

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Bisnis kuliner merupakan salah satu bisnis yang paling diminati dan memiliki prospek yang baik. Hal ini disebabkan peluang bisnis pada sektor Makanan dan Minuman sangat menguntungkan. Dapat dikatakan peluang bisnis pada sektor Makanan dan Minuman sangat terbuka lebar karena semua manusia membutuhkan makanan dan minuman. Pada era *Digitalisasi* saat ini, pengusaha dituntut untuk melakukan perubahan serta inovasi dalam bidang usaha yang digelutinya sehingga dapat menjaga dan mengontrol konsumen agar tidak berpaling terhadap kompetitor lain. Selain itu, pengusaha juga harus meningkatkan pelayanan serta melakukan inovasi-inovasi terhadap produk yang di produksi.

Dalam suatu pemasaran banyak sekali bentuk dan anekaragam minuman dari yang murah sampai yang mahal. Untuk kebutuhan sehari-hari banyak sekali aktivitas yang dijalani oleh setiap orang, dengan aktivitas yang semakin padat membuat banyak orang membutuhkan asupan minuman tambahan yang bermanfaat untuk kesehatan tubuh. Minuman-minuman yang tersedia dipasaran saat ini memang sudah beragam, namun kebanyakan harga yang ditawarkan relatif mahal. Oleh karena itu, saya akan menciptakan produk minuman dengan harganya terjangkau namun tetap mementingkan higienis juga dengan mendigitalisasikan produk tersebut.

Salah satu Digitalisasi yang saya gunakan yaitu media sosial seperti *Instagram, Tik-Tok, Facebook, dan Google Ads*. Dengan menggunakan teknik pemasaran seperti ini maka akan bisa memaksimalkan penjualan minuman dan makanan dengan baik, hal tersebut dikarenakan dengan menggunakan fitur promosi seperti media sosial dan *Google Ads*, akan bisa menjangkau lebih luas lagi kepada konsumen dengan tentunya memadukan teknik editing video produk yang menarik maka akan menambah minat pembeli untuk membeli produk DeRiCrive saya.

Dengan latar belakang tersebut saya akan membuat usaha “DERICRAVE”. Produk dari Bran DeRiCrave saya berfokus pada produk minuman ES Teh yang dikombinasikan dengan berbagai macam rasa yang tentunya tidak akan membuat konsumen cepat bosan dan berpaling ke kompetitor. Minuman kekinian, khususnya es teh, telah menjadi bagian integral dari gaya hidup masyarakat Indonesia. Inovasi dalam pembuatan es teh dengan berbagai rasa telah memberikan warna baru dan semangat bagi industri minuman di tanah air. Industri minuman di Indonesia terus berkembang seiring dengan perubahan selera konsumen dan perkembangan tren gaya hidup. Kehadiran minuman kekinian menjadi salah satu pendorong utama pertumbuhan industri ini, dengan minuman es teh menjadi salah satu produk yang paling diminati.

Es Teh pastinya sudah tidak asing di telinga masyarakat Indonesia. Bahkan saya sendiri termasuk penggemar Es Teh, namun di sini saya mengkombinasikan produk minuman dengan beberapa varian rasa serta beberapa menu minuman lain. Agar konsumen tetap terjaga saya akan terus melakukan inovasi terhadap produk dengan melakukan *Digitalisasi*, serta kedepannya akan saya kembangkan menjadi sebuah Franchise. Teh sendiri bisa dijumpai di warung-warung, di pinggir jalan, bahkan di restoran pun juga menawarkan minuman teh. Kesegaran minuman teh memang sangat digemari oleh masyarakat Indonesia dan bahkan telah menjadi kebiasaan minuman sehari-hari apalagi dengan harga yang begitu murah. Hal inilah yang membuat para pelaku usaha baru mencoba menginovasi minuman teh dengan rasa yang unik agar masyarakat tidak merasa jenuh dengan rasa yang itu-itu saja. Dengan banyaknya gerai-gerai yang menawarkan minuman inovasi teh kekinian berarti menunjukkan bahwa produk ini sangat digandrungi oleh masyarakat. Namun dengan banyaknya rasa dan merek dari inovasi minuman teh yang ditawarkan oleh pelaku usaha diluar sana pastinya membuat konsumen lebih teliti untuk melakukan suatu keputusan pembelian.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penulisan Kewirausahaan DeRiCrave Minuman dan Makanan kekinian, maka bisa di rumuskan beberapa masalah berikut ini:

1. Bagaimana cara DeRiCrave menghadapi kondisi saat musin penghujan ?
2. Bagaimana cara menerapkan Sosial Media Marketing untuk menciptakan strategi bisnis pengembangan pada usaha DeRiCrave?
3. Apa dampak digital marketing dari usaha DeRiCrave ?

1.3 Batasan Masalah

Adapun batasan masalah pada usaha DeRiCrave adalah sebagai berikut :

1. DeRiCrave hanya memfokuskan pada penjualan minuman berbahan dasar teh.
2. DeRiCrave hanya menjual minuman dingin dan belum menyediakan varian panas.
3. Jam oprasional DeRiCrave mulai dari jam 10.00 – 16.00.

1.4 Manfaat dan Tujuan Penulisan

Adapun manfaat dan tujuan penulisan laporan ini adalah sebagai berikut :

1.4.1 Manfaat Penulisan

1. Bagi masyarakat, memberikan sebuah pemikiran baru kepada pelaku usaha UMKM di industri yang sama mengenai pemahaman tentang Sosial Media Marketing sebagai solusi dalam menciptakan alternatif strategi dalam berbisnis.
2. Bagi penulis, penulis dapat mengaplikasikan teori yang sudah didapat dalam studinya guna merancang, membangun dan mengembangkan usaha agar lebih baik dari sebelumnya.
3. Bagi pembaca, dapat menjadi suatu informasi dan *referensi* yang berguna untuk dikembangkan pada usaha yang akan di bangun.

1.4.2 Tujuan Penulisan

1. Menyusun rencana usulan strategi bisnis yang sesuai dengan industri minuman dan makanan pada DeRiCrave.
2. Untuk mengetahui bagaimana penerapan Sosial Media *Marketing* dalam menciptakan strategi bisnis untuk mengembangkan usaha industri minuman dan makanan pada produk DeRiCrave.
3. Untuk mendokumentasikan informasi terkait bisnis, seperti rencana bisnis, strategi pemasaran, dan laporan keuangan.

