

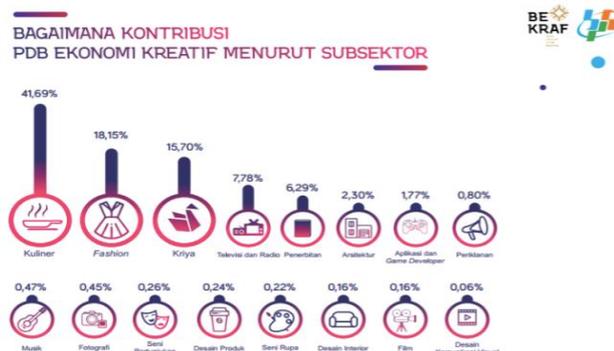
BAB I

PENDAHULUAN

I.1. Latar Belakang

Setiap manusia mempunyai kebutuhan mendasar. Menurut sifatnya, kebutuhan itu dibagi dua yaitu kebutuhan yang mempunyai sifat konkrit dan yang bersifat abstrak. Kebutuhan konkrit pada umumnya disebut dengan kebutuhan sandang, pangan maupun papan. Sedangkan kebutuhan yang mempunyai sifat abstrak contohnya perasaan ingin dihargai, aman, dan sebagainya. Salah satu kebutuhan manusia yang mendasar adalah kebutuhan fisiologis, yaitu kebutuhan akan air, makanan, dan oksigen (Maslow, 1997). Kebutuhan tersebut ialah hal yang sangat penting untuk terpenuhi agar tidak menimbulkan dampak buruk pada keberlangsungan hidup seseorang.

Badan Pusat Statistik (BPS) mengemukakan adanya pertumbuhan industri kuliner di Indonesia telah mencapai pada angka 8% yaitu pada tahun 2012 dan meningkat pada tahun 2013 di angka 13%. Data Badan Ekonomi Kreatif menjelaskan bahwa ada tiga sektor yang menyumbang lebih dari 50 persen untuk perekonomian kreatif yaitu kerajinan, mode dan kuliner. Sektor kuliner berkontribusi paling besar diantara sektor lainnya yaitu sebesar 41,69 persen. Hal ini menggambarkan banyaknya usaha kuliner begitu juga dengan luasnya pasar bagi usaha kuliner.



Gambar 1.1. Kontribusi PDB Ekonomi Kreatif

Sumber : Badan Ekonomi Kreatif, 2018

Teknik untuk memasak telah mengalami perkembangan hingga seluruh daerah yang ada di penjuru dunia telah memiliki sebuah teknik untuk memasak dan juga variasi makanannya sendiri. Hal ini telah menjadikan makanan menjadi suatu hal yang berfungsi sebagai sebuah produk budaya. Berangkat dari pemahaman yang telah dipaparkan, kuliner telah dijadikan salah satu komoditas industri kreatif berbasis budaya. Hal ini mendorong adanya subsektor kuliner untuk menjadikannya salah satu dari lima belas subsektor ekonomi kreatif di Indonesia.

Negara yang telah menjadikan kuliner atau industri yang berkaitan dengan makanan dan minuman ke dalam sektor industri kreatif antara lain Italia dan dua negara bagian yang berada di Amerika Serikat, yaitu Washington DC dan Mississippi. Berdasarkan laporan yang dikeluarkan dari negara-negara tersebut, dapat dilihat bahwa Italia memasukan *food and wine industry* ke dalam industri kreatif karena produk makanan seperti keju, daging olahan, dan *wine* merupakan produk budaya negara tersebut.

Di Indonesia, terdapat beberapa hal yang dapat dijadikan sebuah faktor adanya peluang bagi perkembangan suatu bisnis kuliner. Pertama ialah keberagaman budaya ataupun etnis yang ada sehingga menjadi sebuah potensi yang tinggi dalam hal warisan kuliner nusantara. Setiap daerah yang memiliki sebuah keunikan tersendiri potensial untuk dikembangkan. Beberapa aspek yang dapat menjadi nilai utama dari keberagaman sumber daya alam dan budaya kuliner Indonesia antara lain kekayaan kuliner tradisional yang variatif, produk kuliner yang memiliki nilai-nilai budaya yang dapat menjadi sumber inspirasi untuk menciptakan sebuah kreasi dan kekayaan pada cita rasa makanan-makanan Indonesia.

Selain keberagaman budaya yang ada di Indonesia, kemajuan teknologi yang semakin maju adalah sebuah peluang bisnis kuliner di era digital yang dapat dikembangkan dan dimaksimalkan demi meraih keuntungan yang lebih besar. Bahkan dengan adanya kemajuan teknologi di era digital ini, bisnis kuliner dapat dikembangkan dengan lebih mudah dan dikelola dengan lebih cepat dan efisien. Contohnya adalah dengan adanya moda transportasi ojek online di era digital

yang dapat dijadikan peluang bagi sebuah bisnis untuk memperluas pasar. Dengan adanya layanan pesan antar bisnis kuliner dapat memperluas target konsumen serta pangsa pasar dengan menyediakan layanan pesan antar.

Melihat adanya peluang yang ada di Indonesia yaitu dengan besarnya minat masyarakat terhadap industri kuliner, selain itu adanya nilai-nilai kebudayaan ataupun adanya keberagaman etnis yang ada di Indonesia dan contoh dari negara lain dengan menjadikan kuliner sebagai salah satu kebudayaan yang dimiliki oleh negara tersebut, ditambah dengan adanya kemajuan teknologi yang kini telah berkembang, maka teretuslah sebuah bisnis kuliner bernama Kedai Bang Madun.

Kedai Bang Madun adalah usaha kuliner yang telah berdiri pada tahun 2015. Kedai Bang Madun pada awalnya memiliki gerai yang terletak di Jalan Raya Condet namun hal tersebut tidak berlangsung lama. Hal ini dikarenakan masih kurangnya perhatian untuk fokus dalam mengembangkan atau mengelola bisnis dan belum terarahnya tujuan ataupun kurang matangnya strategi untuk menjalankan bisnis tersebut.

I.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas dengan peluang-peluang bisnis yang ada dan permasalahan yang ada yang menyebabkan gerai Kedai Bang Madun berhenti dibuka. Maka rumusan masalah bagi penelitian ini ialah bagaimanakah cara Kedai Bang Madun akan beroperasi lagi secara efektif dan efisien melalui perancangan *value proposition design*, rencana pemasaran dan rencana operasi yang dapat di implementasikan dalam menjalani bisnis Kedai Bang Madun.

I.3. Maksud dan Tujuan

Maksud dari adanya analisa ini diharapkan bisnis Kedai Bang Madun dapat menjadi bisnis yang berkembang dengan adanya analisis perencanaan bisnis hingga proses implementasi yang matang.

Tujuan dari adanya laporan ini adalah :

1. Merancang konsep *branding* melalui *value proposition* yang tepat bagi bisnis Kedai Bang Madun

2. Membuat perencanaan operasi bisnis Kedai Bang Madun
3. Membuat perencanaan pemasaran bisnis Kedai Bang Madun

I.4. Batasan Masalah

Laporan analisis bisnis Kedai Bang Madun dibataskan hingga perencanaan dan implementasi bisnis Kedai Bang Madun. Lokasi penelitian dilakukan di kota Jakarta selama 3 bulan dari bulan Januari 2019 – Maret 2019. Ruang lingkup penelitian ini hanya terbatas pada bisnis Kedai Bang Madun.

I.5. Metode Penelitian

Studi implementasi bisnis “Kedai Bang Madun” menggunakan metode deskriptif, untuk menjabarkan perencanaan bisnis yaitu dengan merancang *value proposition*, perencanaan yang merupakan fokus pada rencana operasi dan pemasaran, mengimplementasikan bisnis, serta menganalisis *gap* antara perencanaan dan implementasi dengan analisa berbagai aspek bisnis.

I.6. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dari laporan proyek akhir ini akan terdiri dari lima bab dan akan diuraikan sebagai berikut :

Bab I Pendahuluan

Pada bab ini berisikan pendahuluan yaitu latar belakang dari adanya bisnis ini, rumusan masalah, maksud dan tujuan, metode penelitian, batasan penelitian dan sistematika penulisan.

Bab II Landasan Teori

Pada bab kedua dari karya ilmiah ini berisi landasan teori dan menjabarkan teori-teori yang akan mendukung proses perencanaan dan analisis.

Bab III Metode Penelitian

Pada bab ini dipaparkan analisis dan perencanaan bisnis yang terdiri dari analisis industri, analisis persaingan dan konsumen, *Business model canvas*, rencana pemasaran, rencana operasi, dan rencana keuangan pada Kedai Bang Madun.

Bab IV Analisis Implementasi Bisnis

Bab ini merupakan bab analisa implementasi bisnis terdiri dari laporan kegiatan selama kurun waktu 3 bulan dan analisis gap dari rencana tahap awal yang disusun dan dibuat dengan eksekusinya selama 3 bulan tersebut.

Bab V Kesimpulan dan Saran

Pada Bab ini dipaparkan kesimpulan dan terdiri dari saran dan hasil dari penelitian penulis tentang laporan proyek akhir