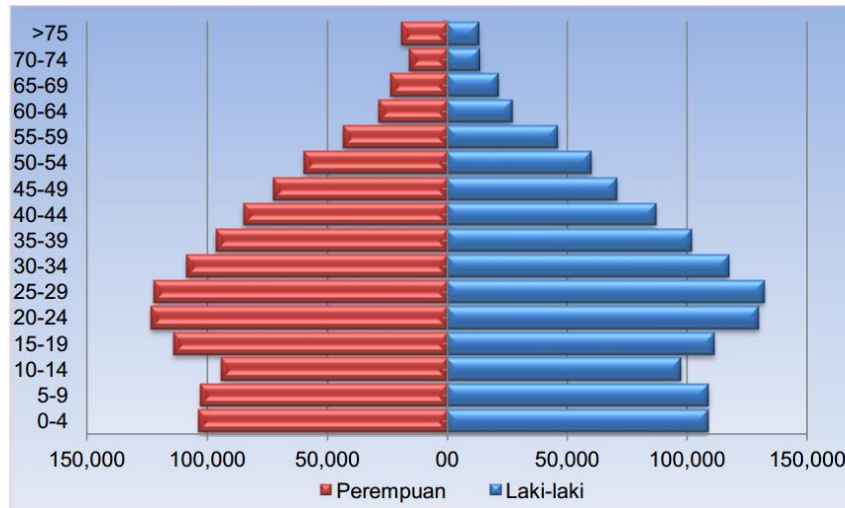


# Bab I Pendahuluan

## I.1 Latar Belakang

Peningkatan jumlah penduduk di kota Bandung menimbulkan efek kepada masyarakat yang berada di kota Bandung. Pemerintah kota Bandung diharuskan mempersiapkan fasilitas dan kebijakan yang ditujukan untuk mengantisipasi hal – hal yang akan terjadi akibat terjadinya peningkatan jumlah penduduk. Sebagian orang menganggap bertambahnya jumlah penduduk sebagai hal yang negatif, akan tetapi untuk sebagian orang dengan bertambahnya jumlah penduduk diartikan sebagai peluang untuk membuka usaha. Dari Gambar I.1 Kota Bandung memiliki jumlah penduduk sebanyak 2.483.977 jiwa, 250.210 diantaranya adalah remaja usia 20-24 tahun.



Gambar I.1 piramida penduduk kota Bandung tahun 2014  
(sumber: BPS Kota Bandung)

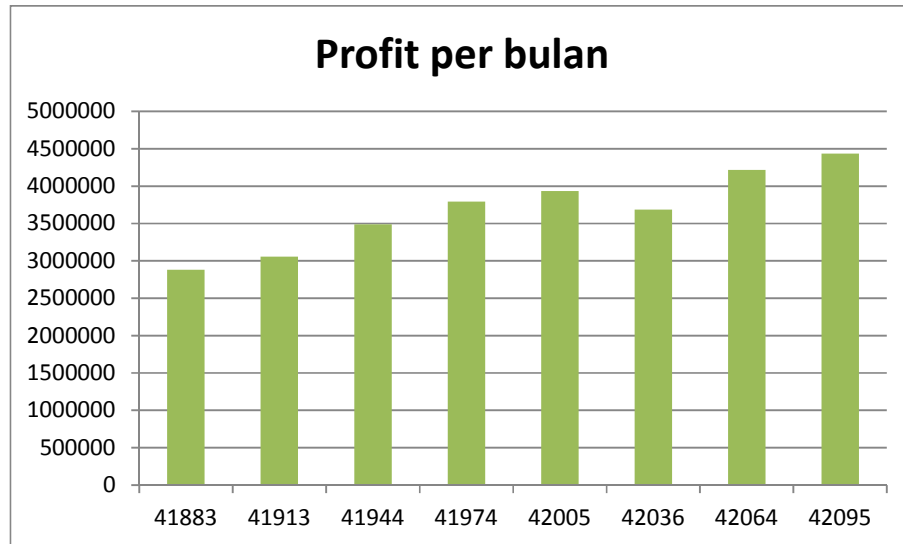
Peluang usaha yang timbul akibat peningkatan jumlah penduduk salah satunya adalah usaha pemenuhan kebutuhan pangan. Pangan adalah kebutuhan pokok bagi setiap manusia yang harus dipenuhi untuk melangsungkan kehidupan. Bertambahnya jumlah penduduk berbanding lurus dengan bertambahnya jumlah kebutuhan pangan. Bertambahnya jumlah kebutuhan pangan menuntut penyedia kebutuhan untuk meningkatkan kapasitasnya, apabila penyedia kebutuhan tidak

sanggup untuk memberikan kebutuhan yang diinginkan maka timbul celah bagi orang lain untuk masuk kedalam usaha penyediaan kebutuhan pangan.

Made In Bandung adalah salah satu usaha yang berjalan di bidang kuliner yang menyediakan makanan khas dari Pulau Bali. Bisnis ini dimulai sejak 1 september 2014 dan terletak di kawasan Apartemen Buah Batu *Tower B Ground Floor*. Pasar utama yang dituju adalah mahasiswa yang berasal dari Pulau Bali yang bertempat tinggal di kawasan pendidikan Universitas Telkom. Cita rasa makanan yang khas akan memunculkan kembali ingatan akan rasa makanan yang berasal dari daerah tempat asal, sehingga menggugah pembelinya untuk mencoba merasakan makanan dari Made In Bandung.

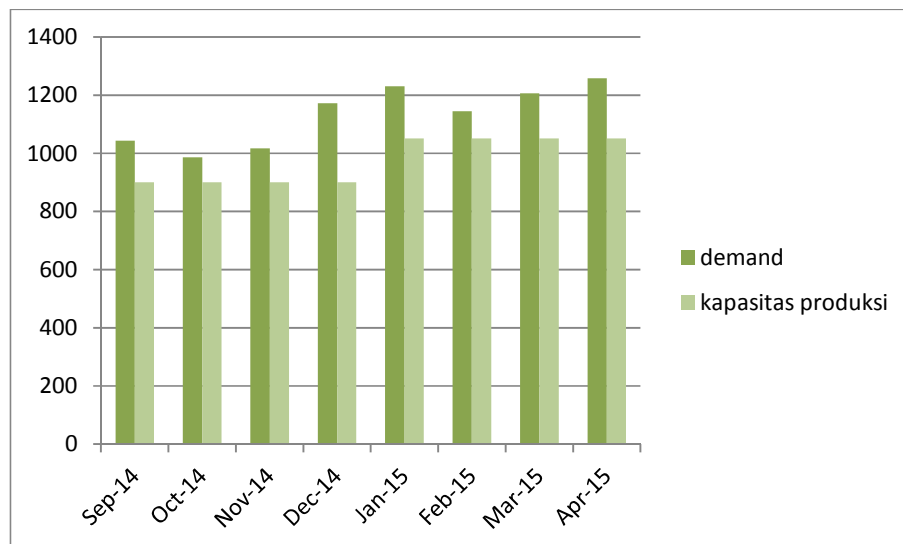
Mahasiswa Universitas Telkom yang berasal dari Bali bukan hanya pasar yang dituju oleh Made In Bandung, melainkan seluruh mahasiswa Universitas Telkom. Rasa dari makanan yang disediakan oleh Rumah Makan Made In Bandung memberikan variasi jenis makanan yang ada di kawasan pendidikan Universitas Telkom.

Kemajuan teknologi juga berperan penting dalam pemenuhan kebutuhan. Saat ini banyak terdapat sarana komunikasi yang dapat digunakan baik *SMS*, telepon, maupun aplikasi lain yang bisa digunakan untuk menghubungi satu sama lain. Dengan adanya kemajuan teknologi tersebut, usaha Rumah Makan Made In Bandung memberikan kemudahan bagi para calon konsumen untuk mendapatkan produk dengan *delivery order* melalui *SMS*, telepon, aplikasi *Line*, dan aplikasi *Blackberry Messenger*. *Delivery order* bukanlah satu – satunya cara untuk mendapatkan produk Rumah Makan Made In Bandung, melainkan adanya *offline store* yang terletak di Apartemen Buah Batu *Tower B, Ground Floor*. Berbagai macam cara yang bisa dilakukan untuk mendapatkan produk membuat konsumen mudah untuk membeli makanan yang disediakan Rumah Makan Made In Bandung.



Gambar I.2 *Profit Made In Bandung* periode september 2014 – april 2015

Dari Gambar I.2 dapat dilihat jumlah *profit* yang didapat cenderung meningkat dari September 2014 – April 2015, pemilik mendapatkan pemasukan sekitar Rp 2.787.000 – Rp 4.434.000 pada periode penjualan bulan September 2014 – April 2015. Reaksi konsumen yang berada di kawasan Pendidikan Universitas Telkom yang terbilang cukup baik menunjukkan bahwa produk dapat diterima oleh konsumen.



Gambar I.3 selisih antara permintaan dan kapasitas produksi

Gambar I.3 menunjukkan bahwa adanya selisih antara permintaan konsumen dan kemampuan produksi Rumah Makan Made In Bandung. Permintaan yang ada

dapat dihitung dari jumlah pesanan yang diterima, sedangkan kapasitas produksi dihitung dari jumlah bahan mentah yang disiapkan dan kemampuan pegawai memberikan pelayanan. Dilihat dari gambar I.3 permintaan akan produk Rumah Makan Made In Bandung terbilang cukup melebihi dari kapasitas yang disediakan oleh pemilik tiap bulannya. Pada bulan Januari 2015 terjadi penambahan kapasitas karena pemilik merasa permintaan yang cukup memadai untuk menambah kapasitas produksi. Penambahan kapasitas produksi dilakukan dengan menambahkan bahan baku produksi. Jumlah permintaan yang melebihi kapasitas produksi menunjukkan produk rumah makan Made In Bandung cukup diminati oleh konsumen di daerah kawasan pendidikan universitas Telkom.

Bandung adalah salah satu kota besar di Indonesia, aktivitas masyarakat Bandung lebih banyak berada di pusat kota dibandingkan dengan di pinggiran kota Bandung. Remaja yang merupakan target utama Rumah Makan Made In Bandung banyak berada di pusat kota Bandung, karena di pusat kota Bandung terdapat banyak kampus, *mall*, *factory outlet* dan taman hiburan yang merupakan tempat berkumpulnya remaja kota Bandung. Keunikan masakan yang disajikan oleh Rumah Makan Made in Bandung mengakibatkan bertambahnya pilihan makanan untuk calon pelanggan. Cita rasa yang sesuai dengan lidah orang Bandung dan harga yang sesuai dengan kantong remaja dapat mengundang pelanggan untuk mencoba kembali masakan dari Rumah Makan Made In Bandung.

Dengan melihat reaksi yang terjadi di kawasan Universitas Telkom dan peluang bisnis yang cukup menjanjikan di lokasi sasaran pendirian cabang, maka pendiri memiliki inisiatif untuk membuka cabang di lokasi yang berbeda. Dilihat dari aspek finansial pengukuran kelayakan menggunakan indikator *Net present value* (NPV), *Internal Rate of Return* (IRR) dan *Payback Period* (PBP).

## **I.2 Perumusan Masalah**

Perumusan inti dari penelitian ini adalah menganalisis kelayakan investasi untuk membuka cabang dari Rumah Makan Made In Bandung yang dilihat dari beberapa aspek berikut ini :

1. Bagaimana kondisi pasar berdasarkan ukuran pasar potensial, pasar tersedia dan pasar sasaran untuk investasi pembukaan cabang rumah Makan Made in Bandung.
2. Bagaimana kelayakan teknis produk Rumah makan Made In Bandung.
3. Bagaimana kelayakan finansial dari produk rumah makan Made in Bandung.
4. Bagaimana tingkat sensitivitas *variable demand*, biaya investasi tetap dan pendapatan terhadap tingkat kelayakan financial dari produk rumah makan Made in Bandung.

## **I.3 Tujuan Penelitian**

Sehubungan dengan permasalahan yang menjadi dasar dari pembuatan tugas akhir ini, maka tujuan dilakukan penelitian ini adalah :

1. Mengetahui kondisi pasar dari produk rumah makan Made In Bandung.
2. Mengetahui kelayakan teknis dari produk rumah makan Made In Bandung.
3. Mengetahui besarnya investasi yang dibutuhkan dan kelayakan finansial dari rencana investasi pembukaan cabang rumah makan Made In Bandung.
4. Mengetahui tingkat kelayakan investasi jika terdapat perubahan-perubahan pada variabel yang mempengaruhi.

## **I.4 Batasan Penelitian**

batasan masalah diperlukan agar penelitian tidak menjadi terlalu luas dan menyimpang dari tujuan awal. Beberapa pembatasan yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

1. Suku bunga inflasi, pajak dan kondisi ekonomi lainnya dianggap normal dan stabil selama periode analisis.
2. Objek dari penelitian ini adalah mahasiswa yang berada di kota Bandung.

## **I.5 Manfaat Penelitian**

Manfaat yang diperoleh dari hasil penelitian ini diantaranya adalah :

1. Sebagai bahan pertimbangan *investor* dalam mengambil keputusan investasi.
2. Membantu *investor* dalam mengetahui kelayakan investasi pembukaan cabang rumah makan Made In Bandung.
3. Untuk mengetahui besarnya investasi yang diperlukan dan kelayakan finansial dari rencana investasi pembukaan cabang Rumah Makan Made In Bandung.
4. Untuk mengetahui tingkat dan waktu pengembalian investasi dan keuntungan yang diperoleh dari investasi tersebut.
5. Bagi pihak akademik untuk memberikan pengetahuan tentang investasi pembukaan cabang rumah makan Made In Bandung.

## **I.6 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, batasan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

### **Bab II Tinjauan Pustaka**

Pada bab ini terdapat dasar teori yang berhubungan dengan penelitian analisis kelayakan yang akan dibahas. Tujuan dari bab ini adalah membentuk kerangka berpikir dan landasan teori yang digunakan dalam pelaksanaan penelitian dan perancangan hasil akhir serta berisi literatur yang relevan dengan permasalahan yang diteliti.

**Bab III      Metodologi Penelitian**

Pada bab ini dijelaskan langkah-langkah pemecahan masalah yang digunakan untuk menyelesaikan penelitian sesuai tujuan dari permasalahan yang dibahas dan berfungsi sebagai kerangka utama untuk menjaga penelitian mencapai tujuan yang ditetapkan.

**Bab IV      Pengumpulan dan Pengolahan Data**

Merupakan bagian dari tugas akhir yang menjelaskan mengenai proses pengumpulan dan pengolahan data yang terkait dalam penelitian ini.

**Bab V      Analisis**

Merupakan bagian dari tugas akhir yang menjelaskan analisis yang dilakukan terhadap data-data yang telah didapatkan serta usulan perbaikan yang diberikan.

**Bab VI      Kesimpulan dan Saran**

Merupakan bagian dari tugas akhir yang menjelaskan kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan dan saran yang diberikan berdasarkan penelitian ini.