TARISYA STREET FOOD

RINGKASAN KEWIRAUSAHAAN

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana

Disusun Oleh:

Tarisya Dwi Septiani

2121 31755

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI

YAYASAN KELUARGA PAHLAWAN NEGARA

YOGYAKARTA

2025

TUGAS AKHIR

PROYEK KEWIRAUSAHAAN

TARISYA STREET FOOD

Dipersiapkan dan disusun oleh:

TARISYA DWI SEPTIANI

Nomor Induk Mahasiswa: 212131755

telah dipresentasikan di depan Tim Penguji pada hari Kamis tanggal 9 Januari 2025 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S.M.)

Susunan Tim Penguji:

Pembimbing	Penguji
Bianka Andriyani, SE., MM.	Maria Pampa Kumalaningrum, Dr., SE., M.Si.

Yogyakarta, 10 Februari 2025
Ilmu Ekonomi YKPN Yogyakarta
Ketua

Wisnu Prajogo, Dr., M.B.A.

ABSTRAK

Laporan ini merupakan proyek kewirausahaan Tarisya Street Food selama tiga bulan yang berfokus pada strategi pemasaran, operasional dan keuangan. Tarisya Street Food menawarkan berbagai menu *street food* seperti cumi bakar, dumpling bakar, sosis bakar, *corndog*, kentang goreng, aneka dimsum dan pop *ice* yang mengikuti tren terkini. Stretegi pemasaran yang digunakan meliputi promosi melalui media sosial Instagram dan WhatsApp serta penyediaan layanan pembayaran digital untuk memudahkan transaksi konsumen. Tujuan dari proyek kewirausahaan Tarisya Street Food yaitu cara menghadapi persaingan dengan menciptakan produk yang inovatif dan bervariasi, mempertahankan pangsa pasar dan mendapatkan keuntungan. Hasil laporan menunjukkan bahwa inovasi bahwa inovasi produk berkontribusi positif terhadap peningkatan penjualan dan kepuasan konsumen. Meskipun menghadapi tantangan seperti fluktuasi bahan baku dan persaingan ketat, Tarisya Street Food berhasil mengatasi hambatan dengan menajemen yang efektif dan inovasi berkelanjutan. Laporan ini menunjukkan bahwa keberhasilan Tarisya Street Food berfokus pada kemampuan dalam beradaptasi dengan perubahan pasar dan terus menawarkan produk yang memenuhi kebutuhan konsumen. Saran untuk pengembangan Tarisya Street Food di masa mendatang mencakup peningkatan daya tahan produk dan mengoptimalkan strategi pemasaran untuk meningkatkan jangkauan pasar.

Kata kunci: Proyek Kewirausahaan, Tarisya Street Food, Inovasi Produk, Strategi Pemasaran, Kepuasan Pelanggan, Tantangan Bisnis

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

ABSTRACT

This report is a three-month entrepreneurial project of Tarisya Street Food *that focuses on marketing, operational and financial strategies.* Tarisya Street Food *offers a variety of street food menus such as grilled squid, grilled dumplings, grilled sausages, corndogs, french fries, various dimsum and pop ice that follow the latest trends. The marketing strategy used includes promotion through social media Instagram and WhatsApp as well as the provision of digital payment services to facilitate consumer transactions. The goal of the* Tarisya Street Food *entrepreneurship project is how to face competition by creating innovative and varied products, maintaining market share and earning profits. The results of the report show that innovation that product innovation contributes positively to increased sales and consumer satisfaction. Despite facing challenges such as fluctuations in raw materials and fierce competition,* Tarisya Street Food *managed to overcome obstacles with effective management and continuous innovation. This report shows that* Tarisya Street Food's *success focuses on its ability to adapt to market changes and continue to offer products that meet consumer needs. Suggestions for the future development of* Tarisya Street Food *include improving product durability and optimizing marketing strategies to increase market reach.*

Keywords: *Entrepreneurship Project,* Tarisya Street Food*, Product Innovation, Marketing Strategy, Customer Satisfaction, Business Challenges*

repository.stieykpn.ac.id

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

I. PENDAHULUAN

Kewirausahaan merupakan aspek penting dalam perekonomian di suatu negara dan berperan penting dalam menciptakan lapangan kerja serta mendorong pertumbuhan ekonomi, sehingga harus direncanakan dengan matang dan optimal (Frinces, 2010). Menurut (Jones & English, 2023), pendidikan kewirausahaan merupakan proses yang membekali individu dengan kemampuan untuk mengenali peluang bisnis, kepercayaan diri, pengetahuan, dan keterampilan untuk mewujudkan ide-ide mereka. Sedangkan seorang wirausaha merupakan individu yang berani berusaha secara mandiri dengan memanfaatkan semua sumber daya yang dimilikinya, termasuk keterampilan dalam mengenali produk baru, menentukan cara produksi yang lebih efisien dan mengatur permodalan untuk menciptakan sesuatu yang bernilai lebih tinggi (Alfianto & Ilahi, n.d.). Di Indonesia UMKM telah menjadi bagian penting dalam perekonomian dan memiliki potensi besar dalam mengurangi kemiskinan.

Bisnis kuliner semakin berkembang karena perubahan gaya hidup masyarakat yang lebih suka makan di luar rumah. Penulis memilih membuat bisnis kuliner dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan konsumen dengan menawarkan berbagai pilihan menu yang menarik, pelayanan yang baik dan suasana yang berbeda. Berdasarkan data BPS (Badan Pusat Statistik) bisnis kuliner terus meningkat, terutama *street food* yang menawarkan makanan cepat saji dengan harga yang terjangkau. Oleh karena itu, penulis memilih mendirikan bisnis street food dengan nama Tarisya Street Food yang terinspirasi dari pengalaman dalam Mata Kuliah Kewirausahaan. Tarisya Street Food memiliki potensi untuk terus berkembang dengan berbagai inovasi rasa, tampilan, maupun konsep penyajian.

Street food merupakan aktivitas penjualan makanan yang dilakukan oleh pedagang di lokasi seperti pinggir jalan, pasar malam, dan berbagai *event* lain. Namun, penulis memilih untuk menjualnya di pasar malam karena melihat peluang yang lebih besar, biaya operasional lebih rendah serta daya tarik keramaian yang dapat meningkatkan penjualan. Beberapa hal yang

repository.stieykpn.ac.id

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

perlu diperhatikan saat membuka bisnis ini yaitu pemilihan lokasi strategis, *supplier*, kualitas produk dan kepuasan konsumen. Bisnis *street food* mengalami perubahan yang cukup signifikan dengan berjalannya waktu. Tarisya Street Food menawarkan berbagai menu seperti sosis bakar, cumi bakar, dumpling bakar, *corndog* dengan isi keju *mozzarella* dan sosis, kentang goreng, aneka dimsum serta berbagai pilihan rasa pop *ice*. Tarisya Street Food melakukan berbagai inovasi pada layanan salah satu inovasi tersebut adalah penerapan *QRIS* serta pemasaran melalui Instagram dan WhatsApp. Dengan inovasi layanan dan strategi pemasaran digital, Tarisya Street Food berharap dapat menjangkau lebih banyak konsumen dan meningkatnya daya saing di pasar.

Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, perumusan masalah dalam proyek kewirausahaan Tarisya Street Food meliputi:

1. Bagaimana Tarisya Street Food menciptakan produk *street food* yang lebih inovatif agar tetap menarik dan memberikan kepuasan maksimal kepada konsumen?
2. Bagaimana Tarisya Street Food menghadapi persaingan dengan kompetitor lain di pasar?
3. Apa tantangan utama yang dihadapi oleh Tarisya Street Food dalam mempertahankan pangsa pasarnya?
4. Bagaimana Tarisya Street Food mendapatkan keuntungan dari hasil penjualan?

Tujuan Proyek kewirausahaan

Berdasarkan perumusan masalah diatas, tujuan proyek kewirausahaan Tarisya Street Food yaitu:

1. Menghadirkan menu inovatif yang sesuai tren untuk menarik pasar lebih luas.

repository.stieykpn.ac.id

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

2. Menambah variasi menu dan menjaga kualitas untuk memperluas pangsa pasar serta mempertahankan loyalitas pelanggan.
3. Mengatasi hambatan operasional dan pemasaran agar bisnis tetap berkembang.
4. Meningkatkan keuntungan melalui variasi menu, harga kompetitif, efisiensi operasional, dan promosi di media sosial.

Kontribusi Proyek Kewirausahaan

Hasil proyek ini dapat menjadi referensi bagi pemilik bisnis kuliner untuk berinovasi, merancang strategi yang efisien serta beradaptasi dengan perubahan selera konsumen dan persaingan industri.

II. BAHASAN UMUM DAN ANALISIS SWOT

Pasar

Menurut (Ehrenberg et al., 2021) pasar merupakan tempat pembeli dan penjual bertemu. Produk yang dipertukarkan antara keduanya bisa merupakan barang atau jasa. Dari pertukaran tersebut, muncul harga yang disepakati untuk barang atau jasa yang diperdagangkan. Karena kebutuhan dan preferensi konsumen beragam, perusahaan perlu melakukan segmentasi pasar agar produk lebih sesuai dengan target konsumennya (Mulyana, 2012). Segmentasi pasar pada Tarisya Street Food mencakup semua usia mulai dari 2 tahun ke atas, semua gender, dan menjangkau konsumen yang tertarik dengan makanan unik dan mengikuti tren kuliner saat ini serta memilih lokasi yang strategis.

Dalam bisnis *street food* harus bersikap responsif terhadap perubahan pasar dan terus berinovasi agar tetap kompetitif serta mampu memenuhi kebutuhan konsumen. Tantangan utama yang dihadapi oleh bisnis *street food* yaitu tingginya tingkat persaingan dan faktor eksternal seperti perubahan musim serta tren yang terus berubah. Namun, dengan strategi promosi yang tepat, baik secara langsung melalui rekomendasi konsumen maupun secara

repository.stieykpn.ac.id

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

online, bisnis ini dapat memperluas pasar. Agar bisnis *street food* tetap relevan dan mampu bersaing di pasar, bisnis ini perlu tetap fleksibel, inovatif dan peka terhadap tren baru.

Produk

Produk merupakan segala sesuatu yang dapat dijual di pasar untuk diperhatikan, dibeli, dicari, dikonsumsi, dan digunakan sehingga dapat memenuhi kebutuhan serta keinginan konsumen. Produk yang ditawarkan di Tarisya Street Food terdiri dari berbagai macam pilihan makanan seperti cumi bakar, dumpling bakar, sosis bakar, *corndog*, kentang goreng, serta aneka dimsum. Selain itu, Tarisya Street Food juga menawarkan berbagai varian rasa pop *ice* sebagai pilihan minuman.

Analisis Peluang dan Ancaman

Tarisya Street Food memiliki beberapa peluang (*Opportunities*) yang dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan bisnisnya. Salah satunya adalah keberadaan pasar malam, yang menarik banyak pengunjung yang mencari makanan *street food*. Selain itu, produk Tarisya Street Food mengalami peningkatan permintaan karena mengikuti tren di kalangan masyarakat, sehingga semakin diminati banyak orang dan berpotensi meningkatkan penjualan. Peluang lain yang dapat dimanfaatkan adalah keikutsertaan dalam berbagai acara *expo*, yang memungkinkan bisnis ini untuk memperluas jangkauan pasar dengan membuka *stand*.

Tarisya Street Food menghadapi beberapa ancaman (*Threats*) yang dapat mempengaruhi kelangsungan bisnisnya. Salah satu tantangan utama adalah ketergantungan pada kondisi cuaca, karena lokasi di pasar malam yang terbuka membuat penjualan menurun saat hujan akibat kurangnya jumlah pengunjung. Selain itu, preferensi kosumen terhadap makanan dapat berubah dengan cepat terutama jika ada tren makanan baru, sehingga bisnis ini harus terus beradaptasi. Persaingan yang ketat antara pedagang *street food* juga menjadi ancaman, sehingga mengharuskan adanya strategi pemasaran dan inovasi untuk tetap menatik

repository.stieykpn.ac.id

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

konsumen. Kenaikan harga bahan baku juga berdampak pada penurunan laba, sehingga diperlukan penyesuaian harga jual agar tetap kompetitif tanpa mengurangi kualitas produk.

Analisis Kekuatan dan Kelemahan

Tarisya Street Food memiliki berbagai kekuatan (*Strength*) yang berkontribusi pada keberhasilan bisnis. Salah satunya adalah lokasi strategis yang berada di area wahana besar, seperti bianglala atau kora-kora yang dapat menarik banyak pengunjung. Selain itu, Tarisya Street Food menawarkan berbagai pilihan menu makanan inovatif seperti sosis bakar, cumi bakar, dumpling bakar, *corndog*, kentang goreng, aneka dimsum dan minuman pop *ice* yang disesuaikan dengan tren terbaru untuk menarik konsumen. Harga jual yang terjangkau juga menjadikan keunggilan bagi perusahaan. Kualitas produk selalu dijaga untuk memastikan kepuasan pelanggan, dan didukung dengan pelayanan ramah yang menciptakan kenyamanan bagi konsumen. Tarisya Street Food menggunakan *QRIS* sebagai metode pembayaran untuk mempermudah transaksi dan menciptakan kesan modern. Selain itu, Tarisya Street Food memberikan inovasi saus racikan dan memastikan makanan matang sempurna, yang semakin menambah daya tarik bagi konsumen.

Tarisya Street Food menghadapi beberapa kelemahan (*Weaknesses*) yang dapat mempengaruhi operasional bisnisnya. Salah satu kelemahannya adalah ketidakpastian lokasi pasar malam, yang menyulitkan pedagang dalam membangun pelanggan tetap. Meskipun aktif di media sosial, strategi pemasarannya masih terbatas karena lokaso berjualan sering berubah sehingga menarik pelanggan secara konsisten menjadi tantangan bisnis. Selain itu, jam operasional yang terbatas di pasar malam membuat waktu berjualan relative singkat setiap harinya. Kelemahan (*Weaknesses*) lainnya adalah daya tahan produk yang tidak lama.

repository.stieykpn.ac.id

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Tabel 2. 1 Strategi Berdasarkan Analisis SWOT

Faktor Internal Faktor Eksternal	Kekuatan (S)	Kelemahan (W)
Peluang (O)	Strategi SO (gunakan "S" untuk memanfaatkan "O") Memastikan stand Tarisya Street Food berada di lokasi strategis seperti depan wahana besar yang dapat menarik perhatian konsumen.	Strategi WO (gunakan "W" dan memanfaatkan "O") Melalui kerja sama dengan *influencer* lokal agar membantu memperkenalkan produk Tarisya Street Food secara *online* dan membuat lebih dikenal oleh masyarakat.
Ancaman (T)	Strategi ST (gunakan "S" untuk menghindari "T") Tarisya Street Food memastikan bahwa menu bervariasi dan selalu mengikuti selera pasar terbaru.	Strategi WT (meminimalkan "W" untuk menghindari "T") Menginformasikan event kuliner yang diikuti oleh Tarisya Street Food melalui platform media sosial untuk mempersuasi konsumen mengunjungi stand Tarisya Street Food.

III. METODOLOGI PENGEMBANGAN PRODUK DAN MANAJEMEN USAHA

Eksplorasi Kreativitas

Kreativitas berperan penting dalam pengembangan bisnis dengan menciptakan ide baru dan inovatif. Menurut (Siagian & Nurfitriyanti, 2015) kreativitas merupakan kemampuan menciptakan sesuatu yang unik dan bernilai tambah. Sedangkan menurut (Suryana, 2018) kreativitas didefinisikan sebagai cara melihat masalah dan peluang dengan ide baru. Kreativitas berfokus pada proses menghasilkan sesuatu yang baru dan unik. Kreativitas umumnya diterapkan dalam berbagai aspek kehidupan, seperti menyelesaikan masalah, mengembangkan produk atau meningkatkan efisiensi kerja.

repository.stieykpn.ac.id

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Dalam bisnis, Tarisya Street Food menerapkan kreativitas dengan menghadirkan menu yang mengikuti tren, seperti cumi bakar dan dimsum dengan penyajian menarik serta saus manis khas untuk membedakan dari pesaing. Selain itu, penggunaan pembayaran digital *QRIS* memudahkan transaksi, terutama bagi generasi muda. Inovasi ini menunjukkan komitmen Tarisya Street Food dalam beradaptasi dengan perubahan selera konsumen dan mempertahankan daya tariknya di pasar yang kompetitif.

Manajemen Pemasaran

Manajemen pemasaran berperan penting dalam bisnis untuk mencapai target pasar dan menarik lebih banyak konsumen. Menurut (Kotler, 2009) manajemen pemasaran mencakup perencanaan, promosi, menetapkan harga, dan distribusi produk atau jasa dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Tarisya Street Food menerapkan strategi pemasaran dengan konsep 4P:

a. *Product*

   Menawarkan berbagai menu makanan dan minuman dengan kualitas terbaik serta kemasan praktis yang menarik.

b. *Price*

   Menetapkan harga yang kompetitif berdasarkan biaya produksi tanpa mengurangi kualitas produk.

Tabel 3. 1 Daftar Harga Produk Tarisya Street Food

No	Produk	Harga
1	Olahan Ikan	Rp. 1.000
2	Olahan Ikan	Rp. 2.000
3	Dimsum Ayam	Rp. 3.000
4	Sosis Bakar Kecil	Rp. 5.000
5	Sosis Bakar Besar	Rp. 10.000
6	Dumpling Bakar	Rp. 10.000
7	Kentang Goreng	Rp. 10.000

repository.stieykpn.ac.id

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

8	Cumi Bakar Bagian Badan	Rp. 10.000
9	Cumi Bakar Bagian Kepala	Rp. 15.000
10	*Corndog*	Rp. 15.000
11	Pop *Ice*	Rp. 5.000

c. *Place*

Memilih lokasi strategis di area wahana besar untuk meningkatkan penjualan.

d. *Promotion*

Menggunakan media sosial, penjualan langsung, dan daftar menu untuk memperluas jangkauan pasar serta mempermudah konsumen dalam menggali produk.

Manajemen Operasi

Manajemen operasi berperan penting dalam keberhasilan bisnisdengan mengelola proses produksi secsrs sistematis. Menurut (Utama et al., 2019) manajemen operasional melibatkan pengambilan keputusan terkait penggunaan sumber daya untuk menghasilkan barang atau jasa secara efisien. Di Tarisya Street Food, manajemen operasi memberikan beberapa manfaat seperti:

a. Meningkatkan efisiensi produksi, sehingga dapat mengoptimalkan pengeluaran dan meminimalkan biaya.
b. Memastikan kualitas produk, untuk meningkatkan kepuasan serta loyalitas pelanggan.
c. Memenuhi kebutuhan konsumen dengan produk berkualitas, konsisten, dan penyajian dengan cepat.

Manajemen Sumber Daya Manusia

Manajemen sumber daya manusia (SDM) sangat penting bagi setiap perusahaan dalam merekrut, mengembangkan, dan mengoptimalkan karyawan untuk mencapai tujuan bisnis.

repository.stieykpn.ac.id

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Tarisya Street Food memiliki 2 karyawan yang bekerja sama, satu bertugas dalam pelayanan dan satu lainnya menangani produksi makanan.

Rekrutmen Karyawan

- Pramuniaga: Wanita, usia maksimal 35 tahun, komunikatif, cekatan, jujur, sopan, dan berpenampilan rapi.
- Produksi: Pria, usia maksimal 35 tahun, berpengalaman, disiplin, bersih, dan mampu bekerja di bawah tekanan.

Hak Karyawan

- Upah dan tunjangan sesuai kebijakan serta waktu istirahat yang memadai.

Kewajiban Karyawan

- Bersikap sopan dan ramah kepada pelanggan, mematuhi kebijakan terkait jam kerja, keselamatan, dan kebersihan, serta menjaga kerahasiaan bisnis seperti resep dan strategi pemasaran, dan juga membangun hubungan baik serta bekerja sama dengan tim.

Manajemen Keuangan

Manajemen keuangan berperan penting dalam keberlanjutan bisnis dengan mengelola kas, investasi, dan aset perusahaan secara efisien. Menurut (Sumarsono, 2003) manajemen keuangan mencakup perencanaan, pengelolaan, dan pengendalian dana untuk mendukung tujuan bisnis serta meminimalkan risiko keuangan.

Tarisya Street Food memulai bisnis dengan modal dari orang tua, yang dialokasikan untuk sewa *stand*, peralatan dan perlengkapan pendukung serta kebutuhan operasional lainnya. Keuntungan dari penjualan digunakan sebagai tambahan modal, pengembangan bisnis, serta pembaruan peralatan agar tetap kompetitif di pasar.

repository.stieykpn.ac.id

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Manajemen Perubahan dan Inovasi

Manajemen perubahan dan inovasi membantu perusahaan beradaptasi dengan lingkungan dan meningkatkan daya saing serta kinerja. Tarisya Street Food menerapkan inovasi melalui:

a. Penggunaan teknologi, dengan menambah sistem pembayaran *QRIS*, untuk kemudahan transaksi dan efisiensi operasional.
b. Produk, menawarkan *corndog* varian manis yang dilapisi cokelat dan meses sehingga dapat menarik minat pelanggan yang menyukai makanan manis.
c. Saus manis, sebagai inovavsi pada dimsum yang disesuaikan dengan selera masyarakat Yogyakarta yang terkenal dengan preferensi terhadap makanan manis.
d. Kebersihan, menggunakan *hand glove* dan *plastic wrapping* untuk menjaga higienitas makanan serta meningkatkan kepercayaan konsumen.

repository.stieykpn.ac.id

Business Model Canvas

Tabel 3. 2 *Business Model Canvas*

<table>
<tr><th>Partner Kunci</th><th>Aktivitas Kunci</th><th>Proposisi Nilai</th><th>Hubungan Pelanggan</th><th>Segmen Pelanggan</th></tr>
<tr>
<td>a. Supplier dimsum jogja.
b. Supplier frozen food jogja.
c. Supplier cumi jogja.
d. Supplier perlengkapan dan peralatan street food.
e. Event organizer</td>
<td>a. Display produk yang menarik.
b. Penjualan langsung.
c. Pesanan online.
d. Menyediakan produk yang berkualitas
e. Menjalin kerjasama dengan event organizer untuk menyelenggarakan festival kuliner</td>
<td>a. Produk yang berkualitas.
b. Konsistensi rasa pada setiap menu.
c. Menjaga higienitas pada setiap produk.
d. Menawarkan produk dengan harga terjangkau.</td>
<td>a. Pelayanan yang ramah kepada pelanggan.
b. Penyampaian informasi melalui media sosial.</td>
<td>a. Pecinta kuliner dari berbagai usia, mulai dari anak berusia 2 tahun hingga orang dewasa.
b. Pengunjung festival kuliner.</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>Sumber Daya Utama
a. Bahan baku berkualitas.
b. Karyawan yang profesional.
c. Peralatan.
d. Teknologi, media sosial dan sistem pembayaran elektronik (QRIS).</td>
<td></td>
<td>Saluran Distribusi
a. Festival kuliner.
b. Pemesanan secara online melalui media sosial seperti Instagram dan WhatsApp.</td>
<td></td>
</tr>
</table>

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Struktur Biaya	Aliran Pendapatan
a. Biaya bahan baku b. Gaji karyawan c. Biaya operasional d. Biaya pemasaran	a. Pendapatan penjualan.

IV. PEMBAHASAN MANAJEMEN USAHA

Inovasi Produk

Inovasi merupakan proses menciptakan, mengembangkan, dan menghadirkan sesuatu yang baru untuk meningkatkan nilai tambah dan memperkuat daya saing. Inovasi produk berfokus pada penyempurnaan produk agar lebih relevan dengan kebutuhan dan keinginan konsumen. Menurut (Kotler & Amstrong, 2008), terdapat tiga indikator inovasi produk, antara lain:

a. Kualitas produk, memastikan daya tahan, kehandalan dan ketelitian.
b. Varian produk, memberikan karakteristik atau keunikan untuk keunggulan kompetitif.
c. Gaya dan desain produk, memberikan kesan menarik dan fungsionalitas.

Tarisya Street Food menjaga kualitas produk dengan berbagai pilihan menu seperti cumi, sosis, *corndog*, dumpling, kentang, aneka dimsum dan berbagai rasa pop *ice*. Produk tersebut juga memiliki daya tahan berbeda tergantung penyimpanan. Tarisya Street Food menawarkan produk yang membedakannya dari pesaing, seperti aneka dimsum yang disajikan dengan saus manis dan *corndog* manis untuk menggantikan saus dan mayones yang disesuaikan dengan selera masyarakat Yogyakarta karena cenderung menyukai makanan manis.

Manajemen Pemasaran

Tarisya Street Food mengimplementasikan manajemen pemasaran melalui strategi promosi digital yang efektif menggunakan berbagai platform media sosial. Sosial media yang digunakan oleh Tarisya Street Food yaitu story WhatsApp dan Instagram.

repository.stieykpn.ac.id

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Manajemen Produksi

Tarisya Street Food mengimplementasikan manajemen produksi dengan pembelian bahan baku yang *fresh* dan berkualitas dalam manajemen produksinya. Namun, terdapat beberapa kendala yang dihadapi serta solusinya meliputi:

1. Fluktuasi harga bahan baku, dengan memperluas pilihan *supplier* untuk memastikan kelancaran pasokan bahan baku yang konsisten.
2. Keterbatasan waktu dalam penyajian, dengan menyiapkan bahan baku, seperti memotong cumi dan menyediakan stok cumi yang sudah ditusuk pada sate cumi.
3. Perubahan tren makanan dan selera konsumen, dengan melakukan riset pasar dan berinovasi dalam menciptakan produk baru sesuai selera konsumen.

Manajemen Sumber Daya Manusia

Manajemen sumber daya manusia memiliki peran yang penting dalam mengelola karyawan secara efektif untuk mencapai tujuan perusahaan. Manajemen sumber daya manusia mencakup perekrutan, pelatihan, penilaian kinerja, pengembangan, evaluasi kinerja, dan manajemen kompensasi.

Menurut (Sedarmayanti, 2017) ruang lingkup manajemen sumber daya manusia mencangkup tiga jenis pelatihan berdasarkan masa pelaksanaan dan tugas pengembangannya. Berikut adalah sistem penerapan di Tarisya Street Food:

1. *Pre-Service Training* yaitu pelatihan bagi karyawan baru untuk membekali mereka dengan pengetahuan dan keterampilan sebelum mulai bekerja. Tarisya Street Food menerapkan pelatihan menyambut karyawan baru dengan sikap ramah, mengenalkan produk, menjelaskan mengenai kebijakan operasional di Tarisya Street Food.
2. *In-Service Training* yaitu pelatihan bagi karyawan yang sudah bekerja untuk meningkatkan keterampilan dan kompetensi. Tarisya Street Food menerapkan pelatihan

repository.stieykpn.ac.id

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

cara berinteraksi dengan pelanggan secara ramah, memantau ketersediaan stok bahan makanan, melatih karyawan proses kerja di dapur, mengajarkan karyawan dalam menjaga kebersihan.

3. *Post-Service Training* yaitu pelatihan bagi karyawan menjelang pensiun, mencakup perencanaan keuangan, pengelolaan waktu, dan keterampilan berwirausaha.

Manajemen Keuangan

Tarisya Street Food mengelola manajemen keuangan dalam beberapa aspek:

A. Biaya investasi

Biaya ini digunakan untuk membeli atau meningkatkan aset seperti peralatan dan perlengkapan untuk mendukung pertumbuhan bisnis. Adapun biaya investasi yang dikeluarkan untuk memulai bisnis s*treet food* yaitu Terpal, Meja Lipat, Kursi, Banner, Kabel Paralel, Lampu, Taplak Meja, Kompor, Selang, Regulator, Gas, Alat Bakaran, Wajan, Tirisan, Dandang Dimsum, Sekrap Kayu, Piring, Capitan, Tempat Capitan, Tatakan Cumi, Nampan, Besi Tatakan, Botol Saus, Toples Bumbu, Kuas, Pisau Gunting, Stapless, Blender, Frezzer, dan Mobil. Total biaya investasi yang dikeluarkan dalam menjalankan bisnis Tarisya Street Food ini sebesar Rp. 52.767.500.

B. Biaya Modal Kerja

Biaya modal merupakan pengeluaran yang dibutuhkan untuk mendukung operasional bisnis di Tarisya Street Food. Pada bulan September total modal kerja Tarisya Street Food sebesar Rp. 25.049.389 dan total modal kerja bulan Oktober sebesar Rp. 28.895.940 sedangkan Total modal kerja di bulan November sebesar Rp. 23.091.232. Sehingga dalam 3 bulan, modal kerja yang digunakan berjumlah Rp. 77.036.561. Modal ini mencakup berbagai kebutuhan operasional, seperti pembelian bahan baku, pembelian bahan penolong dan biaya overhead.

repository.stieykpn.ac.id

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

C. Pendapatan Penjualan

Perhitungan penjualan produk di Tarisya Street Food dilakukan secara optimal untuk memastikan pencapaian laba sesuai target yang telah ditetapkan. Total pendapatan penjualan pada bulan September sebesar Rp. 32.389.000 dan total pendapatan penjualan pada bulan Oktober sebesar Rp. 36.797.000 sedangkan total pendapatan pada bulan November sebesar Rp. 30.056.000. Jadi, selama 3 bulan Tarisya Street Food mendapatkan total pendapatan sebesar Rp. 99.242.000.

Harga Pokok Penjualan pada bulan September sebesar Rp. 25.049.389 dan pada bulan Oktober Harga Pokok Penjualan sebesar Rp. 28.895.940 sedangkan harga pokok penjualan pada bulan November sebesar 23.091.232. Sehingga Tarisya Street Food mengeluarkan biaya untuk Harga Pokok Penjualan selama 3 bulan sebesar Rp. 77.036.561.

D. Laporan Laba Rugi

Dalam menjalankan praktik kewirausahaan dengan bisnis Tarisya Street Food, penulis mencatat laba yang diperoleh. Perhitungan laba ini bersumber dari total pendapatan penjualan per bulan – total hpp perbulan. Laba operasi yang didapatkan pada bulan September sebesar Rp. 7.339.611, bulan Oktober sebesar 7.901.060 dan bulan November sebesar Rp. 6.964.768. Jadi pendapatan bersih yang diperoleh Tarisya Street Food selama 3 bulan sebesar Rp. 22.205.439.

E. Struktur Permodalan Tarisya Street Food

Modal Investasi pada Tarisya Street Food sebesar Rp. 52.767.500. Dengan modal sendiri 100%. Struktur permodalan yang digunakan dalam operasional Tarisya Street Food mencakup modal kerja sebesar Rp. 52.767.500 yang merupakan modal kerja selama 3 bulan dalam menjalankan bisnis *street food*.

repository.stieykpn.ac.id

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Payback Period

$$\textit{Payback period} = \frac{\text{Nilai Investasi}}{\text{Arus Kas}} \text{ x 1 tahun}$$

$$\textit{Payback period} = \frac{52.767.500}{22.205.439} \text{ x 1 tahun}$$

Payback period = 2,38 x 1 tahun

***Payback period* = 2 tahun 4 bulan**

Tarisya Street Food membutuhkan waktu 2 tahun, 4 bulan untuk mengembalikan investasi awal.

Manajemen Perubahan dan Inovasi

Manajemen perubahan dan inovasi yang diterapkan oleh Tarisya Street Food dengan menghadirkan menu baru, seperti dimsum saus mentai dengan resep yang dibalurkan, kemudian di *touch* hingga menghasikan tekstur dan aroma *smokey* dan disajikan dengan berbagai topping untuk meningkatkan daya tarik konsumen. Selain menu, Tarisya Street Food juga menerapkan inovasi pada cara memasak, seperti membakar cumi, sosis dan dumpling dengan menggunakan api kecil untuk memastikan kematangan sempurna, menghasilkan tekstur yang pas dan tetap mempertahankan cita rasa serta kualitasnya. Inovasi ini, bertujuan memberikan pengalaman kuliner yang berkualitas dan memuaskan kebutuhan konsumen.

V. SIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Penulis memilih untuk membuka proyek kewirausahaan ini karena memiliki ketertarikan dengan pengalaman yang didapat dari Mata Kuliah Kewirausahaan dan proyek ini diberi nama Tarisya Street food. Selama tiga bulan, menjalankan bisnis, penulis belajar pentingnya

repository.stieykpn.ac.id

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

mengalola stok, memahami kebutuhan konsumen berinovasi serta beradaptasi dengan tren. Selain itu, pelayanan yang ramah dan keunggulan produk meningkatkan loyalitas pelanggan.

Namun, terdapat kekurangan yang perlu diperbaiki yaitu produk tidak bisa bertahan dalam jangka waktu lama dan strategi pemasaran digital yang masih terbatas karena lokasi berjualan yang tidak menentu. Untuk mengatasinya, perlu inovasi dalam meningkatkan daya tahan produk serta pemanfaatan media sosial dengan lebih efektif, seperti konten menarik, *geotagging* dan bekerja sama dengan *influencer*.

Kesimpulan dalam proyek kewirausahaan Tarisya Street Food bahwa bisnis ini memiliki potensi besar untuk terus berkembang karena adanya peluang pasar dan peningkatan permintaan terhadap *street food*, terutama di wilayah Yogyakarta. Hal-hal yang harus diperhatikan dalam menjalankan usaha *street food* yaitu kualitas produk dan daya tahan produk yang harus tetap terjaga serta penggunaan media sosial yang lebih efektif.

5.1 Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, penulis memiliki saran jika ingin membuka bisnis *street food* harus memiliki kemampuan dalam menjaga kualitas dan daya tahan produk, mengelola operasional secara efisien serta berinovasi sesuai tren. Pelayanan yang ramah dan responsif juga penting untuk meningkatkan kepuasan dan loyalitas konsumen. Penulis berharap bahwa tugas akhir proyek kewirausahaan ini dapat menginspirasi anak muda untuk berani memulai usaha, memanfaatkan peluang, dan menciptakan lapangan kerja. Melalui kewirausahaan, generasi muda memiliki kesempatan untuk berinovasi, menghadapi tantangan, serta berkontribusi dalam meningkatkan kesejahteraan ekonomi.

repository.stieykpn.ac.id

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

DAFTAR PUSTAKA

Alfianto, A., & Ilahi, A. (n.d.). *KEWIRAUSAHAAN*.

Amarta, T. B. (2024). *Pengertian UMKM, Jenis, Fungsi dan Cara Mendaftarnya*.

Azifah, N. (n.d.). *Makalah Pemasaran 2*.

Ehrenberg, R. G., Smith, R. S., & Hallock, K. F. (2021). *Modern Labor Economics Theory and Public Policy* (14 th).

Frinces, Z. H. (2010). Ekonomi & Pendidikan. *Jurnal Ekonomi & Pendidikan*, *7*(April), 58–81.

Guilford, J. P. (1967). *The nature of human intelligence.* Macgraw Hill.

Jogiyanto, H. (2005). Sistem informasi strategik untuk keunggulan kompetitif. *Yogyakarta: Penerbit Andi Offset*.

Jones, C., & English, J. (2023). *A contemporary approach to entrepreneurship education*. 855–857.

Kotler, P. (2009). *Marketing Management*. Pearson Education India.

Kotler, P., & Amstrong, G. (2008). *"Prinsip-prinsip pemasaran."* Penerbit Erlangga.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). Manajemen Pemasaran. *Jakarta: Erlangga*.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). Manajemen Pemasaran. *Ketiga Belas*.

Ma'aruf, H. (2005). *Pemasaran Ritel*. PT Gramedia Pustaka Utama.

Mulyana, M. (2012). *MATERI TUTORIAL ONLINE INISIASI III*. 23–29.

Sedarmayanti, S. (2017). *Perencanaan dan Pengembangan SDM untuk Meningkatkan*

repository.stieykpn.ac.id

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Kompetensi, Kinerja dan Produktivitas Kerja. PT. Refika Aditama.

Siagian, R. eva flora, & Nurfitriyanti. (2015). METODE PEMBELAJARAN INQUIRY DAN PENGARUHNYA. *Formatif : Jurnal Ilmiah Pendidikan MIPA*, *2*(1), 35–44.

Sumarsono, S. (2003). *Ekonomi Manajemen Sumberdaya Manusia dan Ketenagakerjaan*. Graha Ilmu.

Supriyanto. (2012). Pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (umkm). *Jurnal Ekonomi & Pendidikan*, *3*(1), 1–16.

Suryana, A. (2018). *Pengembangan Kewirausahaan untuk Pemberdayaan UKM daerah*. Pusat Penelitian Badan Keahlian DPR RI.

Utama, E. R., Asni, G. N., Jaharuddin, & Priharta, A. (2019). *Buku Manajemen Operasi Full* (Issue November 2019). UM Jakarta Press.

repository.stieykpn.ac.id