

SKRIPSI

ANALISIS KELAYAKAN BISNIS DITINJAU DARI PEMASARAN PADA USAHA KULINER AYAM GEPREK ABAH MIDUN DI KABUPATEN ROKAN HULU

*Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Penyusunan Skripsi Pada Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi Universitas Paser Pengaraian.*



OLEH:

WINDY ARDIKA WIDIAN

NIM: 2125085

**KONSENTRASI MANAJEMEN PEMASARAN
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS PASIR PENGARAIAN
2025**

HALAMAN PENGESAHAN

Nama : Windy Ardika Widian
Nim : 2125085
Judul Penelitian : Analisis Kelayakan Bisnis Ditinjau Dari Pemasaran Pada Usaha Kuliner Ayam Geprek Abah Midun Di Kabupaten Rokan Hulu

Skripsi ini telah diuji dan dipertahankan pada Ujian Akhir Komprehensif Program Studi Manajemen pada Senin, 28 Juli 2025 dan telah dilakukan perbaikan sesuai dengan simpulan dan saran Tim Penguji.

Pasir Pengaraian, 30 Juli 2025

Pembimbing I



Arrafiqur Rahman, SE., MM., Ph.D
NIDIN. 1018108502

Pembimbing II



Dr. Heffi Christya Rahayu, SE., M.Si
NIDN. 1018067303

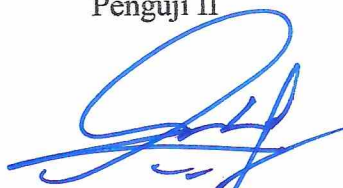
Penguji Ujian Akhir Komprehensif,

Penguji I



Dr. H. Afrizal, SE., MM.Ak.CA
NIDN. 1027076902

Penguji II



Andi Afrizal, SE., M.Si, Ak.CA
NIDN. 1014118301

Penguji III



Ratna Dewi, SE., MM
NIDN. 1016069401

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Pasir Pengaraian




Nurhayati, SE., M.Si
NIDN. 1026068605

PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Windy Ardika Widian

Nomor Mahasiswa : 2125085

Program Studi : Manajemen

Judul Skripsi : Analisis Kelayakan Bisnis Ditinjau Dari Aspek Pemasaran
Pada Usaha Kuliner Ayam Geprek Abah Midun Di Kabupaten
Rokan Hulu

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini merupakan hasil karya saya sendiri dan sepanjang pengetahuan dan keyakinan saya tidak pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademis di suatu Institusi Pendidikan serta juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan/atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka. Apabila dikemudian hari ditemukan unsur plagiat, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar akademik yang telah diperoleh karena skripsi saya ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Perguruan Tinggi.

Pasir Pengaraian, 2025

Yang membuat pernyataan,



Windy Ardika Widian

ABSTRAK

Windy Ardika Widian. 2125085. 2025. Analisis Kelayakan Bisnis Ditinjau Dari Aspek Pemasaran Pada Usaha Kuliner Ayam Geprek Abah Midun Di Kabupaten Rokan Hulu.

Penelitian ini menganalisis strategi pemasaran dan kelayakan usaha Ayam Geprek Abah Midun di Kabupaten Rokan Hulu. Meskipun usaha ini telah menjaga kualitas produk dengan konsistensi rasa dan porsi yang seragam, masih terdapat kendala dalam pemasaran, terutama dalam pemanfaatan strategi promosi digital. Harga yang diterapkan juga masih setara dengan pesaing, sehingga belum mampu menciptakan keunggulan kompetitif dalam aspek harga. Penelitian ini menggunakan metode studi kasus dengan pendekatan kuantitatif, di mana sampel ditentukan menggunakan rumus Lameshow. Data dikumpulkan melalui observasi, wawancara, angket, dan dokumentasi, serta dianalisis menggunakan teknik deskriptif dan kuantitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pemasaran berfokus pada kualitas produk dan harga yang kompetitif, namun kurang dalam aspek promosi dan pelayanan saat jam sibuk. Berdasarkan uji kelayakan usaha, indikator produk di Rambah Hilir masuk dalam kategori "Sangat Layak" (3,30) dan di Kecamatan Rambah "Layak" (3,20). Indikator harga memperoleh skor 3,28 ("Sangat Layak") di Rambah Hilir dan 3,04 ("Layak") di Kecamatan Rambah. Indikator tempat usaha menunjukkan kelayakan tinggi dengan skor 3,27 di Rambah Hilir dan 3,31 di Kecamatan Rambah. Namun, aspek promosi masih terbatas dengan skor 3,26 di Rambah Hilir dan 3,04 di Kecamatan Rambah, yang menunjukkan perlunya strategi pemasaran yang lebih optimal. Oleh karena itu, untuk meningkatkan daya saing, pemilik usaha disarankan mengoptimalkan pemasaran digital dan meningkatkan pelayanan agar lebih kompetitif dalam industri kuliner.

Kata Kunci: Kelayakan, Strategi, Pemasaran, Ayam Geprek

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat, petunjuk dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Analisis Kelayakan Bisnis Ditinjau Dari Aspek Pemasaran Pada Usaha Kuliner Ayam Geprek Abah Midun Di Kabupaten Rokan Hulu” sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana S1 di Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Pasir Pengaraian. Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan, bimbingan dan motivasi selama penelitian ini berlangsung. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Hardianto, S.Pd., M. Pd sebagai Rektor Universitas Pasir Pengaraian yang telah memberikan peluang kepada penulis untuk menimba ilmu di kampus tersebut.
2. Ibu Nurhayati, S.E., M.Si sebagai Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Pasir Pengaraian.
3. Ibu Arfianti Novita Anwar, S.IP., MM sebagai Ketua Program Studi Manajemen di Universitas Pasir Pengaraian
4. Bapak Arraffiqur Rahman, SE, MM, Ph.D selaku pembimbing pertama yang telah membina dan mengarahkan dalam proses penulisan proposal penelitian ini
5. Ibu Dr. Heffi Christya Rahayu, SE., M.Si selaku pembimbing kedua yang telah memotivasi dan memberikan masukan.
6. Terima kasih untuk Ibu dan Ayah yang selalu mendoakan, serta untuk keluarga yang saya cintai, serta tidak lupa juga saya ucapkan terima kasih untuk rekan-rekan mahasiswa seperjuangan

Pasir Pengaraian, 2025

Windy Ardika Widian
NIM: 2125085

ABSTRACT

Windy Ardika Widian. 2125085. 2025. Business Feasibility Analysis in Terms of Marketing Aspects in the Culinary Business of Ayam Geprek Abah Midun in Rokan Hulu Regency.

This study analyzes the marketing strategy and business feasibility of Ayam Geprek Abah Midun in Rokan Hulu Regency. Although the business has maintained product quality through consistent taste and uniform portion sizes, there are still challenges in marketing, particularly in utilizing digital promotion strategies. The pricing strategy is also on par with competitors, making it difficult to establish a competitive advantage in terms of pricing. This research employs a case study method with a quantitative approach, where the sample is determined using the Lameshow formula. Data were collected through observation, interviews, questionnaires, and documentation, then analyzed using descriptive and quantitative techniques. The results indicate that the marketing strategy focuses on product quality and competitive pricing but lacks effectiveness in promotion and service during peak hours. Based on the business feasibility test, the product indicator in Rambah Hilir is categorized as "Highly Feasible" (3.30) and "Feasible" (3.20) in Rambah District. The pricing indicator scored 3.28 ("Highly Feasible") in Rambah Hilir and 3.04 ("Feasible") in Rambah District. The location indicator demonstrated high feasibility with scores of 3.27 in Rambah Hilir and 3.31 in Rambah District. However, the promotion aspect remains limited, with scores of 3.26 in Rambah Hilir and 3.04 in Rambah District, indicating the need for a more optimized marketing strategy. Therefore, to enhance competitiveness, the business owner is advised to optimize digital marketing and improve service quality to be more competitive in the culinary industry.

Keywords: Feasibility, Strategy, Marketing, Geprek Chicken

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4. Manfaat Penelitian	7
1.5 Sistematika Penulisan	9
BAB II LANDASAN TEORI DAN KERANGKA KONSEPTUAL	10
2.1 Landasan Teori.....	10
2.1.1 Kelayakan Bisnis.....	10
2.1.1.1. Pengertian Kelayakan Bisnis.....	10
2.1.1.2 Tujuan Analisis Kelayakan Bisnis	11
2.1.1.3 Aspek-Aspek Kelayakan Bisnis	12
2.1.2 Pemasaran	15
2.1.2.1 Pengertian Pemasaran	15
2.1.2.2 Komponen dalam Aspek Pemasaran	16
2.1.2.3 Kelayakan Pemasaran	18
2.2 Penelitian Terdahulu	19
2.3 Kerangka Konseptual	22
BAB III METODE PENELITIAN	23
3.1 Ruang Lingkup Penelitian.....	23
3.2 Populasi dan Sampel	23
3.2.1 Populasi	23

3.2.2 Sampel.....	23
3.3 Jenis dan Sumber Data.....	25
3.4 Teknik Pengambilan Data.....	27
3.5 Definisi Operasional.....	28
3.6 Instrumen Penelitian.....	29
3.6.1 Uji Validitas.....	30
3.6.2 Uji Reliabilitas.....	31
3.7 Teknik Analisis Data.....	31
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	33
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	33
4.2 Karakteristik Responden.....	34
4.2.1 Jenis Kelamin.....	34
4.2.2 Usia.....	35
4.2.3 Pekerjaan.....	36
4.3 Deskripsi Data Penelitian.....	37
4.3.1 Uji Validitas.....	37
4.3.2 Uji Reliabilitas.....	39
4.4. Analisis Data Penelitian.....	41
4.4.1 Tingkat Capaian Responden (TCR).....	41
4.4.2 Uji Kelayakan Usaha.....	44
4.4.2.1 Kelayakan Usaha Berdasarkan Indikator Produk.....	44
4.4.2.2 Kelayakan Usaha Berdasarkan Indikator Harga.....	48
4.4.2.3 Kelayakan Usaha Berdasarkan Indikator Tempat.....	51
4.4.2.4 Kelayakan Usaha Berdasarkan Indikator Promosi.....	54
4.3 Strategi Pemasaran Ayam Geprek Abah Midun.....	58
BAB V PENUTUP.....	65
5.1 Kesimpulan.....	65
5.2 Saran.....	66
DAFTAR PUSTAKA.....	68

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Perbandingan Usaha Ayam Geprek	4
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	20
Tabel 3. 1. Definisi Operasional	29
Tabel 3. 2. Alat Ukur Penelitian.....	29
Tabel 3. 3. Norma Keputusan Kelayakan	30
Tabel 4. 1. Profil Usaha.....	33
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	34
Tabel 4. 3. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	35
Tabel 4. 4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	36
Tabel 4. 5. Hasil Uji Validitas (Lokasi I).....	37
Tabel 4. 6. Hasil Uji Validitas (Lokasi II)	39
Tabel 4. 7. Hasil Uji Reliabilitas	40
Tabel 4. 8. TCR Usaha Ayam Geprek Midun di Kecamatan Rambah Hilir.....	41
Tabel 4. 9. TCR Usaha Ayam Geprek Midun di Kecamatan Rambah	43
Tabel 4. 10. Kelayakan Produksi Usaha Ayam Geprek Midun di Rambah Hilir ...	45
Tabel 4. 11. Kelayakan Produksi Usaha Ayam Geprek Midun di Kecamatan Rambah	46
Tabel 4. 12. Kelayakan Harga Usaha Ayam Geprek Midun di Kecamatan Rambah Hilir.....	48
Tabel 4. 13. Kelayakan Harga Usaha Ayam Geprek Midun di Kecamatan Rambah	50
Tabel 4. 14. Kelayakan Tempat Usaha Ayam Geprek Midun di Kecamatan Rambah Hilir.....	52
Tabel 4. 15. Kelayakan Tempat Usaha Ayam Geprek Midun di Kecamatan Rambah	53
Tabel 4. 16. Kelayakan Promosi Usaha Ayam Geprek Midun di Kecamatan Rambah Hilir.....	55
Tabel 4. 17. Kelayakan Promosi Usaha Ayam Geprek Midun di Kecamatan Rambah	57

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Lokasi Usaha di Kecamatan Rambah Hilir	6
Gambar 1.2 Lokasi Usaha di Kecamatan Rambah.....	6
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	19