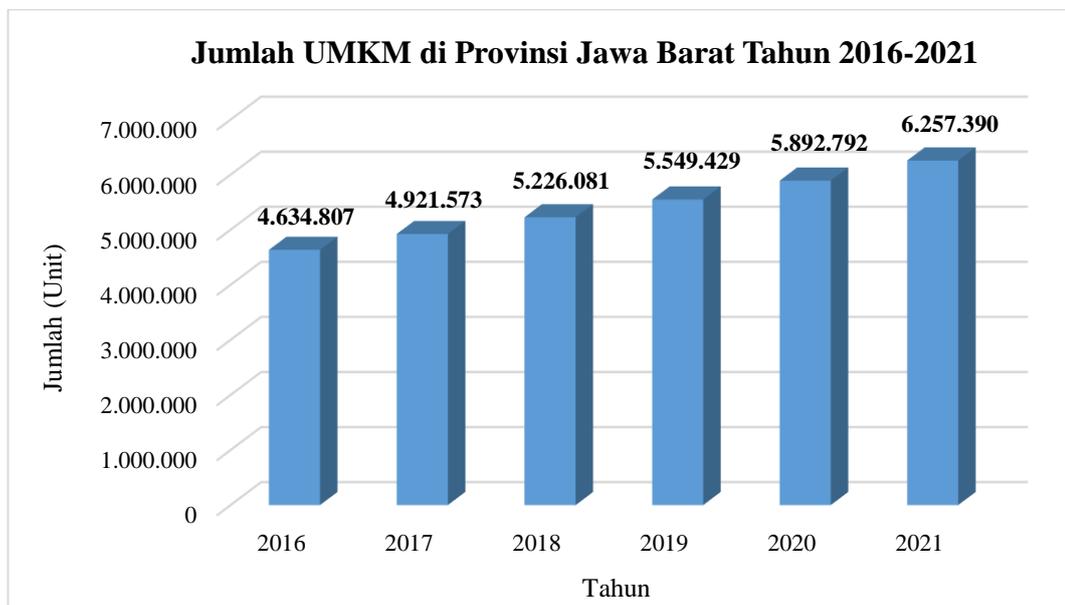


BAB I PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

Kontribusi UMKM terhadap perekonomian di Indonesia meliputi kemampuan menyerap 97% dari total tenaga kerja yang ada serta dapat menghimpun sampai 60,4% dari total investasi (Kemenko Perekonomian, 2021). Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) bahwa sebuah perusahaan yang digolongkan sebagai UMKM adalah perusahaan kecil yang dimiliki dan dikelola oleh seseorang atau dimiliki oleh sekelompok kecil orang dengan jumlah kekayaan dan pendapatan tertentu (Pemerintah Indonesia, 2008). UMKM berperan penting dalam pembangunan dan pertumbuhan ekonomi, tidak hanya pada negara berkembang tetapi juga pada negara maju (Azzahra & Wibawa, 2021). UMKM merupakan pilar terpenting dalam perekonomian Indonesia. Berdasarkan Gambar I.1, jumlah UMKM di Provinsi Jawa Barat selalu mengalami kenaikan di setiap tahunnya.



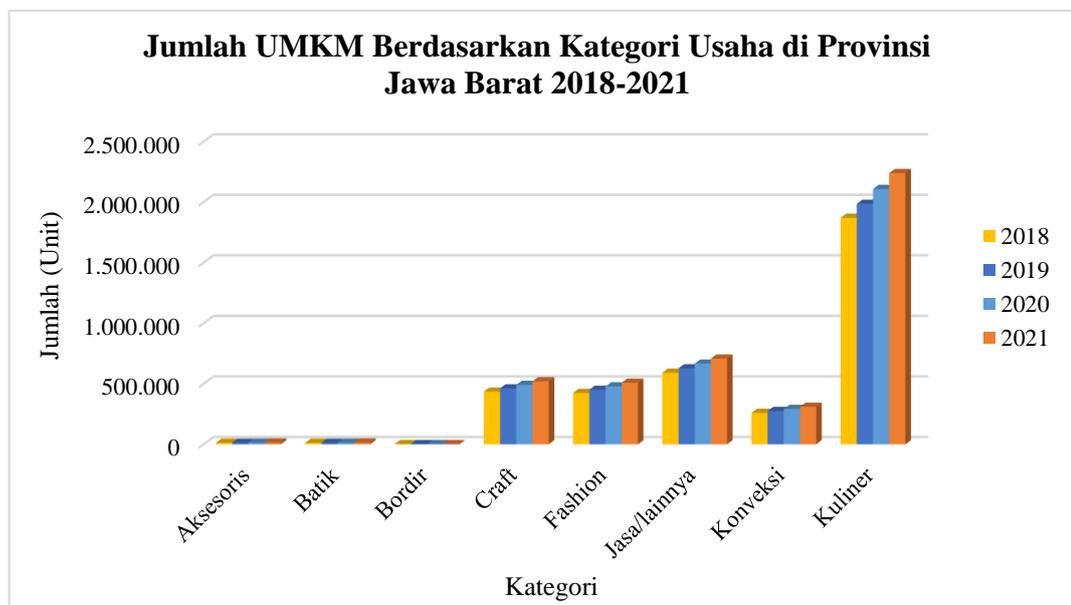
Gambar I. 1 Grafik jumlah UMKM di Jawa Barat Tahun 2016-2021

Sumber: (Open Data Jabar, 2022)

Berdasarkan Gambar I.1 pada Tahun 2021, jumlah UMKM yang ada di Provinsi Jawa Barat mencapai 6.257.390 unit (Open Data Jabar, 2022). Salah satu sektor industri/UMKM yang berkembang dan meningkat saat ini adalah pada sektor

industri kuliner. Industri kuliner merupakan salah satu sektor penting yang menunjang kinerja industri pengolahan nonmigas. Pada kuartal II/2022, industri kuliner menyumbang 38,35% terhadap PDB industri pengolahan nonmigas (Kusnandar, 2023).

Berdasarkan Gambar 1.2, dapat dilihat bahwa UMKM yang memiliki jumlah unit terbanyak di Jawa Barat berdasarkan kategori usaha adalah UMKM kategori kuliner. Pada Tahun 2018 – 2021, UMKM kategori kuliner di Provinsi Jawa Barat mempunyai jumlah unit terbanyak dan selalu meningkat setiap tahunnya dibandingkan dengan kategori yang lain. Pada Tahun 2021, jumlah UMKM pada kategori kuliner di Provinsi Jawa Barat mencapai 2.239.092 unit (Open Data Jabar, 2022).

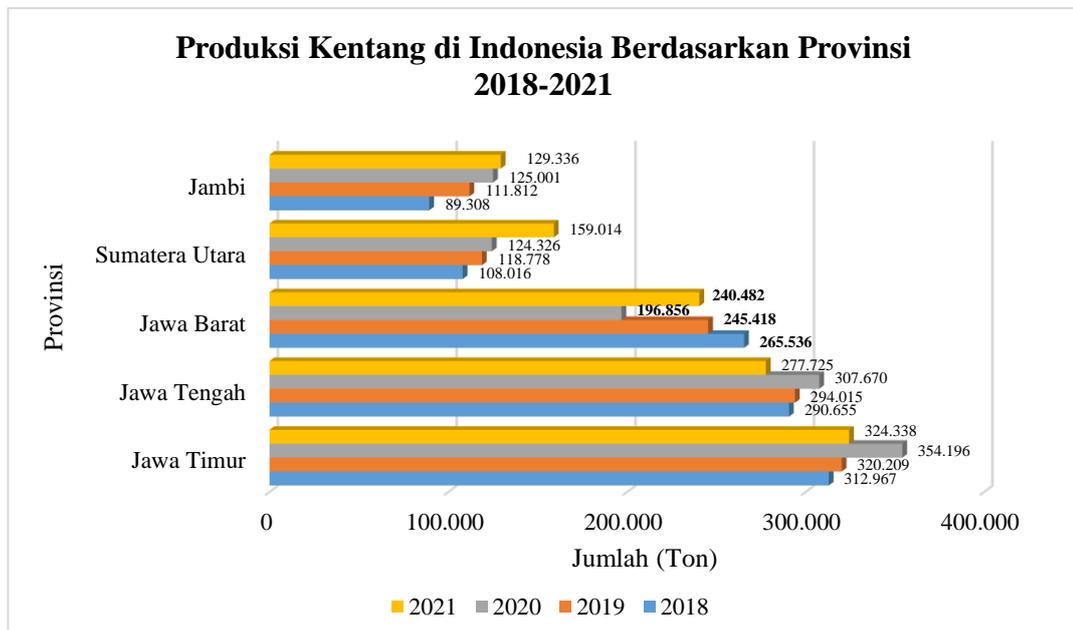


Gambar I. 2 Jumlah UMKM berdasarkan kategori usaha di Jawa Barat Tahun 2018-2021

Sumber: (Open Data Jabar, 2022)

Berdasarkan Gambar I.2 peningkatan jumlah UMKM kategori kuliner di Jawa Barat menunjukkan bahwa potensi pertumbuhan UMKM pada kategori tersebut sangat tinggi. Kentang merupakan tanaman pangan bernilai ekonomi tinggi yang dapat mendatangkan keuntungan bagi pengusaha industri makanan olahan, pedagang dan petani yang membudidayakannya (Fachmawati, 2020). Kentang merupakan salah satu umbi-umbian yang mengandung karbohidrat dan zat lain

yang penting bagi tubuh. Sebagai sumber utama karbohidrat, kentang sangat bermanfaat untuk meningkatkan energi di dalam tubuh, sehingga manusia dapat melakukan aktivitas sehari-hari. Karbohidrat sangat penting untuk meningkatkan proses metabolisme tubuh, seperti proses pencernaan dan pernafasan. Kentang dapat diolah menjadi berbagai sajian makanan, sehingga banyak digemari penduduk diberbagai belahan dunia. Berikut ini merupakan grafik produksi kentang di Indonesia berdasarkan Provinsi dari Tahun 2018-2021 dapat dilihat pada Gambar I.3.

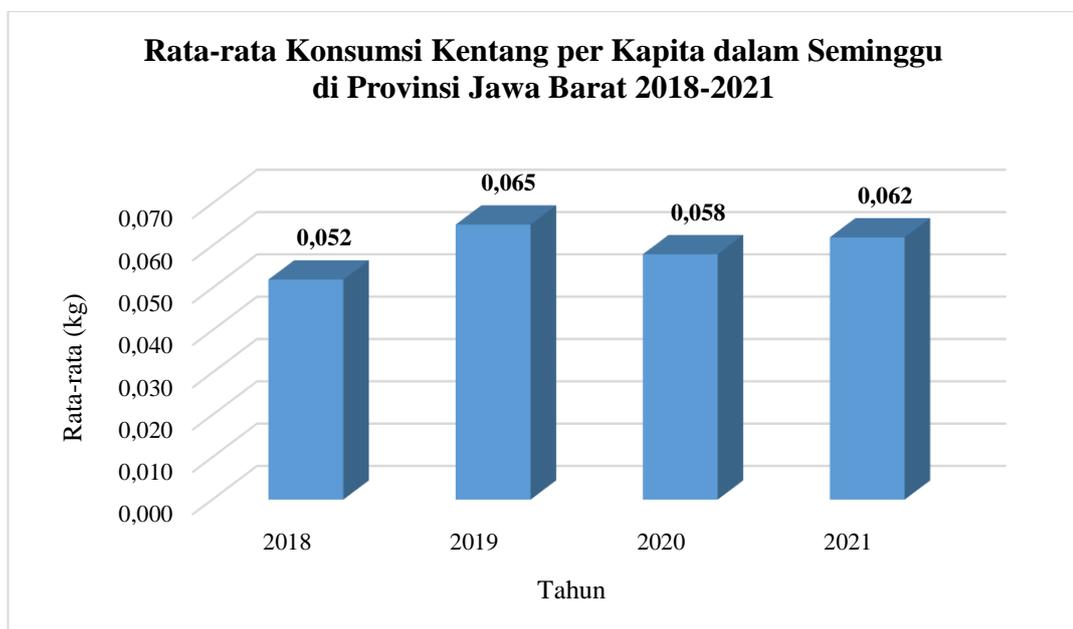


Gambar I. 3 Produksi kentang di Indonesia berdasarkan Provinsi 2018-2021

Sumber: (Badan Pusat Statistik, 2022)

Berdasarkan Gambar I.3, Jawa Barat menjadi salah satu produsen utama kentang nasional, dengan jumlah produksi terbanyak ketiga setelah Jawa Timur dan Jawa Tengah. Pada Tahun 2021, Jawa Barat mengalami peningkatan produksi kentang sebanyak 240.482 ton (Badan Pusat Statistik, 2022). Yang dimana pada Tahun 2020, produksi kentang di Provinsi Jawa Barat mengalami penurunan akibat pandemi Covid-19. Upaya peningkatan produksi kentang di Jawa Barat terus dilakukan untuk meningkatkan kegiatan ekspor dan dapat mencukupi kebutuhan konsumsi masyarakat.

Berdasarkan Gambar I.4, rata-rata terendah konsumsi kentang per kapita seminggu di Provinsi Jawa Barat terjadi pada Tahun 2018 dengan rata-rata sebesar 0,052 kg (Badan Pusat Statistik, 2022). Lalu rata-rata tertinggi konsumsi kentang per kapita seminggu di Provinsi Jawa Barat terjadi pada Tahun 2019 dengan rata-rata sebesar 0,065 kg (Badan Pusat Statistik, 2022). Kemudian pada Tahun 2020 terjadi penurunan dan pada Tahun 2021 rata-rata konsumsi di Provinsi Jawa Barat mengalami kenaikan kembali. Hal ini dapat membuka peluang yang cukup terjamin untuk UMKM yang bergerak dibidang kuliner dengan produksi bahan utama yaitu kentang.

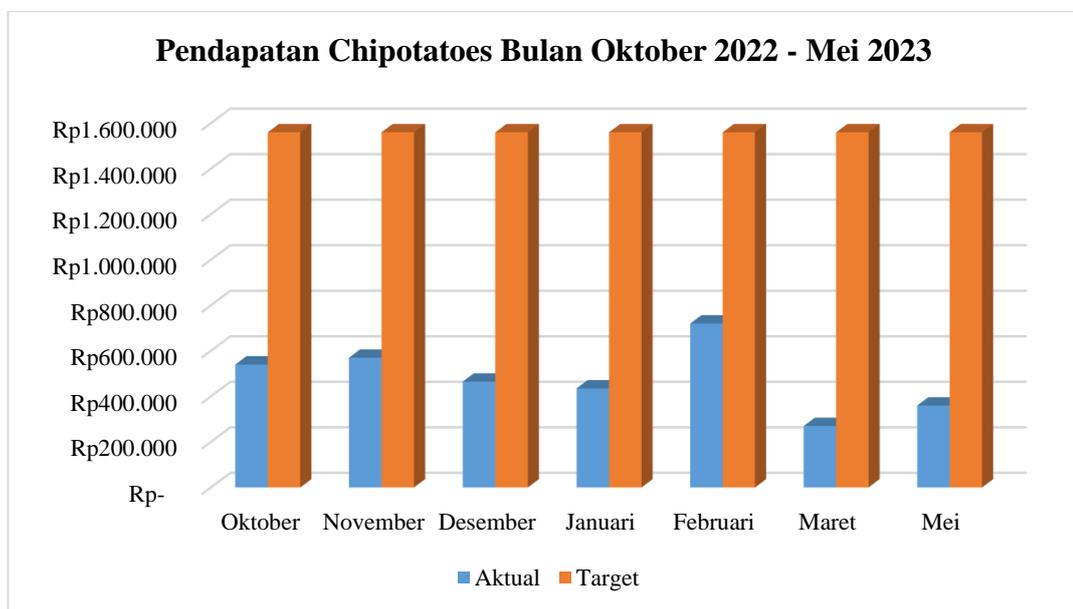


Gambar I. 4 Rata-rata konsumsi kentang per kapita dalam seminggu di Provinsi Jawa Barat 2018-2021

Sumber: (Badan Pusat Statistik, 2022)

Chipotatoes merupakan UMKM yang berfokus pada sektor kuliner, dengan bahan utama yang digunakan adalah kentang. Usaha Chipotatoes ini berdiri pada tanggal 26 September 2022, didirikan oleh tiga mahasiswa keprofesian Kewirausahaan, prodi Teknik Industri. Usaha Chipotatoes ini merupakan usaha baru dan masih dalam tahap pengembangan. Chipotatoes memberikan sensasi rasa yang berbeda untuk dinikmati daripada jajanan kentang yang sudah pernah ada, dikarenakan produk ini tidak menggunakan penyedap rasa sehingga produk tidak bisa bertahan lama.

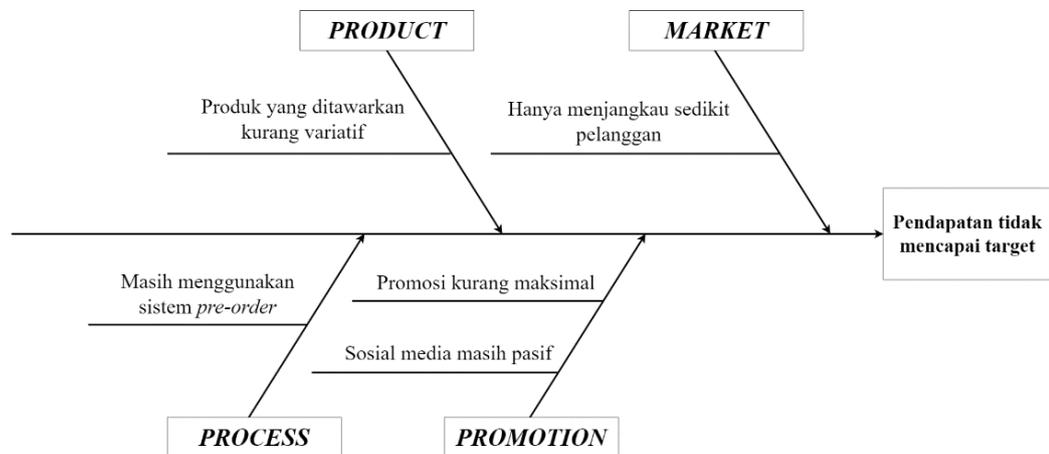
Berdasarkan Gambar 1.5, rincian data penjualan Chipotatoes (pendapatan dan target) selama 7 bulan pada bulan Oktober 2022 – Mei 2023 bahwa pendapatan yang didapatkan oleh usaha Chipotatoes tidak mencapai target yang telah ditentukan, dengan target pendapatan sebesar Rp390.000 untuk setiap minggunya dan target pendapatan untuk 1 bulan adalah sebesar Rp1.560.000. Pendapatan tertinggi untuk penjualan Chipotatoes adalah pada bulan Februari dengan pendapatan sebesar Rp720.000,00. Sedangkan untuk pendapatan terendah untuk penjualan Chipotatoes adalah pada bulan Maret dengan pendapatan sebesar Rp270.000,00.



Gambar I. 5 Grafik data pendapatan Chipotatoes

Berdasarkan grafik pada Gambar 1.5 pada pendapatan Chipotatoes yang masih belum mencapai target, faktor-faktor yang memengaruhi permasalahan tersebut digambarkan dengan menggunakan diagram *fishbone*. Terdapat 4 kategori akar permasalahan yaitu *promotion*, *market*, *product* dan *method*. *Promotion* merupakan aktivitas yang mengkomunikasikan keunggulan produk dan membujuk pelanggan sasaran untuk membelinya. *Market* merupakan tempat sebuah usaha menyebarluaskan informasi mengenai produknya. *Product* merupakan sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk diperhatikan, dimiliki, dipakai atau dikonsumsi sehingga dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan (Kotler & Armstrong, 2018). *Method* adalah segala hal yang berkaitan dengan proses atau

metode. Gambar I.6 merupakan identifikasi permasalahan pada usaha Chipotatoes dengan menggunakan *fishbone diagram*.



Gambar I. 6 Identifikasi masalah menggunakan *fishbone diagram*

Berdasarkan Gambar 1.6, berikut merupakan penjelasan dari akar permasalahan pada usaha Chipotatoes berdasarkan kategori *promotion*, *market*, *product*, dan *process*:

a. *Market*

Permasalahan yang berkaitan dengan *market* dalam penelitian ini yaitu hanya menjangkau sedikit pelanggan. Tabel I.1 merupakan data jumlah penjualan Chipotatoes untuk setiap bulan.

Tabel I. 1 Data jumlah penjualan per Bulan

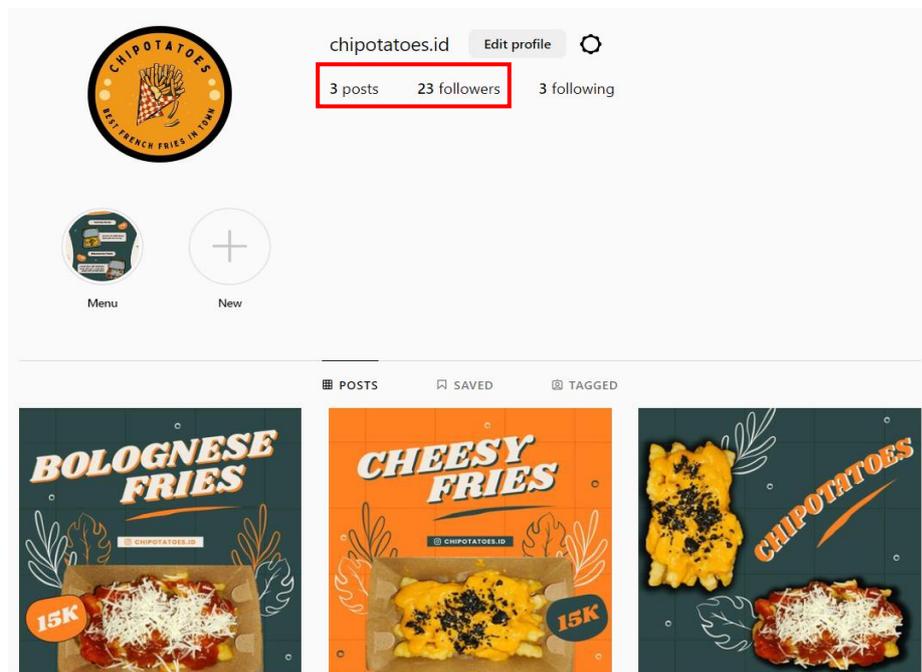
Bulan	Jumlah	Target
Oktober	36	104
November	38	104
Desember	31	104
Januari	29	104
Februari	48	104
Maret	18	104
Mei	24	104

Berdasarkan Tabel I.1 jumlah penjualan Chipotatoes setiap *pre-order* hanya dapat menjual 48 produk saja dan tidak mencapai target yang telah ditentukan. Dibuktikan dengan customer yang membeli hanya di sekitar Universitas Telkom saja. Sehingga dikarenakan sedikitnya jangkauan pelanggan, membuat

masyarakat tidak mengetahui adanya usaha Chipotatoes dan juga membuat pendapatan usaha Chipotatoes ini tidak mencapai target untuk setiap minggunya.

b. *Promotion*

Permasalahan yang berkaitan dengan *promotion* dalam penelitian ini yaitu promosi yang dilakukan kurang maksimal dan sosial media yang masih pasif. Berikut ini merupakan sosial media milik Chipotatoes dapat dilihat pada Gambar I.7.



Gambar I. 7 Sosial media Instagram Chipotatoes

Dibuktikan dengan masih kurang aktifnya sosial media Instagram milik usaha Chipotatoes yang hanya memiliki 3 postingan dan followers sebanyak 23 akun. Faktor ini menjadi hal mengapa konsumen masih banyak yang belum mengetahui tentang usaha Chipotatoes.

c. *Product*

Permasalahan yang berkaitan dengan *product* dalam penelitian ini yaitu produk yang kurang variatif. Dibuktikan dengan Chipotatoes hanya mempunyai dua variasi produk yaitu Chipotatoes Bolognese Fries dan Chipotatoes Cheesy Fries. Hal ini membuat para konsumen merasa bosan dengan variasi produk tersebut dikarenakan tidak adanya variasi produk yang baru.

d. *Method*

Permasalahan yang berkaitan dengan *method* dalam penelitian ini yaitu masih menggunakan sistem *pre-order*. Dibuktikan dengan usaha Chipotatoes hanya melakukan penjualan dengan sistem *pre-order* selama satu minggu sekali. Dengan jumlah produk yang dijual tidak stabil setiap minggunya. Hal tersebut dapat menyebabkan pendapatan tidak mencapai target. Gambar I.8 merupakan aktivitas yang dilakukan pada usaha Chipotatoes selama masa *pre-order*.



Gambar I. 8 Aktivitas yang dilakukan selama *pre-order*

Berdasarkan penjabaran akar permasalahan diatas perlu di lakukan solusi dengan melakukan beberapa terobosan baru. Berikut merupakan pemetaan akar permasalahan dan alternatif solusi yang disajikan pada tabel I.3.

Tabel I. 2 Alternatif solusi

No.	Akar Masalah	Alternatif Solusi
1.	Hanya menjangkau sedikit pelanggan	Perancangan pembukaan gerai pada usaha Chipotatoes
2.	Masih menggunakan sistem <i>pre-order</i>	
3.	Promosi kurang maksimal	Perancangan promosi pada usaha Chipotatoes
	Sosial media yang masih pasif	
4.	Produk yang ditawarkan kurang variatif	Evaluasi dan perancangan model bisnis pada usaha Chipotatoes

Berdasarkan akar masalah dan alternatif solusi yang telah dijabarkan pada Tabel I.3, dapat diketahui bahwa terdapat 4 akar permasalahan yang menyebabkan pendapatan usaha Chipotatoes tidak mencapai target. Dari akar permasalahan tersebut, akan difokuskan kepada beberapa akar permasalahan yang akan diselesaikan dengan menggunakan alternatif solusi yaitu perancangan pembukaan gerai pada usaha Chipotatoes. Terpilihnya alternatif solusi tersebut dikarenakan

dapat mengatasi 2 permasalahan yaitu hanya menjangkau sedikit pelanggan, masih menggunakan sistem *pre-order* sehingga pendapatan tidak mencapai target. Dengan adanya pembukaan gerai tersebut dapat mendukung pencapaian target produksi perusahaan.

I.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan permasalahan yang terdapat pada latar belakang, maka didapatkan rumusan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana kelayakan usaha Chipotatoes di Kabupaten Bandung jika ditinjau dari aspek pasar, aspek teknis, dan aspek finansial?
2. Bagaimana tingkat sensitivitas dari usaha Chipotatoes di Kabupaten Bandung?

I.3 Tujuan Tugas Akhir

Berdasarkan rumusan masalah yang terdapat pada usaha Chipotatoes, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Menilai kelayakan usaha Chipotatoes di Kabupaten Bandung berdasarkan aspek pasar, aspek teknis, dan aspek finansial.
2. Mengetahui tingkat sensitivitas dari usaha Chipotatoes di Kabupaten Bandung.

I.4 Manfaat Tugas Akhir

Berdasarkan rumusan masalah yang terdapat pada usaha Chipotatoes, maka manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat secara praktis
 - a. Penelitian ini dapat bermanfaat bagi usaha Chipotatoes untuk menjadi pertimbangan dalam mendirikan gerai penjualan di Kabupaten Bandung.
 - b. Memberikan informasi apakah usaha Chipotatoes layak dijalankan atau dihentikan berdasarkan analisis studi kelayakan.
2. Manfaat secara teoritis
 - a. Penelitian ini dapat menjadi referensi dan bahan pembelajaran berkaitan dengan analisis kelayakan.

I.5 Sistematika Penulisan

Penelitian ini diuraikan dengan sistematika penulisan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini berisi uraian mengenai latar belakang penelitian, perumusan masalah,

tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini berisi literatur dan teori yang tepat dan terkait dengan permasalahan yang ada dan digunakan untuk menyelesaikan permasalahan tersebut.

BAB III METODOLOGI PENYELESAIAN MASALAH

Pada bab ini berisi uraian mengenai sistematika penyelesaian masalah, identifikasi sistem terintegrasi, batasan dan asumsi penelitian, identifikasi komponen sistem integral, rencana waktu penyelesaian tugas akhir.

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 proses verifikasi dan validasi. Serta pada bab ini berisikan analisis terhadap pengolahan data yang telah dilakukan 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.