

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Indonesia merupakan negara kepulauan yang mempunyai berbagai potensi yang bisa dikembangkan di berbagai sektor, khususnya sektor pariwisata. Indonesia memiliki banyak potensi dan sumber daya alam yang belum dikembangkan secara maksimal, termasuk didalamnya di sektor pariwisata. Untuk lebih memantapkan pertumbuhan sektor pariwisata dalam rangka mendukung pencapaian sasaran pembangunan, sehingga perlu diupayakan pengembangan produk-produk yang mempunyai keterkaitan dengan sektor pariwisata.

Pada kepariwisataan di Indonesia, Bandung merupakan salah satu kota yang dianggap sebagai destinasi pariwisata terkenal di Indonesia maupun mancanegara. Keunikan budaya masyarakat serta keindahan alamnya membuat para wisatawan mancanegara tertarik pada kota Bandung. Potensi alam dan budaya yang dimiliki Bandung menjadikan Bandung sebagai tempat daerah tujuan wisatawan. Alam yang indah dengan pemandangan alam, gunung, serta kulinernya membuat Bandung memiliki keunikan tersendiri dibandingkan daerah lain.

Bandung merupakan kota yang bisa dianggap sebagai tujuan utama dari wisata kuliner di Indonesia karena Bandung memiliki banyak sekali sarana untuk menikmati wisata kuliner dari mulai pedagang kaki lima, *Café*, hotel dan restoran. Akan tetapi di Kabupaten Bandung khususnya daerah Soreang masih belum mempunyai sarana wisata kuliner yang dianggap mampu menyaingi wisata kuliner di Kota Bandung.

Hal ini menyebabkan banyak masyarakat, khususnya anak muda di Soreang mencari *Café* ke kota Bandung yang jarak dan waktu tempuh untuk sampai ke kota Bandung cukup membuang waktu, tenaga dan materi. Seiring dengan banyaknya permintaan dan perkembangan zaman kini mulai bermunculan tempat makan yang diharapkan bisa menjadi tempat makan yang biasa namun bisa dikatakan sebagai tempat untuk berkumpul dengan teman atau sanak keluarga.

Café adalah suatu restoran kecil yang mengutamakan penjualan *cake* (kue-kue), *sandwich* (roti isi), kopi dan teh yang kini mulai banyak bermunculan di daerah Soreang, bukan hanya *Café* saja namun tempat makan dan minum lainnya mulai berkembang dengan pesat di daerah Soreang.

Menurut data yang dipublikasikan menyebutkan jumlah unit kegiatan perdagangan di Kec.Soreang sebagai berikut :

Tabel 1.1 Jumlah Unit Kegiatan Perdagangan Menurut Desa di Kecamatan Soreang Tahun 2014

No	Desa	Jumlah Warung/Kedai Tempat Makanan dan Minuman
1	Sadu	5
2	Sukajadi	6
3	Sukanegara	10
4	Panyirapan	4
5	Karamatmulya	6
6	Soreang	25
7	Pankearan	17
8	Parungserab	10
9	Sekarwangi	20
10	Cingcin	22
	Jumlah	155

(Sumber : BPS <http://bandungkab.bps.go.id> (diolah))

Dari tabel 1.1 di atas bisa dilihat bahwa jumlah unit perdagangan yang bermunculan di daerah Soreang cukup banyak, namun jika dilihat pada fakta dilapangan masih banyak konsumen yang belum puas dengan beberapa tempat makan dan *Café* di Soreang, oleh karena itu perlu adanya media fasilitas yang mampu memenuhi keinginan konsumen, maka dari itu pihak *Café* Roemah Sebelah mencoba membuka suatu usaha yang diharapkan bisa memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen di daerah Kabupaten Bandung khususnya daerah Soreang.

Usaha *Café* Roemah Sebelah sudah berjalan kurang duapuluh bulan, dari dua puluh bulan tersebut *Café* ini mempunyai beberapa masalah dalam menentukan pola dan sitem pemasaran produknya, sistem dan strategi pemasaran haruslah diperhatikan dan direncanakan dengan matang serta semakin ditingkatkan, agar produk dapat berkembang dengan pesat. Namun sayangnya *Café* Roemah Sebelah hingga saat ini masih mengandalkan promosi dari mulut ke mulut.

Data penjualan yang diperoleh dengan promosi dari mulut ke mulut sebagai berikut :

Tabel 1.2 Data Penjualan *Café* Roemah Sebelah

No	Tahun	Bulan	Pendapatan
1	2014	September	6.262.000
2	2014	Oktober	11.605.000
3	2014	November	15.001.000
4	2014	Desember	15.468.000
5	2015	January	13.668.000
6	2015	Februari	19.321.000
7	2015	Maret	12.880.000
8	2015	April	14.592.000
9	2015	Mei	17.600.000
10	2015	Juni	14.696.000
11	2015	Juli	9.547.000
12	2015	Agustus	14.422.000
13	2015	September	12.877.000
14	2015	Oktober	20.235.000
15	2015	November	18.834.000
16	2015	Desember	24.433.000
17	2016	January	22.736.000
18	2016	Februari	19.975.000
19	2016	Maret	21.400.000
20	2016	April	18.600.000

(Sumber: Pembukuan Rumah Sebelah)

Berdasarkan tabel 1.2 menjelaskan bahwa pendapatan *Café* Roemah Sebelah selama dua puluh bulan bersifat fluktuatif dimana terjadi penurunan dan kenaikan pendapatan. Pendapatan tertinggi ada pada bulan Desember tahun 2015 dan pendapatan terendah ada pada bulan September tahun 2014. Setelah dilakukan wawancara dengan pihak *Café*, peneliti mengetahui pendapatan *Café* setiap satu bulan sudah dapat dikatakan mampu menutupi biaya operasionalnya, namun disisi lain pihak dari manajemen *Café* ingin lebih mengembangkan bisnisnya agar pendapatannya meningkat serta memiliki pasar yang luas.

Melihat adanya keinginan dari pihak *Café* untuk lebih mengembangkan bisnisnya, tentu saja promosi yang hanya dari mulut ke mulut mungkin dianggap kurang mampu meningkatkan penjualan dan mengembangkan bisnis kearah yang lebih besar, selain itu beberapa tahun kedepan akan adanya akses jalan tol yang menghubungkan kota Bandung langsung ke Soreang dapat menjadi suatu peluang

Muhammad Nurman Fauzi, 2016

EVALUASI KELAYAKAN BISNIS BERBASIS ASPEK PEMASARAN DAN FINANSIAL PADA USAHA CAFÉ ROEMAH SEBELAH

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

yang dianggap mampu untuk memajukan usaha *Café* ini, maka sebaiknya jika pihak *Café* Roemah Sebelah lebih mengembangkan strategi pemasarannya sebagai upaya menyesuaikan dengan kebutuhan dan keinginan pasar yang selalu berubah.

Pengembangan strategi pemasaran dapat dilakukan dengan melalui evaluasi terhadap metode yang sudah diterapkan sebelumnya, dengan tujuan memperbaiki pencapaian strategi sebelumnya dari segi penjualan maupun mengembangkan bisnis, untuk melakukan evaluasi terhadap metode yang sudah dijalankan sebelumnya.

Bentuk metode evaluasi yang dapat dilakukan adalah kelayakan dari bisnis *Café* Roemah Sebelah dari aspek bauran pemasaran yang terdiri dari 4P (*Place, Price, Product dan Promotion*) dan aspek finansial perusahaan tersebut.

Menurut Ibrahim (2009) studi kelayakan bisnis juga sering disebut dengan *feasibility study* yang memiliki arti bisnis ini harus memiliki manfaat atau *benefit*. Dia mengemukakan bahwa :

Studi kelayakan juga sering disebut dengan *feasibility study* merupakan bahan pertimbangan dalam mengambil suatu keputusan, apakah menerima atau menolak dari suatu gagasan usaha/proyek yang direncanakan. Pengertian layak dalam penilaian ini adalah kemungkinan dari gagasan usaha/proyek yang akan dilaksanakan memberikan manfaat (*benefit*), baik dalam arti *financial benefit* maupun dalam arti *social benefit* (hal.1).

Dari teori di atas dapat disimpulkan bahwa studi kelayakan bisnis merupakan studi yang dilakukan demi menganalisa dan menentukan kelayakan dari suatu usaha yang akan dibuat dari segi *financial benefit* ataupun *social benefit*. Oleh karena itu untuk mengembangkan usaha *Café*, maka pihak manajemen *Café* juga harus mengetahui kondisi keuangan *Café* secara keseluruhan yang berhubungan dengan pencatatan keuangan agar usaha yang dijalankan mempunyai pedoman keuangan yang jelas.

Karena dalam hal pencatatan keuangan, *Café* Roemah Sebelah masih mengandalkan pencatatan secara manual yang ditulis dalam buku keuangan sehingga data yang dihasilkan dirasa kurang maksimal. Hal ini juga yang mendasari peneliti melakukan penelitian dalam aspek keuangan yang meliputi

analisa perhitungan *Net Present Value (NPV)*, *Payback Periode(PP)*, *Internal Rate of Return (IRR)* dan *Profitability Index (PI)*.

Melalui metode studi kelayakan bisnis, aspek bauran pemasaran dan aspek *finalcial* yang ada di *Café Roemah Sebelah* dapat dievaluasi dan disesuaikan dengan kebutuhan yang akan datang.

Berdasarkan latar belakang di atas maka peneliti mencoba melakukan penelitian yang berjudul ‘Evaluasi Kelayakan Bisnis Berbasis Aspek Pemasaran dan Finansial Pada Usaha *Café Roemah Sebelah*’

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana gambaran bisnis *Café Roemah Sebelah* ?
2. Bagaimana kelayakan bisnis pada *Café Roemah Sebelah* ditinjau dari aspek pemasaran ? layak atau tidak layak ?
3. Bagaimana kelayakan bisnis pada *Café Roemah Sebelah* ditinjau dari aspek keuangan ? layak atau tidak layak ?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Mengetahui gambaran bisnis *Café Roemah Sebelah* .
2. Mengetahui kelayakan bisnis *Café Roemah Sebelah* ditinjau dari aspek pemasaran.
3. Mengetahui kelayakan bisnis pada *Café Roemah Sebelah* ditinjau dari aspek keuangan.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat bagi berbagai pihak yang berkepentingan, Adapun manfaat penelitian ini adalah :

1. Bagi Penulis

Sebagai sarana menerapkan ilmu-ilmu yang diperoleh dibangku kuliah dan sebagai sarana untuk tolak ukur dalam membuka usaha yang akan dijalankan di masa yang akan datang.

2. Bagi Pihak *Café* Roemah Sebelah

Mengetahui seberapa mempengaruhi aspek pasar dan pemasaran terhadap kelancaran dan pengembangan usaha *Café* Roemah Sebeah, mengetahui bagaimana pemasaran yang tepat untuk lebih mengembangkan bisnisnya serta mengetahui apa yang harus di evaluasi setelah penelitian ini selesai.

3. Bagi Pihak Lain

Sebagai referensi untuk menyelesaikan sebuah karya ilmiah yang didasari oleh tema yang sama yaitu tema Studi Kelayakan Bisnis, penulis berharap pihak lain dapat mengambil bagian yang baik dari penelitian yang dilakukan oleh penulis.

4. Bagi Program Studi Manajemen Industri Katering

Sebagai media pembelajaran dalam mata kuliah yang berhubungan dengan bisnis, pemasaran, keuangan serta studi kelayakan bisnis.