

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Setiap manusia memiliki kebutuhan yang terus meningkat dan bervariasi seiring perkembangan zaman. Menurut Maslow (2009), ada beberapa macam kebutuhan dalam diri manusia dan salah satunya adalah kebutuhan dasar yang meliputi makan, minum, udara. Kebutuhan dasar manusia adalah kebutuhan pangan sehingga bisnis kuliner selalu menarik bagi pengusaha yang mengakibatkan bisnis ini terus berkembang. Pada saat ini bisnis industri kuliner di Indonesia mengalami peningkatan yang signifikan. Hal ini didukung dengan adanya data Kementerian Perindustrian yang menyatakan bahwa sumbangan industri makanan di Indonesia terhadap PDB Industri Nonmigas sudah mencapai 34,95 % pada triwulan ketiga di tahun 2017. Hasil itu menyatakan bahwa kontributor Produk Domestik Bruto (PDB) terbesar adalah industri makanan dan minuman di antara sektor lainnya di Indonesia. Kemudian, Badan Ekonomi Kreatif (BEKRAF) juga menilai bahwa usaha industri kuliner di Indonesia saat ini berkembang dari sebelumnya, sehingga BEKRAF menyimpulkan bahwa berkembangnya usaha kuliner akan meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

Selanjutnya, dengan adanya kontribusi bisnis kuliner tersebut pemerintah yang salah satunya BEKRAF mengusung kota Bandung di bidang industri kreatif (salah satunya adalah bisnis kuliner). Menurut *website* resmi BEKRAF (2017), industri kreatif meliputi aplikasi dan pengembang permainan, arsitektur, desain interior, desain komunikasi visual, desain produk, *fashion*, film, animasi, dan video; fotografi, kriya, kuliner, musik, penerbitan, periklanan, seni pertunjukan, seni rupa, televisi dan radio. Selanjutnya, dikatakan bahwa di antara ke-enam belas subsektor tersebut, 40% didominasi oleh kuliner di kota Bandung (BEKRAF, 2017). Hal itu menunjukkan bahwa industri kreatif di kota Bandung didominasi oleh bisnis kuliner. Kementerian Pariwisata juga menyatakan bahwa kota Bandung salah satu kota yang terpilih menjadi destinasi wisata kuliner Indonesia. Kemudian, Kementerian Pariwisata juga mengatakan industri kuliner memberikan kontribusi senilai Rp 208,6 triliun dengan pertumbuhan rata-rata sekitar 4,5% pada tahun 2013.

Membantu penyerapan tenaga kerja hingga 3,7 juta orang dengan rata-rata pertumbuhan mencapai 26%.

Berdasarkan fenomena dan kontribusi bisnis kuliner di Indonesia dan di kota Bandung khususnya, maka terdapat peluang besar untuk mengembangkan bisnis berbasis kuliner yang kreatif. Salah satu bisnis kuliner kreatif yang dikembangkan adalah Mangkok Noesantara yang memberi kemudahan kepada para konsumen untuk mengkonsumsi makanan dengan sajian yang cepat. Mangkok Noesantara bertempat di lingkungan Universitas Parahyangan dan Parahyangan Residences. Oleh karena itu, penulis memanfaatkan peluang untuk memberi kemudahan kepada konsumen untuk mencari makanan di sekitar tempat tinggal konsumen. Mangkok Noesantara ini adalah bisnis kuliner dengan berbagai makanan – makanan dari seluruh Indonesia. Penulis sangat meyakini bahwa Mangkok Noesantara ini bisa berkembang sampai ke seluruh Indonesia. Oleh karena itu, proyek akhir bisnis ini dilakukan untuk menganalisis perencanaan dan implementasi dalam bisnis Mangkok Noesantara.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, berikut ini beberapa rumusan masalah yang akan dikaji lebih lanjut adalah:

1. Bagaimana perencanaan bisnis Mangkok Noesantara dari berbagai aspek bisnis?
2. Bagaimana implementasi bisnis Mangkok Noesantara dari berbagai aspek bisnis?

1.3 Maksud dan Tujuan

Maksud adanya proyek akhir bisnis ini adalah diharapkan bisnis kuliner Mangkok Noesantara dapat meningkatkan performa bisnis dari Mangkok Noesantara. Adapun tujuan laporan ini adalah:

1. Menganalisis lingkungan eksternal bisnis Mangkok Noesantara bisnis dari berbagai aspek bisnis.
2. Menganalisis *segmentation* dan *positioning* bisnis Mangkok Noesantara
3. Menganalisis faktor internal dan eksternal bisnis Mangkok Noesantara
4. Menganalisis rencana pemasaran bisnis Mangkok Noesantara
5. Menganalisis rencana keuangan

6. Melihat perkembangan dari perencanaan sampai implementasi bisnis Mangkok Noesantara

1.4 Batasan Masalah

Dalam laporan ini, terdapat pembatasan periode analisa yaitu sejak hari pertama perencanaan bisnis Mangkok Noesantara 1 April sampai 31 Juni 2018 (tiga bulan implementasi bisnis). Lokasi pelaporan adalah di Bandung. Laporan proyek akhir ini terbatas hanya untuk bisnis kuliner Mangkok Noesantara.

1.5 Metode Penelitian

Performa bisnis yang dilaksanakan dalam laporan ini adalah metode deskriptif terhadap bisnis *Rice Bowl*, yaitu dengan menjabarkan perencanaan dan implementasi bisnis Mangkok Noesantara.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan laporan proyek akhir ini terdiri dari lima bab yaitu:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan tentang latar belakang masalah, tujuan penulisan tugas akhir dan manfaat penulisan tugas akhir.

BAB II: LANDASAN TEORI

Bab ini menjelaskan kerangka teoritis yang dijadikan landasan berpikir dalam menjawab masalah penelitian yang diajukan sehingga dapat mempertajam konsep yang digunakan.

BAB III: PERENCANAAN BISNIS

Bab ini menjelaskan tentang bagaimana cara merencanakan sebuah bisnis yang terdiri dari analisis lingkungan eksternal, analisis industri, analisis persaingan dan konsumen, rencana pemasaran, rencana operasi, dan rencana keuangan.

BAB IV: ANALISIS IMPLEMENTASI BISNIS

Bab ini menjelaskan tentang laporan kegiatan, analisa gap rencana dan realisasi.

BAB V: KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini menjelaskan tentang kesimpulan dan saran dari tugas akhir.