

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Gaya hidup masyarakat perkotaan dengan tingkat kesibukan yang tinggi cenderung memilih kebutuhan sehari-hari yang serba praktis. Hal ini termasuk dalam mengkonsumsi makanan seperti makanan yang mudah didapatkan, penyajian makanan yang praktis, maupun waktu penyajian makanan dengan cepat. Makanan cepat saji yang paling banyak diminati masyarakat ialah Frozen Food. Keberadaan Frozen Food sudah terdapat semenjak 3000 tahun sebelum masehi. Saat itu, masyarakat Cina kuno mulai bisa menggunakan es untuk dapat mempertahankan makanannya sepanjang musim dingin.

Pada era yang sedikit terkini, Frozen Food diperkenalkan sejak tahun 1930. Pada daerah Springfield, Massachusetts, seseorang bernama Clarence Birdseye mengenalkan konsep makanan beku ini pada masyarakat. Dia menggunakan tanaman sayuran, buah-buahan, seafood, dan daging beku yang dijual pada masyarakat. Sedangkan di Indonesia sendiri konsep Frozen Food telah diperkenalkan oleh orang Cina dan juga Jepang. Semenjak ketika itu, Frozen Food terus mengalami perkembangan dan mampu dinikmati hingga kini. Saat ini industri makanan beku di Indonesia sedang mengalami perkembangan yang sangat pesat. Kondisi pasar yang kompetitif dan dinamis akan mengakibatkan setiap perusahaan harus selalu mengamati persaingan dalam lingkungan bisnisnya. Dari berbagai industri makanan banyak sekali inovasi dengan munculnya banyak sekali macam Frozen Food salah satunya jenis olahan frozen food.

Kini pemasaran makanan beku bisa dikatakan sangat maju karena adanya wabah pandemi Covid-19 ini, Pemerintah menyarankan masyarakat untuk melakukan karantina diri di rumah masing-masing selama 14 hari. Selama masa karantina ini, masyarakat tentu saja membutuhkan bahan pokok dan makanan untuk bertahan hidup, frozen food menjadi salah satu pilihan para konsumen karena awet untuk disimpan dan mudah untuk dimasak. Dengan adanya frozen food yang tersedia di rumah, masyarakat tidak perlu sering berpergian ke pasar atau supermarket membeli bahan baku untuk memasak makanan sehari-hari

Pengenalan konsumen terhadap produk berasal dari informasi yang penjual berikan. Konsumen dengan kemahiran terbatas dalam menerima informasi produk

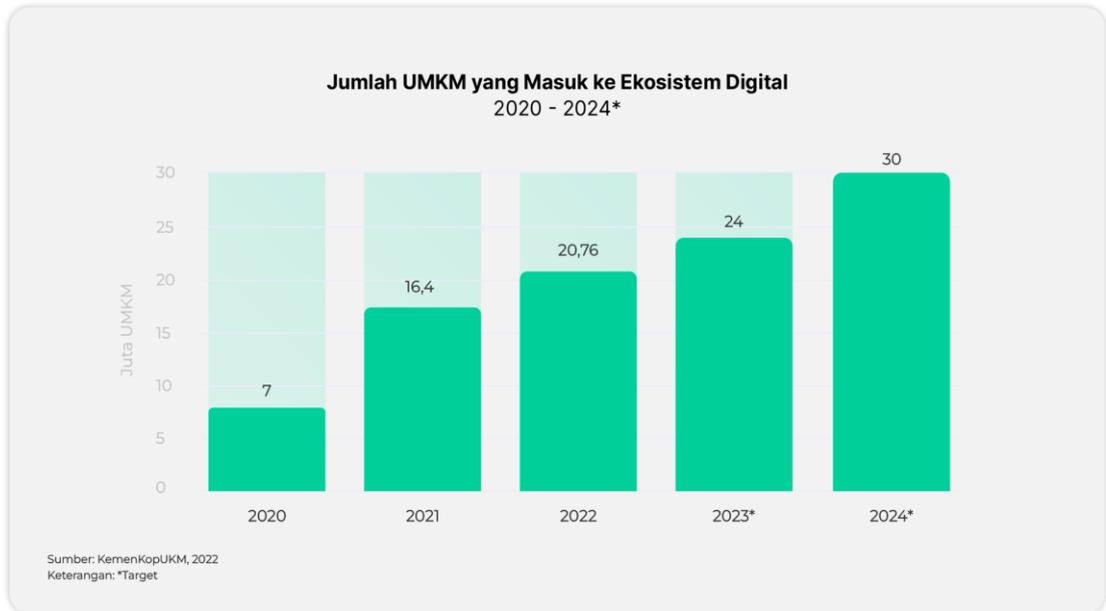
yang dibeli akan membuat konsumen mengkonsumsi produk yang tidak sesuai dengan apa yang diinginkan oleh konsumen tersebut. Maka dari itu, pihak penjual disarankan agar dapat memberikan informasi yang lebih rinci agar konsumen dapat secara kompleks mengenali produk yang akan dibelinya.

Indonesia merupakan suatu negara yang sedang berkembang, salah satunya pada bidang ekonomi. Pada saat sekarang ini banyak sekali kegiatan bisnis yang dijalankan oleh masyarakat Indonesia untuk mendukung perekonomian negara. Menurut Badan Pusat Statistik, Indonesia merupakan salah satu negara dengan pangsa pasar terbesar di Asia Tenggara. Kegiatan bisnis yang dijalankan mulai dari usaha kecil, menengah, dan bahkan usaha besar. Perkembangan wirausaha di Indonesia mengalami perkembangan setiap tahunnya, hal ini ditunjukkan oleh Pemerintah melalui stimulus jumlah wirausaha di Indonesia.

UMKM di Indonesia, sebagian besar merupakan kegiatan usaha rumah tangga yang dapat menyerap banyak tenaga kerja. Berdasarkan data dari Kementerian Koperasi dan UKM, di Indonesia pada tahun 2019, terdapat 65,4 juta UMKM. Dengan jumlah unit usaha yang sampai 65,4 juta hingga dapat menyerap tenaga kerja 123,3 ribu tenaga kerja. Ini membuktikan bahwa dampak beserta kontribusi UMKM sangat besar terhadap pengurangan tingkat pengangguran di Indonesia. Dengan semakin banyaknya keterlibatan tenaga kerja pada UMKM itu akan membantu mengurangi jumlah pengangguran di Indonesia.

Saat ini, UMKM sedang dalam tren yang positif baik dengan jumlahnya yang terus bertambah setiap tahunnya. Tren positif ini akan berdampak baik bagi perekonomian Indonesia. Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UKM, kontribusi UMKM terhadap PDB Nasional sebesar 60,5%. Ini menunjukkan bahwa UMKM yang ada di Indonesia sangat berpotensi untuk dikembangkan hingga dapat berkontribusi lebih bagi perekonomian.

Perkembangan ini juga terlihat dalam jumlah merchant UMKM yang terus bertumbuh di Xendit. Data internalnya mencatat selama tahun 2022, terdapat lebih dari 2000 UKM dan UMKM yang menggunakan layanan *payment gateway Xendit*. Jumlah ini sangat tinggi, dengan cakupan 70% dari total merchant kami adalah UKM dan UMKM. Frozen Food Agen Besto Bambam merupakan salah satu toko Frozen Food yang mulai berdiri dari tahun 2018 hingga sekarang. Menyediakan berbagai varian makanan beku (*Frozen Food*) seperti nugget, sosis, kentang goreng, kulit pangsit, bakso rebus, bakso goreng dan produk lainnya.



Gambar 1.1. Jumlah UMKM Indonesia
Sumber: Ekonomi Digital Indonesia

Guna mengetahui dan menilai bisnis frozen food Agen Besto Bambam ini layak atau tidak untuk dilanjutkan, penulis tertarik untuk melakukan penelitian di Frozen Food Agen Besto Bambam ini dengan judul "Studi Kelayakan Bisnis Frozen Food Agen Besto Bambam". Frozen Food Agen Besto Bambam merupakan salah satu toko Frozen Food yang mulai berdiri dari tahun 2018 hingga sekarang. Menyediakan berbagai varian makanan beku (*frozen food*) seperti nugget, sosis, kentang goreng, kulit pangsit, bakso rebus, bakso goreng dan produk lainnya. Untuk mengetahui dan menilai bisnis *frozen food* Agen Besto Bambam ini layak atau tidak untuk dilanjutkan, penulis tertarik untuk melakukan penelitian di warung frozen food agen besto bambam ini dengan judul Studi Kelayakan Bisnis Frozen Food Agen Besto Bambam.

1.2. Identifikasi Masalah

Beberapa permasalahan yang muncul, dan dapat diidentifikasi oleh penulis adalah sebagai berikut:

1. Masih minimnya variasi merek frozen food yang terdapat di kota Bogor.
2. Konsumen cenderung memilih kualitas produk yang memiliki daya tahan yang lebih lama.
3. Meningkatnya preferensi konsumen terhadap frozen food di masa pandemi Covid-19.
4. Persaingan karena ada juga warung frozen food lain yang berada tidak jauh dari Agen Besto Bambam

1.3. Pembatasan Masalah

Hasil identifikasi masalah yang ada pada Frozen Food Agen Besto Bambam menunjukkan masalah yang cukup banyak. Guna mencegah pengembangan penelitian, maka penulis membatasi masalah agar pembahasan lebih terperinci dan jelas. Oleh sebab itu penulis membatasi masalah pada Studi Kelayakan Bisnis Frozen Food Agen Besto Bambam ini hanya pada :

1. Aspek nonfinansial yaitu aspek produksi, aspek pasar dan pemasaran, aspek teknis/operasi dan aspek manajemen sumber daya manusia,
2. Aspek finansial berdasarkan kriteria investasi seperti *payback period (PP)*, *net present value (NPV)*, *internal rate of return (IRR)*, dan *profitability index (PI)*.

1.4. Perumusan Masalah

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

1. Bagaimana kelayakan usaha Frozen Food Agen Besto Bambam?
2. Bagaimana kelayakan usaha Frozen Food Agen Besto Bambam dilihat dari aspek nonfinansial yaitu aspek hukum, aspek pasar dan pemasaran, aspek teknis/produksi, aspek manajemen sumber daya manusia?
3. Bagaimana kelayakan usaha Frozen Food Agen Besto Bambam dilihat dari aspek finansial berdasarkan kriteria investasi seperti *payback period (PP)*, *net present value (NPV)*, *internal rate of return (IRR)*, dan *profitability index (PI)*?

1.5. Tujuan Penelitian

Melihat rumusan masalah diatas maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk menganalisis kelayakan usaha Frozen Food Agen Besto Bambam.
2. Untuk menganalisis kelayakan usaha Frozen Food Agen Besto Bambam dilihat dari aspek nonfinansial yaitu, aspek produksi aspek pasar dan pemasaran, aspek teknis/operasi, aspek manajemen sumber daya manusia.
3. Untuk menganalisis kelayakan usaha Frozen Food Agen Besto Bambam dilihat dari aspek finansial berdasarkan kriteria investasi seperti *payback period (PP)*, *net present value (NPV)*, *internal rate of return (IRR)*, dan *profitability index (PI)*.
4. Untuk mengetahui apakah bisnis usaha Frozen Food Agen Besto Bambam layak untuk dikembangkan.

1.6. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari dilakukannya penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Dapat dijadikan pedoman atau masukan dalam menjalankan bisnis atau usaha sejenis.
2. Membantu memahami tentang aspek-aspek apa saja yang harus diperhatikan dalam menjalankan sebuah usaha atau bisnis.
3. Sebagai bahan referensi bagi mahasiswa yang akan melakukan penelitian tentang studi kelayakan bisnis.
4. Menambah wawasan penulis tentang studi kelayakan bisnis.

1.7. Sistematika Penulisan

Guna memahami lebih lanjut laporan ini, maka materi-materi yang tertera pada laporan skripsi ini dikelompokkan menjadi beberapa subbab dengan sistematika penyampaian sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Berisi tentang latar belakang, identifikasi masalah, pembatasan masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan itu sendiri.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisikan teori yang berupa pengertian dan definisi yang diambil dari kutipan buku yang berkaitan dengan penyusunan laporan skripsi serta beberapa literatur yang berhubungan dengan penelitian.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisikan tentang tempat dan waktu penelitian, jenis penelitian, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, definisi operasional variabel dan teknik analisis data penelitian

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang gambaran obyek penelitian, hasil penelitian dan pembahasan yang secara lebih lengkap mengupas berbagai fenomena yang ada dalam penelitian.

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisikan simpulan yang merupakan hasil akhir atas penelitian ini dan juga saran yang berisi masukan untuk pihak obyek penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

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