



E-ISSN 3032-601X & P-ISSN 3032-7105

Vol. 2, No. 2, Tahun 2025

MISTER

Journal of Multidisciplinary Inquiry in Science,
Technology and Educational Research

**Jurnal Penelitian Multidisiplin dalam Ilmu
Pengetahuan, Teknologi dan Pendidikan**

**UNIVERSITAS SERAMBI MEKKAH
KOTA BANDA ACEH**

mister@serambimekkah.ac.id

Journal of Multidisciplinary Inquiry in Science Technology
and Educational Research

Journal of MISTER

Vol. 2, No. 2, Tahun 2025

Pages: 2794–2806

Analisis Studi Kelayakan Bisnis Terhadap Usaha Pangsit Chili Oil

Aura Syahida Andryanti Natanegara, Diah Ayu Dwi Nurmayita, Idan
Rasmana, Haura Nurul Ilmi, Perwito

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas
Muhammadiyah Bandung, Indonesia

Article in Journal of MISTER

Available at : <https://jurnal.serambimekkah.ac.id/index.php/mister/index>

DOI : <https://doi.org/10.32672/mister.v2i2.3036>

How to Cite this Article

APA : Andryanti Natanegara, A. S., Dwi Nurmayita, D. A. ., Rasmana, I. ., Ilmi, H. N. ., & Perwito, . P. (2025). Analisis Studi Kelayakan Bisnis Terhadap Usaha Pangsit Chili Oil. *Journal of Multidisciplinary Inquiry in Science, Technology and Educational Research*, 2(2), 2794 – 2806. <https://doi.org/10.32672/mister.v2i2.3036>

Others Visit : <https://jurnal.serambimekkah.ac.id/index.php/mister/index>

MISTER: *Journal of Multidisciplinary Inquiry in Science, Technology and Educational Research* is a scholarly journal dedicated to the exploration and dissemination of innovative ideas, trends and research on the various topics include, but not limited to functional areas of Science, Technology, Education, Humanities, Economy, Art, Health and Medicine, Environment and Sustainability or Law and Ethics.

MISTER: *Journal of Multidisciplinary Inquiry in Science, Technology and Educational Research* is an open-access journal, and users are permitted to read, download, copy, search, or link to the full text of articles or use them for other lawful purposes. Articles on Journal of MISTER have been previewed and authenticated by the Authors before sending for publication. The Journal, Chief Editor, and the editorial board are not entitled or liable to either justify or responsible for inaccurate and misleading data if any. It is the sole responsibility of the Author concerned.



ISSN 3032-7105

ISSN 3032-601X



Analisis Studi Kelayakan Bisnis Terhadap Usaha Pangsit Chili Oil

Aura Syahida Andryanti Natanegara¹, Diah Ayu Dwi Nurmayita², Idan Rasmana³, Haura Nurul Ilmi⁴, Perwito⁵

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah
Bandung, Indonesia^{1,2,3,4,5,6}

Email Korespondensi : aurasyahida@umbandung.ac.id

Diterima: 01-02-2025

| Disetujui : 02-02-2025

| Diterbitkan : 03-02-2025

ABSTRACT

The culinary industry in Indonesia continues to grow rapidly, especially in the innovative fast food category. One product that is increasingly in demand is chili oil chicken dumplings, which combine chicken dumplings with a signature chili oil sauce. This product offers a spicy, savory, and delicious taste with various levels of spiciness that can be adjusted according to consumer tastes. With the increasing demand for fast food, the chili oil chicken dumpling business has a wide and promising market opportunity. However, to ensure the sustainability of this business, a business feasibility study is needed that covers various important aspects, such as marketing, human resources, operations, and finance. This research uses a qualitative method with an observation and case study approach to analyze the opportunities and challenges in the chili oil chicken dumpling business. The results show that fast food remains the top choice of the public, especially young people and housewives, who prioritize convenience as well as nutritional quality. Therefore, entrepreneurs who want to enter this business must consider food safety factors, information transparency, and environmental sustainability to build consumer trust and market competitiveness.

Keywords: Chili Oil Chicken Dumplings; Business Feasibility Study; Fast Food; Market Strategy; Market Analysis.

ABSTRACT

Industri kuliner di Indonesia terus berkembang pesat, terutama dalam kategori makanan cepat saji yang inovatif. Salah satu produk yang semakin diminati adalah pangsit ayam chili oil, yang menggabungkan pangsit ayam dengan saus chili oil khas. Produk ini menawarkan cita rasa pedas, gurih, dan nikmat dengan berbagai tingkat kepedasan yang dapat disesuaikan dengan selera konsumen. Dengan meningkatnya permintaan terhadap makanan cepat saji, bisnis pangsit ayam chili oil memiliki peluang pasar yang luas dan menjanjikan. Namun, untuk memastikan keberlanjutan bisnis ini, diperlukan studi kelayakan bisnis yang mencakup berbagai aspek penting, seperti pemasaran, sumber daya manusia, operasi, dan keuangan. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan observasi dan studi kasus untuk menganalisis peluang dan tantangan dalam bisnis pangsit ayam chili oil. Hasil penelitian menunjukkan bahwa makanan cepat saji tetap menjadi pilihan utama masyarakat, terutama anak muda dan ibu rumah tangga, yang mengutamakan kemudahan serta kualitas gizi. Oleh karena itu, pengusaha yang ingin memasuki bisnis ini harus mempertimbangkan faktor keamanan pangan, transparansi informasi, serta keberlanjutan lingkungan untuk membangun kepercayaan konsumen dan daya saing pasar.

Keywords: Pangsit Ayam Chili Oil; Studi Kelayakan Bisnis; Makanan Cepat Saji; Strategi Pasar; Analisis Pasar.

PENDAHULUAN

Industri kuliner di Indonesia terus berkembang pesat, seiring dengan meningkatnya minat masyarakat terhadap variasi makanan yang inovatif dan lezat. Salah satu jenis produk kuliner yang semakin diminati adalah *pangsit ayam chili oil*, Pangsit Ayam Chili Oil adalah usaha kuliner yang menggabungkan antara pangsit ayam dan chili oil. Produk utama yang di tawarkan adalah kulit pangsit yang di isi dengan daging ayam dan di sajikan bersama chili oil khas yang memberikan cita rasa pedas, gurih, dan nikmat yang dibuat dengan resep khusus. Pelanggan bisa memilih tingkat kepedasan sesuai dengan selera mereka. Produk ini tidak hanya menjanjikan peluang bisnis yang potensial tetapi juga memiliki daya tarik pasar yang luas, mulai dari anak muda hingga kalangan dewasa.

Dari hasil riset pasar pangsit chili oil, dapat disimpulkan dengan banyaknya peminat akan makanan cepat saji ini, bahwa bisnis ini dapat di pastikan adalah bisnis yang menjanjikan. Dengan itu banyaknya pembisnis baru yang memulai bisnisnya terhadap usaha pangsit chili oil yang sedang beredar.

Namun, untuk memastikan keberlanjutan dan keberhasilan usaha *pangsit ayam chili oil*, diperlukan analisis yang mendalam melalui studi kelayakan bisnis. Menurut (Sari, 2023) Studi Kelayakan Bisnis adalah kegiatan yang melakukan penelitian mendalam pada suatu proyek untuk melihat apakah layak untuk melaksanakannya. Studi ini bertujuan untuk mengevaluasi berbagai aspek penting, seperti potensi pasar, efisiensi operasional, kelayakan finansial, hingga kepatuhan terhadap aspek hukum dan etika bisnis. Dengan demikian, analisis ini dapat membantu pemilik usaha dalam mengambil keputusan yang strategis dan meminimalkan risiko kegagalan. Maka dari itu pedagang atau pembisnis baru sebelum me buka usahanya, mereka dapat menggunakan analisis Studi kelayakan Bisnis, agar mengetahui bahwa bisnis yang akan dijalankan itu adalah bisnis yang dapat menjamin keberlangsungannya.

Selain itu ada aspek-aspek yang dapat membantu keberlangsungan dalam analisis Studi Kelayakan Bisnis. Dengan menggunakan bantuan aspek-aspek tersebut juga dapat memudahkan pembisnis baru untuk menentukan bisnis dan pasar yang sesuai. Adapun aspek-aspek yang dapat membantu dalam analisis studi kelayakan bisnis adalah:

1. Aspek Pemasaran

Menurut (Kotler & Keller , MARKETING MANAJEMENT , 2016) pemasaran adalah aktivitas, serangkaian lembaga, dan proses untuk menciptakan, mengkomunikasikan, menyampaikan, dan mempertukarkan penawaran yang bernilai bagi pelanggan, klien, mitra, dan masyarakat luas. Sedangkan manajemen pemasaran menurut (Kotler & Keller , MARKETING MANAJEMENT , 2016) sendiri adalah seni dan ilmu memilih pasar sasaran dan mendapatkan, mempertahankan, dan menumbuhkan pelanggan melalui penciptaan, penyampaian, dan pengomunikasikan. Nilai pelanggan yang unggul.

Jadi dengan adanya ilmu pemasaran ini pembisnis dapat menciptakan pasar yang unggul, sehingga dapat membantu keberlangsungan usaha. Dengan adanya ilmu pemasaran juga pembisnis dapat belajar tentang pasar yang sedang berkembang saat ini.

2. Aspek Sumber Daya Manusia

Menurut (Marniati, 2020) Sumber Daya Manusia adalah orang yang mengelola atau terlibat dalam organisasi, dengan melakukan kerja sama baik secara internal maupun eksternal untuk mencapai tujuan organisasi. Sedangkan manajemen sumber daya manusia menurut

(Marniati, 2020) adalah bagaimana mengelola dan mengatur sejumlah orang atau pegawai dalam organisasi, mulai pegawai diangkat menjadi pegawai sampai berakhir masa kerja dalam organisasi.

Selain itu aspek SDM juga digunakan untuk pembisnis mengatur tingkat produktivitas yang ada didalam kantor atau suatu organisasi, untuk memaksimalkan sebuah keuntungan yang diinginkan. Aspek SDM sangat enting untuk membangun kinerja yang efisien bagi usaha yang baru saja akan dimulai.

3. Aspek Operasi

Menurut (Heizer, Render, & Munson, 2015) manajemen operasi adalah serangkaian kegiatan yang menciptakan nilai dalam bentuk barang dan jasa dengan mengubah masukan menjadi keluaran. Manajemen operasi ini digunakan untuk mengoptimalkan produksi agar dapat mengoptimalkan waktu yang dikeluarkan.

4. Aspek Keuangan

Menurut (Siswanto, 2021) manajemen keuangan adalah kegiatan merencanakan, mengorganisasikan, mengarahkan, dan mengawasi sumber daya organisasi berupa uang dalam rangka mencapai tujuan perusahaan. Manajemen keuangan penting dalam bisnis karena dapat dinilai untuk mempertahankan dan meningkatkan keberlangsungan sebuah perusahaan.

Selain itu, perkembangan tren konsumen yang semakin peduli terhadap keamanan pangan,

Transparansi informasi, dan keberlanjutan lingkungan juga menjadi faktor penting yang harus dipertimbangkan. Oleh karena itu, usaha ini tidak hanya perlu menawarkan produk berkualitas, tetapi juga memenuhi standar hukum dan menjalankan praktik bisnis yang etis untuk membangun kepercayaan konsumen.

Melalui jurnal ini, kami akan menganalisis kelayakan bisnis *pangsit ayam chili oil* dengan pendekatan komprehensif. Analisis ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang jelas mengenai peluang dan tantangan yang dihadapi usaha, sekaligus menjadi referensi bagi pengusaha lain yang ingin mengembangkan bisnis serupa.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan observasi dan studi kasus tentang makanan cepat saji pangsit cili oil ini. Metode kualitatif adalah metode penelitian yang digunakan untuk menganalisis suatu penelitian dengan mendeskripsikan masalah-masalah yang sedang diteliti. Metode kualitatif ini sering digunakan untuk peneliti menganalisis permasalahan pada kasus yang diteliti, untuk memecahkan teori baru dengan menyandingkan teori lama yang ada.

Peneliti menggunakan pendekatan observasi dan studi kasus, agar peneliti juga dapat mengetahui secara langsung tentang bagaimana seseorang anak zaman sekarang mengkonsumsi makanan cepat saji. Dan menurut hasil penelitian dan riset, ternyata sekarang banyak sekali anak muda bahkan kalangan ibu-ibu yang lebih memilih beli makanan cepat saji. Tetapi walaupun demikian pembeli juga tetap mengutamakan kesehatan dan kandungan yang ada dalam makanan cepat saji.

(Syafnidawaty, 2020) mengemukakan bahwa Obsevasi merupakan suatu metode pengumpulan data dengan cara mengamati atau meninjau secara cermat dan langsung dilokasi penelitian untuk

mengetahui kondisi yang terjadi atau membuktikan kebenaran dari sebuah desain penelitian yang sedang dilakukan. Sedangkan studi kasus menurut (Hafizha, 2023) adalah penelitian yang dilakukan dengan menginfestigasi lebih lanjut penyebab dari aspek sosial tertentu, selanjutnya pengumpulan data dapat dikembangkan atau dibuktikan untuk menyelesaikan permasalahan dalam penelitian tersebut.

Hasil dari penelitian dan pengamatan serta refensi karya ilmiah yang lain, dapat disimpulkan bahwa, zaman sekarang orang-orang baik dari kalangan muda ataupun kalangan orang tua banyak yang menggunakan jasa makanan cepat saji. Hasil dari penelitian-penelitian juga mengatakan bahwa makanan cepat saji sekarang menjadi pilihan utama bagi masyarakat jika mereka malas untuk membuat manakan sendiri. Maka dari itu banyaknya pedagang sekarang yang menjual makanan-makanan cepatsaji yang sehat dan bergizi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Studi Kelayakan Bisnis adalah analisis mendalam yang dilakukan untuk menilai apakah sebuah ide atau rencana bisnis layak dilaksanakan atau tidak. Studi ini mencakup berbagai aspek untuk memastikan keberhasilan dan kelangsungan bisnis yang direncanakan. Berikut analisis berbagai aspek untuk usaha Pangsit Ayam Chili Oil :

ASPEK HUKUM DAN ETIKA BISNIS

1) Legalitas Usaha

Usaha *Pangsit Ayam Chili Oil* telah didaftarkan dan memiliki izin resmi berupa Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP) serta Nomor Induk Berusaha (NIB). Selain itu, usaha ini juga telah mengurus Sertifikat Produksi Pangan Industri Rumah Tangga (SPP-IRT) dari Dinas Kesehatan setempat sebagai jaminan keamanan produk.

2) Keamanan dan Kesehatan Produk

Usaha ini memastikan bahwa semua bahan baku, seperti ayam, kulit pangsit, dan minyak, memenuhi standar kebersihan dan keamanan pangan. Proses produksi dilakukan dengan mematuhi prosedur sanitasi yang ketat, dan semua produk diuji secara rutin untuk memastikan kualitas.

3) Merek Dagang

Nama merek "Pangsit Ayam Chili Oil" telah didaftarkan sebagai hak merek dagang untuk memastikan tidak ada pihak lain yang menggunakan nama yang sama, melindungi identitas bisnis dari potensi pelanggaran.

4) Perpajakan

Usaha ini memiliki NPWP dan secara rutin melaporkan pajak penghasilan serta pajak penjualan sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

5) Kontrak Kerjasama

Semua perjanjian dengan pemasok bahan baku dan mitra distribusi dibuat secara tertulis untuk menghindari konflik di kemudian hari. Kontrak tersebut mencakup hak dan kewajiban masingmasing pihak, termasuk standar kualitas bahan baku.

6) Keadilan dalam Bisnis

Harga produk *Pangsit Ayam Chili Oil* ditetapkan dengan mempertimbangkan nilai pasar dan daya beli konsumen, tanpa praktik eksploitasi harga. Usaha ini juga menghindari praktik persaingan tidak sehat dengan memberikan inovasi pada produk dan layanan.

7) Dampak Sosial dan Lingkungan

Untuk mendukung keberlanjutan lingkungan, usaha ini menggunakan kemasan biodegradable yang ramah lingkungan. Selain itu, bahan baku diambil dari peternak lokal sebagai bentuk pemberdayaan masyarakat setempat.

8) Kesejahteraan Tenaga Kerja

Semua pekerja diperlakukan secara adil, menerima upah sesuai dengan standar minimum, dan bekerja dalam kondisi yang layak. Selain itu, usaha ini juga memberikan pelatihan kepada karyawan untuk meningkatkan keterampilan mereka.

ASPEK MANAJEMEN DAN ORGANISASI

Manajemen yang baik adalah kunci keberhasilan usaha *Pangsit Ayam Chili Oil*. Struktur organisasi yang dirancang harus fleksibel namun tetap mampu mendukung efisiensi dan produktivitas. Berikut adalah analisis detailnya:

1) Pemilik Usaha

Sebagai pengambil keputusan tertinggi, pemilik usaha bertanggung jawab atas visi strategis dan arah bisnis. Tugasnya tidak hanya memastikan usaha berjalan sesuai rencana, tetapi juga melakukan inovasi produk dan strategi pemasaran untuk menjaga daya saing. Pemilik harus bersikap adaptif terhadap perubahan pasar, termasuk tren makanan dan preferensi konsumen.

2) Manajer Operasional

Posisi ini menjadi penghubung antara pemilik usaha dan tim pelaksana. Manajer bertugas mengelola aktivitas harian, memastikan setiap divisi bekerja sesuai target, dan menangani masalah operasional. Kinerja manajer harus diukur dengan indikator yang jelas, seperti efisiensi proses produksi, tingkat kepuasan pelanggan, dan pengelolaan sumber daya.

3) Divisi Produksi

Kualitas produk menjadi inti keberhasilan usaha kuliner. Divisi produksi bertanggung jawab untuk memastikan setiap tahap, mulai dari pemilihan bahan baku hingga pengemasan, dilakukan sesuai standar keamanan pangan. Prosedur operasional harus disusun secara detail untuk meminimalkan kesalahan, seperti penggunaan bahan yang tidak segar atau kontaminasi produk.

4) Divisi Pemasaran

Dalam era digital, divisi pemasaran harus lebih proaktif dalam menjangkau konsumen. Strategi pemasaran tidak hanya berfokus pada promosi produk tetapi juga pada penciptaan brand awareness. Media sosial, kerja sama dengan *food influencers*, dan platform e-commerce harus dimanfaatkan secara maksimal untuk meningkatkan penjualan. Selain itu, divisi ini juga bertugas mengelola umpan balik pelanggan untuk meningkatkan layanan dan inovasi produk.

5) Divisi Keuangan

Keuangan yang sehat adalah fondasi bisnis yang kuat. Divisi ini bertugas mencatat setiap transaksi, mengelola arus kas, dan menyusun laporan keuangan yang transparan. Selain itu, divisi keuangan

harus mampu melakukan analisis risiko untuk memastikan keberlanjutan usaha, termasuk mengidentifikasi biaya yang dapat dikurangi tanpa mengorbankan kualitas.

6) Divisi Logistik dan Distribusi

Divisi ini memastikan bahan baku tiba tepat waktu dan produk dikirim dalam kondisi terbaik. Dalam bisnis kuliner, logistik yang buruk dapat menyebabkan kerugian besar, baik dari segi kualitas produk maupun kepuasan pelanggan. Penggunaan teknologi, seperti sistem pelacakan pengiriman, dapat meningkatkan efisiensi divisi ini.

Sistem Pengelolaan SDM

- Rekrutmen dilakukan dengan mempertimbangkan pengalaman dan keahlian yang sesuai dengan posisi.
- Pelatihan karyawan rutin dilakukan untuk meningkatkan keterampilan dan memastikan semua anggota tim memahami standar keamanan dan kualitas produk.
- Penilaian kinerja dilakukan secara berkala untuk meningkatkan efisiensi dan produktivitas tim.

ASPEK PASAR

1) Tren pasar

(Kotler & Keller, 2009) mengemukakan bahwa Tren pasar adalah suatu arah perkembangan pasar yang dapat menciptakan peluang bisnis baru berdasarkan perubahan perilaku konsumen, teknologi, atau lingkungan pasar yang terus berubah.

Pasar pangsit ayam dengan saus chili oil memiliki potensi yang menjanjikan, terutama di kalangan konsumen urban yang menyukai makanan praktis, lezat, dan memiliki rasa pedas yang khas. Tren makanan pedas semakin populer, terutama di kalangan generasi muda berusia 18–35 tahun yang mencari pengalaman kuliner baru.

2) Permintaan Pasar

Menurut (Kotler P. , Prinsip-Prinsip Pemasaran, 2008) Permintaan pasar adalah total volume pembelian yang dilakukan oleh kelompok konsumen tertentu pada wilayah geografis tertentu dalam periode waktu tertentu dengan tingkat program pemasaran tertentu yang diberikan.

Permintaan makanan siap saji atau makanan ringan yang dapat dinikmati di berbagai kesempatan juga terus meningkat, seiring dengan gaya hidup yang serba cepat. Selain itu, kesadaran terhadap kualitas bahan makanan membuat konsumen lebih tertarik pada produk yang segar dan minim bahan pengawet. Dalam konteks ini, pangsit ayam chili oil dapat menempati posisi unik di pasar sebagai alternatif camilan atau makanan ringan yang praktis, terjangkau, dan penuh cita rasa.

3) Analisis Pesaing

Persaingan utamanya berasal dari brand lokal dan UMKM yang menawarkan produk serupa, serta produk chili oil kemasan dari merek besar yang sering digunakan sebagai pelengkap makanan. Ada 2 Jenis Kompetitor, yaitu:

- **Langsung:** Brand besar maupun UMKM yang menjual pangsit ayam chili oil goreng/rebus atau makanan berbasis chili oil. Contoh nya Nyai Mercon , dll.

- **Tidak langsung:** Produk-produk makanan pedas baik frozen food atau makanan pedas lain. Namun, dengan inovasi rasa, branding yang menarik, dan strategi pemasaran yang tepat, produk ini berpeluang besar untuk menonjol dan memenuhi kebutuhan pasar.

ASPEK PEMASARAN

1. Bauran Pemasaran 4P (Product, Price, Promotion, Place)

1) Product (Produk)

- **Deskripsi Produk:**

Pangsit ayam dengan bumbu chili oil khas, yang menggabungkan rasa pedas, gurih, dan autentik, dikemas dalam bentuk siap makan atau frozen.

- **Keunggulan:**

- a) Menggunakan bahan berkualitas premium.
- b) Chili oil dibuat sendiri dengan resep unik yang memastikan cita rasa khas.
- c) Kemasan modern dan praktis, cocok untuk dikonsumsi di rumah atau dijadikan oleh-oleh.

2) Price (Harga)

- **Harga Kompetitif:** Menetapkan harga yang sudah di perhitungkan dengan biaya modal dan keuntungan nya untuk setiap bungkus. Harga nya juga di perkirakan sangat cocok dengan dompet mahasiswa sehingga dapat dibeli oleh konsumen dari kalangan manapun. Dengan harga tersebut juga akan dapat bersaing dan terbilang relative murah jika dibandingkan dengan produk serupa di pasar, sudah dipastikan harga berada di kisaran yang sesuai dengan kualitas produk.

- **Segmen Harga:** Harga outlet : Pangsit 4 pcs Rp.10.000, Mie chilli oil Rp.10.000 .Harga Online : Pangsit 5 pcs Rp.20.000, Mie Chili Oil Rp. 15.000

3) Promotion (Promosi)

- **Media Sosial:**

- a) Aktif di sosial media khususnya di Instagram dan TikTok dengan konten menarik seperti tutorial memasak pangsit chili oil atau video ASMR.
- b) Memakai fitur Reels dan TikTok Ads untuk menjangkau audiens yang lebih luas.
- c) Promosi di status akun pribadi

- **Promosi Penjualan:**

- a) Diskon saat peluncuran produk. Seperti promo grand opening Misalnya Beli 2 pangsit gratis 1 Mie chili oil.
- b) Diskon Bundling “Beli 2 gratis chili oil mini.”
- c) Loyalty program: Setiap pembelian 5 kali, gratis 1 paket pangsit.
- d) Promo tanggal kembar atau promo Payday tiap tanggal 25 di Online Shop

- **Kemitraan:**

- a) Kerjasama dengan food blogger dan influencer untuk ulasan produk.
- b) Turut serta di acara komunitas atau festival kuliner.

- **Testimoni Pelanggan:** Tampilkan testimoni pelanggan di media sosial untuk meningkatkan kepercayaan calon pembeli.

4) Place (Tempat)

Saluran Distribusi mencakup :

- **Offline :**

- a) Membuka outlet fisik dengan konsep toko kecil atau kedai makan dan berjualan secara langsung
- b) Titip jual di minimarket, atau toko bahan makanan frozen food.
- c) Mengikuti festival kuliner seperti bazaar, event
- **Online:**
 - a) Platform e-commerce (Shopee, Tokopedia, Lazada, TikTokShop).
 - b) Social media (Instagram, WhatsApp Business).
 - c) Platform pesan antar makanan (GrabFood, GoFood, ShopeeFood).

2. Pendekatan STP (Segmentation, Targeting, Positioning), yaitu :

1) Segmentation

Segmentasi adalah proses membagi pasar menjadi kelompok-kelompok kecil berdasarkan karakteristik yang serupa, seperti geografis, demografis, dan psikografi.

a) Geografi

Untuk wilayah berfokus pada kota-kota besar atau daerah urban seperti Jakarta, Surabaya terkhususnya di Bandung di mana permintaan makanan praktis dan inovatif dan selera pada makanan pedas dan gurih lebih tinggi. Fokus pada kawasan perkantoran, kampus, atau daerah dengan populasi padat.

b) Demografi

- **Usia:** 18–35 tahun (milenial dan Gen Z), karena mereka cenderung menyukai makanan inovatif dan mudah diakses.
- **Jenis Kelamin:** Laki-laki dan perempuan, tanpa dominasi tertentu.
- **Pendapatan:** Menengah ke bawah sampai menengah ke atas (Rp 1 juta ke atas per bulan), karna relative murah sehingga bisa dijangkau oleh seluruh kalangan.
- **Pekerjaan:** Mahasiswa, pekerja kantoran, atau wirausahawan muda yang mencari camilan praktis dan bercita rasa tinggi.
- **Status Sosial:** Urban, modern, dan sadar akan tren makanan.

c) Psikografi

- **Gaya Hidup:** Orang yang memiliki gaya hidup aktif dan suka mencoba kuliner baru, dan Konsumen yang sering memesan makanan secara daring melalui aplikasi seperti GrabFood atau GoFood.
- **Kepribadian:** Berani mengambil risiko (eksperimen rasa baru), antusias, dan dinamis.
- **Nilai dan Preferensi:** Mengutamakan rasa pedas yang otentik dan Peduli dengan kemasan yang modern dan ramah lingkungan.
- **Kebiasaan:** Mengonsumsi makanan ringan atau camilan saat bekerja atau bersantai. Serta Loyal terhadap brand yang memberikan pengalaman rasa yang unik.

2) Targeting

Targeting adalah langkah memilih satu atau lebih segmen pasar yang paling menguntungkan untuk dijadikan fokus pemasaran. Kriteria pemilihan melibatkan potensi keuntungan, ukuran segmen, dan kemampuan perusahaan untuk melayani segmen tersebut. Targeting untuk usaha pangsit ayam

chili oil difokuskan pada dua segmen utama yang memiliki potensi besar untuk mendukung pertumbuhan bisnis.

- **Segmen utama** adalah generasi milenial dan Gen Z berusia 18–35 tahun, Kelompok ini memiliki gaya hidup dinamis, sering menggunakan aplikasi pemesanan makanan online, dan menyukai makanan praktis dengan cita rasa inovatif, juga cenderung aktif di media sosial, sehingga potensi untuk mendapatkan promosi organik melalui ulasan atau konten dari mereka cukup besar.
- **segmen pelengkap** mencakup konsumen berusia 36–45 tahun dari keluarga menengah ke atas. Kelompok ini cenderung mencari makanan berkualitas yang mudah disajikan untuk keluarga, baik sebagai camilan maupun pelengkap makan malam. Mereka mengutamakan kepraktisan, rasa yang autentik, dan kemasan yang higienis.

3) Positioning

- **Diferensiasi Rasa:** Menggunakan chili oil unik dengan profil rasa pedas, gurih , dan sedikit manis.
- **Kualitas Bahan:** Dibat dari bahan segar, tanpa pengawet, dan dengan ayam berkualitas tinggi.
- **Kemasan Modern:** Desain yang menarik bagi generasi muda, praktis untuk dinikmati kapan saja.
- **Aksesibilitas:** Mudah dipesan melalui platform online atau aplikasi pengiriman makanan.

ASPEK TEKNIS DAN PRODUKSI

Lokasi produksi

Tempat produksi usaha ini masih di lakukan di rumah karena produk masih homemade, mengingat usaha ini masih kecil dan masih belum membutuhkan tempat yang besar. Lokasi terletak di Komplek Taman Cileunyi , Blok 2F , Cileunyi Kulon, Kab. Bandung.

Bahan baku, Bahan Tambahan dan Bahan Penolong

Bahan baku yang di perlukan dalam proses produksi Pangsit ayam chili oil yaitu daging ayam terkhusus bagian paha fillet, cabai kering, minyak, dan kulit pangsit yang di supply langsung oleh produsen pembuat kulit pangsit dari pasar tradisional. Bahan tambahan yaitu bawang putih, bawang merah, garam, penyedap, merica, tepung tapioka, telur ayam, bawang daun dan air. Bahan penolong di gunakan dalam proses pengemasan produk antara lain paper cup 500ml, alat makan , stiker label, dan plastik.

Peralatan Produksi

Peralatan utama yang digunakan berupa blender daging atau chopper, kompor gas, panci kukus, baskom stainless, kulkas, alat vacuum makanan dan timbangan. Semua peralatan yang digunakan untuk produksi sudah di pastikan dalam keadaan bagus dan bersih.

Proses Produksi

Proses produksi yang di lakukan masih sederhana dan secara manual mengingat usaha ini masih di skala kecil dan belum menggunakan teknologi yang canggih, sehingga masih mengandalkan tenaga manusia. Kapasitas produksi untuk produk pangsit ayam sendiri rata-rata 2-5 kilogram ayam per hari dan bisa menghasilkan kurang lebih 250 – 600 pcs pangsit ayam, yang jika di jumlahkan 150 bungkus. Berikut adalah tahapan proses produksi pangsit ayam PANGCHILL :

- 1) **Pencucian daging** : Daging ayam di cuci sampai bersih, lalu di potong ukuran kecil untuk memudahkan proses penggilingan
- 2) **Penggilingan daging** : daging ayam yang sudah di cuci bersih dan di potong lalu di masukan ke chopper untuk di hancurkan sampai teksturnya kasar dan tidak terlalu lembut
- 3) **Pembuatan isian** : Daging ayam yang sudah hancur kemudian di beri bawang serta bumbu pelengkap dan di aduk sampai tercampur rata
- 4) **Pengisian dan pembentukan pangsit** : jika semua sudah tercampur, letakan pangsit pada timbangan untuk menimbang daging tujuan nya agar isiannya sama dan konsisten, lalu di lipat segitiga dan disatukan ujung nya.
- 5) **Pengukusan** : pangsit ayam yang sudah di bentuk siap untuk masuk ke proses pengukusan, tujuan nya agar produk lebih tahan lama saat proses penjualan
- 6) **Pembuatan Chili oil** : Cabai kering, bawang putih, dan bawang merah digoreng dalam minyak panas hingga harum, tambahkan bahan pelengkap kemudian diolah menjadi chili oil.
- 7) **Pengemasan** : untuk penjualan frozen, chili oil dan pangsit ayam yang sudah dikukus dimasukan ke dalam plastik khusus untuk di vacuum. Sedangkan untuk penjualan langsung, pangsit ayam di rebus terlebih dahulu kemudian di aduk dengan chili oil lalu di sajikan ke paper cup dan dibungkus dengan plastik.

ASPEK KEUANGAN

Kebutuhan Modal

Dana yang dibutuhkan pada permulaan pendirian UMKM Pangsit Ayam Chili Oil PANGCHILL terdiri dari dua, yaitu modal awal untuk biaya tetap dan biaya produksi, sebagai berikut :

KOMPONEN	HARGA
Aktiva Tetap	
Blender Daging (Chopper)	Rp. 400.000
Kompor Gas 2 Tungku	Rp. 300.000
Panci kukus dan rebus besar	Rp. 200.000
Baskom stainless (2pcs)	Rp. 30.000
Container box makanan (2pcs)	Rp. 50.000
box bumbu (6pcs)	Rp. 60.000
Wajan	Rp. 50.000
Spatula	Rp. 25.000
Pencapit (2pcs)	Rp. 30.000
Saringan stainless	Rp. 20.000
Meja lipat	Rp. 200.000

Tenda portable untuk jualan	Rp. 500.000
Tabung gas	Rp. 150.000
Timbangan digital	Rp. 25.000
Mesin vacuum makanan digital	Rp. 200.000
Jumlah Aktiva Tetap	Rp. 2.240.000
Biaya Produksi	
Daging Ayam (4kg)	Rp. 185.000
Kulit Pangsit (5kg)	Rp. 75.000
Bawang putih (1kg)	Rp. 36.000
Bawang merah (1kg)	Rp. 30.000
Cabai kering (500gr)	Rp. 40.000
Minyak (5lt)	Rp. 75.000
Bawang daun (250gr)	Rp. 10.000
Bumbu	Rp. 15.000
Biaya lain lain	Rp. 50.000
Jumlah Biaya Produksi	Rp. 515.000
Jumlah Modal Awal	Rp. 2.755.000

Table Rincian kebutuhan Dana Awal UMKM Pangsit Ayam Chili Oil

Dari data diatas dapat disimpulkan analisis keuangannya sebagai berikut:

A. Total biaya modal

Dengan data diatas pangsing chili oil ini mempunyai total biaya sebagai berikut:

Aktiva tetap = Rp. 2.240.000

Biaya Produksi = Rp. 515.000

Total modal awal = Rp. 2.755.000

B. Harga Jual Produk

Haga jual produk ini akan tetap berubah-rubah karena tidak tetapnya harga jual bahan baku dipasaran. Maka dari itu HPP yang diapaki saat ini adalah HPP sementara, dan HPP ini akan terus berubah jika harga bahan baku selalu naik. Jadi HPP untuk produk pangsit chili oil ini dapat disimpulkan sebagi berikut :

- a) Daging = Rp. 185.000 : 150pcs = Rp. 1.234
- b) Kulit pangsit = Rp. 75.000 : 150pcs = Rp. 500
- c) Bawang putih = Rp. 36.000 : 150pcs = Rp. 240
- d) Bawang merah = Rp. 30.000 : 150pcs = Rp. 200
- e) Cabai kering = Rp. 40.000 : 150pcs = Rp. 267

- f) Minyak goreng = Rp. 75.000 : 150pcs = Rp. 500
- g) Bawang daun = Rp. 10.000 : 150pcs = Rp. 67
- h) Bumbu lain-lain = Rp. 15.000 : 150pcs = Rp. 100
- i) Biaya lainnya = Rp. 50.000 : 150pcs = Rp. 334

Jadi total dari bahan baku diatas adalah RP. 3.442, dan estimasi biaya tetap untuk perhitungan 3 tahun adalah Rp. 2.240.000 : 3 tahun (1.095 hari) = Rp. 2.044. Maka jika dijumlahkan antara biaya bahan baku dengan biaya aktiva tetap adalah = Rp. 3.442/pcs.

Harga jual per pcs dari pangsit chili oil bisa dijual dengan harga 10.000/ pcs.

C. Estimasi Pendapatan

Dengan adanya harga jual perpcsnya Rp. 10.000 dengan jumlah perunitnya adalah 150 unit/pcs dengan 22 hari kerja. Maka estimasi pendapatannya dapat diperkirakan sebagai berikut:

- a) Estimasi pendapatan harian = Rp. 10.000 x 150pcs = Rp. 1.500.000/ hari
- b) Estimasi pendapatan bulanan = (Rp. 10.000 x 150pcs) x 22 hari = Rp. 33.000.000

D. Biaya produksi bulanan

Biaya produksi bulanan dapat dihitung dari biaya bahan baku dikalikan dengan 22 hari kerja. Maka perhitungannya adalah

$$\begin{aligned}\text{Biaya produksi bulanan} &= \text{Biaya bahan baku} \times 22 \text{ hari kerja} \\ &= \text{Rp. 515.000} \times 22 \text{ hari} \\ &= \text{Rp. 11.330.000}\end{aligned}$$

E. Keuntungan Bulanan

Dari jumlah estimasi pendapat dan biaya produksi perbulannya. Maka dapat disimpulkan keuntungan yang didapat setiap bulannya adalah

$$\begin{aligned}\text{Keuntungan bulanan} &= \text{Estimasi pendapatan} - \text{Biaya produksi perbulan} \\ &= \text{Rp. 33.000.000} - \text{Rp. 11.330.000} \\ &= \text{Rp. 21.670.000}\end{aligned}$$

F. Break Even Point

BEP dari pangsit chili oil ini adalah

$$\begin{aligned}\text{Break Event Point} &= \text{Biaya tetap bulanan} : \text{margin laba perunit} \\ &= \text{Rp. 61.320} : \text{Rp. 6.558} \\ &= 9,35 \text{ atau } 10 \text{ hari}\end{aligned}$$

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis diatas dapat disimpulkan bahwa pangsit chili oil memiliki prospek yang menjanjikan dan layak untuk dijalankan. Dengan usaha yang telah memenuhi persyaratan legalitas usaha, serta sertifikasi keamanan pangan menunjukkan komitmen terhadap etika bisnis dan berkelanjutan.

Dengan struktur organisasi yang dirancang seflesibel mungkin, atas pembagian tugas yang jelas, serta evaluasi kinerja untuk meningkatkan produktivitas usaha. Analisis pasar juga menunjukkan bahwa trend makanan cepat saji terus meningkat, apalagi terhadap makanan pedas. Selain itu platform digital dapat membantu mengembangkan usaha untuk jauh lebih dikenal oleh masyarakat luar.

Maka dari itu, usaha pangsit chili oil memiliki peluang besar untuk sukses dibidang kuliner, terkhusus makanan pedas cepat saji. Untuk pengembangan usaha lebih lanjut pemilik dapat memperluas jaringan pemasaran, dan tetap melakukan diversifikasi agar pelanggan tidak mudah bosan dan berpaling ke penjual lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Gitman, L. J., & Zutter, C. J. (2012). *Manajrial Finance*. America Serikat : Bussines enterprise-Finance.
- Hafizha, M. R. (2023, Februari 9). *Studi Kasus Adalah : Jenis, Tujuan, dan Contohnya*. From detik.com: <https://www.detik.com/bali/berita/d-6560110/studi-kasus-adalah-jenis-tujuan-dan-contohnya>
- Heizer, J., Render, B., & Munson, C. (2015). *Operation Manajemen*. Amerika Serikat: Production and opertion management.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *MARKETING MANAJEMENT*. America Serikat : by person education
- Kotler, p., & Keller, K. L. (2009). *Framework Merketing Manajemen*. Jakarta : Universitas Telkom.
- Kotler, P. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Universitas Tarumanegara.
- Marniati. (2020). *MANAJEMEN SUMBER DAYA MANUSIA*. Jakarta : Universitas Ubudiyah Indonesia .
- Sari, W. P. (2023). Analisis Studi Kelayakan Bisnis Pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Kue Bangkit Kenanga Ditinjau dari Aspek Pemasaran dan Manajemen. *JURNAL EKONOMIKA*45, 439-449.
- Siswanto, E. (2021). *MANAJEMEN KEUANGAN DASAR*. Malang, Jawa Timur, Indonesia : Universitas Negeri Malang.
- Syafnidawaty. (2020, November 10). *Observasi*. From [raharja.ac.id: https://raharja.ac.id/2020/11/10/observasi/](https://raharja.ac.id/2020/11/10/observasi/)