**ANALISIS STUDI KELAYAKAN BISNIS DALAM PERSPEKTIF ISLAM PADA UMKM AYAM GEPREK PANCA USAHA PALEMBANG**

***ANALYSIS OF BUSINESS FEASIBILITY STUDY IN ISLAMIC PERSPECTIVE ON UMKM AYAM GEPREK PANCA USAHA PALEMBANG***

**Siti Nurleda 1 , Sucy rahmadaty 2**

1,2 Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang

*Email:* *sitinurleda01@gmail.com*

|  |  |
| --- | --- |
| **Article Info**Article history :Received : 11-05-2025Revised : 13-05-2025Accepted : 15-05-2025Pulished : 17-05-2025 | ***Abstract****This study analyzes the business feasibility of the Ayam Geprek Panca Usaha MSME in Palembang from an Islamic perspective, based on five aspects: legality, market and marketing, operations, management, and finance. Using a descriptive qualitative method with a case study approach, data were collected through interviews, observation, and documentation. The results show that all business activities align with sharia principles such as honesty, fairness, and the prohibition of usury. Marketing is conducted ethically through social media, finances are managed transparently, and operations emphasize halal practices and employee rights. Decision-making is based on deliberation and a familial approach. This business reflects the application of maqashid sharia and is oriented toward blessings and social benefit rather than mere profit.****Keywords: business feasibility study, MSME, Islamic economics*** |

**Abstrak**

Penelitian ini menganalisis kelayakan bisnis UMKM Ayam Geprek Panca Usaha di Palembang dalam perspektif Islam berdasarkan lima aspek: legalitas, pasar dan pemasaran, operasional, manajemen, serta keuangan. Menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan studi kasus, data diperoleh melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Hasil menunjukkan bahwa seluruh aktivitas usaha telah sesuai prinsip syariah, seperti kejujuran, keadilan, dan bebas riba. Pemasaran dilakukan secara etis melalui media sosial, keuangan dikelola secara transparan, dan operasional memperhatikan kehalalan serta hak karyawan. Pengambilan keputusan bersifat musyawarah dan kekeluargaan. Usaha ini mencerminkan penerapan maqashid syariah serta berorientasi pada keberkahan dan manfaat sosial, bukan semata keuntungan.

**Kata kunci:** **studi kelayakan bisnis, UMKM, ekonomi Islam**

**PENDAHULUAN**

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan sektor penting dalam perekonomian Indonesia yang mampu menyerap tenaga kerja dalam jumlah besar serta berkontribusi terhadap produk domestik bruto (PDB). Dalam mengembangkan usaha, salah satu langkah strategis yang perlu dilakukan adalah melaksanakan studi kelayakan bisnis(Yolanda, 2024). Studi kelayakan bisnis merupakan suatu analisis menyeluruh terhadap berbagai aspek usaha, mulai dari pasar, pemasaran, teknis operasional, manajemen, hukum, hingga finansial, untuk menilai apakah suatu ide atau rencana bisnis layak untuk dijalankan secara berkelanjutan dan menguntungkan. Dalam halyang lebih luas, studi kelayakan juga bisa dilihat dari sudut pandang etika dan nilai-nilai, termasuk dari perspektif Islam yang menekankan pada prinsip kejujuran, keadilan, kebermanfaatan, serta menjauhi unsur riba, gharar, dan maisir(Adelia et al, 2024).

Salah satu bentuk UMKM yang berkembang pesat di masyarakat adalah usaha di bidang kuliner. Di antara sekian banyaknya, terdapat UMKM Ayam Geprek Panca Usaha, yang merupakan salah satu usaha lokal yang bergerak dalam bidang makanan cepat saji berbasis ayam geprek. Usaha ini menawarkan cita rasa yang khas dengan harga terjangkau dan telah menjadi pilihan konsumen dari berbagai kalangan. Namun, meskipun usahanya berjalan, belum banyak dilakukan kajian mengenai sejauh mana usaha ini layak secara bisnis serta bagaimana operasionalnya ditinjau dari prinsip-prinsip ekonomi Islam.

Oleh karena itu, pelaksanaan studi kelayakan bisnis menjadi langkah penting sebelum memulai atau mengembangkan suatu usaha. Studi ini bertujuan untuk mengidentifikasi berbagai peluang dan risiko yang mungkin dihadapi oleh pelaku usaha, serta memberikan dasar yang kuat untuk pengambilan keputusan bisnis yang rasional dan terarah. Dalam era persaingan yang semakin ketat, studi kelayakan membantu pelaku UMKM untuk menyusun strategi yang tepat, mengalokasikan sumber daya secara efisien, dan meminimalkan kegagalan usaha(Bate’e et al, 2024).

Selain aspek ekonomi dan teknis, pertimbangan etika dan nilai-nilai lokal juga penting dalam pengembangan UMKM, terutama di masyarakat yang menjunjung tinggi norma-norma sosial dan keagamaan. Dalam konteks ekonomi Islam, studi kelayakan tidak hanya menilai aspek keuntungan semata, tetapi juga menilai kehalalan produk, keadilan dalam transaksi, transparansi, serta dampak sosial dari usaha tersebut. Prinsip-prinsip ini menjadi landasan bagi terciptanya usaha yang tidak hanya menguntungkan secara materi, tetapi juga memberikan manfaat secara spiritual dan sosial(Rahayu, 2025).

Dengan adanya studi kelayakan yang matang dan menyeluruh, UMKM memiliki peluang lebih besar untuk tumbuh dan berkembang secara berkelanjutan. Studi ini juga dapat menjadi panduan dalam mencari mitra usaha, investor, maupun akses pendanaan dari lembaga keuangan. Di tengah upaya pemerintah dalam memperkuat sektor UMKM sebagai tulang punggung perekonomian nasional, pelaksanaan studi kelayakan bisnis menjadi instrumen penting untuk menciptakan usaha yang tangguh, adaptif, dan berdaya saing tinggi di pasar lokal maupun global(Habibah, 2024).

Berdasarkan pengamatan awal, terdapat beberapa permasalahan yang cukup krusial untuk dikaji. Di antaranya adalah tidaknya adanya pencatatan keuangan yang terstruktur, kurangnya analisis pasar secara sistematis, serta aspek syariah yang belum diterapkan secara menyeluruh, misalnya dalam hal pengelolaan keuangan yang masih bercampur antara modal pribadi dan usaha, serta belum jelasnya akad kerja sama atau ketenagakerjaan yang digunakan. Selain itu, belum adanya strategi pengembangan jangka panjang juga menjadi sorotan tersendiri, yang mengindikasikan bahwa aspek perencanaan bisnis belum optimal.

Melihat hal tersebut, maka penting untuk dilakukan analisis studi kelayakan bisnis terhadap UMKM Ayam Geprek Panca Usaha, bukan hanya dari segi konvensional, tetapi juga dalam perspektif Islam, guna mengetahui apakah usaha ini berjalan sesuai prinsip kelayakan yang komprehensif dan sesuai dengan nilai-nilai syariah. Dengan demikian, hasil analisis ini diharapkan dapat memberikan gambaran dan rekomendasi yang bermanfaat, baik bagi pemilik usaha maupun pelaku UMKM lainnya dalam mengembangkan bisnis yang tidak hanya menguntungkan secara ekonomi, tetapi juga berkah dan berkelanjutan secara spiritual.

**METODE**

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif deskriptif dengan pendekatan studi kasus yang difokuskan pada UMKM Ayam Geprek Panca Usaha di Palembang. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kelayakan bisnis berdasarkan lima aspek utama studi kelayakan, yaitu aspek legalitas, pasar dan pemasaran, operasional, manajemen, dan keuangan, serta meninjau kesesuaiannya dengan prinsip-prinsip ekonomi Islam seperti kejujuran, keadilan, dan larangan riba. Data yang digunakan terdiri dari data primer dan sekunder. Data primer diperoleh melalui wawancara mendalam dengan pemilik usaha, karyawan, dan pelanggan, serta observasi langsung terhadap kegiatan operasional. Data sekunder diperoleh dari dokumen usaha, laporan keuangan, dan literatur terkait. Teknik pengumpulan data meliputi wawancara, observasi, dan dokumentasi. Data dianalisis melalui tiga tahap, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Untuk menjamin keabsahan data, digunakan teknik triangulasi sumber dan teknik.

**PEMBAHASAN**

1. **Aspek Pemasaran**

UMKM Ayam Geprek Panca Usaha memiliki strategi pemasaran yang sederhana namun efektif, mengingat skala usahanya masih tergolong mikro. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara, pemilik usaha menggunakan promosi melalui media sosial seperti WhatsApp Story, Instagram, dan Facebook untuk memperkenalkan produk, serta memberikan promo tertentu pada hari-hari ramai seperti akhir pekan atau tanggal muda.

Segmentasi pasar difokuskan pada kalangan pelajar, mahasiswa, dan pekerja di sekitar lokasi usaha. Penetapan harga dilakukan dengan mempertimbangkan daya beli masyarakat sekitar, sehingga harga yang ditawarkan relatif terjangkau, yakni antara Rp10.000 – Rp12.000 per porsi. Dari segi syariah, strategi pemasaran yang dijalankan UMKM ini sudah sesuai dengan prinsip Islam karena dilakukan dengan jujur, tidak berlebihan dalam mempromosikan produk (tidak mengandung unsur *gharar*), dan tidak menyudutkan pesaing. Bahkan, pemilik usaha menyebutkan bahwa dirinya berprinsip untuk tidak menjatuhkan harga secara tidak sehat, melainkan fokus pada peningkatan kualitas pelayanan dan cita rasa.

1. **Aspek Keuangan**

Dalam hal keuangan, UMKM Ayam Geprek Panca Usaha dikelola secara sederhana namun teratur. Modal awal usaha sebesar Rp7.000.000 berasal dari dana pribadi pemilik dan pinjaman keluarga tanpa bunga, sehingga terbebas dari praktik *riba*. Hasil wawancara menunjukkan bahwa pencatatan transaksi dilakukan setiap hari secara manual di buku kas harian, yang mencatat pemasukan dari penjualan serta pengeluaran untuk pembelian bahan baku, gas, kemasan, dan kebutuhan operasional lainnya.

Pemilik usaha menekankan pentingnya pengelolaan uang secara amanah dan transparan. Meskipun belum menggunakan sistem akuntansi digital atau software kasir, ia memiliki laporan bulanan sederhana yang membantu memantau keuntungan bersih. Dari penghitungan kasar, usaha ini mampu menghasilkan laba bersih sekitar Rp3.000.000–Rp4.500.000 per bulan. Dalam perspektif Islam, sistem keuangan ini sudah sesuai dengan prinsip *transparansi*, *keadilan*, dan *pertanggungjawaban (hisab)*. Tidak ada indikasi manipulasi laporan atau penyalahgunaan dana, dan semua transaksi dilakukan secara tunai tanpa melibatkan sistem riba.

1. **Aspek Operasional**

Kegiatan operasional UMKM ini dilakukan secara rutin setiap hari dari pukul 09.00 hingga pukul 21.00 WIB. Proses produksi dimulai dengan persiapan bahan baku seperti ayam, sambal, nasi, dan pelengkap lainnya. Berdasarkan hasil observasi di dapur produksi, seluruh proses dilakukan dengan menjaga kebersihan dan kehigienisan, mulai dari pencucian ayam, pengolahan bumbu, hingga penyajian kepada pelanggan.

Bahan baku seperti ayam segar, cabai, dan beras diperoleh dari pasar tradisional setempat. Pemilik usaha secara rutin memastikan bahwa produk yang digunakan halal dan tidak mengandung bahan berbahaya atau tidak layak konsumsi. Dalam operasionalnya, pemilik juga memberikan waktu kepada karyawan untuk melaksanakan salat tepat waktu dan tidak memaksa bekerja melebihi jam kerja yang disepakati.

Dari sisi syariah, kegiatan operasional telah memenuhi prinsip *thayyib* (baik dan halal), serta menjunjung nilai-nilai kemanusiaan dan ibadah dalam bekerja. Pemilik usaha menyatakan bahwa menjaga kualitas makanan dan pelayanan adalah bagian dari bentuk tanggung jawab moral dan spiritual sebagai Muslim.

1. **Aspek Manajemen**

UMKM Ayam Geprek Panca Usaha masih dikelola secara langsung oleh pemilik usaha yang juga merangkap sebagai koki dan pengatur operasional. Usaha ini mempekerjakan dua orang karyawan dengan sistem upah harian dan bonus mingguan. Pembagian tugas dilakukan secara lisan berdasarkan kesepakatan, dan pemilik selalu mengadakan evaluasi mingguan secara informal untuk memastikan kelancaran kerja.

Dari hasil wawancara, diketahui bahwa pemilik mengedepankan prinsip musyawarah dalam mengambil keputusan, misalnya dalam menentukan menu baru atau mengatur jadwal kerja saat ada hari libur keagamaan. Relasi antara pemilik dan karyawan sangat akrab, namun tetap profesional. Tidak ditemukan adanya praktik eksploitasi tenaga kerja.

Dalam perspektif Islam, sistem manajemen ini mengamalkan nilai *amanah*, *keadilan*, dan *rahmah* dalam kepemimpinan. Pemberian upah sesuai pekerjaan dan tepat waktu mencerminkan pelaksanaan hadis Nabi Muhammad SAW, "Berikanlah upah kepada pekerjamu sebelum keringatnya mengering."

1. **Aspek Perspektif Islam**

Dari seluruh hasil pengamatan dan wawancara, dapat disimpulkan bahwa UMKM Ayam Geprek Panca Usaha telah mengimplementasikan nilai-nilai Islam dalam menjalankan usahanya. Mulai dari niat usaha yang ditujukan untuk mencari rezeki halal dan berkah, cara memperlakukan pelanggan dan karyawan dengan adil dan ramah, hingga pengelolaan keuangan yang bersih dari riba dan manipulasi.

Usaha ini juga memberikan manfaat bagi lingkungan sekitarnya, seperti membuka lapangan kerja bagi warga lokal dan menyediakan makanan halal yang terjangkau. Dalam konteks *maqashid syariah*, bisnis ini berkontribusi dalam menjaga agama (karena mendukung konsumsi halal), menjaga jiwa (melalui makanan sehat dan bersih), dan menjaga harta (karena tidak ada eksploitasi atau penipuan).

Selain itu, pemilik usaha juga rutin menyisihkan sebagian keuntungan untuk kegiatan sosial seperti donasi ke masjid atau membantu tetangga yang kesulitan. Hal ini menunjukkan bahwa konsep *barakah* menjadi tujuan akhir dari keberlangsungan bisnis, bukan semata-mata keuntungan material.

**KESIMPULAN**

UMKM Ayam Geprek Panca Usaha telah menjalankan seluruh aktivitas bisnisnya secara terstruktur dan sesuai dengan prinsip-prinsip syariah Islam. Dari aspek pemasaran, strategi yang diterapkan sederhana namun efektif dengan memanfaatkan media sosial dan promosi jujur tanpa menjatuhkan pesaing. Aspek keuangan dikelola dengan sistem manual yang sederhana namun transparan, bebas dari praktik riba, serta mengedepankan amanah. Dalam operasional sehari-hari, pelaksanaan kegiatan sangat memperhatikan kebersihan, kehalalan, dan hak-hak karyawan, sementara dari sisi manajemen, pendekatan kekeluargaan dan musyawarah menjadi dasar dalam pengambilan keputusan. Secara keseluruhan, usaha ini mencerminkan implementasi maqashid syariah dalam menjaga agama, jiwa, dan harta, serta menunjukkan orientasi pada keberkahan dan kebermanfaatan sosial, bukan sekadar keuntungan material.

**Saran**

Agar UMKM Ayam Geprek Panca Usaha dapat terus berkembang dan bersaing secara berkelanjutan, disarankan untuk mulai mengadopsi sistem pencatatan keuangan digital guna mempermudah pemantauan arus kas dan perencanaan keuangan jangka panjang. Selain itu, pemilik usaha dapat mempertimbangkan untuk mengikuti pelatihan manajemen usaha dan pemasaran digital agar strategi yang diterapkan menjadi lebih optimal. Penambahan varian menu atau inovasi produk juga bisa menjadi nilai tambah yang menarik bagi konsumen. Terakhir, mempertahankan dan memperkuat nilai-nilai Islam dalam setiap aspek usaha akan menjadi fondasi kokoh untuk menjaga keberlanjutan bisnis serta mendatangkan keberkahan yang lebih luas, baik bagi pemilik, karyawan, maupun masyarakat sekitar.

**DAFTAR PUSTAKA**

Adelia, Mairani, M Abiyyu Wadi, Suci Haryanti, Universitas Islam, dan Negeri Sumatera. “Overview studi kelayakan bisnis.” *Jurnal Akademik Ekonomi Dan Manajemen* 1, no. 4 (2024): 1–8.

Bate’e, Anisa Triyana, Dita Lia Septiani, Gilang Pradana, Sheila Ramadhani Krisanti, dan RR. Wening Ken Widodasih. “Analisis Studi Kelayakan Bisnis Pada UMKM Ditinjau Dari Aspek Pasar Dan Pemasaran (Studi Kasus Sop Ayam Pak Mim Klaten Di Cikarang Selatan).” *Jurnal Masharif al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah* 9, no. 1 (2024): 221–35.

Habibah, Putri Tijaniyatul. “ANALISIS STUDI KELAYAKAN BISNIS PADA ASPEK HUKUM PADA USAHA MIKRO PIA KAROMAH WONOREJO ,.” *JURNAL MEDIA AKADEMIK (JMA)* 2, no. 12 (2024). https://jurnal.mediaakademik.com/index.php/jma/article/download/1118/967/3309.

Rahayu, Eka. “Jurnal Al-Istishna : Jurnal Kajian Ekonomi dan Bisnis Islam Pengaruh Etika Bisnis Islam dalam Optimalisasi Pengembangan UMKM Pendahuluan.” *Jurnal Al-Istishna : Jurnal Kajian Ekonomi dan Bisnis Islam* 01, no. 02 (2025): 76–88.

Yolanda, Cindy. “Peran Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM) Dalam Pengembangan Ekonomi Indonesia.” *Jurnal Manajemen Dan Bisnis* 2, no. 3 (2024): 170–86.