



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Industri makanan dan minuman di Indonesia adalah salah satu industri yang dijadikan oleh pemerintah Indonesia sebagai salah satu industri unggulan yang menopang industri nasional. Terdapat beberapa peraturan yang diatur oleh pemerintah Indonesia terkait dengan sektor industri makanan dan minuman yaitu Undang – Undang No. 3 Tahun 2014 serta Peraturan Presiden Republik Indonesia (Perpres) No. 28 Tahun 2008 mengenai kebijakan Industri Nasional.

Tren Data Pertumbuhan Industri Makanan dan Minuman, 2011 - 2021

Deskripsi	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021*
PDB Industri Makanan dan Minuman (Miliar rupiah)												
Pertumbuhan Industri Makanan dan Minuman Tahunan												

Untuk mendapatkan data & grafik ini, silahkan melakukan pemesanan

www.dataindustri.com

Sumber: DataIndustri Research, diolah dari Badan Pusat Statistik (BPS) dan Bank Indonesia (BI)

PDB (Produk Domestik Bruto) Atas Dasar Harga Konstan 2010

*Semester 1 2021, pertumbuhan terhadap PDB industri makanan dan minuman pada semester 1 2020 yang sebesar 371799,8 miliar rupiah



Gambar 1. 1 Grafik Pertumbuhan Industri Makanan dan Minuman 2010-

2019

Sumber : DataIndustri Research, diolah dari BPS, dan Bank Indonesia.

Pada gambar 1.1 menunjukkan bahwa industri makanan dan minuman mengalami peningkatan PDB setiap tahunnya. Hal tersebut bisa terlihat dari grafik yang menunjukkan bahwa dari tahun 2010 – 2019 PDB industri makanan dan minuman mengalami trend peningkatan. Pada tahun 2010 sebesar 1 %, Pada tahun 2011 sebesar 1,5 %.

Pada tahun 2012 sebesar 2 %, Pada tahun 2013 sebesar 2,5 %, Pada tahun 2014 sebesar 3 %, Pada tahun 2015 sebesar 3,7 %, Pada tahun 2016 sebesar 4 %, Pada tahun 2017 sebesar 5 %, Pada tahun 2018 5,4 %, serta pada tahun 2019 sebesar 6 %.

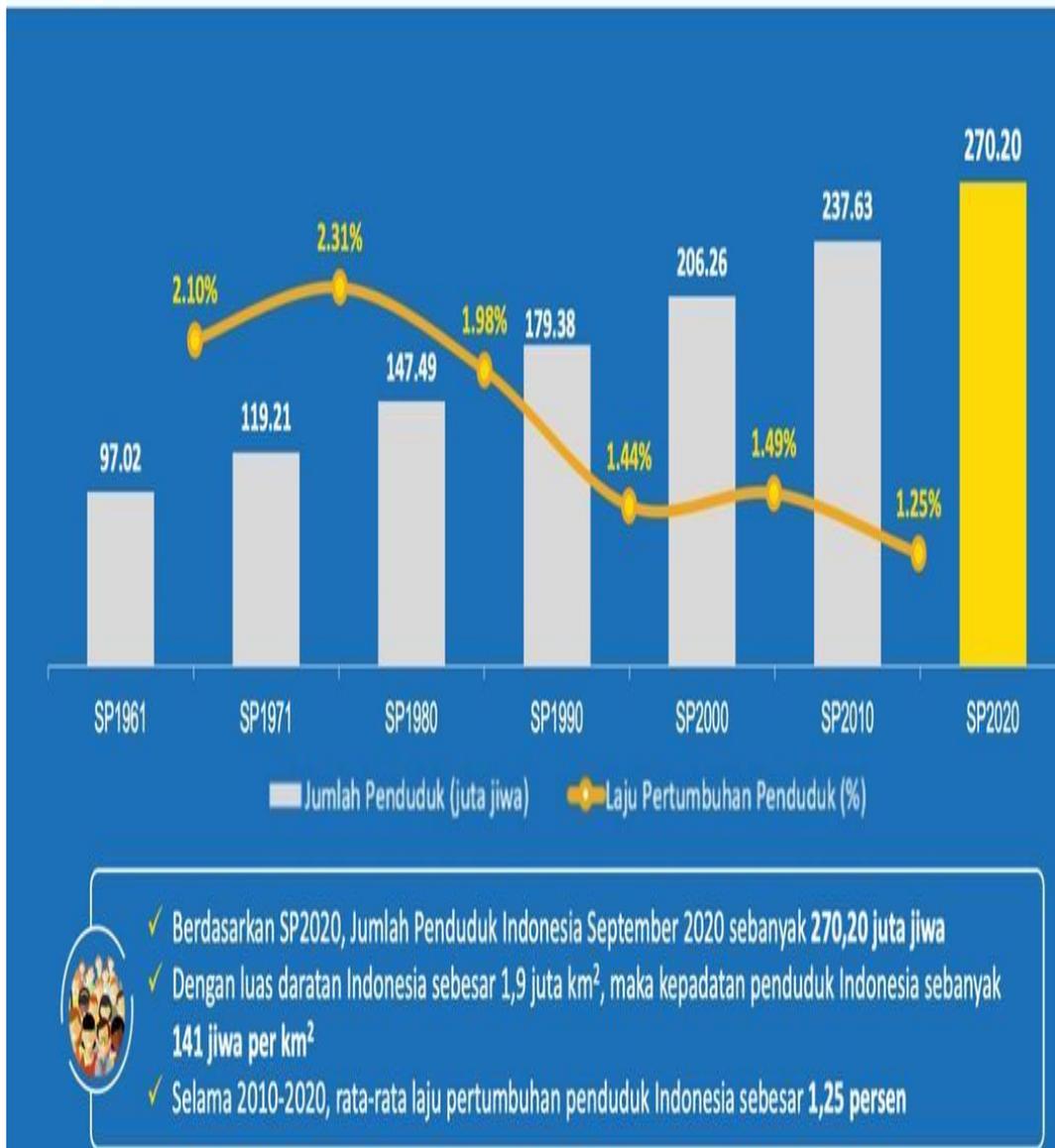
Pertumbuhan industri makanan dan minuman akan masih mengalami peningkatan dan pertumbuhan setiap tahunnya. Hal tersebut didukung dengan makin meningkatnya jumlah penduduk Indonesia setiap tahunnya, dikarenakan dengan meningkatnya pertumbuhan jumlah penduduk Indonesia, maka daya beli masyarakat Indonesia terhadap makanan dan minuman akan meningkat juga.

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Jumlah Penduduk Hasil Sensus (Juta Jiwa)



MULTIMEDIA
NUSANTARA

Gambar 1. 2 Hasil Sensus Penduduk Indonesia Tahun 1961 – 2020

Sumber : Badan Pusat Statistik

Pada gambar 1.2 menunjukkan bahwa jumlah penduduk Indonesia setiap tahunnya selalu mengalami peningkatan. Hal tersebut bisa terlihat dari hasil grafik yang menunjukkan bahwa pada tahun 1961 jumlah penduduk Indonesia sebesar 97,20 juta jiwa, Pada tahun 1971 sebesar 119,21 juta jiwa, Pada tahun 1980 sebesar 147,49 juta jiwa.

Pada tahun 1990 sebesar 179,38 juta jiwa, Pada tahun 2000 sebesar 206,26 juta jiwa, Pada tahun 2010 sebesar 237,63 juta jiwa, Pada tahun 2020 sebesar 270,20 juta jiwa. Maka dari itu melihat data tersebut bisa disimpulkan bahwa industri makanan dan minuman masih memiliki prospek atau peluang yang masih baik pada masa depan.



Gambar 1. 3Indonesia Menghasilkan 13 Juta ton

Sumber : Food & Agriculture United Nations, (2016)

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

Dengan besarnya industri makanan dan minuman, hal ini tidak menutup kemungkinan terjadi peningkatan dalam sampah makanan dan minuman yang dihasilkan. Berdasarkan data dari Food & Agriculture United Nations (2016), indonesia menghasilkan tigabelas juta ton sampah makanan pertahunnya. Data ini juga didukung oleh Kepala Perwakilan Badan Pangan PBB (FAO), sampah makanan di indonesia mencapai tiga belas juta ton sampah makanan setiap tahunnya. Sampah tersebut banyak berasal dari industri retail, catering, serta restoran yang menyediakan makanan dalam jumlah besar (berlebihan).

Menurut data dari Badan Pusat Statistik (BPS), jumlah sampah makanan di indonesia yang mencapai tigabelas juta ton pertahun, setara dengan makanan yang bisa dikonsumsi orang sekitar dua puluh delapan juta orang. Jumlah tersebut hampir sama dengan populasi penduduk miskin di indonesia yang mencapai dua puluh delapan juta orang.



Gambar 1. 4 Indonesia Peringkat Kedua Dunia Penghasil Sampah Makanan

Sumber Economic Intelligence Unit (2016)

Berdasarkan data dari Economic Intelligence Unit (2016), Indonesia berada di peringkat dua dunia terkait dengan menghasilkan sampah makanan terbanyak di dunia. Jumlah sampah makanan di Indonesia pertahunnya sebesar tiga ratus kilogram pertahunnya.

Dengan peringkat pertama yaitu negara Arab Saudi dengan menghasilkan empat ratus dua puluh tujuh kilogram sampah makanan pertahunnya. Hal ini bisa terjadi dikarenakan pola konsumsi makanan masyarakat yang buruk sehingga menyebabkan sampah makanan menjadi meningkat setiap tahunnya.

Indonesia masih mengimpor sampah organik dari luar negeri untuk digunakan dalam berternak. Padahal jika sampah di dalam negeri bisa diolah dengan baik, maka dengan memaksimalkan sampah makanan dari restoran atau produsen atau katering dan lainnya, Indonesia bisa menghemat anggaran sekitar dua puluh tujuh triliun rupiah.

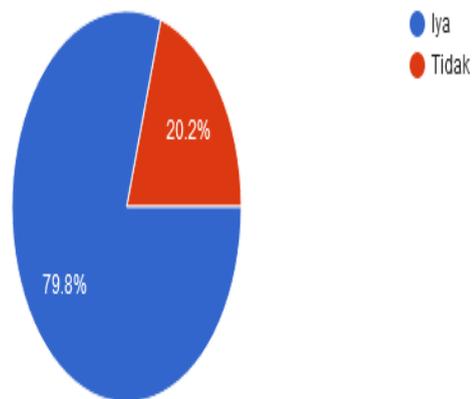
Melihat dari permasalahan tersebut, cara yang diberikan yaitu dengan mengeluarkan produk makanan sambal pedas untuk meningkatkan nafsu makan seseorang, sehingga harapannya orang tidak menyisahkan makanan atau tidak membuang-buang makanannya.

Selain itu dengan adanya sambal gelatin hal ini bisa mengatasi permasalahan sampah, karena gelatin kapsul tidak menimbulkan sampah, karena gelatin kapsul didapat dikonsumsi juga sehingga tidak menimbulkan sampah.

Sambal

Apakah kamu pencinta sambal

109 responses



Gambar 1. 5 Market Survei

Sumber : Data Penulis, (2021)

Karena berdasarkan data dari market survei yang dilakukan oleh penulis pada tahun 2021, dari 109 responden yang ditanyakan oleh penulis yang berkaitan dengan “apakah kamu menyukai sambal (pencinta sambal) ?”. Terdapat 79,8 % orang menyukai sambal, sedangkan 20,2 % tidak menyukai sambal. Hal tersebut menunjukkan bahwa market sambal di indonesia ini sangat besar dan mempunyai potensial untuk growing market.

Maka dari itu dalam proyek inovator gen z yang diikuti oleh penulis, dan diselenggarakan oleh Isobar Dentsu x Ajinomoto Indonesia x Univeristas

Multimedia Nusantara x Universitas Gajah Mada. Tujuan dari proyek ini untuk membuat bisnis (New Product atau Business Plan) yang memiliki target customer dan audience yaitu generasi z. Ada dua alasan yang membuat proyek inovator gen z ini terbentuk yaitu :

- Permintaan untuk pengembangan bisnis baru untuk Gen-Z
- Ingin Membangun basis bisnis klien untuk kaum muda dalam waktu dekat, tetapi sulit untuk menciptakan ide segar jika kita mulai dari sudut pandang bisnis saat ini.

Ajinomoto Co.Inc merupakan perusahaan Jepang yang memproduksi bumbu masak, minyak masak, makanan serta farmasi. Di Indonesia Ajinomoto telah hadir sejak tahun 1969.

Sampai saat ini. Ajinomoto mempunyai beraneka macam produk yaitu ada AJI-NO-MOTO atau yang biasa disebut dengan istilah micin sasa ajinomoto, Masako, Sajiku tepung bumbu, Sajiku bumbu praktis siap pakai, SAORI, Mayumi, Serta Yummyum. Selain itu, Ajinomoto mempunyai produk minuman yaitu minuman susu fermentasi "CALPICO" serta minuman kopi susu yaitu "BIRDY".

Dentsu Aegis Network Atau biasa disebut dengan Dentsu Internasional merupakan perusahaan multinasional yang bergerak dibidang media dan pemasaran digital. Isobar Indonesia Merupakan anak perusahaan dari Dentsu Aegis Network Indonesia. Isobar adalah salah satu agensi kreatif dentsu, bersama dengan agensi dentsuMB, 360i dan dentsu. Dengan layanan dan solusi terbaik di kelasnya di bidang media, CRM, dan kreatif, dentsu

International beroperasi di lebih dari 145 pasar di seluruh dunia dengan lebih dari 45.000 spesialis yang berdedikasi.

Universitas Multimedia Nusantara (UMN) Merupakan Universitas yang didirikan oleh Kompas Gramedia yang berada didalam naungan Yayasan Multimedia Nusantara.

Penulis dan Tim atau Kelompok Penulis dalam proyek inovator gen z, kelompok penulis mengajukan beberapa bisnis idea tetapi yang dipilih salah satunya yaitu produk sambal yang diberi nama yaitu Mabal (Macam-Macam Sambal).

Mabal merupakan bisnis yang bergerak dalam bidang *food and beverages* (FNB) yang sebuah produk sambal yang dibungkus menggunakan gelatin kapsul



Gambar 1. 6 Logo Mabal

Sumber : Dokumen Penulis, (2021)

Pada Gambar 1.6 menunjukkan gambar logo bisnis dari Mabal yang merupakan salah satu jenis usaha dan produk yang diajukan kelompok kepada perusahaan isobar dentsu dan ajinomoto. Proyek ini mendapatkan bantuan dana dari ajinomoto dan isobar dentsu yang bekerjasama dengan pihak Universitas (kampus). Dengan memanfaatkan bantuan dana dari proyek inovator gen z tersebut, mabal akan melakukan perkembangan bisnis dengan menggunakan strategic management yaitu POLC, Business Model Canvas (BMC), serta SWOT analysis untuk dapat menjelaskan perencanaan bisnis.

Berdasarkan penjelasan di atas, penulis ingin memberikan serta membuat laporan tugas akhir mengenai perkembangan bisnis dengan menggunakan metode strategic management yang akan digunakan dan diterapkan pada masa depan dalam melakukan perkembangan bisnis kedepannya. Maka dari itu, laporan tugas akhir yang dibuat oleh penulis berjudul “Manajemen Strategis Mabal”.

1.2 Tujuan

Tujuan penulis melakukan laporan tugas akhir yaitu :

1. Menganalisa perencanaan perkembangan bisnis menggunakan business model canvas
2. Menganalisa perencanaan perkembangan bisnis menggunakan 4 fungsi management (POLC) pada aspek *people, financial, marketing dan operation.*
3. Mengaplikasikan teori value proposition dalam pengembangan bisnis

4. Menganalisa perencanaan perkembangan bisnis dengan menggunakan SWOT analysis

1.3 Manfaat Penelitian

Untuk Penulis

1. Untuk syarat meraih gelar Sarjana Ekonomi di Universitas Multimedia Nusantara
2. Sebagai kesempatan bagi penulis untuk mengembangkan bisnis
3. Sebagai media untuk memperkenalkan bisnis kepada para pembaca

Untuk Masyarakat

1. Sebagai referensi untuk masyarakat dalam memulai usaha khususnya dibidang industri food & beverage
2. Sebagai referensi untuk masyarakat dalam pengembangan bisnis yang dapat menghasilkan produk yang inovatif dalam memenuhi kebutuhan pasar

1.4 Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini merupakan pendahuluan yang berisi penulis menjelaskan mengenai latar belakang dan keadaan yang terjadi pada industri perusahaan tempat penulis melakukan penelitian, serta menjelaskan mengenai tujuan, dan manfaat.

BAB II LANDASAN TEORI

Dalam bab ini, penulis juga menjelaskan mengenai landasan teori yang digunakan untuk mendukung laporan magang ini.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Penulis menjelaskan informasi mengenai Isoba Dentsu, Ajinomoto dan Universitas Multimedia Nusantara. Dalam bab ini penulis menjelaskan mengenai deskripsi perusahaan, visi dan misi perusahaan, serta Struktur Organisasi Perusahaan.

BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini, penulis menjelaskan mengenai perencanaan planning yang akan dilakukan dan dikembangkan dalam proses bisnis produk mabal. Mulai dari business model canvas planning, financial planning, operation planning, marketing planning serta people planning. Didalam bab ini, penulis juga menjelaskan mengenai swot planning dan value proposition.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Dalam bab ini, penulis memberikan kesimpulan dan saran yang akan dilakukan dan dikembangkan dalam proses bisnis produk mabal.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

