

BAB I PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

Perkembangan bisnis di Indonesia khususnya bisnis kuliner merupakan fenomena yang menarik untuk di teliti, dalam dunia bisnis kuliner menuntut setiap pelaku usaha untuk mampu bersaing dan bertahan melaawan pesaing. Kegiatan usaha pada dasarnya bertujuan untuk mendapatkan keuntungan yang maksimal untuk mempertahankan keberadaan dari usaha di tengah persaingan. Banyaknya usaha rumah makan yang berlomba untuk mendapatkan pelanggan menjadikan kondisi kompetisi antar rumah makan menjadi semakin ketat. Persaingan yang ketat menuntut pelaku usaha untuk dapat menentukan langkah yang tepat dalam berkompetisi, diantaranya dengan melakukan improvisasi dan inovasi yang terus menerus untuk dapat mempertahankan dan menambah pelanggannya. Banyak berbagai macam usaha yang dapat menjadi peluang usaha, salah satunya yaitu usaha kuliner seperti usaha rumah makan yang memiliki peluang usaha yang menguntungkan.

Rumah makan adalah suatu tempat yang diorganisasikan secara komersil, yang memberikan pelayanan kepada setiap tamu yang berkunjung dengan baik, baik memberikan pelayanan kegiatan makan maupun minum (Marsum WA, 2005). Rumah makan banyak dijumpai di sekitar kita dengan berbagai varian jenis yang ditawarkan. Usaha rumah makan semakin berkembang karena jumlah penduduk yang semakin meningkat dan gaya hidup masyarakat yang beralih ingin serba cepat tersaji.

Pada saat ini pertumbuhan bisnis kuliner yang berada di Indonesia setiap tahunnya semakin di minati oleh masyarakat, hal tersebut terlihat dari banyaknya masyarakat yang gemar berkuliner aneka menu makanan baik makanan tradisional, nasional, maupun internasional. Asosiasi Perusahaan Jasaboga Indonesia (APJI) turut berperan dalam tercapainya industri makanan dan minuman. Sektor makanana dan minuman pada tahun 2018 memberikan kontribusi tertinggi dengan angka pertumbuhan sebesar 12.7%. Pada masa kini makanan bukan hanya merupakan kebutuhan dasar semata, melainkan sudah menjadi tren di kalangan masyarakat. Sehingga banyak pelaku usaha mendirikan usaha dengan berbagai macam variasi

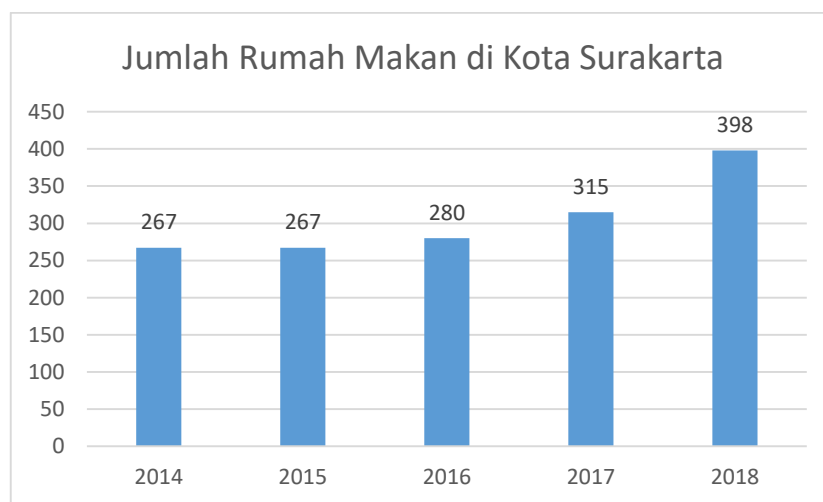
produk yang bertujuan untuk menarik minat pelanggan serta pemenuhan kebutuhan pelanggan. Kota Surakarta pada tahun 2018 bersama empat kota lainnya di Indonesia yaitu Jakarta, Bali, Yogyakarta, dan Semarang telah ditetapkan sebagai destinasi wisata kuliner terfavort di Indoneisia oleh Kementrian Pariwisata. Untuk kedepannya kota-kota tersebut diharapkan dapat masuk dalam situs warisan dunia UNESCO sehingga dapat memberikan dampak positif bagi negara (www.kumparan.com). Adapun jumlah UMKM di Kota Surakarta sebagai berikut.

Tabel I. 1 Jumlah UMKM di Kota Surakarta 2018

Jumlah UMKM Di Kota Surakarta Per Kecamatan 2018							
No	Sektor Usaha	Kecamatan					Jumlah
		Banjarsari	Jebres	Laweyan	Pasar Kliwon	Serengan	
1	Pertanian, peternakan, dan perikanan	14	8	26	38	21	107
2	Pertambangan dan Penggalian	2	0	1	0	0	3
3	Industri Pengolahan	1,162	1,689	760	1,538	1,105	6,254
4	Listrik, Gas dan Air bersih	36	53	26	95	10	220
5	Konstruksi	26	17	15	9	3	70
6	Perdagangan, Hotel dan Restoran	7,677	7,127	6,327	6,821	3,329	31,281
7	Pengangkutan dan Komunikasi	124	137	61	42	33	397
8	Keuangan, persewaan dan jasa perusahaan	475	336	300	176	150	1,437
9	Jasa-jasa swasta	856	789	646	477	251	3,019
Total		10,372	10,156	8,162	9,196	4,902	42,788
Sumber: Dinas Koperasi dan UKM Kota Surakarta							

Berdasarkan tabel diatas UMKM di Kota Surakarta khususnya pada sektor usaha perdagangan berjumlah 31,281 unit. Artinya pelaku usaha menganggap bahwa dengan mendirikan suatu usaha khususnya pada sektor perdagangan maka akan memberikan keuntungan bagi pelaku usaha. Pelaku usaha pastinya mendirikan usahanya dengan berbagai inovasi agar tidak kalah dalam bersaing dengan usaha-usaha lainnya.

Berdasarkan data dari badan pusat statistik provinsi jawa tengah dapat diketahui bahwa pada setiap tahunnya sektor usaha rumah makan atau restoran di Kota Surakarta mengalami peningkatan.



Gambar I. 1 Jumlah UMKM di Kota Surakarta

Sumber: Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Tengah

Faizul Adib (2013) mengemukakan bahwa terdapat faktor-faktor yang mempengaruhi seseorang dalam mendirikan toko *offline*, antara lain sebagai berikut.

1. Kepercayaan

Toko *offline* dapat meningkatkan kepercayaan dari calon pembeli. Dengan adanya toko *offline* calon pembeli percaya bahwa toko yang didirikan bukan toko abal-abal dan apabila terjadi kesalahan dalam transaksi atau lainnya pembeli dapat melakukan klaim.

2. Perluasan market

Dengan adanya toko *offline* memberikan jalur baru untuk memberikan pemasukan. Artinya, apabila terdapat toko *online* yang buka disekitar rumah calon pembeli, calon pembeli lebih memilih untuk membeli secara *offline*

daripada *online*. Karena hal tersebut jauh lebih cepat daripada menunggu jasa pengiriman.

3. Memudahkan Pelayanan

Apabila terjadi kesalahan dengan produk yang ditawarkan pembeli dapat dengan mudah untuk melakukan retur produk. Toko *online* juga dapat melakukan hal serupa namun dengan adanya toko *offline* dapat mempercepat dan memudahkan pelayanan.

4. Media Iklan

Apabila toko *offline* didirikan di pinggir jalan atau di tengah kota, secara tidak langsung pemilik usaha sudah memperkenalkan produk ke pengguna jalan.

5. Menarik Investor

Sebuah toko yang terpercaya biasanya selalu didatangi oleh investor atau diajak kerjasama oleh pihak lain. toko *offline* yang menarik dapat meningkatkan kepercayaan pihak lain karena toko terlihat selalu ramai dikunjungi dan mendapat *feedback* yang baik. Pihak investor dapat melakukan survey terhadap usaha yang dijalankan.

6. Membuat Acara yang Interaktif

Even yang menarik dapat memikat calon pelanggan. Seperti adanya *live music* pada akhir pekan atau dapat memberikan diskon atau gratis satu produk setiap beberapa kali melakukan transaksi pembelian.

7. Lebih Mudah Mengenal Pelanggan

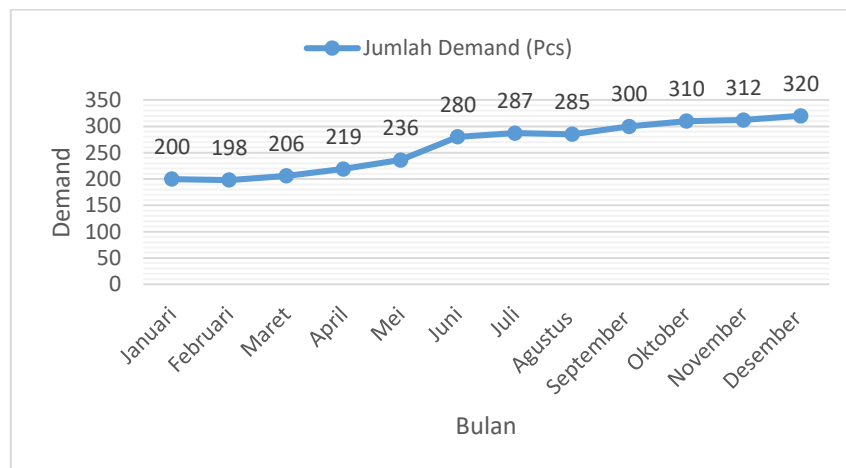
Dengan toko *offline*, pemilik usaha dapat bertatap muka dengan pengunjung dan pada saat seperti itu, pemilik usaha dapat dengan mudah meneliti karakter dan kebiasaan pengunjung. Dari sini, pemilik usaha dapat mengetahui apa yang diinginkan pengunjung dan strategi market berikutnya yang dapat dilakukan.

Di Kota Surakarta terdapat pelaku usaha kecil menengah yang menjual makanan cepat saji dengan penyajian yang berbeda. Nama dari UMKM tersebut yaitu “*Saciku Chicken Wings*”. *Saciku Chicken Wings* menjual makanan cepat saji berupa ayam potong yang diberi saus dengan beberapa varian rasa yang berbeda seperti pedas, pedas manis, dan manis serta di taburi dengan biji wijen di atasnya. Potongan ayam tersebut dinikmati dengan *mashpotato* yang diolah dengan beberapa sayuran potong. Dalam pembuatannya pemilik usaha mencari supplier,

pembuatan, pengemasan, hingga pemasaran dilakukan sendiri. Berikut merupakan tampilan dari salah satu menu yang ada di *Saciku Chicken Wings* dan grafik histori penjualan pada tahun 2018.



Gambar I. 2 Produk Saciku Chicken Wings



Gambar I. 3 Histori Penjualan Tahun 2018

Berdasarkan grafik diatas pada Gambar I.5 dapat dilihat bahwa penjualan *Saciku Chicken Wings* pada setiap bulannya mengalami peningkatan, walaupun pada bulan juni terdapat penurunan yang tidak begitu signifikan. Pemasaran yang dilakukan oleh *Saciku Chicken Wings* yaitu dengan media *online*, seperti instagram dan belum memiliki toko *offline*. Alasan memulai usaha ini secara *online* karena modal yang terbatas serta *trend* bisnis *online* yang semakin berkembang pesat khususnya pada pelaku usaha makanan. Dalam rangka untuk meningkatkan profit penjualan dari UKM ini yaitu dengan pendirian toko *offline* dan perancangan

website. Pendirian toko *offline* selain untuk meningkatkan profit juga dalam rangka meningkatkan kepercayaan bagi calon pembeli untuk merasakan secara langsung makanan serta kenyamanan rumah makan yang ditawarkan. Keuntungan lain dari didirikannya toko *offline* yaitu dapat meningkatkan kepercayaan bagi para calon investor untuk diajak bekerja sama dan memperlihatkan karakteristik dari perusahaan dengan gambaran toko yang akan dibuat. Selain dengan didirikannya toko *offline* pada era saat ini dengan dukungan teknologi yang maju, proses pemasaran dapat menggunakan media *online* yang mudah diakses penjual maupun pelanggan. Media *online* ini dapat berupa sosial media, portal *website*, maupun bentuk aplikasi lainnya. Pemilihan sosial media dan situs jual beli *online* dirasa merupakan sarana yang cukup tepat dalam proses rencana pengembangan bisnis ini. Apabila pemilik usaha menginginkan situs pribadi dalam media pemasaran dan promosi maka opsi yang tepat yaitu dengan membuat portal *website*, dengan dibuatnya portal *website* pemilik usaha dapat mengupload foto produk dan memberikan konten untuk detail produk agar proses pengembangan usaha yang direncanakan dapat berjalan dengan efektif dan efisien. Dengan memanfaatkan media *online* dan pengguna internet di Kota Surakarta diharapkan dapat memberikan peningkatan keuntungan dari UMKM *saciku chickren wings* ini sendiri. Portal *website* yang akan dibuat diharapkan mampu memudahkan calon pembeli dalam mengetahui secara detail mengenai produk yang ditawarkan dan kemudahan dalam melakukan pemesanan.

Tentunya dalam mengimplementasikan pendirian toko *offline* dan perancangan *website* ini dibutuhkan analisis dan perancangan yang lebih lanjut. Hal ini dilakukan karena akan mendapatkan kendala yang akan dihadapi, sumber daya yang dibutuhkan, biaya penunjang yang dibutuhkan dan beberapa faktor lainnya. Untuk mengetahui semua itu perlu dilakukannya analisis kelayakan usaha *Saciku Chicken* dengan menggunakan aspek-aspek pada analisis kelayakan. Aspek-aspek tersebut meliputi aspek pasar, aspek teknis, dan aspek finansial. Sehingga pelaku usaha *Saciku Chicken Wings* dapat mengetahui apa saja yang dibutuhkan dan dipersiapkan dalam mengembangkan toko *online* dan mendirikan toko *offline*. Hasil dari analisis kelayakan ini diharapkan dapat mengetahui apakah pendirian usaha *Saciku Chicken Wings* layak untuk didirikan.

I.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas maka dapat dirumuskan masalah yaitu sebagai berikut.

1. Bagaimana kelayakan usaha *Saciku Chicken Wings* di Kota Surakarta ditinjau dari aspek pasar?
2. Bagaimana kelayakan usaha *Saciku Chicken Wings* di Kota Surakarta ditinjau dari aspek teknis dan operasional?
3. Bagaimana rancangan aplikasi *website Saciku Chicken Wings*?
4. Bagaimana kelayakan usaha *Saciku Chicken Wings* ditinjau dari aspek finansial di Kota Surakarta?
5. Bagaimana tingkat sensitivitas usaha *Saciku Chicken Wings* di Kota Surakarta?

I.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah, maka dapat di peroleh tujuan penelitian yaitu sebagai berikut.

1. Mengukur besarnya pasar usaha *Saciku Chicken Wings* di Kota Surakarta.
2. Merancang teknis dan operasional usaha *Saciku Chicken Wings* di Kota Surakarta.
3. Merancang aplikasi *website Saciku Chicken Wings*.
4. Mengukur kelayakan aspek finansial usaha *Saciku Chicken Wings* di Kota Surakarta.
5. Mengukur tingkat sensitivitas usaha *Saciku Chicken Wings* di Kota Surakarta.

I.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini dapat memberikan kegunaan dan manfaat bagi pihak-pihak yang membutuhkan. Adapun manfaat yang diharapkan dari penelitian yaitu sebagai berikut.

1. Sebagai informasi yang dijadikan bahan pertimbangan dalam melakukan pengambilan keputusan untuk mengembangkan usaha *Saciku Chicken Wings* di Kota Surakarta.
2. Sebagai informasi yang dijadikan bahan pertimbangan dalam melakukan inovasi pada usaha *Saciku Chicken Wings* di Kota Surakarta.

3. Bagi Peneliti, sebagai pengaplikasian dari ilmu yang diperoleh selama menjalankan proses perkuliahan.

I.5 Batasan Penelitian

Penelitian ini memiliki batasan yaitu sebagai berikut.

1. Suku bunga, inflasi, pajak, dan kondisi ekonomi lainnya dianggap normal dan stabil selama periode penelitian berlangsung.
2. Penelitian ini di tinjau berdasarkan aspek teknis, aspek pasar, dan aspek finansial.
3. Penelitian ini dilakukan di Kota Surakarta Jawa Tengah.
4. Periode penelitian dibatasi oleh waktu selama 5 tahun.

I.6 Sitematika Penulisan

Sistematika dalam penulisan penelitian ini terdiri atas enam bab yang memiliki keterkaitan antara satu dengan yang lain dan disusun secara berurutan. Adapun sistematika dalam penulisan ini yaitu sebagai berikut.

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini berisikan uraian mengenai latar belakang dilakukannya penelitian, perumusan masalah, tujuan penelitian, batasan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan penelitian ini.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini berisikan uraian mengenai konsep dan dasar teori secara umum yang berhubungan dan melandasi penelitian ini dalam melakukan penyelesaian masalah dengan menggunakan studi kelayakan usaha.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ini berisikan uraian mengenai langkah-langkah dalam melakukan penyelesaian masalah yang digunakan untuk menyelesaikan penelitian berdasarkan tujuan dari permasalahan yang dikaji serta memiliki fungsi sebagai kerangka utama dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

Pada bab ini berisikan uraian mengenai proses pengumpulan data dan pengolahan data yang dibutuhkan dalam menyelesaikan permasalahan pada penelitian ini.

BAB V ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini berisikan uraian mengenai analisis dan pembahasan dari pengolahan data yang telah dilakukan sebelumnya dalam penelitian ini guna mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini berisikan tahap akhir dari penelitian ini yang menguraikan mengenai kesimpulan dari seluruh tahapan proses yang telah dilakukan dalam mencapai tujuan yang ditetapkan dan dilengkapi dengan saran untuk perbaikan bagi penelitian selanjutnya.