

## ABSTRAK

Ayam Geprek J'nong merupakan usaha yang bergerak di bidang kuliner dengan menawarkan produk olahan ayam dengan sambal tradisional daerah Indonesia, berlokasi di Bumi Panyileukan Kota Bandung. Ayam Geprek J'nong telah berdiri sejak tahun 2020. Sejauh ini Ayam Geprek J'nong melakukan penjual secara *online* yaitu melalui *WhatsApp* saja. Semenjak teknologi berkembang sangat pesat, banyak manfaat yang dapat diambil khususnya untuk para pelaku bisnis dalam melakukan promosi dan penjualan produk. Namun, penjualan produk melalui gerai offline tetap menjadi hal yang sangat penting dalam meningkatkan penjualan produk.

Di dalam penelitian ini, aspek pasar yang dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner kepada 100 responden yang berada di Kota Bandung. Adapun rentang umur yang dijadikan target pasar yaitu 15-50 tahun. Dari hasil penyebaran kuesioner tersebut didapatkan pasar potensial sebesar 84%, pasar tersedia sebesar 86%, dan untuk pasar sasaran Ayam Geprek J'nong menentukan target sebesar 0,2% dari pasar tersedia. Untuk aspek teknis dan aspek keuangan menggunakan data sekunder yang didapatkan dari beberapa sumber.

Dari hasil perhitungan kelayakan diproyeksikan selama lima tahun. Hasil perhitungan kelayakan didapatkan MARR sebesar 14,23%, nilai NPV sebesar Rp 147.587.822, persentase IRR sebesar 99%, untuk PP 3,18 tahun. Maka dari itu, dapat disimpulkan apakah pembukaan tempat makan Ayam Geprek J'nong dapat dikatakan layak.

Kata kunci: Ayam Geprek J'nong, Analisis kelayakan, *Net Present Value* (NPV), *Internal Rate of Return* (IRR), *Payback Period* (PP), MARR