

**ANALISIS KELAYAKAN FINANSIAL USAHA AYAM GORENG
KRISPI MEREK MR. KRIUK (STUDI KASUS PADA
OUTLET MITRA DI KAWASAN ALUN-ALUN
KABUPATEN KARANGANYAR)**

SKRIPSI



Oleh:

**Muhamad Alfian Pradhana
NIM. 202408P001**

**PROGAM STUDI PETERNAKAN
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS ISLAM BATIK
SURAKARTA
2026**

**ANALISIS KELAYAKAN FINANSIAL USAHA AYAM GORENG
KRISPI MEREK MR. KRIUK (STUDI KASUS PADA
OUTLET MITRA DI KAWASAN ALUN-ALUN
KABUPATEN KARANGANYAR)**

SKRIPSI



Oleh :

**Muhamad Alfian Pradhana
NIM. 202408P001**

Skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana Peternakan pada Program Studi Peternakan Fakultas Pertanian
Universitas Islam Batik Surakarta

**PROGAM STUDI PETERNAKAN
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS ISLAM BATIK
SURAKARTA
2026**

HALAMAN PENGESAHAN PENGUJI
ANALISIS KELAYAKAN FINANSIAL USAHA AYAM GORENG
KRISPI MEREK MR. KRIUK (STUDI KASUS PADA
OUTLET MITRA DI KAWASAN ALUN-ALUN
KABUPATEN KARANGANYAR)

Yang Dipersiapkan dan Disusun Oleh:

Muhamad Alfian Pradhana
NPM. 202408P001

Telah Disahkan Oleh Tim Penguji
Pada Tanggal.....2026

Dan Dinyatakan Diterima Sebagai Persyaratan Yang Diperlukan Untuk
Memperoleh Gelar Sarjana Peternakan

Surakarta,2026
Universitas Islam Batik Surakarta
Fakultas Pertanian

Menyetujui
Dosen Pembimbing Utama



Bagus Andika Fitroh, S.Pt., M.Sc.
NIDN: 0627039301
Tanggal :

Mengetahui
Dekan



Irma Wardani, S.TP., M.Si
NIDN : 0617088503
Tanggal :

Dosen Pembimbing Pendamping



Abdul Hakim, S.Pt., M.Sc.
NIDN: 0611128803
Tanggal :

Ketua Program Studi Peternakan



Bagus Andika Fitroh, S.Pt., M.Sc.
NIDN : 0627039301
Tanggal :

Dosen Penguji



Agung Mugi Widodo, S.Pt., M.Sc.
NIDN : 0605067401
Tanggal :

HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING

ANALISIS KELAYAKAN FINANSIAL USAHA AYAM GORENG KRISPI MEREK MR. KRIUK (STUDI KASUS PADA OUTLET MITRA DI KAWASAN ALUN-ALUN KABUPATEN KARANGANYAR)

Yang Dipersiapkan dan Disusun Oleh:

Muhamad Alfian Pradhana
NPM. 202408P001

Telah Disahkan Oleh Tim Pembimbing
Pada Tanggal.....2026

Dan Dinyatakan Diterima Sebagai Persyaratan Yang Diperlukan Untuk
Memperoleh Gelar Sarjana Peternakan

Surakarta,2026
Universitas Islam Batik Surakarta
Fakultas Pertanian

Susunan Pembimbing
Dosen Pembimbing Utama



Bagus Andika Fitroh, S.Pt., M.Sc.
NIDN: 0627039301

Dosen Pembimbing Pendamping



Abdul Hakim, S.Pt., M.Sc.
NIDN: 0611128803

Mengetahui
Dekan



Irma Wardani, S.TP., M.Si
NIDN: 0617088503

Ketua Program Studi Peternakan



Bagus Andika Fitroh, S.Pt., M.Sc.
NIDN: 0627039301

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Muhamad Alfian Pradhana
NIM : 202408P001
Judul Skripsi : Analisis Kelayakan Finansial Usaha Ayam Goreng Krispi
Merek Mr Kriuk (Studi Kasus Pada Outlet Mitra Di
Kawasan Alun-Alun Kabupaten Karanganyar)

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi yang diajukan ini adalah hasil karya sendiri dan belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di Perguruan Tinggi lain, dan sepanjang pengetahuan saya skripsi ini dapat tercapai karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain kecuali yang dikutip dalam naskah ini secara tertulis yang disebut dalam daftar pustaka

Surakarta, 28 Juli 2026

Penulis

(Muhamad Alfian Pradhana)

RIWAYAT HIDUP

Muhamad Alfian Pradhana dilahirkan di kota Surakarta pada 31 Agustus 1988. Penulis merupakan anak dari Bapak Kun Mulyawan dan Ibu Titik Rinarti. Penulis menempuh pendidikan di SD Negeri Kemasan 1 dan lulus pada tahun 2000, kemudian melanjutkan pendidikan di SMP Negeri 3 Surakarta dan lulus pada tahun 2003, serta SMA Negeri 3 Surakarta dan lulus pada tahun 2006.

Pada tahun 2006, penulis pernah menempuh pendidikan tinggi di Jurusan Produksi Ternak, Fakultas Pertanian, Universitas Sebelas Maret Surakarta, namun belum menyelesaikan studi. Pada tahun 2024, penulis melanjutkan pendidikan sebagai mahasiswa transfer di Jurusan Peternakan, Fakultas Pertanian, Universitas Islam Batik Surakarta.

Dalam penyusunan skripsi, penulis mengambil bidang kajian sosial ekonomi peternakan dengan judul "Analisis Kelayakan Finansial Usaha Ayam Goreng Krispi Merek Mr Kriuk (Studi Kasus Pada Outlet Mitra Di Kawasan Alun-Alun Kabupaten Karanganyar)".

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Peternakan, Fakultas Pertanian, Universitas Islam Batik Surakarta. Dalam penyusunan skripsi yang berjudul “**Analisis Kelayakan Finansial Usaha Ayam Goreng Krispi Merek Mr Kriuk (Studi Kasus Pada Outlet Mitra Di Kawasan Alun-Alun Kabupaten Karanganyar)**” ini, penulis menyadari bahwa tanpa bantuan, bimbingan, dan dukungan dari berbagai pihak, penulisan skripsi ini tidak akan berjalan dengan lancar. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. **Istri tercinta, Maya Dwi Pramita, dan anak tersayang, Alvarendra Maaleq Pradhana**, yang selalu memberikan motivasi, semangat, dan perhatian kepada penulis.
2. **Kedua orang tua tercinta, Papah dan Mamah**, yang senantiasa memberikan doa, kasih sayang, dukungan, dan semangat kepada penulis.
3. **Bapak dan Ibu mertua**, yang telah memberikan doa, dukungan, dan semangat kepada penulis selama menempuh pendidikan.
4. **Adik dan Kakak tersayang, Kiki, Adit, Naura, Afif dan Dhevina**, yang juga senantiasa memberikan dukungan dan semangat kepada penulis.
5. **Bagus Andika Fitroh, S.Pt., M.Sc.** selaku pembimbing utama sekaligus Ketua Program Studi Peternakan Universitas Islam Batik Surakarta.
6. **Abdul Hakim, S.Pt., M.Sc.** selaku pembimbing pendamping sekaligus pembimbing akademik.
7. **Mas Rizki dan Mbak Wiwit** selaku pemilik outlet Mr Kriuk Karanganyar yang telah memberikan izin dan membantu selama penelitian.
8. **Seluruh staf Fakultas Pertanian Universitas Islam Batik Surakarta** yang telah membantu kelancaran urusan administrasi selama menempuh Pendidikan di Universitas Islam Batik Surakarta.
9. **Teman-teman mahasiswa seperjuangan** yang telah memberikan semangat, bantuan, dan motivasi dalam penyusunan skripsi ini.
10. **Pihak-pihak lain** yang telah membantu, memberikan doa, dukungan, dan semangat kepada penulis, baik secara langsung maupun tidak langsung, yang tidak dapat disebutkan satu per satu

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi perbaikan di masa mendatang. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis khususnya dan bagi pembaca pada umumnya.

Surakarta, JuLi 2026
Penulis

FINANCIAL FEASIBILITY ANALYSIS OF MR. KRIUK CRISPY FRIED CHICKEN BUSINESS (CASE STUDY OF A PARTNER OUTLET IN THE ALUN-ALUN AREA OF KARANGANYAR REGENCY)

Muhamad Alfian Pradhana¹⁾, Bagus Andika Fitroh²⁾ dan Abdul Hakim³⁾

1) Student of the Animal Science Study Program, Faculty of Agriculture, Universitas Islam Batik Surakarta

2, 3) Lecturer of the Animal Science Study Program, Faculty of Agriculture, Universitas Islam Batik Surakarta

E-mail : alfianpradhana31@gmail.com

ABSTRACT

This study examines the financial feasibility of the Ayam Goreng Krispi Mr Kriuk outlet located around the Karanganyar town square during the period of October–December 2025. The research aims to analyse the structure of production costs, revenue, income, Revenue-Cost Ratio (R/C Ratio), Benefit-Cost Ratio (B/C Ratio), and Break-even Point (BEP) as the basis for assessing financial feasibility. A quantitative descriptive method with a case study approach was employed. Data were collected through observation, interviews, and documentation over three months at the outlet. The analysis covered fixed costs, variable costs, total production costs, revenue, net income, R/C Ratio, B/C Ratio, and BEP in units and rupiah. The results show that the average total production cost is IDR 21,726,967 per month, consisting of average fixed costs of IDR 4,330,300 and variable costs of IDR 17,396,667, with average revenue of IDR 21,850,000 and net income of approximately IDR 123,033 per month. An R/C Ratio of 1.01 and a B/C Ratio of 0.01 indicate that the business is financially feasible but operates with a very narrow profit margin. The break-even point is 1,913 units per month or IDR 21,222,822, while the actual equivalent production and revenue are slightly above this threshold. Thus, Ayam Goreng Krispi Mr Kriuk is financially feasible and profitable, but still requires increased sales and tighter cost control to strengthen its feasibility and development prospects.

Key words: Analysis, Feasibility, Profit, Business, MSME.

ANALISIS KELAYAKAN FINANSIAL USAHA AYAM GORENG KRISPI MEREK MR. KRIUK (STUDI KASUS PADA OUTLET MITRA DI KAWASAN ALUN-ALUN KABUPATEN KARANGANYAR)

Muhamad Alfian Pradhana¹⁾, Bagus Andika Fitroh²⁾ dan Abdul Hakim³⁾

1) Mahasiswa Prodi Peternakan Fakultas Pertanian Universitas Islam Batik Surakarta
2, 3) Pengajar Prodi Peternakan Fakultas Pertanian Universitas Islam Batik
Surakarta

E-mail : alfianpradhana31@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan pada usaha Ayam Goreng Krispi Mr Kriuk di sekitar Alun-Alun Karanganyar untuk menilai kelayakan finansial usaha pada periode Oktober–Desember 2025. Penelitian ini bertujuan menganalisis struktur biaya produksi, penerimaan, pendapatan, nilai *Revenue Cost Ratio* (R/C Rasio), *Benefit Cost Ratio* (B/C Rasio), dan *Break Even Point* (BEP) sebagai dasar penilaian kelayakan finansial. Penelitian menggunakan metode deskriptif kuantitatif dengan pendekatan studi kasus. Data dikumpulkan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi selama tiga bulan pengamatan di lokasi usaha. Analisis data meliputi perhitungan biaya tetap, biaya variabel, total biaya produksi, penerimaan, pendapatan bersih, R/C Rasio, B/C Rasio, serta BEP unit dan rupiah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa rata-rata total biaya produksi sebesar Rp21.726.967 per bulan, terdiri atas rata-rata biaya tetap Rp4.330.300 dan biaya variabel Rp17.396.667, dengan rata-rata penerimaan Rp21.850.000 dan pendapatan bersih sekitar Rp123.033 per bulan. Nilai R/C Rasio sebesar 1,01 dan B/C Rasio sebesar 0,01 menunjukkan bahwa usaha berada pada kondisi layak secara finansial, tetapi dengan tingkat keuntungan yang sangat tipis. Nilai BEP unit sebesar 1.913 unit per bulan dan BEP rupiah sebesar Rp21.222.822 per bulan, sedangkan produksi ekuivalen dan omzet aktual rata-rata sedikit berada di atas titik impas. Dengan demikian, usaha Ayam Goreng Krispi Mr Kriuk dinyatakan layak dan menguntungkan secara finansial, namun tetap memerlukan peningkatan penjualan dan pengendalian biaya untuk memperkuat kelayakan dan prospek pengembangannya.

Kata Kunci: *Analisis, Kelayakan, Keuntungan, Usaha, UMKM.*

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN PENGUJI.....	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
RIWAYAT HIDUP	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRACT	vii
ABSTRAK.....	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	4
1.3. Tujuan Penelitian	4
1.4. Manfaat Penelitian	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	6
2.1. Teori Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM).....	6
2.2. Teori Usaha Kuliner dan Produk Ayam Goreng Krispi	7
2.3. Teori <i>Franchise</i> (Waralaba) dan Profil Ayam Goreng Krispi Mr Kriuk	8
2.4. Faktor Produksi Dalam UMKM	9
2.5. Analisis Kelayakan Usaha	9
2.6. Penelitian Terdahulu	11
2.7. Kerangka Pemikiran	11
BAB III MATERI DAN METODE	13
3.1. Waktu dan Lokasi Penelitian	13
3.2. Metode Penelitian	13

3.3. Jenis dan Sumber Data.....	14
3.4. Metode Pengumpulan Data.....	14
3.5. Analisis Data	15
3.6. Definisi Operasional	17
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	18
4.1. Deskripsi Daerah Penelitian.....	18
4.2. Profil Usaha Ayam Goreng Krispi Mr Kriuk.....	19
4.3. Proses Produksi Ayam Goreng Krispi Mr Kriuk	21
4.4. Penerimaan Usaha Ayam Goreng Krispi Mr Kriuk	25
4.5. Keuntungan Usaha Ayam Goreng Krispi Mr Kriuk.....	26
4.6. Analisis Kelayakan Usaha Ayam Goreng Krispi Mr Kriuk	29
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	35
5.1. Kesimpulan.....	35
5.2. Saran.....	35
DAFTAR PUSTAKA	37
DAFTAR LAMPIRAN.....	40

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Luas Wilayah dan Kepadatan Penduduk Tiap Kecamatan di Kabupaten Karanganyar	18
Tabel 2. Varian Produk di Mr Kriuk Karanganyar	21
Tabel 3. Total Biaya Tetap Usaha Ayam Goreng Krispi Mr Kriuk per Bulan	22
Tabel 4. Rincian Biaya Variabel Usaha Ayam Goreng Krispi Mr Kriuk	24
Tabel 5. Penerimaan Usaha Ayam Goreng Krispi Mr Kriuk per Bulan	25
Tabel 6. Penerimaan, Total Biaya, dan Keuntungan Usaha per Bulan	26
Tabel 7. Nilai R/C Rasio	29
Tabel 8. Nilai B/C Rasio	31
Tabel 9. Nilai BEP Unit dan BEP Rupiah	33

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Kerangka Pemikiran	12
Gambar 2. Proses wawancara dengan pemilik outlet Mr Kriuk Karanganyar	58
Gambar 3. Outlet Mr Kriuk tampak depan.....	59
Gambar 4. Dua karyawan mempersiapkan daging ayam untuk digoreng.....	59
Gambar 5. Daging ayam krispi dipajang di etalase kaca	60

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner.....	40
Lampiran 2. Data Perhitungan Biaya Penyusutan Peralatan.....	56
Lampiran 3. Data Perhitungan Rata-rata Penjualan dan Omzet Harian.....	56
Lampiran 4. Data Perhitungan Harga Jual Rata-Rata.....	57
Lampiran 5. Data Perhitungan Unit Terjual Ekuivalen per Bulan.....	57
Lampiran 6. Data Perhitungan R/C Rasio dan B/C Rasio	57
Lampiran 7. Data Perhitungan BEP	58
Lampiran 8. Dokumentasi Penelitian	58
Lampiran 9. Form Bimbingan Dosen.....	61

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran yang sangat signifikan dalam pembangunan ekonomi Indonesia. UMKM di Indonesia berjumlah kurang lebih 65 juta menyumbang 61,% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional dan menyerap sekitar 97% dari total tenaga kerja nasional (Kemenkop UKM RI, 2024). Dengan kontribusi ekonomi dan penyerapan tenaga kerja yang sedemikian besar, UMKM menjadi tulang punggung perekonomian nasional dan menjadi instrumen penting dalam upaya pengentasan kemiskinan serta pemerataan kesempatan ekonomi di berbagai wilayah (Aulia dkk., 2024).

Di antara berbagai sektor UMKM, industri makanan dan minuman (mamin) merupakan salah satu subsektor yang paling dinamis dan konsisten tumbuh di atas rata-rata pertumbuhan ekonomi nasional. Data Kementerian Perindustrian menunjukkan bahwa industri mamin mencatat pertumbuhan sekitar 5–6 persen per tahun dan menyumbang lebih dari 40 persen terhadap PDB industri pengolahan nonmigas, sehingga menjadi kontributor utama penggerak industri manufaktur nasional (Suandi, 2025). Pertumbuhan ini didorong oleh perubahan gaya hidup masyarakat yang cenderung memilih makanan praktis, layanan pesan-antar, dan produk siap saji yang mudah diakses di berbagai kanal distribusi.

Salah satu komoditas pangan yang sangat penting bagi industri mamin adalah daging ayam broiler. Daging ayam broiler menjadi sumber protein hewani utama masyarakat Indonesia karena harganya relatif lebih terjangkau, ketersediaannya stabil, dan distribusinya sudah menjangkau hampir seluruh wilayah (Kementerian Pertanian RI, 2024). Konsumsi daging ayam broiler per kapita cenderung meningkat selama periode 2014–2023, mencerminkan preferensi konsumen yang semakin kuat terhadap produk olahan berbahan dasar ayam (Kementerian Pertanian RI, 2024). Kondisi ini memberikan peluang yang luas bagi pelaku UMKM untuk mengembangkan

berbagai produk olahan ayam, termasuk ayam goreng krispi sebagai salah satu varian produk siap saji yang populer.

Ayam goreng krispi merupakan produk olahan daging ayam yang diolah dengan teknik pelapisan tepung berbumbu dan digoreng dalam minyak panas hingga menghasilkan tekstur luar yang renyah dan bagian dalam yang tetap lembut. Inovasi rasa seperti varian pedas, keju, barbeque, dan bumbu khas lokal menambah daya tarik produk ini di berbagai segmen konsumen, mulai dari anak-anak, remaja, hingga orang dewasa (Wiratech, 2025). Dari sisi usaha, ayam goreng krispi dinilai memiliki beberapa keunggulan, antara lain kebutuhan modal awal yang relatif terjangkau, teknik produksi yang dapat distandarisasi, proses penyajian yang cepat, serta potensi perputaran kas harian yang tinggi. Oleh karena itu, banyak pelaku UMKM maupun jaringan kemitraan (*franchise*) yang mengembangkan usaha ayam goreng krispi skala gerobak, *booth*, hingga rumah makan kecil di lingkungan pemukiman dan pusat keramaian.

Perkembangan usaha ayam goreng krispi juga tidak terlepas dari meningkatnya konsumsi makanan siap saji di kawasan perkotaan dan daerah penyangga kota besar. Kabupaten Karanganyar, sebagai salah satu kabupaten di Provinsi Jawa Tengah, memiliki posisi geografis yang strategis sebagai wilayah penyangga Kota Surakarta sekaligus koridor wisata menuju kawasan pegunungan Tawangmangu. Arus mobilitas penduduk dan wisatawan yang cukup tinggi membuka peluang bagi berkembangnya sektor jasa, termasuk UMKM kuliner lokal. Penelitian terkini menunjukkan bahwa di kawasan Alun-Alun Karanganyar terdapat lebih dari seratus pelaku UMKM kuliner yang memanfaatkan ruang publik tersebut sebagai sentra aktivitas perdagangan makanan dan minuman (Kasanah dan Wibowo, 2024). Konsentrasi pelaku usaha di satu kawasan menandakan tingginya daya tarik pasar sekaligus tingginya intensitas persaingan di antara pelaku UMKM kuliner lokal.

Dalam konteks tersebut, usaha ayam goreng krispi merek Mr Kriuk yang beroperasi di sekitar Alun-Alun Karanganyar menjadi salah satu contoh UMKM kuliner yang berkembang dan menarik untuk diteliti. Usaha ini menawarkan produk ayam goreng krispi dengan beragam varian rasa, harga

yang relatif terjangkau bagi masyarakat menengah ke bawah, serta lokasi usaha yang strategis dekat dengan pusat keramaian dan akses transportasi. Berdasarkan observasi awal peneliti, gerai Mr Kriuk memiliki daya tarik konsumen yang cukup tinggi yang tercermin dari arus pembeli yang relatif stabil pada jam-jam tertentu, terutama pada sore hingga malam hari. Faktor lain yang menambah daya tarik usaha ini adalah kemasan produk yang praktis, citra merek yang mudah diingat, serta strategi promosi sederhana melalui media sosial dan promosi dari mulut ke mulut di lingkungan sekitar.

Meskipun memiliki peluang pasar yang menjanjikan, UMKM kuliner seperti Mr Kriuk juga menghadapi berbagai tantangan, antara lain fluktuasi harga bahan baku ayam dan bumbu, persaingan ketat dengan merek ayam goreng krispi lain yang telah lebih dahulu dikenal, keterbatasan modal kerja, serta kapasitas manajerial pelaku usaha yang umumnya masih berbasis pengalaman (Sulistiyowati, 2019). Di sisi lain, tekanan biaya sewa tempat, upah tenaga kerja, dan biaya operasional lain dapat berpengaruh terhadap struktur biaya dan pendapatan usaha. Dalam kondisi seperti ini, analisis yang hanya berfokus pada besarnya omzet tanpa memperhitungkan struktur biaya secara rinci berpotensi menimbulkan bias dalam menilai kinerja finansial UMKM.

Oleh karena itu, diperlukan analisis yang lebih sistematis dan komprehensif untuk memahami kinerja finansial usaha ayam goreng krispi Mr Kriuk. Salah satu pendekatan yang relevan adalah dengan mengkaji struktur biaya tetap dan biaya variabel, menghitung Pendapatan Bersih (Net Income), serta menganalisis indikator kelayakan usaha seperti Revenue Cost Ratio (R/C Ratio), Benefit Cost Ratio (B/C Ratio), dan Break Even Point (BEP). Melalui analisis R/C dan B/C Ratio, peneliti dapat menilai apakah setiap rupiah biaya yang dikeluarkan usaha mampu menghasilkan penerimaan dan keuntungan yang memadai, sedangkan perhitungan BEP memberikan informasi mengenai titik impas dalam unit dan rupiah penjualan yang harus dicapai agar usaha tidak mengalami kerugian.

Berdasarkan kondisi dan peluang yang telah diuraikan, penelitian ini memfokuskan kajian pada analisis struktur biaya, pendapatan bersih, dan indikator kelayakan finansial usaha ayam goreng krispi merek Mr Kriuk di

Kabupaten Karanganyar. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang lebih akurat mengenai kinerja finansial usaha, sekaligus menjadi masukan praktis bagi pelaku usaha dalam merumuskan strategi pengelolaan biaya dan perencanaan pengembangan usaha di masa mendatang. Selain itu, hasil penelitian diharapkan dapat memperkaya kajian akademik di bidang sosial ekonomi peternakan dan ekonomi UMKM kuliner yang memanfaatkan produk unggas sebagai bahan baku utama.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana struktur biaya dan pendapatan dalam usaha ayam goreng krispi merek Mr. Kriuk di Kabupaten Karanganyar?
2. Berapa besar pendapatan bersih yang diperoleh dari usaha tersebut dalam periode tertentu?
3. Berapa nilai R/C Rasio, B/C Rasio dan BEP usaha ayam goreng krispi merek Mr. Kriuk di Kabupaten Karanganyar?

1.3 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah di atas, tujuan penelitian ini adalah:

1. Mengetahui struktur biaya tetap dan biaya variabel dalam usaha ayam goreng krispi Mr. Kriuk.
2. Menganalisis pendapatan bersih yang diperoleh oleh pelaku usaha.
3. Menganalisis nilai R/C Rasio, B/C Rasio dan BEP usaha ayam goreng krispi merek Mr. Kriuk di Kabupaten Karanganyar.

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Bagi peneliti, penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pemahaman peneliti mengenai analisis biaya, pendapatan bersih, serta kelayakan usaha pada UMKM kuliner berbasis ayam goreng krispi. Selain itu, penelitian ini juga menjadi sarana untuk menerapkan teori yang diperoleh selama perkuliahan ke dalam kondisi nyata di lapangan.
2. Bagi pemilik/mitra usaha Mr Kriuk, penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi pemilik usaha dalam mengetahui

besarnya keuntungan yang diperoleh serta tingkat kelayakan usaha yang dijalankan. Informasi tersebut dapat digunakan sebagai dasar untuk mengevaluasi efisiensi biaya, meningkatkan laba, dan menentukan langkah pengembangan usaha ke depan.

3. Bagi pemerintah dan pihak terkait, penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi pemerintah daerah dan pihak terkait dalam menyusun program pembinaan, pendampingan, dan pengembangan UMKM, khususnya pada sektor kuliner. Selain itu, hasil penelitian ini juga dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dalam merumuskan kebijakan yang mendukung keberlanjutan usaha kecil di daerah.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Teori Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan bagian integral dari sistem ekonomi nasional yang memiliki kontribusi strategis bagi pembangunan ekonomi dan penyerapan tenaga kerja. Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah, UMKM didefinisikan sebagai kegiatan usaha yang mampu memperluas lapangan kerja dan memberikan pelayanan ekonomi secara luas kepada masyarakat, serta dapat berperan dalam proses pemerataan dan peningkatan pendapatan masyarakat (Undang-Undang Republik Indonesia, 2008).

Berdasarkan kriteria keuangan yang ditetapkan, Usaha Mikro memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp50.000.000 tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, atau hasil penjualan tahunan paling banyak Rp300.000.000 (Undang-Undang Republik Indonesia, 2008). Usaha Kecil memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp50.000.000 sampai Rp500.000.000, atau hasil penjualan tahunan lebih dari Rp300.000.000 sampai Rp2.500.000.000, sedangkan Usaha Menengah memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp500.000.000 sampai Rp10.000.000.000, atau hasil penjualan tahunan lebih dari Rp2.500.000.000 sampai Rp50.000.000.000 (Undang-Undang Republik Indonesia, 2008).

UMKM juga memiliki karakteristik fleksibel dalam menghadapi perubahan pasar, tetapi pada saat yang sama memiliki kelemahan berupa keterbatasan modal, rendahnya pencatatan keuangan, dan ketergantungan pada kemampuan manajerial pemilik usaha. Kondisi ini membuat UMKM sering kali berjalan berdasarkan pengalaman praktis, bukan pada sistem pencatatan dan analisis keuangan yang lengkap (Amaliyah dkk., 2024; Fitratunnisa dkk., 2025). Oleh karena itu, kajian mengenai kelayakan usaha pada UMKM menjadi penting untuk mengetahui apakah usaha yang dijalankan benar-benar menghasilkan keuntungan dan layak dipertahankan.

Dalam sektor kuliner, UMKM memiliki peluang yang cukup besar karena kebutuhan masyarakat terhadap makanan siap saji terus meningkat. Usaha kuliner berbasis ayam goreng krispi menjadi salah satu bentuk usaha yang berkembang karena produknya mudah diterima pasar, harganya relatif terjangkau, dan proses produksinya dapat dilakukan secara cepat (Nurmala dkk., 2022; Hakim, 2025).

2.2 Teori Usaha Kuliner dan Produk Ayam Goreng Krispi

Sektor kuliner merupakan bagian dari industri ekonomi kreatif Indonesia yang berkembang pesat. Sektor makanan dan minuman memberikan kontribusi signifikan terhadap PDB ekonomi kreatif, mencapai 41 persen atau setara dengan Rp 410 triliun (Rusiawan, 2019). Momentum pertumbuhan ini terus berlanjut, dengan data Badan Pusat Statistik menunjukkan laju pertumbuhan industri makanan dan minuman mencapai 6,49 persen pada triwulan III tahun 2025 (BPS, 2025), menunjukkan prospek bisnis yang menjanjikan di sektor ini.

Ayam goreng merupakan salah satu produk kuliner yang memiliki permintaan pasar yang tinggi di Indonesia. Produk ayam goreng krispi, yang merupakan variasi dari ayam goreng konvensional dengan penambahan formula khusus untuk mendapatkan tekstur krispi yang lebih baik, telah menjadi trend kuliner yang populer di kalangan konsumen. Kesuksesan berbagai brand ayam goreng di pasar menunjukkan bahwa terdapat peluang bisnis yang besar dalam segmen ini, baik untuk usaha besar maupun UMKM (Hakim, 2025).

Ketersediaan bahan baku lokal dalam bentuk ayam broiler yang melimpah memberikan keuntungan kompetitif bagi pelaku usaha kuliner untuk menghasilkan produk dengan biaya produksi yang efisien (Soekartawi, 2002). Pertumbuhan produksi ayam broiler di Indonesia yang mencapai rata-rata 2,95% persen setiap tahunnya menunjukkan bahwa bahan baku ini tersedia dalam jumlah yang cukup untuk mendukung industri makanan olahan berbasis ayam (Kementerian Pertanian RI, 2024).

Dari sisi pasar, produk ayam goreng krispi memiliki segmen konsumen yang luas, mulai dari pelajar, pekerja, hingga masyarakat umum. Kelebihan ini menjadikan usaha ayam goreng krispi sebagai usaha yang

potensial, tetapi tetap harus dikelola secara efisien agar tidak kalah bersaing dengan merek lain yang juga memiliki segmentasi pasar serupa (Mangu dkk., 2025; Salsabila dkk., 2026).

2.3 Teori *Franchise* (Waralaba) dan Profil Ayam Goreng Krispi Mr Kriuk

Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 42 Tahun 2007 mendefinisikan waralaba sebagai hak khusus yang dimiliki oleh orang perseorangan atau badan usaha terhadap sistem bisnis dengan ciri khas usaha dalam rangka memasarkan barang dan/atau jasa yang telah terbukti berhasil dan dapat dimanfaatkan oleh pihak lain berdasarkan perjanjian waralaba (PP Republik Indonesia, 2007). Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 71 Tahun 2019 menegaskan bahwa waralaba merupakan pola kemitraan usaha yang diatur secara khusus untuk melindungi kepentingan pemberi waralaba (*franchisor*) dan penerima waralaba (*franchisee*) (Kementerian Perdagangan RI, 2019).

Secara historis, waralaba berkembang karena kebutuhan ekspansi usaha yang lebih cepat dengan risiko yang lebih terkendali. Pada sektor makanan dan minuman, model ini berkembang pesat karena produk kuliner relatif mudah distandarkan, memiliki siklus penjualan cepat, dan dapat direplikasi di banyak lokasi (Nurhidayah dkk., 2025). Di Indonesia, waralaba juga tumbuh karena dianggap memberi jalan masuk yang lebih praktis bagi pelaku usaha kecil untuk memulai bisnis dengan merek yang sudah dikenal pasar (Nurhidayah dkk., 2025).

Secara umum, waralaba dapat dibedakan menjadi waralaba distribusi produk dan waralaba format bisnis. Waralaba distribusi produk menekankan penyaluran barang bermerek, sedangkan waralaba format bisnis meliputi merek, sistem operasional, standar mutu, pelatihan, dan dukungan manajerial yang lebih lengkap (Wiratri dkk., 2025). Karakteristik utama waralaba meliputi identitas merek yang seragam, standar operasional baku, hubungan kontraktual antara *franchisor* dan *franchisee*, serta pengawasan mutu yang ketat (Wiratri dkk., 2025).

2.4 Faktor Produksi Dalam UMKM

Biaya merupakan pengorbanan ekonomis yang dikeluarkan oleh perusahaan untuk menghasilkan suatu produk atau jasa (Mulyadi, 2015). Dalam konteks usaha ayam goreng, biaya mencakup seluruh pengeluaran yang dikeluarkan mulai dari pembelian bahan baku, biaya tenaga kerja, biaya operasional, hingga biaya lainnya yang diperlukan dalam proses produksi dan penjualan (Soekartawi, 2002).

Biaya dapat diklasifikasikan menjadi dua jenis, yaitu biaya tetap (*Fixed Cost*) dan biaya variabel (*Variable Cost*) (Mulyadi, 2015). Biaya tetap adalah biaya yang tidak berubah meskipun jumlah produksi berubah, seperti sewa tempat usaha, gaji karyawan tetap, dan biaya penyusutan peralatan. Biaya variabel adalah biaya yang berubah seiring dengan perubahan jumlah produksi, seperti biaya bahan baku, biaya bahan bakar, dan biaya kemasan (Mulyadi, 2015). Total biaya adalah penjumlahan antara biaya tetap dan biaya variabel (Soekartawi, 2002).

Pendapatan merupakan jumlah penerimaan uang yang diperoleh dari penjualan produk atau jasa dalam periode waktu tertentu, pendapatan dapat dihitung dengan mengalikan harga jual per unit dengan jumlah unit yang terjual. Keuntungan (*profit*) adalah selisih antara total penerimaan dan total biaya (Mulyadi, 2015). Keuntungan positif menunjukkan bahwa usaha memberikan laba, sedangkan keuntungan negatif menunjukkan bahwa usaha mengalami rugi (Soekartawi, 2002).

2.5 Analisis Kelayakan Usaha

Analisis kelayakan usaha merupakan proses evaluasi untuk menentukan apakah suatu usaha layak atau tidak untuk dilaksanakan, dilanjutkan, atau dikembangkan mencakup berbagai aspek, antara lain aspek pemasaran, aspek teknis, aspek manajemen, dan aspek ekonomi (Sobana, 2018). Fokus utama analisis kelayakan adalah pada kemampuan usaha menghasilkan penerimaan yang cukup untuk menutup biaya dan menghasilkan keuntungan yang memadai. Kelayakan usaha menjadi penting karena tidak semua usaha yang memiliki omzet tinggi otomatis layak secara finansial, terutama jika struktur biayanya juga tinggi (Frisca & Yasin, 2023).

1. *Revenue Cost Ratio (R/C Rasio)*

Revenue Cost Ratio atau R/C Rasio adalah rasio perbandingan antara total penerimaan dan total biaya (Soekartawi, 2002). Jika nilai R/C Rasio lebih besar dari satu, maka usaha dinyatakan menguntungkan dan layak dikembangkan. Jika sama dengan satu, usaha berada pada titik impas, sedangkan jika kurang dari satu maka usaha mengalami kerugian (Soekartawi, 2002). Dalam usaha kuliner, R/C Rasio sangat berguna untuk melihat efisiensi penggunaan biaya terhadap penerimaan yang dihasilkan.

Nilai R/C Rasio yang mendekati satu menunjukkan bahwa usaha hanya memiliki selisih keuntungan yang tipis. Kondisi ini dapat terjadi ketika harga bahan baku tinggi, biaya operasional besar, dan kemampuan menaikkan harga jual terbatas karena persaingan pasar (Putra & Suparta, 2022). R/C Rasio tidak hanya dibaca sebagai indikator layak atau tidak layak, tetapi juga sebagai ukuran seberapa kuat daya tahan usaha terhadap perubahan biaya.

2. *Benefit Cost Ratio (B/C Rasio)*

B/C Rasio adalah perbandingan antara keuntungan bersih dan total biaya yang dikeluarkan usaha (Soekartawi, 2002). Nilai B/C Rasio di atas nol menunjukkan usaha menghasilkan keuntungan, sedangkan nilai negatif berarti usaha merugi. Dalam konteks UMKM, B/C Rasio berguna untuk menilai seberapa besar manfaat bersih yang benar-benar diperoleh dari biaya yang telah dikeluarkan (Frisca & Yasin, 2023).

Rasio ini penting karena menunjukkan efisiensi keuntungan secara lebih nyata. Jika B/C Rasio kecil, berarti tambahan manfaat yang diperoleh dari biaya yang dikeluarkan juga kecil. Pada usaha kuliner, kondisi demikian biasanya disebabkan oleh margin harga jual yang tipis, biaya bahan baku yang tinggi, dan biaya operasional yang tidak sebanding dengan kenaikan penjualan (Sari & Ramayanti, 2022).

3. *Break Even Point (BEP)*

Break Even Point (BEP) adalah titik impas ketika total penerimaan sama dengan total biaya, sehingga usaha tidak memperoleh laba maupun rugi (Soekartawi, 2002). BEP dapat dihitung dalam unit maupun dalam rupiah. BEP unit menunjukkan jumlah minimal produk yang harus dijual, sedangkan

BEP rupiah menunjukkan omzet minimal yang harus dicapai agar usaha tidak merugi (Soekartawi, 2002).

Analisis BEP penting dalam usaha kuliner karena dapat menunjukkan batas aman penjualan harian atau bulanan. Jika realisasi penjualan hanya sedikit di atas BEP, maka usaha masih rentan terhadap penurunan permintaan atau kenaikan harga bahan baku (Medyawati & Jamiah, 2025). BEP membantu pemilik usaha memahami seberapa jauh usaha masih aman dan berapa target minimum yang harus dijaga agar usaha tetap berjalan.

2.6 Penelitian Terdahulu

Apriliana (2017) melakukan penelitian tentang analisis kelayakan usaha ayam goreng krispi di Kota Tarakan dengan fokus pada perhitungan keuntungan usaha ayam goreng krispi dan mengetahui kelayakan usaha ayam goreng krispi pada industri rumah tangga. Hasil penelitian menunjukkan bahwa usaha ayam goreng krispi tersebut dapat dikatakan untung sehingga layak untuk diusahakan.

Frisca dan Yasin (2023) menunjukkan bahwa nilai R/C Rasio, B/C Rasio, dan BEP dapat digunakan untuk menilai apakah usaha kecil benar-benar layak dijalankan. Hasil penelitian mereka menegaskan bahwa usaha yang secara angka masih positif belum tentu kuat jika margin keuntungan terlalu kecil.

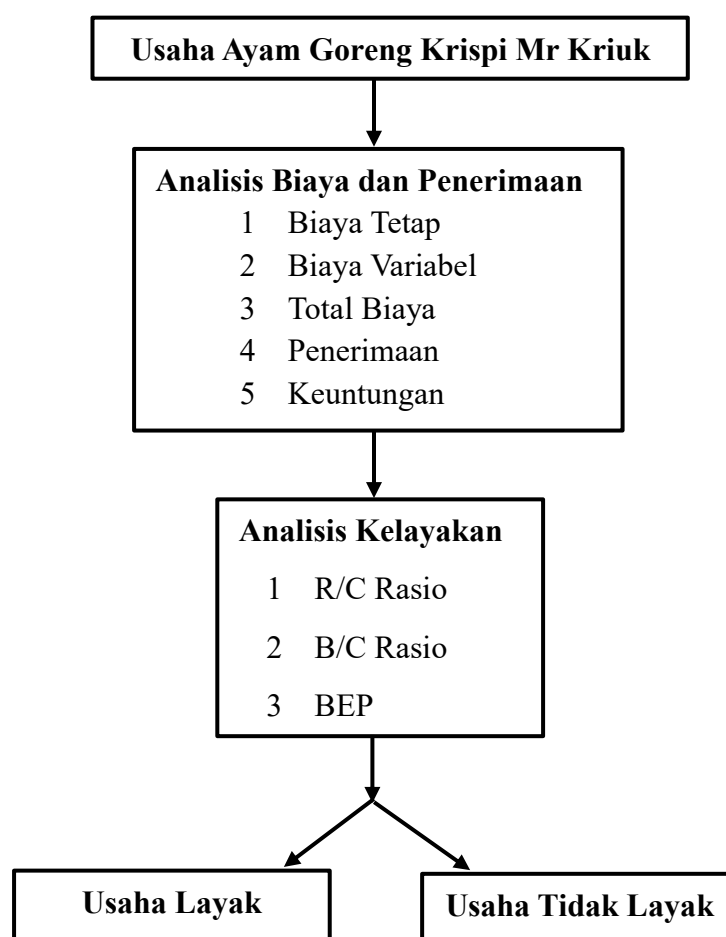
2.7 Kerangka Pemikiran

Usaha ayam goreng krispi Mr. Kriuk di Kabupaten Karanganyar merupakan bentuk UMKM yang beroperasi dalam industri kuliner dengan menggunakan ayam broiler sebagai bahan baku utama. Sebagai unit ekonomi, usaha ini memiliki struktur pendapatan, biaya, dan keuntungan yang perlu dianalisis secara mendalam menggunakan indikator-indikator yang telah teruji secara akademis (Soekartawi, 2002).

Analisis pendapatan dilakukan melalui perhitungan total penerimaan yang berasal dari penjualan produk ayam goreng krispi dengan menggunakan formula $TR = P \times Q$ (Soekartawi, 2002). Penerimaan ini dipengaruhi oleh dua faktor utama: harga jual produk dan volume penjualan yang dipengaruhi oleh lokasi usaha, kualitas produk, dan strategi pemasaran (Soekartawi, 2002).

Pendapatan ini kemudian dikurangi dengan total biaya produksi yang terdiri dari biaya tetap dan biaya variabel sesuai formula $TC = TFC + TVC$ (Zahara & Anwar, 2021). Struktur biaya tergantung pada berbagai faktor seperti harga bahan baku ayam broiler, minyak goreng, kemasan, dan upah tenaga kerja (Soekartawi, 2002). Hasil perhitungan ini akan memberikan gambaran mengenai keuntungan bersih ($\pi = TR - TC$) yang diperoleh usaha dalam periode tertentu.

Untuk mengetahui kelayakan usaha, dilakukan analisis menggunakan tiga indikator utama: R/C Rasio, B/C Rasio, dan Break Even Point (BEP) (Soekartawi, 2002). Ketiga indikator ini akan memberikan informasi mengenai efisiensi operasional dan keberlanjutan usaha dalam jangka panjang. Nilai R/C Ratio > 1 mengindikasikan usaha layak, B/C Ratio > 0 menunjukkan keuntungan positif, dan BEP memberikan target penjualan minimum yang harus dicapai (Soekartawi, 2002).



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

BAB III

MATERI DAN METODE

3.1 Waktu dan Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada salah satu outlet mitra atau *franchise* usaha ayam goreng krispi merek Mr Kriuk yang berlokasi di sekitar Alun-Alun Kabupaten Karanganyar, Provinsi Jawa Tengah. Pemilihan lokasi dilakukan secara sengaja (*purposive*) dengan pertimbangan bahwa lokasi tersebut merupakan pusat aktivitas masyarakat dan menjadi salah satu sentra UMKM kuliner di Kabupaten Karanganyar.

Waktu penelitian meliputi kegiatan pengumpulan data primer dan sekunder yang dilaksanakan pada bulan Februari 2026 – Mei 2026, sedangkan data keuangan usaha yang dianalisis berupa data biaya produksi, penerimaan, dan pendapatan bulanan untuk periode Oktober 2025, November 2025, dan Desember 2025. Dengan demikian, seluruh hasil analisis kelayakan finansial dalam penelitian ini merepresentasikan kondisi usaha ayam goreng krispi Mr Kriuk pada triwulan akhir tahun 2025.

3.2 Metode Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif deskriptif dengan pendekatan studi kasus (*single case study*) pada satu unit usaha, yaitu usaha Ayam Goreng Krispi Mr Kriuk di kawasan Alun-Alun Karanganyar. Pendekatan kuantitatif deskriptif digunakan karena penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan kondisi finansial usaha berdasarkan data kuantitatif yang diperoleh dan dianalisis secara sistematis.

Menurut Fitrah dan Luthfiyah (2017), studi kasus adalah eksplorasi mendalam terhadap suatu sistem terikat yang dibatasi oleh waktu, tempat, atau batas fisik tertentu. Oleh karena itu, pendekatan ini dinilai sesuai untuk mengkaji usaha Mr Kriuk secara rinci dan mendalam pada satu lokasi penelitian.

3.3 Jenis dan Sumber Data

1. Jenis Data

Berdasarkan sifatnya, data dalam penelitian ini dibedakan menjadi dua jenis utama yaitu data kuantitatif meliputi informasi yang dapat diukur dan dinyatakan dalam bentuk angka dan data kualitatif mencakup informasi deskriptif yang tidak dapat diukur secara numerik.

2. Sumber Data

Sumber data penelitian terdiri dari dua macam, yaitu data primer adalah data yang diperoleh langsung dari sumber asli tanpa melalui perantara dan data sekunder adalah data yang telah tersedia dan dikumpulkan oleh pihak lain sebelumnya.

3.4 Metode Pengumpulan Data

1. Observasi

Observasi langsung dilakukan untuk melihat dan mencatat proses produksi, kondisi tempat usaha, peralatan yang digunakan, dan aspek-aspek operasional lainnya. Observasi ini bertujuan untuk melengkapi data yang diperoleh dari wawancara dan kuesioner.

2. Wawancara

Wawancara mendalam dilakukan dengan pemilik usaha Mr. Kriuk untuk menggali informasi tentang latar belakang usaha, struktur biaya produksi, strategi pemasaran, permasalahan yang dihadapi, dan faktor-faktor lain yang mempengaruhi usaha. Wawancara dilakukan secara terstruktur dengan menggunakan panduan wawancara yang telah disiapkan sebelumnya.

3. Dokumentasi

Dokumentasi dilakukan dengan mengumpulkan dokumen-dokumen penting yang berkaitan dengan usaha, seperti catatan keuangan, faktur penjualan, nota pembelian bahan baku, laporan produksi harian atau bulanan, dan dokumen lainnya yang relevan dengan analisis finansial usaha

4. Kuesioner

Kuesioner diberikan kepada pemilik dan karyawan usaha untuk mengumpulkan data tentang karakteristik usaha, operasional produksi, dan persepsi terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi usaha. Kuesioner

dirancang dengan pertanyaan terbuka dan tertutup untuk memudahkan responden menjawab.

3.5 Analisis Data

Analisis data dalam penelitian ini dilakukan melalui tahapan sebagai berikut (Soekartawi, 2002) :

1. Analisis Biaya Produksi

Biaya total produksi dihitung dengan menjumlahkan biaya tetap dan biaya variabel:

$$TC = TFC + TVC$$

Dimana:

$TC = Total\ Cost$ (Biaya Total)

$TFC = Total\ Fixed\ Cost$ (Biaya Tetap Total)

$TVC = Total\ Variable\ Cost$ (Biaya Variabel Total)

2. Analisis Penerimaan dan Keuntungan

Penerimaan total dihitung dengan mengalikan harga jual per unit dengan jumlah unit yang terjual :

$$TR = Q \times P$$

Dimana:

$TR = Total\ Revenue$ (Penerimaan Total)

$Q = Quantity$ (Jumlah Produk yang Terjual)

$P = Price$ (Harga Jual per Unit)

Keuntungan bersih dihitung sebagai selisih antara penerimaan total dan biaya total

$$\pi = TR - TC$$

Dimana:

π = *Profit* (Keuntungan Bersih)

TR = *Total Revenue* (Penerimaan Total)

TC = *Total Cost* (Biaya Total)

3. Analisis R/C Rasio

R/C Rasio dihitung dengan rumus

$$\text{R/C Rasio} = \frac{TR}{TC}$$

Kriteria interpretasi :

R/C > 1: Usaha menguntungkan dan layak dilanjutkan

R/C = 1: Usaha pada titik impas

R/C < 1: Usaha mengalami kerugian

4. Analisis B/C Rasio

B/C Rasio dihitung dengan rumus :

$$\text{B/C Rasio} = \frac{(TR-TC)}{TC} \text{ atau } \text{B/C Rasio} = \frac{\pi}{TC}$$

Kriteria interpretasi :

B/C > 0: Usaha menguntungkan dan layak dilanjutkan

B/C = 0: Usaha pada posisi impas

B/C < 0: Usaha mengalami kerugian

5. Analisis *Break Even Point* (BEP)

BEP Unit dihitung dengan rumus

$$\text{BEP (Unit)} = \frac{TFC}{(P-VCU)}$$

Dimana:

TFC = *Total Fixed Cost* (Biaya Tetap Total)

P = *Price per Unit* (Harga Jual per Unit)

VCU = *Variable Cost per Unit* (Biaya Variabel per Unit)

BEP Rupiah dihitung dengan rumus :

$$\text{BEP (Rp)} = \text{BEP (Unit)} \times P$$

3.6 Definisi Operasional

1. Biaya Tetap (TFC) adalah jumlah biaya yang tidak berubah dengan perubahan volume produksi dalam periode penelitian, termasuk sewa tempat, penyusutan peralatan, gaji karyawan tetap.
2. Biaya Variabel (TVC) adalah jumlah biaya yang berubah seiring dengan perubahan volume produksi, termasuk biaya bahan baku, bahan bakar, kemasan.
3. Total Biaya (TC) adalah penjumlahan dari biaya tetap dan biaya variabel dalam periode penelitian.
4. Penerimaan Total (TR) adalah hasil perkalian antara harga jual per unit dengan jumlah unit yang terjual dalam periode penelitian.
5. Keuntungan Bersih adalah selisih antara penerimaan total dan biaya total dalam periode penelitian.
6. R/C Rasio adalah perbandingan antara total penerimaan (revenue) dengan total biaya (cost) yang dikeluarkan dalam proses produksi.
7. B/C Rasio adalah perbandingan antara keuntungan bersih (benefit) dengan total biaya (cost) yang dikeluarkan.
8. *Break Even Point* adalah titik impas dimana total penerimaan sama dengan total biaya, sehingga usaha tidak mengalami keuntungan maupun kerugian, dapat dinyatakan dalam unit produk atau nilai rupiah.
9. Kelayakan Usaha adalah kondisi dimana suatu usaha dinilai layak untuk dijalankan atau dikembangkan berdasarkan kriteria finansial tertentu yang telah ditetapkan, yang dalam penelitian ini diukur menggunakan R/C Rasio, B/C Rasio, dan *Break Even Point* (BEP).

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Daerah Penelitian

Kabupaten Karanganyar merupakan salah satu kabupaten di Provinsi Jawa Tengah yang secara astronomis terletak antara 110°40'–110°70' Bujur Timur dan 7°28'–7°46' Lintang Selatan (BPS Kabupaten Karanganyar, 2023). Secara administratif, Kabupaten Karanganyar terdiri dari 17 kecamatan, 15 kelurahan, dan 162 desa dengan luas wilayah sekitar 767–768 km² atau 76.778,64 hektare (BPS Kabupaten Karanganyar, 2023).

Kabupaten Karanganyar berbatasan dengan Kota Surakarta dan Kabupaten Boyolali di sebelah barat, Provinsi Jawa Timur dan Kabupaten Magetan di sebelah timur, Kabupaten Sragen di sebelah utara, serta Kabupaten Wonogiri dan Kabupaten Sukoharjo di sebelah selatan. Wilayah ini memiliki kondisi topografi yang bervariasi mulai dari dataran rendah hingga lereng pegunungan Lawu sehingga mendukung berbagai aktivitas ekonomi, termasuk sektor perdagangan dan jasa kuliner di sekitar pusat kota dan kawasan permukiman.

Berdasarkan publikasi Kabupaten Karanganyar Dalam Angka 2023, jumlah penduduk Kabupaten Karanganyar sekitar 947 ribu jiwa yang tersebar di 17 kecamatan dengan tingkat kepadatan yang bervariasi antar wilayah (BPS Kabupaten Karanganyar, 2023). Kecamatan yang menjadi lokasi usaha Mr Kriuk termasuk dalam kawasan dengan kepadatan penduduk cukup tinggi, sehingga secara teoritis memiliki potensi pasar yang baik bagi usaha makanan siap saji (Kasanah & Wibowo, 2024).

Tabel 1. Luas Wilayah dan Kepadatan Penduduk Tiap Kecamatan di Kabupaten Karanganyar

No.	Kecamatan	Luas (km ²)	Jumlah Penduduk	Kepadatan Penduduk (jiwa/km ²)
1	Jatipuro	34,37	34.799	1.012,48
2	Jatiyoso	67,16	39.981	595,31
3	Jumapolo	55,67	43.189	775,80
4	Jumantono	53,55	50.289	939,10
5	Matesih	26,27	45.197	1.720,48

6	Tawangmangu	70,03	47.591	679,58
7	Ngargoyoso	65,34	37.472	573,49
8	Karangpandan	34,11	44.265	1.297,71
9	Karanganyar	43,03	86.402	2.007,95
10	Tasikmadu	27,60	66.434	2.407,03
11	Jaten	25,55	84.761	3.317,46
12	Colomadu	15,64	75.542	4.830,05
13	Gondangrejo	56,80	89.443	1.574,70
14	Kebakkramat	36,46	65.071	1.784,72
15	Mojogedang	53,31	71.238	1.336,30
16	Kerjo	46,82	38.300	818,03
17	Jenawi	56,08	27.668	493,37
	Rata-Rata	767,79	947.642	1.234,25

Sumber : BPS Kabupaten Karanganyar, 2023

4.2 Profil Usaha Ayam Goreng Krispi Mr Kriuk

1. Profil Pemilik Usaha

Pemilik usaha ayam goreng krispi Mr Kriuk di lokasi penelitian adalah Ibu Wiwit Hermawati yang berusia sekitar 37 tahun dan memiliki latar belakang pendidikan formal sarjana (S1). Berdasarkan informasi yang dihimpun melalui wawancara dan kuesioner, Ibu Wiwit memiliki pengalaman berwirausaha di bidang kuliner sekitar 2–5 tahun sebelum menjalankan outlet Mr Kriuk. Pengalaman tersebut memberikan bekal praktis dalam mengelola operasional harian, menjalin hubungan dengan pemasok, dan melayani konsumen, meskipun belum sepenuhnya diikuti dengan penerapan pencatatan keuangan yang terstruktur.

Dalam hal permodalan, kategori modal awal usaha berada pada kisaran Rp20.000.000–Rp50.000.000, yang digunakan terutama untuk pembelian paket franchise, peralatan, dan kebutuhan awal operasional. Pemilik membeli paket franchise dengan modal awal sekitar Rp 9.500.000 yang sudah mencakup peralatan utama, booth, freezer, spanduk, dan perlengkapan pendukung lainnya. Informasi ini sejalan dengan karakteristik UMKM kuliner yang umumnya dibiayai dari modal sendiri atau keluarga dalam kisaran puluhan juta rupiah (Sulistiyowati, 2019).

Sebagai pemilik sekaligus pengelola utama, Ibu Wiwit terlibat langsung dalam berbagai aspek usaha, mulai dari pengawasan produksi, pengaturan jadwal kerja karyawan, hingga pengadaan bahan baku. Sistem

pengelolaan usaha ini masih bersifat *owner-managed*, yaitu ketika pemilik memegang peran utama dalam pengawasan produksi, penjadwalan tenaga kerja, pembelian bahan baku, dan pengelolaan kas harian. Pola pengelolaan seperti ini menunjukkan bahwa keputusan operasional masih terpusat pada pemilik, sehingga koordinasi usaha dapat berjalan lebih langsung dan pengendalian aktivitas harian menjadi lebih konsisten, sebagaimana juga ditemukan pada banyak UMKM yang pengelolaan kasnya masih sangat bergantung pada peran pemilik (Amaliyah dkk., 2024).

2. Lokasi Usaha

Usaha ayam goreng krispi merek Mr Kriuk yang menjadi objek penelitian merupakan salah satu bentuk UMKM kuliner berbasis ayam goreng krispi yang beroperasi di sekitar Alun-Alun Karanganyar, Kabupaten Karanganyar. Mr Kriuk mengadaptasi model usaha ayam goreng cepat saji skala UMKM dengan menu utama ayam goreng krispi, nasi, serta tambahan menu pendamping seperti kulit ayam krispi dan berbagai saus. Usaha ini memanfaatkan lokasi yang strategis di kawasan Alun-Alun Karanganyar yang menjadi pusat aktivitas masyarakat dan wisata lokal, sehingga memiliki potensi arus konsumen yang cukup stabil terutama pada sore dan malam hari (Kasanah dan Wibowo, 2024).

Lokasi yang strategis di kawasan pusat kota dan dekat dengan berbagai fasilitas umum menjadi salah satu faktor pendukung bagi usaha kuliner seperti Mr Kriuk. Lokasi dengan tingkat aksesibilitas tinggi dan arus lalu lintas yang ramai cenderung meningkatkan peluang kunjungan konsumen dan volume penjualan, meskipun di sisi lain juga sering diikuti dengan biaya sewa tempat yang relatif tinggi. Kondisi ini sejalan dengan temuan bahwa lokasi usaha yang berada di pusat aktivitas masyarakat, mudah diakses, dan didukung fasilitas memadai cenderung memberikan kontribusi lebih besar terhadap pendapatan usaha (Mangu dkk., 2025).

3. Varian Produk

Usaha ayam goreng krispi Mr Kriuk menawarkan beragam varian menu utama dan pendamping dengan kisaran harga yang disesuaikan untuk segmen konsumen menengah ke bawah. Secara garis besar, produk

utama yang paling sering dibeli konsumen meliputi varian Mr Kriuk, Mr Hemat, Mr Pedas, Mr Cheese, nasi, dan kulit goreng, sedangkan produk pendamping seperti es teh, air mineral, saus tambahan, burger, dan kentang goreng tersedia namun tidak menjadi fokus utama penjualan. Rincian varian dan harga jual dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Varian Produk di Mr Kriuk Karanganyar

Produk	Varian	Harga
Mr Hemat	Sayap	7.000
Mr Hemat	Paha	8.000
Mr Hemat	Dada	9.000
Mr Hemat	Paha Atas	9.000
Mr Kriuk 1	Paket	17.000
Mr Kriuk 2	Paket	18.000
Mr Kriuk 3	Paket	16.000
Mr Kriuk 4	Paket	14.000
Mr Cheese	Sayap	12.000
Mr Cheese	Paha	14.000
Mr Cheese	Dada	15.000
Mr Cheese	Paha Atas	16.000
Mr Pedas	Sayap	12.000
Mr Pedas	Paha	14.000
Mr Pedas	Dada	15.000
Mr Pedas	Paha Atas	16.000
Nasi	Porsi	5.000
Kulit Goreng	Cup	8.000
Kentang Goreng	Porsi	10.000
Burger	Porsi	15.000

Sumber : Data Primer, 2026

4.3 Proses Produksi Ayam Goreng Krispi Mr Kriuk

Proses produksi ayam goreng krispi Mr Kriuk pada dasarnya mengikuti standar operasional dari franchisor. Ayam yang sudah dimarinasi dalam bentuk potongan diperoleh dari stokist resmi Mr Kriuk, kemudian diberikan tepung tambahan sebelum digoreng dalam minyak panas hingga berwarna keemasan. Setelah matang, ayam disajikan sesuai pesanan konsumen, baik sebagai paket reguler, paket hemat dengan nasi, varian pedas, varian keju, maupun kulit goreng dan nasi putih.

1. Bahan Baku dan Tenaga Kerja

Bahan baku utama berasal dari ayam marinasi dalam bentuk paket yang disediakan oleh *stokist franchise*. Satu paket ayam marinasi berisi

potongan ayam dan kulit dengan harga sekitar Rp 45.000 per paket. Selain ayam, bahan baku lain yang digunakan antara lain beras, minyak goreng, tepung bumbu, kemasan sekali pakai, serta berbagai jenis saus. Penggunaan bahan baku sangat dipengaruhi oleh volume penjualan harian.

Tenaga kerja yang terlibat dalam operasional harian terdiri dari dua orang karyawan tetap yang bertugas menangani persiapan bahan, proses penggorengan, penyajian, dan pelayanan kepada konsumen. Pemilik usaha juga ikut terlibat dalam pengawasan dan terkadang membantu pada jam sibuk. Kondisi ini sejalan dengan karakteristik UMKM kuliner pada umumnya yang mengandalkan tenaga kerja dalam jumlah terbatas serta pembagian tugas yang masih sederhana, sebagaimana ditunjukkan dalam berbagai kajian tentang usaha kuliner skala kecil yang beroperasi dengan struktur organisasi ringkas dan penggunaan tenaga kerja yang minim (Nurmala dkk., 2022)

2. Biaya Produksi Ayam Goreng Krispi Mr Kriuk

Biaya produksi dalam penelitian ini dibedakan menjadi biaya tetap dan biaya variabel. Biaya tetap meliputi sewa lokasi, gaji karyawan, listrik, air, biaya pemeliharaan, retribusi sampah, serta penyusutan peralatan. Biaya variabel meliputi pembelian ayam marinasi dan kulit, beras, minyak goreng, tepung, kemasan, saus, gas, dan air mineral. Analisis biaya dihitung berdasarkan data agregat bulanan Oktober–Desember 2025.

Tabel 3. Total Biaya Tetap Usaha Ayam Goreng Krispi Mr Kriuk per Bulan

Komponen Biaya Tetap	Oktober 2025 (Rp)	November 2025 (Rp)	Desember 2025 (Rp)	Rata-rata (Rp)
Sewa lokasi	1.200.000	1.200.000	1.200.000	1.200.000
Gaji karyawan	2.500.000	2.500.000	2.500.000	2.500.000
Biaya listrik	250.000	250.000	250.000	250.000
Biaya air	50.000	50.000	60.000	53.333
Biaya pemeliharaan	100.000	120.000	145.000	121.667
Biaya sampah DLH	50.000	50.000	50.000	50.000
Penyusutan peralatan	155.300	155.300	155.300	155.300
Total Biaya Tetap (TFC)	4.305.300	4.325.300	4.360.300	4.330.300

Sumber : Data Primer, 2026

Tabel biaya tetap tersebut menggambarkan kumpulan pengeluaran rutin yang harus ditanggung usaha Ayam Goreng Krispi Mr Kriuk setiap bulan, terlepas dari besar kecilnya volume penjualan yang terjadi. Struktur tabel menunjukkan bahwa porsi terbesar biaya tetap berasal dari sewa lokasi dan gaji karyawan, sedangkan komponen lain seperti listrik, air, pemeliharaan, retribusi sampah, dan penyusutan peralatan menyumbang bagian yang lebih kecil dengan pola nilai yang relatif stabil dari Oktober hingga Desember. Pola ini mengindikasikan bahwa beban biaya tetap usaha cenderung konstan dari bulan ke bulan, dengan fluktuasi hanya terjadi pada pos yang sifatnya lebih fleksibel seperti biaya air dan pemeliharaan, sehingga secara umum kondisi keuangan usaha sangat ditentukan oleh kemampuan penjualan menutup paket biaya tetap bulanan yang relatif kaku tersebut.

Menurut Mulyadi (2015), biaya tetap adalah biaya yang jumlah totalnya tidak berubah dalam kisaran volume kegiatan tertentu, meskipun terjadi perubahan pada tingkat produksi dalam jangka pendek. Dalam kerangka analisis usahatani, Soekartawi (2002) juga membedakan biaya menjadi biaya tetap dan biaya variabel, di mana biaya tetap tetap harus dibayar meskipun output yang dihasilkan sedikit atau bahkan nol. Jika kedua konsep tersebut diterapkan pada usaha Mr Kriuk, maka dominasi sewa lokasi dan gaji karyawan dalam struktur biaya tetap menunjukkan bahwa pemilik usaha memikul kewajiban pembayaran yang tidak bisa dengan mudah dikurangi tanpa mengganggu kelangsungan operasional, misalnya dengan menghentikan sewa atau mengurangi tenaga kerja secara drastis. Hal ini berarti risiko finansial usaha lebih banyak berasal dari komitmen jangka menengah pada tempat usaha dan tenaga kerja, sehingga penurunan penjualan akan langsung menekan laba karena biaya tetap tidak ikut turun.

Tabel 4. Rincian Biaya Variabel Usaha Ayam Goreng Krispi Mr Kriuk

Komponen Biaya Variabel	Oktober 2025 (Rp)	November 2025 (Rp)	Desember 2025 (Rp)	Rata-rata (Rp)
Bahan baku ayam (pack)	8.100.000	8.650.000	9.360.000	8.703.333
Minyak goreng	2.400.000	2.400.000	2.400.000	2.400.000
Tepung	1.350.000	1.350.000	1.450.000	1.383.333
Kemasan	1.200.000	1.350.000	1.500.000	1.350.000
Beras	1.020.000	1.020.000	1.020.000	1.020.000
Saus tomat	250.000	250.000	250.000	250.000
Saus sambal	250.000	250.000	250.000	250.000
Saus keju	90.000	90.000	90.000	90.000
Saus pedas BBQ	90.000	90.000	90.000	90.000
Air mineral	60.000	60.000	60.000	60.000
Bahan baku kulit (pack)	1.800.000	1.800.000	1.800.000	1.260.000
Total Biaya Variabel (TVC)	16.610.000	17.310.000	18.270.000	17.396.667

Sumber : Data Primer, 2026

Tabel biaya variabel menggambarkan pola pengeluaran yang secara langsung mengikuti volume penjualan Ayam Goreng Krispi Mr Kriuk, terutama untuk bahan baku utama seperti ayam, kulit, minyak goreng, tepung, kemasan, dan bahan pendukung lain yang melekat pada setiap porsi produk yang dijual. Secara umum tampak bahwa porsi terbesar biaya variabel berasal dari pembelian ayam marinasi dan kulit, diikuti oleh minyak goreng, tepung, serta kemasan, sedangkan komponen lain seperti beras, saus, dan air mineral menyumbang porsi yang lebih kecil dan relatif stabil antarbulan. Kecenderungan data menunjukkan adanya kenaikan biaya variabel total dari Oktober ke Desember, yang sebagian besar didorong oleh meningkatnya penggunaan bahan baku ayam, tepung, dan kemasan seiring pertumbuhan penjualan, sementara beberapa pos lain seperti minyak goreng dan beras tetap konstan pada tingkat tertentu. Kondisi ini mengindikasikan bahwa dinamika biaya variabel usaha lebih dipengaruhi oleh perubahan volume produksi dan penjualan, bukan oleh perubahan harga satuan input secara drastis selama periode pengamatan.

Menurut Mulyadi (2015), biaya variabel adalah biaya yang jumlah totalnya berubah secara proporsional dengan perubahan volume kegiatan,

misalnya jumlah unit yang diproduksi atau dijual. Dalam kerangka analisis usahatani, Soekartawi (2002) juga menegaskan bahwa biaya variabel merupakan pengeluaran yang besarnya bergantung langsung pada skala produksi, sehingga ketika produksi meningkat maka total biaya variabel juga akan meningkat. Jika konsep ini diterapkan pada usaha Mr Kriuk, maka kenaikan biaya bahan baku ayam, tepung, dan kemasan dari Oktober hingga Desember lebih tepat dipahami sebagai konsekuensi dari meningkatnya volume penjualan, bukan sebagai indikasi pemborosan semata.

4.4 Penerimaan Usaha Ayam Goreng Krispi Mr Kriuk

Penerimaan usaha (total revenue, TR) dihitung dari hasil kali antara jumlah unit ekuivalen yang terjual dengan harga jual rata-rata per unit. Namun karena data penjualan rinci per varian tidak tersedia, penelitian ini menggunakan data omzet bulanan yang dicatat pemilik sebagai dasar perhitungan penerimaan. Ringkasan penerimaan usaha selama Oktober–Desember 2025 disajikan pada Tabel 5 dibawah.

Tabel 5. Penerimaan Usaha Ayam Goreng Krispi Mr Kriuk per Bulan

Bulan	Penerimaan (TR) (Rp)
Oktober 2025	20.000.000
November 2025	22.300.000
Desember 2025	23.250.000
Rata-rata	21.850.000

Sumber : Data Primer, 2026

Dalam penelitian ini, data penjualan rinci per varian menu tidak tersedia sehingga penentuan harga jual rata-rata per unit ($\bar{P}$) dan jumlah produksi dalam unit ekuivalen (Q) dilakukan dengan pendekatan. Pendekatan ini merujuk pada konsep penerimaan usaha dan analisis produksi yang dijelaskan Soekartawi (2002) dan Mulyadi (2015), yaitu bahwa penerimaan total merupakan hasil kali antara jumlah produk dan harga jual rata-rata, sehingga harga jual rata-rata dapat dihitung dari total penerimaan dan jumlah unit yang terjual.

Berdasarkan informasi pemilik usaha, total penjualan harian rata-rata diperkirakan sekitar 73 unit ekuivalen dengan omzet harian Rp809.875, sehingga harga jual rata-rata tertimbang sebesar sekitar Rp11.094 per unit

ekuivalen. Selanjutnya, penerimaan bulanan dibagi dengan harga rata-rata tersebut untuk memperoleh jumlah produksi dalam unit ekuivalen. Dengan demikian, rata-rata produksi ekuivalen selama Oktober–Desember 2025 berada pada kisaran 1.970 unit per bulan. Pendekatan ini digunakan untuk menjaga konsistensi analisis ketika data penjualan per varian tidak tersedia secara lengkap. Penggunaan estimasi berbasis penerimaan dan unit ekuivalen juga sejalan dengan pendekatan dalam analisis biaya produksi UMKM ketika data operasional rinci terbatas, terutama untuk menilai harga pokok produksi dan efisiensi usaha secara lebih konsisten (Sari dan Ramayanti, 2022).

4.5 Keuntungan Usaha Ayam Goreng Krispi Mr Kriuk

Keuntungan atau pendapatan bersih (net income, NI) diperoleh dari selisih antara penerimaan (TR) dan total biaya produksi (TC). Ringkasan penerimaan, total biaya, dan keuntungan per bulan disajikan pada Tabel 6.

Tabel 6. Penerimaan, Total Biaya, dan Keuntungan Usaha per Bulan

Bulan	TR (Rp)	FC (Rp)	VC (Rp)	TC (Rp)	Keuntungan (Rp)
Oktober 2025	20.000.000	4.305.300	16.610.000	20.915.300	-915.300
November 2025	22.300.000	4.325.300	17.310.000	21.635.300	664.700
Desember 2025	23.250.000	4.360.300	18.270.000	22.630.300	619.700
Rata-rata	21.850.000	4.330.300	17.396.667	21.726.967	123.033

Sumber : Data Primer, 2026

Berdasarkan hasil perhitungan, rata-rata penerimaan usaha Mr Kriuk selama Oktober–Desember 2025 sebesar Rp21.850.000 dengan rata-rata total biaya Rp21.726.967, sehingga diperoleh keuntungan rata-rata sebesar Rp123.033 per bulan. Nilai ini menunjukkan bahwa usaha masih menghasilkan laba, tetapi besarnya sangat tipis karena selisih antara penerimaan dan biaya hanya sekitar 0,56 persen dari total penerimaan. Dalam konteks usaha kuliner skala UMKM, kondisi seperti ini menggambarkan bahwa usaha bergerak pada margin yang sangat sempit sehingga sedikit kenaikan biaya atau penurunan omzet dapat langsung menekan laba bersih (Mulyadi, 2015; Soekartawi, 2002).

Keuntungan yang kecil tersebut tidak dapat dilepaskan dari struktur biaya usaha yang didominasi oleh bahan baku utama dan biaya operasional harian. Ayam marinasi, minyak goreng, tepung, kemasan, dan bahan

pendukung lain menyerap porsi besar biaya variabel, sedangkan sewa lokasi, gaji karyawan, listrik, air, dan penyusutan menambah beban rutin yang harus dibayar setiap bulan. Kondisi ini sejalan dengan temuan Sari dan Ramayanti (2022) bahwa pada UMKM kuliner, biaya produksi sering menjadi faktor utama yang menekan laba ketika kenaikan biaya input lebih cepat daripada kenaikan penerimaan.

Menurut keterangan owner, usaha Mr Kriuk secara finansial masih layak tetapi marginnya kecil karena kompetitor semakin banyak. Owner menekankan bahwa usaha seperti Berdikari dapat menjual lebih murah karena memperoleh ayam langsung dari peternakan dan mengolah sendiri mulai dari pemotongan, pembersihan, sampai penjualan. Sementara itu, Mr Kriuk harus membeli bahan baku ayam dari stokist franchise sehingga biaya bahan bakunya lebih tinggi. Kondisi ini menjelaskan mengapa keuntungan usaha tidak bisa besar, karena sebagian penerimaan langsung terserap oleh biaya input yang sudah lebih tinggi sejak awal proses produksi (Kasanah dan Wibowo, 2024; Hakim, 2025).

Selain itu, strategi harga jual yang kompetitif juga berkontribusi terhadap tipisnya keuntungan. Dalam usaha ayam goreng krispi, pelaku usaha sering tidak leluasa menaikkan harga secara signifikan karena persaingan harga sangat ketat dan konsumen cenderung sensitif terhadap perbedaan harga. Akibatnya, pemilik usaha lebih memilih mempertahankan harga yang terjangkau agar volume penjualan tetap terjaga, tetapi konsekuensinya margin laba per unit menjadi rendah. Pola ini sejalan dengan temuan Nurhidayah dkk. (2025) bahwa pada usaha kuliner berbasis kemitraan, keseragaman merek dan harga sering membatasi ruang fleksibilitas outlet untuk meningkatkan laba secara agresif.

Owner juga menyatakan bahwa usaha masih dapat bertahan dalam jangka panjang, tetapi dengan tantangan yang cukup besar. Alasan utamanya adalah banyak pesaing menjual ayam goreng krispi dengan harga murah meskipun rasa, marinasi, dan ukuran potongan ayam dinilai lebih rendah. Dalam kondisi pasar seperti ini, konsumen cenderung menyesuaikan pilihan dengan daya beli masing-masing, sehingga sebagian konsumen akan memilih produk murah walaupun kualitasnya tidak setinggi Mr Kriuk. Situasi tersebut

berdampak pada penjualan karena usaha harus bersaing tidak hanya pada rasa, tetapi juga pada persepsi harga dan keterjangkauan (Mangu dkk., 2025; Fitratunnisa dkk., 2025).

Kondisi persaingan yang semakin padat juga menjelaskan mengapa pendapatan usaha masih di bawah harapan. Menurut owner, banyaknya kompetitor ayam goreng krispi membuat pasar menjadi terfragmentasi dan mendorong persaingan harga yang lebih tajam. Dalam situasi ini, usaha yang tidak memiliki keunggulan biaya seperti Berdikari akan lebih sulit memperoleh margin besar, karena harus mempertahankan kualitas produk sekaligus menjaga harga agar tetap bersaing. Penelitian Hakim (2025) menunjukkan bahwa pada usaha kuliner, tingginya kompetisi dan sensitifnya konsumen terhadap harga dapat membuat pendapatan berada di bawah target meskipun usaha tetap layak secara finansial.

Faktor lain yang memperkecil keuntungan adalah biaya bahan baku dan biaya operasional yang cenderung sulit dikendalikan secara penuh. Harga ayam, minyak goreng, tepung, kemasan, serta biaya tenaga kerja merupakan komponen yang langsung memengaruhi laba bersih. Dalam kondisi Mr Kriuk, peningkatan kecil pada biaya input akan cepat menggerus selisih penerimaan, sebab margin usaha memang sudah tipis sejak awal. Menurut Medyawati dan Jamiah (2025), ketika biaya tetap dan biaya variabel berada pada level yang tinggi dibandingkan dengan penerimaan, laba bersih usaha akan menjadi sangat sensitif terhadap perubahan harga maupun volume penjualan.

Nilai keuntungan yang kecil juga menunjukkan bahwa efisiensi penggunaan bahan baku belum mampu menghasilkan ruang laba yang luas. Usaha kuliner skala kecil umumnya menghadapi keterbatasan dalam pembelian skala besar, sehingga biaya satuan bahan baku cenderung tidak serendah pesaing yang memiliki rantai pasok lebih langsung. Karena itu, walaupun usaha tetap berjalan dan diterima pasar, keuntungan bersih yang diperoleh belum cukup besar untuk menciptakan bantalan finansial yang aman. Penelitian Frisca dan Yasin (2023) menunjukkan bahwa usaha kecil dapat tetap dinilai layak meskipun keuntungan bersihnya tidak tinggi, selama penerimaan masih mampu menutup seluruh biaya produksi.

Dari sisi implikasi, keuntungan yang kecil menuntut pemilik usaha untuk lebih fokus pada pengendalian biaya bahan baku, efisiensi penggunaan energi, dan peningkatan volume penjualan pada jam-jam ramai. Upaya tersebut penting agar selisih antara penerimaan dan biaya dapat diperbesar tanpa harus menaikkan harga secara tajam. Dalam konteks UMKM kuliner, strategi mempertahankan laba tidak hanya dilakukan melalui penjualan yang lebih banyak, tetapi juga melalui pengurangan kebocoran biaya, penataan pembelian input, dan pemilihan strategi promosi yang lebih tepat sasaran (Sari dan Ramayanti, 2022; Fitratunnisa dkk., 2025).

Secara keseluruhan, keuntungan usaha Mr Kriuk yang relatif kecil dapat dipahami sebagai hasil interaksi antara biaya input yang tinggi, harga jual yang kompetitif, serta tekanan persaingan dari usaha ayam goreng krispi lain yang menjual lebih murah. Dengan demikian, usaha ini tetap layak dijalankan, tetapi keberlanjutan jangka panjangnya sangat bergantung pada kemampuan pemilik menjaga efisiensi biaya dan mempertahankan daya tarik produk di tengah persaingan yang semakin ketat (Hakim, 2025; Kasanah dan Wibowo, 2024).

4.6 Analisis Kelayakan Usaha Ayam Goreng Krispi Mr Kriuk

Kelayakan finansial usaha dianalisis menggunakan indikator R/C Rasio, B/C Rasio, dan *Break Even Point* (BEP). Ketiga indikator ini saling melengkapi karena R/C Rasio menunjukkan kemampuan penerimaan menutup biaya, B/C Rasio menunjukkan besarnya manfaat bersih terhadap biaya, dan BEP menunjukkan batas minimal penjualan agar usaha tidak merugi (Soekartawi, 2002).

Tabel 7. Nilai R/C Rasio

Indikator	Nilai
Total Penerimaan	21.850.000
Total Biaya	21.726.967
R/C Rasio	1,01

Sumber : Data Primer, 2026

Nilai R/C Rasio sebesar 1,01 berarti setiap Rp1 biaya yang dikeluarkan hanya menghasilkan Rp1,01 penerimaan. Secara matematis, usaha memang berada di atas titik impas, namun selisih sebesar 0,01 menunjukkan bahwa

ruang keuntungan sangat kecil. Kondisi ini menandakan bahwa usaha sudah mampu menutup seluruh biaya, tetapi belum memiliki efisiensi yang kuat untuk menghasilkan surplus yang nyaman (Putra dan Suparta, 2024; Medyawati dan Jamiah, 2025).

Nilai R/C Rasio yang hanya sedikit di atas angka 1 terjadi karena struktur biaya usaha relatif besar, baik dari sisi biaya tetap maupun biaya variabel. Sewa lokasi, gaji karyawan, pembelian ayam marinasi, minyak goreng, tepung, dan kemasan merupakan komponen yang langsung membebani usaha dan sulit ditekan tanpa memengaruhi operasional. Pada usaha kuliner skala UMKM, biaya input yang tinggi sering kali membuat penerimaan hanya cukup untuk menutup biaya, bukan menghasilkan margin besar (Sari dan Ramayanti, 2022; Hakim, 2025).

Menurut owner, kondisi ini juga dipengaruhi oleh perbedaan sumber bahan baku dengan kompetitor. Usaha seperti Berdikari dapat menjual lebih murah karena membeli ayam langsung dari peternakan dan mengolahnya sendiri, sedangkan Mr Kriuk membeli bahan baku dari stokist franchise. Artinya, sejak awal struktur biaya Mr Kriuk sudah lebih tinggi sehingga ruang efisiensinya lebih sempit. Dalam konteks teori biaya, perbedaan jalur pasok ini akan memengaruhi biaya total dan pada akhirnya menekan R/C Rasio (Mulyadi, 2015; Kasanah dan Wibowo, 2024).

Selain struktur biaya, harga jual juga memegang peranan penting terhadap rendahnya nilai R/C Rasio. Dalam usaha makanan siap saji, harga jual tidak bisa dinaikkan terlalu jauh karena konsumen sangat peka terhadap harga dan memiliki banyak alternatif produk serupa. Akibatnya, pemilik usaha lebih memilih menjaga harga tetap terjangkau agar volume penjualan stabil. Strategi ini memang membantu menjaga arus kas, tetapi secara langsung membatasi peningkatan R/C Rasio karena penerimaan tambahan tidak naik jauh lebih cepat daripada biaya (Mangu dkk., 2025; Nurhidayah dkk., 2025).

Volume penjualan yang meningkat juga belum tentu menghasilkan R/C Rasio yang tinggi apabila kenaikan omzet diikuti oleh kenaikan biaya bahan baku dan operasional yang sebanding. Dalam kasus Mr Kriuk, kenaikan penerimaan dari Oktober ke Desember menunjukkan adanya peningkatan penjualan, tetapi peningkatan tersebut juga diiringi oleh naiknya biaya

variabel. Hal ini menyebabkan efisiensi pendapatan terhadap biaya tetap berada pada level yang tipis, sehingga R/C Rasio hanya sedikit melewati batas layak (Frisca dan Yasin, 2023).

Kondisi usaha kuliner skala UMKM turut menjelaskan mengapa nilai R/C Rasio tidak tinggi. Usaha kecil seperti Mr Kriuk biasanya mengandalkan perputaran penjualan harian, tenaga kerja terbatas, serta modal kerja yang tidak besar. Dalam situasi seperti ini, ruang untuk memperbesar margin usaha sangat sempit karena fokus utama justru menjaga usaha tetap berjalan dan mempertahankan pelanggan. Oleh sebab itu, R/C Rasio sebesar 1,01 lebih tepat dipahami sebagai indikator bahwa usaha masih bertahan secara finansial, bukan sebagai tanda profitabilitas yang kuat (Kemenkop UKM RI, 2024; Putra dan Suparta, 2024).

Hasil ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang menunjukkan bahwa usaha kuliner dapat dinilai layak meskipun nilai kelayakannya tidak terlalu besar. Penelitian Hakim (2025) dan Frisca dan Yasin (2023) sama-sama memperlihatkan bahwa usaha yang layak tidak selalu memiliki kelebihan penerimaan yang lebar, terutama ketika biaya produksi mendekati jumlah penerimaan. Dengan demikian, R/C Rasio pada Mr Kriuk mengindikasikan kelayakan minimum yang masih perlu diperkuat melalui efisiensi biaya.

Tabel 8. Nilai B/C Rasio

Indikator	Nilai
Keuntungan / NI	123.033
Total Biaya	21.726.967
B/C Rasio	0,01

Sumber : Data Primer, 2026

Nilai B/C Rasio sebesar 0,01 menunjukkan bahwa setiap Rp100 biaya yang dikeluarkan hanya menghasilkan sekitar Rp1 manfaat bersih. Nilai ini menegaskan bahwa usaha memang masih menghasilkan keuntungan, tetapi manfaat bersihnya sangat kecil dibandingkan total biaya yang digunakan. Dalam perspektif kelayakan usaha, B/C Rasio yang sangat rendah berarti usaha belum memiliki tingkat keuntungan yang cukup kuat untuk memberikan bantalan finansial yang aman (Soekartawi, 2002; Frisca dan Yasin, 2023).

Kecilnya nilai B/C Rasio berkaitan langsung dengan tipisnya selisih antara penerimaan dan total biaya. Karena total biaya hampir menyamai penerimaan, maka keuntungan yang tersisa hanya sedikit. Ini menunjukkan bahwa usaha tidak memiliki ruang laba yang besar setelah seluruh komponen biaya diperhitungkan. Situasi seperti ini umum terjadi pada UMKM kuliner yang mengandalkan harga jual kompetitif dan menghadapi biaya bahan baku yang cenderung tinggi (Sari dan Ramayanti, 2022; Hakim, 2025).

B/C Rasio yang rendah juga mengindikasikan bahwa usaha belum efisien secara optimal. Efisiensi di sini bukan berarti usaha salah dijalankan, tetapi lebih kepada keterbatasan kemampuan usaha dalam menciptakan manfaat bersih dari setiap rupiah biaya yang dikeluarkan. Dalam kasus Mr Kriuk, sebagian besar biaya habis untuk mempertahankan operasional dan mutu produk, sehingga tambahan manfaat yang dihasilkan menjadi sangat kecil. Menurut Medyawati dan Jamiah (2025), kondisi seperti ini menunjukkan usaha masih rentan karena sedikit saja kenaikan biaya dapat menghapus manfaat bersih yang sudah tipis.

Meskipun begitu, usaha tetap dinilai layak karena B/C Rasio masih positif. Artinya, biaya yang dikeluarkan belum melebihi manfaat yang diperoleh. Kelayakan ini penting karena menunjukkan bahwa usaha belum berada pada kondisi rugi, tetapi harus dipantau ketat. Dalam praktik UMKM, kelayakan yang tipis ini sering dianggap cukup untuk mempertahankan usaha, namun belum cukup untuk melakukan ekspansi tanpa perbaikan efisiensi lebih lanjut (Kemenkop UKM RI, 2024; Putra dan Suparta, 2024).

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Frisca dan Yasin (2023) yang menegaskan bahwa usaha kecil dapat tetap layak walaupun B/C Rasio-nya rendah, selama penerimaan masih lebih besar daripada biaya. Penelitian Hakim (2025) juga menunjukkan bahwa pada bisnis kuliner, B/C Rasio sering kali tidak terlalu tinggi karena strategi harga bersaing membuat keuntungan bersih menjadi tipis. Dengan demikian, hasil B/C Rasio pada Mr Kriuk menguatkan temuan bahwa usaha kuliner skala kecil cenderung bertahan pada margin sempit.

Tabel 9. Nilai BEP Unit dan BEP Rupiah

Indikator	Nilai
Total Biaya Tetap	4.330.300
Harga Jual	11.094
Total Biaya Variabel	17.396.667
Biaya Variabel per Unit	1.970
BEP Unit	1.913
BEP Rupiah	21.222.822

Sumber : Data Primer, 2026

Nilai BEP unit sebesar 1.913 unit dan BEP rupiah sebesar Rp21.222.822 menunjukkan bahwa usaha harus menjual minimal sebanyak itu agar tidak mengalami laba maupun rugi. Karena rata-rata produksi aktual berada di angka 1.970 unit dan penerimaan aktual sekitar Rp21.850.000, maka usaha memang telah melewati titik impas, tetapi hanya dengan selisih yang sangat tipis. Dalam analisis kelayakan, kondisi seperti ini menunjukkan bahwa usaha masih rentan karena cadangan keamanan usahanya belum besar (Wedyawati dan Jamiah, 2025).

Titik impas yang cukup dekat dengan realisasi penjualan terjadi karena biaya tetap dan biaya variabel usaha tergolong tinggi dibandingkan dengan margin harga jual per unit. Biaya tetap seperti sewa lokasi, gaji karyawan, listrik, dan penyusutan harus ditanggung setiap bulan, sedangkan biaya variabel seperti ayam, minyak goreng, tepung, dan kemasan meningkat seiring penjualan. Kombinasi kedua biaya ini membuat usaha membutuhkan omzet yang relatif besar hanya untuk menutup biaya, sehingga BEP tidak berada pada level yang rendah (Mulyadi, 2015; Soekartawi, 2002).

Menurut owner, kondisi tersebut juga tidak terlepas dari tingginya persaingan harga di pasar ayam goreng krispi. Banyak pesaing menjual produk dengan harga murah, walaupun kualitas rasa, marinasi, dan ukuran potongan ayam lebih rendah. Situasi ini menekan ruang perusahaan untuk menaikkan harga jual secara bebas, karena kenaikan harga dapat membuat konsumen berpindah ke penjual lain yang lebih murah. Akibatnya, titik impas menjadi relatif dekat dengan kondisi aktual karena harga jual harus tetap dijaga kompetitif agar volume penjualan tidak turun (Mangu dkk., 2025; Hakim, 2025).

Selain itu, harga jual rata-rata yang digunakan dalam perhitungan BEP juga memengaruhi tingginya titik impas. Ketika harga jual dijaga agar tetap kompetitif, selisih antara harga jual dan biaya variabel per unit menjadi sempit. Akibatnya, usaha harus menjual lebih banyak unit untuk mencapai titik impas. Dalam usaha kuliner, situasi ini umum terjadi karena pemilik lebih memilih menjaga daya tarik pasar daripada menaikkan harga secara tajam (Mangu dkk., 2025; Hakim, 2025).

Volume penjualan aktual yang hanya sedikit di atas BEP unit menunjukkan bahwa usaha masih memiliki margin pengaman yang kecil. Jika terjadi penurunan penjualan harian atau kenaikan biaya bahan baku, usaha dapat dengan cepat kembali mendekati titik impas. Oleh karena itu, hasil BEP tidak hanya menunjukkan batas minimum penjualan, tetapi juga memberi sinyal bahwa stabilitas penjualan perlu dijaga secara konsisten agar usaha tetap aman secara finansial (Medyawati dan Jamiah, 2025).

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Wedyawati dan Jamiah (2025) yang menunjukkan bahwa BEP pada usaha kuliner dapat menjadi alat untuk melihat seberapa kuat kemampuan usaha menutup biaya operasional. Penelitian Sudirman (2025) juga menegaskan bahwa analisis BEP pada UMKM kuliner penting untuk membantu pelaku usaha menetapkan target penjualan yang realistis. Dengan demikian, BEP pada Mr Kriuk menegaskan bahwa usaha layak, tetapi masih berada pada posisi yang relatif sensitif terhadap perubahan biaya dan penjualan.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilaksanakan, diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

1. Rata-rata biaya tetap usaha mencapai Rp 4.330.300 per bulan, sedangkan rata-rata biaya variabel sebesar Rp 17.396.667 per bulan, sehingga total biaya produksi rata-rata sebesar Rp 21.727.967 per bulan. Sementara itu, rata-rata penerimaan usaha tercatat sebesar Rp 21.850.000 per bulan.
2. Laba bersih atau *Net Income* rata-rata dari usaha ayam goreng krispi merek Mr Kriuk mencapai Rp 123.033 per bulan.
3. Hasil analisis kelayakan finansial menunjukkan bahwa usaha ayam goreng krispi Mr Kriuk memiliki nilai R/C Rasio sebesar 1,01 dan B/C Rasio sebesar 0,01, yang berarti secara rata-rata usaha ini berada pada kondisi **layak minimum**. Nilai R/C Rasio yang sedikit di atas satu menunjukkan bahwa setiap Rp 1,00 biaya yang dikeluarkan hanya mampu menghasilkan penerimaan sebesar Rp 1,01, sehingga keuntungan yang diperoleh masih sangat kecil. Analisis *Break Even Point* (BEP) juga memperlihatkan bahwa titik impas usaha berada pada sekitar 1.913 unit per bulan atau setara Rp 21.222.822 per bulan. Artinya, usaha memang sudah melampaui titik impas, tetapi selisih antara realisasi aktual dan BEP masih sangat tipis sehingga tingkat keamanan usaha relatif rendah.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah diuraikan, beberapa saran dapat disampaikan sebagai berikut:

1. Pemilik usaha Mr Kriuk disarankan untuk meningkatkan pengelolaan usaha secara lebih terpadu, terutama melalui pengendalian biaya produksi, peningkatan strategi pemasaran, serta pencatatan keuangan yang lebih tertib dan lengkap. Upaya tersebut penting agar pengeluaran dapat lebih efisien, volume penjualan meningkat, dan kondisi keuangan usaha dapat diketahui secara lebih akurat sebagai dasar pengambilan keputusan usaha.

2. Pemerintah daerah dan peneliti selanjutnya disarankan untuk turut mendukung pengembangan usaha melalui pembinaan, pendampingan, pelatihan manajemen usaha, akses permodalan, serta fasilitasi promosi bagi pelaku UMKM. Selain itu, penelitian berikutnya perlu menggunakan periode pengamatan yang lebih panjang dan menambahkan analisis kelayakan usaha yang lebih lengkap, baik dari aspek finansial maupun nonfinansial, agar hasil penelitian menjadi lebih komprehensif.

DAFTAR PUSTAKA

- Amaliyah, F., Arifia Y., dan Hetika. 2024. Analisis Pengelolaan Kas Pada UMKM. Owner : Riset Dan Jurnal Akuntansi Volume 8 Nomor 4, Oktober 2024. DOI : <https://doi.org/10.33395/owner.v8i4.2454>
- Apriliana, H. 2017. Analisis kelayakan usaha ayam goreng krispi di Kota Tarakan (Studi Kasus pada IRT Ayam Krispi Benny di Kelurahan Karang Anyar Kota Tarakan). Skripsi Jurusan Agribisnis Fakultas Pertanian. Universitas Borneo Tarakan.
- Aulia, C., Anabella, Fitriani, D., Setyaningrum, W. D. F., dan Saridawati. 2024. Peran Umkm Dalam Pengentasan Kemiskinan Dan Pemerataan Pendapatan Di Indonesia. Jurnal Penelitian Multidisiplin Terpadu Universitas Bina Sarana Informatika, Vol 8 No. 10 Oktober 2024, 8(10), 163.
- Badan Pusat Statistik. 2025. Laju Pertumbuhan PDB Seri 2010. Tersedia di: <https://www.bps.go.id/id/statistics-table/2/MTA0IzI=/-seri-2010--laju-pertumbuhan-pdb-seri-2010--persen-.html> (Diakses pada 14 November 2025).
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Karanganyar. 2023. Kabupaten Karanganyar dalam angka 2023. BPS Kabupaten Karanganyar.
- Fitrah, M., dan Luthfiyah. 2017. Metodologi Penelitian ; Penelitian Kualitatif, Tindakan Kelas & Studi Kasus. Sukabumi : CV Jejak.
- Fitratunnisa, P., Hery A. P. dan Halpiah. 2025. Penyusunan Laporan Keuangan UMKM Berdasarkan SAK EMKM (Studi Kasus Pada CV. Almarn Ligurbar Farm). Nusantara Hasana Journal Volume 5 No 4 September 2025, halaman 47-58.
- Frisca, N. N. F. dan Yasin, M. 2023. Analisis Kelayakan Usaha Industri Kecil Menengah Tas Di Kecamatan Tanggulangin Kabupaten Sidoarjo. Jurnal Manajemen dan Bisnis Ekonomi Volume 1 No 4 Oktober 2023. DOI : <https://doi.org/10.54066/jmbe-itb.v1i4.713>
- Hakim, M. A. 2025. Analisis Kelayakan Bisnis UMKM Kuliner Ditinjau dari Aspek Pemasaran dan Keuangan: Studi Kasus Dapur Neka. Jurnal Manajemen Usaha, 8(1), 89-107.
- Kasanah, I., dan Wibowo, E. 2024. Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Inovasi Produk Dan Teknologi Informasi Terhadap Kinerja Keuangan Umkm Kuliner Di Alun-Alun Karanganyar. Jurnal Riset Manajemen dan Ekonomi, 2(3), 265–274. DOI : <https://doi.org/10.54066/jrime-itb.v2i3.2151>
- Kemenkop UKM RI. 2024. Serial Pengarusutamaan Strategi Pengembangan Koperasi dan UKM #Seri 1: Summary/Ringkasan : Inovasi Membentuk UMKM & Koperasi Masa Depan. Jakarta: Kemenkop UKM RI.
- Kementerian Perdagangan Republik Indonesia. 2019. Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Waralaba.

- Kementerian Pertanian RI. 2024. Outlook Komoditas Peternakan Daging Ayam. Jakarta: Pusat Data dan Sistem Informasi Pertanian, Sekretariat Jenderal Kementerian Pertanian.
- Mangu, A. K. W., Muhammad H. H., dan Tugma J. M. 2025. Faktor Lokasi Usaha Terhadap Tingkat Pendapatan Industri Restoran Cepat Saji Di Kota Kupang. *Geosfera: Jurnal Penelitian Geografi PG* Vol. 4.No. 2 Desember 2025, Hal.484-494.
- Medyawati, E. dan Jamiah. 2025. Analisis Break Even Point (BEP) Dan Margin of Safety (MOS) Sebagai Alat Perencanaan Laba Pada CV. Sahabat Catering Tabalong. *JAPB : Volume 8 No 2*, 2025. DOI : 10.35722/japb
- Mulyadi. 2015. Akuntansi Biaya (Edisi Kelima). Yogyakarta: Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN.
- Nurmala, Tri S., Ema L., Jusmany, Emilda, Aryo A., dan Nurkadina N. 2022. Usaha Kuliner Sebagai Penggerak UMKM Pada Masa Pandemi Covid 19. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat STEBIS IGM Volume 3 No 1*, Juli 2022. DOI : 10.36908
- PP Republik Indonesia 2007. Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba. Lembaran Negara Republik Indonesia TAhun 2007 Nomor 90.
- Putra, D. T. C. dan Suparta, I. M. 2022. Analisis Kelayakan Usaha Toko Bahan Bangunan (Keramik) Di Desa Bambe Kecamatan Driyorejo Kabupaten Gresik. *Jurnal Ekonomi Pembangunan Indonesia Volume 2 No 1* Februari 2024.
- Rusiawan, W. 2019. Industri Kuliner Jadi Penopang Terbesar Perekonomian Kreatif Indonesia. Pernyataan pada Seminar Keunggulan Kuliner Indonesia di Fakultas Teknologi Pertanian UGM, 4 September 2019. Diakses dari <https://ugm.ac.id/id/berita/20590-industri-kuliner-jadi-penopang-terbesar-perekonomian-kreatif-indonesia>.
- Salsabila, J.F., Dina N. A., dan Devananda E. W. 2026. Kunci Keberhasilan Usaha Kuliner Skala Mikro Berdasarkan Perspektif Pelaku Usaha. *Jurnal Media Akademik Volume 4 No 1* Januari 2026. e-ISSN: 3031-5220; DOI: 10.62281, Hal XX-XX
- Sari, A. dan Ramayanti, R. 2022. Analisis Biaya Produksi Pada Umkm Rini Catering Kebon Baru Di Masa Pandemi Covid-19 Dalam Pemberian Diskon. *IKRAITH Ekonomika No 1 Volume 5* Maret 2022.
- Sobana. D. H. 2018. Studi Kelayakan Bisnis. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Soekartawi. 2002. Analisis Usahatani. Jakarta: UI Press.
- Suandi, A. 2025. Industri Makanan dan Minuman Topang Perekonomian Nasional Berkelanjutan. *RRI*, 3 Juni 2025. Diakses dari <https://rri.co.id/info-kementerian/1560360/industri-makanan-dan-minuman-topang-perekonomian-nasional-berkelanjutan>
- Sulistiyowati, W. 2019. Buku Ajar Analisa Kelayakan Usaha. Sidoarjo: Umsida Press.
- Swargi, B. dan Puspita, W. D. 2022. Penyusunan Laporan Keuangan UMKM berdasarkan SAK EMKM pada UMKM CV. Talida Citra Swara. *Jurnal Ilmiah Bisnis Dan Perpajakan*.

- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah.
- Wiratech. 2025. Chicken Crispy, Bisnis Jitu Raup Cuan Harian. Artikel Wiratech , 17 November 2025. Diakses dari <https://wiratech.co.id/chicken-crispy/>.
- Wiratri, R. N., Umi N., Ari M. H., dan Fariz N. H. 2025. Analisis Sistem Penjualan Dan Model Waralaba Pada Usaha Kuliner Dimsum Narawi Mentai: Studi Observasi Cabang Tegalrejo, Yogyakarta. Neraca Akuntansi Manajemen, Ekonomi Volume 17 No. 10 Tahun 2025. DOI: 10.8734/mnmae.v1i2.359
- Zahara, V. M. & Anwar, C. J. 2021. Mikroekonomi (Sebuah Pengantar). Bandung: CV Media Sains Indonesia.

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner

KUESIONER PENELITIAN

ANALISIS KELAYAKAN UMKM AYAM GORENG KRISPI MEREK MR. KRIUK DI KARANGANYAR

Dengan hormat,

Saya adalah mahasiswa yang sedang melakukan penelitian tentang "Analisis Kelayakan UMKM Ayam Goreng Krispi Merek Mr. Kriuk Di Karanganyar" untuk menyelesaikan tugas akhir di program studi Saya. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kelayakan finansial usaha Anda dari aspek biaya produksi, pendapatan, dan faktor-faktor yang mempengaruhi penjualan.

Saya meminta kesediaan Anda untuk mengisi kuesioner ini dengan sebaik-baiknya dan sejujur-jujurnya. Semua informasi yang Anda berikan akan dijaga kerahasiaannya dan hanya digunakan untuk keperluan penelitian ilmiah ini. Identitas Anda tidak akan dipublikasikan tanpa persetujuan terlebih dahulu.

Waktu yang diperlukan untuk mengisi kuesioner ini kurang lebih 30-45 menit. Saya sangat menghargai waktu dan informasi yang Anda berikan.

Terima kasih atas kerja sama dan dukungan Anda.

Peneliti

Nama : Muhamad Alfian Pradhana
NIM : 202408P001
Universitas : Universitas Islam Batik Surakarta
Prodi : Peternakan
Tanggal Pengisian : 16 Mei 2026

A. IDENTITAS RESPONDEN

Instruksi : Mohon isi data pribadi Anda dengan lengkap dan jelas.

Informasi Pribadi

1. Nama Responden : Wiwik Hermawati -
2. Usia : 37 Tahun
3. Jenis Kelamin :
☐ Laki-laki
☒ Perempuan
4. Pendidikan Terakhir :
☐ SD (Sekolah Dasar)

☐ SMP (Sekolah Menengah Pertama)

☐ SMA (Sekolah Menengah Atas)

☐ Diploma (D1/D2/D3)

☒ Sarjana (S1)

☐ Pascasarjana (S2/S3)

☐ Lainnya: _____

5. Berapa lama pengalaman anda dalam bisnis kuliner :

☐ Tidak memiliki pengalaman sebelumnya

☐ Kurang dari 1 tahun

☐ 1-2 tahun

☒ 2-5 tahun

☐ Lebih dari 5 tahun

6. Nomor Telepon / Whatsapp : 0859 47414181

Informasi Usaha

1. Nama Usaha : MR . KRIUK

2. Status Kepemilikan Usaha :

☐ Pemilik tunggal

☐ Waralaba/cabang Mr. Kriuk

☒ Kemitraan (sebutkan): MR . KRIUK

3. Berapa lama usaha ini telah berjalan :

☐ Kurang dari 1 tahun

☒ 1-2 tahun

☐ 2-3 tahun

☐ 3-5 tahun

☐ Lebih dari 5 tahun

4. Operasional Usaha

Jam Operasional per hari

Mulai pukul : 10.00

Tutup pukul : 20.00

Total jam per hari : 10 jam/hari

Hari Operasional per minggu

☐ 5 hari (tutup 2 hari)

☐ 6 hari (tutup 1 hari)

☒ 7 hari (buka setiap hari)

5. Lokasi usaha

☒ Pinggir jalan utama/lalu lintas ramai

☐ Dalam kompleks/mall

☐ Pemukiman/alleyway

☐ Kampus/institusi

☐ Lainnya (sebutkan): _____

6. Modal awal yang diinvestasikan untuk usaha ini (jika masih ingat) :

☐ Kurang dari Rp 5 juta

☐ Rp 5 juta - Rp 10 juta

☐ Rp 10 juta - Rp 20 juta

☒ Rp 20 juta - Rp 50 juta

☐ Lebih dari Rp 50 juta

B. DATA OPERASIONAL USAHA

Instruksi : Mohon berikan informasi detail tentang operasional usaha Anda.

1. Produk dan Varian

a. Sebutkan semua jenis/varian produk ayam goreng krispi yang Anda jual :

No.	Jenis Produk	Deskripsi (Porsi, Ukuran, dll)	Harga Jual (Rp)
	MR. HEMAT	AYAM SAJA TANPA NASI	SAYAP 7.000 PAHA 8.000 DADA 9.000 PAHA ATAS 9.000
	MR. BEPREK	AYAM SAJA + SAMBAL BEPREK	SAYAP 10.000 PAHA 12.000 DADA 13.000 PAHA ATAS 13.000
	MR. CHEESE	AYAM SAJA + CHEESE	DADA 15.000 PAHA 14.000 SAYAP 12.000 PAHA BAWAH 16.000 ATAS 16.000

MR. PEDAS	AYAM + SAOS PEDAS BARBEQUE	DADA 15.000 SAYAP 12.000	PAHA 14.000 PAHA ATAS 16.000
PAKET MR. KRIUK 1	DADA + NASI + ES TEE BOTOL / AIR MINERAL	17.000	
PAKET MR. KRIUK 2	PAHA ATAS + NASI + ES TEE BOTOL / AIR MINERAL	18.000	
PAKET MR. KRIUK 3	PAHA BAWAH + NASI + ES TEE BOTOL + AIR MINERAL	16.000	
PAKET MR. KRIUK 4	SAYAP + NASI + ES TEE BOTOL + AIR MINERAL	14.000	
NASI	1 PORSI ALA CARTE	5.000	
KULIT	1 CUP / 75 gr	8.000	
KENTANG GORENG	1 CUP / 100 gr	10.000	
BURGER	ROTI, DAGING, SAJUR, TOMAT, KEJU	15.000	

- b. Apakah ada produk tambahan/pendamping selain ayam goreng krispi yang Anda jual? (Contoh: nasi, minuman, sambal, dll)

☒ Ya, sebutkan : ES TEH , AIR MINERAL , SAMBAL , BURGER , KULIT , KENTANG GORENG

☐ Tidak ada

2. Volume dan Target Penjualan

- a. Berapa rata-rata jumlah penjualan untuk SETIAP VARIAN PRODUK per hari pada kondisi normal?

No.	Jenis Produk	Oktober 2025	November 2025	Desember 2025	Catatan
1	PAKET MR. KRIUK	10 - 12 paket = 120.000	120.000 / 204.000	120.000 x 30 = ?	
2	PAKET HEMAT	20 - 25 paket = 180 - 225.000	180 - 225.000	180 x 30 = ?	
3	MR. PEDAS	5 - 7 paket = 15 - 19.000 / hari	15 - 19.000 / hari	15 x 30 = ?	
4	MR. CHEESE	5 - 7 paket = 15 - 19.000 / hari	15 - 19.000 / hari	15 x 30 = ?	
5	ALA CARTE AYAM				
6	NASI	10 - 15 = 60.000 / hari x 30 = 1.800.000			
7	KULIT	15 cup / hari = 8000 x 15 = 120 x 303			
8	BURGER .	-	-	-	-
9	KENTANG GORENG	-	-	-	-
10	MR. BEPREK				
11	MR. .				

b. Berapa total penerimaan atau nilai penjualan (omzet) usaha Anda per bulan?

(Jika tidak tepat, berikan estimasi) / KOTOR

Rp 20.000.000 bulan Oktober 2025

Rp 22.300.000 bulan November 2025

Rp 23.250.000 bulan Desember 2025

Rata-rata 3 bulan : Rp 23.850.000 (Jumlah Okt 25 + Nov 25 + Des 25 / 3)

3. Tenaga Kerja

a. Berapa jumlah tenaga kerja yang bekerja pada usaha Anda?

Jenis Tenaga Kerja	Jumlah (Orang)	Gaji/Upah (Rp)
Karyawan Tetap (Fulltime)	-	-
Karyawan Tidak Tetap (Parttime/harian)	2	50.000 @ 1.250.000
Total	10-00 / Hari	

b. Bagaimana sistem pembayaran gaji/upah karyawan?

☐ Harian

☒ Mingguan

☐ Bulanan

☐ Lainnya: _____

c. Apakah karyawan Anda termasuk dalam program kesejahteraan (BPJS, asuransi, dll)?

☐ Ya, jenis: _____

☒ Tidak

4. Kapasitas dan Sarana Produksi

a. Berapa kapasitas produksi maksimal usaha Anda per hari? (Jika semua peralatan digunakan sepenuhnya)

151 1 pack : 4 Dada

7 pack/hari unit per hari →

2 sayap

b. Berapa persentase utilitas/pemanfaatan kapasitas produksi rata-rata saat ini?

☐ Kurang dari 50%

☐ 50% - 70%

☒ 70% - 90%

☐ Lebih dari 90%

2 Paha atas
2 Paha bawah.

c. Apa sarana/peralatan utama yang Anda gunakan dalam produksi? (Contoh: wajan, kompor gas, panci, dll)

No.	Jenis Peralatan	Jumlah	Kondisi	Usia Perkiraan (Tahun)
1.	Wajan	1	Baik / Rusak	2 tahun
2.	Kompor	1	Baik / Rusak	2 tahun
3.	3 Gas	2	Baik / Rusak	3 tahun
4.	Panci	1	Baik / Rusak	1,5 tahun
5.	Serokan	1	Baik / Rusak	1,5 tahun
6.	Tirisan	1	Baik / Rusak	1,5 tahun
7.	Baskom	1	Baik / Rusak	2 tahun
8.	Saringan	1	Baik / Rusak	1,5 tahun
9.	Alat deteksi suhu	1	Baik / Rusak	1 tahun
10.	Freezer	1	Baik / Rusak	10 tahun

C. DATA BIAYA DAN PENERIMAAN

Instruksi: Bagian ini sangat penting untuk analisis kelayakan usaha. Mohon isi dengan data yang seakurat mungkin. Jika tidak memiliki catatan pasti, berikan estimasi terbaik Anda.

1. BIAYA TETAP (FIXED COST)

Biaya tetap adalah biaya yang harus Anda keluarkan setiap bulan, terlepas dari berapa banyak Anda memproduksi.

a. Biaya Sewa Lokasi Usaha

Status: ☒ Sewa ☐ Milik Sendiri ☐ Pinjam

Tahun berapa sewa dimulai? 15.000.000 / Tahun / per November 2024

Jika sewa, berapa besar biaya sewa per bulan?

Rp 1.250.000 bulan Oktober 2025

Rp 1.250.000 bulan November 2025

Rp 1.250.000 bulan Desember 2025

Rata-rata 3 bulan : Rp 3.750.000 / 3 (Jumlah Okt 25 + Nov 25 + Des 25 / 3)

b. Gaji Karyawan Tetap (Full-time)

Jumlah karyawan tetap: 2 orang $\left\{ \begin{array}{l} \text{Shift 1} \quad 09.00 - 16.00 \\ \text{Shift 2} \quad 15.00 - 22.00 \end{array} \right.$

Berapa besaran gaji perbulan?

Rp 1.650.000 * 2 orang bulan Oktober 2025 = 3.300.000

Rp 3.300.000 bulan November 2025

Rp 3.300.000 bulan Desember 2025

Rata-rata 3 bulan : Rp $\frac{10.000.000}{3}$ (Jumlah Okt 25 + Nov 25 + Des 25 / 3)
Rp 3.300.000

c. Biaya Listrik per Bulan

Berapa tagihan listrik per bulan?

Rp 150.000 bulan Oktober 2025

Rp 250.000 bulan November 2025

Rp 250.000 bulan Desember 2025

Rata-rata 3 bulan : Rp $\frac{750.000}{3}$ (Jumlah Okt 25 + Nov 25 + Des 25 / 3)
Rp 250.000

Apakah menggunakan listrik subsidi rumah atau listrik bisnis?

☐ Rumah ☐ Bisnis ☒ Tidak tahu

d. Biaya Air per Bulan

Berapa tagihan air per bulan?

Rp 50.000 bulan Oktober 2025

Rp 50.000 bulan November 2025

Rp 60.000 bulan Desember 2025

Rata-rata 3 bulan : Rp $\frac{160.000}{3}$ (Jumlah Okt 25 + Nov 25 + Des 25 / 3)
Rp 53.000

e. Biaya Penyusutan Peralatan (jika ada)

Peralatan	Harga Beli (Rp)	Usia Pakai Estimasi (Tahun)	Penyusutan/Bulan
Kompor	200.000	2 tahun	7.500 10.000 %
Serokan	60.000	1.5 tahun	3.333 40 %
Saringan	85.000	1.5 tahun	4.722 60 %
Tirisan	45.000	1.5 tahun	2.500 40 %
Alat deteksi suhu	145.000	2 tahun	6.042 40 %
Lap Kain	10.000	3 tahun 1 tahun	833 40 %
Wajan	150.000	2	6.250 70.000 %
Regulator tabung gas	70.000	3	7.500 160.000 / 3 bulan.
Tabung 3kg (2)	180.000	3	4.000 160.000 / 3 bulan.
Panci	75.000	1.5	4.167

Catatan: Penyusutan/Bulan = Harga Beli ÷ 12 ÷ Usia Pakai Tahun

f. Biaya Pemeliharaan dan Perbaikan Peralatan per Bulan

Baskom	50.000	2	2.083
Pisau	35.000	2	1.458
Freezer	2.900.000	10	43.000
Spondok	60.000	1	5.000
X banner	100.000	2	4.167
Magic corn	270.000	10	4.050

Booth display	3.500.000	10	52.500
Ember	30.000	2	1.250

Rp 100.000 bulan Oktober 2025

Rp 120.000 bulan November 2025

Rp 145.000 bulan Desember 2025

Rata-rata 3 bulan : Rp $\frac{1.740.000}{3}$ (Jumlah Okt 25 + Nov 25 + Des 25 / 3)

g. Biaya Lainnya yang Bersifat Tetap per Bulan: $\frac{1.740.000}{3} = 121.666$

Asuransi:

Rp - bulan Oktober 2025

Rp - bulan November 2025

Rp - bulan Desember 2025

Rata-rata 3 bulan : Rp - (Jumlah Okt 25 + Nov 25 + Des 25 / 3)

Pajak/Retribusi:

Rp - bulan Oktober 2025

Rp - bulan November 2025

Rp - bulan Desember 2025

Rata-rata 3 bulan : Rp - (Jumlah Okt 25 + Nov 25 + Des 25 / 3)

Biaya lainnya: SAMPAH (DLH)

Rp 50.000 bulan Oktober 2025

Rp 50.000 bulan November 2025

Rp 50.000 bulan Desember 2025

Rata-rata 3 bulan : Rp $\frac{150.000}{3}$ (Jumlah Okt 25 + Nov 25 + Des 25 / 3)

h. TOTAL BIAYA TETAP RATA-RATA PER BULAN (1a+1b+1c+1d+1e+1f+1g)

Rp $\frac{20.018.000}{3}$ bulan. 5.080.600.
~~6.672.666 / bulan~~

2. BIAYA VARIABEL (VARIABLE COST)

Biaya variabel adalah biaya yang berubah tergantung dari jumlah produk yang Anda buat. Semakin banyak produksi, semakin besar biaya variabel.

Bahan Baku Utama: Ayam Broiler

a. Berapa harga beli ayam broiler?

Rp 45.000/kg per kg bulan Oktober 2025

45 pack / ~~bulan~~ Minggu $\times 45.000 = 2.025.000$ / minggu
 $= 8.100.000$ / bulan

Rp 8.640.000 per kg bulan November 2025 (48 pack)/minggu
 Rp 9.360.000 per kg bulan Desember 2025 (52 pack)/minggu
 Rata-rata 3 bulan : Rp 8.700.000 (Jumlah Okt 25 + Nov 25 + Des 25 / 3)
 Rp — per ekor bulan Oktober 2025 (jika biasanya dibeli per ekor)
 Rp — per ekor bulan November 2025
 Rp — per ekor bulan Desember 2025
 Rata-rata 3 bulan : Rp — (Jumlah Okt 25 + Nov 25 + Des 25 / 3)

b. Berapa rata-rata berat ayam broiler yang Anda beli?

1,2 kg per ekor

c. Untuk setiap varian produk, berapa kg daging ayam yang digunakan?

Varian Produk	Berat Ayam (Kg)	Biaya Ayam per Unit Okt 25 (Rp)	Biaya Ayam per Unit Nov 25 (Rp)	Biaya Ayam per Unit Des 25 (Rp)
Untuk semua varian kita menggunakan semua cutting ayam, Karena 1 pack isi 10 potong ayam 4 Dada, 2 Sayap, 2 paha bawah, dan 2 paha atas.				
Sehari 5-7 pack/hari dengan berat per pack 1,1-1,2 kg.				

d. Berapa rata-rata persentase daging yang dapat digunakan dari satu ekor ayam? (Dari berat total ayam, berapa persen yang bisa dimakan/tidak ada tulang/sisa)

— % (Ayam 1 pack digunakan semua karena sudah cutting)

e. Apakah ada waste/sisa ayam yang tidak dapat dijual? Kemana biasanya sisa itu dibuang atau dijual? dibagikan ke orang 2 seperti pemulung, tukang parkir, Keluarga

Bahan Bakar/Minyak Goreng

a. Berapa harga beli minyak goreng?

Rp 2.400.000 bulan Oktober 2025

Rp 2.400.000 bulan November 2025

Rp 2.400.000 bulan Desember 2025

Rata-rata 3 bulan : Rp 2.400.000 (Jumlah Okt 25 + Nov 25 + Des 25 / 3)

b. Berapa liter minyak goreng yang Anda gunakan per hari dalam produksi?

4 liter per hari

c. Untuk setiap varian produk, berapa liter minyak yang digunakan?

Varian Produk	Penggunaan Minyak (Liter/Unit)	Biaya Minyak per Unit Okt 25 (Rp)	Biaya Minyak per Unit Nov 25 (Rp)	Biaya Minyak per Unit Des 25 (Rp)
All varian	2 Liter/unit	2.400.000	2.400.000	2.400.000
	Rp. 40.000 / Liter / 2 - 3 pack ayam.			
	Rp. 80.000 / 2 Liter / Hari			

d. Apakah minyak digunakan ulang atau diganti setiap hari? Berapa kali dalam seminggu minyak diganti? Iya, diisi ulang / ditambahin ulang

Bumbu-Bumbu Dan Bahan Tambahan

a. Sebutkan semua bumbu dan bahan tambahan yang Anda gunakan:

Jenis Bumbu	Harga Satuan	Penggunaan per Hari	Estimasi Biaya per Unit Okt 25	Estimasi Biaya per Unit Nov 25	Estimasi Biaya per Unit Des 25
Tidak memakai bumbu / Karena					
dan ayam yang dipakai sudah					
Tepung	85.000 / 5 kg	2 1/2 kg	$\frac{45.000 \times 30}{1350.000}$	1.350.000	1.450.000

b. Berapa total estimasi biaya bumbu dan bahan tambahan per unit produk?

Rp 1.350.000 bulan Oktober 2025
 Rp 1.350.000 bulan November 2025
 Rp 1.450.000 bulan Desember 2025
 Rata-rata 3 bulan : Rp 1.383.333 (Jumlah Okt 25 + Nov 25 + Des 25 / 3)

c. Adakah bahan tambahan khusus untuk menghasilkan tekstur "krispi" pada produk Anda?

☐ Ya, jenis: Tidak
 Rp - bulan Oktober 2025
 Rp - bulan November 2025
 Rp - bulan Desember 2025
 Rata-rata 3 bulan : Rp - (Jumlah Okt 25 + Nov 25 + Des 25 / 3)
☐ Tidak ada, hanya proses memasak

Kemasan

a. Apa jenis kemasan yang Anda gunakan?

☒ Kertas/papier (paper box)
☒ Plastik (kantong plastik, styrofoam)
☐ Kombinasi: _____
☒ Lainnya: Cup Kulit

b. Berapa harga kemasan per unit?

Rp 1.200.000 bulan Oktober 2025

Rp 1.350.000 bulan November 2025

Rp 1.500.000 bulan Desember 2025

Rata-rata 3 bulan : Rp ~~3.050.000~~ (Jumlah Okt 25 + Nov 25 + Des 25 / 3) 1.350.000

c. Apakah kemasan berbeda untuk setiap varian produk atau sama?

☐ Sama semua (satu jenis kemasan)

☒ Berbeda per varian, rincian:

Varian Produk	Jenis Kemasan	Harga Kemasan Okt 25 (Rp)	Harga Kemasan Nov 25 (Rp)	Harga Kemasan Des 25 (Rp)
Ala Carte	Paper bag	450.000	450.000	500.000
Paket Hemat	Box	540.000	540.000	600.000
Plastik				

Upah Tenaga Kerja Tidak Tetap (Jika Ada)

a. Apakah Anda menggunakan tenaga kerja tidak tetap/harian?

☐ Ya

☒ Tidak (lompat ke sub bab selanjutnya)

b. Jika ya, berapa upah yang Anda berikan?

Upah: Rp _____ per (hari/jam)

Frekuensi: _____ hari kerja per minggu

c. Apakah upah tenaga kerja tidak tetap dihitung per hari kerja atau per unit produk?

☐ Per hari kerja

☐ Per unit produk

☐ Kombinasi

d. Jika per unit, berapa upah per unit?

Rp _____ per unit

e. Estimasi total upah tenaga kerja tidak tetap per bulan:

Rp _____ bulan Oktober 2025

Rp _____ bulan November 2025
 Rp _____ bulan Desember 2025
 Rata-rata 3 bulan : Rp _____ (Jumlah Okt 25 + Nov 25 + Des 25 / 3)

Biaya Variabel Lainnya

a. Apakah ada biaya variabel lain yang berubah sesuai dengan jumlah produksi?

☐ Ya, sebutkan : Tidak

Jenis Biaya	Satuan	Harga	Penggunaan/Hari	Estimasi Biaya/Unit Okt 25	Estimasi Biaya/Unit Nov 25	Estimasi Biaya/Unit Des 25
Beras	kg	17.000	2 kg	1.020.000	1.020.000	1.020.000
Saos tomat	sachet			250.000	250.000	250.000
Saos sambal	sachet			250.000	250.000	250.000
Saos keju	kg	90.000	—	90.000	90.000	90.000
Saos pedas BBR	kg	90.000		90.000	90.000	90.000
Air mineral	dus	60.000		60.000	60.000	60.000
Kulit	pack	45.000		1.800.000	1.800.000	1.800.000

b. TOTAL ESTIMASI BIAYA VARIABEL PER UNIT PRODUK (semua varian)

Varian Produk	Biaya Bahan Baku (Rp)	Biaya Bumbu (Rp)	Biaya Kemasan (Rp)	Biaya Upah (Rp)	Biaya Lain-Lain (Rp)	Total VC/Unit (Rp)
		—				

3. PENERIMAAN DAN PENDAPATAN

a. Berapa rata-rata penerimaan usaha Anda per bulan? / Kotor.

Rp 20.000.000 bulan Oktober 2025

Rp 21.300.000 bulan November 2025

Rp 23.350.000 bulan Desember 2025

Rata-rata 3 bulan : Rp _____ (Jumlah Okt 25 + Nov 25 + Des 25 / 3)

(Jika tidak tahu pasti, Anda bisa memberi estimasi berdasarkan: Harga Jual × Volume Penjualan rata-rata)

b. Apakah penerimaan relatif stabil atau ada fluktuasi musiman?

☐ Stabil sepanjang tahun

☒ Ada fluktuasi, biasanya meningkat pada bulan: Nov - Des

☒ Ada fluktuasi, biasanya menurun pada bulan: Agustus - Okt

c. Estimasi Pendapatan Bersih per Bulan (jika Anda pernah menghitung):

Rp 2.500.000 bulan Oktober 2025

Rp 2.700.000 bulan November 2025

Rp 3.250.000 bulan Desember 2025

Rata-rata 3 bulan : Rp 2.816.000 (Jumlah Okt 25 + Nov 25 + Des 25 / 3)

d. Dari penerimaan bulanan, berapa persen yang menjadi keuntungan bersih (setelah dikurangi semua biaya)?

12 - 15 %

(Jika tidak tahu, tuliskan "Tidak tahu" atau skip pertanyaan ini)

D. PENILAIAN KELAYAKAN USAHA SECARA UMUM

Instruksi: Berdasarkan pengalaman Anda mengelola usaha ini, berikan penilaian Anda.

1. Secara keseluruhan, menurut Anda, usaha ayam goreng krispi ini secara finansial layak atau tidak layak?

(Pilih salah satu)

☐ Sangat tidak layak (harus ditutup segera)

☐ Tidak layak (tidak menguntungkan)

☒ Cukup layak (untung tapi margin kecil)

☐ Layak (menguntungkan dan berkelanjutan)

☐ Sangat layak (sangat menguntungkan dan berpotensi besar)

Alasan singkat: Kompetitor semakin banyak yaitu kompetitor berdiskon harga lebih murah karena ayam langsung dari kandang diolah sendiri dari

2. Apakah usaha ini bisa bertahan dalam jangka panjang (sustainable)?

(Pilih salah satu)

☐ Sulit untuk bertahan (pasar tidak stabil)

☒ Bisa bertahan tapi dengan kesulitan

pemotongan, pembersihan, sampai penjualan tapi rasa standar.

☐ Cukup stabil

☐ Stabil dan berpotensi berkembang

☐ Sangat stabil dengan prospek ekspansi yang bagus

Alasan singkat: banyak pesaing yang hanya menjual lebih murah tapi tidak mengutamakan rasa, contoh: marinasi yang kurang dan potongan ayamnya yg kecil tapi besar ditepung sehingga konsumen sekarang bisa

3. Apakah pendapatan usaha saat ini sudah memenuhi harapan Anda? banyak pilihan (Pilih salah satu) sesuai budget. Ada yang murah tanpa mementingkan rasa sekarang lebih ramai.

☐ A. Jauh di bawah harapan

☒ B. Di bawah harapan

☐ C. Sesuai harapan

☐ D. Di atas harapan

☐ E. Jauh di atas harapan

Penjelasan: Karena kompetitor penjual ayam krispi sangat banyak.

E. CATATAN TAMBAHAN DAN SARAN

1. Apakah ada kendala atau tantangan dalam menjalankan usaha ayam goreng krispi ini?

(Jawab secara bebas)

Banyak kompetitor berdekatan.

2. Apakah ada perubahan signifikan dalam biaya atau penjualan dalam 3 bulan terakhir?

Di awal tahun Januari - Juli penjualan laba bisa 25-30% Tapi di akhir tahun mengalami penurunan.

3. Ada catatan atau observasi lain yang Anda anggap penting?

(Jawab secara bebas) Konsumen sekarang lebih mementingkan harga murah dibandingkan kualitas rasa tapi harga lebih mahal.

Kualitas standar.

premium

4. Saran atau kritik Anda terhadap penelitian ini:

F. PERSETUJUAN DAN TANDA TANGAN

Dengan ini, saya menyatakan bahwa:

1. Saya telah membaca pengantar kuesioner dan memahami tujuan penelitian ini
2. Saya telah mengisi kuesioner dengan sebaik-baiknya dan sejujur-jujurnya
3. Saya memberikan izin kepada peneliti untuk menggunakan data saya untuk keperluan penelitian akademis
4. Saya memahami bahwa data saya akan dijaga kerahasiaannya

Responden (Pemilik/Pengelola Usaha):

Nama: Wiwit Hermawati

Tanda Tangan: 

Tanggal Pengisian: _____

Peneliti Pengumpul Data:

Nama: MUHAMAD ALFIAN PRADHAN

Tanda Tangan: 

Tanggal: 16 Mei 2026

TERIMA KASIH ATAS PARTISIPASI ANDA

Semoga penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi pengembangan usaha Anda ke depan.

Salam Hormat,

Peneliti

Lampiran 2. Data Perhitungan Biaya Penyusutan Peralatan

No.	Nama Aset	Jumlah	Satuan	Harga Beli (Rp)	Total Harga (Rp)	Umur Ekonomis (bulan)	Depresiasi per Bulan (Rp)
1	Wajan	1	buah	150.000	150.000	24	6.250
2	Kompor	1	buah	200.000	200.000	24	7.500
3	Regulator tabung gas	1	buah	70.000	70.000	36	1.944
4	Tabung Gas 3kg	2	3kg	180.000	360.000	36	4.000
5	Panci	1	buah	75.000	75.000	18	4.167
6	Serokan	1	buah	60.000	60.000	18	3.333
7	Saringan	1	buah	85.000	85.000	18	4.722
8	Tirisan	1	buah	45.000	45.000	18	2.500
9	Baskom	1	buah	50.000	50.000	24	2.083
10	Pisau	1	buah	35.000	35.000	24	1.458
11	Alat deteksi suhu	1	buah	145.000	145.000	24	6.042
12	Kain lap	1	buah	10.000	10.000	12	833
13	Freezer	1	buah	2.900.000	2.900.000	60	43.500
14	Spanduk	2	buah	60.000	120.000	12	5.000
15	X banner	1	buah	100.000	100.000	24	4.167
16	Magic com	1	buah	270.000	270.000	60	4.050
17	Booth display	1	buah	3.500.000	3.500.000	60	52.500
18	Ember	1	buah	30.000	30.000	24	1.250
		Jumlah					155.300

Lampiran 3. Data Perhitungan Rata-Rata Penjualan dan Omzet Harian

Varian	Harga (Rp)	Perkiraan Penjualan Harian (unit)	Rata-rata Harian (unit)	Omzet Harian (Rp)
Mr Kriuk	8.250	10–12	11	90.750
Mr Hemat	16.250	20–25	22.5	365.625
Mr Pedas	14.250	5–7	6	85.500
Mr Cheese	14.250	5–7	6	85.500
Nasi	5.000	10–15	12.5	62.500
Kulit	8.000	15	15	120.000
Total			73	809.875

Lampiran 4. Data Perhitungan Harga Jual Rata-Rata

Rumus yang digunakan:

$$\bar{P} = \frac{\sum (q_i \cdot P_i)}{\sum q_i}$$

Berdasarkan estimasi komposisi penjualan harian, diperoleh total penjualan sekitar 73 unit ekuivalen dengan omzet harian Rp809.875, sehingga:

$$\bar{P} = \frac{809.875}{73} \approx \text{Rp}11.094$$

Lampiran 5. Data Perhitungan Unit Terjual Ekuivalen per Bulan

Rumus yang digunakan:

$$Q = \frac{TR}{\bar{P}}$$

Hasil perhitungan:

- Oktober 2025: $Q = \frac{\text{Rp}20.000.000}{\text{Rp}11.094} \approx 1.803$ unit ekuivalen.
- November 2025: $Q = \frac{\text{Rp}22.300.000}{\text{Rp}11.094} \approx 2.010$ unit ekuivalen.
- Desember 2025: $Q = \frac{\text{Rp}23.250.000}{\text{Rp}11.094} \approx 2.096$ unit ekuivalen.

Rata-rata jumlah produksi ekuivalen selama tiga bulan tersebut sekitar 1.970 unit per bulan.

Lampiran 6. Data Perhitungan R/C Rasio dan B/C Rasio

Indikator	Nilai dan Rumus
R/C Rasio	$\text{R/C Rasio} = \text{TR/TC}$ $= 21,850,000 / 21.726.967$ ≈ 1.01
B/C Rasio	$\text{B/C Rasio} = \pi/\text{TC}$ $= 123.033 / 21.726.967$ $\approx 0,01$

Lampiran 7. Data Perhitungan BEP

Indikator	Nilai dan Rumus
$\bar{P}$ (Harga Jual Rata-Rata)	$\bar{P} \approx 11.094$
VCU (Harga Variabel per Unit)	$\text{VCU} = \text{VC} / \text{unit per bulan}$ $\approx 17.396.667 / 1970$ ≈ 8.831
BEP Unit	$\text{BEP unit} = \text{FC} / (\bar{P} - \text{VCU})$ $\approx 4.330.300 / (11.094 - 8.831)$ $\approx 1.913 \text{ unit}$
BEP Rupiah	$\text{BEP rupiah} = \text{BEP unit} \times \bar{P}$ $\approx 1.913 \times 11,094$ $\approx 21.222.822$

Lampiran 8. Dokumentasi Penelitian



Gambar 2. Proses wawancara dengan pemilik outlet Mr Kriuk Karanganyar



Gambar 3. Outlet Mr Kriuk tampak depan



Gambar 4. Dua karyawan mempersiapkan daging ayam untuk digoreng.



Gambar 5. Daging ayam krispi dipajang di etalase kaca.

Lampiran 9. Form Bimbingan Dosen



**YAYASAN PERGURUAN TINGGI ISLAM BATIK SURAKARTA
UNIVERSITAS ISLAM BATIK SURAKARTA
FAKULTAS PERTANIAN**

Akreditasi Perguruan Tinggi (APT) Terakreditasi B, No: 81/SK/BAN-PT/AK-PPJ/PT/11/2021

Alamat Kampus : Jl. K.H. Agus Salim No. 10 Surakarta 57147 Telp. (0271) 714751 Fax. (0271) 740160 Web : <http://www.uniba.ac.id>

KEGIATAN KONSULTASI TUGAS AKHIR

Nama : Muhamad Alfian Pradhana
NPM : 202408P001
Program Studi : Peternakan
Judul Penelitian : Analisis Kelayakan Umkm Ayam Goreng Krispi Merek Mr. Kriuk Di Kabupaten Karanganyar

Dosen Pembimbing 1 : Bagus Andika Fitroh, S.Pt., M.Sc.

Hari/Tanggal	Materi Konsultasi	Keterangan	Tandatangan Pembimbing
Senin 17 Nov 2026	Pengajuan judul penelitian dan konsultasi awal topik penelitian	Judul disetujui untuk dikembangkan	
Senin 1 Desember 2026	Konsultasi penyusunan latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian	Revisi bagian pendahuluan	
Jumat 12 Jan 2027	Penyusunan bagian teori dan kerangka pemikiran	Draft proposal disusun	
Senin 9 Februari 2027	Revisi Proposal dan pembahasan hasil revisi	Proposal disetujui untuk dilanjutkan pengumpulan data	
Senin 2 Maret 2027	Penyusunan instrumen penelitian, pengumpulan data, & perbaikan instrumen	Pencatatan pengumpulan data dan instrumen data diperbaiki	
Senin 6 April 2027	Konsultasi hasil pemecahan laporan dan pengumpulan data	Data cukup untuk dianalisis	
Senin 26 Mei 2027	Analisis data dan pembahasan hasil penelitian	Analisis awal selesai & diperbaiki	
Kamis 11 Juni 2027	Penyusunan hasil, pembahasan, kesimpulan & saran	Draft skripsi hampir selesai	
Kamis 2 Juli 2027	Revisi hasil & pembahasan perbaikan naskah	Hasil revisi sudah direvisi	
Senin 6 Juli 2027	Konsultasi final persiapan sidang skripsi & cek kelengkapan naskah	Siap untuk sidang skripsi	

Catatan:

- dicetak 2 di kertas tebal Buffalo warna Hijau Muda (Agroteknologi), Kuning (Agribisnis), Coklat (Peternakan)

Mengetahui
Ketua Komisi Sarjana

(Bagus Andika Fitroh, S.Pt., M.Sc.)



**YAYASAN PERGURUAN TINGGI ISLAM BATIK SURAKARTA
UNIVERSITAS ISLAM BATIK SURAKARTA
FAKULTAS PERTANIAN**

Akreditasi Perguruan Tinggi (APT) Terakreditasi B, No: 81/SK/BAN-PT/Ak-PP/PT/II/2021

Alamat Kampus : Jl. K.H. Agus Salim No. 10 Surakarta 57147 Telp. (0271) 714751 Fax. (0271) 740160 Web : <http://www.uniba.ac.id>

KEGIATAN KONSULTASI TUGAS AKHIR

N a m a : Muhamad Alfian Pradhana
NPM : 202408P001
Program Studi : Peternakan
Judul Penelitian : Analisis Kelayakan Usaha Ayam Goreng Krispi Merek Mr. Kriuk Di Kabupaten Karanganyar

Dosen Pembimbing 2 : Abdul Hakim, S.Pt., M.Sc.

Hari/Tanggal	Materi Konsultasi	Keterangan	Tandatangan Pembimbing
Senin 17 Nov 2025	Konsultasi awal pendirian judul dan kelayakan topik penelitian	Judul penelitian disetujui dan diteliti	f
Selasa 2 Desember 2025	Konsultasi penyempurnaan latar belakang, data, tujuan penelitian	Revisi bagian awal proposal	f
Senin 26 Januari 2026	Metode penelitian, teknik pengumpulan data dan sistematika penelitian	Proposal diteliti revisi akhir	f
Senin 9 Februari 2026	Contoh Proposal dan petunjuk format penulisan	Proposal diterima dan direvisi	f
Kamis 5 Maret 2026	Pelaksanaan penelitian lapangan dan validasi data	Proses pengumpulan data berjalan	f
Kamis 9 April 2026	Pengolahan data dan pengecekan perhitungan analisis kelayakan	Data di analisis secara bertahap	f
Kamis 28 Mei 2026	Pembahasan hasil analisis dan penulisan bab kecil	Draft hasil penelitian direvisi	f
Kamis 18 Juni 2026	Penyusunan kesimpulan, saran, dan penyesuaian format skripsi	Uraian hampir final	f
Kamis 2 Juli 2026	Susunan hasil dan penyempurnaan akhir isi skripsi	Revisi akhir hasil telah selesai	f
Selasa 7 Juli 2026	Konsultasi final menjelang cetak	Gaya penulisan skripsi	f

Catatan:

- dicetak 2 di kertas tebal Buffalo warna Hijau Muda (Agroteknologi), Kuning (Agribisnis), Coklat (Peternakan)



(Bagus Andika Fitron, S.Pt., M.Sc.)