

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1. Latar Belakang Masalah

Ayam geprek BOSKUH merupakan usaha jenis *home industri* yang bergerak dibidang pengolahan makanan yang berbahan utama ayam dengan produk unggulan ayam geprek. Namun ayam geprek BOSKUH juga menyediakan beberapa pilihan menu lain seperti tempe geprek, mie goreng ayam geprek, lele *crispy* udang *crispy* dan telur *crispy* dengan ciri khas bumbu pedas yang diracik sendiri oleh pemiliknya. Usaha ayam geprek BOSKUH berdiri pada tanggal 19 Agustus 2019 di kediaman saya sendiri tepatnya di Jln. Desa Growong Lor RT 1 RW 2, Kecamatan Juwana, Kabupaten Pati. Menurut data yang dapat diakses pada Kabupaten Pati dalam Angka 2020, Kecamatan Juwana merupakan kecamatan di pesisir pulau Jawa yang berada di jalur pantura Pati – Rembang. Juwana memiliki jumlah penduduk sebanyak 87.484 jiwa yang merupakan kecamatan kecamatan terbesar kedua setelah Kecamatan Pati. Sedangkan Jln. Desa Growong Lor RT 1 RW 2 tempat kediaman saya merupakan daerah yang cukup strategis karena berada di tengah perkotaan Juwana dan dekat dengan pasar tradisional.



### Gambar 1. 1 Produk dan MMT ayam geprek BOSKUH

(Sumber : Dokumentasi pribadi, 2021)

Ayam geprek adalah makanan yang dikenal masyarakat dengan ciri khas ayam dan cabai yang pedas dan cukup populer saat ini di berbagai daerah terutama di Kecamatan Juwana. Ayam geprek disukai oleh hampir semua kalangan masyarakat sehingga menjadikannya usaha yang menjanjikan dan memiliki peluang besar. Ayam geprek BOSKUH sendiri merupakan usaha kecil menengah yang hingga saat ini melakukan seluruh kegiatan produksi di dalam rumah. Dengan bermodalkan hobi dan keterampilan memasak yang dimiliki oleh pendiri, penarikan konsumen ayam geprek Boskuh dimulai dengan memanfaatkan media sosial seperti Whatsapp dan Instagram serta jaringan sosial yang luas. Sistem promosi, pemesanan hingga produk sampai ke tangan pelanggan dilakukan melalui proses yang cukup sederhana namun masih menggunakan sistem pemesanan *pre order*. Sistem pemesanan *pre order* atau lebih biasa disebut dengan PO merupakan sistem pemesanan dimana konsumen harus melakukan pemesanan dan transaksi terlebih dahulu produk yang ingin dibeli kepada penjual. Penjual dengan sistem *pre order* biasanya hanya memiliki atau menyediakan produk sesuai katalog produk online yang telah dibuat pada website atau media sosial lain yang digunakan oleh penjual sebagai media jual. (Al Fatta, 2007)



Gambar 1. 2 *Open pre order* pada fitur status Whatsapp

(Sumber : Dokumentasi Pribadi, 2021)

Promosi dilakukan dengan menggunakan fitur status yang ada di whatsapp dan fitur story yang ada di Instagram. Orang yang melihat status atau story tersebut kemudian bisa melakukan *pre order* minimal 1 hari sebelum pesanan disiapkan, lalu pesanan akan dikonfirmasi melalui Whatsapp sebagai media pemesanan dan komunikasi karena lebih mudah dan aman. Seluruh *pre order* kemudian di rekap jumlahnya untuk diproses keesokan harinya hingga pesanan diantar kepada pelanggan. Sistem pemesanan *pre order* ini sangat membantu produsen dalam mengelola persediaan bahan baku, karena bahan baku seperti ayam, udang, tempe yang tidak dapat tahan lama dapat disediakan dengan jumlah yang sesuai dengan banyaknya pesanan sehingga mengurangi adanya kelebihan bahan baku. Namun kelemahannya adalah produsen tidak bisa menerima pesanan yang masuk saat itu juga karena stok bahan baku sudah habis terpakai untuk menyiapkan pesanan konsumen yang melakukan *pre order*.

Hingga saat ini ayam geprek BOSKUH memiliki kurang lebih 300 kontak Whatsapp pelanggan yang masing-masing hampir setiap minggu melakukan pemesanan *pre order*. Dengan hanya menggunakan sistem ini dalam satu hari ayam geprek BOSKUH bisa menerima rata-rata 50 pesanan. Kedepannya ayam geprek Boskuh berencana meningkatkan jumlah penjualan dengan tidak hanya mengandalkan sistem pemesanan *pre order*. Pemilik berencana membuat sistem pemesanan baru yang membuat konsumen dapat memesan langsung tanpa melakukan *pre order* dan konsumen juga bisa mengunjungi langsung tempat untuk membeli produk ayam geprek BOSKUH. Dengan sistem pemesanan baru ini harapannya dapat menjangkau lebih banyak pelanggan baru yang tidak tertarik dengan sistem pemesanan *pre order*. Namun rencana tersebut belum dapat direalisasikan karena hingga saat ini ayam geprek BOSKUH masih belum memiliki tempat usaha atau tempat produksi yang tetap dan tersendiri. Ayam geprek BOSKUH menggunakan dapur rumah sebagai tempat usaha untuk memproduksi ayam geprek BOSKUH.

Pengembangan usaha merupakan salah satu faktor penting dalam keberlanjutan usaha. Salah satu cara yang dilakukan untuk mengembangkan usaha adalah dengan memiliki tempat usaha yang menetap. karena dengan adanya

tempat usaha yang menetap konsumen tidak bingung harus datang ketempat dimana harus membeli produk dari usaha tersebut. Tempat usaha yang jelas dan tersendiri seperti ruko atau kios juga dapat membangun rasa percaya konsumen terhadap suatu produk. Namun harga beli atau sewa ruko yang cukup mahal tidak memungkinkan untuk ayam geprek BOSKUH mengingat pemiliknya adalah seorang mahasiswa yang belum memiliki modal yang cukup banyak. Melihat hal tersebut pemilik kemudian mencari alternatif lain untuk mendirikan tempat usahanya dengan konsep menambah fungsi hunian/rumah sebagai tempat usaha. Hal tersebut dapat dilakukan dengan memanfaatkan teras rumah yang kosong dengan membangun tempat usaha tersendiri sebagai tempat produksi dan tempat konsumen membeli produk ayam geprek BOSKUH.

Berdasarkan uraian latar belakang masalah yang telah peneliti jelaskan, bahwa ayam geprek BOSKUH harus memiliki tempat usaha untuk merealisasikan pengembangan usahanya dalam meningkatkan penjualan produknya. Maka peneliti akan melakukan sebuah penelitian yang berjudul **“PENGEMBANGAN TEMPAT USAHA DENGAN KONSEP *HOME BASED ENTERPRISE (HBE)* PADA AYAM GEPREK BOSKUH”**.

### **1.2. Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah peneliti uraikan, makna perumusan masalah pada penelitian ini adalah Bagaimana pengembangan tempat usaha ayam geprek BOSKUH dengan konsep HBE dengan mempertimbangkan beberapa aspek seperti aspek modal finansial, aspek modal alam, aspek modal manusia dan aspek modal fisik.

### **1.3. Tujuan Penelitian Dan Manfaat Penelitian**

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pengembangan tempat usaha dengan konsep hunian sebagai tempat usaha pada ayam geprek BOSKUH.

Manfaat penelitian ini adalah :

- a. Bagi pelaku usaha hasil penelitian ini dapat menjadi acuan dan bahan pembelajaran untuk mengembangkan tempat usaha dengan konsep hunian



menjadi tempat usaha serta menjadi masukan dan bahan evaluasi bagi pihak perusahaan ayam geprek BOSKUH.

- b. Bagi mahasiswa dan kalangan akademisi penelitian ini dapat menjadi gambaran dan referensi jika ingin melakukan penelitian yang sama di masa yang akan datang

