

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Gambaran Umum Objek Penelitian

Raja Cabai Garam adalah sebuah bisnis kuliner yang didirikan pada 19 November 2024 oleh empat mahasiswa, yaitu Rayhan, Karin, Alif, dan Arya. Bisnis ini berlokasi di Kota Bandung dan mengusung konsep makanan berbasis olahan cabai garam. Tren kuliner pedas yang semakin berkembang menjadi salah satu faktor utama di balik pemilihan konsep ini. Dengan menggabungkan cita rasa lokal yang khas dalam pengolahan bahan baku, Raja Cabai Garam berupaya menghadirkan hidangan yang tidak hanya lezat tetapi juga menarik secara tampilan agar mendapat perhatian di industri makanan. Konsumen yang menjadi sasaran utama meliputi generasi muda serta keluarga yang menginginkan pilihan makanan praktis namun tetap bercita rasa tinggi.

Kategori	Data
Persentase orang indonesia yang suka pedas	93.6%

Sumber: (Puspita, 2024)

Tabel 1.1 Data Penyuka Pedas

Indonesia dikenal sebagai negara dengan keragaman budaya kuliner yang sangat kaya, dan salah satu karakter rasa yang sangat melekat dalam kebiasaan konsumsi masyarakatnya adalah rasa pedas. Berdasarkan data yang dihimpun, tercatat bahwa sekitar 93,6% masyarakat Indonesia menyukai makanan dengan cita rasa pedas. Persentase ini menunjukkan bahwa mayoritas penduduk Indonesia memiliki preferensi kuat terhadap jenis makanan yang menawarkan sensasi pedas sebagai elemen utama cita rasa. Kecenderungan ini bukan sekadar tren sesaat, melainkan telah menjadi bagian dari kebiasaan makan yang mengakar di berbagai daerah di Indonesia. Salah satu kota

yang menempati posisi strategis dalam tren konsumsi makanan pedas adalah Kota Bandung (Puspita, D. A. A., 2024).



Catatan: Grafik ini bersifat ilustratif. Data numerik spesifik tidak tersedia.
Berdasarkan keterangan Ekhel, Bandung termasuk kota dengan pembeli & penjual makanan pedas terbanyak di Tokopedia sepanjang 2022.

Sumber: (Kumparan Food, 2023)

Gambar 1.1 Chart Peluang Bisnis Makanan Pedas

Kota Bandung termasuk dalam daftar empat besar kota di Indonesia dengan penjualan makanan pedas tertinggi (Kumparan Food, 2023). Grafik ini menunjukkan bahwasannya kota Bandung merupakan salah satu tingginya permintaan pasar terhadap produk kuliner bercita rasa peda. Hal ini menjadi peluang besar sekaligus tantangan bagi para pelaku usaha kuliner, khususnya yang ingin memfokuskan diri pada varian rasa pedas sebagai daya tarik utama produk mereka. Dengan besarnya pangsa pasar serta tingginya antusiasme konsumen terhadap makanan pedas, Bandung menjadi lokasi yang sangat potensial untuk mengembangkan usaha kuliner berbasis cita rasa pedas, seperti yang dilakukan oleh brand Raja Cabai Garam.

Gagasan awal dalam menciptakan produk berbasis cabai garam berangkat dari hasil observasi terhadap kebiasaan masyarakat Indonesia, khususnya di Kota Bandung,

yang cenderung menyukai makanan dengan rasa pedas, asin, dan gurih. Hal ini membuka peluang besar bagi produk kuliner dengan konsep cabai garam untuk berkembang di pasar. Raja Cabai Garam memanfaatkan peluang tersebut dengan menawarkan berbagai pilihan menu berbasis cabai garam, di antaranya ayam cabai garam, tahu cabai garam, kulit cabai garam, dan dori cabai garam. Beragam varian tersebut dirancang untuk memenuhi selera konsumen yang menginginkan hidangan bercita rasa pedas yang khas.

Produk-produk Raja Cabai Garam dibuat dengan bahan-bahan pilihan yang diracik secara khusus untuk menghasilkan cita rasa yang optimal. Olahan cabai garam terdiri dari campuran cabai segar, garam, bawang putih, daun jeruk, dan daun bawang, yang menghasilkan perpaduan rasa pedas, asin, dan aroma yang khas. Sementara itu, bahan utama seperti ayam, kulit ayam, tahu, dan dori dilapisi dengan tepung untuk menciptakan tekstur renyah yang menambah kenikmatan saat disantap. Kombinasi bahan-bahan tersebut menjadikan produk Raja Cabai Garam memiliki keunikan tersendiri dan mampu bersaing dengan berbagai kuliner pedas lainnya yang telah ada di pasaran. Ada pula menu utama dari produk raja cabai garam yaitu, Ayam Cabai Garam, Dori Cabai Garam, Tahu Cabai Garam, dan Kulit Cabai Garam.

Dengan mempertimbangkan pasar yang berkembang serta adanya potensi bisnis yang dimiliki, Raja Cabai Garam optimis dapat terus bertumbuh dan bersaing dalam industri kuliner, khususnya di segmen makanan pedas. Melalui inovasi produk dan strategi pemasaran yang tepat, bisnis ini diharapkan mampu memperluas jangkauan konsumennya dan menjadi salah satu pilihan utama bagi pecinta kuliner pedas di Kota Bandung.

1.1.1 Visi Misi

Visi: Menjadi pelopor tumisan cabai garam yang terdepan di Indonesia dengan cita rasa yang autentik, inovatif, dan berkualitas tinggi, serta menjadi pilihan utama masyarakat yang menginginkan pengalaman kuliner yang lezat dan bervariasi.

Misi:

1. Menyediakan berbagai varian tumisan cabai garam yang lezat dengan bahan baku berkualitas dan segar.
2. Melakukan inovasi secara berkelanjutan untuk menciptakan cita rasa yang sesuai dengan selera konsumen Indonesia.
3. Membangun hubungan yang baik dengan pelanggan melalui produk yang konsisten, pelayanan yang ramah, dan kepuasan yang optimal.

1.1.2 Logo



Gambar 1.2 Logo Raja Cabai Garam

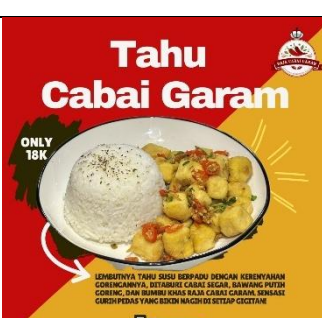
Logo Raja Cabai Garam dirancang dengan mengusung filosofi yang kuat serta elemen visual yang mencerminkan identitas dan karakter produk secara menyeluruh. Pada bagian atas logo terdapat gambar mahkota yang melambangkan kekuasaan, keunggulan, dan kepemimpinan. Mahkota ini mempertegas nama merek "Raja", yang mengisyaratkan bahwa produk ini ingin tampil sebagai pemimpin pasar dalam kategori kuliner pedas dan gurih. Di bagian tengah logo, terdapat ilustrasi cabai merah yang menjadi ikon utama dan merepresentasikan karakter utama dari produk, yakni rasa pedas yang menggugah selera. Cabai merah tidak hanya mencerminkan cita rasa, tetapi juga menyimbolkan keberanian, semangat, dan gairah yang menjadi semangat dasar dari usaha kuliner ini.

Mengelilingi ilustrasi cabai terdapat elemen daun berwarna hijau yang menggambarkan kesegaran dan keseimbangan rasa. Elemen ini memberikan kesan bahwa Raja Cabai Garam tidak hanya menonjolkan sensasi pedas semata, tetapi juga mengedepankan kualitas bahan yang segar dan alami. Warna hijau juga menambah harmoni pada tampilan logo, menandakan keseimbangan antara pedas dan gurih. Di bawah ikon utama terdapat pita merah dengan tulisan "RAJA CABAI GARAM" yang ditampilkan dalam huruf kapital tegas. Pita ini memperkuat kesan eksklusif dan premium pada merek, serta menciptakan kesan formal dan profesional. Warna merah pada pita melambangkan energi dan nafsu makan, sangat tepat untuk menarik perhatian konsumen terhadap produk makanan.

Sementara itu, pada bagian bawah logo terdapat tulisan melengkung "Rasa Kaya Gurih Rintik-Rintik" yang berfungsi sebagai tagline produk. Tagline ini menyiratkan bahwa produk Raja Cabai Garam memiliki kekhasan pada rasa gurih yang mendalam, dengan sensasi pedas yang unik dan bertahap—digambarkan secara puitis dengan istilah "rintik-rintik". Ini memberi kesan bahwa produk tidak hanya berfokus pada rasa kuat, tetapi juga memiliki kompleksitas rasa yang khas dan menggoda. Warna-warna yang digunakan dalam logo, seperti merah, hijau, putih, dan latar belakang hitam, membentuk harmoni visual yang kuat. Merah menunjukkan keberanian dan selera makan, hijau menunjukkan kesegaran, putih mewakili kemurnian produk, dan hitam sebagai latar belakang memberi kesan elegan serta membuat semua elemen logo tampak menonjol.

1.1.3 Produk Raja Cabai Garam

Menu	Gambar
------	--------

Kulit Cabai Garam, Renyahnya kulit ayam goreng berpadu sempurna dengan taburan cabai segar, bawang putih goeng, dan bumbu khas raja cabai garam, rasa gurih pedasnya dijamin bikin ketagihan di setiap gigitan.	
Ayam Cabai Garam, Lezatnya ayam fillet dari bagian paha yang empuk dan juicy, dipadu dengan tumisan cabai segar, bawang putih goreng, dan bumbu khas raja cabai garam, rasa pedasnya gurihnya bikin susah berhenti makan.	
Dori Cabai Garam, Nikmati lembutnya ikan dori premium berpadu dengan tumisan cabai segar, bawang putih, dan bumbu rahasia khas raja cabai garam, rasanya gurih, pedas, dan bikin nagih.	
Tahu Cabai Garam, Lembutnya tahu susu berpadu dengan kerenyahan gorengnya, ditaburi cabai segar, bawang putih goreng, dan bumbu khas raja cabai garam. Sensasi gurih pedas yang bikin nagih di setiap gigitan.	

Tabel 1.2 Produk Raja Cabai Garam

1.1.4 Struktur Organisasi

Dalam menjalankan kegiatan operasionalnya, *Raja Cabai Garam* memiliki struktur organisasi yang disusun secara sederhana namun efektif, sesuai dengan kebutuhan usaha kuliner skala UMKM. Struktur organisasi ini bertujuan untuk memperjelas pembagian tugas, wewenang, serta tanggung jawab masing-masing pihak dalam mengelola bisnis secara efisien dan terorganisir. Sistem organisasi yang baik akan mempermudah proses koordinasi antar bagian, mempercepat pengambilan keputusan, dan mendukung kelancaran operasional sehari-hari. Berikut adalah struktur organisasi Raja Cabai Garam:



Gambar 1.3 Struktur Organisasi

Pada Gambar diatas dapat kita lihat struktur organisasi pada raja cabai garam yang memiliki tugas dan tanggung jawab sebagai anggota organisasi sebagai berikut:

1. Chief Executive Officer (CEO) yang berperan sebagai pemimpin tertinggi perusahaan. CEO bertanggung jawab atas perumusan visi, misi, dan arah strategis usaha secara keseluruhan. Fungsi utama dari posisi ini adalah mengawasi kinerja seluruh bagian, mengambil keputusan penting yang berkaitan dengan pengembangan usaha, serta memastikan bahwa tujuan jangka panjang perusahaan tercapai.
2. Chief Marketing Officer (CMO) yang memimpin seluruh kegiatan pemasaran dan promosi. CMO bertanggung jawab dalam mengembangkan strategi pemasaran yang

efektif, membangun citra merek, serta memperluas jangkauan pasar. Selain itu, posisi ini juga memainkan peran penting dalam menganalisis tren konsumen dan menciptakan inovasi komunikasi untuk menarik pelanggan baru sekaligus mempertahankan loyalitas pelanggan lama.

3. Chief Operating Officer (COO) yang memfokuskan diri pada pengelolaan operasional harian perusahaan. COO bertugas mengatur alur produksi, manajemen sumber daya, serta menjamin kelancaran proses bisnis dari hulu ke hilir. Dengan pengawasan langsung terhadap kegiatan operasional, COO memastikan bahwa kualitas pelayanan dan produk tetap terjaga.

4. Chief Financial Officer (CFO) bertanggung jawab dalam mengelola aspek finansial perusahaan. CFO menyusun laporan keuangan, mengatur arus kas, melakukan pengendalian biaya, serta memberikan analisis finansial untuk mendukung pengambilan keputusan. Peran ini sangat vital dalam menjaga kestabilan ekonomi usaha dan memastikan ketersediaan dana untuk kebutuhan ekspansi maupun operasional rutin.

5. Chef, yang merupakan ujung tombak dalam produksi kuliner. Chef memiliki tanggung jawab terhadap proses pengolahan makanan, menjaga konsistensi rasa, serta memastikan standar kebersihan dan kualitas produk. Selain itu, Chef juga berperan dalam inovasi menu dan pengembangan varian rasa baru sesuai preferensi pasar. Chef, yang merupakan ujung tombak dalam produksi kuliner. Chef memiliki tanggung jawab terhadap proses pengolahan makanan, menjaga konsistensi rasa, serta memastikan standar kebersihan dan kualitas produk. Selain itu, Chef juga berperan dalam inovasi menu dan pengembangan varian rasa baru sesuai preferensi pasar.

1.2 Latar Belakang Penelitian

Bandung merupakan salah satu kota di Indonesia yang memiliki banyak kuliner dimana Bandung merupakan surga bagi masyarakat, khususnya di bidang kuliner. Kekayaan kuliner di kota Bandung menjadikannya salah satu juga dijuluki sebagai kota dengan surganya kuliner, makanan lezat berlimpah di kota Bandung, terutama

kulinernya. Berbagai jenis kuliner banyak bermunculan di kota Bandung. Selain itu, tempat-tempat makan di kota Bandung sangatlah unik dan menarik, sehingga kuliner Bandung menjadi salah satu potensi untuk menarik orang-orang untuk berkunjung ke kota Bandung.

Jenis Wisatawan	Jumlah Wisatawan Menurut Jenis (Jiwa)		
	2021	2022	2023
Wisatawan Manca Negara	-	1.814	12.639
Wisatawan Nusantara	393.223	2.404.708	2.910.645
Jumlah	393.223	2.406.549	2.923.284

Sumber: BPS Provinsi Jawa Barat

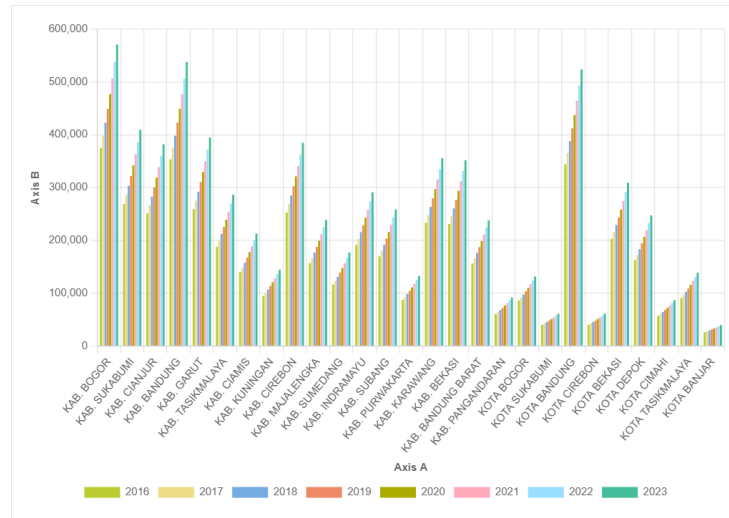
Tabel 1.3 Jumlah Wisatawan Menurut Jenis (Jiwa) 2021-2023

Wisata kuliner memiliki potensi besar untuk dikembangkan karena saat ini, mengeksplorasi makanan khas suatu daerah telah menjadi bagian penting dari rencana perjalanan para wisatawan. Banyak orang kini lebih tertarik menikmati pengalaman kuliner yang unik di destinasi wisata daripada sekadar mengunjungi landmark terkenal atau berbelanja. Bahkan, dalam banyak kasus, kuliner menjadi alasan utama mereka memilih destinasi tertentu. Para wisatawan yang datang untuk menikmati wisata kuliner umumnya ingin mencicipi hidangan lokal khas daerah tersebut. Mereka merasa bahwa perjalanan wisata mereka belum lengkap tanpa menikmati makanan khas yang menjadi identitas destinasi yang dikunjungi. Perkembangan wisata kuliner ini turut mendorong tumbuhnya sektor Usaha Kecil dan Menengah (UKM), yang menjadi tulang punggung penyedia kuliner lokal di berbagai daerah.

Saat ini, penguatan sektor Usaha Kecil dan Menengah (UKM) menjadi fokus utama pemerintah Indonesia. Kementerian Keuangan menegaskan bahwa berbagai kebijakan pemerintah secara berkelanjutan menempatkan pertumbuhan UKM sebagai elemen kunci dalam pencapaian target pembangunan nasional (Sagita et al., 2024). Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) menjadi salah satu fokus utama dalam pengembangan ekonomi di berbagai negara. UMKM memegang peranan krusial dalam mendukung laju pertumbuhan perekonomian Indonesia (Indrajaya, 2022). Hal ini

disebabkan oleh kontribusi besar yang diberikan UMKM. terutama dalam aspek ekonomi dan sosial. Selain mendorong pertumbuhan ekonomi nasional, UMKM juga berperan penting dalam menciptakan lapangan kerja di sektor informal serta membantu pemerataan pendapatan, khususnya di wilayah-wilayah daerah. Situasi serupa juga terjadi di Indonesia, yang termasuk dalam kategori negara berkembang. UMKM di Indonesia memegang peranan penting sebagai penopang utama perekonomian nasional, sebagaimana halnya di berbagai negara lain (Gilang Rezqi et al., n.d.) Di Indonesia, UMKM menghadapi sejumlah tantangan, terutama dari faktor internal. Berdasarkan laporan Bank Indonesia, hambatan internal tersebut mencakup keterbatasan modal, rendahnya kualitas sumber daya manusia, persoalan hukum, serta lemahnya akuntabilitas usaha.(Kecil et al., 2022). Beragam penelitian telah dilakukan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi kinerja UMKM di berbagai sektor dan daerah (Iskamto et al., 2024) Hal ini mendorong pelaku UMKM untuk beradaptasi dengan perkembangan teknologi dan memanfaatkan pemasaran digital guna memperluas distribusi produk mereka (Mulyana et al., 2024) UMKM menghadapi berbagai tantangan eksternal, termasuk kondisi iklim usaha, keterbatasan infrastruktur, serta hambatan akses. Oleh karena itu, untuk mendorong pertumbuhan dan daya saing UMKM, diperlukan dukungan aktif dari pemerintah dalam mengatasi berbagai kendala tersebut, baik yang bersifat internal maupun eksternal.

Kuliner menjadi salah satu bisnis yang berkembang pesat di kota Bandung. Sehingga menjadi persaingan ketat dalam berbisnis kuliner. Selain rasa yang lezat dan unik, para pelaku bisnis kuliner bersaing ketat untuk menarik pelanggan. Hal inilah yang menjadikan bisnis kuliner di kota Bandung berbeda dengan tempat bisnis kuliner di kota lain, sehingga para pecinta kuliner juga datang dari berbagai daerah di luar kota Bandung. Sebagai kota besar dengan penduduk kota yang ramai, Bandung menyediakan beragam jenis makanan, seperti kuliner tradisional maupun modern.



Sumber: opendata.jabarprov.go.id

Gambar 1.4 Data UMKM

Industri kuliner di Kota Bandung mengalami pertumbuhan yang signifikan dalam beberapa tahun terakhir. Kota Bandung dikenal sebagai salah satu pusat kuliner di Indonesia dengan daya tarik yang tinggi, baik bagi wisatawan domestik maupun mancanegara. Perkembangan ini didukung oleh meningkatnya jumlah Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang bergerak di sektor kuliner. Berdasarkan data dari Dinas Koperasi dan UMKM Jawa Barat, jumlah UMKM di Kota Bandung menunjukkan tren pertumbuhan yang konsisten dari tahun 2016 hingga 2023. Pertumbuhan ini tidak hanya mencerminkan semakin tingginya minat masyarakat dalam berwirausaha di bidang kuliner.

Beberapa artikel dan media telah membahas perkembangan bisnis kuliner di Bandung. Misalnya, dalam artikel yang diterbitkan oleh Kompas.com berjudul "Tren Kuliner di Bandung, Perpaduan Tradisional dan Modern" (2024), disebutkan bahwa inovasi dalam kuliner Bandung semakin berkembang dengan menggabungkan konsep tradisional dan modern. Selain itu, CNN Indonesia juga pernah mengulas fenomena maraknya bisnis kuliner di Bandung dalam artikel "Surga Kuliner Bandung, Daya Tarik Wisatawan Lokal dan Mancanegara", yang menyoroti bagaimana kuliner

Bandung menjadi daya tarik utama bagi wisatawan. Sebagai kota besar dengan penduduk yang ramai, Bandung menyediakan beragam jenis makanan, seperti kuliner tradisional maupun modern. Keberagaman ini turut didukung oleh eksposur dari media dan platform digital yang semakin meningkatkan daya saing bisnis kuliner.

Dengan adanya persaingan bisnis kuliner membuat para pelaku usaha yang terjun ke sektor ini menyebabkan perselisihan antar bisnis menjadi semakin ketat. Kondisi ini mendorong para pelaku usaha untuk berupaya lebih keras dalam mempertahankan eksistensi dan meningkatkan keuntungan, demi menghindari risiko kerugian yang dapat mengancam kelangsungan usaha mereka. Persaingan ini tidak hanya menuntut kreativitas dalam inovasi produk, tetapi juga menuntut ketepatan dalam pengelolaan aspek keuangan. Sebab, Menurut sumber artikel (Mandiri Utama Finance, 2023). Keberhasilan sebuah usaha sangat dipengaruhi oleh perencanaan keuangan yang matang untuk menghindari bisnis kuliner mengalami kemunduran bahkan kebangkrutan (Tyoso & Soegiastuti, 2023). Oleh karena itu, penting bagi pelaku usaha untuk menerapkan analisis keuangan yang tepat dan strategi manajemen yang efektif untuk mengoptimalkan sumber daya dan meminimalkan risiko. Dengan pendekatan yang sistematis, mereka dapat meningkatkan daya saing dan memastikan keberlanjutan usaha dalam industri yang semakin kompetitif ini.

Seiring meningkatnya tingkat kegagalan usaha, para pelaku bisnis mulai menyadari pentingnya melakukan langkah-langkah strategis untuk mengoptimalkan kinerja keuangan. Salah satu strategi yang dapat dilakukan adalah dengan melakukan analisis keuangan secara menyeluruh dan sistematis. Analisis keuangan merupakan proses evaluasi terhadap berbagai laporan keuangan untuk mengetahui kondisi aktual usaha, serta untuk menilai efisiensi, profitabilitas, dan stabilitas keuangan (Khetal & Sardar, 2022). Melalui analisis ini, pelaku usaha dapat memahami berbagai kelemahan dan kekuatan yang ada dalam struktur keuangan bisnis mereka, sehingga dapat mengambil keputusan yang lebih tepat untuk menjaga keberlangsungan usaha.

Pentingnya analisis keuangan dalam dunia bisnis, khususnya bisnis kuliner, tidak dapat diabaikan. Menurut data BPS (2024), terdapat sekitar 4,85 juta usaha

penyedia makanan dan minuman di Indonesia, dengan pertumbuhan 21,13% sejak 2016, yang menunjukkan tingginya tingkat persaingan di sektor ini. Analisis keuangan membantu pelaku usaha untuk mengidentifikasi posisi keuangan perusahaan secara objektif. Selain itu, analisis keuangan juga berperan dalam memberikan dasar bagi pengambilan keputusan strategis, seperti pengembangan usaha, efisiensi operasional, atau restrukturisasi keuangan. Tanpa adanya analisis keuangan yang mendalam, pelaku bisnis hanya akan mengandalkan intuisi semata dalam membuat keputusan, yang tentu saja berisiko tinggi terhadap keberlangsungan usaha.

Dalam konteks penelitian ini, analisis kelayakan keuangan memiliki peran yang lebih spesifik, yaitu untuk menilai kondisi keuangan pada bisnis kuliner Raja Cabai Garam. Sebagai salah satu usaha yang bergerak di bidang kuliner dengan tingkat persaingan yang tinggi, Raja Cabai Garam perlu memastikan bahwa semua aspek keuangannya dikelola dengan baik dan berdasarkan pertimbangan yang rasional. Melalui analisis kelayakan keuangan, diharapkan dapat diperoleh informasi yang akurat mengenai tingkat profitabilitas, efisiensi operasional, serta kemampuan usaha dalam memenuhi kewajiban finansial jangka pendek dan panjang. Informasi ini akan menjadi dasar untuk menyusun strategi pengembangan bisnis yang lebih berkelanjutan dan adaptif terhadap perubahan pasar.

Dengan demikian, penelitian ini bertujuan untuk memberikan kontribusi nyata bagi keberlangsungan Raja Cabai Garam, dengan menyajikan hasil analisis kelayakan keuangan yang komprehensif. Penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan yang objektif bagi pemilik usaha dalam mengambil keputusan-keputusan penting di masa depan. Pada akhirnya, keberhasilan dalam mengelola aspek keuangan tidak hanya akan memperkuat daya saing bisnis, tetapi juga akan meningkatkan peluang untuk bertahan dan berkembang di tengah dinamika industri kuliner yang terus berubah.

1.3 Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian diatas, terdapat rumusan masalah yang akan dijadikan bahan penelitian, sebagai berikut:

1. Bagaimana kelayakan keuangan bisnis Raja Cabai Garam?
2. Bagaimana proyeksi keuangan bisnis Raja Cabai Garam?
3. Bagaimana strategi pengembangan bisnis Raja Cabai Garam agar tetap kompetitif dan berkelanjutan?

1.4 Tujuan Penelitian

Beberapa tujuan dari penelitian tersebut:

1. Menjelaskan kelayakan keuangan dari bisnis Raja Cabai Garam
2. Menghitung dan membuat proyeksi keuangan dari bisnis Raja Cabai Garam
3. Menentukan strategi pengembangan bisnis Raja Cabai Garam agar tetap kompetitif dan berkelanjutan.

1.5 Manfaat Penelitian

Beberapa manfaat pada penelitian sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

1. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang manajemen keuangan dan kelayakan bisnis. Hasil penelitian dapat menjadi referensi akademis untuk studi kasus pada bisnis kuliner.
2. Tugas akhir ini dapat memberi wawasan bagi si pembaca agar dapat memberikan kebermanfaatan terhadap lingkungan akademis terlebih kepada bisnis yang akan memberikan solusi atas permasalahan yang menjadi target tujuan dari bisnis tersebut.

2. Manfaat Praktis

1. Penelitian ini dapat memberikan rekomendasi yang aplikatif bagi manajemen Raja Cabai Garam dalam memperkuat aspek keuangan dan menentukan kelayakan bisnis.

2. Dapat pula dilihat dari bisnis lain, bahwa dengan penggunaan metode ini dapat membantu penyelesaian perumusan masalah keuangan dan menjadi bahan acuan pembuatan tugas akhir lanjutan.

1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir

Berikut merupakan sistematika penulisan yang digunakan pada penelitian ini :

1. BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini menjelaskan secara umum tentang latar belakang, perumusan masalah, tujuan, batasan masalah, manfaat, serta sistematika penulisan pada penelitian

2. BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini berisikan teori-teori yang relevan dengan penelitian yang diteliti sehingga dapat menjadi dasar yang kuat dalam penelitian yang dilakukan.

3. BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab ini berisikan metode yang digunakan untuk melakukan penelitian agar mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

4. BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini menyajikan hasil temuan dari proses penelitian yang telah dilakukan, disertai dengan pembahasan yang mendalam dan sistematis. Tujuan utama dari bab ini adalah untuk menjelaskan bagaimana data yang diperoleh di lapangan diinterpretasikan dan dianalisis, sehingga dapat memberikan jawaban atas rumusan masalah yang telah dikemukakan sebelumnya. Dalam bagian ini, penyajian data dilakukan secara objektif, baik dalam bentuk tabel, grafik, maupun narasi, agar dapat menggambarkan kondisi aktual yang diteliti.

5. BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini berfungsi sebagai penutup dari keseluruhan laporan penelitian dan berisi ringkasan temuan utama yang diperoleh dari proses penelitian. Kesimpulan dirumuskan secara padat, jelas, dan mencerminkan ketercapaian tujuan penelitian serta jawaban atas rumusan masalah. berfungsi sebagai penutup dari keseluruhan laporan penelitian dan berisi ringkasan temuan utama yang diperoleh dari proses penelitian.

Kesimpulan dirumuskan secara padat, jelas, dan mencerminkan ketercapaian tujuan penelitian serta jawaban atas rumusan masalah.