

Analisis Studi Kelayakan Bisnis Pada Usaha Cilok Goang Yummy

¹Imel Aura Agustin, ²Layalia Auliaur Rahman, ³Yoga Sampurna, ⁴Perwito

¹Manajemen, Universitas Muhammadiyah Bandung, imel.agustin40@gmail.com

²Manajemen, Universitas Muhammadiyah Bandung, layaliaauliaurr@gmail.com

³Manajemen, Universitas Muhammadiyah Bandung, yogasampurna24@gmail.com

⁴Manajemen, Universitas Muhammadiyah Bandung, perwito@umbandung.ac.id

Corresponding Mail Author : imel.agustin40@gmail.com

Abstract

A business feasibility study is a series of evaluations used to assess the viability of a proposed investment or business. Cilok goang, one of West Java's traditional foods, holds promising prospects for development into a potential business. This study aims to analyze the feasibility of the cilok goang business using a feasibility study approach encompassing seven main aspects: legal, market and marketing, financial, technical and operational, management and organization, economic and social, and environmental impact. The methods used include qualitative and quantitative approaches, with data collected through field observations, market surveys, and document analysis. The results indicate that the cilok goang business has broad market opportunities, supported by high demand, especially in urban areas. Financially, the business demonstrates favorable profit projections with a relatively short payback period. Operationally, raw materials are readily available at affordable prices, and the production process can be adapted to various scales. Legal and environmental aspects do not pose significant challenges. Therefore, the cilok goang business is deemed feasible for development, either by opening new branches or through product diversification.

Keywords : Business Feasibility Study, Cilok Goang, Traditional Culinary, Business Development.

Pendahuluan

Bisnis yang sukses seharusnya tidak hanya diterima dan berkembang seiring dengan bertambahnya usia operasionalnya, tetapi juga mampu tumbuh secara berkelanjutan, dengan hasil yang jelas dan arah yang terencana untuk kelangsungan usahanya. Salah satu bisnis yang relatif mudah untuk dimulai adalah bisnis kuliner. Sebagai kebutuhan dasar manusia, pangan memiliki peran penting dalam kehidupan setiap individu, karena setiap orang membutuhkan makanan untuk bertahan hidup. Selain itu, sektor kuliner juga menawarkan peluang yang besar sebagai sumber penghidupan bagi banyak orang. Salah satu sektor yang relatif mudah dijalankan dan memiliki potensi besar adalah bisnis kuliner. Pangan, sebagai kebutuhan dasar manusia, memiliki peran penting dalam kehidupan setiap individu, sehingga sektor kuliner senantiasa relevan dan memiliki peluang yang besar (Kusnadi, 2018). Hal ini menandakan gaya hidup masyarakat yang konsumtif sehingga bisnis kuliner pun berkembang pesat. Konsekuensi lain dari semakin mudahnya mendapatkan dukungan untuk memulai bisnis memasak adalah peningkatan jumlah orang yang bekerja di industri memasak, atau yang disebut pengusaha. Seiring dengan bertambahnya jumlah individu yang terlibat dalam sektor kuliner, banyak pula yang beralih menjadi pengusaha di bidang ini, termasuk dalam usaha makanan ringan seperti cilok (Suryani, 2019). Perkembangan teknologi yang semakin pesat berdampak langsung pada aspek

ekonomi, hukum, pemasaran, maupun aspek-aspek yang lainnya. Saat menilai kelayakan suatu bisnis, berbagai aspek dapat dipertimbangkan, seperti aspek lingkungan, pemasaran, hukum, dan aspek-aspek yang lainnya. Bisnis cilok goang dapat dikatakan layak jika dapat memenuhi aspek-aspek yang akan dikaji. Salah satu bisnis yang akan dikaji dalam bisnis kuliner ini yaitu cilok goang yang berlokasi di sekitaran Universitas Negeri Islam (UIN) 2 Kota Bandung.

Studi kelayakan usaha ini bertujuan untuk menilai kelayakan bisnis Cilok Goang melalui analisis terhadap berbagai aspek, seperti keuangan, teknis, pasar, manajemen, hukum, ekonomi, dan sosial. Penelitian ini berfokus pada potensi kesuksesan dan kelangsungan usaha dengan mempertimbangkan faktor-faktor seperti inovasi produk, pemahaman pasar, strategi pemasaran, dan efisiensi manajemen. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menunjukkan perkembangan usaha yang dapat memenuhi kebutuhan pasar serta memberikan dampak sosial dan ekonomi yang positif.

Landasan Teori

Studi kelayakan Bisnis

Studi kelayakan usaha Cilok Goang sangat dipengaruhi oleh inovasi produk, pemahaman pasar, dan penerapan strategi pemasaran yang efektif. Inovasi produk merupakan kunci untuk menarik minat konsumen dan menciptakan keunggulan kompetitif (Kotler & Keller, 2016).

Pengelolaan keuangan yang efisien juga akan memastikan kelangsungan dan profitabilitas bisnis (Brigham & Houston, 2019). Perencanaan keuangan yang baik, seperti pengendalian biaya produksi, proyeksi pendapatan, serta pemanfaatan sumber daya yang optimal, memberikan kontribusi penting terhadap peningkatan keuntungan dan keberlanjutan bisnis. Dengan perpaduan inovasi produk, strategi pemasaran yang tepat sasaran, dan pengelolaan yang optimal, Cilok Goang memiliki potensi untuk berkembang dan menjadi salah satu makanan khas dalam industri kuliner tradisional di Indonesia.

Aspek- Aspek Studi Kelayakan Bisnis

1. Aspek Manajemen dan Organisasi
Sebuah bisnis dapat berjalan dengan baik dengan adanya dukungan dari manajemen dan organisasi yang terstruktur dengan baik. Aspek manajemen dan Sumber Daya Manusia (SDM) menganalisis tahap-tahap pelaksanaan atau pengorganisasian bisnis dan kesiapan tenaga kerja, baik tenaga kerja kasar maupun tenaga kerja terampil yang diperlukan untuk menjalankan bisnis dalam suatu organisasi atau perusahaan (Purnomo et al., 2018).
2. Aspek Pasar dan Pemasaran
Menurut Sunyoto (2014:32), Pemasaran adalah pengaturan latihan bisnis yang dimaksudkan untuk merancang, memutuskan biaya, memajukan dan produk yang sesuai yang dapat memenuhi keinginan pembeli dan mencapai target pasar dan tujuan teman. Aspek pasar dan pemasaran dianalisis untuk mengetahui seberapa besar potensi pasar untuk produk yang ditawarkan dan market share yang dikuasai pesaing. Ada 3 komponen aspek pasar yang menjadi acuan yaitu, pasar potensial, pasar tersedia dan pasar sasaran (Kasmir & Jakfar, 2012).
3. Aspek Keuangan
Aspek keuangan merupakan bagian dari analisis studi kelayakan bisnis yang sangat diperlukan untuk menentukan manfaat yang diterima dari bisnis

tersebut. Aspek ini menjelaskan mengenai kebutuhan dana dan sumbernya, biaya kebutuhan investasi, depresiasi, proyeksi laba rugi, proyeksi arus kas, perhitungan harga pokok penjualan, dan kriteria investasi yaitu: Break Even Point (BEP), Payback Period (PP), Net Present Value (NPV), Internal Rate of Return (IRR), dan Profitability Index (PI). (Husman dan Muhammad, 2005)

4. Aspek Operasi/Teknisi
Aspek teknis adalah hal-hal yang berhubungan dengan kebutuhan teknis proyek baik dalam bentuk barang maupun jasa (fisik maupun non-fisik) yang dibutuhkan proyek yang meliputi faktor lokasi, bangunan, fasilitas, mesin, perlengkapan-alat, kapasitas, dan luas produksi (Kasmir & Jakfar, 2012: 27)
5. Aspek Hukum
Menurut Kasmir dan Jakfar (2012) Aspek hukum, membahas tentang masalah kelengkapan dan keabsahan dokumen perusahaan, mulai dari bentuk badan usaha, sampai izin-izin yang dimiliki.
6. Aspek Dampak Lingkungan (AMDAL)
Aspek lingkungan adalah aspek yang bertujuan untuk menentukan apakah secara lingkungan hidup misalnya dari sisi udara dan air rencana bisnis diperkirakan dapat dilaksanakan secara layak atau sebaiknya (Husein Umar, 2009: 302).
7. Aspek Ekonomi dan Sosial
Asmir dan Jafar (2012) menyebutkan beberapa dampak yang akan mempengaruhi berbagai pihak tersebut, baik itu positif maupun negatif.

Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam studi kelayakan bisnis Cilok Goang ini adalah metode analisis kualitatif dan kuantitatif. Analisis kualitatif dilakukan melalui observasi lapangan, seperti mencari tahu calon lokasi usaha yang strategis, mengidentifikasi potensi supplier bahan baku cilok dan bumbu, serta mengamati langsung tingkat keramaian dan pola konsumen di sekitar lokasi yang dipilih. Selain itu, pendekatan ini juga melibatkan wawancara dengan pelanggan potensial dan pelaku usaha sejenis untuk mendapatkan gambaran kebutuhan pasar.

Penelitian ini juga melibatkan diskusi dengan perangkat lingkungan setempat untuk memahami proses perizinan usaha serta regulasi yang perlu dipatuhi. Selain itu, dilakukan analisis terhadap dokumen-dokumen terkait, seperti laporan keuangan bisnis serupa dan kontrak kerja sama dengan supplier bahan baku dan pihak penyewaan lokasi usaha.

Analisis kuantitatif dilakukan pada aspek keuangan, seperti menghitung proyeksi pendapatan, pengeluaran, dan arus kas usaha Cilok Goang. Proyeksi ini didasarkan pada data penjualan rata-rata bisnis sejenis dan estimasi biaya operasional. Enam aspek lainnya, seperti hukum, pasar, pemasaran, teknis, manajemen, dan sosial, dianalisis secara kualitatif untuk menentukan kelayakan usaha Cilok Goang secara keseluruhan.

Hasil Dan Pembahasan

Aspek Hukum

Cilok Goang telah berbentuk Persekutuan Perdata (Maatschap) dan rencananya akan tetap mempertahankan bentuk ini dalam pengembangan usaha ke depan. Struktur Persekutuan Perdata dipilih karena dinilai lebih sederhana dan efektif,

terutama dalam pengelolaan modal, pembagian tanggung jawab, serta pengambilan keputusan yang dilakukan secara bersama-sama berdasarkan kesepakatan para pemilik. Fleksibilitas ini memungkinkan usaha untuk lebih cepat menyesuaikan diri dengan kebutuhan pasar dan perubahan kondisi usaha. Saat ini, Cilok Goang dikelola oleh tiga pemilik yang berperan sebagai mitra kerja sekaligus pemilik modal. Walaupun usaha ini masih beroperasi dengan fokus pada penjualan menggunakan gerobak, strategi pengembangan telah dirancang, termasuk rencana pembukaan cabang baru untuk meningkatkan skala usaha. Untuk mendukung operasional dan pengembangan usaha, Cilok Goang telah memiliki sejumlah dokumen legal, seperti perjanjian kemitraan sederhana, KTP, NPWP, dan surat berharga kendaraan bermotor. Lokasi usaha yang baru akan didukung oleh perjanjian sewa resmi. Selain itu, proses pembuatan SIUP (Surat Izin Usaha Perdagangan) akan diurus melalui platform online guna mempercepat dan menyederhanakan proses legalitas. Dengan langkah-langkah ini, usaha Cilok Goang secara hukum telah memenuhi persyaratan untuk menjalankan kegiatan operasional dan mengembangkan jaringan bisnisnya.

Aspek Ekonomi dan Sosial

Kelangsungan dan keberhasilan usaha Cilok Goang sangat dipengaruhi oleh beberapa faktor kunci, seperti tingginya permintaan pasar, efisiensi biaya produksi, serta kemampuan untuk menetapkan harga jual yang kompetitif dan dapat bersaing dengan produk sejenis di pasar. Permintaan yang tinggi terhadap produk ini menunjukkan bahwa ada kebutuhan yang signifikan di pasar yang dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan volume penjualan, sementara biaya produksi yang efisien memungkinkan usaha untuk tetap menjaga keuntungan yang sehat. Penetapan harga jual yang bersaing juga menjadi faktor penting dalam menarik konsumen, khususnya di kalangan mahasiswa yang merupakan segmen pasar utama, dengan mempertimbangkan daya beli mereka yang terbatas namun tetap menginginkan produk berkualitas. Dengan strategi harga yang tepat, usaha ini diharapkan dapat mencapai keuntungan maksimal yang pada gilirannya akan mendukung kelangsungan usaha dalam jangka panjang.

Usaha Cilok Goang diharapkan dapat memberikan dampak positif bagi masyarakat sekitar, salah satunya dengan membuka peluang lapangan pekerjaan bagi warga setempat. Dengan mempekerjakan tenaga kerja setempat, usaha ini tidak hanya memberikan kontribusi terhadap perekonomian keluarga, tetapi juga dapat membantu mengurangi angka pengangguran di wilayah tersebut. Selain itu, usaha ini juga memberikan alternatif pilihan makanan yang terjangkau namun tetap berkualitas bagi masyarakat, khususnya bagi para mahasiswa yang sering membutuhkan makanan cepat saji yang praktis dan hemat biaya. Dengan demikian, usaha ini dapat berperan sebagai bagian dari solusi terhadap masalah keterjangkauan makanan berkualitas di lingkungan sekitar, serta meningkatkan kesejahteraan sosial bagi warga sekitar yang terlibat dalam operasional usaha. Dengan pengelolaan yang baik terhadap aspek ekonomi dan sosial, usaha Cilok Goang memiliki potensi yang kuat untuk berkembang. Keberhasilan dalam mencapai keseimbangan antara keuntungan ekonomi dan dampak sosial yang positif dapat memastikan usaha ini tidak hanya menguntungkan secara finansial, tetapi juga memberikan kontribusi yang signifikan bagi masyarakat sekitar. Dengan demikian, usaha Cilok Goang memiliki peluang untuk tumbuh dan berkembang, serta menciptakan keuntungan yang berkelanjutan baik dalam aspek

ekonomi maupun sosial, yang pada akhirnya dapat memperkuat posisi usaha ini di pasar yang semakin kompetitif.

Aspek Keuangan

1. Modal Usaha

Modal yang dibutuhkan untuk memulai bisnis YUMMY dengan produk yang dihasilkan 2.125 pcs/bulan

Tabel 1. Modal Usaha Cilok Goang Yummy

Jenis	Jumlah
Peralatan	Rp1.075.000
Bahan Baku	Rp1.861.000
TenagaKerja	Rp 3.000.000
Transportasi	Rp150.000
Jumlah	Rp6.086.000

2. Harga Pokok Produksi (HPP)

Harga Pokok Produksi (HPP) menentukan total biaya yang dikeluarkan dalam proses produksi

Tabel 2. Perhitungan HPP Usaha Cilok Goang Yummy

Biaya Perlengkapan	Rp1.861.000
BiayaTenaga Kerja	Rp 3.000.000
BiayaTransportasi	Rp 150.000
Biaya Penyusutan Perlengkapan10%	Rp 107.500
Biaya Lainnya 10%	Rp 511.850
Total Biaya	Rp5.630.350
Jumlah Produk	2.125
HPP perUnit	Rp 2.650

3. Laporan Laba Rugi

Tabel 3. Perhitungan Laba Rugi Usaha Cilok Goang Yummy

Pendapatan Penjualan	Rp10.625.000
Biaya Bahan Baku	Rp1.861.000
BiayaTenagaKerja	Rp3.000.000
BiayaTransportasi	Rp 150.000
Biaya Penyusutan Perlengkapan10%	Rp 107.500
Biaya Lainnya10%	Rp 511.850
Total Biaya	Rp5.630.350
Lab Bersih	Rp 4.994.650

4. *Payback Period*(PP)

Perhitungan ini dapat dilihat dari perhitungan bersih yang diperoleh setiap bulan. Adapun rumus untuk menghitung *Payback Period* (PP) sebagai berikut:

$$PP = \frac{\text{Investasi Awal} \times 1 \text{ Bulan}}{\text{Kas Bersih Per Bulan}}$$

$$Pp = \frac{Rp 6.086.000 \quad \times 1 \text{ Bulan}}{Rp 4.994.650}$$

$$PP = 1,22$$

Payback Periode untuk mengembalikan modal usaha cilok goang yummy adalah 1,22 bulan.

5. *Net Present Value*(NPV)

Tabel 4. Perhitungan NPV Usaha Cilok Goang Yummy

Bulan	Benefit	DF10%	Present Value
Ke-1 Januari	4.994.650	0,9091	4.538.783
Ke-2 Febuari	4.994.650	0,8264	4.128.893
Ke-3 Maret	4.994.650	0,7513	3.753.770
Ke-4 April	4.994.650	0,6830	3.411.553
Ke-5 Mei	4.994.650	0,6209	3.101.718
Ke-6 Juni	4.994.650	0,5645	2.822.365
JUMLAH			Rp 21.757.082

$$NPV = \text{Kas Bersih} - \text{Investasi} = Rp 21.757.082 - Rp 6.086.000 = 15.671.082$$

Berdasarkan dari tabel diatas, dapat diketahui bahwa NPV dari Usaha cilok goang yummy ini adalah Rp15.671.082 yang di mana membuktikan bahwa usaha ini layak untuk dijalankan.

6. *Net Present Value*(NPV)

Tabel 5. Perhitungan NPV Usaha Cilok Goang Yummy

Bulan	Benefit	DF10%	Present Value
Ke-1 Januari	4.994.650	0,9091	4.538.783
Ke-2 Febuari	4.994.650	0,8264	4.128.893
Ke-3 Maret	4.994.650	0,7513	3.753.770
Ke-4 April	4.994.650	0,6830	3.411.553
Ke-5 Mei	4.994.650	0,6209	3.101.718
Ke-6 Juni	4.994.650	0,5645	2.822.365
JUMLAH			Rp 21.757.082

$$NPV = \text{Kas Bersih} - \text{Investasi} = Rp 21.757.082 - Rp 6.086.000 = 15.671.082$$

Berdasarkan dari tabel diatas, dapat diketahui bahwa NPV dari Usaha cilok goang yummy ini adalah Rp15.671.082 yang di mana membuktikan bahwa usaha ini layak

untuk dijalankan.

7. *Internal Rate of Return*(IRR)

Internal Rate of Return (IRR) adalah nilai *Discount Rate*(i) yang membuat NPV dari proyek yang sama menjadi nol(0). *Internal Rate of Return* (IRR) dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 6. Perhitungan IRR Usaha Cilok Goang Yummy

Bulan	Benefit	DF10%	PV	DF13%	PV
Ke-1	4.994.650	0,9091	4.538.783	0,8850	4.418.166
Ke-2	4.994.650	0,8264	4.128.893	0,7813	3.904.351
Ke-3	4.994.650	0,7513	3.753.770	0,6931	3.459.917
Ke-4	4.994.650	0,6830	3.411.553	0,6133	3.062.098
Ke-5	4.994.650	0,6209	3.101.718	0,5428	2.711.413
Ke-6	4.994.650	0,5645	2.822.365	0,4803	2.398.932
JUMLAH			Rp 21.757.082		Rp 19.954.877

$$NPV_2 = Kas Bersih_2 - Investasi = Rp 19.954.877 - Rp 6.086.000 = Rp 13.868.877$$

Dari tabel diatas, dapat diketahui bahwa nilai NPV_1 Rp 15.671.082 adalah Rp dan NPV_2 adalah Rp 13.868.877 Maka dari itu, untuk menghitung *Internal Rate of Return* (IRR) sebagai berikut:

$$IRR = 10\% + \frac{15.671.082}{(15.671.082 - 13.868.877)} (13\% - 10\%)$$

$$IRR = 10\% + 0,138 (3\%)$$

$$IRR = 12,89\%$$

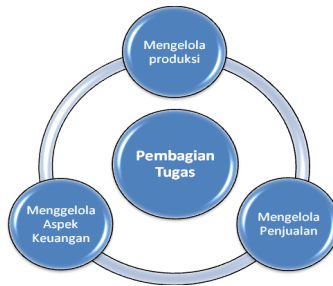
Jadi, besarnya nilai IRR yaitu 12,89 %, di mana angka ini lebih besar dari tingkat suku bunga yaitu 10% yang berarti modal yang ditanamkan dalam usaha akan menguntungkan dimasa yang akan datang. Dari segi IRR usaha ini layak dijalankan.

Aspek Teknis/Operasi

Lokasi yang dipilih untuk mendirikan usaha cilok goang ini terletak strategis di sekitar Universitas UIN 2 Bandung, dekat dengan Universitas Muhammadiyah Bandung dan kawasan Bhakti Kencana. Pemilihan lokasi ini tidak terlepas dari banyaknya jumlah mahasiswa sebagai sasaran utama. Mahasiswa juga merupakan konsumen potensial yang memiliki kebutuhan pangan praktis dan terjangkau. Selain itu, lokasi ini memiliki tingkat aktivitas mahasiswa yang tinggi, Selain itu, lokasi tersebut sangat ramai oleh aktivitas mahasiswa, yang dapat dilihat dari banyaknya lalu lintas pejalan kaki yang melintas, serta kedekatannya dengan tempat kos-kosan, kantor dan berbagai tempat makan umum seperti kantin dan toko-toko. Hal ini tentu menjadi nilai tambah karena kehadiran usaha cilok dapat diakses dengan mudah oleh mahasiswa yang bekerja di wilayah tersebut.

Aspek Manajemen dan Organisasi

Pengelolaan usaha cilok goang mencakup perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, serta pengawasan yang terus-menerus untuk memastikan operasional berjalan sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan. Sebagai langkah awal, studi kelayakan bisnis telah dilakukan untuk menilai potensi pasar dan kesiapan usaha sehingga pengembangan dapat dilaksanakan dengan lebih terstruktur. Tahapan selanjutnya akan direalisasikan secara bertahap, mulai dari pengadaan peralatan produksi hingga peningkatan proses penjualan dan layanan. Struktur manajemen bisnis ini melibatkan tiga pemilik yang bekerja secara langsung tanpa bantuan karyawan. Setiap pemilik memiliki peran dan tanggung jawab yang telah dibagi secara jelas agar operasional berjalan lancar.



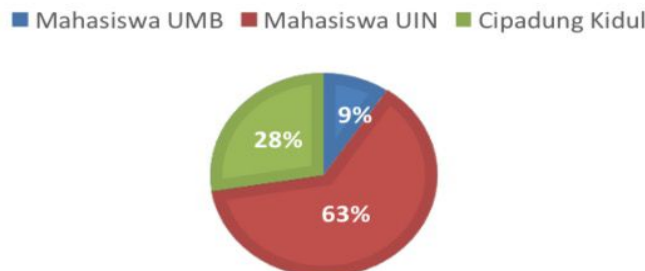
Gambar 1. Pembagian Tugas

Pembagian tugas ini akan menetapkan standar operasional, termasuk menjaga konsistensi resep, kebersihan proses produksi, serta kecepatan dalam melayani pelanggan. Evaluasi rutin terhadap proses bisnis juga dilakukan guna meningkatkan efektivitas operasional, misalnya dengan menyesuaikan jam operasional sesuai waktu ramai mahasiswa dan merancang strategi pemasaran yang lebih optimal.

Aspek Pasar dan Pemasaran

Pasar merupakan ruang interaksi antara penjual dan pembeli yang berfungsi sebagai mekanisme utama untuk memenuhi kebutuhan dalam lingkup permintaan dan penawaran. Cilok Goang, sebagai camilan tradisional khas Sunda yang disajikan dengan sambal goang khas, memiliki daya tarik tersendiri. Produk ini disukai oleh berbagai kalangan, terutama pecinta kuliner lokal. Cilok Goang dapat diakses oleh konsumen dari berbagai kelompok pendapatan, khususnya kelas menengah.

Data Potensi Pasar:



Gambar 1. Potensi Pasar

Mahasiswa UIN:
Laki-laki: 9.583 orang
Perempuan: 11.251 orang

Total: 36.132 orang
Mahasiswa Muhammadiyah:
Total: 5.393 orang
Penduduk Cipadung Kidul:
Laki-laki: 7.816 orang
Perempuan: 7.950 orang
Total: 15.766 orang
Total orang yang akan berlalu Lalang: 57.291 orang
Jika diperkirakan 10% orang yang akan membeli cilok goang dari total keseluruhan yaitu 5.729 orang.

Analisis STP

Segmentasi Pasar

Segmentasi pasar Cilok Goang mencakup berbagai faktor yang saling mendukung untuk menjangkau konsumen secara efektif. Dari segi geografis, produk ini difokuskan pada daerah perkotaan dan pinggiran kota dengan mobilitas tinggi, seperti di sekitar sekolah, kampus, perkantoran, pusat perbelanjaan, dan tempat wisata. Salah satu lokasi strategis yang menjadi prioritas adalah Universitas Negeri Islam (UIN) 2 Kota Bandung, yang memiliki potensi pasar besar dengan jumlah mahasiswa dan pekerja yang cukup signifikan.

Dari aspek demografis, Cilok Goang menasar berbagai kelompok usia, mulai dari anak-anak, remaja, hingga orang dewasa yang gemar mengonsumsi jajanan praktis dengan harga terjangkau. Sasaran utamanya adalah masyarakat kelas menengah yang memiliki daya beli sesuai dengan produk jajanan berkualitas. Target konsumen terutama berasal dari kalangan pelajar, mahasiswa, dan pekerja kantoran yang sering mencari makanan ringan untuk dikonsumsi di sela aktivitas mereka.

Penentuan Target Pasar

Berdasarkan segmentasi yang telah dianalisis, target pasar utama Cilok Goang terdiri dari mahasiswa dan pelajar yang berasal dari kampus UIN 2 Bandung dan Universitas Muhammadiyah, dengan total sekitar 41.525 orang. Pekerja kantoran dan masyarakat sekitar juga menjadi target potensial, terutama penduduk di kawasan Cipadung Kidul yang berjumlah sekitar 15.766 orang. Pengguna *platform online* menjadi segmen yang sangat menjanjikan. Konsumen yang lebih suka membeli makanan melalui aplikasi seperti *GoFood*, *ShopeeFood*, dan *GrabFood* cenderung mengutamakan kemudahan akses dan variasi pilihan rasa. Dengan penetapan harga yang kompetitif sebesar Rp5.000 per porsi, Cilok Goang dapat menjangkau segmen kelas menengah yang mencari jajanan lezat dengan harga yang tetap terjangkau.

Penentuan Posisi

Positioning yang ingin dibangun oleh Cilok Goang adalah sebagai jajanan tradisional khas Sunda dengan cita rasa autentik, harga yang terjangkau, serta kemasan modern yang praktis dan ramah lingkungan. Produk ini dirancang untuk memenuhi kebutuhan konsumen yang ingin menikmati camilan tradisional dengan konsep inovatif yang mudah diakses di berbagai kesempatan. Cita rasa autentik menjadi keunggulan utama, dengan sambal goang khas yang memberikan sensasi pedas tradisional yang berbeda dari kompetitor. Harga yang terjangkau membuat produk ini sesuai untuk kalangan mahasiswa dan pekerja kantoran, sehingga menjadi pilihan

camilan sehari-hari yang ekonomis. Kemasan yang *modern* dan praktis menggunakan *paper bowl* yang tidak hanya menarik secara visual tetapi juga ramah lingkungan, menggabungkan unsur tradisional dan modern dalam satu produk.

Aspek Dampak Lingkungan (AMDAL)

Komponen lingkungan yang perlu diperhatikan terkait dengan aktivitas operasional Cilok Goang mencakup sumber daya manusia, kualitas tanah, air, udara, dan kenyamanan lingkungan sekitar. Perhatian utama adalah memastikan bahwa limbah yang dihasilkan tidak berdampak buruk pada lingkungan dan kenyamanan di sekitar lokasi usaha. Secara umum, limbah yang dihasilkan dari proses produksi Cilok Goang bersifat alami, yang artinya tidak mengandung bahan kimia berbahaya yang memerlukan penanganan khusus sebelum dibuang. Kemasan *paper bowl* yang digunakan untuk penyajian cilok goang juga memperhatikan aspek lingkungan. *Paper bowl* ini terbuat dari bahan yang dapat didaur ulang, sehingga lebih ramah lingkungan dibandingkan dengan kemasan plastik. Penggunaan kemasan ini membantu mengurangi jejak lingkungan dan mendukung prinsip keberlanjutan dalam operasional kami. Dengan demikian, dampak lingkungan dari pembukaan cabang baru Cilok Goang dapat dikelola dan dikendalikan secara baik sejak tahap perencanaan.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis mendalam mengenai usaha Cilok Goang, usaha ini dapat dikategorikan layak dijalankan dengan pertimbangan dari berbagai aspek yang telah dianalisis.

1. Terdapat potensi pasar yang besar, terutama di sekitar kampus dan perkantoran yang memiliki permintaan tinggi untuk makanan ringan praktis dan terjangkau. Cilok Goang menasar segmen yang luas, termasuk mahasiswa, pekerja kantoran, dan masyarakat umum, dengan harga yang kompetitif dan rasa yang menarik.
2. Usaha ini menunjukkan hasil yang menguntungkan dengan proyeksi laba yang menjanjikan. Aspek teknis juga mendukung kelancaran operasional bisnis, di mana produk dapat diproduksi dan didistribusikan dengan efisien, serta kualitas produk yang terjaga.
3. Cilok Goang memberikan dampak positif dengan menciptakan lapangan kerja baru dan menggunakan bahan baku yang ramah lingkungan. Penggunaan kemasan yang dapat didaur ulang menunjukkan komitmen usaha ini terhadap keberlanjutan dan menjaga kualitas lingkungan sekitar.
4. Secara keseluruhan, dengan perencanaan yang matang pada setiap aspek dan didukung oleh strategi pemasaran yang kreatif, Cilok Goang memiliki peluang besar untuk berkembang menjadi brand kuliner yang dikenal luas, memberikan keuntungan ekonomi, serta memberikan kontribusi positif terhadap masyarakat dan lingkungan.

Daftar Pustaka

Aisyah, S. (2021, July 22). *Problematika Hukum Perusahaan Di Indonesia*. Retrieved from UINkhas Syariah: <https://fsyariah.uinkhas.ac.id/berita/detail/problematika-hukum-perusahaan-di-indonesia>.

- Bandungkota. (2024, May 18). Retrieved from Bandungkota Website: <https://bandungkota.bps.go.id/id/statistics-table/2/MjczIzI=/administrasi-penduduk-kecamatan-panyileukan-menurut-jenis-kelamin.html>.
- Dania, R. (2020, March 30). UIR Pekanbaru. Retrieved from UIR Pekanbaru Web site: <https://repository.uir.ac.id/8997/1/155211017.pdf>.
- Firmansyah, M. R. (2022, July 25). UIN Fatmawati Soekarno Bengkulu. Retrieved from UIN Fatmawati Soekarno Bengkulu: <http://repository.iainbengkulu.ac.id/10641/1/RAFLI%20FIRMANSYAH.pdf>
- Kemal, S. K., Febriani, H., Aisah, S., Nasrullah, D., & Irawan, F. (2024, October 19). Nusa Putra. Retrieved from Nusa Putra Web site: <https://prosiding.senmabis.nusaputra.ac.id/index.php/prosiding/article/download/165/163/431>.
- Lestari, A. S., Rahayu, N., & Hastuti, I. (2023). Universitas Duta Bangsa Surakarta. Retrieved from Universitas Duta Bangsa Surakarta Web site: <https://ojs.udb.ac.id/index.php/HUBISINTEK/article/view/2676/1953>.
- Nurhadi. (2023, November). STAI Miftahul Huda Subang. Retrieved from STAI Miftahul Huda Subang Web site: <https://jurnal.syntaximperatif.co.id/index.php/syntax-imperatif/article/download/281/270/1459>.
- Santoso, P. V., Amarillo, R. V., & Prasetyarini, S. (n.d.). Analisis kelayakan bisnis pada UMKM makanan khas Palembang di Kota Malang. Retrieved from West Science: <https://wnj.westsciencepress.com/index.php/jmws/article/download/48/46/2077>.
- Sari, N. (2021, October). Politeknik STIA LAN Jakarta. Retrieved from Politeknik STIA LAN Jakarta Web site: <https://jurnal.stialan.ac.id/index.php/jbest/article/download/416/304>.
- Sepriyadi, M. I., Wardani, A., Syahfitri, M., F, M. A., & Resmaliana, R. (2025, January 4). Universitas Pahlawan Tuanku Tambusai. Retrieved from Universitas Pahlawan Tuanku Tambusai Web site: <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>.
- UIN SGD. (2025, January 12). Retrieved from UIN SGD Web site: <https://teras.uinsgd.ac.id/publik/dashboard/akademik>.
- Zein, M., Nuryati, & Fitriyani. (2020, June). Politeknik Negeri Tanah Laut. Retrieved from Politeknik Negeri Tanah Laut Web site: <https://jtai.politala.ac.id/index.php/JTAI/article/download/118/77>.
- Yanuar. (2016). Studi kelayakan bisnis. Universitas Muhammadiyah Malang. Retrieved from <https://eprints.umm.ac.id/id/eprint/1013/5/BAB%20II.pdf>
- Wahyudi, A., & Sitorus, A. (2020). Dampak pemasaran digital terhadap kesuksesan bisnis: Studi pada usaha kecil dan menengah. *Winners: Jurnal ManajemendanStudiBisnis*, 21(1), 32-45. <https://journal.binus.ac.id/index.php/winners/article/download/641/618>
- Santoso, P. V., Amarillo, R. V., & Prasetyarini, S. (2021). Analisis kelayakan bisnis pada UMKM makanan khas Palembang di Kota Malang (Studi Kasus Pada Bisnis Pempek Sultan Asli Palembang). *Jurnal Multidisiplin West Science*, 1(2), 181-195. https://wnj.westsciencepress.com/index.php/jmws/article/download/48/46/2077?utm_source=chatgpt.com