ABSTRAK

Kedai Ayam Beringas merupakan bisnis kuliner yang belum lama dirintis yang menawarkan produk ayam olahan dan sambal tradisional Indonesia dengan menggunakan konsep kedai atau rumah makan modern. Produk-produk Kedai Ayam Beringas terdiri dari ayam geprek, satai *taichan* dan *rice bowl*. Lokasi Kedai Ayam Beringas terletak di kawasan kampus Telkom University dan menargetkan mahasiswa/I Telkom University sebagai pasar sasarannya.

Dalam penelitian ini, aspek pasar diteliti dengan menyebarkan kuisioner kepada 270 responden yaitu mahasiswa/I kampus Telkom University. Penelitian aspek pasar ini bertujuan untuk mengetahui besarnya pasar potensial, pasar tersedia dan pasar sasaran Kedai Ayam Beringas. Hasil penyebaran kuisioner menunjukkan persentase besarnya pasar potensial yaitu sebesar 97%, pasar tersedia sebesar 96% dan untuk pasar sasaran, perusahaan menargetkan 3% dari pasar tersedia. Untuk aspek teknis dan finansial digunakan data sekunder yang didapat dari berbagai sumber.

Hasil perhitungan kelayakan menunjukkan bahwa nilai NPV untuk periode perhitungan dalam penelitian ini yaitu 1-24 bulan adalah Rp12.973.594, nilai IRR sebesar 15% dan PP terjadi pada bulan ke-6. Karena nilai NPV>0 dan IRR>MARR, maka, pembukaan rumah makan Kedai Ayam Beringas dapat dikatakan layak.

Kata kunci: analisis kelayakan, Kedai Ayam Beringas, NPV, IRR, PP