

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Analisis studi kelayakan bisnis adalah kegiatan yang mempelajari tentang suatu bisnis yang akan dijalankan yang bertujuan untuk menentukan apakah bisnis itu layak (Sukmawati & Nasution, 2019). Sedangkan, (Puspita et al., 2022) menjelaskan definisi studi kelayakan bisnis merupakan rencana bisnis yang tidak hanya menganalisis apakah suatu bisnis layak untuk dibangun, tetapi juga sangat sering beroperasi untuk menghasilkan keuntungan maksimum untuk jangka waktu yang tidak terbatas. Berdasarkan (Irsan & Permana, 2021) menyatakan studi kelayakan bisnis merupakan suatu analisis terhadap *viability* (diteruskan atau tidak) suatu ide.

Bedasarkan dari teori studi kelayakan bisnis di atas dapat disimpulkan bahwa Analisis studi kelayakan bisnis adalah proses untuk mengevaluasi apakah suatu bisnis layak dijalankan. Tujuannya adalah untuk menentukan apakah bisnis tersebut dapat menghasilkan keuntungan dan beroperasi secara berkelanjutan. Studi kelayakan bisnis melibatkan analisis menyeluruh terhadap rencana bisnis, dengan fokus pada viabilitas ide bisnis tersebut. Hal ini tidak hanya mencakup pertimbangan apakah bisnis dapat dibangun, tetapi juga apakah bisnis tersebut dapat beroperasi dengan sukses dan menghasilkan keuntungan dalam jangka waktu yang panjang. (Sukmawati & Nasution, 2019) (Puspita et al., 2022) (Irsan & Permana, 2021).

(Rofa et al., 2021) menjelaskan bahwa pemasaran adalah mengatur praktik bisnis untuk merancang, memberi harga, mengiklankan, dan menyesuaikan produk

yang dapat memenuhi keinginan pembeli dan mencapai target pasar dan tujuan teman. Lain halnya dengan (Yanuar, 2016) yang mendefinisikan pemasaran merupakan proses sosial dan manajerial dimana individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan cara menciptakan serta mempertukarkan produk dan nilai pihak lain. Sedangkan, berdasarkan Yuniar et al., 2022 pemasaran adalah suatu sistem kegiatan bisnis yang dirancang untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan, dan mendistribusikan barang-barang guna memuaskan keinginan konsumen dan mencapai target pasar dan tujuan perusahaan.

Sehingga berdasarkan definisi diatas bahwa pemasaran dapat disimpulkan pemasaran melibatkan mengatur praktik bisnis seperti perancangan produk, penetapan harga, iklan, dan penyesuaian produk untuk memenuhi keinginan pembeli serta mencapai tujuan pasar dan perusahaan. Ini juga merupakan proses sosial dan manajerial di mana individu dan kelompok memperoleh barang yang diperlukan dan diinginkan dengan menciptakan dan bertukar produk serta nilai dengan pihak lain. Pemasaran juga diartikan sebagai sistem kegiatan bisnis yang didesain untuk merencanakan, menetapkan harga, mempromosikan, dan mendistribusikan produk dengan tujuan memuaskan keinginan konsumen serta mencapai target pasar dan tujuan perusahaan (Rofa et al., 2021) (Yanuar, 2016) (Yuniar et al., 2022).

Berdasarkan penelitian sebelumnya, analisis studi kelayakan usaha rumah potong hewan pada aspek pemasaran umumnya menggunakan metode observasi atau meneliti langsung ke tempat RPH dan wawancara digunakan metode analisis

SWOT. Penelitian ini digunakan oleh (Mutaqin, 2022)(Yanuar, 2016)(Susanawati et al., 2015).

Novelty penelitian ini pada analisis kuantitatif menggunakan analisis statistik (trend, regresi) yang digunakan untuk memproyeksikan besarnya permintaan (*demand*) dan penawaran (*supply*). Metode ini jarang dimanfaatkan oleh peneliti sebelumnya sehingga penelitian ini berupaya mengisi kekosongan dan memberikan kontribusi berharga dalam memahami tentang kelayakan usaha dalam aspek pemasaran dengan menggunakan analisis kuantitatif. Untuk itu dengan menggunakan metode analisis statistik. penelitian ini bertujuan untuk mengetahui besarnya permintaan dan penawaran rumah potong hewan khususnya di Pulau Madura.

Rumah Potong Halal (RPH) merupakan unit pelayanan masyarakat dalam penyediaan daging yang aman, sehat, utuh, halal (ASUH) (Tawaf et al., 2018). Rumah Potong Hewan merupakan suatu bangunan atau kompleks bangunan dengan desain tertentu yang digunakan sebagai tempat memotong hewan selain unggas bagi konsumsi masyarakat luas (Mail et al., 2021). Tempat pemotongan hewan hanya sebagai penyangga rumah potong hewan, tetapi syarat penyembelihan harus sama, sehingga daging dari RPH tetap terjaga kualitasnya. Namun pada kenyataannya masih banyak RPH yang tidak memenuhi kriteria, kurangnya pengawasan terhadap kesehatan hewan dan keamanan daging. Hal ini disebabkan kurangnya staf pengawasan dari dinas pertanian atau kurangnya pembinaan dari instansi terkait (Lita et al., 2023)

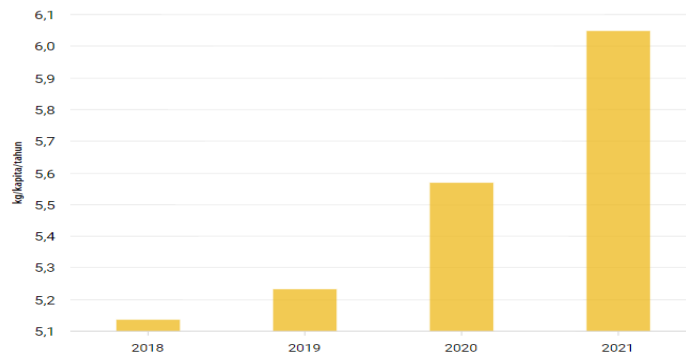
Negara berkewajiban untuk menjamin setiap produk yang beredar di Indonesia adalah produk halal yang aman dikonsumsi oleh masyarakat. Jaminan produk halal (JPH) tercantum dalam (Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 33 Tahun 2014) tentang jaminan produk halal sebagai bentuk kepastian hukum terhadap kehalalan suatu produk yang dibuktikan dengan bersertifikasi halal. sertifikasi halal melibatkan 3 pihak yaitu BPJPH melaksanakan penyelenggara jaminan produk halal, LPPOM MUI sebagai lembaga pemeriksa halal (LPH) melakukan pemeriksaan kecakupan dokumen, penjadwalan audit, pelaksanaan audit, pelaksanaan rapat auditor, penerbitan audit memorandum, penyampaian berita acara hasil audit pada rapat komisi fatwa MUI, dan MUI melalui komisi fatwa menetapkan kehalalan produk berdasarkan hasil audit dan menerbitkan ketetapan Halal MUI. (Salam & Makhtum, 2022)

Kewajiban sertifikasi halal perlu ditetapkan untuk semua produk, usaha serta produk guna yang berasal dari hasil pertanian. Salah satu produk guna yang berhubungan dengan regulasi halal adalah rumah potong hewan dan produk yang dihasilkan. Rumah potong hewan harus bisa memberi jaminan kepada konsumen bahwa daging yang dihasilkan halal dengan cara mendapatkan sertifikat halal. pada pelaksanaannya tidak banyak RPH yang memiliki sertifikasi halal. langkanya RPH yang bersertifikasi halal bisa menjadi masalah untuk usaha lain yang perlu mendapat sertifikasi halal. sertifikasi halal bisa didapatkan dengan mengikuti prosedur layanan sertifikasi halal yang ditetapkan oleh lembaga berwenang. Menurut Fauzi, 2023 mengatakan bahwa dari total 202 Rumah Potong Hewan (RPH) di Jatim, saat ini hanya ada sebanyak 16 RPH yang telah memiliki sertifikasi halal. selain itu, dari total sebanyak 313 Rumah Potong Unggas (RPU) yang

terdaftar di Asosiasi Rumah Potong Hewan Unggas Indonesia baru 46 RPU yang sudah mengantongi sertifikat halal. Hal ini menjadi peluang usaha bagi para pelaku usaha yang ingin mendirikan Rumah Pemotongan Hewan bersertifikat halal khususnya dipulau Madura.

Rumah Potong Hewan tentunya sangat berperan penting dalam memberikan pelayanan kepada konsumen. Di Rumah Potong Hewan terdapat beberapa orang yang bertanggung jawab dalam pemotongan, antara lain yang bertugas adalah Juru sembelih Halal (JULEHA) dan pekerja yang berada dibawah asosiasi RPH.(Dayana et al., 2019). Juru sembelih halal yang di keluarkan oleh lembaga berwajib dan juga mendapatkan pelatihan penyelenggara kompetensi, karena juru sembelih halal sangat berperan dalam menentukan halal atau tidaknya daging disembelih sehingga daging yang beredar di masyarakat aman, sehat, utuh, dan halal (Lita et al., 2023).

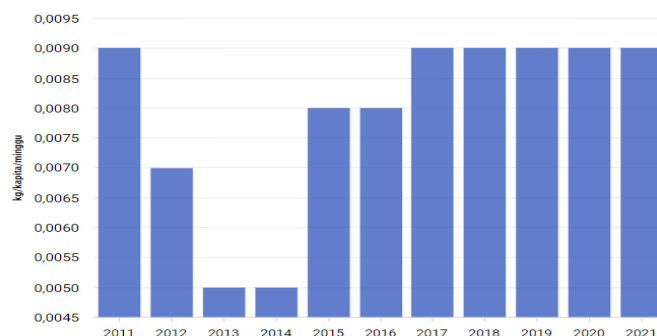
Meningkatnya konsumsi daging sapi maupun unggas menjadi sinyal kebutuhan akan daging hewan sembelihan yang bersertifikasi halal sangat penting. Saat ini Indonesia masyarakatnya memiliki kecenderungan mengkonsumsi daging ayam dan sapi dalam jumlah yang semakin naik tiap tahunnya. Berdasarkan keterangan badan pusat statistik rata-rata konsumsi daging ayam terus meningkat pada empat tahun terakhir. Berdasarkan data tahun 2021 konsumsi ayam di Indonesia dapat di lihat pada gambar 1.



Gambar 1. 1 Grafik konsumsi daging ayam di Indonesia
Sumber: Katadata.co.id (2022)

Berdasarkan gambar 1 diatas, dapat dijelaskan bahwa rata-rata konsumsi daging ayam ras di kelompok rumah tangga nasional mencapai 6,048 kilogram (kg) per kapita per tahun pada 2021. Realisasi ini meningkat 8,62% disbanding tahun sebelumnya. Menurut badan pusat statistik meningkat pada empat tahun terakhir. Jika dibandingkan pada 2018, rata-rata konsumsi pada tahun 2021 sudah naik 17,75% yang tercatat.

Sedangkan konsumsi daging sapi berdasarkan laporan Data Pusat Statistik, rata-rata konsumsi daging sapi di Indonesia pada 2021 cenderung sangat naik. Hal ini dapat dilihat pada gambar 2.



Gambar 1. 2 Grafik konsumsi daging ayam di Indonesia
Sumber: Katadata.co.id (2022)

Berdasarkan gambar 2 diatas, bahwa rata-rata konsumsi daging sapi di Indonesia selama periode 2017-2021 sebesar 0,009 kilogram (kg) per kapita per minggu. Hal ini menunjukkan bahwa konsumsi daging di Tanah Air statis dalam lima tahun terakhir, dan masih berada di level sama dengan tahun 2011 seperti terlihat pada grafik. Rata-rata konsumsi daging sapi/kerbau nasional sempat menurun pada 2012 menjadi 0,007 kg per kapita per minggu, kemudian menyusut lagi pada 2013 hingga 2014 menjadi 0,005 kg per kapita per minggu. Adapun tingkat pertumbuhan konsumsi paling tinggi tercatat pada 2015, yakni naik 60% dari tahun sebelumnya

Berdasarkan konsumsi daging sapi dan ayam dapat disimpulkan bahwa daging sapi masih lebih rendah dari pada konsumsi daging ayam. Tercatat pada rata-rata konsumsi daging ayam secara nasional mencapai 6,048 kg per kapita per minggu pada 2021. Sedangkan daging sapi pada tahun 2021 tercatat 0,009 kg per kapita per minggu.

Penelitian ini menganalisis studi kelayakan usaha pada rumah potong hewan yang bersertifikat halal, dengan fokus khusus pada aspek pemasaran Dengan memahami secara mendalam tentang kelayakan pasar dari usaha Rumah Pemotongan Hewan halal, dapat memberikan pandangan yang lebih jelas kepada para pemangku kepentingan, termasuk pemilik usaha, investor, dan instansi pemerintah terkait. Kelayakan suatu usaha dalam hal pasar dapat dikonfirmasi jika terdapat permintaan yang masih belum terpenuhi oleh RPH existing sehingga menghasilkan tingkat penjualan yang menguntungkan sesuai dengan target yang telah ditentukan.

1.2 Rumusan Masalah

1. Berapa jumlah permintaan (*demand*) dan penawaran (*supply*) daging sapi di pulau Madura?
2. Berapa jumlah permintaan (*demand*) dan penawaran (*supply*) daging ayam di pulau Madura?
3. Bagaimana hasil proyeksi permintaan (*demand*) dan penawaran (*supply*) daging ayam dan sapi di pulau Madura?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui berapa jumlah permintaan (*demand*) dan penawaran (*supply*) daging sapi di pulau Madura
2. Untuk mengetahui Berapa jumlah permintaan (*demand*) dan penawaran (*supply*) daging ayam di pulau Madura
3. Untuk mengetahui hasil proyeksi permintaan (*demand*) dan penawaran (*supply*) daging sapi dan ayam di pulau Madura

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat secara teoritis dan praktis.

1. Manfaat teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pada pengetahuan di bidang pemasaran dengan menggali lebih dalam tentang strategi pemasaran yang efektif untuk usaha Rumah Potong Hewan. Penelitian ini dapat membantu dalam pengembangan teori pemasaran yang lebih baik terkait dengan usaha Rumah Potong Hewan. Dengan menganalisis data dan temuan peneliti, dapat dikembangkan kerangka kerja atau model yang dapat digunakan untuk memahami dan menganalisis aspek pemasaran dalam konteks usaha ini.

2. Manfaat praktis

- Bagi peneliti, penelitian ini diharapkan mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam tentang aspek pemasaran usaha Rumah Potong Hewan. Penelitian ini akan membantu mereka mengembangkan keterampilan dan pengetahuan yang relevan dalam bidang ini.
- Bagi pembaca, penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi pembaca untuk mendapatkan informasi tentang aspek pemasaran dalam usaha Rumah potong hewan dan memberikan panduan praktis tentang strategi pemasaran yang efektif dalam konteks usaha Rumah potong Hewan.
- Bagi produsen, penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan dan informasi bagi produsen dalam menyusun studi kelayakan usaha Rumah Potong Hewan pada aspek pemasaran