

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Berdasarkan UU No 20 tahun 2008 tentang Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) adalah sesuai dengan jenis usahanya yakni usaha mikro, usaha kecil dan usaha menengah. Penggolongan UMKM dilakukan dengan batasan omset per tahun, jumlah kekayaan atau aset, serta jumlah karyawan. Usaha yang tak masuk sebagai UMKM adalah dikategorikan sebagai usaha besar di lansir dari Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia.

Menurut Artikel Dianasari (2021) pasca pandemi *Corona virus disease* 2019 (Pandemi Covid 19) UMKM mulai bangkit perlahan. Para pelaku UMKM mulai beradaptasi dengan perkembangan pasar. Para Pelaku UMKM mulai concern pada tata Kelola dan tata cara penggunaan media sosial, seperti facebook, Instagram, *marketplace*, dan sejenisnya. Parapelaku UMKM saat ini sudah beradaptasi dengan ekosistem digital, yang membawa pengaruh signifikan dalam income mereka. Progress positif ini mampu diraih berkat adanya kebijakan-kebijakan baru yang dicetuskan oleh pemerintah saat pandemi covid-19. Memang pemerintah sangat *concern* kepada pengusaha UMKM karena merekalah yang menjadi tulang punggung perdagangan di Indonesia, dan 90% bisnis di negeri ini adalah yang memiliki skala kecil dan menengah. Sehingga wajar jika pemerintah memprioritaskan para pedagang. Ini bukanlah sebuah pilih kasih, tetapi langkah jitu untuk menyelamatkan kondisi finansial negara.

Pemerintah membantu pengusaha kecil dan menengah agar tidak jatuh dengan berbagai program yaitu Pemerintah memberi BLT khusus untuk pengusaha UMKM senilai 2,4 juta rupiah pada awal pandemi dan 1,2 juta rupiah pada tahun 2021. BLT diberikan sebagai stimulus agar pebisnis kecil dan menengah tidak gulung tikar. Jika kondisi ini terjadi maka akan berbahaya, karena negara yang perekonomiannya kuat adalah yang memiliki banyak entrepreneur. Sedangkan faktanya, di Indonesia baru ada 2% WNI yang jadi pengusaha, dan idealnya minimal 5%. Dengan BLT tersebut maka pengusaha UMKM bisa menggunakannya untuk modal tambahan, sehingga mereka bisa melakukan dan membuka tokonya kembali. Warung sembako adalah salah satu UMKM yang bertahan dalam melewati masa pandemi.

Menurut Chaerunnisa (2022) Warung sembako merupakan bentuk usaha yang berbentuk kedai atau kios dan salah satu pusat perekonomian mikro. Tren warung sembako muncul karena orientasi berbelanja masyarakat yang semakin berubah, dapat dikatakan sebelum warung sembako berkembang seperti sekarang ini konsumen hanya mengejar harga murah, namun sekarang tidak hanya itu saja tuntutan kebutuhan akan tempat berbelanja dengan ragam produk yang lengkap, suasana belanja yang nyaman, dan kemudahan dalam menemukan produk yang dibutuhkan menjadi daya tarik tersendiri.

Menjamurnya perkembangan bisnis retail di Indonesia seperti warung sembako ini khususnya di kota-kota besar maupun pelosok daerah telah membawa persaingan yang semakin ketat diantara mereka dalam menarik calon pembeli atau pelanggan untuk berbelanja di tokonya. Faktor-faktor yang mempengaruhi penjualan warung sembako adalah faktor harga, kualitas produk, dan persaingan.

Warung Sembako Ibu Yayan adalah salah satu warung sembako yang berusaha meraih pasar di wilayah Kecamatan Tamansari. Dengan lokasi Jalan. E Sumawijaya Kampung Sindang Barang. Desa Pasir Eurih Kabupaten Bogor. Warung sembako ini berdiri sejak 8 tahun lalu yang memperjualkan bhan bahan pokok.

Dari uraian tersebut, saya sebagai peneliti ingin melakukan penelitian studi kelayakan bisnis Warung Sembako Ibu Yayan, untuk mengetahui seberapa lama usaha ini dapat bertahan dengan pesaingnya dan juga layak atau tidaknya usaha ini berjalan kedepan.

Setelah melihat pemaparan diatas dan meninjau dari berbagai aspek terkait, penulis mulai tertarik membuat Studi Kelayakan Bisnis Salah Satu Warung Sembako Ibu Yayan. Maka dari itu penulis melakukan penelitian tentang kelayakan bisnis dengan judul "**STUDI KELAYAKAN BISNIS WARUNG SEMBAKO IBU YAYAN**".

1.2 Identifikasi Masalah

Beberapa masalah yang muncul dapat di identifikasikan oleh penulis adalah sebagai berikut :

1. Banyak barang yang tidak laku terjual.
2. Banyaknya jumlah *competitor*
3. Persaingan harga dengan *competitor* bisnis serupa

4. Kekurangan SDM
5. Ketidaksesuaian tenor pembayaran reseller

1.3 Batasan Masalah

Penelitian ini memiliki batasan penelitian agar menjadi terfokus, terarah dan tidak menyimpang dari inti pembahasan yang dijelaskan. Penulis akan membatasi penelitian kelayakan warung sembako pada studi kelayakan bisnis mencakup aspek pasar dan pemasaran, aspek teknis dan produksi, aspek manajemen dan organisasi, aspek sosial dan ekonomi, dan aspek keuangan yang berdasarkan kriteria investasi seperti *Payback Period* (PP), *Net Present Value* (NPV), *Internal Rate of Return* (IRR), *Profitability Index* (PI).

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka permasalahan dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Apakah usaha bisnis warung sembako Ibu Yayan layak dilakukan dilihat dari aspek Non Finansial?
2. Apakah usaha bisnis warung sembako Ibu Yayan layak dilakukan dilihat dari aspek Finansial?

1.5 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang dilakukannya penelitian ini sebagai berikut :

1. Untuk menganalisis apakah usaha bisnis warung sembako Ibu Yayan dapat dikategorikan layak untuk di jalankan dilihat dari aspek non finansial.
2. Untuk menganalisis apakah usaha bisnis warung sembako Ibu Yayan dapat dikategorikan layak untuk dijalankan dilihat dari aspek finansial.

1.6 Manfaat Penelitian

Selaras dengan tujuan penelitian tersebut, kegiatan penelitian ini memberikan manfaat sebagai berikut :

1. Sebagai tambahan referensi dan wawasan dalam pengembangan ilmu pengetahuan bidang pemasaran khususnya mengenai kualitas produk, harga produk, orientasi pasar, dan kinerja penjualan.

2. Sebagai panduan atau rekomendasi bagi praktisi manajemen yang menjalankan kegiatan bisnis, terutama yang berhubungan dengan objek penelitian dan sebagai bahan acuan pada penelitian mendatang.
3. Guna lembaga pendidikan, memberikan kontribusi penulisan tentang pentingnya studi kelayakan bisnis, terkhusus guna program studi STIE GICIBUSINESS SCHOOL.

1.7 Sistematika Penulisan

Guna memahami lebih lanjut laporan ini, maka materi-materi dalam laporanskripsi ini dikelompokkan menjadi beberapa sub bab dengan sistematika penulisan yaitu: BAB I

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini dijelaskan mengenai latar belakang masalah yang menjadi dasar penulis untuk melakukan penelitian dan selanjutnya disusun identifikasi masalah , batasan masalah, rumusan masalah, uraian tentang tujuan, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini banyak menguraikan tentang teori-teori yang berkaitan dengan variabel yang digunakan penulis untuk penelitian. Selain itu ada uraian tentang penelitian terdahulu, kerangka berpikir dan hipotesis.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisikan tentang tempat dan waktu penelitian, jenis penelitian, data yang diperlukan, teknik pengumpulan data, alat analisis dan metode analisis yang digunakan dalam penelitian.

BAB IV HASIL PEMBAHASAN

Bab ini memuat tentang hasil penelitian yang berisi gambaran objek penelitian, hasil penelitian dan pembahasan yang lebih lengkap.

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisikan kesimpulan dari karya tulis atau skripsi yang penulis buat serta saran penulis dalam karya tulis atau skripsi ini.

DAFTAR PUSTAKA

Bab ini berisikan tentang berbagai buku, jurnal, rujukan, yang secara sah digunakan dalam menyusun penelitian ini.

