

BAB I PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

Setiap makhluk hidup mempunyai kebutuhan untuk bertahan hidup, khususnya manusia. Kebutuhan untuk bertahan hidup manusia salah satunya adalah makan. Jika tidak terpenuhi maka mustahil akan bisa bertahan hidup. Terdapat berbagai macam jenis makanan yang bisa dikonsumsi dari mulai daging, buah-buahan, sayuran, dan lain lain. Daging hewan khususnya daging sapi dan daging ayam adalah bahan pangan yang paling banyak dikonsumsi banyak orang Indonesia seperti pada Tabel 1.1.

Tabel 1.1 Konsumsi Daging Sapi dan Daging Ayam Di Indonesia(kg/kapita/tahun)

Tahun	Daging Sapi	Daging Ayam
2017	2,361	5,67
2018	2,500	5,55
2019	2,560	5,80
2020	2,680	6,03

Sumber: Pusdatin

Berdasarkan Tabel 1.1, menurut Pusat Data dan Informasi (Pusdatin) yang dikutip dari *website* Poultry Indonesia, konsumsi daging sapi mengalami kenaikan setiap tahun. walaupun konsumsi daging ayam mengalami sedikit penurunan dari tahun 2017 ke tahun 2018, konsumsi daging ayam selalu jauh lebih unggul dibandingkan dengan konsumsi daging sapi. Hal tersebut menunjukkan bahwa masyarakat Indonesia lebih sering mengonsumsi daging ayam untuk makanan sehari-hari. Lihat Tabel I.2

Tabel I.2 Konsumsi Daging Sapi dan Daging Ayam Di Indonesia (kg/kapita/Bulan Maret)

Tahun	Daging Sapi	Daging Ayam
2017	0,037	0,530
2018	0,038	0,516
2019	0,040	0,532
2020	0,039	0,557
2021	0,038	0,538

Sumber: Badan Pusat Statistik

Menurut Badan Pusat Statistik yang dikutip dari situs Databoks. Konsumsi daging Sapi dari bulan Maret 2017 mengalami kenaikan hingga tahun 2019. Pada tahun 2020 mengalami sedikit penurunan, tahun 2021 kembali mengalami penurunan hingga setara dengan tahun 2018. Konsumsi daging Ayam juga tidak selalu mengalami kenaikan, meskipun begitu konsumsi daging Ayam tetap jauh lebih unggul dibandingkan konsumsi daging Sapi. Penurunan konsumsi salah satunya disebabkan karena kenaikan harga serta dampak pandemi Covid 19 pada tahun 2020 dan masih berlangsung pada tahun 2021 yang mengakibatkan turunnya daya beli oleh sebagian kalangan masyarakat.

Berdasarkan pemaparan data pada Tabel 1.1 dan Tabel 1.2, dapat ditarik kesimpulan bahwa di Indonesia, konsumsi daging ayam jauh lebih banyak dibandingkan dengan daging sapi. Hal ini menandakan bahwa orang Indonesia lebih menyukai daging ayam. Dengan melihat kondisi tersebut, banyak yang melihat peluang dan menjadikan bisnis makanan sebagai suatu ide bisnis yang menjanjikan untuk saat ini. Perkembangan teknologi sangat berdampak pada perkembangan bisnis kuliner. Di Indonesia banyak bisnis kuliner yang menyediakan ayam sebagai salah satu menu, bahkan tempat makan dengan merek ternama pun juga turut menyediakan ayam sebagai bagian dari menu mereka. Maka dari alasan itulah pemilik Mas Ayam tertarik untuk membuat bisnis kuliner ayam yang dinamakan Mas Ayam. Mas Ayam berlokasi di Bintaro, Tangerang Selatan, Tepatnya di salah satu kios berlokasi di jalan Sulawesi Raya. Villa Bintaro Indah Blok E 6 No.5 Kios No.2. Kios tersebut memiliki ukuran Panjang 4,5 Meter dengan lebar 3 Meter seperti yang terlihat pada Gambar 1.1



Gambar I.1 Kondisi Kios Mas Ayam

Dapat dilihat pada Gambar 1.1, lokasi kios Mas Ayam terletak disekitar kompleks perumahan sehingga memudahkan pembeli Mas Ayam untuk menjangkau Mas Ayam mengingat banyaknya masyarakat yang mengonsumsi ayam sebagai makanan sehari-hari. Selain itu dikarenakan banyaknya produk sejenis dengan harga yang setara namun dengan

ukuran ayam yang biasa, maka Mas Ayam mengincar konsumen yang menginginkan produk dengan keunggulan *value for money* dengan menjual ayam dengan harga yang terjangkau serta dikemas dengan *packaging* yang rapih. Mas Ayam menyajikan menu ayam goreng kremes, yang membedakan Mas Ayam dengan Ayam goreng kremes lainnya yakni Mas Ayam menyajikan ayam dengan ukuran relatif lebih besar dibanding tempat yang menjual ayam pada umumnya. Selain itu Mas Ayam juga menyajikan pilihan sambal serta menjual gorengan. Setiap penjualan membutuhkan pelayanan terhadap konsumen, namun Mas Ayam belum memiliki pekerja untuk mendukung pelayanan tersebut, kualitas pelayanan merupakan hal yang sangat penting karena pelayanan itu sendiri dapat memberikan nilai tambah untuk para konsumen. Dengan demikian kualitas layanan yang Mas Ayam berikan harus maksimal.

Mas Ayam memiliki konsep pembelian yang dilakukan menggunakan sistem *Take away* dan *delivery*, dikarenakan melihat kondisi kios yang kecil sehingga tidak memungkinkan untuk *Dine In* sehingga untuk proses *delivery* perlu dilakukan kerjasama dengan pihak ojek online. Sebelum Mas Ayam beroperasi, perlu dilakukan analisis kelayakan guna mengetahui layak atau tidaknya usaha ini. Hasil dari analisis tersebut yang kemudian akan menjadi gambaran mengenai prospek Mas Ayam pada masa mendatang.

I.2 Perumusan Masalah

1. Bagaimana aspek kelayakan pendirian bisnis kuliner Mas Ayam
2. Bagaimana analisis sensitivitas pembukaan bisnis kuliner Mas Ayam?

I.3 Tujuan Tugas Akhir

1. Mengkaji kelayakan bisnis kuliner Mas Ayam
2. Menentukan sensitivitas bisnis pembukaan bisnis kuliner Mas Ayam.

I.4 Manfaat Tugas Akhir

1. Bagi Mas Ayam

Diharapkan penelitian ini dapat dijadikan referensi dalam pengambilan keputusan pembukaan kios Mas Ayam.

2. Bagi Investor

Diharapkan hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai salah satu hal yang diperhatikan dalam menilai kinerja bisnis untuk dijadikan dasar pengambilan keputusan investasi.

3. Bagi Pembaca

Diharapkan hasil penelitian ini dapat menambah wawasan terkait studi kelayakan usaha serta dijadikan sebagai referensi dalam melakukan penelitian sejenis

I.5 Sistematika Penulisan

BAB 1 PENDAHULUAN

Pada bab ini berisi latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, batasan dan asumsi masalah, dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini memuat teori yang relevan terkait dengan tema penelitian ini dan sebagai bahan acuan bagi penulis untuk menganalisa data yang diperoleh, menjawab rumusan masalah dan perumusan masalah.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab ini akan menelaah tentang metode penelitian yang diaplikasikan, terkait definisi operasional variabel, populasi, sampel, sumber data serta teknik analisa data

BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

Pada bab ini berisi tentang proses penulis dalam melakukan pengumpulan data yang diperlukan untuk penelitian, guna menyelesaikan permasalahan yang ada.

BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini berisi hasil analisis data tentang bagaimana kelayakan bisnis kuliner Mas Ayam ditinjau dari aspek pasar, teknis dan finansial.

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini berisi kesimpulan dari hasil analisis data serta saran dari penulis kepada perusahaan untuk kedepannya