

## BAB I

### PENDAHULUAN

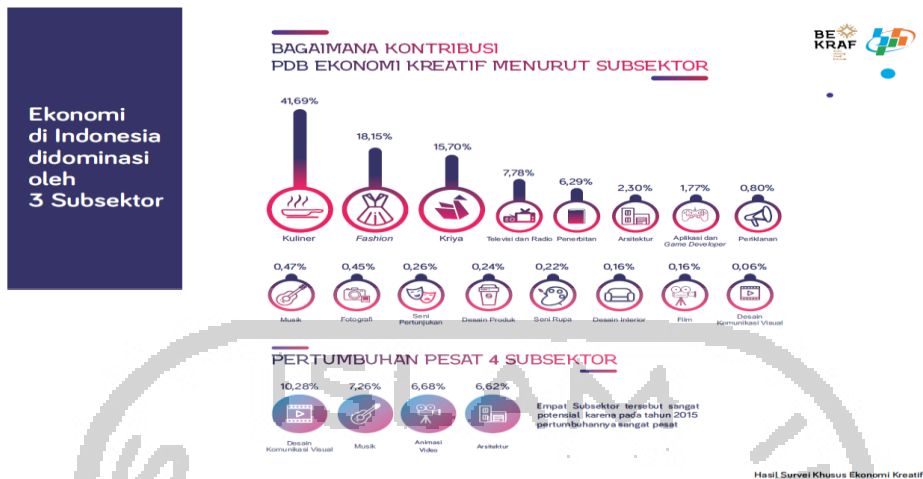
#### 1.1 Latar Belakang

Industri kuliner bisa dikatakan merupakan industri yang sangat strategis untuk mengembangkan perekonomian di Indonesia. Hal itu dapat disimpulkan karena kuliner merupakan kebutuhan pokok setiap individu. Kuliner bukan hanya sebagai sebuah kebutuhan konsumsi tetapi telah menjadi gaya hidup kebanyakan orang.

Industri kuliner ini dipilih karena pertumbuhan industri UMKM di Jogja sendiri selalu mengalami pertumbuhan positif di setiap tahunnya. Ini tak lepas dari setiap tahunnya angka urbanisasi kota Yogyakarta selalu meningkat, terlihat dari jumlah perantau dan mahasiswa baru yang berdatangan dari berbagai kota di Indonesia.

Pada sebuah industri kuliner atau makanan memiliki trend dikalangan konsumen, dimana masyarakat khususnya kota Yogyakarta cenderung lebih memilih jajan atau makan diluar rumah, industri makanan itu sendiri terus berkembang seiring perkembangan jaman baik dalam segi inovasi produk maupun pembaharuan jenis produk makanan.

Selain itu Yogyakarta menjadi kota yang sangat potensial untuk berbisnis terutama pada industri kuliner. Kota Yogyakarta menjadi destinasi pariwisata dunia baik wisatawan lokal maupun mancanegara. Pariwisata dan makanan merupakan duet ideal. Dibuktikan dari keberadaan restoran, kafe, rumah makan, atau *bar*.



**Gambar 1.1. Data Statistik dan Hasil Survei Ekonomi Kreatif.**

Berdasarkan gambar 1.1 data yang dihimpun oleh bekraf (badan ekonomi kreatif), industri kuliner merupakan subsektor yang paling berkontribusi dalam sektor ekonomi kreatif sebesar 41,69%. Hal ini dapat disimpulkan bahwa jumlah permintaan oleh konsumen di industri kuliner sangat tinggi.

Berdirinya QiwQiw Drinks didasarkan oleh perilaku konsumen pada era ini lebih mengutamakan kecepatan dan fleksibilitas dalam menikmati sebuah produk. Hal ini menjadi alasan utama bagi pelaku bisnis untuk mengusung konsep *take away* dalam menjalankan bisnis. Namun tidak menutup kemungkinan bagi para konsumen untuk dapat menikmati indahnya senja maupun malam di area QiwQiw Drinks berada.

Produk yang ditawarkan ke pasaran merupakan produk yang biasanya hanya dijual di kafe - kafe dengan harga yang kurang bersahabat di kantong mahasiswa. Dengan demikian, melakukan *low pricing* dengan perhitungan matang sehingga harga yang ditetapkan sangat terjangkau oleh mahasiswa, tetap memberikan keuntungan yang optimal bagi QiwQiw Drinks.

Aspek pemasaran yang dianalisa QiwQiw Drinks ditunjukkan kepada kalangan pelajar Generasi Z ( mahasiswa / pelajar ) memiliki tingkat konsumtif yang tinggi. Tempat yang strategis dekat dengan universitas, per sekelohan menengah pertama, lokasi QiwQiw Drinks beroperasi berada di Resto Kebun Buah Naga Jl. Kaliuarang.

Aspek operasional industri minuman yang digeluti QiwQiw Drinks ini memproduksi produk pada umumnya, yaitu dengan mengambil bahan baku / produk dari pemasok kemudian di kelola sehingga menjadi produk minuman dan disajikan ke konsumen.

QiwQiw Drinks akan dijalankan langsung oleh pelaku usaha sebanyak empat orang yang memiliki tugas dan deskripsi pekerjaan masing - masing. Dalam operasional toko akan di kelola langsung oleh manajer operasional untuk mengontrol kualitas produk, bahan baku, dan rantai pasokan produk dari tahap *input* – transformasi – *output*.

Pengembangan bisnis merupakan salah satu kegiatan yang paling sulit, tetapi juga salah satu kegiatan yang paling bermanfaat. Tujuan dari pengembangan bisnis ini adalah untuk memastikan bahwa bisnis ini memberikan nilai dan manfaat bagi organisasi, memberikan cukup sumber daya untuk beroperasi dan untuk menjamin kelangsungan hidup jangka panjang dari bisnis (Nelke, 2010). Untuk menjalankan pengembangan bisnis ini dibutuhkan sebuah strategi untuk menjalankannya. Strategi adalah pola dari tindakan dan alokasi sumber daya yang dirancang untuk mencapai tujuan organisasi (Bateman&Snell, 2007).

## 1.2 Sistematika Laporan

Sistematika laporan rancang bangun dan implementasi bisnis memiliki beberapa bagian, baik bagian awal, bagian tengah/inti, dan bagian akhir. Bagian awal terdiri dari sampul depan dan halaman judul. Bagian tengah/inti dari laporan rancang bangun dan implementasi bisnis dibagi menjadi tiga bagian, yakni Bab I, II, III, dan IV. Bab I berisikan pendahuluan dimana terdiri dari sub bab latar belakang dan sistematika laporan. Pada bagian latar belakang diuraikan tentang munculnya ide bisnis yang dijalankan serta bagaimana proses menganalisis kelayakan dari bisnis tersebut. Pada bagian sistematika laporan menjelaskan secara singkat bagaimana laporan tugas akhir rancang bangun dan implementasi bisnis disusun.

Pada bagian Bab II laporan umum pelaksanaan kegiatan bisnis, terdiri dari beberapa sub bab yaitu Profil bisnis dan Pelaksanaan bisnis. Pada bagian profil bisnis, menguraikan tentang profil bisnis dan pelaksanaan bisnis secara umum yang meliputi bidang usaha, lokasi usaha, kapan berdiri, dan perkembangan bisnis secara umum. Pada bagian pelaksanaan bisnis berisikan tentang beragam aspek aspek yang ditinjau, seperti Sumber Daya Manusia, Operasi / Produksi, Pemasaran, dan Keuangan.

Pada bagian Bab III identifikasi dan pemecahan masalah terdapat beberapa sub bab bagian, yaitu identifikasi masalah, tinjauan teoritis, dan pemecahan masalah. Pada bagian identifikasi masalah menguraikan tentang permasalahan yang dihadapi oleh pelaku bisnis didalam membuat suatu bisnisnya, kemudian bagian tinjauan teoritis berisikan tentang teori yang berkaitan dengan permasalahan yang muncul, lalu pada bagian pemecahan masalah menguraikan tentang teori atau pendekatan apa yang dipakai untuk menyelesaikan masalah yang dihadapi dan bagaimana tingkat efektifitasnya.

Pada bagian Bab IV kesimpulan dan rekomendasi menguraikan tentang pelaksanaan bisnis secara umum, pelaksanaan aspek fungsional dan penyelesaian masalah yang dihadapi sebagaimana telah diuraikan pada Bab III, serta berisi saran kepada calon wisudawan yang akan berkecimpung di bidang usaha yang sama dengan yang dijalankan.

Kemudian di bagian akhir berisikan tentang daftar pustaka dan lampiran lampiran di dalam menunjang bisnis yang dijalankan.

