

BAB I

PENDAHULUAN

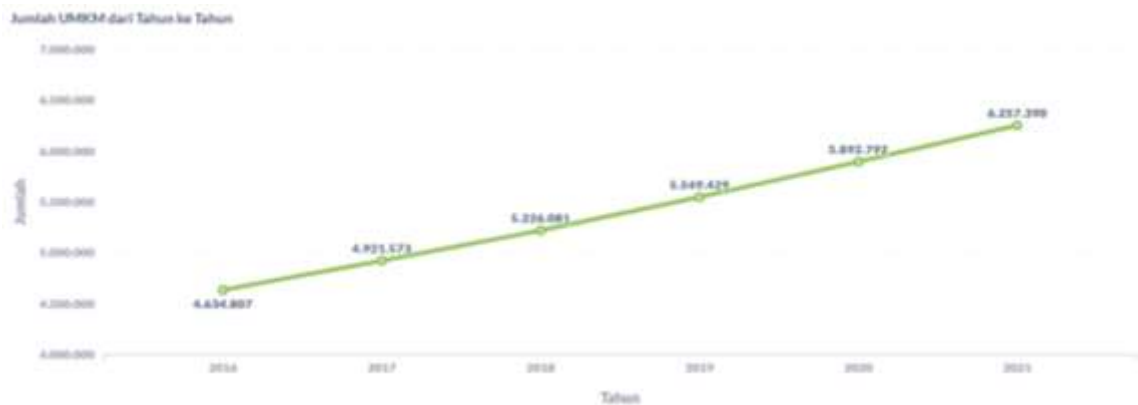
1.1 Latar Belakang Masalah

Pertumbuhan ekonomi merupakan hal yang sangat penting dalam suatu Negara. Ekonomi menjadi salah satu tolak ukur dari pertumbuhan suatu Negara. Negara yang maju memiliki pendapatan perkapita yang lebih tinggi dibanding dengan Negara berkembang.

Dampak dari menyebarnya wabah virus corona, pemerintah mengambil tindakan tegas dengan melakukan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) dan Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) Darurat. Penerapan kebijakan ini berdampak besar pada banyak sektor, diantaranya adalah sektor ekonomi. Kegiatan ekonomi seperti produksi, distribusi, dan konsumsi menjadi terhambat. Hal ini menyebabkan laju pertumbuhan ekonomi menjadi turun. Pertumbuhan ekonomi yang terus menurun hingga menyentuh angka *minus*, menyebabkan terjadi *inflasi* yang menyebabkan gelombang PHK (Pemutusan Hubungan Kerja) dan mengakibatkan angka pengangguran menjadi semakin meningkat.

Masyarakat yang kehilangan pekerjaannya, dituntut untuk lebih kreatif agar tetap mendapatkan penghasilan untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Maka dari itu, banyak masyarakat yang kehilangan pekerjaannya mencoba memulai usaha atau bisnisnya sendiri. Sehingga meski pertumbuhan ekonomi turun, jumlah UMKM tetap terus meningkat setiap tahunnya.

Bisnis atau usaha yang dibuka pun cukup beragam, seperti makanan, minuman, pakaian, produk kecantikan, hingga produk kerajinan. Bisnis atau usaha ini biasanya dilakukan di rumah dengan media promosi melalui media sosial dan pengiriman dengan menggunakan jasa pengiriman. Bisnis seperti ini tidak memerlukan banyak modal, sehingga mudah dilakukan oleh siapa saja, namun keuntungan juga tetap bisa didapatkan.



Gambar 1.1 Data Pertumbuhan Jumlah UMKM

Sumber : Open Data Jawa Barat

Seiring dengan berjalannya waktu, pandemi sudah mulai membaik. Pemerintah mencabut kebijakan-kebijakan mengenai *physical distancing* atau menjaga jarak. Kegiatan belajar mengajar yang tadinya dilakukan secara daring (*online*) pun perlahan dilakukan secara luring atau secara *offline* dengan datang langsung ke sekolah atau kampus.

Teneneng Snacks sebagai salah satu usaha di bidang makanan ringan berhasil melewati pandemi dengan terus melakukan perkembangan dan juga inovasi. Melihat peluang kantin kampus yang kosong setelah pandemi namun perkuliahan sudah mulai dilakukan secara *offline*, maka Teneneng Snacks membuka *offline store* pertamanya di Kampus STIE GICI Business School dengan nama Kedai Teneneng Snacks. Dengan dibukanya Kedai Teneneng Snacks diharapkan juga dapat menjadi solusi untuk para Mahasiswa/i yang mencari asupan makanan ataupun minuman saat di kampus. Sehingga, tidak perlu keluar Kampus untuk mencari makanan ataupun minum.

Kedai Teneneng Snacks menjual makanan, minuman, serta jajanan yang pas untuk kalangan pelajar dan mahasiswa. Produk di kedai Teneneng Snacks cukup beragam dengan harga yang menyesuaikan sehingga dapat menjadi pilihan untuk makan, minum, atau hanya untuk sekedar jajan.

Kedai Teneneng Snacks berupaya untuk selalu memberikan pelayanan terbaik dan secepat mungkin agar para pembeli tidak lama menunggu dan puas dengan pelayanan

dari kedai Teneneng snacks. Sehingga, pembeli pun menjadi pelanggan loyal atau tetap.

Untuk mengetahui dan menilai bisnis Kedai Teneneng Snacks ini layak atau tidak untuk dilanjutkan, penulis tertarik untuk melakukan penelitian di Kedai Teneneng Snacks ini dengan judul **Studi Kelayakan Bisnis Kedai Teneneng Snacks**.

1.2 Identifikasi Masalah

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

1. Kedai Teneneng Snacks berada di Gedung Kampus STIE GICI Business School yang di dalamnya terdapat bukan hanya Mahasiswa STIE GICI Business School saja, tetapi juga ada Peserta didik SMK NIBA Business School yang sekolahnya juga berada di gedung yang sama, sehingga terdapat kesulitan dalam menetapkan harga yang sesuai untuk kalangan Pelajar dan Mahasiswa.
2. Lingkungan internal seperti desain dan penataan produk yang kurang menarik perhatian.
3. Persaingan karena ada juga kantin lain yang berada di Gedung STIE GICI Business School
4. Masih banyak keluhan dari pembeli karena pelayanan yang kurang sigap dan cepat sehingga pembeli harus menunggu lama.
5. Jam buka Kedai Teneneng Snacks yang terkadang tidak menentu.

1.3 Pembatasan Masalah

Hasil identifikasi masalah yang ada di Kedai Teneng Snacks menunjukan masalah yang cukup banyak. Untuk mencegah pengembangan penelitian, maka penulis membatasi masalah agar pembahasan lebih terperinci dan jelas. Oleh sebab itu penulis membatasi masalah pada Studi Kelayakan Bisnis Kedai Teneng Snacks, hanya pada aspek nonfinansial yaitu aspek hukum, aspek pasar dan pemasaran, aspek teknis/produksi, aspek manajemen sumber daya manusia, dan 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 latar belakang diatas, maka permasalahan dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Bagaimana kelayakan usaha Kedai Teneneng Snacks ?
2. Bagaimana kelayakan usaha Kedai Teneneng Snacks dilihat dari aspek nonfinansial yaitu aspek hukum, aspek pasar dan pemasaran, aspek teknis/produksi, aspek manajemen sumber daya manusia ?
3. Bagaimana kelayakan usaha Kedai Teneneng Snacks 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 penelitian ini memiliki tujuan. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk menganalisis kelayakan usaha Kedai Teneneng Snacks
2. Untuk menganalisis kelayakan usaha Kedai Teneneng Snacks dilihat dari aspek nonfinansial yaitu aspek hukum, aspek pasar dan pemasaran, aspek teknis/produksi, aspek manajemen sumber daya manusia
3. Untuk menganalisis kelayakan usaha Kedai Teneneng Snacks dilihat dari aspek finansial berdasarkan kriteria investasi seperti *payback period* (PP), *net present value* (NPV), *internal rate of return* (IRR), dan *profitability index* (PI)

1.6 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. 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 METODOLGI PENELITIAN

Bab ini berisikan tentang tempat dan waktu penelitian, jenis penelitian, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, devinisi 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 bebagai buku, jurnal, rujukan yang secara sah digunakan dalam menyusun penelitian ini.