

BAB 1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Hamburger/burger adalah makanan sejenis roti berbentuk bundar yang diiris dua, dan ditengahnya diisi dengan lapisan *patty* yang biasanya diambil dari daging, kemudian sayur-sayuran berupa selada, tomat dan bawang bombai. Sebagai sausnya, *hamburger* diberi berbagai jenis saus seperti: mayones, saus tomat, saus sambal, serta mustard (Adams, J. C., 2018)

Burger box merupakan makanan ringan berupa *hamburger* yang dikemas menggunakan kotak/*box*. *Burger box* dapat dinikmati secara langsung dan dapat disajikan sebagai oleh-oleh untuk teman dan keluarga. Namun, saat ini *burger box* masih belum dapat terjangkau oleh semua masyarakat, hal ini dikarenakan harga *burger box* pada umumnya hanya dapat dijangkau oleh orang-orang kaya dan hanya dijual pada *outlet* makanan yang sudah lama terkenal. Selengkapnya dapat dilihat pada Tabel 1.1 berikut.

Tabel 1.1 *Burger Box* Pada Berbagai Restoran Cepat Saji Terkenal di Indonesia Beserta Harganya

No	Nama Restaurant	Nama Produk	Harga
1	Mc Donald's	Big Mac	Rp. 41.000/porsi
2	A & W	Veggie Burger	Rp. 43.000/porsi
3	CFC	Beef Burger	Rp. 46.000/porsi
4	KFC	Double Deluxe Deal	Rp. 54.000/porsi
5	Burger King	Whopper Wednesday	Rp. 55.000/porsi
6	Burger Bangor	B2G1 Creamy Garlic	Rp. 70.000/porsi
7	Mc Donald's	Big Mac Paket rame-rame	Rp. 90.500/porsi

Sumber : Data Primer (2023)

Berdasarkan data yang telah tersaji diatas harga *burger box* pada masing-masing restoran cepat saji di Indonesia menawarkan harga rata-rata Rp. 55.000/porsi. Meskipun demikian, *burger box* umumnya masih memiliki tingkat permintaan yang cukup tinggi dan khususnya sebagian besar didominasi oleh kaum muda (Prabhavati et al, 2014) dalam (Mazwan, M. Z., M. I. Imran, dan G., Mumpuni, 2022)

Beberapa penyebab harga *burger box* yang masih belum dapat terjangkau antara lain dikarenakan : (1) Harga bahan baku yang tinggi, terutama daging. (2)

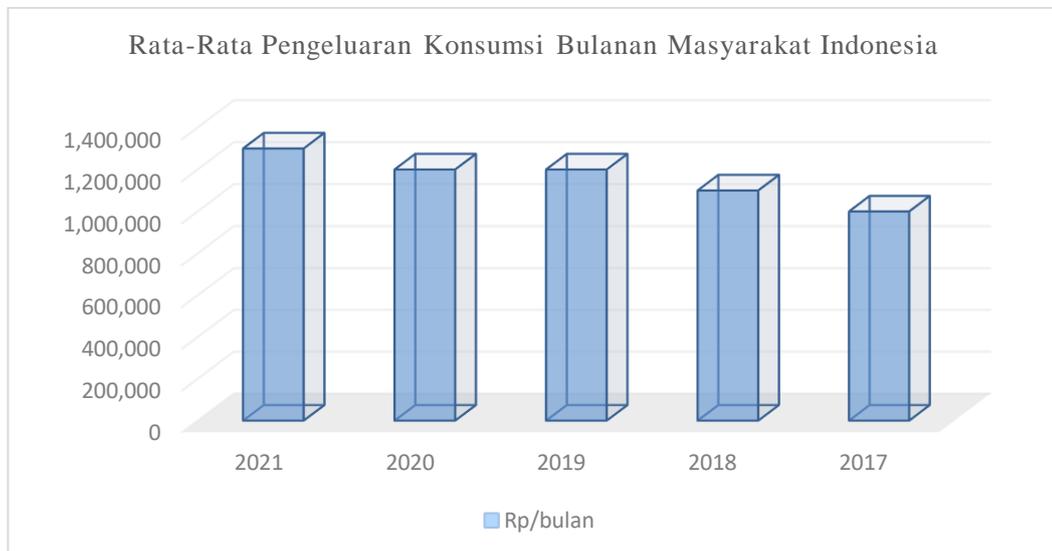
Biaya operasional yang tinggi, seperti: biaya sewa tempat, biaya tenaga kerja, dan biaya pemasaran. (3) Perusahaan yang sudah lama beroperasi dan memiliki nama besar (Damanik, D. F., dan Fathoni, 2021) *dalam* (Ginting, N. H., H. Harmain dan Atika, 2023)

Biaya merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli produk makanan dan minuman. Konsumen cenderung memilih produk dengan biaya yang lebih rendah, kecuali jika produk tersebut memiliki kualitas yang sangat tinggi (Soares dan Sousa, 2019) *dalam* (Ginting, N. H., H. Harmain dan Atika, 2023)

Harga yang lebih rendah dapat meningkatkan permintaan produk, sedangkan harga yang lebih tinggi dapat menurunkan permintaan produk (Saragih dan Ruryanto 2019) *dalam* (Ginting, N. H., H. Harmain dan Atika, 2023)

Menurut Badan Pusat Statistik (BPS) pada tahun 2021 penduduk Indonesia rata-rata membelanjakan Rp. 1,26 juta/bulan. Jika dirinci berdasarkan sub pembagiannya, rata-rata penduduk Indonesia membelanjakan Rp. 622,8 ribu/bulan untuk konsumsi makanan dan Rp. 641,7 ribu untuk konsumsi non-makanan. Berdasarkan wilayah tempat tinggal, rata-rata pengeluaran konsumsi penduduk di perkotaan sebesar Rp. 1,48 juta/bulan. Lebih besar daripada penduduk di pedesaan yang rata-rata konsumsinya Rp. 971,4 ribu/bulan. **Maka, kesimpulan yang dapat diperoleh dari data diatas adalah, Rp. 971.400 : 30 hari = Rp. 32.380. Dalam sehari penduduk desa hanya mampu membelanjakan uang mereka sebesar Rp. 32.380/hari sebagai belanja kebutuhan makanan, oleh sebab itu untuk mentargetkan konsumen pada lapisan menengah kebawah harga yang dijual disarankan tidak melebihi Rp. 32.380.**

Gambar 1.1 Rata-rata Pengeluaran Konsumsi Bulanan Masyarakat Indonesia



Sumber : Badan Pusat Statistik, (2021-2017).

Berdasarkan permasalahan tersebut maka perlu adanya inovasi produk *burger box* agar makanan ini dapat terjangkau oleh semua kalangan. Salah satu cara yang dapat dilakukan yakni dengan mengganti isian daging *patty* pada *burger* dengan menggunakan *patty* nabati kacang hijau sebagai isiannya. Penggunaan *patty* isian kacang hijau dipilih, karena kacang hijau dapat menggantikan sumber protein hewani menjadi protein nabati. Selain itu kacang hijau juga dinilai memiliki harga yang relatif jauh lebih murah bila dibandingkan dengan harga daging.

Hingga saat ini, di masyarakat masih jarang di jumpai penjualan produk makanan cepat saji *burger box* yang menggunakan sajian *plate 4* jenis olahan makanan didalamnya. Maka dari itu, produk *burger box* kacang hijau ini disajikan dengan menggunakan 4 jenis varian olahan makanan diantaranya menggunakan : *burger*, *potato wedges*, *onion rings*, dan makaroni.

Usaha *burger box* kacang hijau ini dapat menciptakan lapangan pekerjaan baru. Oleh karena itu, untuk mengetahui apakah usaha ini mempunyai peluang yang bagus untuk kedepannya, maka diperlukan analisis usaha agar bisa diketahui layak atau tidak usaha *burger box* kacang hijau ini berdasarkan analisis *Break Even Point* (BEP), *Revenue Cost Ratio* (R/C Ratio), dan *Return On Investment* (ROI).

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut :

1. Bagaimana proses produksi *burger box* kacang hijau di Desa Mancilan Kecamatan Mojoagung Kabupaten Jombang ?
2. Bagaimana analisis usaha *burger box* kacang hijau di Desa Mancilan Kecamatan Mojoagung Kabupaten Jombang ?
3. Bagaimana bauran pemasaran *burger box* kacang hijau di Desa Mancilan Kecamatan Mojoagung Kabupaten Jombang ?

1.3 Tujuan

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan, maka dapat dirumuskan tujuan tugas akhir ini antara lain :

1. Dapat melakukan proses produksi *burger box* kacang hijau di Desa Mancilan Kecamatan Mojoagung Kabupaten Jombang.
2. Dapat menganalisis usaha *burger box* kacang hijau di Desa Mancilan Kecamatan Mojoagung Kabupaten Jombang.
3. Dapat menerapkan bauran pemasaran produk *burger box* kacang hijau di Desa Mancilan Kecamatan Mojoagung Kabupaten Jombang.

1.4 Manfaat

Berdasarkan tujuan yang telah diuraikan, maka dapat diperoleh manfaat sebagai berikut :

1. Dapat dijadikan sebagai bahan referensi bagi mahasiswa yang hendak melaksanakan tugas akhir dengan tema yang sejenis.
2. Menumbuhkan jiwa wirausaha dan meningkatkan kreatifitas serta inovasi bagi mahasiswa dan pembaca.
3. Sebagai solusi alternatif untuk memanfaatkan sekaligus menambah nilai jual kacang hijau.