

# BAB I PENDAHULUAN

## I.1 Latar Belakang

Dengan perkembangan zaman dan gaya hidup saat ini, masyarakat khususnya di negara Indonesia untuk sampai dengan saat ini lebih menyukai makanan yang praktis, ekonomis, cepat saji dan sekaligus enak. Makanan tersebut dipenuhi dengan produk pangan yang disebut *ready to serve*. Menurut MMI (2009) dalam (Wicaksana, Paramastri & Ardyanfitri, 2021) *Ready to serve food* ialah Makanan siap saji yang mengacu pada makanan yang telah dimasak, terlepas dari menggunakan bahan pengawet atau tidak, dapat dimasak dan disimpan melalui berbagai cara penyimpanan, seperti makanan olahan beku atau makanan yang biasa disebut *frozen food*. Mulai dari anak-anak, dewasa hingga lansia, segala usia bisa menyantap makanan olahan ini.

Menurut Correy (2006) dalam (Anggraini, 2010) tingkat konsumsi untuk produk *frozen food* telah mencapai 30 persen dari jumlah penduduk Indonesia. Produk makanan olahan beku tersebut lebih banyak disukai karena mudah dalam penyajian, higienis, serta harga yang terjangkau. Seiring dengan perubahan gaya hidup masyarakat, perubahan tersebut mulai bertransformasi dari cara tradisional ke cara modern, sehingga mulai beradaptasi dan mempengaruhi pola konsumsi masyarakat Indonesia, salah satunya adalah makan-makanan beku. Selain itu menurut Bernando dkk. (2015: 1) dalam (Rahardjo, 2016) menunjukkan bahwa rata-rata laju pertumbuhan pasar makanan dan minuman dalam kemasan dari tahun 2013 hingga 2017 diperkirakan akan melebihi 10%, sedangkan laju pertumbuhan makanan beku diperkirakan mencapai 16,6%.

Selain itu data survei yang dicatat oleh (Kementerian Pertanian, 2015) mengungkapkan terjadinya perkembangan yang sangat pesat pada konsumsi olahan daging di tingkat nasional. Rata-rata perkembangan konsumsi olahan daging di tiap tahunnya mencapai 10,28%. Produk *frozen food* seperti *nugget*, sosis, *smoke beef*, dan bakso merupakan produk olahan daging yang paling banyak dikonsumsi oleh masyarakat. Jumlah konsumsi komoditi daging makanan jadi per kapita di Indonesia pada tahun 2017-2019 sebagai berikut:

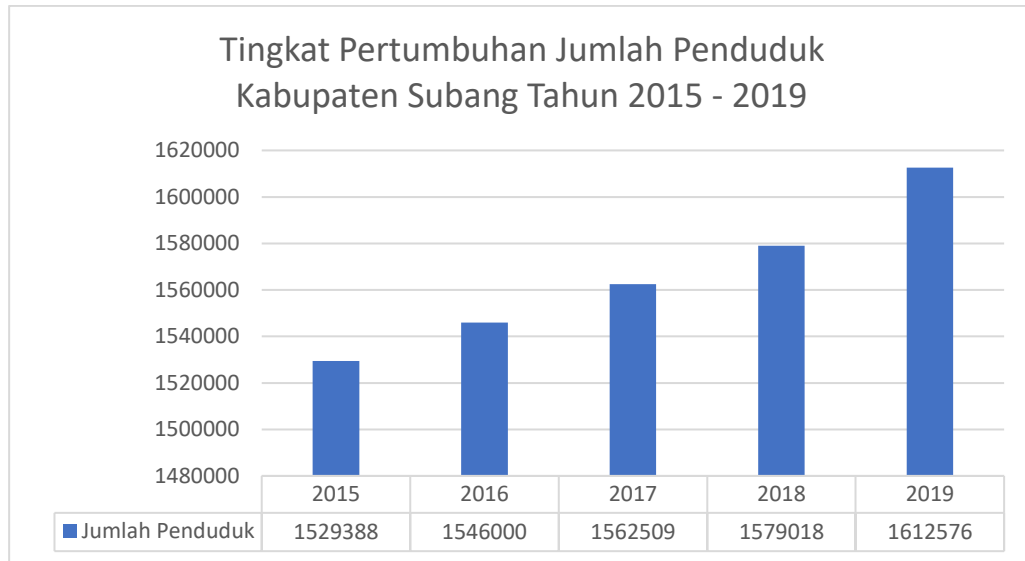
Tabel I.1 Konsumsi Komoditi Daging Makanan Jadi Perkapita di Indonesia Tahun 2017-2019

<b>Tahun</b>	<b>Ayam/daging matang (ayam goreng, rendang, dsb)</b> (Potong/ <i>Piece</i> )	<b>Daging olahan matang (sisis, nugget, daging asap, dsb)</b> (Potong/ <i>Piece</i> )
2017	9.907	18.718
2018	11.262	27.009
2019	12.722	31.545
<b>Total</b>	<b>33.891</b>	<b>77.272</b>

(Sumber: Statistik Peternakan dan Kesehatan Hewan, 2020)

Berdasarkan pada tabel diatas dapat dilihat bahwa konsumsi produk daging olahan matang termasuk nugget, sosis, daging asap, dsb oleh penduduk Indonesia terus mengalami peningkatan dari tahun 2017 sampai dengan 2019. Konsumsi tertinggi adalah pada tahun 2019 yaitu sebesar 31.545 potong dan diprediksi akan terus meningkat di tiap tahunnya. Tingginya konsumsi tersebut menyebabkan jumlah produk daging olahan matang seperti naget, sosis, dsb akan semakin banyak. Kenaikan konsumsi produk daging olahan matang setiap tahunnya menunjukkan adanya potensi peluang bisnis *frozen food* di Indonesia. Peningkatan konsumsi tersebut juga dipengaruhi oleh pertumbuhan penduduk di Indonesia yang memiliki gaya hidup modern, serba praktis, dan instan. Salah satu contohnya yaitu dengan mengonsumsi *frozen food*. Pertumbuhan penduduk di Kabupaten Jawa Barat terbilang cukup tinggi, salah satu kabupaten tersebut merupakan Kabupaten Subang.

Kabupaten Subang merupakan kabupaten yang memiliki tingkat pertumbuhan penduduk yang cukup tinggi di Jawa Barat, hal tersebut dapat dilihat berdasarkan data statistik dari Badan Pusat Statistik Kabupaten Subang tahun 2019. Berikut ini merupakan grafik tingkat pertumbuhan jumlah penduduk Kabupaten Subang tahun 2015 – 2019 menurut Badan Pusat Statistik Kabupaten Subang



**Gambar I.1 Laju Pertumbuhan Jumlah Penduduk di Kabupaten Subang  
Tahun 2015-2019**

(Sumber: Badan Pusat Statistik Kabupaten Subang, 2019)

Berdasarkan gambar I.1 dapat diketahui bahwa laju tingkat pertumbuhan penduduk di Kabupaten Subang terus mengalami peningkatan disetiap tahunnya mulai dari tahun 2015 sampai dengan tahun 2019, diketahui rata-rata peningkatan pertumbuhan penduduk dalam rentang tahun tersebut mencapai 1,13% dan peningkatan paling tinggi terjadi pada tahun 2018-2019 sebesar 2,1%. Pada tahun 2019 tersebut Kabupaten Subang memiliki penduduk sebanyak 1.612.576 jiwa berdasarkan sumber Badan Pusat Statistik Kabupaten Subang tahun 2019.

Selain dilihat dari laju pertumbuhan penduduk Kabupaten Subang yang meningkat, pola konsumsi dari penduduk Kabupaten Subang perlu dilihat untuk mengetahui potensi dari mendirikan bisnis *frozen food*. Berdasarkan statistik kesejahteraan rakyat kabupaten Subang tahun 2019, pola konsumsi jumlah makanan penduduk Kabupaten relatif stabil dan cukup tinggi yaitu sebesar 52,59% dari total pengeluaran.

Berikut tabel persentase pengeluaran menurut kelompok barang tahun 2018-2019 di Kabupaten Subang:

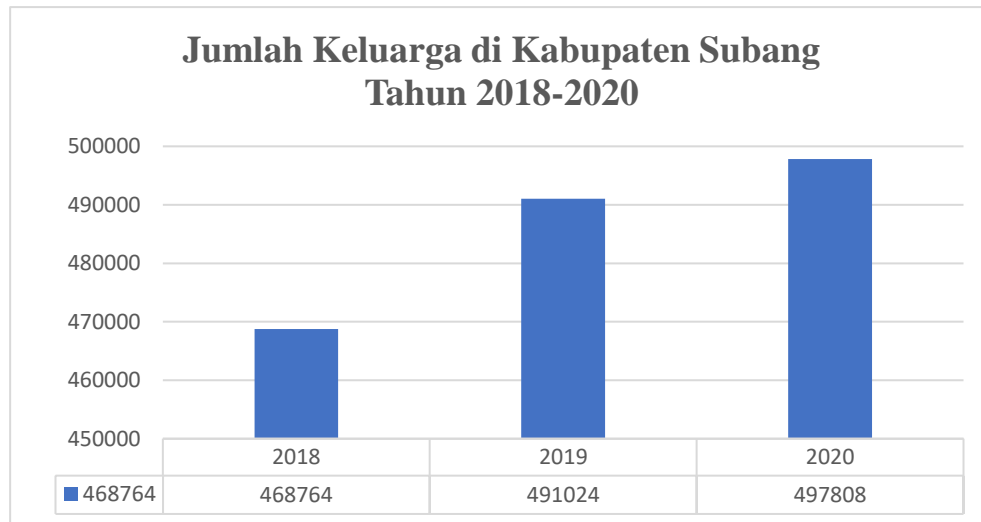
Tabel I.2 Pengeluaran Menurut Kelompok Barang Tahun 2018-2019 di Kabupaten Subang

No	Kelompok Barang	Persentase Pengeluaran	
		2018	2019
1	Padi-padian	6,43%	6,03%
2	Umbi-umbian	0,17%	0,21%
3	Ikan	2,78%	2,63%
4	Daging	1,76%	1,83%
5	Telur dan susu	3,18%	2,89%
6	Sayur-sayuran	2,85%	2,46%
7	Kacang-kacangan	0,97%	0,86%
8	Buah-buahan	2,46%	2,40%
9	Minyak dan lemak	0,93%	0,90%
10	Bahan minuman	1,52%	1,63%
11	Bumbu-bumbuan	0,96%	0,84%
12	Konsumsi lainnya	1,12%	1,02%
13	Makanan dan minuman jadi	19,81%	20,40%
14	Rokok dan tembakau	7,74%	8,49%
<b>Jumlah Makanan</b>		<b>52,68%</b>	<b>52,59%</b>
15	Perumahan dan Fasilitas rumah tangga	26,36%	24,14%
16	Barang dan jasa	10,27%	11,17%
17	Pakaian, alas kaki dan tutup kepala	3,43%	3,07%
18	Barang-barang yang tahan lama	3,42%	3,79%
19	Pajak dan asuransi	1,79%	3,33%
20	Keperluan pesta dan upacara	2,32%	1,91%
<b>Jumlah Bukan Makanan</b>		<b>47,32%</b>	<b>47,41%</b>
<b>Jumlah Pengeluaran Kabupaten Subang</b>		<b>100%</b>	<b>100%</b>

(sumber: Badan Pusat Statistik Kabupaten Subang, Modul Statistik Kesejahteraan Rakyat Kabupaten Subang, 2019)

Dari data tabel diatas pada tahun 2019 sebesar 20,40% dari total pengeluaran makanan (52.59%) digunakan untuk konsumsi makanan dan minuman jadi yang tentu didalamnya termasuk konsumsi makanan olahan beku seperti yaitu, naget, sosis, kentang, *sliced beef*, dll. Dengan meningkatnya konsumsi makanan dan minuman jadi tersebut akan menjadi peluang untuk mendirikan bisnis *frozen food* di Kabupaten Subang.

Selain itu data jumlah keluarga juga menjadi faktor pendorong dalam mendirikan bisnis *frozen food* di Kabupaten Subang, dan berikut laju pertumbuhan jumlah keluarga di Kabupaten Subang pada tahun 2018-2020.



Gambar I.2 Laju Pertumbuhan Jumlah Keluarga di Kabupaten Subang Tahun 2018-2020

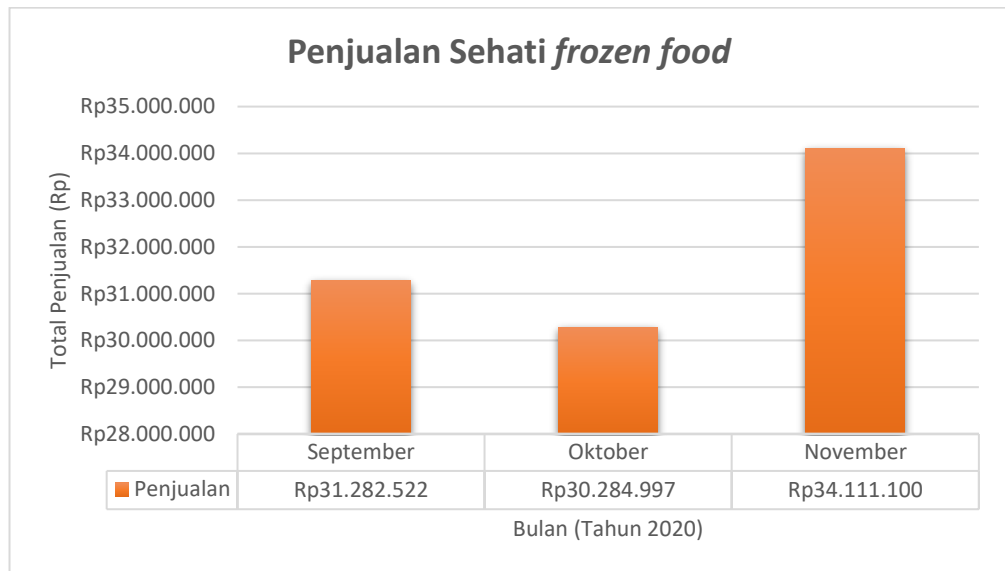
(Sumber: Badan Pusat Statistik Kabupaten Subang, 2020)

Dari gambar 1.2 tersebut diketahui jumlah keluarga di Kabupaten Subang terus meningkat dari tahun 2018-2020. Pada tahun 2020 jumlah keluarga di Kabupaten Subang mencapai 497.808 jiwa. Dengan meningkatnya laju pertumbuhan jumlah keluarga di Kabupaten Subang mempunyai peluang yang cukup besar bagi bisnis *frozen food* dalam menargetkan pasarnya. Atas dasar hal itu semua membuat Kabupaten Subang menjadi lokasi yang cukup strategis untuk mendirikan bisnis *frozen food*.

Untuk mengkaji kelayakan dari bisnis *frozen food* di Kabupaten Subang, penelitian ini mengambil studi kasus dari toko Sehati *frozen food* yang baru beroperasi. Toko Sehati Frozen Food merupakan toko yang menjual produk makanan olahan beku yang tersedia aneka pilihan menu mulai dari donut, *sliced beef*, dimsum, bakso, nugget, sosis, suki, kentang dan lainnya, hingga ke bumbu masakan. Toko *offline* Sehati Frozen Food berlokasi di Jl. Mayjen Sutoyo No.02 Kec. Subang Kab. Subang, Jawa barat. Produk makanan olahan beku yang dijual

oleh sehati *frozen food* bisa dikatakan masih cukup sedikit persaingan dikarenakan pernyataan *owner* atau pemilik usaha yang menyatakan bahwa sehati *frozen food* menjadi salah satu toko yang menyediakan makanan siap saji dengan harga yang lebih murah dibandingkan dengan harga pasaran.

Dan berikut ini grafik penjualan dari Sehati *frozen food* dari tiga bulan awal



Gambar I.3 Penjualan dari Sehati Frozen Food di bulan September - November 2020

(sumber: Laporan keuangan Sehati Frozen Food)

Berdasarkan gambar di atas, penjualan dari Sehati Frozen Food mengalami peningkatan pada bulan oktober ke bulan november yaitu sebesar Rp3.826.103. Sehati Frozen Food tentunya ingin mengembangkan usahanya serta dapat terus meningkatkan penjualannya, namun masih ada terkendala dengan hal-hal lain. Menurut hasil wawancara dengan *owner*, memulai usaha ini masih dijalankan oleh *owner* sendiri dan hanya dibantu kerabat, program pemasaran yang belum sepenuhnya berjalan, sehingga *owner* sering merasa kewalahan serta perlu terus-menerus melakukan inovasi dan pengembangan mengingat usaha ini memang masih dalam tahap awal perintisan. Pendirian usaha Sehati Frozen Food ini diharapkan dapat menarik minat para konsumen, sehingga mampu meningkatkan penghasilan dan laba usaha dengan produk yang dijualnya.

Dengan adanya kendala dan karena bisnis ini masih dalam tahap awal perintisan maka perlu dilakukannya analisa kelayakan agar mengetahui gambaran awal dan prospek bisnis kedepannya. Selain itu dilakukannya analisa kelayakan juga akan dapat mengetahui faktor-faktor perubahan apa saja yang nantinya akan mempengaruhi kelayakan dari bisnis, sehingga dari pemilik bisnis dapat mengantisipasi hal yang akan diterapkan dan bisnis tersebut nantinya dapat berjalan dengan sesuai harapan serta terhindar dari kerugian atau kebangkrutan. Analisa kelayakan yang akan dilakukan terhadap bisnis Sehati Frozen Food ditinjau dari aspek pasar, aspek teknis, dan aspek finansial.

## **I.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang pada tugas akhir ini, berikut ini rumusan masalah yang akan digunakan

1. Bagaimana mengukur besarnya permintaan pasar dan strategi pemasaran produk pada toko *offline* dari bisnis Sehati Frozen Food?
2. Bagaimana merancang aspek teknis dan operasional bisnis Sehati Frozen Food?
3. Bagaimana mengukur kelayakan finansial dari bisnis Sehati Frozen Food?
4. Bagaimana mengukur tingkat sensitivitas dan tingkat risiko dari bisnis Sehati Frozen Food?

## **I.3 Tujuan Tugas Akhir**

Adapun tujuan dari tugas akhir ini sebagai berikut:

1. Mengukur besarnya permintaan pasar dan strategi pemasaran produk pada toko offline dari bisnis Sehati Frozen Food.
2. Menganalisa aspek teknis dan operasional dari bisnis Sehati Frozen Food.
3. Menganalisis kelayakan finansial dari bisnis Sehati Frozen Food.
4. Mengukur tingkat sensitivitas dan tingkat risiko dari bisnis Sehati Frozen Food.

#### **I.4 Manfaat Tugas Akhir**

Manfaat yang didapat dari tugas akhir ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat dalam bidang akademis dalam melakukan tugas akhir analisa kelayakan diharapkan dapat menambah ilmu *feasibility study* serta perancangan bisnis
2. Manfaat dalam bidang usaha dari tugas akhir analisa kelayakan diharapkan dapat menjadi nilai pertimbangan bagi para calon pengusaha untuk membuka bisnis *frozen food* di Kabupaten Subang
3. Manfaat dalam bidang umum dari hasil tugas akhir analisa kelayakan diharapkan dapat menambah wawasan serta pengetahuan tentang *feasibility study* serta perancangan bisnis.

#### **I.5 Batasan dan Asumsi Tugas Akhir**

Batasan masalah pada tugas akhir analisa kelayakan pada toko Sehati Frozen Food adalah sebagai berikut:

1. Harga-harga yang ada pada tugas akhir ini diambil pada waktu tugas akhir berlangsung.
2. Tingkat Inflasi yang digunakan pada tugas akhir ini adalah sebesar 1,68% berdasarkan tingkat inflasi tahun kalender (Mei) 2021.
3. Nilai MARR yang digunakan pada tugas akhir ini adalah 11,50% sesuai nilai suku bunga kredit mikro menurut Bank Mandiri.
4. Periode perhitungan analisa kelayakan adalah selama 5 tahun, dimulai dari tahun 2022 sampai 2026.
5. Aspek yang dikaji dalam tugas akhir ini diantaranya adalah aspek pasar, aspek teknis dan aspek finansial.
6. Aspek-aspek finansial lainnya misal suku bunga, pajak daerah, kondisi ekonomi dan politik dianggap normal dan stabil selama periode tugas akhir

#### **I.6 Sistematika Penulisan**

Sistematika dalam penyusunan tugas akhir ini hingga memperoleh kesimpulan tugas akhir adalah sebagai berikut:



## **Bab I Pendahuluan**

Pada bab ini berisi uraian mengenai latar belakang penelitian, perumusan masalah, tujuan tugas akhir, manfaat tugas akhir, Batasan tugas akhir dan sistematika penulisan.

## **Bab II Tinjauan Pustaka**

Pada bab ini terdapat dasar teori yang berhubungan dengan tugas akhir analisa kelayakan yang akan dibahas. Adapun tujuan dari bab ini adalah membentuk kerangka berpikir dan landasan teori yang akan digunakan dalam pelaksanaan tugas akhir dan perancangan hasil akhir serta berisi literatur yang relevan dengan permasalahan yang diteliti.

## **Bab III Metodologi Penyelesaian Masalah**

Pada bab ini berisi menguraikan tentang pendekatan, metode, dan teknik yang digunakan dalam mengumpulkan dan menganalisa data sehingga dapat menjawab atau menjelaskan masalah penelitian

## **Bab IV Perancangan Sistem Terintegrasi**

Pada bab ini merupakan penjelasan mengenai proses pengumpulan dan pengolahan data yang terkait dalam penelitian ini

## **Bab V Analisa Hasil Dan Evaluasi Perancangan**

Pada bab ini merupakan penjelasan analisa yang dilakukan pada data yang telah didapatkan serta usulan perbaikan yang diberikan.

## **Bab VI Kesimpulan Dan Saran**

Pada bab ini merupakan kesimpulan dari penelitian yang telah dijalankan dan saran yang diberikan bersarkan penlitian ini.