

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1. Latar Belakang**

Di Indonesia, berbagai bidang bisnis memiliki peluang dan prospek ke depan yang baik karena gaya hidup masyarakat saat ini yang cenderung konsumtif. Salah satu bisnis yang sedang trend dan diminati oleh masyarakat adalah bisnis di bidang industri makanan. Bisnis di bidang industri makanan di Indonesia juga memiliki peranan yang penting dalam pertumbuhan ekonomi di Indonesia. Semakin berkembangnya jaman semakin besar juga tantangan perekonomian yang dihadapi pada tahun 2020, perekonomian dunia sedang mengalami penurunan karena adanya dampak dari virus Covid-19. Dari berbagai Negara belahan dunia merasakan dampak penurunan perekonomian termasuk di Indonesia.

Menurut World Health Organization (WHO), Coronaviruses (COV) adalah virus yang menginfeksi sistem pernapasan. Infeksi virus ini dinamakan Covid-19. Pandemi Corona Virus Disease (COVID-19) memberikan dampak yang cukup besar diberbagai sektor bisnis di Indonesia, khususnya dibidang Industri makanan. Wabah corona yang semakin aktif akhir-akhir ini sangat mengganggu proses pemasaran hingga titik yang signifikan. Hal ini mengakibatkan adanya pembatasan berskala besar yaitu pergerakan masyarakat yang sangat dibatasi dan karyawan bekerja dari rumah dengan metode Work From Home (WFH). Demi mengatasi masalah tersebut

masyarakat perlu menyadari akan adanya peluang ide berbisnis agar bisa mendapatkan keuntungan dimasa pandemi covid-19.

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu bagian penting dari perekonomian di Indonesia. Pengembangan sektor Usaha Kecil dan Menengah (UMKM) dapat meningkatkan pertumbuhan ekonomi serta dalam kegiatan usaha dapat menekan angka kemiskinan. Menurut Pasal 5 UU RI nomor 20 tahun 2008, pemberdayaan Usaha Mikro Kecil Menengah bertujuan untuk:

- a. Mewujudkan struktur perekonomian nasional yang seimbang, berkembang, dan keadilan;**
- b. Menumbuhkan dan mengembangkan kemampuan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah menjadi usaha yang tangguh dan mandiri; dan**
- c. Meningkatkan peran Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah dalam pembangunan daerah, penciptaan lapangan kerja, pemerataan pendapatan, pertumbuhan ekonomi, dan pengentasan rakyat dari kemiskinan.**

Berdasarkan Pasal 5 UU RI nomor 20 tahun 2008 mengenai pemberdayaan Usaha Mikro Kecil Menengah, dapat diartikan bahwa pemerintah sangat mendukung para pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah dan berharap dengan adanya para pelaku usaha ini dapat mengurangi angka pengangguran yang ada di Indonesia. Dalam menjalankan Usaha Mikro Kecil Menengah sebagai salah satu

kegiatan ekonomi rakyat, seperti yang sudah ada ditegaskan pada pasal 6 UU RI nomor 20 tahun 2008. Dengan kriteria usaha:

1. Kriteria Usaha Mikro adalah sebagai berikut:
  - a. Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp. 50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha;atau
  - b. Memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp. 300.000.000, 00 (tiga ratus juta rupiah).
2. Kriteria Usaha Kecil adalah sebagai berikut:
  - a. Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp. 50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp. 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha;atau
  - b. Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp. 300.000.000, 00 (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp. 2.500.000.000, 00 (dua milyar lima ratus juta rupiah).
3. Kriteria Usaha Menengah adalah sebagai berikut :
  - a. Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp. 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp. 10.000.000.000,00 (Sepuluh milyar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha;atau
  - b. Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp. 2.500.000.000, 00 (dua milyar lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp. 50.000.000.000, 00 (lima puluh milyar rupiah).

Usaha, Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan cikal bakal usaha besar. Jadi bisnis Usaha, Mikro, kecil dan Menengah (UMKM) di Indonesia memberikan peluang bagi mereka yang berwirausaha untuk mengembangkan usahannya. Usaha, Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) harus terus dikembangkan agar mempunyai daya saing untuk menghadapi kompetisi pasar bebas dan persaingan bisnis yang semakin ketat.

Salah satu pelaku usaha dan sekaligus Anggota Pra Koperasi Karya Mandiri adalah Ibu Alfiyah, beliau adalah pengusaha bakery yang telah menekuni usahannya sejak tahun 1994. Tahun 1994 Pemilik usaha roti awal mulanya dipegang oleh Bapak Sulhadi beliau belum mempunyai istri sudah mempunyai usaha Roti ini yang awalnya bernama “Roti ASAS”. Setelah berjalannya waktu bapak Sulhadi menikah dengan Ibu Alfiyah dan telah mengganti merek “Roti Alfiyah” yang saat ini usaha tersebut dipegang oleh Ibu Alfiyah. Roti Alfiyah beralamat di Kota Kudus lebih tepatnya di Desa Mijen rt/rw 02/02 Dukuh Madaran.

Usaha Roti Alfiah mempunyai beberapa produk yaitu roti dan donat. Donat sendiri memiliki berbagai varian diantaranya: rasa coklat, keju, oreo, glaze. Sedangkan untuk roti ada dua proses yaitu di goreng dan oven dengan varian rasa coklat, strawberry, pisang, pisang coklat, nanas, kacang hijau. Selain itu, Roti Alfiyah juga menerima pesanan sesuai keinginan konsumen. Roti Alfiyah setiap harinya memproduksi 50 kg bisa menghasilkan 500 roti dan 500 donat. Berikut ini gambar produk Roti Alfiyah:



**Gambar 1. 1 Produk Roti Alfiah**

Berikut ini adalah tabel daftar harga Roti Alfiah:

**Tabel 1. 1 Daftar Harga Roti Alfiah**

No	Nama Produk (Roti & Donat)	Harga
1	Donat Keju	Rp. 3000
2	Donat Coklat mesis	Rp. 2000
3	Donat Glaze	Rp. 4000
4	Roti Coklat	Rp. 2000
5	Roti Strawberry	Rp. 2000
6	Roti nanas	Rp. 2000
7	Roti pisang	Rp. 2000
8	Roti pisang Coklat	Rp. 3000
9	Roti Kacang Hijau	Rp. 2000

*Sumber data: Unit Usaha Roti Alfiah*

Keadaan Roti Alfiah saat ini masih terbilang sederhana karena masih menjual produk dari rumah dan disetorkan di pasar-pasar tradisional, selain itu cara pemasarannya belum terlalu luas. Sebelumnya pemasaran yang dilakukan oleh Roti Alfiah yaitu memasarkan di berbagai pasar tradisional yang ada di Kudus, Jepara, Pati dan sekitarnya. Berikut ini Gambar Tempat Produksi Roti Alfiah:



**Gambar 1. 2 Tempat Produksi Roti Alfiyah**

Berikut data penjualan Roti Alfiyah selama 5 tahun:

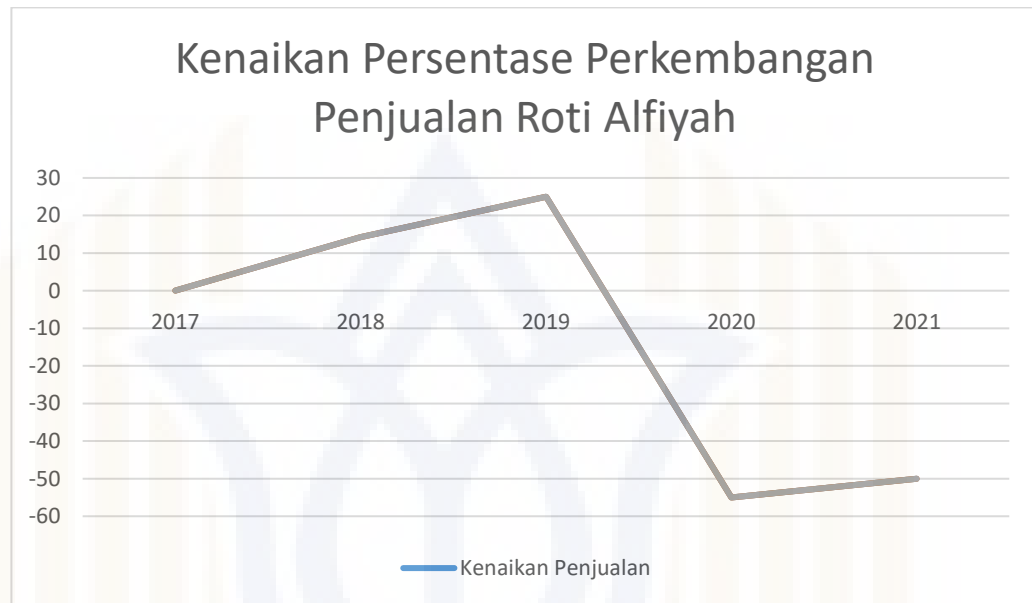
**Tabel 1. 2 Perkembangan Penjualan Roti Alfiyah Tahun 2017-2021**

Tahun	Total penjualan per tahun (Rp)	Kenaikan Penjualan (%)
2017	140.000.000	-
2018	160.000.000	14,28
2019	200.000.000	25
2020	90.000.000	-55
2021*	45.000.000	-50

*Sumber: Laporan keuangan usaha Roti Alfiyah, diolah*

*Keterangan:*

*\*Tahun 2021 Pendapatan penjualan baru sampai bulan November*



**Gambar 1. 3 Kenaikan Persentase Perkembangan Penjualan Roti Alfiyah**

Dari tabel 1.2 dan gambar 1.3 menunjukkan bahwa terjadinya penurunan omzet penjualan yang cukup signifikan antara tahun 2019-2021 yaitu rata-rata -26,67%. Meskipun memang penurunan itu dipicu oleh pandemi Covid-19 yang melanda dunia termasuk Indonesia yang sangat mempengaruhi pergerakan aktivitas masyarakat termasuk aktivitas ekonomi, sehingga usaha Roti Alfiyah mengalami dampaknya. Upaya untuk mengatasi penurunan omzet tersebut selain ingin pandemi Covid-19 berakhir, roti Alfiyah juga berencana ingin membuka toko supaya dapat meningkatkan penjualan. Dari pembukaan toko ini sasaran pasarnya adalah konsumen akhir. Selain itu, letak toko yang akan dibangun cukup strategis karena dekat dengan Tempat Ziarah (Sunan Kudus). Wisata Religi Sunan Kudus berada di kawasan masjid Al-Aqsha Kudus di jalan kauman kabupaten Kudus. Masjid Al-Aqsha kudus merupakan masjid peninggalan Sunan Kudus yang memiliki arsitektur unik karena mempunyai gapura



serta Menara layaknya kuil Agama Hindu, sehingga masyarakat lokal maupun masyarakat luar kota sering melakukan ziarah ke makam Sunan Kudus. Pengunjung wisata religi naik turun tergantung perekonomian pengunjung itu sendiri, sebelum adanya pandemi Covid-19 disaat hari libur banyak dikunjungi oleh masyarakat sekitar atau masyarakat luar kota yang mengadakan rombongan untuk ke makam Sunan Kudus sekitar 100-200 jiwa pengunjung terkadang bisa lebih dari itu tergantung dari rombongan- rombongan yang berziarah dari kalangan masyarakat luar kota.

Dengan strategisnya lokasi toko tersebut memudahkan konsumen untuk membeli sebagai oleh-oleh maupun dikonsumsi secara langsung. Adapun faktor lainnya peneliti melihat bahwa masyarakat sekitar Kudus mengalami perubahan perilaku masyarakat dalam melaksanakan kegiatan khajatan pernikahan, tasyakuran, sunnatan, dan arisan. Dulu biasanya mengantarkan undangan disertai dengan makan berupa paket nasi, saat ini mereka memilih hal-hal yang sifatnya praktis sehingga untuk menyertai undangan mereka memilih menggunakan Roti yang sifatnya lebih simpel, Roti yang biasanya digunakan untuk khajatan yaitu roti sobek rasa 8, paket Roti sesuai pilihan dari konsumen dan bolu ban (bolu jadul).

Perubahan perilaku ini menimbulkan pasar potensi pasar baru. Meskipun masyarakat yang melakukan acara Khajatan pernikahan, Arisan, dan Sunnatan mempunyai musim tertentu akan tetapi masyarakat memesan roti dalam jumlah yang banyak maka disaat adanya musim acara seperti itu Roti Alfiah mengalami peningkatan dalam penjualan. Potensi inilah yang akan digarap oleh Roti Alfiah yang



mana dulunya sasaran hanya untuk konsumen penjual ulang dengan adanya toko ini konsumen akhir pun bisa membelinya dengan pembelian sedikit maupun dalam jumlah banyak. Untuk menarik konsumen maka Roti Alfiyah akan menambahkan beberapa varian diantaranya: Roti Abon, Roti Nutella, Roti Kopi, Croissant, Butter Sugar, Smoked beef, Vanilla Almod, Donat strawberry, Donat Oreo, Donat Almond, Donat Coklat lumer dan Donat Coklat Cheese. Produk Roti Alfiyah tidak menggunakan bahan pengawet sehingga aman untuk dikonsumsi serta menggunakan bahan baku yang berkualitas.

Dengan adanya toko roti tersebut dapat menjual produk secara langsung, memudahkan konsumen untuk memilih produknya, dan memberikan layanan secara langsung kepada konsumen. Roti Alfiyah merencanakan untuk menerima beberapa produk makanan basah dari supplier langsung agar toko mempunyai pilihan jenis produk makanan basah, roti, dan jajanan pasar lainnya.

Melihat peluang yang ada, pengembangan usaha Roti Alfiyah perlu melakukan perkembangan dengan melihatnya pesaing yang semakin meningkat dan memanfaatkan teknologi saat ini agar Roti Alfiyah tidak kehilangan konsumennya. Sebelum Roti Alfiyah mengembangkan usahanya harus melakukan langkah-langkah strategis. Langkah strategis yang harus dimulai yaitu dengan memanfaatkan kekuatan dan meminimalisir kelemahan serta menghadapi peluang dan menghindari ancaman yang ada.

Selain itu, perlunya mengkaji lebih dalam tentang Study Kelayakan Bisnis untuk mengetahui apakah pengembangan usaha Roti Alfiyah layak atau tidak untuk dijalankan. Tujuan melakukan Study Kelayakan Bisnis untuk memperkirakan Investasi yang harus dipersiapkan serta mempermudah perencanaan dalam melakukan pengembangan usaha untuk meningkatkan volume penjualan. Dalam Studi Kelayakan Bisnis terdapat aspek-aspek yang akan dinilai dalam pengembangan usaha diantaranya aspek pasar dan aspek pemasaran, aspek teknis/operasi, aspek manajemen dan organisasi, aspek keuangan, dan aspek ekonomi dan sosial. Dari latar belakang yang telah dipaparkan maka peneliti tertarik melakukan penelitian **“Analisis Kelayakan Pengembangan Usaha Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Roti Alfiyah”**.

## **1.2. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan penjelasan dari latar belakang yang telah disampaikan maka permasalahan dapat diidentifikasi sebagai berikut:

1. Bagaimana kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman usaha Roti Alfiyah.
2. Bagaimana kelayakan rencana pengembangan usaha Roti Alfiyah dilihat dari aspek pasar dan pemasaran, aspek teknis/operasi, aspek manajemen dan organisasi, aspek keuangan, aspek ekonomi dan sosial, dan aspek legal.

### **1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian**

#### **1.3.1. Maksud Penelitian**

Maksud dari penelitian ini untuk menganalisis dan menggambarkan secara menyeluruh pengembangan Roti Alfiyah.

#### **1.3.2. Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui:

1. Kondisi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman usaha Roti Alfiyah.
2. Kelayakan pengembangan usaha Roti Alfiyah ditinjau dari aspek pemasaran, aspek teknis/operasi, aspek manajemen dan organisasi, aspek keuangan, aspek ekonomi dan sosial dan aspek legal.

### **1.4. Kegunaan Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik secara teoritis maupun praktis, diantaranya sebagai berikut:

#### **1.4.1. Kegunaan Teoritis**

1. Peneliti mendapatkan wawasan dan pengalaman dalam mengukur layak atau tidak usaha untuk dijalankan serta menganalisis pendekatan-pendekatan lain agar usaha berkembang secara baik dan professional. Selain itu penelitian merupakan implementasi dari ilmu-ilmu yang telah di peroleh selama masa perkuliahan.

2. Bagi pihak dan peneliti lain sebagai bahan referensi dan jurnal untuk melakukan penelitian lebih lanjut.

#### **1.4.2. Kegunaan Praktis**

Penelitian ini diharapkan bisa memberi manfaat serta masukan untuk usaha Roti Alfiah dalam mengembangkan usahanya dan bahan pengambilan keputusan agar usahanya berkembang dengan baik.