

Studi Kelayakan Bisnis Produk Cireng Stik Panir (Cistar)

M. Affrizal Miradji^{1*}, Rohma Desi Ulfinda Sari², Grecencia Noyarto Dwiano³, Ratih Purwati Ningsih⁴, Sheli Rachmawati⁵

¹⁻⁵ Program Studi Akuntansi, Universitas PGRI Adi Buana Surabaya, Indonesia

Email : afrizal@unipasby.ac.id

*Penulis Korespondensi: afrizal@unipasby.ac.id

Abstract. *Cireng Stik Panir (CISTAR) is an entrepreneurial project of Accounting students at Universitas PGRI Adi Buana Surabaya in order to fulfill the assignment for the Business Feasibility Study course. This product is a snack innovation that combines traditional cireng made from tapioca flour with a spicy Indonesian shredded chicken filling, shaped like an ice cream stick, and coated with breadcrumbs to produce a crispy texture on the outside and chewy on the inside. The activity was carried out for two weeks (October 1 and 8, 2025) at UNIPA Dukuh Menanggal Campus II through direct sales and online marketing using WhatsApp and Instagram. The initial capital of IDR 200,000 was obtained from contributions from four team members, with an effective production cost of IDR 112,230 for 40 pcs, resulting in a COGS of IDR 2,806 per pc and a profit of IDR 26,570 (margin $\approx 26\%$). The SWOT analysis shows strengths in the uniqueness of taste and shape, great opportunities in the spicy snack and frozen food market, but has weaknesses in product durability and the threat of intense competition. This project successfully developed students' financial independence, entrepreneurial spirit, decision-making skills, and creativity through hands-on experience in production, distribution, marketing, and consumer interaction. CISTAR has the potential to develop into a sustainable business through innovative flavors and expanded sales channels.*

Keywords: *Business Feasibility Study, Cireng Stik Panir, Culinary Innovation, Spicy Snacks, Student Entrepreneurship.*

Abstrak. Usaha Cireng Stik Panir (CISTAR) merupakan proyek wirausaha mahasiswa Program Studi Akuntansi Universitas PGRI Adi Buana Surabaya dalam rangka memenuhi tugas mata kuliah Studi Kelayakan Bisnis. Produk ini adalah inovasi camilan yang menggabungkan cireng tradisional berbahan dasar tepung tapioka dengan isian ayam suwir pedas khas nusantara, dibentuk memanjang seperti stik es krim, serta dilapisi tepung panir sehingga menghasilkan tekstur renyah di luar dan kenyal di dalam. Kegiatan dilaksanakan selama dua minggu (1 dan 8 Oktober 2025) di Kampus II UNIPA Dukuh Menanggal melalui penjualan langsung dan pemasaran daring menggunakan WhatsApp serta Instagram. Modal awal sebesar Rp200.000 diperoleh dari iuran empat anggota tim, dengan biaya produksi efektif Rp112.230 untuk 40 pcs, menghasilkan HPP Rp2.806 per pcs dan keuntungan Rp26.570 (margin $\approx 26\%$). Analisis SWOT menunjukkan kekuatan pada keunikan rasa dan bentuk, peluang besar di pasar camilan pedas dan frozen food, namun memiliki kelemahan pada daya tahan produk serta ancaman persaingan ketat. Proyek ini berhasil melatih kemandirian finansial, jiwa kewirausahaan, kemampuan pengambilan keputusan, serta kreativitas mahasiswa melalui pengalaman langsung dalam produksi, distribusi, pemasaran, dan interaksi konsumen. CISTAR memiliki potensi pengembangan menjadi bisnis berkelanjutan dengan inovasi varian rasa dan perluasan kanal penjualan.

Kata Kunci: Camilan Pedas, Cireng Stik Panir, Inovasi Kuliner, Kewirausahaan Mahasiswa, Studi Kelayakan Bisnis.

1. PENDAHULUAN

Dalam menghadapi tantangan bisnis termasuk menghadapi customer, maka sebagai mahasiswa kita juga harus belajar dalam memasarkan suatu produk. Dalam tugas untuk memenuhi mata kuliah Studi Kelayakan Bisnis ini, kami mencoba melakukan sebuah usaha sederhana untuk mendapatkan pembelajaran menjadi seorang wirausahawan. Usaha yang kami jalankan merupakan sebuah usaha singkat yang mungkin bisa menjadi peluang bagi kami untuk

masa yang akan datang. Saat ini usaha yang kami jalankan adalah mencoba menawarkan produk makanan berupa inovasi dari cireng menjadi olahan “cireng stik panir (cistar)” di lingkungan sekitar Universitas PGRI Adi Buana Surabaya dan pemasaran produk secara online

Selain itu, Indonesia yang dikenal sebagai negara dengan kekayaan kuliner yang beragam, apalagi dengan populernya salah satu camilan yang diminati oleh berbagai kalangan yaitu Cireng (aci goreng) membuat kita ingin mengembangkan inovasi tersebut. Di sisi lain, ayam merupakan salah satu hidangan yang banyak digemari oleh masyarakat karena rasa pedasnya yang kuat serta aroma rempah-rempah khas Nusantara membuat hal ini menjadi kombinasi yang pas untuk inovasi tersebut.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan studi kelayakan bisnis (feasibility study) dengan Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus deskriptif yang dikombinasikan dengan elemen aksi partisipatif (participatory action research), mengingat peneliti sekaligus menjadi pelaku utama dalam perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi usaha Cireng Stik Panir (CISTAR). Data primer diperoleh melalui observasi langsung terhadap seluruh proses produksi, pemasaran, dan penjualan yang dilakukan pada tanggal 1 Oktober 2025 dan 8 Oktober 2025 di Kampus II Universitas PGRI Adi Buana Surabaya (Dukuh Menanggal), serta melalui pencatatan transaksi, dokumentasi foto dan video, testimoni konsumen, dan catatan harian kegiatan tim. Data sekunder bersumber dari referensi literatur kuliner, data harga bahan baku di pasar tradisional Surabaya, serta tren camilan kekinian melalui pencarian daring dan media sosial.

Pengumpulan data keuangan dilakukan secara akurat melalui sistem pembukuan sederhana yang mencakup iuran modal awal, daftar pengeluaran bahan baku, pendapatan penjualan, dan perhitungan Harga Pokok Produksi (HPP). Analisis data menggunakan teknik analisis SWOT untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman usaha, serta analisis deskriptif kuantitatif sederhana untuk menghitung margin keuntungan dan efisiensi penggunaan bahan. Validitas data dijaga melalui triangulasi sumber (catatan keuangan, dokumentasi visual, dan refleksi tim) serta diskusi kelompok rutin antaranggota tim untuk memastikan keselarasan antara rencana, pelaksanaan, dan hasil yang dicapai.

3. HASIL

Cistar adalah inovasi camilan yang menggabungkan cireng makanan khas Jawa Barat berbahan dasar tepung tapioka dengan isian ayam suwir pedas khas Nusantara, kemudian dibalut tepung panir dan dibentuk memanjang menyerupai stik es krim. Produk ini menawarkan tekstur renyah di luar dari lapisan panir, kenyal lembut di dalam khas cireng, serta rasa gurih-pedas yang kuat dari ayam suwir berbumbu rempah Indonesia. Ide ini bermula dari kecintaan kami terhadap olahan aci, namun ingin menciptakan sensasi baru yang belum pernah ada sebelumnya: cireng yang crispy karena tepung panir dan memiliki isian melimpah. Setelah beberapa kali percobaan, hasilnya melebihi ekspektasi—rasa yang luar biasa dan langsung disukai oleh keluarga serta tetangga sekitar. Dari situlah muncul keinginan untuk menjadikannya produk komersial dengan konsep “Camilan Nusantara Rasa Kekinian”: tetap mempertahankan cita rasa tradisional namun disajikan dengan cara yang modern, praktis, dan sangat instagramable.

Visi dan Misi

Visi Cistar adalah menjadi brand cireng stik panir yang paling digemari masyarakat Indonesia melalui rasa autentik, inovasi produk yang terus berkembang, serta kualitas yang konsisten dan higienis. **Misi** kami adalah: (1) menghasilkan cireng stik panir dengan standar kualitas tinggi, (2) membangun brand yang terpercaya di hati konsumen, (3) mengutamakan kebersihan dan kesehatan dalam setiap proses produksi, serta (4) memberikan pelayanan terbaik agar setiap pelanggan merasa puas dan ingin kembali membeli.

Analisis SWOT

Kekuatan (Strengths) Cistar terletak pada keunikan produk yang memadukan cireng tradisional dengan ayam suwir pedas dan balutan tepung panir—sesuatu yang belum banyak ditemui di pasaran. Tekstur renyah-kenyal serta rasa pedas gurih yang khas sangat cocok dengan selera masyarakat Indonesia. Bentuk stik yang mirip es krim membuatnya mudah dimakan, menarik secara visual, dan cocok untuk konten media sosial anak muda. Bahan baku utama seperti tepung tapioka dan ayam mudah didapat serta relatif murah, sehingga biaya produksi terkontrol dan margin keuntungan cukup besar. Produk juga fleksibel: bisa dijual siap santap maupun dalam bentuk frozen food, sehingga jangkauan pasar menjadi lebih luas.

Kelemahan (Weaknesses) terutama ada pada daya tahan produk ready-to-eat yang cenderung mengeras jika sudah dingin, sehingga lebih optimal dijual dalam kondisi frozen atau baru digoreng. Proses pembuatan membutuhkan ketelitian tinggi agar tekstur dan porsi isian konsisten setiap batch, sehingga memerlukan tenaga kerja yang terlatih. Sebagai brand baru,

Cistar masih membutuhkan waktu dan investasi untuk membangun awareness dan bersaing dengan camilan kekinian lainnya.

Peluang (Opportunities) sangat besar karena masyarakat Indonesia sangat menyukai camilan pedas-gurih, ditambah tren makanan viral di TikTok dan Instagram yang terus meningkat. Cistar dapat terus berinovasi dengan varian rasa baru, level kepedasan, atau kemasan yang lebih menarik. Pasar frozen food yang sedang naik daun juga membuka peluang penjualan melalui marketplace, reseller, hingga kemitraan waralaba di berbagai kota.

Ancaman (Threats) utama berasal dari persaingan ketat di segmen camilan pedas berbahan aci seperti basreng, cireng isi, cimol, dan sejenisnya. Jika inovasi berhenti, produk bisa cepat dilupakan karena tren kuliner berubah sangat cepat. Fluktuasi harga ayam dan risiko munculnya produk tiruan dari kompetitor juga menjadi tantangan yang harus diantisipasi dengan penguatan brand dan kontrol kualitas yang ketat.

Strategi Pemasaran

Pemasaran Cistar difokuskan pada platform digital yang murah namun efektif. Promosi utama dilakukan melalui Instagram dan WhatsApp. Di Instagram, kami memanfaatkan feed, reels, story, dan highlight untuk menampilkan foto serta video produk yang menggugah selera, proses pembuatan yang higienis, testimoni pelanggan, serta jadwal pre-order. Di WhatsApp, kami menggunakan status/story broadcast untuk menginformasikan ketersediaan produk, promo, dan pengingat pre-order. Sistem pre-order diterapkan agar produksi sesuai permintaan, meminimalkan pemborosan, dan menjamin kesegaran produk saat sampai ke tangan pelanggan.

Aspek Pasar dan Pemasaran

Cistar hadir sebagai camilan inovatif yang menggabungkan cireng tradisional dengan penyajian modern: bentuk stik panir dengan isian ayam suwir pedas yang melimpah. Saat digigit, konsumen akan merasakan kerenyahan tepung panir, diikuti tekstur kenyal cireng, lalu led very good isian ayam yang empuk, berserat, dan kaya rempah. Produk ini sangat praktis bisa langsung digoreng dari freezer hanya dalam hitungan menit sehingga cocok sebagai camilan harian, bekal anak, atau lauk darurat. Dalam kondisi beku, Cistar dapat bertahan hingga satu minggu, menjadikannya pilihan ideal bagi keluarga sibuk.

Segmentasi demografis Cistar tidak dibatasi usia—dari anak-anak hingga orang dewasa dapat menikmati karena rasa yang aman, familiar, dan disukai banyak kalangan. Namun, target utama adalah pelajar, mahasiswa, dan pekerja muda yang aktif di media sosial, menyukai camilan pedas, praktis, dan terjangkau. **Posisi produk** di pasar adalah “Camilan Nusantara yang Inovatif dan Kekinian”: tetap mempertahankan cita rasa lokal namun dikemas

dengan tampilan serta pengalaman makan yang baru dan menyenangkan. Dengan strategi digital yang konsisten, kualitas rasa yang terjaga, dan inovasi berkelanjutan, Cistar berpotensi menjadi salah satu camilan favorit di tengah maraknya tren makanan ringan saat ini.

Aspek Teknik Pengolahan

Alat

Alat yang dibutuhkan untuk membuat produk ini diantaranya:

1. Kompor
2. Blender
3. Panci
4. Wajan, spatula, dan penyaringan
5. Nampan
6. Centong sayur
7. Centong
8. Wadah
9. Sendok makan dan teh
10. Mangkok

Bahan

1. Isian ayam suwir

Untuk bahan yang dibutuhkan untuk membuat isian ayam suwir pedas diantaranya yaitu:

Nama Bahan	Kuantitas
Daging ayam (bagian dada)	1kg
Cabe merah	¼ kg
Cabe rawit	1 ons
Cabe kering	1 ons
Bawang merah	250 gr
Bawang putih	180 gr
Daun jeruk	10 lbr
Batang Sereh	3 batang
Jahe	2 ruas
Gula merah	3 batok
Gula pasir	1 sdm
Garam	3 sdt

Penyedap	2 sdt
Kaldu bubuk (sapi)	2 bks

2. Adonan

Untuk bahan yang dibutuhkan untuk membuat adonan cistar diantaranya yaitu:

Nama Bahan	Kuantitas
Tepung tapioka	750 gr
Tepung terigu	200 gr
Bawang putih bubuk	1 bks
Lada bubuk	½ sdt
Penyedap	1 sdt
Kaldu bubuk (sapi)	1 bks
garam	2 sdt

3. Celupan

Untuk bahan yang dibutuhkan untuk membuat celupan diantaranya yaitu:

Nama bahan	Kuantitas
Tepung terigu	250 gr
Penyedap	½ bks
Air	200-350 ml
Tepung panir	½ kg

4. Bahan tambahan

Berikut bahan tambahan yang dibutuhkan untuk membuat cistar diantaranya yaitu:

Nama bahan	Kuantitas
Stick ice cream	100 pcs
Kresek putih	50 pcs
starofoam	25 pcs
Kertas minyak	7 lbr
Saus sachet	36 pcs
Minyak goreng	1L

Proses produksi

1. Proses membuat ayam suwir

- a) Siapkan dada ayam atau paha ayam tanpa tulang
- b) Siapkan bumbu dasar, bawang putih, bawang merah, cabe rawit, cabe merah, cabe kering, daun jeruk, batang sereh, jahe, garam, gula merah, gula pasir, penyedap, dan kaldu bubuk.
- c) Masukkan ayam ke dalam panci dan rebus hingga daging empuk. Tambah sedikit geprekan jahe, geprekan daun sereh, garam, gula merah, kaldu bubuk, penyedap, dan daun jeruk.
- d) Jika sudah matang angkat dan tiriskan hingga dingin, setelah agak dingin suwir ayam menggunakan garpu atau tangan hingga menjadi serat tipis. Pastikan ukuran tidak terlalu besar.
- e) Haluskan bumbu yang sudah disiapkan. Tumis bumbu hingga harum, lalu tambahkan daun jeruk, jahe, batang sereh, gula merah, gula pasir, garam, penyedap, dan kaldu bubuk.
- f) Masak bumbu hingga tanak lalu masukkan ayam yang sudah disuwir pastikan tercampur rata. Lalu koreksi rasa sesuai dengan selera.
- g) Setelah matang, biarkan ayam suwir dingin sebelum dimasukkan ke dalam adonan cireng.

2. Proses membuat adonan

- a) Siapkan tepung tapioka, sedikit tepung terigu, bawang putih bubuk, garam, kaldu bubuk, penyedap, air panas dan lada bubuk.
- b) Siapkan wadah, campurkan tepung tapioka, tepung terigu, bawang putih bubuk, kaldu bubuk, garam, penyedap, dan lada bubuk. Aduk hingga semua bahan kering tercampur merata. Tambahkan air panas secara bertahap lalu uleni hingga kalis.

4. Proses membuat cistar

- a) Setelah menggunakan isian dan adonan, ambil sedikit adonan lalu pipihkan ditangan. Masukkan 1-2 sendok ayam suwir ke tengah adonan kemudian bentuk bulat agak memanjang lalu rebus hingga matang.
- b) Rebus selama 15 menit lalu tiriskan hingga dingin, kemudian tusuk cireng dengan stik es krim dan masukan ke celupan tepung basah.
- c) Terakhir baluri Cistar dengan tepung panir hingga merata, kemudian goreng Cistar hingga matang.

Aspek Keuangan

Modal awal kami ini kami buat menggunakan system iuran sebagai modal usaha. Yang mana masing-masing anggota menyetorkan uang sebesar **Rp 50.000** yang dikali 4 orang anggota sehingga didapatkan modal sebesar **Rp 200.000,00**. Berikut Adalah kebutuhan modal yang kami keluarkan untuk pembelian bahan baku:

Nama Bahan	Kuantitas	Harga	
Isian ayam:			
Ayam (bagian dada)	1 kg	Rp	37.000,00
Cabe merah	¼ kg	Rp	11.000,00
Cabe rawit	1 ons	Rp	5.000,00
Cabe kering	1 ons	Rp	10.000,00
Bawang merah	250 gr	Rp	9.000,00
Bawang putih	180 gr	Rp	6.000,00
Daun jeruk	10 lbr	Rp	500,00
Daun sereh	3 batang	Rp	1.000,00
Jahe	2 ruas	Rp	1.000,00
Gula merah	3 batok	Rp	2.500,00
Gula pasir	1 sdm	Rp	200,00
Garam	3 sdt	Rp	100,00
Penyedap	2 sdt	Rp	500,00
Kaldu bubuk (sapi)	2 bks	Rp	1.000,00
TOTAL		Rp	84.800,00
Adonan:			
Tepung Tapioka	750 gr	Rp	9.000,00
Tepung Terigu	200 gr	Rp	2.000,00
Bawang Putih Bubuk	1 bks	Rp	1.000,00
Lada Bubuk	1/2 sdt	Rp	500,00
Penyedap	1 sdt	Rp	250,00
Kaldu bubuk (Sapi)	1 bks	Rp	500,00
Garam	2 sdt	Rp	300,00
TOTAL		Rp	13.550,00
Celupan:			
Tepung terigu	250 gr	Rp	2.500,00

penyedap	1/2 bks	Rp	250,00
Air	200-350 ml	Rp	1.500,00
tepung panir	1/2 kg	Rp	11.000,00
TOTAL		Rp	15.250,00
Bahan Baku Penolong:			
stik ice cream	100 pcs	Rp	2.000,00
kresek putih	50 pcs	Rp	8.000,00
Strarofoam	25 pcs	Rp	7.500,00
kertas minyak	7 lbr	Rp	1.000,00
saus sachet	36 pcs	Rp	9.000,00
minyak goreng	1L	Rp	18.000,00
Gas LPG	1 tabung	Rp	20.000,00
TOTAL		Rp	65.500,00
TOTAL KESELURUHAN		Rp	165.550,00

Dari total biaya tersebut dapat kami tentukan Harga Pokok Produk (HPP) per 40pcs yaitu:

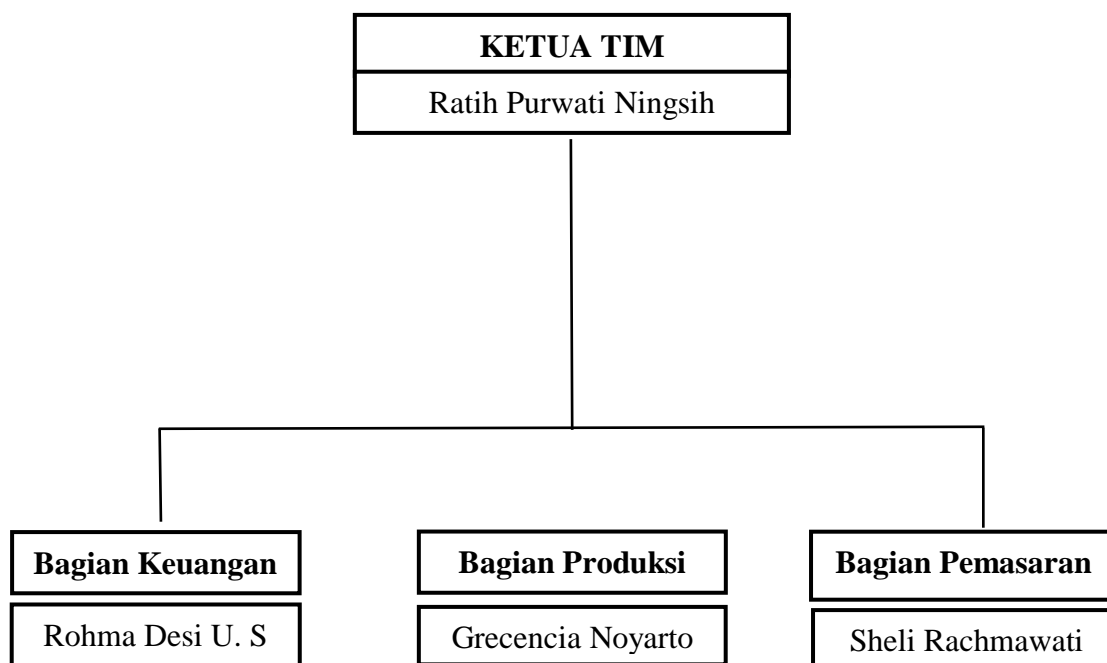
Dari total pembelian bahan baku dan penolong sebesar Rp165.550,00, tidak seluruhnya terpakai untuk satu kali produksi. Setelah dilakukan penyesuaian berdasarkan bahan yang benar-benar digunakan, biaya produksi efektif untuk batch pertama (40 pcs) adalah sebesar Rp112.230,00. Dengan demikian, Harga Pokok Produksi (HPP) per pcs dapat dihitung sebagai berikut:

Keterangan	Jumlah
Total biaya pembelian awal	Rp165.550,00
Biaya produksi efektif	Rp112.230,00
Jumlah produksi	40 pcs
HPP per pcs	Rp2.805,75 (dibulatkan Rp2.806)

Sedangkan apabila seluruh bahan yang dibeli diasumsikan habis terpakai (tanpa sisa), maka HPP menjadi Rp4.138,75 (dibulatkan Rp4.139 per pcs). Karena terdapat sisa bahan senilai Rp53.320,00 yang dapat digunakan pada produksi berikutnya, maka perhitungan HPP yang lebih realistis menggunakan biaya efektif Rp112.230,00. Hasil penjualan batch pertama (40 pcs atau 13 porsi) adalah sebagai berikut:

Keterangan	Nominal
Pendapatan penjualan	Rp138.810,00
Biaya produksi efektif	Rp112.230,00
Laba kotor	Rp26.580,00
Margin laba	≈ 23,68 % (dari biaya produksi efektif)

Struktur Organisasi



Tugas dari masing- masing bagian ialah diantaranya:

1. Ketua Tim

Dalam sebuah bisnis ketua tentunya orang yang memiliki tugas penuh akan memimpin jalannya sebuah bisnis tersebut. Ketua tim disini bertugas untuk dapat mengambil akan setiap keputusan yang akan diambilnya entah itu dengan risiko tinggi maupun rendah, tentunya hal ini penting untuk mengukur keberlanjutan bisnis tersebut. Ketua juga bertugas untuk dapat mengatur akan setiap jalannya kegiatan produksi & penjualan dengan mengawasi kegiatan produksi yang sedang dikerjakan dan memonitoring penjualan produk tersebut. Selain itu juga, ketua juga mengawasi akan setiap penggunaan modal dan operasional perusahaan untuk mengukur jalannya arus kas yang dikeluarkan.

2. Bagian Keuangan

Bagian keuangan atau biasa disebut sebagai bendahara tentunya tidak lepas dari kegiatan mengatur keuangan usaha. Sebab lancarnya sebuah usaha juga tentunya dibarengi dengan

perputaran arus kas yang lancar sehingga setiap pemasukan dan pengeluaran dapat terkontrol dengan baik. Selain itu, bagian keuangan juga diberi tugas untuk mengelola modal, laba dan aset perusahaan untuk keberlangsungan bisnisnya. Bendahara juga wajib untuk melaporkan setiap laporan mengenai keuangan seperti laporan kas, harga pokok penjualan dan laba rugi.

3. Bagian Produksi

Bagian Produksi bertanggung jawab atas seluruh proses pembuatan produk mulai dari penyiapan bahan baku hingga produk siap dijual. Tugas utama bagian ini meliputi memastikan semua bahan tersedia, menimbang dan mengolah bahan sesuai takaran, membuat isian, adonan, proses celupan, penggorengan, serta memastikan kualitas rasa dan tekstur tetap konsisten pada setiap batch produksi. Selain itu, bagian produksi juga mengurus kebersihan peralatan, efisiensi penggunaan bahan, dan pendataan jumlah produk yang berhasil dibuat. Dengan menjaga standar kualitas dan konsistensi, bagian produksi menjadi unsur penting dalam keberhasilan usaha Cistar.

4. Bagian Pemasaran

Bagian Pemasaran dan Penjualan bertugas memperkenalkan produk kepada konsumen, mengembangkan strategi promosi, dan memastikan produk terjual dengan optimal. Tugasnya meliputi membuat konten promosi seperti foto dan video, mengatur postingan di media sosial, menawarkan produk melalui berbagai platform, dan menjalin komunikasi yang baik dengan pelanggan. Selain itu, bagian ini juga bertanggung jawab menerima pesanan, melakukan pencatatan transaksi penjualan, serta menyampaikan hasil penjualan kepada bendahara. Dengan peran yang aktif dan kreatif, bagian pemasaran memiliki peran penting dalam meningkatkan minat beli konsumen dan memperluas jangkauan pasar.

Dokumentasi

Dokumentasi proses pembuatan Cistar



Dokumentasi Pemasaran



Dokumentasi testi costumer





5. KESIMPULAN

Dari kegiatan ini, kami menarik kesimpulan bahwa mahasiswa sangat memerlukan proses pembelajaran seperti ini, yang bukan hanya teori saja tapi langsung praktek ke lapangan. Dengan hal ini kami bisa secara langsung merasakan bagaimana berinteraksi pada konsumen, menawarkan dan menjual produk kepada orang lain. Pengalaman ini bisa menjadi dasar ketika nanti saya akan membuka suatu usaha. Asal ada kemauan dan keinginan pasti kami bisa melakukannya, karena dalam dunia bisnis modal bukanlah segalanya tapi skill juga sangat berperan penting.

Usaha Cireng Stik Panir (CISTAR) merupakan sebuah inovasi kuliner yang memadukan cireng tradisional dengan isian ayam suwir pedas berbalut tepung panir, menghasilkan tekstur renyah di luar, kenyal di dalam, serta cita rasa pedas gurih khas nusantara. Usaha ini dijalankan sebagai bagian dari pembelajaran mata kuliah Studi Kelayakan Bisnis untuk melatih mahasiswa dalam memahami proses wirausaha, mulai dari produksi, pemasaran, pengelolaan keuangan, hingga berinteraksi secara langsung dengan konsumen. Melalui kegiatan penjualan di lingkungan Universitas PGRI Adi Buana Surabaya dan pemasaran online, mahasiswa mendapatkan pengalaman praktis menghadapi tantangan bisnis yang nyata.

CISTAR memiliki beberapa keunggulan seperti rasa yang unik, tampilan menarik, bahan baku mudah diperoleh, serta biaya produksi yang relatif rendah. Namun usaha ini juga memiliki kelemahan seperti masa simpan yang terbatas dan perlunya keterampilan dalam menjaga konsistensi produk. Di sisi lain, peluang pasar sangat besar karena tren camilan pedas yang terus diminati, potensi pemasaran digital yang luas, dan kemungkinan pengembangan varian

rasa maupun penjualan frozen food. Ancaman tetap ada, terutama dari persaingan kuliner kekinian dan fluktuasi harga bahan baku.

Strategi pemasaran dilakukan melalui media sosial, dengan memanfaatkan konten visual dan testimoni untuk menarik minat pembeli. Branding produk menekankan keunikan tekstur, rasa autentik, dan kepraktisan penyajiannya. Segmentasi pasar meliputi seluruh usia, terutama pelajar, mahasiswa, dan pekerja muda yang membutuhkan camilan cepat, enak, dan terjangkau. Secara keseluruhan, usaha CISTAR memiliki prospek yang baik untuk dikembangkan lebih lanjut. Dengan pengelolaan yang tepat, inovasi berkelanjutan, serta strategi pemasaran yang konsisten, CISTAR berpotensi menjadi peluang bisnis menjanjikan bagi mahasiswa dalam jangka panjang.

DAFTAR REFERENSI

- Aditama, R. A., & Yudhi Anggoro, S. E. (2023). **Studi Kelayakan Bisnis: Teori, Praktek, dan Evaluasi**. AE Publishing.
- Hendro. (2019). **Dasar-dasar kewirausahaan**. Erlangga.
- Hisrich, R. D., Peters, M. P., & Shepherd, D. A. (2017). **Entrepreneurship** (10th ed.). McGraw-Hill Education.
- Kasmir, & Jakfar. (2018). **Studi kelayakan bisnis** (Edisi revisi). Kencana.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). **Marketing management** (15th ed.). Pearson Education.
- Lusianti, D., Fahira, K. T., Naimi, D. I. A., & Norikun, B. (2023). **Studi Kelayakan Bisnis: Teknik Menganalisis Kelayakan Rencana Bisnis**. Penerbit NEM.
- Naomi Patrisia Kirana, diakses pada tanggal 17 November 2025, di situs <https://pdfcoffee.com/skb-4-pdf-free.html#Naomi+Patrizz>.
- Prasetyo, A., & Wulandari, D. (2020). **Analisis kelayakan usaha makanan ringan berbasis tepung tapioka**. *Jurnal Agroindustri*, 8(1), 45-54.
- Putra, R. D., & Yuliani, F. (2021). **Peran media sosial dalam meningkatkan penjualan UMKM kuliner**. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 9(2), 120-130.
- Rangkuti, F. (2016). **Analisis SWOT: Teknik membedah kasus bisnis**. Gramedia Pustaka Utama.
- Sari, N. P., & Rahmawati, L. (2022). **Inovasi produk kuliner tradisional dalam meningkatkan daya saing UMKM**. *Jurnal Ekonomi Kreatif*, 4(2), 89-98.
- SKB KEL 7, diakses pada tanggal 17 November 2025, di situs file:///C:/Users/asus/Downloads/Kel%207_Yummy%20Oreolicius%20(1).pdf.

- Suhartini, & Anwar, M. (2021). **Analisis kelayakan usaha makanan olahan skala rumah tangga**. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 6(3), 210-219.
- Suryana. (2017). **Kewirausahaan: Kiat dan proses menuju sukses**. Salemba Empat.
- Susanto, H., & Nugroho, B. (2021). **Penerapan studi kelayakan bisnis pada usaha mikro mahasiswa**. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 14(1), 33-41.
- Tambunan, T. (2020). **UMKM di Indonesia: Perkembangan, tantangan, dan kebijakan**. Ghalia Indonesia.
- Tjiptono, F. (2019). **Strategi pemasaran**. Andi Offset.
- Umar, H. (2015). **Studi kelayakan bisnis**. Gramedia Pustaka Utama.
- Zimmerer, T. W., Scarborough, N. M., & Wilson, D. (2018). **Essentials of entrepreneurship and small business management** (9th ed.). Pearson Education.