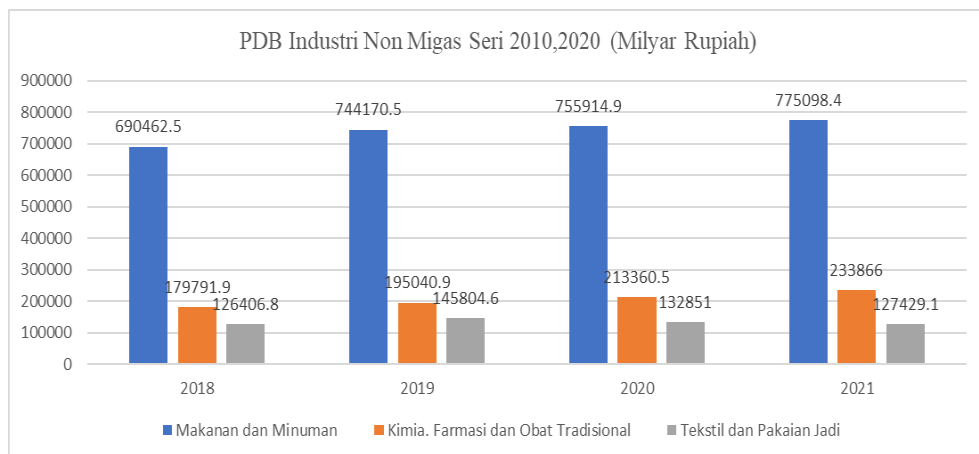


BAB I PENDAHULUAN

I.1. Latar Belakang

Berbisnis merupakan salah satu bentuk dari investasi. Dengan berbisnis diharapkan akan dihasilkan keuntungan bagi pemiliknya. Bisnis dapat dilakukan dari berbagai kegiatan. Berdasarkan jenis kegiatannya secara umum bisnis dapat dibedakan menjadi empat macam yaitu bisnis ekstraktif, bisnis agraris, bisnis industri atau bisnis pengolahan, dan bisnis jasa (Suliyanto, 2010). Bisnis pengolahan adalah bisnis atau kegiatan ekonomi yang melakukan kegiatan mengubah suatu barang dasar menjadi barang jadi (BPS, 2022). Bisnis makanan dan minuman memiliki kontribusi yang besar terhadap peningkatan PDB pada sektor lapangan usaha industri non migas dengan nilai sebesar Rp 690,462 milyar pada tahun 2018 dan terus meningkat hingga tahun 2021 dengan nilai Rp 775,098 milyar seperti yang ditunjukkan pada Gambar I.1. Gambar I.1 menandakan bahwa bisnis di bidang makanan dan minuman memiliki potensi yang tinggi untuk dilakukan.

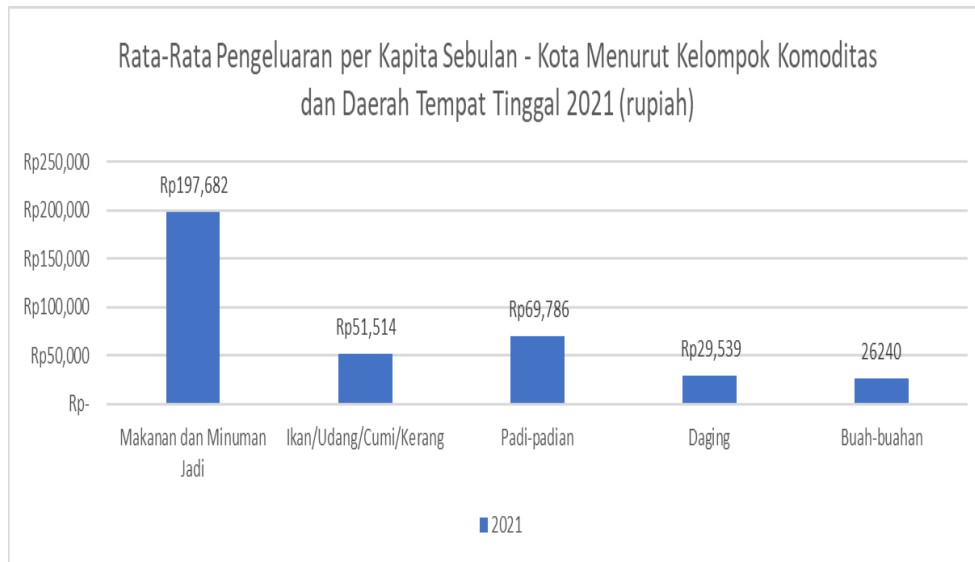


Gambar I. 1 PDP Industri Non Migas Seri 2010,2020 (Milyar Rupiah)

(Sumber: Badan Pusat Statistik)

Bisnis makanan atau kuliner merupakan bisnis jasa yang dapat berkembang dengan pesat dan akan selalu dicari oleh masyarakat, karena kebutuhan makanan adalah kebutuhan primer yang wajib dipenuhi. Bisnis makanan terbagi menjadi dua yaitu makanan non cepat saji dan cepat saji. Meningkatnya aktivitas kerja serta mobilitas masyarakat merupakan salah

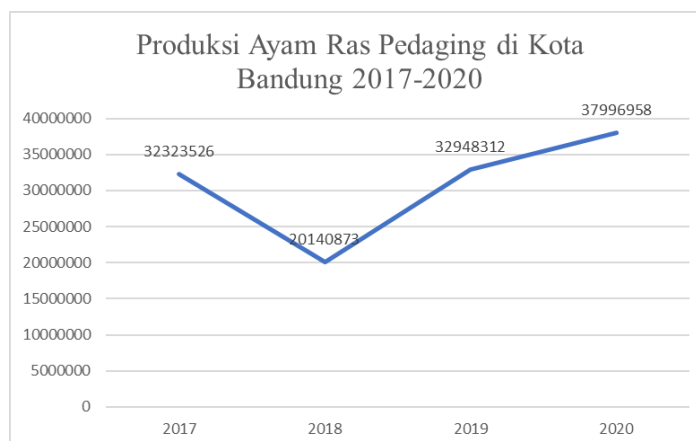
satu penyebab perubahan perilaku masyarakat dari yang sempat untuk memasak atau makan di tempat menjadi membeli makanan dan minuman cepat saji. Hal tersebut didukung dengan rata-rata pengeluaran masyarakat terhadap makanan dan minuman cepat saji pada tahun 2021 yang dapat dilihat pada Gambar I.2.



Gambar I. 2 Rata-Rata Pengeluaran per Kapita Sebulan – Kota Menurut Kelompok Komoditas dan Daerah Tempat Tinggal 2021 (rupiah)

(Sumber: Badan Pusat Statistik)

Walaupun perubahan perilaku masyarakat terjadi, akan tetapi masyarakat pun tetap mementingkan nutrisi pada makanan salah satunya adalah protein. Daging ayam merupakan salah satu sumber untuk mendapat protein. Tipe ayam terbagi menjadi beberapa tipe yaitu ayam pejantan, ayam buras atau kampung, ayam organik, dan ayam ras pedaging atau broiler. Berdasarkan Gambar I.3 , tingkat konsumsi ayam oleh masyarakat Indonesia di Kota Bandung meningkat yang ditunjukkan dengan meningkatnya produksi ayam sejak tahun 2017, di mana produksi sebesar 32.323.526 Kg hingga tahun 2020 dengan produksi sebesar 37.996.958 Kg.



Gambar I. 3 Produksi Daging Ayam Ras Pedaging di Kota Bandung (Kg)

(Sumber: Badan Pusat Statistik)

Peningkatan kebutuhan daging ayam terjadi karena adanya pergeseran pola konsumsi masyarakat dari protein nabati menuju protein hewani (Mamuaja & B., 2020). Selain adanya pergeseran pola konsumsi, daging ayam memiliki kemudahan dalam pengolahannya. Daging ayam dapat dimasak menjadi soto, nugget, ayam kecap, dan ayam goreng tepung atau yang biasa dikenal dengan *Crispy Fried Chicken*. Tingginya tingkat konsumsi masyarakat terhadap makanan cepat saji serta tingginya kebutuhan masyarakat terhadap daging ayam membuka potensi bisnis makanan cepat saji untuk calon mitra atau calon investor dengan sistem waralaba (*franchise*) yang dapat memenuhi kebutuhan masyarakat. Salah satunya adalah *franchise* Dkriuk Fried Chicken. Investasi *franchise* Dkriuk adalah salah satu pilihan untuk investasi makanan cepat saji ayam di Indonesia.

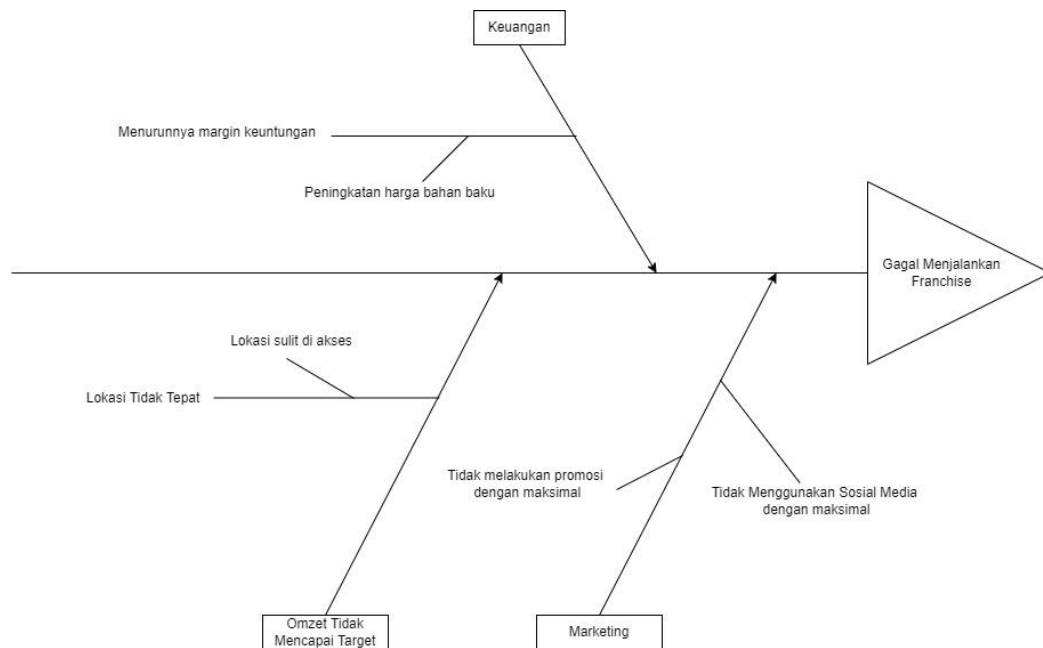
DKRIUK Fried Chicken merupakan sebuah usaha mikro kecil menengah (UMKM) yang didirikan oleh perusahaan PT. Raja Rasa Kuliner dengan sistem bisnis waralaba. DKRIUK Fried Chicken menjual berbagai macam olahan dari ayam seperti usus, kulit, ati ampela, dan daging ayam. Selain menjual olahan dari ayam, DKRIUK Fried Chicken pun menjual kentang goreng krispi dan minuman. Kantor PT. Raja Rasa Kuliner terletak di Jalan KH. R. Abdullah Bin Nuh RT.01/RW.11, Bubulak, Kecamatan Bogor, Kota Bogor, Jawa Barat. Sistem kemitraan DKRIUK Fried Chicken dibangun

sejak tahun 2020 dan sudah memiliki 1329 *outlet* di seluruh Indonesia per Maret 2022. Kemitraan DKRIUK memiliki beberapa paket kemitraan, dimulai dengan paket *All New Booth*, Paket *Silver*, dan Paket *Gold*. Setiap paket akan mendapatkan perlengkapan yang sesuai dengan paket yang dipilih.

Sistem *franchise* yang diterapkan oleh perusahaan adalah berbasis *free royalty* yang berarti mitra atau calon investor tidak perlu melakukan pembayaran hak paten kepada perusahaan. Namun, mitra atau calon investor wajib untuk melakukan pembelian bahan baku seperti ayam, kentang, usus, kulit, tepung, saus tomat, saus sambal, dan bahan baku lainnya. Akan tetapi ada beberapa bahan baku yang tidak perlu dibeli dari perusahaan yaitu minyak goreng premium, beras dan gas. Alur *franchise* dimulai dengan menentukan lokasi yang ditentukan oleh calon mitra atau investor, lalu dikirim ke perusahaan. Beberapa hari kemudian tim lapangan akan menentukan waktu validasi lokasi bersama calon mitra. Saat kedatangan, tim lapangan akan langsung menjelaskan *requirement* yang diperlukan untuk membuka gerai. Selain menjelaskan *requirement* tim lapangan akan menanyakan paket *franchise* yang akan diambil. Ketika investor atau calon mitra sudah memutuskan paket *franchise* maka perusahaan akan memberikan *training* memasak kepada investor atau juru masak di gerai investor yang dilakukan selama satu minggu dan akan membantu untuk *grand opening* gerai mitra atau investor.

Usaha bisnis *franchise* Dkriuk di Kota Bandung merupakan bisnis yang berkembang karena di Kota Bandung baru memiliki sekitar 15 gerai yang aktif dan tidak aktif, seperti DKRIUK Fried Chicken cabang Leuwi Panjang, DKRIUK Fried Chicken cabang Cicadas, DKRIUK Fried Chicken cabang Ciganitri. Akan tetapi investasi bisnis dengan sistem kemitraan di Kota Bandung tidak menghindarkan mitra atau investor terhindar dari risiko berupa kegagalan menjalankan bisnis atau bangkrut akibat dari tidak tercapainya target omzet per bulannya. Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik gerai cabang Leuwipanjang Kota Bandung, penjualan mereka tidak tercapai target yang ditetapkan oleh pemilik, yaitu sebesar

Rp30.000.000 per bulan. Sedangkan untuk cabang mitra yang berlokasi di Pajajaran yang sudah menggunakan media penjualan *online* seperti GoFood, Grab Food, dan Shoppe Food hanya dapat mencapai Rp15.000.000 per bulan. Mitra Pajajaran mengandalkan promo yang sudah dibuat oleh principal franchise lalu dipasang di gerainya dan mengandalkan penyebaran informasi promo melalui mulut ke mulut.



Gambar I. 4 Identifikasi Masalah Menggunakan *Fishbone Diagram*

Permasalahan berupa kegagalan *franchise* ini dapat dianalisis menggunakan *fishbone diagram* dan akar masalahnya terbagi menjadi tiga kategori yaitu keuangan, *marketing*, dan tidak tercapainya omzet. Pada kategori keuangan memiliki akar masalah berupa turunnya tingkat profitabilitas. Hal tersebut terjadi ketika adanya perubahan harga bahan baku sehingga margin keuntungan menurun, yang membuat pemilik harus menyuntikkan dana. Pada kategori tidak tercapainya target omzet diakibatkan lokasi yang tidak tepat seperti lokasi yang sulit diakses. Pada kategori *Marketing* terhadap permasalahan berupa pemasaran yang kurang intensif, seperti tidak menggunakan sosial media dan tidak melakukan promosi secara maksimal.

I.2. Alternatif Solusi

Berikut merupakan tabel yang berisikan potensi solusi dari akar permasalahan dari berbagai kategori.

Tabel 1.1 Alternatif Solusi

No	Akar Masalah	Alternatif Solusi
1	Tidak melakukan promosi secara maksimal	Perancangan strategi promosi
2	Lokasi tidak tepat	Evaluasi dan penentuan lokasi gerai
3	Perlunya suntikan dana tambahan akibat turunnya profitabilitas karena kenaikan harga bahan baku bersamaan dengan tidak tercapainya omzet penjualan	Perancangan usaha gerai <i>franchise</i> Dkriuk sebelum usaha dijalankan

Berdasarkan alternatif solusi yang ada pada tabel di atas, maka masalah yang akan diselesaikan dalam tugas akhir ini adalah perancangan usaha gerai *franchise* Dkriuk. Alasan terpilihnya alternatif tersebut adalah untuk dapat membantu calon investor dalam menjalankan bisnis *franchise* dan dapat digunakan untuk evaluasi bagi mitra yang telah membuka gerai

I.3. Rumusan Masalah

Rumusan masalah dari merancang pembukaan cabang Dkriuk Fried Chicken adalah:

1. Berapa estimasi permintaan atas produk yang ditawarkan di gerai *franchise* Dkriuk Fried Chicken di Kota Bandung?
2. Bagaimana rancangan teknis pembukaan gerai *franchise* Dkriuk Fried Chicken di Kota Bandung?
3. Bagaimana kelayakan pembukaan gerai *franchise* Dkriuk Fried Chicken di Kota Bandung ditinjau dari aspek finansial?
4. Bagaimana analisis sensitivitas dari pembukaan cabang *franchise* Dkriuk Fried Chicken di Kota Bandung?

I.4. Tujuan Tugas Akhir

Tujuan yang ingin dicapai dalam penulisan tugas akhir ini adalah sebagai berikut:

1. Mengestimasi permintaan atas produk yang ditawarkan di gerai *franchise* Dkriuk Fried Chicken di Kota Bandung
2. Membuat rancangan teknis pembukaan gerai *franchise* Dkriuk Fried Chicken di Kota Bandung
3. Menilai kelayakan pembukaan gerai *franchise* Dkriuk Fried Chicken di Kota Bandung berdasarkan aspek finansial.
4. Mengetahui tingkat sensitivitas dari pembukaan gerai *franchise* Dkriuk Fried Chicken di Kota Bandung.

I.5. Manfaat Tugas Akhir

Hasil dari penelitian dapat bermanfaat bagi calon mitra atau perusahaan Dkriuk Fried Chicken untuk menjadi pertimbangan dalam mendirikan gerai baru pada lokasi yang baru.

I.6. Sistematika Penulisan

Sistematika penelitian yang digunakan pada penelitian ini antara lain adalah:

BAB I Pendahuluan

Bab ini berisi uraian mengenai latar belakang persoalan yang menjadi dasar dipilihnya topik tugas akhir, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II Landasan Teori

Bab ini berisi penjelasan teori-teori yang relevan yang digunakan dalam tugas akhir ini.

BAB III Metodologi Penelitian

Bab ini menjelaskan metode perancangan dan langkah yang digunakan dalam proses pemecahan permasalahan yang telah ditetapkan sebelumnya

BAB IV Pengumpulan dan Pengolahan Data

Pada bab ini menjelaskan proses terkait pengumpulan dan pengolahan data . Pengolahan data dilakukan dengan menggunakan data-data yang tersedia dari perusahaan atau didapatkan dengan hasil menyebarkan kuesioner.

BAB V Analisis

Pada bab ini menjelaskan mengenai analisis dan pembahasan dari hasil pengolahan data-data yang telah didapatkan pada bab sebelumnya.

BAB VI Kesimpulan dan Saran

Bab kesimpulan dan saran merupakan akhir dari penelitian yang berisi uraian dan penjelasan dari seluruh tahapan dan proses yang telah dilakukan dan saran untuk perbaikan bagi penelitian selanjutnya.