



ANALISIS STUDI KELAYAKAN BISNIS PT PESTA PORA ABADI (MIE GACOAN) DITINJAU DARI ASPEK PASAR, OPERASIONAL, KEUANGAN, DAN SYARIAH

Dini Vientiany

Universitas Islam Negeri Sumatra Utara

Agfahmi Dinata

Universitas Islam Negeri Sumatra Utara

Citra Annisa Ginting

Universitas Islam Negeri Sumatra Utara

Sadepa Putri Br Sinulingga

Universitas Islam Negeri Sumatra Utara

Alamat: Jl. IAIN No.1, Gaharu, Kec. Medan Tim., Kota Medan, Sumatera Utara 20235

Korespondensi penulis: dini1100000167@uinsu.ac.id

Abstract : *This study aims to evaluate the business feasibility of PT Pesta Pora Abadi (Mie Gacoan) through a comprehensive business feasibility study approach. Using qualitative descriptive methods, this study analyzes various business dimensions to ensure business sustainability in the competitive culinary industry. The results of the marketing strategy analysis indicate that Mie Gacoan has successfully dominated the youth market through its economical price positioning and the use of viral content on social media. From an operational analysis perspective, the company's readiness is evident in its strategic location selection, outlet capacity of up to 140 seats, and the implementation of 24-hour operating hours to maximize productivity. The legitimacy of the business is strengthened by the fulfillment of legal aspects and halal certification from the Indonesian Ulema Council (MUI), which guarantees safe consumption for the wider community. Financially, this business model is considered very feasible because it is able to maintain stable profitability through high sales volume. This study concludes that Mie Gacoan has a strong business model and is worthy of continued national expansion.*

Keywords : *Business Feasibility Study, Mie Gacoan, Marketing Strategy, Operational Analysis, and Halal Certification*

Abstrak : *Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi kelayakan usaha PT Pesta Pora Abadi (Mie Gacoan) melalui pendekatan studi kelayakan bisnis yang komprehensif. Menggunakan metode deskriptif kualitatif, penelitian ini menganalisis berbagai dimensi usaha guna memastikan keberlanjutan bisnis di industri kuliner yang kompetitif. Hasil analisis pada strategi pemasaran menunjukkan bahwa Mie Gacoan berhasil menguasai pasar generasi muda melalui positioning harga ekonomis dan pemanfaatan konten viral di media sosial. Dari sisi analisis operasional, kesiapan perusahaan terlihat pada pemilihan lokasi strategis, kapasitas gerai yang mencapai 140 kursi, serta penerapan jam operasional 24 jam untuk memaksimalkan produktivitas. Keabsahan usaha diperkuat oleh pemenuhan aspek hukum dan sertifikasi halal dari MUI yang memberikan jaminan keamanan konsumsi bagi masyarakat luas. Secara finansial, model bisnis ini dinilai sangat layak karena mampu menjaga profitabilitas stabil melalui volume penjualan yang tinggi. Penelitian ini menyimpulkan bahwa Mie Gacoan memiliki model bisnis yang kuat dan layak untuk terus diekspansi secara nasional.*

Kata Kunci : *Studi Kelayakan Bisnis, Mie Gacoan, Strategi Pemasaran, Analisis Operasional dan Sertifikasi Halal*

PENDAHULUAN

Industri kuliner di Indonesia menunjukkan pertumbuhan yang sangat pesat dalam beberapa tahun terakhir, khususnya pada segmen makanan siap saji yang menasar generasi muda. Perubahan gaya hidup masyarakat urban yang semakin dinamis mendorong meningkatnya

permintaan terhadap makanan yang praktis, terjangkau, serta memiliki nilai pengalaman dan kenyamanan. Kondisi tersebut menjadikan sektor kuliner sebagai salah satu bidang usaha yang paling kompetitif, sehingga pelaku usaha dituntut untuk terus berinovasi baik dari sisi produk, konsep, maupun strategi pengelolaan bisnis guna mempertahankan keberlanjutan usaha.

Pt pesta pora abadi merupakan salah satu perusahaan yang berhasil memanfaatkan peluang tersebut melalui merek dagang mie gacoan. Berbeda dengan usaha mi pada umumnya, mie gacoan hadir dengan konsep restoran modern yang mengusung menu mi pedas dengan harga ekonomis dan suasana tempat yang sesuai dengan selera generasi muda. Perpaduan antara cita rasa, harga yang terjangkau, serta konsep tempat yang nyaman menjadikan mie gacoan cepat dikenal dan diminati oleh masyarakat, terutama pelajar, mahasiswa, dan pekerja muda di kawasan perkotaan.

Tingginya animo masyarakat terhadap mie gacoan tercermin dari antrean panjang di berbagai gerai serta ekspansi usaha yang dilakukan ke banyak kota di Indonesia. Fenomena ini menunjukkan bahwa mie gacoan memiliki potensi pasar yang besar dan daya tarik yang kuat. Namun demikian, di tengah pertumbuhan yang pesat tersebut, perusahaan juga dihadapkan pada berbagai tantangan, seperti persaingan usaha yang semakin ketat, kompleksitas pengelolaan operasional, serta tuntutan untuk menjaga keberlanjutan keuntungan dalam jangka panjang. Oleh karena itu, diperlukan suatu analisis yang komprehensif untuk menilai apakah usaha ini benar-benar layak untuk terus dijalankan dan dikembangkan.

Studi kelayakan bisnis menjadi instrumen penting dalam menilai kelayakan suatu usaha secara menyeluruh, baik dari aspek pasar dan pemasaran, teknis dan operasional, manajemen, keuangan, maupun aspek hukum dan kepatuhan halal. Penyusunan studi kelayakan bisnis pt pesta pora abadi (mie gacoan) diperlukan sebagai dasar analisis yang sistematis dan terukur guna mengidentifikasi kekuatan, peluang, serta potensi risiko yang dihadapi perusahaan dalam menjalankan usahanya. Dengan adanya kajian ini, keputusan strategis yang diambil dapat didasarkan pada pertimbangan ilmiah dan data yang relevan.

Tujuan utama penelitian ini adalah untuk menilai kelayakan usaha pt pesta pora abadi (mie gacoan) secara komprehensif melalui analisis berbagai aspek penting, mulai dari aspek pasar, teknis dan operasional, manajemen, hingga keuangan. Analisis ini dilakukan untuk memastikan bahwa usaha mie gacoan tidak hanya diminati oleh pasar, tetapi juga mampu memberikan keuntungan yang berkelanjutan bagi perusahaan. Selain itu, penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi potensi pasar serta karakteristik konsumen, khususnya di segmen generasi muda dan masyarakat urban, sehingga dapat menjadi dasar dalam perumusan strategi pemasaran yang lebih efektif dan tepat sasaran.

Penelitian ini juga bertujuan sebagai alat evaluasi terhadap sistem operasional dan manajemen yang diterapkan oleh pt pesta pora abadi. Melalui studi kelayakan bisnis, dapat diketahui sejauh mana struktur organisasi, pembagian tugas, serta sistem operasional yang dijalankan telah berjalan secara efisien dan mendukung kelancaran usaha. Evaluasi ini penting untuk menjaga konsistensi kualitas produk dan pelayanan di setiap gerai.

Adapun manfaat dari penelitian ini diharapkan dapat dirasakan oleh berbagai pihak. Bagi perusahaan, hasil studi kelayakan bisnis dapat menjadi pedoman dalam pengambilan keputusan strategis terkait pengembangan usaha, pembukaan gerai baru, serta perbaikan sistem operasional agar lebih efisien dan kompetitif. Bagi manajemen, penelitian ini memberikan gambaran yang jelas mengenai kondisi internal dan eksternal perusahaan sehingga dapat membantu dalam mengantisipasi berbagai risiko usaha, seperti perubahan selera konsumen, persaingan bisnis, dan kenaikan biaya operasional.

Selain itu, keberadaan mie gacoan juga memberikan manfaat bagi masyarakat dan lingkungan sekitar, khususnya dalam membuka lapangan pekerjaan baru dan mendorong pertumbuhan ekonomi lokal. Dari sisi akademis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi sebagai referensi dan bahan pembelajaran bagi mahasiswa serta peneliti di bidang manajemen dan kewirausahaan, khususnya terkait penerapan studi kelayakan bisnis pada usaha kuliner modern yang berkembang pesat di Indonesia.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif untuk menganalisis kelayakan usaha PT. Pesta Pora Abadi (Mie Gacoan). Data penelitian diperoleh melalui data primer dan data sekunder, di mana data primer dikumpulkan melalui observasi langsung di lapangan dan wawancara semi-terstruktur dengan pihak pengelola serta karyawan guna memperoleh gambaran nyata mengenai operasional dan strategi bisnis perusahaan. Dalam analisis pasar, penelitian ini menggunakan metode survei untuk mengidentifikasi preferensi konsumen terhadap produk mie gacoan. Kuesioner disebarakan kepada konsumen untuk mengumpulkan data mengenai kepuasan pelanggan dan harapan mereka terhadap kualitas pelayanan dan produk. Sementara itu, data sekunder diperoleh melalui studi literatur yang bersumber dari jurnal ilmiah nasional, serta publikasi terkait studi kelayakan bisnis dan industri kuliner sebagai dasar teori dan pembandingan hasil penelitian. Teknik pengumpulan data meliputi observasi, wawancara, dan dokumentasi, sedangkan Pendekatan kualitatif memungkinkan peneliti untuk memahami fenomena bisnis secara holistik, termasuk strategi pemasaran, operasional, dan respons konsumen terhadap produk Mie Gacoan. Selain itu, pendekatan ini juga relevan untuk mengkaji faktor non-finansial yang berpengaruh terhadap kelangsungan usaha. Keabsahan data dijaga melalui triangulasi sumber, sehingga hasil penelitian diharapkan mampu memberikan gambaran yang objektif dan komprehensif mengenai kelayakan usaha Mie Gacoan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Aspek Pasar & Pemasaran

a. Target Pasar

PT Pesta Pora Abadi dengan merek dagang Mie Gacoan memiliki target pasar utama dari kalangan generasi muda, khususnya pelajar, mahasiswa, dan pekerja muda dengan rentang usia 15–35 tahun. Kelompok ini dikenal memiliki gaya hidup dinamis, senang mencoba tren kuliner baru, serta memiliki kecenderungan tinggi untuk berkumpul dan bersosialisasi di luar rumah.

Selain itu, Mie Gacoan juga menyasar konsumen dari kelas ekonomi menengah hingga menengah ke bawah yang membutuhkan makanan siap saji dengan harga terjangkau. Strategi harga murah menjadi daya tarik utama yang membuat produk Mie Gacoan mudah diterima oleh berbagai lapisan masyarakat, terutama di wilayah perkotaan.

Dari sisi geografis, target pasar Mie Gacoan berfokus pada masyarakat perkotaan dan daerah dengan kepadatan penduduk tinggi. Pemilihan lokasi gerai yang dekat dengan kampus, pusat perbelanjaan, dan kawasan pemukiman padat memperbesar peluang kunjungan konsumen secara berulang.

Dengan target pasar yang jelas dan sesuai dengan karakteristik produk, Mie Gacoan mampu membangun basis pelanggan yang besar serta mempertahankan eksistensinya di tengah persaingan bisnis kuliner yang semakin ketat.

b. Analisis STP (Segmentasi, Targeting, dan Positioning)

Analisis STP menjadi pendekatan utama dalam menentukan strategi pemasaran Mie gacoan agar lebih tepat sasaran

- 1) *Segmentation* : Segmentasi pasar Mie Gacoan dilakukan berdasarkan beberapa asp-ek. Secara demografis, Mie Gacoan menasar konsumen usia muda dengan tingkat pendapatan rendah hingga menengah. Secara geografis, usaha ini beroperasi di wilayah perkotaan dengan tingkat mobilitas masyarakat yang tinggi. Sementara secara psikografis, Mie Gacoan menargetkan konsumen yang menyukai makanan pedas, harga murah, serta suasana makan yang santai dan ramai. Segmentasi ini dinilai tepat karena karakteristik tersebut sesuai dengan tren konsumsi masyarakat saat ini, khususnya generasi muda yang menjadikan aktivitas makan tidak hanya sebagai kebutuhan, tetapi juga sebagai sarana hiburan dan interaksi sosial.
- 2) *Targeting* : Target utama Mie Gacoan adalah mahasiswa dan pekerja muda yang memiliki intensitas konsumsi tinggi namun tetap sensitif terhadap harga. Kelompok ini cenderung memilih produk dengan nilai manfaat tinggi, yaitu harga murah, porsi cukup, dan rasa yang sesuai selera. Selain target utama tersebut, Mie Gacoan juga menasar keluarga muda dan masyarakat umum yang menginginkan makanan cepat saji dengan variasi menu dan waktu penyajian yang relatif singkat.
- 3) *Positioning* : Mie Gacoan memosisikan diri sebagai merek mi pedas dengan harga terjangkau yang identik dengan anak muda. Positioning ini diperkuat melalui penamaan menu yang unik, tingkat kepedasan bertingkat, serta citra merek yang viral di media sosial. Dengan positioning tersebut, Mie Gacoan berhasil membedakan diri dari pesaing di industri makanan cepat saji.

c. Strategi Bauran Pemasaran (Marketing Mix 4P)

1) *Product* (Produk)

Produk utama yang ditawarkan Mie Gacoan adalah mi pedas dengan berbagai level kepedasan, mulai dari level rendah hingga sangat pedas. Selain itu, tersedia menu pendamping seperti dimsum, pangsit, udang keju, serta minuman dengan nama unik. Keunikan produk terletak pada konsistensi rasa, porsi yang mengenyangkan, dan inovasi penamaan menu yang menarik perhatian konsumen.

Selain keunggulan pada variasi menu, Mie Gacoan juga menekankan standar operasional dalam proses pengolahan makanan untuk menjaga kualitas dan cita rasa produk tetap konsisten di setiap gerai. Penggunaan bahan baku yang relatif seragam serta sistem dapur terpusat membantu perusahaan mempertahankan rasa yang sama meskipun jumlah cabang terus bertambah. Hal ini penting karena konsumen cenderung mengharapkan pengalaman rasa yang tidak berubah setiap kali melakukan pembelian. Dengan kombinasi inovasi produk, kualitas rasa yang terjaga, serta penyajian yang cepat, Mie Gacoan mampu memenuhi kebutuhan konsumen akan makanan yang praktis, terjangkau, dan tetap memuaskan.



2) Price (harga)

Strategi harga yang diterapkan Mie Gacoan adalah penetapan harga ekonomis yang disesuaikan dengan daya beli target pasar, khususnya mahasiswa dan pekerja muda. Rentang harga yang relatif lebih murah dibandingkan pesaing menjadikan Mie Gacoan sebagai pilihan utama bagi konsumen yang memiliki keterbatasan anggaran, tanpa harus mengorbankan rasa dan porsi. Penetapan harga ini terbukti efektif dalam meningkatkan volume penjualan serta frekuensi kunjungan konsumen, karena konsumen merasa memperoleh nilai yang sepadan antara harga dan kualitas produk. Selain itu, strategi harga yang konsisten juga mendorong pembelian berulang dan memperkuat loyalitas konsumen, terutama di tengah persaingan industri kuliner yang semakin ketat.



3) Place (tempat)

Gerai Mie Gacoan umumnya berada di lokasi strategis yang mudah dijangkau, seperti kawasan perkotaan, dekat kampus, pusat perbelanjaan, atau area dengan lalu lintas pengunjung yang tinggi. Tata letak gerai dibuat sederhana namun mampu menampung banyak pengunjung dalam satu waktu. Konsep tempat makan

yang luas dan terbuka mendukung suasana ramai dan santai, sehingga sesuai dengan karakter target pasar yang didominasi oleh kalangan muda.

Selain itu, pemilihan lokasi yang dekat dengan pusat aktivitas masyarakat memberikan kemudahan akses bagi konsumen dan mendorong tingginya tingkat kunjungan. Meskipun sering dipadati pelanggan, pengelolaan ruang yang efisien membuat alur pemesanan dan tempat duduk tetap fungsional. Hal ini menunjukkan bahwa aspek tempat tidak hanya berperan sebagai lokasi penjualan, tetapi juga sebagai sarana pendukung pengalaman konsumen yang nyaman dan menyenangkan.



4) *Promotion* (promosi)

Promosi Mie Gacoan lebih banyak mengandalkan pemasaran digital dan promosi tidak langsung melalui media sosial. Konten yang bersifat viral, ulasan konsumen, serta rekomendasi dari mulut ke mulut menjadi kekuatan utama dalam membangun brand awareness tanpa harus mengeluarkan biaya promosi yang besar. Strategi ini terbukti efektif dalam menarik perhatian konsumen, khususnya generasi muda yang aktif di media sosial.

Selain itu, Mie Gacoan memanfaatkan daya tarik produknya yang unik, seperti tingkat kepedasan dan harga yang terjangkau, sebagai bahan pembicaraan di kalangan konsumen. Antusiasme pelanggan yang membagikan pengalaman mereka di media sosial secara tidak langsung berfungsi sebagai promosi gratis. Dengan strategi ini, Mie Gacoan mampu membangun citra merek yang kuat dan dikenal luas tanpa mengandalkan iklan konvensional secara intensif.



2. Survei Mini

Untuk memperoleh gambaran awal mengenai persepsi dan preferensi konsumen terhadap Mie Gacoan, dilakukan survei mini kepada sejumlah responden yang sebagian besar berasal dari kalangan mahasiswa dan pekerja muda. Responden dipilih karena dianggap mewakili target pasar utama Mie Gacoan. Survei ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian serta tingkat kepuasan konsumen terhadap produk dan layanan yang ditawarkan.

Berdasarkan hasil survei mini yang melibatkan 50 responden, mayoritas responden berasal dari kalangan mahasiswa, yaitu sebanyak 35 orang (70%), sedangkan 15 responden (30%) berasal dari pekerja. Rentang usia responden berada pada usia 20–26 tahun, yang menunjukkan bahwa Mie Gacoan memang menasar segmen usia produktif dan generasi muda sebagai target pasar utamanya.

Dari sisi alasan utama memilih Mie Gacoan, hasil survei menunjukkan bahwa faktor harga terjangkau dan rasa makanan menjadi pertimbangan dominan. Sebanyak 22 responden (44%) menyatakan memilih Mie Gacoan karena harga yang murah, 14 responden (28%) karena rasa pedas yang khas, 9 responden (18%) karena porsi yang besar, dan sisanya 5 responden (10%) menyebutkan faktor suasana tempat untuk nongkrong. Temuan ini menegaskan bahwa strategi harga ekonomis dan cita rasa produk menjadi daya tarik utama bagi konsumen.

Dalam aspek persepsi harga, mayoritas responden memberikan penilaian positif. Sebanyak 27 responden (54%) menilai harga Mie Gacoan sangat terjangkau, sedangkan 23 responden (46%) menilai terjangkau. Tidak terdapat responden yang menyatakan harga tidak terjangkau, sehingga dapat disimpulkan bahwa harga Mie Gacoan telah sesuai dengan kemampuan finansial target pasarnya, khususnya mahasiswa.

Terkait kepuasan terhadap rasa, hasil survei menunjukkan tingkat kepuasan yang tinggi. Sebanyak 18 responden (36%) menyatakan sangat puas, dan 32 responden (64%) menyatakan puas terhadap rasa makanan yang ditawarkan. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas rasa dan variasi tingkat kepedasan yang disediakan mampu memenuhi preferensi konsumen yang beragam.

Dilihat dari frekuensi kunjungan, sebanyak 32 responden (64%) mengunjungi Mie Gacoan secara rutin, yaitu 2-4 kali dalam satu bulan, sementara 18 responden (36%) menyatakan berkunjung sekitar 1 kali dalam sebulan. Pola ini mengindikasikan bahwa Mie Gacoan telah menjadi pilihan kuliner yang cukup rutin dikunjungi oleh konsumen, terutama saat ingin makan bersama teman atau mencari makanan pedas dengan harga terjangkau.

Pada aspek penilaian tempat, sebanyak 28 responden (56%) menilai suasana Mie Gacoan ramai dan santai, 15 responden (30%) menilai cukup nyaman, dan 7 responden (14%) menyampaikan bahwa kenyamanan berkurang pada jam-jam tertentu akibat antrean panjang dan keterbatasan tempat duduk. Masukan ini menunjukkan bahwa meskipun konsep tempat sudah sesuai dengan karakter anak muda, masih terdapat ruang untuk peningkatan dari sisi kenyamanan dan pengelolaan antrean.

Secara keseluruhan, hasil survei mini ini menunjukkan bahwa persepsi konsumen terhadap Mie Gacoan cenderung sangat positif. Konsumen mengharapkan Mie Gacoan dapat terus menjaga konsistensi rasa, mempertahankan harga yang terjangkau, serta meningkatkan kecepatan pelayanan dan kenyamanan tempat. Apabila hal tersebut dapat dipertahankan dan ditingkatkan, maka Mie Gacoan memiliki peluang besar untuk mempertahankan loyalitas konsumen serta memperkuat posisinya di pasar kuliner.

3. Aspek Hukum

Aspek hukum merupakan salah satu unsur penting dalam studi kelayakan bisnis karena berkaitan dengan kepastian hukum dan legalitas usaha yang dijalankan. Dalam penelitian ini, aspek hukum dianalisis untuk memastikan bahwa operasional PT. Pesta Pora Abadi (Mie Gacoan) telah sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku di Indonesia, sehingga usaha dapat berjalan secara legal, aman, dan berkelanjutan.

Dari sisi bentuk badan usaha, PT. Pesta Pora Abadi beroperasi dalam bentuk Perseroan Terbatas (PT). Pemilihan bentuk badan usaha ini dinilai tepat karena memberikan kejelasan status hukum, pemisahan yang tegas antara kekayaan perusahaan dan pemilik, serta meningkatkan kepercayaan mitra, investor, dan konsumen. Selain itu, badan hukum PT memungkinkan perusahaan untuk melakukan ekspansi usaha dan pengelolaan bisnis secara profesional.

Aspek hukum dalam studi kelayakan bisnis ini bertujuan untuk menilai kepatuhan PT. Pesta Pora Abadi (Mie Gacoan) terhadap peraturan perundang-undangan yang berlaku, guna memastikan bahwa kegiatan usaha dijalankan secara legal dan memiliki kepastian hukum. Berdasarkan hasil penelitian, PT. Pesta Pora Abadi telah memiliki Nomor Induk Berusaha (NIB) 03-0052444426538 sebagai identitas resmi pelaku usaha yang diterbitkan melalui sistem perizinan berusaha terintegrasi. Selain itu, perusahaan juga telah terdaftar sebagai wajib pajak dengan Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP) 08.079.9047.8623.000, yang menunjukkan kepatuhan perusahaan terhadap kewajiban perpajakan sesuai ketentuan hukum yang berlaku.

Dalam aspek kehalalan produk, Mie Gacoan telah memenuhi ketentuan hukum di bidang jaminan produk halal. Seluruh gerai dan produk Mie Gacoan telah mengantongi sertifikat halal dari Majelis Ulama Indonesia (MUI) sejak Juni 2023, dengan Nomor Sertifikasi Halal LPPOM-00160216050623. Kepemilikan sertifikat halal ini menunjukkan bahwa proses produksi, bahan baku, serta pengelolaan usaha telah sesuai dengan standar halal yang ditetapkan, sehingga memberikan perlindungan bagi konsumen dan meningkatkan kepercayaan masyarakat.

Sementara itu, terkait izin lokasi dan izin operasional usaha, pengurusan perizinan Mie Gacoan dilakukan secara terpisah pada setiap cabang, menyesuaikan dengan kebijakan dan peraturan pemerintah daerah setempat. Variasi perizinan ini merupakan hal yang wajar mengingat perbedaan regulasi tata ruang dan perizinan usaha di masing-masing daerah. Namun demikian, pengurusan izin lokasi dan operasional tersebut tetap dilakukan sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku di wilayah operasional masing-masing gerai.

Berdasarkan pemenuhan unsur legalitas tersebut, dapat disimpulkan bahwa PT. Pesta Pora Abadi (Mie Gacoan) telah memenuhi aspek hukum dalam studi kelayakan bisnis. Dengan adanya NIB, NPWP, sertifikat halal, serta izin lokasi dan operasional, usaha Mie Gacoan dinilai layak secara hukum untuk dijalankan dan dikembangkan secara berkelanjutan.

4. Aspek Teknis & Operasional

Aspek teknis dan operasional dalam studi kelayakan bisnis ini membahas kesiapan PT. Pesta Pora Abadi (Mie Gacoan) dalam menjalankan kegiatan operasional sehari-hari secara efektif dan efisien. Dari sisi lokasi, gerai Mie Gacoan berada di lokasi yang strategis dan mudah diakses, khususnya dekat dengan area kampus, sehingga memiliki potensi pasar yang besar dari kalangan mahasiswa dan masyarakat sekitar. Pemilihan lokasi ini dinilai tepat karena didukung oleh tingkat mobilitas yang tinggi serta tingginya permintaan terhadap usaha kuliner dengan harga terjangkau.

Ditinjau dari tata letak (layout) gerai, Mie Gacoan menerapkan konsep ruang yang sederhana namun fungsional. Area gerai umumnya terbagi atas beberapa bagian utama, yaitu area pemesanan dan kasir, area dapur atau kitchen yang terpisah dari ruang makan, area pengambilan pesanan, serta area tempat duduk konsumen. Penataan layout tersebut dirancang untuk memperlancar alur pelayanan, meminimalkan antrean, serta memberikan kenyamanan bagi konsumen selama berada di dalam gerai.

Dari segi kapasitas, gerai Mie Gacoan mampu menampung sekitar 140 kursi, yang menunjukkan kemampuan usaha dalam melayani jumlah pengunjung yang besar, terutama pada jam-jam ramai. Kapasitas tempat duduk yang cukup luas ini menjadi keunggulan operasional karena dapat meningkatkan volume penjualan dan mengurangi potensi kehilangan pelanggan akibat keterbatasan tempat.

Dalam hal jam operasional, Mie Gacoan menerapkan kebijakan buka 24 jam, sehingga memberikan fleksibilitas waktu bagi konsumen. Jam operasional yang panjang ini sangat sesuai dengan karakteristik target pasar, khususnya mahasiswa dan pekerja yang memiliki aktivitas hingga larut malam. Selain itu, operasional 24 jam juga menjadi strategi untuk meningkatkan pendapatan dengan memaksimalkan waktu pelayanan.

Sementara itu, untuk mendukung kelancaran proses produksi dan pelayanan, Mie Gacoan menggunakan berbagai alat utama operasional, antara lain kompor industri, panci dan wajan berkapasitas besar, mesin perebus mie, rice cooker, freezer dan kulkas penyimpanan bahan baku, serta peralatan pendukung lainnya seperti meja stainless, exhaust hood, dan peralatan saji. Ketersediaan peralatan yang memadai dan sesuai standar operasional memungkinkan proses produksi berjalan cepat, konsisten, dan higienis.

Berdasarkan uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa dari aspek teknis dan operasional, PT. Pesta Pora Abadi (Mie Gacoan) memiliki kesiapan yang baik dalam menjalankan usahanya. Lokasi yang strategis, layout yang efisien, kapasitas yang besar, jam operasional 24 jam, serta dukungan peralatan yang memadai menunjukkan bahwa usaha ini layak secara teknis dan operasional.

5. Aspek Manajemen

Aspek manajemen dalam studi kelayakan bisnis bertujuan untuk menilai kemampuan PT. Pesta Pora Abadi (Mie Gacoan) dalam mengelola sumber daya organisasi secara efektif dan efisien guna mencapai tujuan usaha. Manajemen yang baik menjadi faktor

kunci dalam menjaga konsistensi kualitas produk, pelayanan, serta keberlanjutan operasional di tengah persaingan bisnis kuliner yang ketat.



a. Struktur Organisasi dan Pembagian Tugas

PT. Pesta Pora Abadi menerapkan struktur organisasi yang relatif sederhana namun fungsional. Pada tingkat pusat, terdapat manajemen inti yang bertanggung jawab terhadap pengambilan keputusan strategis, pengembangan usaha, pengawasan operasional, serta standarisasi produk dan pelayanan. Sementara itu, pada tingkat gerai, pengelolaan operasional dipimpin oleh seorang kepala cabang atau supervisor yang dibantu oleh staf operasional, seperti kasir, juru masak, dan pelayan.

Pembagian tugas yang jelas antara manajemen pusat dan operasional cabang memungkinkan koordinasi berjalan dengan baik. Manajemen pusat berperan dalam pengendalian mutu, pasokan bahan baku, serta kebijakan harga, sedangkan manajemen cabang fokus pada pelaksanaan operasional harian dan pelayanan konsumen. Sistem ini dinilai efektif dalam menjaga konsistensi kualitas di seluruh gerai.

b. Sistem Pengelolaan Sumber Daya Manusia

Dalam pengelolaan sumber daya manusia (SDM), Mie Gacoan merekrut karyawan dengan kriteria yang disesuaikan dengan kebutuhan operasional, terutama pada aspek kecepatan kerja, ketahanan fisik, dan kemampuan bekerja dalam tim. Pelatihan awal diberikan kepada karyawan baru untuk memastikan pemahaman terhadap standar operasional prosedur (SOP), termasuk prosedur pengolahan makanan, kebersihan, dan pelayanan konsumen.

Selain itu, sistem kerja berbasis shift diterapkan untuk mendukung jam operasional 24 jam. Pengaturan jadwal kerja yang jelas membantu menjaga produktivitas karyawan serta meminimalkan kelelahan kerja. Dengan sistem manajemen SDM yang terstruktur, Mie Gacoan mampu menjaga kelancaran operasional meskipun menghadapi volume pengunjung yang tinggi.

c. Sistem Pengendalian dan Pengambilan Keputusan

Pengambilan keputusan dalam perusahaan dilakukan secara terpusat, terutama terkait kebijakan strategis seperti ekspansi gerai, inovasi menu, dan penyesuaian harga. Namun, manajemen cabang tetap diberikan kewenangan terbatas untuk mengatasi permasalahan operasional harian. Sistem pengendalian ini memungkinkan perusahaan bergerak secara fleksibel tanpa mengabaikan standar yang telah ditetapkan.

Berdasarkan analisis tersebut, dapat disimpulkan bahwa dari aspek manajemen, PT. Pesta Pora Abadi (Mie Gacoan) memiliki sistem manajemen yang cukup baik dan mendukung kelayakan usaha. Struktur organisasi yang jelas, pengelolaan SDM yang terencana, serta sistem pengambilan keputusan yang terkoordinasi menunjukkan bahwa usaha ini layak secara manajerial.

6. Aspek Keuangan

Aspek keuangan merupakan salah satu aspek terpenting dalam studi kelayakan bisnis karena berkaitan langsung dengan kemampuan usaha dalam menghasilkan keuntungan dan menjaga keberlanjutan finansial. Analisis aspek keuangan pada PT. Pesta Pora Abadi (Mie Gacoan) dilakukan secara deskriptif berdasarkan karakteristik usaha kuliner cepat saji dengan volume penjualan tinggi.

a. Sumber Modal dan Struktur Biaya

Sumber modal usaha Mie Gacoan berasal dari modal internal perusahaan yang digunakan untuk pembukaan gerai, pengadaan peralatan, serta biaya operasional awal. Struktur biaya dalam usaha ini meliputi biaya tetap dan biaya variabel. Biaya tetap mencakup sewa lokasi, gaji karyawan, listrik, air, dan biaya perizinan, sedangkan biaya variabel meliputi pembelian bahan baku, kemasan, serta biaya operasional harian lainnya.

Karakteristik usaha Mie Gacoan yang mengandalkan volume penjualan tinggi dengan harga terjangkau membuat pengendalian biaya menjadi faktor krusial. Efisiensi biaya dicapai melalui penggunaan bahan baku standar dan sistem pasokan terpusat.

b. Pendapatan dan Potensi Keuntungan

Pendapatan utama Mie Gacoan berasal dari penjualan produk mi dan menu pendamping. Tingginya jumlah kunjungan konsumen setiap hari, terutama pada jam ramai, memberikan potensi pendapatan yang besar meskipun margin keuntungan per produk relatif kecil. Strategi ini dikenal sebagai high volume – low margin, yang umum diterapkan dalam bisnis makanan cepat saji.

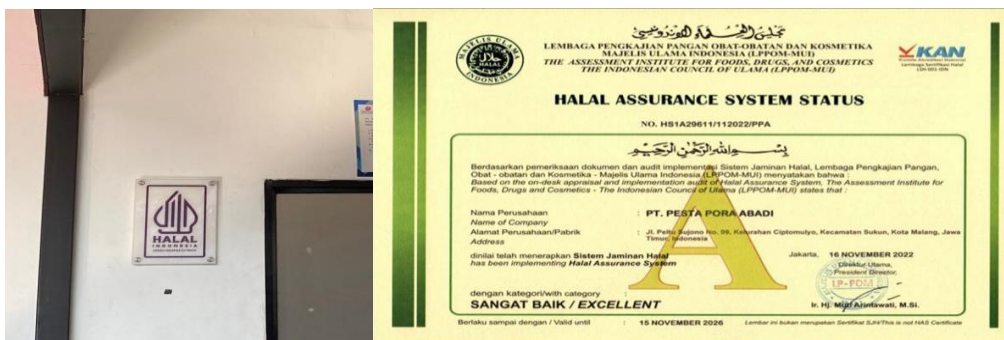
Dengan jam operasional 24 jam, potensi pendapatan dapat dimaksimalkan karena usaha tidak terbatas pada waktu tertentu. Selain itu, lokasi strategis dan loyalitas konsumen turut mendukung stabilitas pendapatan usaha.

c. Analisis Kelayakan Keuangan

Secara umum, berdasarkan karakteristik biaya dan pendapatan, usaha Mie Gacoan memiliki prospek keuangan yang positif. Tingginya perputaran penjualan, biaya produksi yang terkendali, serta permintaan pasar yang stabil menunjukkan bahwa usaha ini layak secara finansial. Meskipun tidak dilakukan perhitungan rinci seperti NPV atau IRR dalam penelitian ini, indikasi profitabilitas dapat dilihat dari ekspansi usaha yang terus berlanjut di berbagai kota. Dengan demikian, dari aspek keuangan, PT. Pesta Pora Abadi (Mie Gacoan) dinilai layak untuk dijalankan dan dikembangkan.

7. Aspek Syariah Dan Halal

Aspek syariah dan halal menjadi bagian penting dalam studi kelayakan bisnis, khususnya di Indonesia yang mayoritas penduduknya beragama Islam. Aspek ini bertujuan untuk menilai kesesuaian kegiatan usaha dengan prinsip-prinsip syariah Islam serta kepatuhan terhadap regulasi jaminan produk halal.



a. Kesesuaian Usaha dengan Prinsip Syariah

Secara umum, usaha kuliner Mie Gacoan tidak bertentangan dengan prinsip syariah Islam. Produk yang dijual berupa makanan dan minuman yang halal, tidak mengandung unsur yang diharamkan, serta tidak melibatkan praktik bisnis yang dilarang seperti riba, gharar, atau maysir. Sistem transaksi dilakukan secara tunai atau non-tunai yang sah dan transparan, sehingga memenuhi prinsip keadilan dalam muamalah.

b. Sertifikasi Halal Produk

Dalam aspek kehalalan, Mie Gacoan telah memperoleh sertifikat halal dari Majelis Ulama Indonesia (MUI) sejak Juni 2023. Sertifikat halal ini mencakup bahan baku, proses produksi, penyimpanan, hingga penyajian produk. Kepemilikan sertifikat halal menunjukkan bahwa Mie Gacoan telah memenuhi ketentuan Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal. Dengan adanya sertifikasi halal, konsumen Muslim mendapatkan kepastian dan rasa aman dalam mengonsumsi produk Mie Gacoan. Hal ini juga menjadi nilai tambah bagi perusahaan dalam meningkatkan kepercayaan dan loyalitas konsumen.

c. Implikasi Aspek Syariah terhadap Kelayakan Usaha

Kepatuhan terhadap prinsip syariah dan ketentuan halal memberikan dampak positif terhadap keberlanjutan usaha. Selain memperluas segmen pasar, aspek ini juga mencerminkan tanggung jawab sosial dan etika bisnis perusahaan. Dengan demikian, dari aspek syariah dan halal, PT. Pesta Pora Abadi (Mie Gacoan) dinilai layak dan sesuai untuk dijalankan di tengah masyarakat Indonesia.

8. Aspek Ekonomi Dan Sosial

Analisis aspek ekonomi dan sosial dalam laporan studi kelayakan bisnis PT Pesta Pora Abadi (Mie Gacoan) bertujuan untuk membedah dampak sistemik yang ditimbulkan oleh operasional perusahaan terhadap kesejahteraan masyarakat luas, pertumbuhan ekonomi daerah, serta dinamika sosial di lingkungan sekitar. Aspek ini menjadi indikator penting untuk menunjukkan bahwa bisnis tidak hanya mengejar profitabilitas internal (*private benefit*), tetapi juga memberikan nilai manfaat eksternal yang signifikan bagi publik (*social benefit*).

a. Membuka Lapangan Kerja dan Transformasi Sumber Daya Manusia

Mie Gacoan memberikan kontribusi nyata dalam struktur ekonomi makro melalui penyerapan tenaga kerja dalam skala masif. Dengan ekspansi gerai yang sangat agresif di berbagai kota, perusahaan ini telah menjadi salah satu penyerap tenaga kerja lokal terbesar di sektor kuliner. Setiap satu gerai Mie Gacoan yang beroperasi mampu menyerap antara 70 hingga 120 tenaga kerja tetap dan harian, yang mencakup posisi kru dapur, pramusaji, kasir, manajemen operasional, hingga tenaga keamanan dan kebersihan. Kebijakan perusahaan yang mengutamakan penduduk lokal di sekitar lokasi usaha membantu pemerintah daerah secara langsung dalam menekan angka pengangguran dan meningkatkan pendapatan per kapita keluarga di wilayah tersebut. Selain itu, dampak ekonomi yang dihasilkan memiliki sifat jangka panjang melalui transformasi kualitas Sumber Daya Manusia (SDM). Para pekerja yang mayoritas adalah pemuda lulusan baru (*fresh graduate*) diberikan pelatihan intensif mengenai Standar Operasional Prosedur (SOP) yang ketat, manajemen waktu, higiene sanitasi makanan, hingga etika pelayanan prima (*service excellence*). Proses ini mengubah tenaga kerja dari kategori *unskilled labor* menjadi *skilled labor* yang memiliki daya saing tinggi di pasar tenaga kerja, sehingga menciptakan dampak positif pada produktivitas ekonomi daerah secara keseluruhan.

b. Optimalisasi Rantai Pasok Lokal dan Kontribusi Pendapatan Negara

Eksistensi PT Pesta Pora Abadi menciptakan *multiplier effect* (efek pengganda) yang luas bagi ekosistem bisnis di sekitarnya melalui integrasi rantai pasok (*supply chain*) yang berbasis pada kerakyatan. Perusahaan melakukan pengadaan bahan baku utama seperti cabai, bawang, telur, ayam, dan sayuran dalam volume yang sangat besar setiap harinya. Dengan memprioritaskan pemasok dan petani lokal, Mie Gacoan membantu mempercepat perputaran modal di tingkat daerah dan memperkuat ketahanan ekonomi UMKM mitra. Dari sisi fiskal, perusahaan menunjukkan kepatuhan tinggi sebagai subjek pajak dengan NPWP resmi (08.079.904.7-862.3000). Setoran Pajak Restoran (PB1) sebesar 10% dari tiap transaksi konsumen mengalir langsung ke kas Pemerintah Daerah sebagai Pendapatan Asli Daerah (PAD), yang

nantinya digunakan untuk pembiayaan infrastruktur dan pelayanan publik. Selain itu, kehadiran gerai yang memiliki *traffic* pengunjung sangat tinggi menjadi magnet bagi pertumbuhan ekonomi sektor informal.

Para pengemudi transportasi daring (ojek online) mendapatkan peningkatan pesanan secara konsisten, pengelola lahan parkir mendapatkan pendapatan tetap, serta pelaku usaha mikro di sekitar gerai ikut merasakan peningkatan volume pembeli. Hal ini membuktikan bahwa Mie Gacoan berperan sebagai lokomotif ekonomi yang menggerakkan berbagai gerbong sektor usaha lainnya secara simultan.

c. Menjadi Tempat Komunitas Mahasiswa Berkumpul dan Dampak Sosial Kemasyarakatan

Mie Gacoan telah berhasil membangun posisi sebagai ruang sosial ketiga (*third place*) yang menghubungkan kebutuhan kuliner dengan kebutuhan interaksi masyarakat modern. Berikut adalah rincian dampak sosial yang dihasilkan secara komprehensif:

- 1) Penyediaan Ruang Publik yang Inklusif dan Terjangkau : Melalui konsep gerai yang luas, terbuka, dan estetik, Mie Gacoan menyediakan sarana bagi mahasiswa dan pelajar untuk melakukan aktivitas produktif seperti mengerjakan tugas kelompok, rapat organisasi, hingga diskusi kreatif di tempat yang layak tanpa harus mengeluarkan biaya tinggi.
- 2) Demokratisasi Gaya Hidup Modern : Dengan menetapkan harga yang sangat ekonomis, perusahaan melakukan inklusi sosial dimana masyarakat dari berbagai strata ekonomi dapat menikmati fasilitas restoran dengan standar bangunan modern dan pelayanan profesional, sehingga mengurangi kesenjangan gaya hidup (*lifestyle gap*) di masyarakat.
- 3) Edukasi Kolektif Mengenai Kedisiplinan dan Budaya Antre : Fenomena antrean panjang yang dikelola dengan sistem yang rapi memberikan edukasi sosial secara tidak langsung kepada konsumen mengenai pentingnya budaya antre, kesabaran, dan penghormatan terhadap hak orang lain dalam ruang publik.
- 4) Peningkatan Keamanan dan Vitalitas Lingkungan Sekitar : Operasional gerai yang berlangsung hingga larut malam atau 24 jam dengan sistem pencahayaan yang terang mengubah kawasan yang sebelumnya sepi menjadi lebih hidup. Aktivitas ekonomi yang berdenyut sepanjang waktu secara preventif membantu meminimalisir potensi kriminalitas dan gangguan keamanan di lingkungan sekitarnya.
- 5) Akselerasi Literasi Keuangan Digital : Penggunaan sistem pembayaran non-tunai (QRIS, kartu debit, dan *e-wallet*) secara masif di setiap transaksi mendidik pelanggan muda untuk lebih akrab dengan ekosistem keuangan digital, yang sejalan dengan program pemerintah menuju *cashless society*.
- 6) Jaminan Ketentraman Batin melalui Sertifikasi Halal : Keberhasilan seluruh gerai dalam mengantongi sertifikat halal dari MUI memberikan jaminan kepastian hukum dan ketenangan sosial bagi mayoritas masyarakat Muslim di Indonesia, sekaligus menetapkan standar tinggi bagi pelaku industri kuliner lainnya.
- 7) Standarisasi Higiene dan Kesehatan Publik : Melalui konsep dapur terbuka (*open kitchen*), Mie Gacoan memberikan transparansi dalam pengolahan makanan, yang

secara tidak langsung mengedukasi masyarakat tentang pentingnya hygiene sanitasi makanan yang baik bagi kesehatan jangka panjang.

- 8) Pendorong Modernisasi Infrastruktur Lokal : Pembangunan gerai yang permanen dan berkualitas seringkali diikuti dengan perbaikan area parkir, drainase, dan akses jalan di sekitar lokasi, yang memberikan manfaat fisik jangka panjang bagi tata ruang dan kenyamanan warga setempat.

9. Aspek Lingkungan (Amdal Mini)

Analisis aspek lingkungan pada PT Pesta Pora Abadi (Mie Gacoan) merupakan instrumen penting dalam menilai dampak keberlanjutan operasional perusahaan terhadap ekosistem sekitar. Mengingat model bisnis Mie Gacoan yang memiliki volume pengunjung sangat tinggi dan operasional yang intensif, perusahaan melakukan pendekatan mitigasi yang komprehensif melalui AMDAL Mini untuk memastikan kepatuhan terhadap regulasi lingkungan serta menjaga keharmonisan dengan masyarakat lokal.

a. Pengelolaan Limbah Operasional (Organik dan Anorganik)

Sebagai industri restoran dengan kapasitas ratusan kursi, Mie Gacoan menghasilkan volume limbah padat yang signifikan setiap harinya. Perusahaan menerapkan kebijakan pemilahan sampah (*waste segregation*) yang ketat mulai dari area dapur hingga area pelayanan konsumen. Limbah organik, yang mencakup sisa bahan baku produksi (seperti sisa potongan ayam, kulit pangsit, dan sisa sayuran) serta sisa makanan dari piring konsumen, dikelola dengan sistem penampungan dalam wadah tertutup yang kedap udara. Hal ini dilakukan secara disiplin guna mencegah polusi aroma (bau tidak sedap) dan menghindari munculnya vektor penyakit seperti lalat atau tikus di sekitar pemukiman warga. Untuk limbah anorganik, didominasi oleh kertas pembungkus, karton logistik, dan plastik kemasan bahan baku. PT Pesta Pora Abadi bekerja sama dengan pihak ketiga yang memiliki izin resmi serta Dinas Lingkungan Hidup setempat untuk melakukan pengangkutan rutin minimal dua kali sehari. Langkah ini diambil untuk menjamin tidak adanya penumpukan sampah di tempat pembuangan sementara (TPS) gerai yang dapat merusak estetika dan kebersihan lingkungan sekitar.

b. Pengelolaan Limbah Cair dan Instalasi *Grease Trap* (Penjebak Lemak)

Operasional dapur Mie Gacoan melibatkan proses penggorengan skala besar (seperti pembuatan dimsum, pangsit goreng, dan mi) yang menghasilkan limbah cair dengan konsentrasi minyak dan lemak yang sangat pekat. Jika tidak dikelola, limbah ini dapat membeku dan menyumbat saluran drainase kota. Oleh karena itu, setiap gerai Mie Gacoan diwajibkan mengoperasikan instalasi *Grease Trap* (penjebak lemak) standar industri dengan sistem filtrasi bertingkat. Teknologi ini secara efektif memisahkan residu lemak dan minyak dari air sebelum sisa pembuangan dialirkan ke saluran drainase primer. Pembersihan unit *grease trap* ini dilakukan secara terjadwal oleh tim sanitasi khusus untuk memastikan performa filtrasi tetap optimal. Selain mencegah penyumbatan pipa publik, langkah ini merupakan bentuk tanggung jawab perusahaan untuk menjaga kualitas air tanah dan badan air di sekitar gerai agar tetap memenuhi ambang batas baku mutu limbah domestik yang ditetapkan oleh pemerintah daerah.

c. Pengendalian Polusi Udara, Kebisingan, dan Dampak Sosial Lingkungan

Mengingat menu unggulan Mie Gacoan memiliki karakteristik aroma pedas yang menyengat dan uap panas dari proses penggorengan, perusahaan memitigasi polusi udara melalui pemasangan sistem tata udara canggih. Hal ini meliputi penggunaan *exhaust hood* berdaya hisap tinggi dan cerobong asap (*stack*) dengan ketinggian yang diatur melebihi tinggi rata-rata bangunan di sekitarnya agar gas buang tidak langsung terpapar ke area pemukiman. Selain aspek fisik, dampak sosial lingkungan berupa kebisingan juga dikelola secara serius. Perusahaan menyediakan area parkir dengan kapasitas yang sangat luas untuk menampung ratusan kendaraan pengunjung secara internal. Pengaturan alur lalu lintas oleh petugas keamanan khusus bertujuan untuk mencegah kemacetan di jalan akses publik serta meminimalkan suara mesin kendaraan yang dapat mengganggu kenyamanan warga. Dengan manajemen tata ruang dan mitigasi polusi yang terintegrasi, Mie Gacoan berupaya menciptakan simbiosis mutualisme antara aktivitas komersial dan kelestarian lingkungan hidup masyarakat sekitar.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis studi kelayakan bisnis yang dilakukan, dapat disimpulkan bahwa usaha PT Pesta Pora Abadi (Mie Gacoan) dinyatakan sangat layak untuk dijalankan dan dikembangkan secara berkelanjutan. Dari aspek pasar dan pemasaran, Mie Gacoan berhasil menguasai segmen generasi muda melalui strategi harga ekonomis, positioning produk yang kuat, serta pemanfaatan pemasaran digital yang efektif. Aspek teknis dan operasional menunjukkan kesiapan yang baik, ditandai dengan pemilihan lokasi strategis, kapasitas gerai yang besar, jam operasional 24 jam, serta dukungan peralatan yang memadai. Dari sisi manajemen, struktur organisasi dan pengelolaan sumber daya manusia telah berjalan secara efisien dan mendukung kelancaran operasional usaha. Secara finansial, meskipun mengadopsi strategi harga rendah, tingginya volume penjualan mampu menjaga profitabilitas dan stabilitas arus kas perusahaan. Selain itu, pemenuhan aspek hukum, sertifikasi halal, serta kepatuhan terhadap prinsip syariah semakin memperkuat legitimasi dan kepercayaan konsumen. Dengan mempertimbangkan seluruh aspek tersebut, Mie Gacoan memiliki prospek usaha yang positif dan layak untuk terus dikembangkan di tengah persaingan industri kuliner di Indonesia..

DAFTAR PUSTAKA

- Aghliyah, S. P., & Rohman, A. (2024). Analisis aspek teknis dan operasional pada UMKM legen ditinjau dari studi kelayakan bisnis. *Ekomadania: Journal of Islamic Economic and Social*, 8(1), 40–53.
- ANTARA News. (2023). Seluruh gerai Mie Gacoan kantong sertifikat halal MUI. Diakses dari <https://m.antaranews.com/berita/3615729/seluruh-gerai-mie-gacoan-kantongi-sertifikat-halal-mui>

- Aufat, M. F., Arjunita, S., Efika, N., & Hasni, H. (2025). Analisis pentingnya aspek hukum dalam studi kelayakan bisnis sebagai jaminan keabsahan usaha. *Journal of Information Systems Management and Digital Business*, 2(4), 314–325.
- Dwihapsari, D. R. (2025). Analisis aspek studi kelayakan bisnis pada Mie Gacoan. Diakses 31 Desember 2025 dari <https://www.kompasiana.com>
- Leki, N., & Zuraida, L. (2025). Pengaruh strategi harga dan promosi terhadap minat beli konsumen di supermarket Yogyakarta. *Yudishtira Journal: Indonesian Journal of Finance and Strategy Inside*, 5(1), 32–48.
- Mustafida, M. (2024). Pengaruh aspek keuangan dan financial technology pada Warung Mie Gacoan. *Al-Faruq: Jurnal Hukum Ekonomi Syariah dan Hukum Islam*, 3(1), 118–127.
- Nasution, A. (2021). Strategi pemasaran bisnis kuliner menggunakan influencer melalui media sosial Instagram. *Jurnal Bisnis Corporate*, 6(1), 11–18.
- Nugroho, A. (2018). Studi kelayakan bisnis sebagai dasar pengambilan keputusan investasi. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 6(3), 233–242.
- Putri, R. A., & Hidayat, W. (2019). Analisis kelayakan usaha pada industri kuliner. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 22(1), 45–56.
- Salsabila, N., Hanifah, L., Azizah, N., Novitasari, S., Permatasari, S. A., & Hastuti, I. (2025). Analisis strategi pemasaran pada PT Gacoan untuk menarik minat konsumen. Dalam *Prosiding Seminar Nasional Hukum, Bisnis, Sains dan Teknologi* (Vol. 5, No. 1, pp. 874–877).
- Suryani, T. (2013). Perilaku konsumen di era internet: Implikasinya pada strategi pemasaran. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 15(2), 87–98.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal. Diakses dari <https://peraturan.bpk.go.id>
- Wahyuni, S., & Pratama, R. (2020). Strategi bisnis UMKM kuliner dalam menghadapi persaingan. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 14(1), 12–23.