

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi dan perubahan gaya hidup masyarakat modern mendorong pertumbuhan industri makanan dan minuman secara signifikan. Di era serba cepat, konsumen tidak hanya menuntut kualitas rasa, tetapi juga kepraktisan, kecepatan, dan pengalaman yang menyenangkan saat mengonsumsi produk. Industri makanan dan minuman kini dituntut untuk terus berinovasi agar dapat menyesuaikan diri dengan tren pasar yang dinamis dan kebutuhan konsumen yang semakin beragam.

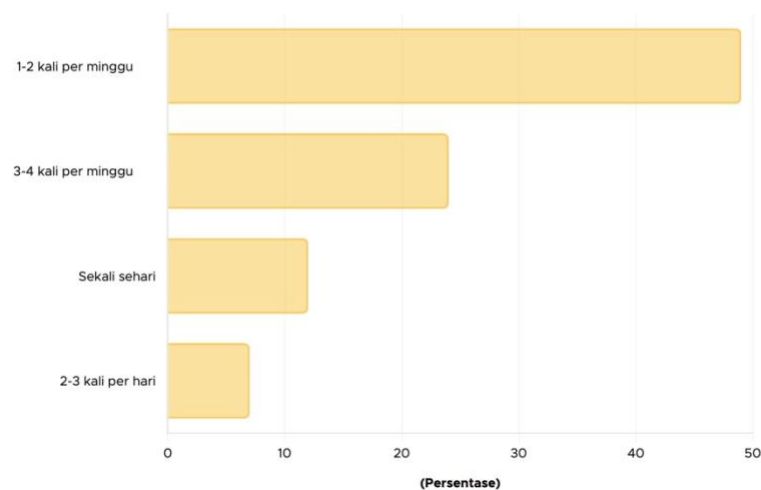
Salah satu subsektor yang mengalami perkembangan pesat adalah makanan cepat saji (*fast food*). Menurut Rahayu (2021), *fast food* merupakan jenis makanan yang diolah dengan standar tertentu, disajikan dengan cepat, serta memiliki harga yang relatif terjangkau sehingga diminati oleh berbagai kalangan. Keunggulan inilah yang membuat *fast food* berkembang menjadi gaya hidup, terutama di kalangan generasi muda perkotaan. Selain kecepatan dan keterjangkauan, suasana tempat dan pelayanan juga menjadi nilai tambah yang menentukan daya tarik usaha *fast food* (Setiawan & Pratiwi, 2022).

Di Indonesia, pertumbuhan bisnis fast food semakin meningkat seiring dengan perubahan pola konsumsi masyarakat yang mengutamakan efisiensi. Data dari Badan Pusat Statistik (BPS, 2022) menunjukkan bahwa konsumsi makanan siap

saji meningkat sejalan dengan mobilitas masyarakat yang tinggi. Hal ini menciptakan peluang besar bagi pelaku usaha lokal untuk menghadirkan produk yang tidak hanya cepat saji, tetapi juga memiliki ciri khas dan inovasi yang membedakannya dari merek global.

Gambar 1.1 Tingkat Konsumsi Fast Food 2025

Tingkat Konsumsi Fast Food di Kalangam Gen Z



Sumber: Data.Goodstats.id, 2025

Berdasarkan Gambar 1.1 di atas, GoodStats memaparkan hasil survei yang menyatakan bahwa konsumsi *fast food* di kalangan Gen Z di Indonesia berada pada tingkat yang cukup tinggi. Data tersebut menunjukkan bahwa 49% Gen Z mengonsumsi makanan cepat saji sebanyak 1-2 kali dalam seminggu, diikuti oleh 24% yang mengonsumsinya 3-4 kali dalam seminggu, dan 12% yang makan fast food setiap hari. Kehadiran konsumen dengan intensitas konsumsi yang cukup tinggi ini menjadi peluang pasar yang besar bagi brand fast food local.

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana menganalisis lingkungan bisnis Papazu Chicken Club?
2. Bagaimana menganalisis kelayakan bisnis Papazu Chicken Club?
3. Bagaimana menyusun bisniss plan yang mencakup marketing plan, organization plan, financial plan Papazu Chicken Club?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Menganalisis lingkungan bisnis
2. Menganalisis kelayakan bisnis
3. Menyusun bisniss plan yang mencakup marketing plan, organization plan, financial plan

1.4 Kegunaan Penelitian

1. Sebagai panduan bagi pelaku usaha yang ingin masuk ke industri kuliner.
2. Memberikan gambaran tentang strategi pemasaran dan operasional yang efektif.