BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan dunia bisnis mengalami kemajuan yang sangat pesat setiap tahunnya. Menurut Bararuallo bisnis merupakan suatu organisasi yang menyediakan barang, jasa, konsep, dan ide untuk mendapatkan laba (Volkers, 2019). Bisnis juga memiliki tujuan, yaitu mendapatkan keuntungan terutama bagi pemilik bisnis baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang (Made, 2020). Ada berbagai macam model bisnis yang dapat dijumpai dalam kehidupan sehari-hari. Kemajuan teknologi yang sangat pesat membuka banyak peluang untuk berbisnis. Bisnis atau usaha yang dijalankan dapat berupa perseorangan maupun kelompok dengan berbagai macam bentuk usaha yang dapat dijadikan peluang dalam membangun suatu bisnis.

Pada dasarnya, sebuah bisnis lahir dari ide atau gagasan dari manajer atau pemilik usaha. Ide atau gagasan tidak dapat secara langsung diwujudkan dalam investasi. Apakah ide atau gagasan tersebut nantinya dapat memberikan keuntungan dimasa depan atas sejumlah uang yang dikorbankan saat ini (Tinggi & Ekonomi, 2010), maka perlu dilakukan studi yang lebih mendalam, agar dapat memberikan gambaran atas hal itu maka setiap gagasan bisnis perlu dilakukan studi atas kelayakannya, menurut Imam Soeharto bahwa pengkajian yang bersifat menyeluruh dan mencoba menyoroti segala aspek kelayakan proyek atau investasi dinilai dalam studi kelayakan (Sobana, 2017).

Studi Kelayakan Bisnis menjadi titik awal dalam memutuskan pembangunan bisnis ataupun menilai usaha yang sudah berlangsung. Studi kelayakan mempelajari secara mendalam mengenai usaha yang nantinya akan dijalankan

sehingga membantu pengusaha untuk mengambil keputusan yang tepat serta menghindari kerugian yang besar saat menjalankan bisnis. Pada dasarnya Studi Kelayakan Bisnis membahas dan mengkaji berbagai macam konsep dasar yang berkaitan dengan keputusan dan proses pemilihan proyek bisnis agar mampu memberikan manfaat ekonomis dan sosial sepanjang waktu (Syahfitri, 2019).

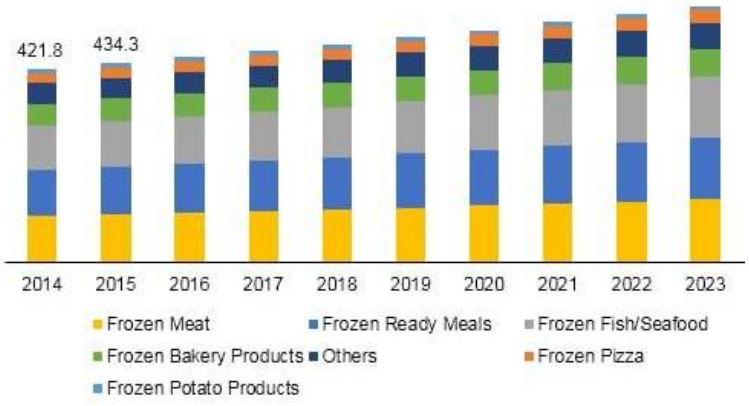
Dalam melakukan Studi Kelayakan Bisnis terdapat beberapa aspek yang harus diteliti, diukur, dan dinilai sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Aspek yang pertama yaitu aspek manajemen yang menjadi salah satu aspek yang sangat penting untuk diteliti karena menyangkut dengan sistem POAC yaitu perencanaan *(planning),* pengorganisasian *(Organizing),* pelaksanaan *(Actuating)* dan pengawasan *(controling)* terhadap bisnis yang akan dijalankan, sumber daya manusia yang menjadi penggerak dalam operasional produksi suatu bisnis harus memenuhi kualifikasi serta sesuai dengan kebutuhan perusahaan sehingga mendukung tercapainya tujuan bisnis (Made, 2020). Kedua, aspek pasar atau pemasaran yang juga diperlukan untuk menentukan sasaran atau target pasar guna untuk memasarkan produk dengan skala yang lebih luas. Ketiga, aspek teknis dan teknologi didalamnya membahas mengenai apa saja yang digunakan baik itu tempat hingga peralatan yang digunakan dalam produksi suatu usaha, rencana bisnis dapat dilaksanakan secara layak atau tidak layak, baik pada saat pembangunan proyek maupun pada saat operasionalisasi secara rutin (Made, 2020). Keempat, Aspek hukum menyangkut dengan semua legalitas rencana bisnis yang akan laksanakan yang meliputi semua ketentuan hukum yang berlaku. Kelima, aspek lingkungan yaitu aspek yang berkaitan dengan apa saja dampak yang bisa ditimbulkan dari proses jalannya bisnis sehingga lebih cepat untuk menemukan solusi agar tidak mengganggu lingkungan sekitar. Keenam yaitu aspek keuangan yang juga sangat penting untuk diteliti karena menyangkut dengan keuangan dari bisnis secara keseluruhan (Made, 2020).

Tujuan dilakukan Studi Kelayakan Bisnis yang pertama yaitu untuk mencari jalan keluar dan meminimalisir hambatan dan risiko yang mungkin akan muncul dimasa yang akan datang, jika didalam analisis tersebut ditemukan tanda-tanda kerugian maka pelaku usaha perlu untuk berpikir kembali apakah bisnis tersebut masih layak dijalankan atau tidak. Selain itu Studi Kelayakan Bisnis juga dapat memudahkan suatu pekerjaan, pelaku bisnis dapat lebih mudah untuk mengatur serta menjalankan program yang telah direncanakan dengan lebih dulu memilih kebijakan yang dirasa lebih menguntungkan atau bisa merugikan proses suatu bisnis, kemudian memudahkan perencanaan dan pengawasan, dimana program-program yang telah direncanakan dapat lebih mudah dilaksanakan karena telah dinilai dalam Studi Kelayakan Bisnis yang juga mendapat pengawasan dari pihak-pihak yang berwenang seperti pemerintah, dengan adanya laporan Studi Kelayakan Bisnis akan mempermudah pemerintah untuk melakukan pengawasan terhadap bisnis yang sedang dikelola. Terakhir yaitu dapat mempermudah pengendalian dimana pada saat terjadi penyimpangan akan lebih mudah terdeteksi sehingga pebisnis dapat lebih mudah mengembalikan pelaksanaan pekerjaan yang melenceng ke rel yang sesungguhnya, dan pada akhirnya tujuan perusahaan akan tercapai (Made, 2020).

Perkembangan teknologi saat ini mendorong berbagai usaha untuk terus berkembang, perpaduan antara kecanggihan teknologi dan pemenuhan pangan yang instan menciptakan berbagai inovasi produk yang kemudian diminati masyarakat bahkan menjadi gaya hidup. Gaya hidup *(Lifestyle)* masyarakat saat ini sangat dipengaruhi perkembangan masyarakat salah satunya yaitu makanan beku *(frozen food)* yang saat ini sudah menjadi suatu tren dalam masyarakat perkotaan di Indonesia (Atik, 2021). Makanan beku adalah makanan yang telah diawetkan dengan menggunakan proses pembekuan, yang memungkinkan makanan tersebut dapat diawetkan sejak saat disiapkan hingga saat dimakan

dengan tetap mempertahankan kandungan gizinya. *Frozen food* pada awalnya diciptakan dan ditujukan untuk seseorang yang terlalu sibuk, tidak mau atau tidak mampu untuk menyiapkan makanan untuk dirinya sendiri. Terdapat berbagai keuntungan dari makanan *frozen food* dimana produk yang tersedia dalam berbagai macam pilihan (bervariasi), produk *frozen food* juga dapat bertahan lama dibandingkan dengan jenis makanan tidak beku lainnya (Crewdible, 2023). Berdasarkan jenisnya, bisnis *frozen food* dibagi menjadi buah dan sayuran beku, makanan siap saji beku, produk daging beku, ikan dan makanan laut beku, produk roti beku, dan jenis lainnya yang dapat ditemukan hypermarket dan supermarket, toko kelontong dan toko serba ada, toko ritel online, dan saluran distribusi lainnya.

Gambar 1
Grafik Konsumsi Frozen Food di Indonesia



Sumber: hexaresearc.com (Research, 2018)

Dari data yang ditampilkan mulai dari tahun 2020 sampai dengan tahun 2021. usaha *frozen food* mengalami perkembangan yang signifikan setiap tahunnya. Jumlah konsumsi makanan beku masyarakat ditahun 2020 mencapai 9,6 juta ton dan ditahun 2021 mengalami kenaikan menjadi 11,5 juta ton hal ini dikarenakan pada saat itu terjadi wabah covid-19 yang mengharuskan masyarakat untuk menetap dan bekerja dari rumah sehingga mengkonsumsi *Frozen Food* menjadi pilihan utama karena dianggap lebih praktis serta dapat bertahan lama jika disimpan dalam lemari pendingin (Santoso et al., 2018). Dikutip dari

Kompas.com, pada tahun 2022 nilai pasar makanan beku sebesar Rp.80.000.000.000.000 dan diprediksi akan terus meningkat hingga mencapai nilai pasar Rp.200.000.000.000.000 ditahun 2024. Dalam kehidupan modern saat ini, masyarakat cenderung lebih menyukai sesuatu yang praktis dapat dibuktikan dari meningkatnya usaha *frozen food* saat ini dan juga fenomena kuliner yang marak saat ini yaitu makanan modern bergaya jepang yang lebih banyak menggunakan bahan daging sehingga membuka peluang usaha *frozen food* saat ini salah satunya yaitu makanan beku berbahan daging segar. Daging segar adalah daging yang belum diolah dan atau tidak ditambahkan dengan bahan apapun. Daging beku adalah daging segar yang sudah mengalami proses pembekuan di dalam *blast freezer* dengan temperature internal minimum -18°C (Pertiwi & Soenarno, 2020). Berdasarkan data BPS Makassar, rata-rata kebutuhan konsumsi daging sapi mencapai 24 ton per hari. Sementara daging sapi lokal hanya mampu memenuhi kebutuhan konsumsi sekitar 9 - 10 ton per hari (Anwar maga, 2022).

Gambar 2
Toko Meat Factory Makassar



Sumber: Meat Factory Makassar, 2023

Hal ini memberikan peluang besar untuk bisnis pengolahan daging beku seperti Meat Factory Makassar yang beralamat di Jl. Landak lama No. 39, Kec.

Mamajang kota Makassar dengan Nomor Pokok Wajib Pajak: 84.644.885.0-805.000. Meat Factory dibangun pada tahun 2020 dan sudah menjadi salah satu bisnis *frozen food* yang terkenal di Kota Makassar. Dengan produk utama yaitu daging sapi /kerbau import dengan berbagai jenis potongan diantaranya dengan fillet, slice, brisket, short plate, short rib, cut steak, daging giling dll dan produk sampingannya yaitu daging ayam lokal, sayuran segar dan bumbu racik masakan *homemade* yang berkualitas dengan harga yang lebih terjangkau, proses pengolahan yang lebih praktis serta proses daging yang lebih *open butcher* sehingga menunjang kualitas produk dimata konsumen. Meskipun memiliki kompetitor yang cukup banyak, namun Meat factory tetap percaya diri akan keunggulan yang dimiliki. Dengan begitu, agar bisnis ini terus berkembang Meat factory berencana ingin membuka cabang baru pada beberapa tempat di kota Makassar salah satunya di Jl. Urip Sumoharjo karena menjadi lokasi padat penduduk serta salah satu jalan dengan arus lalu lintas teramai di Kota Makassar. Alasan bisnis ini ingin membuka cabang baru yaitu ingin menjadi usaha *frozen food* terbaik di Kota Makassar serta dapat dijangkau oleh masyarakat.

Berikut ini adalah hasil pra penelitian yang telah dilakukan oleh penulis bersama Muhammad Nursultan Syamsir selaku Owner Meat factory Makassar pada tanggal 18 Maret 2023:

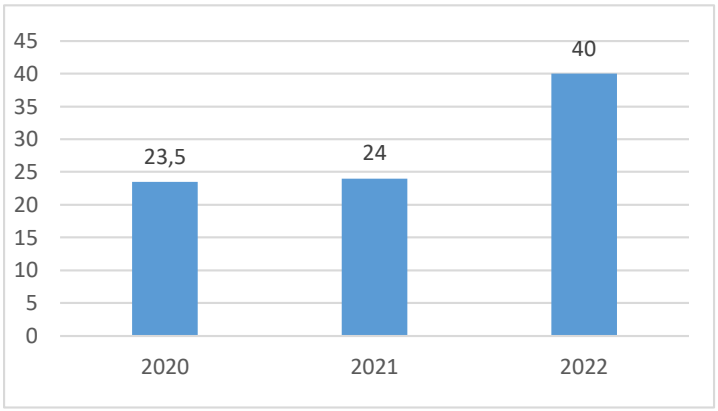
Tabel 1
Hasil Pra Penelitian pada Meat Factory Makassar

No.	Hal	Hasil Temuan
1.	Lokus	Meat Factory Makassar berlokasi di Jl. Landak lama dengan lokasi yang strategis dekat dengan RS. Labuang Baji, dan aktivitas jual beli pada Toko Satu Sama. Menggunakan konsep *Open butcher* dengan memperlihatkan proses pengolahan daging kepada Customer untuk membuktikan kebersihan, higiene, sanitasi yang tetap terjaga.
2.	Manajemen	Bentuk kepemilikan pada usaha Meat Factory Makassar yaitu perseorangan. Meat factory Makassar memiliki 3 orang karyawan pada bagian pemotongan dan pengadaan.

3.	Pasar dan Pemasaran	Target pasar Meat factory Makassar yaitu segala jenis umur mengingat daging adalah kebutuhan pangan bagi manusia, namun target pasar yang paling utama yaitu Toko *frozen*, rumah makan, dan konsumen luar daerah. Media promosi yang digunakan saat ini yaitu Story ig dan ads, untuk penjualan meat Factory menggunakan media Shopee, Tokopedia, gojek dan grabfood.
4.	Keuangan	Meat Factory Makassar mempunyai modal awal yang diambil dari pinjaman Bank sebesar Rp 500.000.000 yang digunakan untuk sewa tempat, renovasi, pembelian mesin dan pembelian produk dari distributor.

Sumber: Meat Factory Makassar, 2023

Gambar 3
Omzet Penjualan Meat Factory Makassar



Sumber: Meat Factory Makassar

Dapat dilihat dari hasil pra penelitian yang telah dilakukan, omzet penjualan Meat factory Makassar mengalami peningkatan disetiap tahunnya, dimana omzet penjualan pada tahun 2020-2021 mencapai 5 sampai 20 karton sehari (1 karton: 20-27 kilo) dengan keuntungan 5 juta perhari karena saat itu usaha *frozen food* di Makassar masih sedikit. Ditahun 2022-2023 keuntungan 3000-5000/kilo dengan penghasilan kurang lebih 2 juta perhari namun pada hari besar seperti lebaran ataupun tahun baru penjualan mencapai 30-50 karton/hari sehingga membuat owner Meat factory Makassar berencana untuk membuka cabang di tempat yang berbeda. Tujuannya yaitu dapat menjadi salah satu usaha *frozen food* terbesar di Kota Makassar dan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat akan daging segar. Pembukaan cabang memberikan kelayakan untuk pengembangan usaha di masa yang akan datang namun pada dasarnya membuka cabang tidaklah mudah

sehingga diperlukan analisis yang lebih mendalam atas kelayakan usaha atau Studi Kelayakan Bisnis yang dapat dilihat dari aspek manajemen, aspek pasar dan pemasaran, aspek hukum, aspek teknis dan teknologi dan aspek keuangannya.

Berdasarkan penjelasan latar belakang diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai kelayakan usaha pada Meat factory dengan mengambil judul **Studi Kelayakan Bisnis pada Usaha Meat Factory Makassar Sebagai Pertimbangan Pembukaan Cabang Baru.**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan diatas, maka penulis dapat merumuskan masalah sebagai berikut:

Bagaimana analisis kelayakan pembukaan cabang baru pada usaha Meat Factory Makassar dalam bentuk dokumen Studi Kelayakan Bisnis?

C. Tujuan Masalah

Adapun tujuan penulis melakukan Studi Kelayakan Bisnis pada usaha Meat Factory Makassar yaitu:

Untuk mengetahui kelayakan pembukaan cabang baru pada usaha Meat Factory Makassar dalam bentuk dokumen Studi Kelayakan Bisnis

D. Manfaat Masalah

Manfaat dilakukannya penelitian ini adalah:

1. Bagi Penulis

Merupakan tambahan pengetahuan melalui penerapan ilmu dan teori yang telah diperoleh selama masa perkuliahan serta membandingkan dengan fakta dan kondisi nyata yang terjadi di lapangan.

2. Bagi Praktisi

Memberikan pengetahuan kepada pemilik dan terhadap para pengusaha yang akan memulai usaha khususnya pada bidang usaha *Frozen food*, untuk dapat mengurangi resiko kerugian usaha, dapat memudahkan perencanaan bisnis yang akan dilakukan kedepannya, memudahkan pelaksanaan bisnis, memudahkan pengawasan serta pengendalian terhadap bisnis yang akan dikembangkan dimasa yang akan datang agar menghasilkan keuntungan bagi suatu usaha.

3. Bagi Akademisi

Memberikan sumbangan terhadap ilmu pengetahuan yang dapat dijadikan sebagai referensi bagi peneliti–peneliti selanjutnya.