

ABSTRAK

Setiap makhluk hidup mempunyai kebutuhan untuk bertahan hidup, khususnya manusia. Kebutuhan untuk bertahan hidup manusia salah satunya adalah makan. Jika tidak terpenuhi maka mustahil akan bisa bertahan hidup. Terdapat berbagai macam jenis makanan yang bisa dikonsumsi dari mulai daging, buah-buahan, sayuran, dan lain lain. Bahan pangan yang paling banyak dikonsumsi banyak orang Indonesia adalah daging hewan khususnya daging sapi dan daging ayam. Konsumsi daging ayam selalu jauh lebih unggul dibandingkan dengan konsumsi daging sapi. Hal tersebut menunjukkan bahwa masyarakat Indonesia lebih sering mengonsumsi daging ayam untuk makanan sehari-hari. Dengan melihat kondisi tersebut, banyak yang melihat peluang dan menjadikan bisnis makanan sebagai suatu ide bisnis yang menjanjikan untuk saat ini. Di Indonesia banyak bisnis kuliner yang menyediakan ayam sebagai salah satu menu, bahkan tempat makan dengan merek ternama pun juga turut menyediakan ayam sebagai bagian dari menu mereka. Maka dari alasan itulah pemilik Mas Ayam tertarik untuk membuat bisnis kuliner ayam yang dinamakan Mas Ayam. Mas Ayam merupakan bisnis yang bergerak dalam bidang kuliner yang menjual produk ayam goreng kremes yang disajikan dengan sambal, sayuran serta gorengan. Mas Ayam didirikan di Villa Bintaro Indah Blok E 6 No.5 Kios No.2. Bintaro, Tangerang Selatan. Kios tersebut memiliki ukuran Panjang 4,5 Meter dengan lebar 3 Meter, karena kondisi kios yang kecil sehingga tidak memungkinkan untuk *Dine In*, sehingga dilakukan sistem *take away service* dan *delivery*. Proses *delivery* dilakukan dengan menjalin kerjasama dengan pihak ojek online. Mas Ayam merupakan usaha yang baru akan buka sehingga memiliki permasalahan apakah pembukaan kios Mas Ayam di Bintaro sudah layak atau belum, maka dari itu perlu dilakukan analisis kelayakan guna mengetahui layak atau tidaknya usaha ini. Pada penelitian ini meneliti aspek pasar, teknis, dan finansial. Langkah yang dilakukan pada aspek pasar yaitu mencari data kuesioner. Setelah membuat kuesioner, lalu pengujian validitas dan reliabilitas kuesioner tersebut. Setelah valid dan reliabel, kuesioner disebar kepada 100 responden yakni penduduk Tangerang Selatan. Didapatkan hasil dari penyebaran kuesioner yakni untuk pasar potensial 96%, pasar tersedia 97%, dan pasar sasaran membidik 1,5% dari pasar tersedia. Pada aspek teknis mengidentifikasi produk yang dijual untuk identifikasi bahan baku yang dibutuhkan, peralatan operasional, dan tenaga kerja langsung. Data tersebut didapat dari hasil observasi langsung ke kios Mas Ayam. Tahap berikutnya merupakan aspek finansial yang bertujuan untuk mengidentifikasi data estimasi biaya berupa biaya investasi, biaya operasional, biaya langsung, biaya tak langsung, kebutuhan dana, harga jual produk, estimasi pendapatan, proyeksi laba rugi, proyeksi arus kas, serta neraca. Setelah perhitungan pada aspek finansial, selanjutnya memperhitungkan analisis sensitivitas. Dalam penelitian ini menghitung *Net Present Value* (NPV), *Internal Rate of Return* (IRR), *Payback Period* (PBP) serta dilakukan perhitungan sensitivitas kenaikan biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja. Hasil perhitungan kelayakan diproyeksikan untuk lima tahun ke depan, dimana didapatkan hasil yakni MARR 10%, *Net Present Value* (NPV) Rp. 24.243.371, *Internal Rate of Return* (IRR) 23%, dan *Payback Period* (PBP) 2,93 tahun. Dikarenakan $NPV > 0$, nilai $IRR > MARR$, dan PBP tidak lebih besar dibanding dari masa proyeksi keuangan, maka artinya pembukaan kios Mas Ayam layak untuk dilakukan. Berdasarkan hasil analisis sensitivitas terhadap kenaikan biaya bahan baku didapatkan nilai interpolasi 12%, Penurunan harga jual 12%, dan kenaikan biaya tenaga kerja langsung didapatkan nilai interpolasi 9%.

Kata Kunci: *Mas Ayam, Analisis Kelayakan, NPV, IRR, PBP*