

Analisis Studi Kelayakan Bisnis Pada Usaha Go Sandwich

Risnawati Aisy, Muhammad Zaidan Ilham Supriadi,

Zikra Muhammad Filah, Perwito

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis,

Universitas Muhammadiyah Bandung

Email: risnawatis1010@gmail.com, zaidanilham03@gmail.com, zikramf29@gmail.com,
dan perwito@umbandung.ac.id

Abstrak

Industri makanan merupakan sektor bisnis yang selalu menawarkan peluang besar, didorong oleh meningkatnya permintaan akan makanan praktis dan bergizi. Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi kelayakan bisnis Go Sandwich dengan menganalisis lima aspek utama: Sumber Daya Manusia, Pasar dan Pemasaran, Keuangan, Operasi dan Teknis, serta Dampak Lingkungan. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif dan kuantitatif termasuk analisis biaya investasi, NPV, IRR, dan perhitungan payback period. Penelitian menunjukkan potensi pasar yang luas, manajemen operasional yang efisien, strategi pemasaran digital, serta dampak lingkungan positif melalui penggunaan bahan lokal. Secara keuangan, bisnis ini menunjukkan kelayakan tinggi dengan proyeksi laba yang menjanjikan. Hasil studi menunjukkan bahwa Go Sandwich layak dijalankan dengan proyeksi keuntungan jangka panjang dan pendekatan keberlanjutan lingkungan. Bisnis ini direkomendasikan untuk terus mengembangkan produk inovatif, serta memanfaatkan teknologi digital untuk memperluas akses pasar. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi panduan strategis bagi pengembangan usaha kuliner.

Kata Kunci: *Kelayakan Bisnis, NPV, Industri Makanan*

Abstract

The food industry is a business sector that always offers great opportunities, driven by the increasing demand for practical and nutritious food. This research aims to evaluate the feasibility of the Go Sandwich business by analyzing five main aspects: Human Resources, Market and Marketing, Finance, Operations and Technical, and Environmental Impact. This research uses descriptive methods with qualitative and quantitative approaches including analysis of investment costs, NPV, IRR, and payback period calculations. Research shows broad market potential, efficient operational management, digital marketing strategies, and positive environmental impacts through the use of local materials. Financially, this business shows high viability with promising profit projections. The study results show that Go Sandwich is feasible with long-term profit projections and an environmental sustainability approach. This business is recommended to continue developing innovative products, as well as utilizing digital technology to expand market access. It is hoped that this research can become a strategic guide for culinary business development.

Keywords: *Business Feasibility, NPV, Food Industry*

Pendahuluan

Industri makanan sering dianggap sebagai lingkungan suatu bisnis yang tidak pernah mati karena selalu ada kebutuhan masyarakat akan makanan. Dalam memulai bisnis makanan, peluang ini lebih mudah dijangkau oleh calon pengusaha yang berminat di bidang kuliner, dengan produk yang beragam, mulai dari makanan utama hingga dessert, dan harga yang bervariasi dari terjangkau hingga premium (Ilham, 2023) Dalam era modern yang serba cepat ini, kebutuhan akan makanan yang praktis, lezat, dan bergizi semakin meningkat pesat. Salah satunya makanan yang memenuhi kebutuhan tersebut adalah Sandwich, yang kini menjadi salah satu pilihan favorit sebagai sarapan, camilan atau pengganti makanan utama.

Sandwich awalnya makanan yang mudah dibawa dan praktis di dunia Barat, meskipun seiring berjalannya waktu Sandwich telah menjadi makanan yang lazim di seluruh dunia. Definisi Sandwich yang tepat telah menjadi perdebatan di media sosial, bisa dikategorikan khususnya apakah hot dog, hamburger dan burrito bisa juga dipertimbangkan. Dilihat dari data Wikipedia, departemen pertanian (USDA) dan Badan pengawasan Obat dan Makanan bertanggung jawab melindungi definisi sandwich, setidaknya 35% daging matang dan tidak lebih dari 50% roti untuk sandwich tertutup. Sebagai usaha yang baru memulai, Go Sandwich perlu mempersiapkan segala aspek secara matang agar dapat berkembang menjadi bisnis yang sukses.

Keberhasilan suatu usaha bisnis tidak hanya bergantung pada inovasi produk saja, melainkan memerlukan analisis kelayakan bisnis yang menyeluruh. Ada beberapa hal penting yang harus diperhatikan dalam menjalankan bisnis, dengan memperhatikan 5 aspek yaitu Aspek pasar dan pemasaran, Keuangan, operasi dan Teknis, Sumber Daya Manusia, dan Aspek Dampak Lingkungan. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran menyeluruh mengenai peluang dan tantangan yang akan dihadapi Go Sandwich. Selain itu, hasil studi kelayakan ini diharapkan dapat menjadi panduan strategis dalam mengambil keputusan terkait perencanaan, pelaksanaan, dan pengembangan usaha kedepannya.

Kajian Teoritis

Studi Kelayakan Bisnis merupakan sebuah studi yang memiliki ruang lingkup di dalam aspek hukum, sosial ekonomi dan budaya, pasar dan pemasaran, keuangan, operasi dan teknis, sumber daya manusia, dan Aspek dampak lingkungan dimana itu semua digunakan untuk dasar penelitian studi kelayakan dan hasilnya digunakan untuk mempelajari secara mendalam tentang suatu kegiatan usaha yang akan dijalankan (Sulastri, Lilis, 2016) Untuk menentukan layak atau tidak layak suatu bisnis dijalankan Untuk menganalisis kelayakan bisnis Go Sandwich penting untuk meninjau berbagai aspek yang dapat mempengaruhi keberhasilan bisnis. Berikut aspek yang dapat dikaji, yaitu

Aspek Sumber Daya Manusia

Sumber daya manusia sangat penting dan harus dimiliki dalam upaya mencapai tujuan organisasi atau perusahaan. Pengelolaan sumber daya manusia harus dilakukan secara efektif sebagai bagian integral dan fungsi bisnis. Hal ini diperlukan untuk meningkatkan efisiensi dan efektivitas organisasi secara keseluruhan. Manajemen sumber daya manusia harus ditekuni dengan baik karena manusia selalu memegang peran aktif dan dominan dalam setiap kegiatan (Riantisari rahmawati, 2024).

Elemen utama dalam analisis aspek sumber daya manusia yaitu:

1. Perencanaan sumber daya manusia

Sumber daya manusia sangat diperlukan untuk meningkatkan efektifitas sumber daya manusia dalam organisasi.

2. Struktur organisasi

Menunjukkan bagaimana tugas pekerjaan secara formal dibagi, dikelompokkan dan dikoordinasikan secara formal. Struktur organisasi menggambarkan jenis organisasi, departemen, kedudukan dan jenis wewenang dan tanggung jawab dalam melakukan tugas dan pekerjaannya. (Hambali & Dinitri, 2024)

Aspek Pasar dan Pemasaran

Suatu kegiatan bisnis yang tujuannya untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan, dan mendistribusikan barang yang dapat memenuhi keinginan

pelanggan serta mencapai target pasar dan tujuan perusahaan.(Damayanti & Widastuti, 2023). Studi kelayakan yang mencakup aspek pasar dan pemasaran menjadi Langkah penting yang harus diambil unruk penelitian pasar. Dengan memahami ukuran pasar yang akan dimasuki, struktur pasar menganalisis potensi pasar yang akan terjadi, persaingan pasar , serta mengidentifikasi strategi pemasaran yang bisa mencapai peluang besar yang dapat diambil (Bate'e & Septian, 2024)

Keuangan

Aspek keuangan bagaian dari analisis studi kelayakan bisnis yang sangat diperlukan untuk menentukan manfaat yang diterima dari bisnis tersebut. Dari berbagai aspek penilaian dalam kelayakan bisnis, aspek keuangan mempunyai pengaruh besar karena keputusan keuangan sangat pasti dan tidak bisa dilakukan dilakukan dengan sembarangan (Yuniar & Bangun, 2022). Adapun kriteria yang bisa digunakan untuk menentukan kelayakan suatu usaha atau investasi adalah Modal usaha, HPP, laba rugi , Net Present value (NPV), Payback Period (PP), Internal Rate of Return (IRR) (Aliefah & Nandasari , 2022)

Aspek Operasi dan teknis

Aspek teknis atau operasi di dalam studi kelayakan bisnis dikenal sebagai aspek produksi. Hal yang harus diperhatikan dalam aspek ini adalah masalah penentuan lokasi usaha, proses produksi, tata letak, penyusunan peralatan pabrik, hingga pemilihan teknologi. Dalam aspek operasi untuk menilai kesiapan perusahaan dalam menjalankan usahanya dengan menilai ketepatan lokasi, luas produksi dan lay out serta kesiapan mesin-mesin yang akan digunakan (Mukhsinun & Sulistiani, 2023).

Aspek Dampak lingkungan

Aspek ini menganalisa dampak lingkungan hidup (alam) apakah perkembangan dan pertumbuhan perusahaan berpengaruh pada lingkungan sekitar, apakah membawa dampak negative atau positif terhadap masyarakat atau sebaliknya. Analisa yang dilakukan terhadap aspek ini bermanfaat untuk mengidentifikasi kelayakan bisnis yang dijalankan sesuai dengan standar lingkungan hidup yang ada (Nurjanah, 2013).

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif dan kuantitatif untuk menganalisis kelayakan bisnis usaha Go Sandwich. Penelitian kualitatif ini diperoleh dari data sekunder yang bersumber, jurnal ilmiah, internet, e-book. Penelitian kualitatif ini dilakukan untuk mengeksplorasi dan menganalisis berbagai aspek strategis yang berpengaruh terhadap keberlanjutan bisnis, yaitu aspek sumber daya manusia, pasar dan pemasaran, keuangan, operasi dan teknologi, serta aspek dampak lingkungan. Sedangkan penelitian kuantitatif untuk menganalisis data melalui metode perhitungan modal usaha, HPP, laba rugi, NPV, IRR, dan PP. Analisis kuantitatif ini bertujuan untuk mengevaluasi efisiensi biaya, proyeksi keuntungan, serta potensi pengembalian investasi, sehingga memberikan gambaran yang jelas mengenai aspek keuangan. Dengan menggabungkan kedua pendekatan ini, penelitian diharapkan dapat menghasilkan evaluasi yang komprehensif untuk mendukung pengambilan keputusan strategis dalam pengembangan bisnis Go Sandwich.

Hasil Dan Pembahasan

Aspek Sumber Daya Manusia

1. Perencanaan Sumber Daya Manusia

Perencanaan Sumber daya manusia bertujuan untuk mengidentifikasi kebutuhan SDM dalam bisnis Go Sandwich. Berdasarkan perencanaan yang telah dilakukan, SDM yang akan dibutuhkan melibatkan 3 orang dengan posisi sebagai manajemen operasional, Pemasaran dan Keuangan. Berikut SDM yang dibutuhkan:

- Manajemen Operasional: Mengelola dan mengawasi seluruh proses produksi untuk memastikan bahan produk Go Sandwich memenuhi standar kualitas, efisiensi dan ketepatan waktu, mengelola proses pengadaan bahan baku, memantau stok bahan baku agar tidak terjadi kekurangan yang dapat menghambat proses produksi.
- Pemasaran: Melakukan riset pasar untuk memahami konsumen, tren makanan cepat saji, mengelola media sosial untuk mempromosikan Bisnis Go Sandwich.
- Keuangan: Memastikan arus kas tetap lancar untuk memantau pemasukan dan pengeluaran harian, memastikan setiap produk memberikan nilai keuntungan

yang optimal, mengidentifikasi potensi risiko keuangan bila terjadi penurunan penjualan atau kenaikan harga bahan baku.

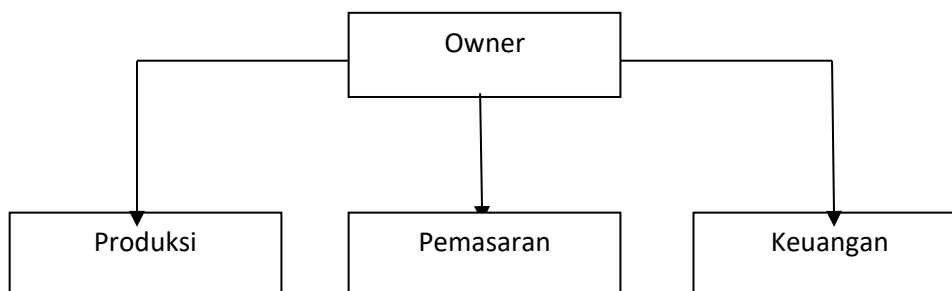
Dalam menjalankan bisnis tentunya kita harus mempunyai karyawan tambahan dengan kemampuan komunikasi yang baik, kerja tim, kreativitas, serta mampu dalam mengelola keuangan. Berikut ketentuan merekrut karyawan:

1. Pendidikan tamatan SMA/SMK
2. Pengalaman bekerja 1 tahun
3. Usia 18-30 tahun
4. Pria/Wanita.

2. Struktur Organisasi

Struktur organisasi Go Sandwich cukup penting dan sederhana. Dengan pembagian tugas yang sesuai dengan potensinya masing-masing

Gambar 1.1 Struktur Organisasi



Aspek Pasar dan Pemasaran

1. Strategi Pasar

Strategi pasar yang dipakai Go Sandwich dengan segmentasi berdasarkan aspek geografis, demografis dan psikografis.

Secara Geografis Go Sandwich menargetkan pelanggan di area kampus, perkantoran, serta area daerah rumah. Lokasi ini dipilih karena memiliki perhatian pada konsumen yang sibuk dan mencari makanan cepat saji yang praktis. Selain itu layanan delivery melalui *platform* online seperti WhatsApp memungkinkan untuk menjangkau pelanggan yang berada di wilayah yang lebih luas. Dari segi demografis target utama kami pada konsumen yakni umur 18-45 tahun.

Pada aspek psikografis, Go Sandwich Menyasar pelanggan dengan gaya hidup modern, yang mengutamakan kepraktisan, kualitas dan rasa dalam makanan. Banyak

sekali pelanggan potensial yang mencari makanan tidak hanya cepat saji, tetapi juga sehat dan bergizi. Selain itu, Go Sandwich menarik minat konsumen yang peduli akan dengan kualitas bahan baku. Para pelanggan ini pun memilih makanan yang memberikan kenyamanan dan kepuasan rasa, tetapi tetap dengan harga yang wajar.

2. Analisis Persaingan

Dalam menganalisis persaingan Go Sandwich menunjukkan bahwa competitor mungkin memiliki kekuatan pada variasi produk atau lokasi strategis, namun memiliki kelemahan seperti kurangnya inovasi rasa atau pelayanan yang kurang efisien. Go Sandwich berencana untuk mengambil posisi pasar yang berbeda dan menawarkan produk berkualitas premium menggunakan bahan segar dan pendekatan pemasaran digital yang inovatif, seperti promosi melalui media sosial, influencer, marketing dan penggunaan aplikasi pengantar makanan seperti Grabfood, Gofood untuk memperluas jangkauan pasar. Go Sandwich berusaha untuk membangun kepercayaan di tengah pasar yang sudah ramai oleh penjual Sandwich, sehingga dapat mengambil posisi yang kuat di pasar dan bersaing dengan kompetitor lain.

3. Strategi Pemasaran

Untuk mengembangkan bisnis dan menarik lebih banyak pelanggan, Go Sandwich menerapkan strategi pemasaran berbasis Marketing Mix 4p, meliputi:

Tabel 1.3 Marketing Mix 4p

Produk	Harga	Tempat	Promosi
Go Sandwich menawarkan beragam pilihan Sandwich untuk memenuhi kebutuhan konsumen dengan beberapa varian klasik seperti	Go Sandwich akan menentukan harga yang sesuai dengan kualitas dan target pasar. Dengan memperhatikan daya beli konsumen dari berbagai segmen, harga	Dari segi harga, serta kualitas produk kami secara yakin akan dipasarkan di sekitaran kampus atau lingkungan sekolah, dan area kantor. Hal ini	Zaman yang serba canggih ini, Go Sandwich melakukan promosi produk ini melalui platform media sosial seperti instagram, tiktok,

<p>ayam, hingga pilihan inovatif seperti sayuran, buah-buahan dan telur. Semua Sandwich menggunakan bahan yang segar, roti berkualitas dan rasa saus yang khas memberikan rasa unik. Menu ini akan disesuaikan dengan preferensi pasar yang terus berkembang. Go Sandwich akan memastikan memakai kemasan yang menarik, praktis, dan ramah lingkungan</p>	<p>produk akan diatur agar tetap terjangkau. Go Sandwich menetapkan harga Rp 14.000 dengan komponen sandwich ayam, sayuran, keju, saus dan telur. Penetapan harga ini sesuai dengan kualitas bahan baku dan bisa menjadi opsi untuk sarapan atau makan siang.</p>	<p>bertujuan untuk menjangkau konsumen yang sibuk dan membutuhkan makanan cepat saji. Selain itu layanan <i>delivery</i> melalui <i>platform</i> online seperti WhatsApp memudahkan pelanggan untuk memesan secara online namun untuk sementara kami memakai sistem <i>Pre-oder</i>.</p>	<p>dan whatsApp untuk membangun kesadaran merek dan menarik pelanggan melalui konten yang menarik, seperti video pembuatan Sandwich, foto produk dan tetimoni pelanggan. Go Sanwich mengadakan promosi seperti diskon <i>grand opening</i> atau promo spesial untuk pelanggan yang pertama kali mencoba produk ini.</p>
---	---	--	---

Aspek Keuangan

1. Modal Usaha

Modal yang dibutuhkan untuk memulai bisnis Go Sandwich, dengan produk yang dihasilkan 44 pcs, meliputi modal investasi awal, modal kerja serta kebutuhan operasional.

Tabel 1.1 Modal usaha

Jenis	Jumlah
Peralatan	Rp 240.500
Biaya Bahan Baku	Rp 353.000
Tenaga kerja	Rp 75.000
Pendukung	Rp 55.800
Transportasi	Rp 15.000
Jumlah	Rp 739.300

2. Harga Pokok Produksi

HPP menentukan total biaya yang dikeluarkan untuk memproduksi produk yang siap dijual kepada konsumen. Dengan menghitung HPP, Go Sandwich dapat menetapkan harga jual yang kompetitif sekaligus memastikan profitabilitas bisnis tetap terjaga.

Tabel 2.1 Harga Pokok Produksi Go Sandwich

Biaya produksi	Jumlah Biaya
Total Biaya bahan baku	Rp 353.000
Biaya Tenaga Kerja	Rp 75.000
Biaya pendukung	Rp 55.800
Biaya Transportasi	Rp 15.000
Biaya Penyusutan peralatan 10%	Rp 24.000
Total Biaya Produksi	Rp 522.800
Jumlah Produk yang dihasilkan	44
HPP : Jumlah Produk	Rp 11.881
Mark up	20%

$$\text{Total HPP} = \text{Rp } 522.800 : 44 \text{ pcs} = \text{Rp } 11.881$$

$$\text{Mark Up } 20\% = 20\% \times \text{Rp } 11.881 = \text{Rp } 2.376$$

$$\text{Harga Jual} = \text{HPP} + \text{Mark up} = \text{Rp } 11.881 + \text{Rp } 2.376 = \text{Rp } 14.000$$

$$\text{Penjualan per 1 kali produksi} = \text{Rp } 14.000 \times 44 \text{ pcs} = \text{Rp } 616.000$$

$$\text{Keuntungan per unit} = \text{Harga jual} - \text{hpp} = \text{Rp } 2.119$$

3. Laporan Laba Rugi

Salah satu laporan keuangan utama yang digunakan selama periode tertentu. Laporan ini mencatat pendapatan, beban, dan laba(atau rugi) yang dihasilkan bisnis ini.

Tabel 3.1 Laba rugi Go Sandwich

Pendapatan	Rp 13.552.000
Penjualan	
Biaya bahan baku	Rp 7.766.000
Biaay tenaga kerja	Rp 1.650.000
Biaya Transportasi	Rp 330.000
Biaya pendukung	Rp 1.227.000
Biaya Penyusutan Pelaratan 10%	Rp 24.000
Total	Rp 10.997.600
Laba bersih	Rp 2.554.400

4. Payback Period

Metode perhitungan yang digunakan untuk mengetahui berapa lama investasi akan kembali dar setiap bulanya. Berikut perhitungan PP:

$$pp = \frac{\text{Investasi}}{\text{Kas}} \times 1 \text{ bulan}$$
$$pp = \frac{739.300}{2.554.400} \times 1 \text{ bulan}$$

Payback Period untuk mengembalikan modal usaha Go Sandwich ini adalah 3,4 bulan.

5. Net Present value

Perhitungan NPV bisnis Go sandwich dapat diketahui bahwa NPV dari bisnis Go Sandwich ini adalah Rp 10.385.620 yang dimana hasil ini membuktikan usaha ini layak untuk dijalankan.

Tabel 5.1 NPV Go Sandwich

Bulan	Benefit	Df 10%	Present value
Ke 1	2.554.400	0,9091	2.322.205
Ke 2	2.554.400	0,8264	2.110.956
Ke 3	2.554.400	0,7513	1.919.120
Ke 4	2.554.400	0,6830	1.744.655
Ke 5	2.554.400	0,6209	1.586.026
Ke 6	2.554.400	0,5645	1.441.958
Jumlah			11. 124.920

$$NPV = Kas Bersih - Investasi$$

$$NPV = 11.124.920 - 739.300 = 10.385.620$$

6. Internal rate of Return

IRR adalah tingkat diskonto (DF) yang membuat nilai sekarang bersih (NPV) dari arus kas suatu investasi sama dengan nol. Perhitungan (IRR) bisa dilihat sebagai berikut:

Tabel 6.1 IRR Go Sandwich

Bulan	Benefit	DF 10%	PV	DF 13%	PV
1	2.554.400	0,909 1	2.322.205	0,8850	2.055.191
2	2.554.400	0,826 4	2.110.956	0,7813	1.814.373
3	2.554.400	0,751 3	1.919.120	0,6931	1,609.551
4	2.554.400	0,683 0	1.744.655	0,6133	1.424.235
5	2.554.400	0,620 9	1.586.026	0,5428	1.260.517
6	2.554.400	0,564 5	1.441.958	0,4803	1.115.376

Jumlah		11.124.958		9.279.243
--------	--	------------	--	-----------

$$NPV = Kas Bersih - Investasi$$

$$NPV = 9.279.243 - 739.300 = 8.539.943$$

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa nilai NPV_1 adalah 11.124.920 dan nilai NPV_2 adalah 11.124.920, maka untuk menghitung nilai IRR adalah sebagai berikut:

$$IRR = i_1 + \frac{NPV_1}{NPV_1 - NPV_2} (i_1 - i_2)$$

$$IRR = i_1 + \frac{11.124.920}{11.124.920 - 9.279.243} (3\%)$$

$$IRR = \frac{11.124.920}{1.845.677}$$

Jadi besarnya nilai IRR yaitu 28,63% dimana angka tersebut lebih besar dari tingkat suku bunga yaitu 10%. Berarti modal yang ditanamkan dalam usaha Go Sandwich akan menguntungkan dimasa yang akan datang.

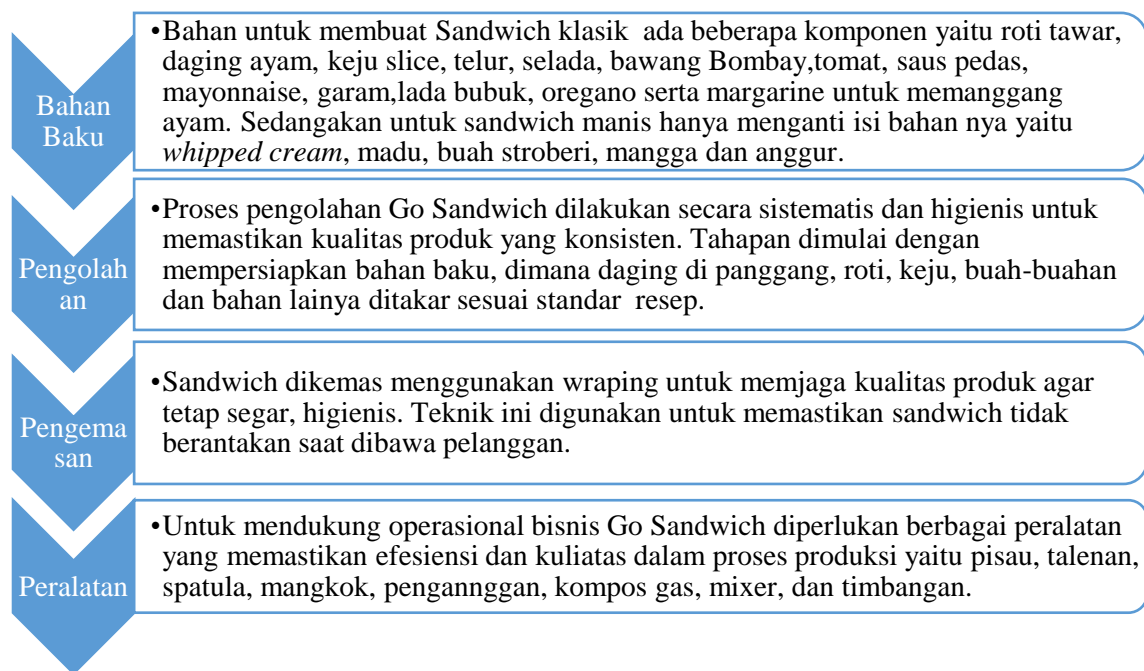
Aspek Operasional dan Teknis

1. Lokasi

Lokasi sangat penting untuk keberhasilan suatu usaha. Bisnis Go Sandwich diproduksi di jalan Moch Toha GG Curug Candung dengan mudah diakses oleh pelanggan karena dekat dengan kawasan pabrik, lingkungan sekolah, dan perkantoran. Sehingga pelanggan mudah membeli produk Go Sandwich ini. Lokasi ini berpotensi mendukung penjualan tinggi karena tingginya mobilitas orang di sekitar area tersebut.

2. Proses Produksi

Proses ini melibatkan langkah langkah mulai dari bahan baku, pengolahan, pengemasan dan penggunaan peralatan menjadi perhatian utama dalam membuat Sandwich



3. Distribusi

Kami memastikan sandwich tetap segar dan memungkinkan pelanggan membeli produk dengan mudah, baik melalui penjualan langsung atau pengantaran via delivery. Strategi ini juga mendukung efisiensi operasional, karena lokasi yang strategis dapat mengurangi biaya pemasaran dan mempercepat proses distribusi.

4. Teknologi

Teknologi tentunya memainkan peran penting dalam bisnis go sandwich ini. Teknologi yang kita pakai agar produk tidak cepat basi yaitu adanya kulkas mini untuk menyimpan bahan baku lebih lama dan kualitasnya pun terjaga selain itu adanya timbangan digital, dan mixer. Platform online pun sangat penting untuk kemajuan bisnis Go sandwich karena kami memanfaatkan medsos untuk promosi digital, menerima pesanan, dan menjangkau target pasar lebih luas.

Aspek Dampak Lingkungan

1. Penggunaan bahan lokal

Bisnis ini menggunakan bahan baku lokal seperti sayuran segar, daging, dan roti dari produsen setempat untuk mengurangi ketergantungan pada pemasok impor dan mendukung perekonomian lokal.

2. Pengelolaan limbah

Limbah dari proses produksi, seperti bahan makanan akan dikurangi semaksimal mungkin dengan memilah sampah organik dan non-organik untuk mengurangi dampak negatif lingkungan. limbah dari bahan baku terutama sisa sampah organik bisa di jadikan pupuk. serta limbah non-organik bisa di daur ulang dengan baik.

3. Keselamatan dan kebersihan

menjaga kebersihan produk dan menerapkan prosedur kebersihan yang ketat dan pelatihan keselamatan kerja bagi karyawan untuk menjaga lingkungan yang sehat dan aman. Hal ini tidak hanya menjamin kesehatan pelanggan tetapi juga mencegah kontaminasi yang dapat mencemari lingkungan sekitar.

4. Pengembangan produk

Menambahkan menu baru dengan bahan bahan yg berkualitas dengan rasa yang unik untuk meningkatkan kepuasan konsumen. Dengan menambahkan inovasi sandwich vegan atau vegetarian dapat menarik perhatian konsumen yang peduli lingkungan.

5. Pengurangan penggunaan plastik

Pengemasan produk menggunakan bahan yang ramah lingkungan seperti Menggunakan kemasan biodegradable atau daur ulang. Menghentikan penggunaan plastik sekali pakai.

6. Penggunaan bahan baku lokal

Bisnis ini menggunakan bahan baku lokal seperti sayuran segar, daging, dan roti dari produsen setempat untuk mengurangi ketergantungan pada pemasok impor dan mendukung perekonomian lokal.

Kesimpulan Dan Saran

Berdasarkan analisis terhadap aspek Sumber Daya Manusia, Pasar dan Pemasaran, Keuangan, Operasi dan Teknis, serta Dampak Lingkungan, bisnis Go

Sandwich menunjukkan kelayakan yang kuat untuk dijalankan. Dengan pendekatan pemasaran yang inovatif, strategi operasional yang efisien, dan proyeksi keuangan yang positif, usaha ini diproyeksikan mampu bersaing di pasar makanan cepat saji. Bisa dilihat dari hasil perhitungan aspek keuangan bahwa bisnis ini layak untuk dijalankan dan akan menguntungkan dimasa yang akan datang.

Studi ini juga menyoroti pentingnya inovasi produk dan komitmen terhadap keberlanjutan lingkungan, seperti pengemasan ramah lingkungan dan penggunaan bahan baku lokal. Untuk pengembangan ke depan, penelitian ini merekomendasikan diversifikasi produk, seperti varian sandwich berbasis vegan atau vegetarian, serta peningkatan akses digital untuk memperluas pasar. Penelitian lanjutan disarankan untuk mengeksplorasi peluang teknologi dalam meningkatkan efisiensi produksi dan memperkuat daya saing bisnis ini.

Daftar Pustaka

- Aliefah, A., & Nandasari, E. (2022). Analisis Kelayakan Bisnis Ditinjau dari Aspek Pemasaran dan Keuangan Pada Kedai Olan'z Food Kebumen. *LABATILA : Jurnal Ilmu Ekonomi Islam*, 6(01), 40-56. <https://doi.org/10.33507/labatila.v5i02.475>
- Bate'e, A. T., Septian, D. L., Pradana, G., Krisanti, S. R., & Widodasih, R. W. K. (2024). Analisis Studi Kelayakan Bisnis Pada UMKM Ditinjau Dari Aspek Pasar Dan Pemasaran (Studi Kasus Sop Ayam Pak Mim Klaten Di Cikarang Selatan). *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 9(1).
- Damayanti, N., Widastuti, A. T., Paningal, B., Rosyadi, I., Julia, I., Sinatra, R. D., & Triesa, S. A. (2023). Analisis Kelayakan Bisnis Pada Salon Laulina Beauty Corner Meliputi: Aspek Keuangan, Aspek Pasar Dan Pemasaran, Aspek Sumber Daya Manusia, Aspek Hukum Dan Aspek Lingkungan. *Journal of Economics, Management, Business and Accounting (JEMBA)*, 3(2), 179-192.
- Hambali, H., & Dinitri, S. (2024). Kelayakan Bisnis dari Aspek Sumber Daya Manusia pada Pembangunan Hotel di Bogor. *GARUDA (Global Research on Tourism Development and Advancement)*, 5(2), 73-79.
- Mukhsinun, M., Sulistiani, H. D., Faizah, U. Z., & Nurdiansyah, A. (2023). Analisis Aspek Teknik atau Operasional dalam Studi Kelayakan Bisnis. *Journal of Management, Economics, and Entrepreneur*, 2(2), 250-271.
- Nurjanah, S. (2013). Studi Kelayakan Pengembangan Bisnis pada PT Dagang Jaya Jakarta. *Journal The Winners*, 14(1), 20-28. <https://doi.org/10.21512/tw.v14i1.64>

Riantisari, R., Nurrokhmini, A., & Tamtama, N. N. (2024). Analisis Studi Kelayakan Bisnis Pada CV. Gema Nusa Klaten Jawa Tengah. *ECo-Fin*, 6(2), 249–257. <https://doi.org/10.32877/ef.v6i2.1366>

Sulastri, L. (2016). Studi kelayakan bisnis untuk wirausaha

Wahyudi Ilham. (2023). Analisis Studi Kelayakan Bisnis Dalam Pengembangan Umkm Kota Batam Pada Usaha Bunbun Cookies And Cakes. *Jurnal Mata Pariwisata*, 2(2), 58–66. Retrieved from <https://jurnal.btp.ac.id/index.php/mata-btp/article/view/216>

YuniarV., Br Bangun,C., BugisS., & SuhartiniS. (2022). Analisis Studi Kelayakan Bisnis pada Pengembangan UMKM Usaha Tahu dan Tempe di Desa Pondok Jeruk Ditinjau dari Aspek Produksi, Aspek Pemasaran dan Aspek Keuangan. *Transformasi Manageria: Journal of Islamic Education Management*, 2(2), 142-151. <https://doi.org/10.47467/manageria.v2i2.929>