

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Penelitian**

Penulis memilih untuk menjalankan bisnis ini karena adanya kewajiban akademik dalam mata kuliah peminatan *entrepreneurship*, di mana setiap mahasiswa diwajibkan untuk membuktikan kemampuan dalam merancang, membangun, dan mengelola sebuah usaha sebagai salah satu syarat kelulusan skripsi. Oleh karena itu, menjalankan bisnis secara nyata menjadi bentuk pembuktian bahwa penulis mampu menerapkan teori kewirausahaan yang telah dipelajari selama perkuliahan. Kewajiban akademik ini sekaligus menjadi landasan utama bagi penulis untuk tidak hanya membuat konsep bisnis secara tertulis, tetapi benar-benar mengoperasikannya agar memperoleh pengalaman empiris yang relevan dengan dunia wirausaha.

Selain sebagai pemenuhan syarat akademik, penulis juga memiliki motivasi pribadi untuk memulai usaha sebagai sumber pendapatan tambahan. Profitabilitas menjadi salah satu pertimbangan penting karena kemampuan bisnis menghasilkan laba akan menentukan keberlanjutan usaha dalam jangka panjang. Dari berbagai peluang yang dapat dijalankan, penulis memilih bisnis minuman dan makanan berbasis buah karena dinilai memiliki potensi keuntungan stabil, biaya operasional yang relatif terjangkau, serta relevan dengan tren gaya hidup sehat yang semakin meningkat di masyarakat.

Usaha ini dikembangkan sebagai bentuk respons terhadap permasalahan yang dihadapi konsumen dalam aktivitas sehari-hari, khususnya yang berkaitan dengan pola konsumsi buah dan penerapan gaya hidup sehat. Meskipun tingkat kesadaran masyarakat terhadap pentingnya asupan buah bagi kesehatan semakin meningkat, kelompok pelajar, mahasiswa, dan pekerja perkotaan masih menghadapi berbagai hambatan, seperti keterbatasan waktu, rendahnya tingkat kepraktisan, serta kurangnya kemampuan dalam mengolah buah menjadi produk yang menarik dan mudah dikonsumsi. Di sisi lain, buah segar sering dipersepsikan sebagai produk yang kurang praktis karena memerlukan proses pencucian, pemotongan, dan memiliki daya simpan yang relatif singkat, sehingga berpengaruh terhadap rendahnya frekuensi konsumsi. Kondisi tersebut menimbulkan ketidaksesuaian antara pemahaman akan pentingnya pola hidup sehat dengan perilaku konsumsi aktual masyarakat. Oleh karena itu, bisnis minuman dan makanan berbasis buah ini dirancang sebagai solusi yang menyediakan produk siap konsumsi yang praktis dan bernilai gizi, guna memenuhi kebutuhan konsumen akan alternatif makanan dan minuman sehat yang sesuai dengan tuntutan efisiensi waktu dan kenyamanan.

Penulis juga merasa yakin karena telah memiliki pengalaman sebelumnya dalam membuat smoothies, jus buah, dan salad buah. Pengalaman tersebut menjadi modal kompetensi yang mendukung keyakinan bahwa bisnis ini tidak hanya sekedar memenuhi kebutuhan akademik, tetapi juga dapat dijalankan secara nyata. Keyakinan ini diperkuat oleh potensi pasar yang besar, di mana masyarakat

Indonesia masih memiliki tingkat konsumsi buah yang rendah dan membutuhkan solusi praktis untuk meningkatkan asupan nutrisi harian.

Menjalankan bisnis ini secara langsung (*running business*) juga menjadi bagian penting untuk mengatasi keterbatasan pengalaman berjualan yang dimiliki penulis. Praktik lapangan memungkinkan penulis mendapatkan wawasan nyata mengenai perilaku konsumen, proses produksi, pengelolaan keuangan, hingga tantangan operasional harian yang tidak bisa sepenuhnya dipahami hanya melalui teori. Dengan menjalankan usaha secara langsung, penulis dapat membuktikan kapasitas diri dalam berbisnis serta mengimplementasikan teori-teori *entrepreneurship* seperti *value creation*, *customer discovery*, dan manajemen operasional. Langkah ini juga menjadi bentuk validasi terhadap model bisnis yang dirancang, apakah sesuai dengan kebutuhan pasar dan mampu menghasilkan *profit* yang stabil.

Pada tahap awal pelaksanaannya, terdapat keraguan terhadap kemampuan mahasiswa dalam menjalankan sebuah bisnis secara mandiri, mengingat keterbatasan pengalaman praktis yang dimiliki meskipun telah dibekali dengan pengetahuan dan teori yang memadai. Oleh sebab itu, penyusunan skripsi ini sekaligus menjadi sarana pembuktian apakah mahasiswa benar-benar mampu merealisasikan pengetahuan yang telah diperoleh ke dalam praktik bisnis yang konkret, serta mampu mempertahankan dan mengelola usaha tersebut secara konsisten selama periode penyusunan skripsi. Dengan demikian, penelitian ini tidak

hanya berfungsi sebagai pemenuhan tugas akhir, tetapi juga sebagai tolak ukur kesiapan penulis dalam menghadapi tantangan dunia kewirausahaan secara nyata.

## **1.2 Rumusan Masalah dan Pertanyaan Penelitian**

1. Bagaimana membuktikan bahwa bisnis Dolce Dicha dapat berjalan dan beroperasi secara konsisten, baik dari sisi proses produksi, kualitas produk, pemasaran, maupun keuangan?
2. Bagaimana memastikan strategi pemasaran dapat dilakukan secara efektif untuk mencapai target penjualan?

## **1.3 Manfaat Penelitian**

Penelitian ini memberikan beberapa manfaat penting yang selaras dengan tujuan awal dibangunnya Dolce Dicha, yaitu menyediakan produk sekali konsumsi yang praktis namun tetap kaya nutrisi. Melalui proses validasi, perencanaan, dan pengembangan bisnis, penulisan ini diharapkan mampu memberikan dampak yang berarti bagi konsumen, pelaku industri, dan tim peneliti. Manfaat penelitian ini dapat dijelaskan sebagai berikut:

### **1.2.1 Manfaat Bagi Konsumen**

Penelitian ini bermanfaat bagi konsumen karena menghadirkan solusi berupa minuman buah sekali konsumsi yang mengandung berbagai nutrisi dalam satu kemasan praktis. Produk Dolce Dicha dirancang untuk menjawab kebutuhan masyarakat modern yang sering kali tidak memiliki waktu untuk menyiapkan buah, namun tetap ingin menjaga pola hidup sehat. Dengan menghadirkan smoothies, salad buah, dan jus buah rendah gula, penelitian ini membantu konsumen

mendapatkan pilihan yang lebih aman, alami, dan sesuai kebutuhan gaya hidup sehat tanpa harus mengorbankan rasa.

### **1.3.2 Manfaat Bagi Industri**

Bagi industri, penelitian ini memberikan kontribusi dalam bentuk model usaha minuman sehat yang sesuai dengan tren konsumsi masa kini. Konsep produk sekali minum yang sudah mengandung banyak nutrisi dapat menjadi referensi bagi pelaku UMKM *F&B* dalam menciptakan inovasi baru. Selain itu, penelitian ini menunjukkan bagaimana sebuah bisnis minuman dapat dijalankan dengan pendekatan efisiensi bahan baku, standar kualitas yang konsisten, strategi pemasaran digital, serta manajemen operasional yang rapi. Dengan demikian, penelitian ini memberi gambaran bagi industri untuk mengembangkan produk sehat yang tidak hanya memiliki daya tarik tersendiri, tetapi juga menyesuaikan dengan tuntutan dan preferensi pasar masa kini.

### **1.2.2 Manfaat Bagi Penulis / Tim Peneliti**

Bagi tim peneliti, penelitian ini menjadi sarana untuk mempelajari proses membangun bisnis secara nyata, mulai dari perumusan ide, validasi konsumen, uji coba produk, hingga evaluasi hasil penjualan. Melalui penelitian ini, tim mendapatkan pengalaman langsung dalam merancang produk sekali konsumsi yang kaya nutrisi, mengatur operasional harian, mengelola keuangan, serta menerapkan strategi pemasaran. Pengalaman praktis ini menjadi bekal penting bagi tim dalam mengembangkan kemampuan kewirausahaan yang profesional dan kompetitif,

sekaligus memahami bagaimana menciptakan solusi bisnis yang benar-benar dibutuhkan oleh konsumen.

#### **1.4 Sistematika Penulisan**

Penyusunan laporan ini dilakukan dengan alur yang terstruktur agar pembahasan mudah dipahami dan menunjukkan alur pemikiran tim dalam melakukan validasi serta perencanaan bisnis Dolce Dicha. Setiap bab saling terhubung dan mendukung satu sama lain untuk memberikan gambaran lengkap mengenai proses analisis, pengembangan, hingga evaluasi usaha yang dijalankan. Susunan penjabaran laporan ini disampaikan melalui struktur berikut:

##### **Bab I - Pendahuluan**

Bab 1 berisi penjelasan mengenai latar belakang yang mendasari pemilihan bisnis Dolce Dicha, termasuk perkembangan tren hidup sehat, kebutuhan konsumen terhadap produk praktis, serta pengalaman tim dalam menjalankan usaha. Bab ini juga memuat rumusan masalah, baik secara umum maupun per bidang (*CEO, CMO, CFO, COO*), sebagai dasar analisis dalam penelitian. Selain itu, Bab 1 mencantumkan manfaat penelitian bagi konsumen, industri, dan tim peneliti. Bagian akhir bab ini memberikan gambaran ringkas sistematika laporan yang digunakan untuk menyusun keseluruhan penelitian.

##### **Bab II - Bentuk Badan Usaha, Struktur Organisasi, dan Dokumen Legal**

Bab ini membahas gambaran umum mengenai bisnis Dolce Dicha yang meliputi bentuk badan usaha, struktur organisasi, pembagian peran setiap divisi,

serta legalitas usaha. Selain itu, bab ini juga menjelaskan dokumen hukum yang dimiliki perusahaan, seperti Hak Cipta dan Nomor Induk Berusaha (NIB), serta persentase kepemilikan usaha beserta alasan pembagiannya. Seluruh bagian dalam bab ini bertujuan memberikan pemahaman mengenai fondasi internal dan legal yang menjadi dasar operasional Dolce Dicha.

### **Bab III - Landasan Teori Umum dan Teori Khusus**

Bab 3 membahas gambaran umum usaha Dolce Dicha yang meliputi bentuk badan usaha, struktur organisasi, peran masing-masing divisi, serta kelengkapan dokumen legal yang diperlukan untuk menjalankan bisnis secara sah. Bab ini juga menjelaskan proporsi kepemilikan usaha beserta alasan pembagiannya berdasarkan beban kerja dan kontribusi masing-masing anggota tim. Dengan penyajian tersebut, Bab 3 memberikan pemahaman menyeluruh mengenai landasan operasional, struktur manajerial, serta legalitas yang mendukung keberjalanan bisnis Dolce Dicha.

### **Bab IV - Deskripsi Bisnis dan Fungsi Bisnis**

Bab ini membahas gambaran menyeluruh mengenai pelaksanaan bisnis Dolce Dicha, mulai dari konsep produk, target pasar, dan keunggulan kompetitif. Selain itu, bab ini menjelaskan hasil operasional selama periode penelitian, termasuk proses validasi, performa penjualan harian, dan evaluasi kegiatan pada setiap divisi (*CEO, CMO, CFO, COO*). Bab ini juga menyajikan analisis kelayakan usaha berdasarkan data nyata, pencapaian target, kendala yang muncul, serta strategi perbaikan yang diterapkan untuk menjaga keberlangsungan bisnis.

## **Bab V - Pengembangan Usaha dan Peran Tim dalam Kelompok**

BAB V membahas tentang strategi pengembangan bisnis Dolce Dicha berdasarkan hasil evaluasi pada fase WMK, magang, dan periode skripsi. Bab ini menjelaskan arah pengembangan usaha, mulai dari peningkatan operasional, perluasan pasar, hingga penguatan peran masing-masing divisi (*CEO, CMO, CFO*). Bab ini juga menguraikan rencana pertumbuhan bisnis untuk tiga tahun ke depan, termasuk target omzet, proyeksi pasar (*TAM, SAM, SOM*), strategi ekspansi, serta pengembangan peran individu dalam struktur manajemen. Keseluruhan pembahasan diarahkan untuk menunjukkan bagaimana Dolce Dicha dapat tumbuh secara berkelanjutan dan mencapai skala usaha yang lebih besar.

