

## Menggugah Selera Dunia di Kota Batik: Analisis Bisnis Ayam Geprek Sa'i Pekalongan, Pekalongan

Dyah Syahira Tara Dewi<sup>1</sup>, Fika Qonita<sup>2</sup>, Muhammad Taufiq Abadi<sup>3</sup>, Marfita Hikmatul Aini<sup>4</sup>, Muhammad Akbar Fadzkurrahman A<sup>5</sup>  
<sup>1,2,3</sup>. UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan, Indonesia  
<sup>5</sup> Universitas Semarang, Indonesia  
University Of Sheffield Western Bank, Sheffield S10 2TN, Britania Raya

Email corespondent: Muhammad.taufiq.abadi@uingusdur.ac.id

**ABSTRAK:** *Pekalongan, kota batik yang terkenal dengan budayanya yang kaya, kini mulai merasakan gempuran budaya global di bidang kuliner. Salah satu contohnya adalah kemunculan ayam geprek, hidangan ayam goreng pedas yang populer di Indonesia. Sebagai kota yang memiliki potensi pasar yang besar, Pekalongan menjadi target menarik bagi bisnis ayam geprek, khususnya dalam bentuk waralaba. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kelayakan bisnis ayam geprek makanan cepat saji di Kota Pekalongan. Analisis ini meliputi aspek pasar, aspek teknis, aspek manajemen, dan aspek keuangan. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara mendalam, observasi, dan studi literatur. Data yang diperoleh dianalisis dengan menggunakan metode deskriptif kualitatif. Berdasarkan hasil analisis Bisnis ayam geprek makanan cepat saji di Kota Pekalongan memiliki peluang yang besar untuk berkembang. Namun, untuk mencapai kesuksesan, diperlukan strategi yang matang dan pengelolaan bisnis yang profesional.*

**Kata kunci:** *Ayam geprek, makanan cepat saji, kelayakan Bisnis, Pekalongan, kuliner pedas*

**ABSTRACT:** *Pekalongan, a batik city famous for its rich culture, is now starting to feel the onslaught of global culture in the culinary sector. One example is the emergence of ayam geprek, a spicy fried chicken dish that is popular in Indonesia. As a city that has large market potential, Pekalongan is an attractive target for the fried chicken business, especially in the form of a franchise. This research aims to analyze the feasibility of the fast food fried chicken business in Pekalongan City. This analysis includes market aspects, technical aspects, management aspects and financial aspects. This research uses qualitative methods with data collection techniques through in-depth interviews, observation and literature study. The data obtained was analyzed using qualitative descriptive methods. Based on the results of the analysis, the fast food fried chicken business in Pekalongan City has great opportunities to develop. However, to achieve success, a mature strategy and professional business management are needed.*

**Keywords:** *Smashed chicken, fast food, business worthed, Pekalongan, spicy culinary.*

### 1. INTRODUCTION

Kota Pekalongan, yang dikenal dengan julukan "Kota Batik," tidak hanya terkenal dengan warisan budayanya yang kaya akan seni dan kerajinan batik, tetapi juga memiliki potensi besar dalam sektor kuliner. Terletak di Jawa Tengah, Pekalongan menawarkan daya tarik wisata yang unik bagi wisatawan domestik dan mancanegara. Hal ini menciptakan peluang besar bagi berbagai jenis usaha, termasuk bisnis makanan cepat saji yang semakin populer di kalangan masyarakat lokal dan wisatawan. Saat ini, sektor bisnis di Pekalongan mengalami pertumbuhan yang signifikan, terutama di bidang kuliner. Banyak pengusaha memilih sektor ini karena dianggap lebih mudah dijalankan dibandingkan dengan bisnis lainnya. Kemudahan tersebut disebabkan oleh produk

utama yang dijual, yaitu makanan, yang merupakan kebutuhan dasar manusia. Selain menjadi kebutuhan pokok, perkembangan bisnis kuliner juga didorong oleh kesibukan masyarakat modern. Gaya hidup yang padat membuat restoran atau rumah makan menjadi opsi yang lebih praktis untuk memenuhi kebutuhan pangan. Seiring dengan pertumbuhan industri kuliner dan meningkatnya jumlah restoran yang bermunculan, persaingan antar restoran semakin ketat untuk menarik perhatian konsumen. Setiap restoran berusaha keras untuk menciptakan kepuasan konsumen agar dapat meningkatkan minat mereka untuk berkunjung. Salah satu strategi yang banyak diadopsi oleh restoran adalah menyediakan produk dengan kualitas yang unggul (Indraswarri, 2018).

Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik Provinsi Nusa Tenggara Timur, peningkatan UMKM pada tahun 2020 sebanyak 2315 meningkat drastis hanya dalam satu tahun 2021 menjadi sebanyak 4173. Dengan data statistik yang ada mengingatkan para pelaku Bisnis yang ada di Kota Kupang bahwa peningkatan persaingan Bisnis semakin pesat. Hal ini menjadi peluang dan juga sekaligus tantangan bagi para pemilik usaha (Neno et al., 2023). Terkhususnya persaingan pada bidang kuliner yang tentunya semakin hari semakin ketat, kenyataan ini membuat para pelaku usaha untuk memiliki perencanaan yang matang sebelum menjalankan atau mengembangkan bisnis (Manteiro & Kabu, 2019). Bisnis merupakan kegiatan dari seseorang atau sekelompok orang untuk menciptakan atau membuat sebuah produk agar mencapai keuntungan, hal ini melibatkan beberapa pihak baik itu karyawan, distributor, dan konsumen

Bisnis di sektor makanan cenderung terus berkembang, baik dari segi kuantitas maupun kualitas. Makanan, sebagai kebutuhan dasar manusia, memiliki permintaan yang terus meningkat, yang pada gilirannya mempengaruhi peningkatan penawaran makanan. Konsumen sangat sadar akan pentingnya kualitas makanan (Oktaviana, 2018). Keunikan dalam makanan dapat berasal dari penyajian, pelayanan, inovasi rasa, atau resep yang dapat menarik perhatian konsumen. Agar dapat menarik minat konsumen, pengusaha kuliner harus mengolah berbagai produk pangan dengan tampilan, tekstur, bentuk, aroma, warna, dan cita rasa yang menarik (Oktaviana, 2018).

Ayam geprek tetap menjadi makanan cepat saji yang populer di kalangan masyarakat Indonesia karena rasanya yang enak, harganya yang ekonomis, dan sambalnya yang pedas sesuai dengan selera masyarakat Indonesia. Ayam geprek juga menggunakan bahan yang mudah didapatkan dengan harga terjangkau, sehingga kami memutuskan untuk mengembangkan bisnis ayam geprek (Zakawali 2020). Bisnis ini bermula dari kesukaan kami terhadap ayam geprek sebagai makanan siang di kampus, yang juga disukai oleh teman-teman di kampus. Sebagai pelaku usaha ayam geprek, kami memiliki pengalaman menjual ayam geprek milik orang lain, sehingga kami tertarik untuk mengikuti program ini dan menjual ayam geprek hasil olahan sendiri. Setelah mengamati dan melakukan survei di lapangan, kami menemukan bahwa banyak masyarakat, mulai dari anak-anak usia 10 tahun, remaja, hingga orang dewasa, menyukai ayam geprek. Mereka menganggap ayam geprek sebagai makanan favorit karena merupakan makanan cepat saji yang tidak memerlukan waktu lama untuk disiapkan ketika lapar.

Ayam Geprek Sa'i Pekajangan Pekalongan adalah salah satu usaha yang memanfaatkan peluang ini. Dengan menggabungkan cita rasa lokal dan strategi pemasaran yang efektif, Ayam Geprek Sa'i berhasil menarik perhatian konsumen di Pekalongan. Namun, dalam menjalankan usaha kuliner di sektor makanan cepat saji, ada berbagai faktor yang perlu dipertimbangkan untuk memastikan kelayakan dan keberlanjutan bisnis. Ayam Geprek Sa'i Pekajangan Pekalongan, misalnya, mengombinasikan cita rasa tradisional dengan model bisnis makanan cepat saji. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kelayakan bisnis ayam geprek di Kota Pekalongan dengan mempertimbangkan berbagai faktor seperti potensi pasar,

preferensi konsumen, dan strategi pemasaran. Studi ini bertujuan untuk membedah kelayakan bisnis ayam geprek di Pekalongan melalui analisis mendalam terhadap Ayam Geprek Sa'i.

Penelitian ini akan mencakup evaluasi potensi pasar, preferensi konsumen, kekuatan dan kelemahan bisnis, serta peluang dan ancaman yang dihadapi. Selain itu, studi ini akan mengidentifikasi strategi pemasaran yang telah diterapkan dan efektivitasnya dalam menarik konsumen. Diharapkan penelitian ini dapat memberikan wawasan komprehensif tentang dinamika bisnis makanan cepat saji di Pekalongan. Temuan penelitian ini juga diharapkan memberikan rekomendasi praktis bagi pengusaha lokal untuk mengembangkan strategi yang tepat guna meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha mereka. Secara keseluruhan, penelitian ini bertujuan untuk berkontribusi terhadap pengembangan sektor kuliner di Pekalongan dan membantu pengusaha memaksimalkan potensi bisnis mereka di tengah persaingan yang semakin ketat. Dengan latar belakang ini, peneliti bermaksud menyelidiki bagaimana Restoran Ayam Geprek Sa'i Cabang Landungsari mengelola proses produksi dan pelayanannya. Oleh karena itu, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "CITA RASA GLOBAL DI KOTA BATIK : MEMBEDAH KELAYAKAN BISNIS AYAM GEPREK MAKANAN CEPAT SAJI DI KOTA PEKALONGAN (STUDI KASUS AYAM GEPREK SA'I PEKAJANGAN PEKALONGAN)".

## **2. METHOD**

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Metode penelitian kualitatif ini merupakan jenis penelitian yang sistematis, terencana, dan terstruktur dengan jelas sejak awal hingga terciptanya desain penelitian. Menurut teori Sugiyono (2013:13), metode penelitian kualitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu, dengan teknik pengambilan sampel yang umumnya dilakukan secara acak dan pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian. Dalam penelitian ini, teknik pengumpulan data dilakukan melalui survei, observasi, wawancara, dan dokumentasi. Selain itu, peneliti juga memperoleh data sekunder dari sumber artikel atau online..

## **3. RESULT AND DISCUSSION**

### **3.1 Analisis Pasar dan Pemasaran**

Berdasarkan hasil penelitian, ayam geprek memiliki potensi pasar yang sangat besar di Kota Pekalongan. Hal ini dibuktikan dengan beberapa indikator, yaitu:

- **Tingginya minat masyarakat terhadap kuliner pedas:** Data menunjukkan bahwa mayoritas masyarakat Pekalongan menyukai hidangan pedas dan selalu mencari variasi baru dalam menu makanan mereka. Hal ini tercermin dari banyaknya restoran dan warung makan yang menyajikan menu pedas, serta tingginya permintaan cabai dan sambal di pasaran.
- **Harga yang terjangkau:** Ayam geprek umumnya dijual dengan harga yang relatif murah dibandingkan dengan jenis makanan cepat saji lainnya. Hal ini membuat ayam geprek dapat dijangkau oleh semua kalangan masyarakat, mulai dari pelajar, mahasiswa, hingga pekerja kantoran.
- **Variasi menu yang beragam:** Banyak gerai ayam geprek yang menawarkan berbagai variasi menu, seperti ayam geprek original, ayam geprek mozzarella, ayam geprek telur asin, dan lain sebagainya. Hal ini memberikan banyak pilihan bagi pelanggan dan membuat mereka tidak mudah bosan.

- Kemudahan akses dan layanan pesan antar: Di era digital ini, banyak gerai ayam geprek yang menyediakan layanan pesan antar online melalui berbagai platform seperti GoFood, GrabFood, dan ShopeeFood. Hal ini membuat pelanggan lebih mudah untuk memesan ayam geprek tanpa harus datang ke gerai secara langsung.

- Strategi marketing yang efektif: Banyak merek ayam geprek yang melakukan strategi marketing yang efektif, seperti iklan di media sosial, promosi di radio dan televisi, dan kerjasama dengan influencer. Hal ini membuat merek ayam geprek semakin dikenal oleh masyarakat dan meningkatkan minat mereka untuk mencoba.

Keberhasilan beberapa merek ayam geprek yang telah hadir di Pekalongan juga menjadi bukti nyata dari potensi pasar yang besar. Merek-merek tersebut mampu menarik banyak pelanggan dan mencapai penjualan yang tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat peluang besar bagi pengusaha lokal untuk membuka gerai ayam geprek di Pekalongan dan mencapai kesuksesan.

Selanjutnya, Konsep pemasaran yang diterapkan oleh Geprek Sa'i Pekajangan Pekalongan menekankan proses penjualan dari produsen kepada konsumen. Sistem tersebut bertujuan untuk memperoleh laba dan keuntungan dengan menggunakan sistem bauran.

a) Marketing Mix

1. Product

Menurut karyawan produksi yang diwawancarai, restoran ini menawarkan berbagai menu makanan seperti ayam geprek, fried chicken, ayam sambal matah, ayam saus rempah pedas, ayam saus madu, ayam saus lada hitam, dan ayam saus kurma. Selain itu, ada pilihan nasi goreng, lele goreng, dan kwetiau. Restoran juga menghadirkan produk non-nasi seperti onion ring, french fries, jamur, tahu, terong krispi, sandwich tempe, chicken steak, chicken strip, chicken teriyaki, chicken burger, cheese burger, serta sajian cah kangkung, kacang panjang, dan taoge. Menu-menu tersebut dapat dipesan dalam bentuk paket yang telah disiapkan oleh restoran atau dapat dipilih secara terpisah.

2. Price

Harga yang ditawarkan Geprek Sa'i juga sangat terjangkau dengan namun tetap memiliki kualitas yang mampu bersaing. Untuk harga produk Geprek Sa'i Pekajangan Pekalongan antara lain :

Paket Geprek:

- Paket 1 (Sayap, Nasi, Teh): Rp 12.000
- Paket 2 (Paha Bawah, Nasi, Teh): Rp 12.000
- Paket 3 (Paha Atas Dada, Nasi, Teh): Rp 21.000
- Paket 4 (Geprek Tanpa Tulang, Nasi, Teh): Rp 16.000

Paket Fried Chicken:

- Paket 1 (Sayap, Nasi, Teh): Rp 12.000
- Paket 2 (Paha Bawah, Nasi, Teh): Rp 13.750
- Paket 3 (Paha Atas Dada, Nasi, Teh): Rp 21.000

Menu Lainnya:

- Sayap Geprek: Rp 10.000
- Paha Bawah Geprek: Rp 11.000
- Dada Geprek: Rp 13.000
- Geprek Tanpa Tulang: Rp 13.000
- Nasi Putih: Rp 3.000
- Nasi Goreng: Rp 10.000
- Terong Crispy: Rp 5.000
- Lele Crispy: Rp 7.000

3. Place

Ayam Geprek Sa'i Pekajangan Pekalongan terletak di Alamat: Jl. Raya Pekajangan No.124, Pekajangan Utara, Pekajangan, Kec. Kedungwuni, Kabupaten

Pekalongan, Jawa Tengah 51173, Indonesia Jam buka: Senin-Minggu, 09.30-21.00 WIB. Saat ini, Restoran Ayam Geprek Sa'i telah mengembangkan sekitar 200 cabangnya, tersebar di Pulau Jawa, Kalimantan, dan Sulawesi. Jumlah outlet terbanyak terdapat di Jawa Tengah, termasuk di Kabupaten Pemalang, Batang, Semarang, Boyolali, Demak, Kudus, Kabupaten Purworejo, Kabupaten Jepara dan Kota Pekalongan. Restoran Ayam Geprek Sa'i yang menjadi fokus penelitian berlokasi di Jl. Hos Cokroaminoto, No. 72, Landungsari, Kecamatan Pekalongan Timur, Kota Pekalongan, Jawa Tengah, dan didirikan pada tahun 2018.

#### 4. Promotion

Promosi yang digunakan oleh restoran Ayam Geprek Sa'i selama ini adalah media poster, brosur atau selebaran, dan media online, seperti berikut :

##### 1. Media Sosial:

- Instagram: Ikuti akun Instagram Ayam Geprek Sa'i Pekajangan Pekalongan di @ayamgepreksaipekajanganpekalongan. Di sana, Anda akan menemukan informasi tentang promo terbaru, seperti diskon, paket hemat, dan giveaway.

- Facebook: Kunjungi halaman Facebook Ayam Geprek Sa'i Pekajangan Pekalongan. Di sana, Anda juga dapat menemukan informasi tentang promo terbaru, serta berinteraksi dengan pelanggan lain dan pihak restoran.

##### 2. Aplikasi Pesan Antar Makanan:

- GoFood: Buka aplikasi GoFood dan cari "Ayam Geprek Sa'i Pekajangan Pekalongan". Di sana, Anda dapat melihat banner promo yang sedang berlangsung, serta menggunakan kode promo yang tersedia.

- GrabFood: Buka aplikasi GrabFood dan cari "Ayam Geprek Sa'i Pekajangan Pekalongan". Di sana, Anda dapat melihat promo yang sedang berlangsung, serta menggunakan voucher yang tersedia.

##### 3. Website Resmi:

Kunjungi website resmi Ayam Geprek Sa'i di <https://ayamgepreksai.com/>. Di sana, Anda dapat melihat menu dan harga, serta informasi tentang promo yang sedang berlangsung di semua cabang Ayam Geprek Sa'i.

##### 4. Telepon:

Anda dapat menghubungi Ayam Geprek Sa'i Pekajangan Pekalongan secara langsung untuk menanyakan tentang promo yang sedang berlangsung. Nomor teleponnya adalah +62 852-2934-4444.

#### b) Segmenting, Targeting and Positioning

##### 1. Segmenting

Segmentasi konsumen yang dituju oleh Ayam Geprek Sa'i Tuasan dibagi menjadi 3 yaitu geografis, demografis, dan psikografis.

a. Geografis : wilayah dan kepadatan penduduk.

b. Demografis : gender, pendapatan, generasi, umur, serta status sosial.

c. Psikografis : gaya hidup dan benefits.

##### 2. Targeting

Berdasarkan dari hasil segmentasi maka restoran Ayam Geprek Sa'i bisa menarget konsumen secara spesifik.

##### a. Geografis

Wilayah yang menjadi target dari Ayam Geprek Sa'i Tuasan adalah kota Medan dan sekitarnya, terutama daerah Tuasan dan sekitarnya. Namun Ayam Geprek Sa'i Tuasan juga menerima orderan dari luar kota sama seperti dengan outlet Ayam Geprek Sa'i lainnya.

##### b. Demografis

Berdasarkan hasil segmentasi maka target konsumen Ayam Geprek Sa'i Tuasan adalah anak – anak, remaja, dewasa, bahkan orang tua. Namun kebanyakan konsumen yang datang dan menikmati menu – menu di Ayam Geprek Sa'i adalah mahasiswa atau pemuda pemudi yang saat ini sedang hits dengan zaman (milenial)

c. Psikografis

Gaya hidup dan ingin makanan cepat saji, murah dan baik untuk kesehatan. Ketiga hal tersebut merupakan pola pikir yang saat ini ada pada kalangan anak muda atau anak milenial zaman sekarang. Mereka ingin mencari suatu tempat makan, yang hits, murah, cepat saji, dan baik untuk kesehatan.

3. Positioning

Chicken Crush sudah memiliki positioning yang sangat menempel di ingatan dan hati para konsumennya, terutama konsumen kategori mahasiswa (anak – anak muda zaman sekarang). Berdasarkan informasi yang saya temukan, Ayam Geprek Sa'i Pekajangan Pekalongan menggunakan beberapa strategi positioning berikut:

1. Harga Terjangkau:

Ayam Geprek Sa'i menawarkan harga yang relatif terjangkau dibandingkan dengan restoran ayam geprek lainnya di Pekalongan. Hal ini membuat mereka menjadi pilihan yang menarik bagi pelanggan yang mencari makanan enak dengan harga yang ramah di kantong.

2. Menu Beragam:

Ayam Geprek Sa'i menawarkan menu yang beragam, termasuk ayam geprek dengan berbagai level pedas, nasi goreng, dan camilan. Hal ini memungkinkan mereka untuk menjangkau berbagai segmen pelanggan dengan selera yang berbeda-beda.

3. Rasa yang Lezat:

Ayam Geprek Sa'i terkenal dengan rasa ayam gepreknya yang lezat dan pedas. Hal ini dibuktikan dengan banyaknya ulasan positif dari pelanggan di berbagai platform media sosial.

4. Lokasi Strategis:

Ayam Geprek Sa'i terletak di lokasi yang strategis, yaitu di Jalan Pekajangan No. 10, Pekalongan. Hal ini memudahkan pelanggan untuk menemukan dan mengunjungi restoran mereka.

5. Promo dan Diskon:

Ayam Geprek Sa'i sering menawarkan promo dan diskon menarik bagi pelanggannya. Hal ini dapat meningkatkan minat pelanggan untuk membeli makanan di restoran mereka.

6. Pelayanan Ramah:

Ayam Geprek Sa'i dikenal dengan pelayanannya yang ramah dan cepat. Hal ini membuat pelanggan merasa nyaman dan puas saat makan di restoran mereka.

7. Media Sosial:

Ayam Geprek Sa'i aktif menggunakan media sosial untuk mempromosikan produk dan layanan mereka. Hal ini membantu mereka untuk menjangkau lebih banyak pelanggan dan membangun citra merek yang positif.

b. Analisis Teknik.

Secara teknis, bisnis ayam geprek makanan cepat saji tergolong mudah untuk dijalankan dan memiliki beberapa keunggulan, yaitu:

1. Proses pembuatan yang relatif sederhana:

- Proses pembuatan ayam geprek tidak membutuhkan teknik memasak yang rumit dan dapat dipelajari dengan mudah dalam waktu singkat.

- Hal ini memudahkan pengusaha untuk melatih karyawan mereka dalam membuat ayam geprek, sehingga tidak memerlukan keahlian khusus.

- Kesederhanaan proses pembuatan juga membantu dalam menjaga konsistensi rasa dan kualitas produk.

2. Bahan baku yang mudah didapatkan dan murah:

- Bahan baku utama ayam geprek, yaitu ayam dan cabai, mudah didapatkan di berbagai pasar tradisional dan modern.

- Harga bahan baku yang relatif murah membantu dalam menekan biaya produksi dan meningkatkan margin keuntungan.

- Ketersediaan bahan baku yang melimpah menjamin kelancaran operasional bisnis dan meminimalisir risiko kehabisan stok.

3. Kemudahan dalam pengolahan dan penyimpanan:

- Proses pengolahan ayam geprek dapat dilakukan dengan cepat dan mudah, sehingga memungkinkan penyajian makanan yang cepat dan efisien.

- Ayam geprek memiliki daya tahan yang cukup lama dan dapat disimpan di lemari es untuk beberapa hari.

- Hal ini membantu dalam mengurangi pemborosan bahan baku dan meningkatkan efisiensi operasional.

4. Kemudahan dalam adaptasi dan inovasi:

- Resep ayam geprek dapat dimodifikasi dengan mudah untuk menciptakan variasi rasa yang baru dan menarik.

- Menu ayam geprek dapat dikombinasikan dengan berbagai lauk pauk dan pelengkap lainnya untuk meningkatkan daya tarik dan menjangkau target pasar yang lebih luas.

- Kesederhanaan proses pembuatan memudahkan dalam melakukan inovasi dan pengembangan produk baru.

Kesimpulannya, bisnis ayam geprek makanan cepat saji memiliki beberapa keunggulan dari segi teknis, seperti proses pembuatan yang mudah, bahan baku yang murah dan mudah didapatkan, pengolahan dan penyimpanan yang mudah, serta kemudahan dalam adaptasi dan inovasi. Hal ini membuat bisnis ayam geprek menjadi pilihan yang menarik bagi pengusaha yang ingin memulai usaha di bidang kuliner.

### 3.3 Analisis Manajemen.

Manajemen yang baik merupakan fondasi utama untuk keberhasilan bisnis ayam geprek makanan cepat saji. Hal ini mencakup tiga aspek penting, yaitu:

1. Manajemen Operasional yang Efisien:

- Manajemen operasional yang efektif menjamin kelancaran proses produksi dan pelayanan kepada pelanggan.

- Hal ini meliputi penjadwalan produksi yang tepat, pengelolaan stok bahan baku yang efisien, pemeliharaan peralatan yang optimal, pengawasan kualitas produk yang ketat, dan pengembangan standar operational procedure (SOP) yang jelas.

- Manajemen operasional yang baik membantu dalam meningkatkan produktivitas, mengurangi biaya operasional, dan meningkatkan kepuasan pelanggan.

2. Manajemen Keuangan yang Prudent:

- Manajemen keuangan yang prudent menentukan kesehatan keuangan bisnis ayam geprek dan membantu dalam pengambilan keputusan strategis.

- Hal ini meliputi pencatatan keuangan yang akurat, pengelolaan arus kas yang efektif, analisis profitabilitas, pengembangan strategi investasi, dan pengelolaan risiko keuangan.

- Manajemen keuangan yang baik membantu dalam mencapai target keuangan, memaksimalkan keuntungan, dan memastikan keberlanjutan bisnis.

3. Manajemen Sumber Daya Manusia yang Efektif:

- Manajemen sumber daya manusia yang efektif menjamin ketersediaan karyawan yang kompeten dan bermotivasi.

- Hal ini meliputi rekrutmen dan seleksi karyawan yang tepat, pengembangan pelatihan dan pendidikan, penilaian kinerja karyawan, pengembangan sistem reward dan punishment, dan pembinaan budaya kerja yang positif.

- Manajemen sumber daya manusia yang baik meningkatkan produktivitas karyawan, mengurangi turnover karyawan, dan menciptakan lingkungan kerja yang kondusif.

Kesimpulannya, ketiganya aspek manajemen ini saling berkaitan dan tidak dapat dipisahkan. Manajemen operasional yang baik tidak akan optimal tanpa

manajemen keuangan yang prudent dan manajemen sumber daya manusia yang efektif. Keberhasilan bisnis ayam geprek makanan cepat saji tergantung pada kemampuan pengusaha dalam mengelola ketiga aspek manajemen ini secara efektif. Dengan manajemen yang baik, pengusaha dapat meningkatkan peluang untuk mencapai kesuksesan dan mencapai tujuan bisnisnya.

### 3.4 Analisis Keuangan.

Berdasarkan analisis keuangan, bisnis ayam geprek makanan cepat saji di Kota Pekalongan memiliki peluang untuk menghasilkan keuntungan yang cukup besar. Hal ini didukung oleh beberapa faktor, yaitu:

1. Margin Keuntungan Tinggi:
  - Harga jual ayam geprek umumnya lebih tinggi dibandingkan dengan biaya produksi.
  - Hal ini menciptakan margin keuntungan yang cukup besar bagi pengusaha.
  - Tingginya margin keuntungan memungkinkan pengusaha untuk mendapatkan keuntungan yang signifikan dalam jangka waktu yang relatif singkat.
2. Biaya Operasional Relatif Rendah:
  - Biaya operasional bisnis ayam geprek umumnya tergolong rendah.
  - Hal ini meliputi biaya bahan baku, biaya sewa tempat, biaya gaji karyawan, dan biaya utilitas.
  - Rendahnya biaya operasional membantu dalam meningkatkan profitabilitas bisnis.
3. Potensi Penjualan Tinggi:
  - Permintaan terhadap ayam geprek di Kota Pekalongan cukup tinggi.
  - Hal ini menunjukkan potensi penjualan yang besar bagi pengusaha.
  - Tingginya potensi penjualan memungkinkan pengusaha untuk mencapai BEP dalam waktu yang relatif singkat.
4. Kecepatan Penjualan:
  - Ayam geprek merupakan makanan yang dapat disajikan dengan cepat.
  - Hal ini memungkinkan pengusaha untuk meningkatkan jumlah penjualan dalam satu hari.
  - Tingginya kecepatan penjualan membantu dalam meningkatkan profitabilitas bisnis.
5. Efisiensi Operasional:
  - Proses pembuatan ayam geprek yang relatif sederhana membantu dalam meningkatkan efisiensi operasional.
  - Hal ini mengurangi pemborosan bahan baku dan waktu, sehingga membantu dalam menekan biaya produksi.
  - Efisiensi operasional berkontribusi pada peningkatan profitabilitas bisnis.

Dengan pengelolaan keuangan yang baik, bisnis ayam geprek dapat mencapai titik balik modal (BEP) dalam waktu yang relatif singkat. Hal ini dapat membantu pengusaha untuk mencapai kemandirian finansial dan meningkatkan keuntungan. Kesimpulannya, bisnis ayam geprek makanan cepat saji di Kota Pekalongan memiliki potensi keuntungan yang cukup besar. Hal ini didukung oleh margin keuntungan yang tinggi, biaya operasional yang relatif rendah, potensi penjualan tinggi, kecepatan penjualan, dan efisiensi operasional. Dengan pengelolaan keuangan yang baik, pengusaha dapat mencapai BEP dalam waktu singkat dan meningkatkan keuntungan.

## 4. CONCLUSION

Berdasarkan hasil analisis, dapat disimpulkan bahwa bisnis ayam geprek makanan cepat saji di Kota Pekalongan memiliki peluang yang besar untuk berkembang. Namun,



untuk mencapai kesuksesan, diperlukan strategi yang matang dan pengelolaan bisnis yang profesional. Hal ini mencakup strategi marketing yang efektif, manajemen operasional yang efisien, manajemen keuangan yang prudent, dan manajemen sumber daya manusia yang tepat. Bisnis ini memiliki peluang yang besar untuk sukses karena memiliki permintaan pasar yang tinggi, produk yang lezat dan kompetitif, operasional yang baik, dan proyeksi keuangan yang menarik. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kelayakan bisnis Ayam Geprek Sa'i Pekajangan Pekalongan sebagai usaha kuliner cepat saji di Kota Pekalongan. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Berdasarkan faktor-faktor di atas, dapat disimpulkan bahwa Ayam Geprek Sa'i Pekajangan Pekalongan memiliki kelayakan bisnis yang baik dan berpotensi untuk berkembang di masa depan.

## **5. REFERENCES**

- Asiriwa, O., Akperi, R. T., Uwuigbe, O. R., Uwuigbe, U., Nassar, L., Ilogho, S., & Eriabe, S. (2019). Ownerships Structures and Accounting Conservatism among Nigeria Listed Firms. *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, 331(1), 1–14. <https://doi.org/10.1088/1755-1315/331/1/012056>
- Indraswarri, A. &. (2018). Analisa Pemanfaatan Aplikasi Go-Food Bagi Pendapatan Pemilik Usaha Rumah Makan Di Kelurahan Sawojajar Kota Malang. *Jurnal Ilmu Ekonomi*, 63-73.
- Irdha Yanti Musyawarah, Desi Idayanti (2022) Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Pada Usaha Ibu Bagas di Kecamatan Mamuju Vol 1, No 1 ISSN (cetak) 2621-7406 ISSN (online) 2656-6265
- Manteiro, M. C., & Kabu, E. (2019). Model of creative economic development for micro, small and medium-sized culinary industries in Kupang City Indonesia. *International Journal of Social Sciences and Humanities*, 3(1), 143-152.
- Neno, M. S., Dhae, Y. K., & Aman, D. K. (2023). Analisis Strategi Bisnis Umkm Tenun Ikat (Studi Kasus Pada UMKM Tenun Ikat Di Kota Kupang). *CITACONOMIA: Economic and Business Studies*, 2(01), 72-88.
- Pitoko, R. (2018, Desember 21). Perusahaan Patungan Krakatau Steel Investasi 300 Juta Dollar AS. *Kompas.com*. <https://ekonomi.kompas.com/read/2018/08/08/110500326/perusahaan-patungan-krakatau-steel-investasi-300-juta-dollar-as> [Diakses 8 Agustus 2018]
- Putu Ari Mulyani, Ni Wayan Ari Sudiartini , Ni Luh Putu Sariyani (2020) PERILAKU MASYARAKAT KOTA DENPASAR DALAM MENGKONSUMSI MAKANAN CEPAT SAJI (FAST FOOD) JUIMA : *Jurnal Ilmu Manajemen*-ISSN 2337-9804e-ISSN 2549-8843 JUIMA Volume 10 Nomor 2
- Siti Rahmadani, Makmur,SE.,MMA, (2019) ANALISIS STUDI KELAYAKAN BISNIS PADA PENGEMBANGAN UMKM USAHA TAHU DAN TEMPE KARYA MANDIRI DITINJAU DARI ASPEK PRODUKSI, ASPEK PEMASARAN DAN ASPEK KEUANGAN HIRARKI : *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis* Vol. 1 , No.1 , 2019, pp: 76 – 83
- Widarjono, A. (2005). *Ekonometrika, Teori dan Aplikasi*. Penerbit Ekonomisia..