat alun-alun kota Sumedang yang merupakan daya tarik bagi masyarakat sekitar. Lokasi tersebut memiliki akses tempat parkir yang mudah dan luas bagi pengunjung. Lokasi yang strategis tersebut membuat banyak pelaku usaha tertarik membangun usaha salah satunya usaha kuliner ayam, berikut ini merupakan pesaing bisnis ayam yang terdapat pada wilayah Sumedang Selatan:

Tabel I. 2 Data Pesaing Bisnis Wilayah Sumedang Selatan

Sumber: (Fajar (*Owner Ayam Kamasan*))

NO	Nama UMKM	Wilayah
1	Hisana Fried Chicken	Sumedang Selatan
2	Rocket Chicken	
3	Ayam Wijen Khalana	
4	Ayam Goreng Mang Atang	
5	Ayam Goreng Saiki	

Pesaing bisnis serupa di wilayah tersebut jumlahnya relatif banyak namun dengan inovasi kekinian dan promosi yang gencar dilakukan UMKM Ayam Kamasan mampu bersaing dan menarik target pasar para peminat ayam. Berdasarkan data target pasar untuk cabang usaha baru ini memiliki target penjualan sebesar 723 pcs setiap minggunya, dimana target tersebut telah dikalkulasikan dengan besarnya permintaan dan kompetitor sejenis di wilayah Sumedang Selatan.

UMKM Ayam Kamasan juga menyediakan pelayanan pengiriman gratis untuk konsumen diwilayah Sumedang Selatan terdekat, dengan perencanaan usaha tersebut pihak UMKM berharap investasi yang dilakukan akan menguntungkan dan sesuai target yang direncanakan.

Berdasarkan permasalahan yang terjadi dan potensial pasar dan lokasi usaha yang menjanjikan, maka dilakukan penelitian mengenai Studi Kelayakan Bisnis pengembangan usaha pada UMKM Ayam Kamasan Kabupaten Sumedang. Strategi bisnis tersebut akan memetakan rencana pengembangan usaha yang akan dilakukan dengan poin penting pada aspek pemasaran dan penentuan lokasi usaha baru dalam membuka suatu usaha, yang mana digunakan metode SWOT untuk menghasilkan keputusan strategi bisnis dan strategi pemasaran terbaik. Kemudian dilakukan analisis kelayakan investasi untuk menganalisis aspek non finansial dan aspek finansial terhadap perencanaan cabang usaha baru tersebut. Metode kelayakan investasi yang digunakan *Net Present Value (NVP)*, *Internal Rate of Return (IRR)*, *Payback Period (PBP)*, dan *Profitability Index (PI)*. Dimana dengan metode tersebut dapat menilai layak tidaknya suatu investasi berdasarkan kondisi finansial suatu usaha atau bisnis.

Diharapkan dengan adanya penelitian ini mampu memberikan gambaran mengenai keputusan terbaik dalam strategi bisnis pemilihan lokasi usaha dan analisis kelayakan investasi UMKM Ayam Kamasan pada wilayah baru dengan suasana baru tepatnya di wilayah Sumedang Selatan. Dengan adanya usaha cabang baru ini diharapkan mampu memenuhi target pasar yang ditentukan dan dapat menjangkau lebih banyak konsumen sehingga berdampak meningkatkan penjualan sehingga penerapan strategi bisnis dan investasi yang dilakukan menguntungkan pihak UMKM Ayam Kamasan.

I.2 Rumusan Masalah

Berlandaskan pada latar belakang masalah diatas, teridentifikasi terdapat permasalahan mengenai strategi bisnis dan investasi yang akan dilakukan pada UMKM Ayam Kamasan sebagai berikut:

1. Bagaimana penerapan alternatif strategi bisnis dan pemasaran untuk perencanaan usaha cabang baru UMKM Ayam Kamasan menggunakan metode Analisis SWOT?
2. Apa sajakah aspek studi kelayakan bisnis pada perencanaan usaha cabang baru UMKM Ayam Kamasan?
3. Bagaimana mengetahui kelayakan investasi perencanaan usaha cabang baru UMKM Ayam Kamasan menggunakan metode penilaian investasi *Net Present Value (NVP)*, *Internal Rate of Return (IRR)*, *Payback Period (PBP)*, dan *Profitability Index (PI)*?

I.3 Tujuan Penelitian

Berlandaskan hasil pemaparan identifikasi masalah yang ada diatas terdapat tujuan dari penelitian ini untuk menjawab permasalahan yang terjadi adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui bagaimana penerapan strategi bisnis dan pemasaran pada perencanaan usaha cabang baru UMKM Ayam Kamasan menggunakan metode SWOT.
2. Untuk mengetahui aspek-aspek studi kelayakan bisnis pada perencanaan usaha cabang baru UMKM Ayam Kamasan.
3. Untuk mengetahui kelayakan investasi perencanaan usaha cabang baru pada UMKM Ayam Kamasan menggunakan metode penilaian investasi *Net Present Value (NVP)*, *Internal Rate of Return (IRR)*, *Payback Period (PBP)*, dan *Profitability Index (PI)*.

I.4 Batasan Masalah

Agar pembahasan tidak melebar luas terdapat batasan masalah dalam penelitian ini agar penelitian lebih terfokus dan sejalan dengan tujuan penelitian, maka dari itu peneliti menentukan batasan sebagai berikut:

1. Penelitian yang peneliti lakukan hanya berfokus pada UMKM Ayam Kamasan dengan lokasi Jl. Angkrek Depan Asrama Polisi No 42, Kelurahan Situ, Kec. Sumedang Utara, Kab. Sumedang, Jawa Barat 45313.

2. Data-data yang didapatkan berdasarkan hasil studi literatur dan hasil penelitian baik secara observasi ataupun wawancara pada UMKM Ayam Kamasan.
3. Strategi bisnis dan pemasaran yang dirancang untuk perencanaan usaha cabang baru menggunakan metode SWOT.
4. Studi analisis kelayakan investasi yang dilakukan berfokus pada aspek finansial dan studi kelayakan bisnis pada aspek pasar.
5. Kriteria penilaian kelayakan investasi dalam penelitian menggunakan metode *Net Present Value (NVP)*, *Internal Rate of Return (IRR)*, *Payback Period (PBP)*, dan *Profitability Index (PI)*

I.5 Asumsi

Agar penelitian yang dilakukan tidak menyimpang dari tujuan yang telah direncanakan diperlukan asumsi sehingga akan mempermudah proses penelitian sebagai berikut:

1. Diasumsikan pada saat proses penelitian mulai dari kurun waktu bulan Februari sampai dengan bulan Juni 2024 tidak terjadi kenaikan harga bahan baku utama untuk UMKM Ayam Kamasan.
2. Diasumsikan untuk kenaikan bahan tak langsung sebesar 5% tiap bulan dalam penelitian ini.
3. Diasumsikan pada perhitungan HPP pada aspek finansial disesuaikan berdasarkan presentase sesuai estimasi penjualan produk yaitu untuk Produk Nasi Ayam 50%, Produk Nasi Telor 10%, Produk Nasi Ayam Mie 25% dan Produk Paket Komplit 15%.

I.6 Manfaat Penelitian

Berdasarkan proses penelitian yang telah dilakukan maka terdapat manfaat yang didapatkan dari hasil penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagi Peneliti
 - Hasil dari penelitian ini digunakan sebagai syarat dalam mendapatkan gelar sarjana untuk peneliti.

- Penelitian ini menjadi sarana bagi peneliti dalam mengembangkan dan mengaplikasikan ilmu studi perencanaan strategi bisnis dan analisis kelayakan investasi yang telah dipelajari saat kuliah untuk diterapkan pada suatu perusahaan atau bisnis.
 - Penelitian ini menjadi sarana bagi peneliti dalam mengembangkan kemampuan menganalisa, memecahkan masalah dan pengambilan keputusan dalam ruang lingkup suatu bisnis atau usaha.
 - Hasil dari penelitian ini digunakan sebagai referensi bagi para peneliti yang akan melakukan penelitian sejenis ataupun melakukan bisnis dan investasi.
2. Bagi UMKM Ayam Kamasan
- Hasil dari penelitian ini akan memberikan gambaran kepada UMKM Ayam Kamasan mengenai strategi perencanaan bisnis dan investasi yang akan dilakukan kedepannya dalam melakukan pengembangan bisnis dan bertahan ditengah maraknya persaingan bisnis.
 - Hasil dari penelitian ini akan memberikan gambaran kepada UMKM Ayam Kamasan dalam pengambilan keputusan terkait strategi perencanaan bisnis dari segi investasi yang akan dilakukan.

I.7 Sistematika Penulisan

Berikut ini merupakan paparan lebih jelas mengenai sistematika penulisan Laporan Tugas Akhir ini yang dibuat peneliti:

BAB I PENDAHULUAN

Dalam Bab ini memberikan paparan penjelasan mengenai latar belakang permasalahan yang terjadi pada objek yang akan diteliti yang kemudian didapatkan rumusan masalah yang harus diselesaikan melalui tujuan penelitian dengan batasan masalah penelitian yang telah ditetapkan sehingga akan didapatkan manfaat penelitian tersebut serta panduan penulisan laporan yang diuraikan pada sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Dalam Bab ini memberikan paparan penjelasan mengenai landasan teori-teori yang disampaikan oleh para ahli yang berkaitan dan mendukung dalam

proses penyelesaian masalah topik yang akan diteliti dan dijadikan panduan oleh peneliti dalam melakukan analisa terhadap permasalahan yang terjadi.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Dalam Bab ini memberikan paparan penjelasan mengenai kerangka tahapan penelitian yang terkonsep dalam sebuah *flowchart* yang dimulai dari tahapan awal penelitian, pengumpulan data, pengolahan data, pemecahan masalah menggunakan metode dan memaparkan tahapan akhir penelitian.

BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

Dalam Bab ini memberikan paparan penjelasan mengenai proses pengumpulan data-data mengenai aspek-aspek dalam studi kelayakan bisnis dari objek penelitian untuk menunjang kebutuhan penelitian pada objek yang akan diteliti yang kemudian dilakukan tahapan pengolahan data untuk mendapatkan hasil penelitian yang akan dilakukan proses analisis dan pembahasan pada bab selanjutnya.

BAB V ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Dalam Bab ini memberikan paparan penjelasan mengenai analisis beserta pembahasan terkait analisis kelayakan investasi yang didapatkan berdasarkan hasil penelitian dengan metode terpilih untuk pemecahan masalah dalam penelitian.

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN

Dalam Bab ini memberikan paparan penjelasan mengenai kesimpulan dari hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti dan saran-saran beserta rekomendasi dari peneliti untuk UMKM Ayam Kamasan.

DAFTAR PUSTAKA

- Afaz, T., & Gusman, M. (2020). Analisis Kelayakan Investasi Menggunakan Metode Discounted Cash Flow pada Tambang Aspal PT. Wijaya. *Jurnal Bina Tambang*, 84-95.
- Amirullah. (2005). *Pengantar Bisnis*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Assauri, S. (2013). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Berry, T. (2004). *Hurdle: The Book on Business Planning. 5th edition*. USA: Palo Alto Software Inc.
- Butar, B. B. (2019). Peranan Etika Dalam Bisnis. 191.
- David, R. F. (2009). *Manajemen Strategis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Ebert, & Griffin. (2008). Definisi Bisnis. 4.
- Florentina, C., Yuniar, V., Wulandari, S., & Suhairi. (2022). Analisis Studi Kelayakan Bisnis pada Pengembangan UMKM Usaha Tahu dan Tempe di Desa Pondok Jeruk Ditinjau dari Aspek Produksi, Aspek Pemasaran dan Aspek Keuangan. *Journal of Islamic Education Management Volume 2 No 2*, 142-151.
- Griffin, W, R., Ebert, & J, R. (2008). *Bisnis, ed 8 jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Hasibuan, & Malayu, S. (2005). *Dasar-Dasar Perbankan*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Husein, U. (2001). *Strategic Management in Action: Konsep, Teori dan Teknik Menganalisis Manajemen Strategis (Strategic Business) Unit Berdasarkan Konsep Michael R. Porter, Fred r. David, dan Wheelen-Hunger*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Indriasari, D. P., Hardiyono, Syam, A., Jufri, M., & Latiep, I. F. (2023). *Pengantar Bisnis Modern*. Makassar: PT. Nas Media Indonesia.
- Kamaludin, A., & Rapanna, P. (2017). *Administrasi Bisnis*. SAH Media.
- Kasmir. (2012). *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Kasmir, & Jakfar. (2012). *Studi Kelayakan Bisnis. Edisi Revisi*. Jakarta: Kencana.
- Kasmir, & Jakfar. (2021). *Studi Kelayakan Bisnis Edisi Revisi*. Jakarta: Gramedia.
- Kotler, P. (2000). *Manajemen Pemasaran Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Kontrol*. Jakarta: Prehalindo.
- Kotler, P. (2013). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.

- Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kusuma, W., & Parama, T. W. (2012). Analisis Kelayakan Finansial Pengembangan Usaha Kecil Menengah (UKM) Nata De Coco. *Jurnal Inovasi dan Kewirausahaan*, 113-120.
- Laguna, M., & Marklund, J. (2013). *Business Process Modeling, Simulation and Design (2nd Edition)*. Chapman and Hall/CRC.
- Lazuardi, R., Baihaqi, A., & Fauzi, T. (2020). Analisis Kelayakan Usaha Ulat Hongkong. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pertanian*, 108-120.
- Mullins, John, W., Walker, J., & Orville, C. (2013). *Marketing Management: A Strategic Decision-Making Approach 8th Edition*. McGraw-Hill International Edition.
- Naslehudin, & Syatori, T. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Perpustakaan.it.
- Nayla, A. (2014). *Komplet Akutansi untuk UKM dan Waralaba*. Yogyakarta: Laksana.
- Nur Rahayu, G. H., & Nurghany, A. (2019). Analisis Kelayakan Investasi Proyek Properti di Kota Depok. *Journal Industrial Servicess Vol. 4 No. 2*, 42-49.
- Pangabean, A., & Sumiati. (2022). Analisis Strategi Pengembangan Bisnis Menggunakan Analisis SWOT dan QSPM. *Jurnal Keiwrausahaan dan Inovasi Volume 1 No 2*, 202-2011.
- Philip, K. (2000). *Manajemen Pemasaran Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Kontrol*. Jakarta: Prehalindo.
- Pradiani, T. (2017). *Pengaruh Sistem Pemasaran Digital Marketing Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Hasil Industri Rumahan*.
- Purwanti, A., & Prawironegoro, D. (2013). *Akuntansi Manajemen Edisi Ketiga*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Qomaruddin, M., Wardana, F. K., & Mas Soerato, W. (2021). Analisis Kelayakan Investasi Dengan Pendekatan Aspek Financial dan Strategi Pemasaran Pada Program Ayam Petelur Di BUM Bumi Desa Makmur. *Sebatik Vol.25*, 318-325.

- Rahmat, R., & Hidayat, R. (2018). *Analisis SWOT Sebagai Dasar Keputusan Strategi Pemasaran Pada Perusahaan Server Pulsa Di Kota Batam*. Journal of Applied Business.
- Rangkuti, F. (2015). *Analisis SWOT : Teknik Membelah Kasus Bisnis*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Riadi, M. (2019, juli 26). <https://www.kajianpustaka.com/>. Retrieved from kajian pustaka: <https://www.kajianpustaka.com/>
- Setyawan, B. (2020). Studi Kelayakan Investasi Proyek Automasi Pabrik Kelapa Sawit di PT. XY. *Jurnal Pasti Volume VIII No 1*, 96-108.
- Stefani, T. (2021). Analisis Strategi Pengembangan Bisnis Menggunakan Analisis SWOT dan QSPM (Studi Kasus Pada V Management Depok). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya*, 1-19.
- Sudiartini, N. A., Elik Astari, A., Desiyanti Laksmi, N., & Putu Damayanti, N. (2021). Studi Kelayakan Bisnis Pada Usaha Sari Merta Laundry Di Desa Guwang Kecamatan Sukawati. *Jurnal Penelitian Ekonomi dan Akuntansi (JPENSI) Universitas Islam Lamongan Vol.6*, 116-142.
- Suliyanto. (2010). *Studi Kelayakan Bisnis Pendekatan Praktis*. Yogyakarta: Andi.
- Sunyoto, D. (2014). *Studi Kelayakan Bisnis : Bagaimana Menakar Layak atau Tidaknya Suatu Bisnis Dijalankan*. Yogyakarta: Center of Academic Publishing Service.
- Swastha, B. (2009). *Manajemen Penjualan*. Yogyakarta: Penerbit BPPE.
- Takaeb, M. Z., & Sinyo Kelen, L. H. (2021). Analisis Kelayakan Investasi Pada Usaha Barbershop Di Kabupaten Sumba Timur. *Jurnal Riset Ekonomi Vol 1 No.2*, 35-42.
- Tandelin, E. (2001). *Analisis Investasi dan Manajemen Portofolio*. Yogyakarta: BPFE.
- Umar, H. (2020). *Management Strategik Konsep dan Analisis*. Jakarta: The Jakarta Business Research Center.
- Wicaksono, H., Swantari, A., & Festivalia, F. (2021). Analisis Kelayakan Investasi Kedai Seafood. *Jurnal IKRA-ITH Ekonomika Vol 4 No 2*, 142-150.