BAB III
ANALISIS INDUSTRI

3.1 Ukuran Industri *Food and Beverage* di Indonesia

Perekonomian Indonesia banyak ditopang oleh meningkatnya konsumsi rumah tangga, dengan industri makanan dan minuman menjadi salah satu sektor yang berkembang pesat. Pertumbuhan sektor ini didorong oleh kenaikan pendapatan masyarakat serta peningkatan pengeluaran untuk makanan dan minuman, terutama dari bertambahnya konsumen kelas menengah.

Menurut data Badan Pusat Statistik (BPS), industri makanan dan minuman di Indonesia tumbuh 2,54 persen dari tahun 2020 ke 2021, mencapai Rp775,1 triliun. Produk domestik bruto (PDB) sektor ini berdasarkan harga berlaku (ADHB) tercatat sebesar Rp1,12 kuadriliun pada 2021. Industri pengolahan makanan dan minuman merupakan salah satu sektor paling mapan di Indonesia, dengan banyak pelaku usaha bersaing untuk meraih pasar. Kemampuan untuk mengikuti tren menjadi faktor penting dalam menghadapi perubahan pola konsumsi masyarakat Indonesia.

Pada 2022, data BPS menunjukkan bahwa sektor makanan dan minuman tumbuh 4,90 persen secara tahunan, dengan nilai mencapai Rp 813,062 miliar. Sementara itu, proyeksi dari CRIF, sebuah lembaga riset dan analitik, memperkirakan bahwa industri ini akan tumbuh sekitar 5 persen pada 2023 dibandingkan tahun sebelumnya. Sebagai bagian dari subsektor industri pengolahan non migas, sektor makanan dan minuman menyumbang kontribusi terbesar terhadap PDB nasional, mencapai 6,47 persen atau setara Rp328,324 miliar (Direktorat Jenderal Pelayanan Kesehatan, 2022).

Industri minuman sehat dan segar di Indonesia berada pada fase pertumbuhan yang menjanjikan, dengan tingkat kesadaran kesehatan yang semakin tinggi di kalangan konsumen. Dengan inovasi yang terus berkembang dan meningkatnya permintaan untuk produk-produk alami dan ramah lingkungan, sektor ini diproyeksikan akan terus berkembang dan memberikan kontribusi yang signifikan terhadap ekonomi Indonesia di masa depan. Salah satu tren utama adalah

kesadaran kesehatan yang berkembang di kalangan penduduk muda Indonesia, yang menciptakan peluang untuk produk-produk seperti minuman bernutrisi atau sereal yang diperkaya dengan vitamin dan mineral. Produk susu yang diperkaya menargetkan penurun berat badan, binaragawan, dan ibu menyusui. kondisi ini tidak lepas dari meningkatnya produksi komoditas makanan dan minuman itu sendiri (Direktorat Jenderal Pelayanan Kesehatan, 2022).

3.2 Pertumbuhan Industri Food and Beverage di Indonesia

Industri makanan dan minuman di Indonesia terus mengalami perkembangan pesat dan menjadi salah satu sektor kunci dalam mendukung perekonomian nasional. Pertumbuhan ini sebagian besar didorong oleh peningkatan konsumsi rumah tangga, terutama dari kelas menengah yang terus berkembang. Seiring meningkatnya pendapatan per kapita, pola konsumsi masyarakat juga mengalami perubahan, dengan permintaan terhadap produk makanan dan minuman, baik di pasar domestik maupun internasional, yang terus meningkat (Direktorat Jenderal Pelayanan Kesehatan, 2022)

Perusahaan lokal Indonesia semakin aktif memperluas pasar mereka ke tingkat global, menawarkan produk-produk khas yang (HSB, n.d.) memiliki daya tarik internasional. Di sisi lain, meningkatnya minat konsumen dalam negeri terhadap produk impor memberikan peluang besar bagi perusahaan asing untuk memasuki pasar Indonesia. Di kota-kota besar, gaya hidup yang semakin dinamis mempengaruhi kebiasaan konsumsi masyarakat. Dengan aktivitas harian yang padat, banyak konsumen memilih makanan yang praktis namun tetap sehat. Selain itu, perkembangan infrastruktur ritel seperti minimarket dan supermarket turut mempermudah akses konsumen terhadap berbagai produk, termasuk makanan beku yang memerlukan distribusi khusus (Direktorat Jenderal Pelayanan Kesehatan, 2022)

Menurut laporan Badan Pusat Statistik (BPS), sektor makanan dan minuman mencatat peningkatan pada tahun 2021, dengan produk domestik bruto (PDB) sektor ini mencapai Rp1,12 kuadriliun. Sektor ini menyumbang 38,05 persen terhadap industri pengolahan nonmigas dan 6,61 persen terhadap PDB nasional.

Angka-angka ini menegaskan pentingnya industri makanan dan minuman sebagai salah satu pendorong utama pertumbuhan ekonomi Indonesia (Redaksi InCorp, 2024).

3.3 Proyeksi Penjualan Industri

Industri makanan dan minuman di Indonesia terus menunjukkan perkembangan yang signifikan, didorong oleh populasi yang besar serta pertumbuhan kelas menengah yang terus meningkat. Pada tahun 2022, rata-rata pengeluaran rumah tangga untuk makanan dan minuman mencapai IDR 665.757 per bulan, meskipun tekanan inflasi dirasakan oleh banyak konsumen. Namun, daya beli masyarakat tetap stabil, dan permintaan terhadap produk makanan serta minuman terus meningkat. Sektor ini diproyeksikan akan terus tumbuh dengan laju 5-7% pada tahun 2023, mencerminkan potensi besar industri ini sebagai kontributor utama bagi ekonomi nasional. Dukungan dari pemerintah pun sangat terlihat, terutama melalui berbagai inisiatif strategis seperti penerapan teknologi Industry 4.0 dan penyederhanaan sistem perizinan untuk acara-acara internasional.

Selain itu, Pemilu 2024 yang akan datang diharapkan akan membuka lebih banyak peluang ekonomi bagi sektor ini, termasuk melalui peningkatan investasi asing serta peningkatan aktivitas pasar domestik. Dukungan pemerintah dalam pengembangan industri makanan dan minuman tidak hanya sebatas kebijakan umum, tetapi juga melalui langkah-langkah konkret dari Kementerian Perindustrian. Hingga Juli 2023, pemerintah telah melatih 30 individu serta 200 usaha kecil dan menengah untuk menghadapi tantangan revolusi industri 4.0. Upaya ini diharapkan dapat mempercepat transformasi digital di sektor makanan dan minuman, dengan target memberdayakan 80 pemilik usaha melalui sertifikasi kompetensi sebelum akhir tahun, serta mempersiapkan 400 pelaku industri agar siap menghadapi Indeks Kesiapan INDI 4.0 pada tahun 2024. Langkah ini menjadi bagian penting dari upaya mendorong daya saing sektor makanan dan minuman Indonesia di era globalisasi yang semakin digital.

Selain itu, pada 11 September 2023, pemerintah memperkenalkan sistem perizinan acara berbasis digital yang bertujuan untuk menyederhanakan proses

perizinan penyelenggaraan acara, yang diprediksi akan mendukung lebih dari 3.000 acara pada tahun 2023. Langkah ini diambil untuk menarik lebih banyak pemangku kepentingan asing, baik dari sisi penyelenggara acara maupun peserta internasional, dan diharapkan dapat mempercepat pertumbuhan industri makanan dan minuman melalui eksposur yang lebih luas serta peningkatan arus investasi di bidang ini. Tahun 2024 akan menjadi tahun politik yang penting bagi Indonesia, dengan Pemilu yang dijadwalkan berlangsung pada 14 Februari. Pemilu ini akan meliputi pemilihan presiden, wakil presiden, serta anggota parlemen, dan diperkirakan akan meningkatkan aktivitas ekonomi secara signifikan, termasuk di sektor makanan dan minuman. Kampanye politik yang akan berlangsung di seluruh penjuru negeri selama sekitar 10 hari diharapkan memberikan efek langsung terhadap sektor ini, dengan alokasi dana besar yang disebar ke berbagai wilayah untuk mendukung kegiatan politik tersebut. Selain peningkatan permintaan terhadap produk makanan dan minuman selama kampanye, kegiatan ini juga diperkirakan akan membuka lebih banyak peluang bisnis bagi para pelaku usaha di sektor ini. Dengan aliran dana kampanye yang besar dan peningkatan aktivitas masyarakat, sektor makanan dan minuman diproyeksikan akan mengalami lonjakan signifikan dalam hal penjualan dan produksi.

Tahun	Tahun 2016	Tahun 2017	Tahun 2018	Tahun 2019	Tahun 2020	Tahun 2021	Tahun 2022
Pengeluaran (dalam IDR)	460.639	527.956	556.899	572.551	603.236	622.845	665.757
Inflasi Tahunan	3,02%	3,61%	3,13%	2,72%	1,68%	1,87%	5,51%

Tabel 3.3 Tabel Pengeluaran Per Kapita Bulanan Makanan dan Minuman di Indonesia

Sumber : (InCorp, 2024)

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa Industri makanan dan minuman di Indonesia terus menunjukkan pertumbuhan yang positif, meskipun kecepatannya tidak secepat sebelumnya. Data dari Badan Pusat Statistik (BPS) memperlihatkan bahwa kontribusi sektor ini terhadap PDB tetap stabil tanpa ada penurunan yang berarti, jadi ini bukti kalau pertumbuhan industri makanan dan minuman masih berlanjut dengan baik. Tren ini diperkirakan bakal terus berjalan di 2023 dan 2024.

Diartikan bahwa tren ini positif karena angka pertumbuhannya selalu menaik. (InCorp, 2024)

3.4 Karakteristik Industri

Industri minuman lemon sehat dengan gula stevia memiliki potensi yang sangat baik, namun juga dihadapkan pada tantangan yang cukup kompleks. Karakteristik industri pada bidang minuman segar dan sehat ada.

Sebagai pengukur potensi keuntungan dan membentuk strategi kompetitif Lemonivita, Penulis menggunakan kerangka kerja Five Forces Porter. Kerangka ini dikembangkan oleh MIchael Porter untuk membantu para pemimpin mengerti akan potensi keuntungan dari berbagai industri dan mempertahankan keunggulan kompetitif. Point dari five forces porter adalah :

1. ***The Threat of entry***

   Gambaran datangnya pesaing yang potensial memasuki industri sehingga membuat menjadi kurang menarik. maka dari itu, Lemonivita harus memberikan lebih banyak lagi promo-promo atau diskon harga sehingga para pendatang baru terlihat kurang menarik bagi calon pesaing baru. Lemonivita juga harus mengeluarkan lebih banyak biaya untuk memuaskan pelanggan yang sudah mengenal Lemonivita.

2. ***The power of suppliers***

   Suppliers dengan daya tawar yang kuat memberikan tekanan pada potensi keuntungan Lemonivita. Maka dari itu, tim harus memberikan arahan bahwa bahan baku yang digunakan adalah bahan baku premium maka tidak bisa dibeli dengan harga yang lebih murah lagi. Lemonivita menggunakan buah-buahan segar dan gula yang digunakan juga gula stevia.

3. ***The power of buyers***

   Buyers memiliki kekuatan untuk menekan margin produsen dengan menuntut harga atau meminta diskon. Tetapi apabila buyers mendapatkan potongan harga, pendapatan Lemonivita akan menurun. Maka dari itu,

Lemonivita harus membuat banyak promo-promo agar pada calon pembeli bisa tergiur dengan promo yang diberikan, bukan dari nilai jual satuannya yang dibandingkan dengan pesaing lainnya.

4. The Threat of substitutes

Adanya ancaman diluar industri bisa menggantikan produk yang sudah ada dan memenuhi kebutuhan pelanggan. Ancaman ini bisa mengurangi keuntungan perusahaan. Ancaman ini tinggi karena pesaing menawarkan harga dan kualitas yang seimbang dan biaya untuk pelanggan beralih ke produk pengganti atau pesaing yang memberikan harga yang lebih rendah. Alternatif untuk penjualan dalam industri ini adalah selain promo yang diberikan, Lemonivita juga memberikan macam-macam menu yang bervariatif dan unik serta rasa yang lezat dan menyegarkan.

5. Rivalry Among Existing

Persaingan di antara kompetitor yang ada menggambarkan seberapa kuat perusahaan-perusahaan dalam industri yang sama bersaing untuk mendapatkan pangsa pasar dan keuntungan. Saat ini, persaingan pada penjualan Lemonade yang sering didengar yaitu dari brand Mixue dan Happy Lemon. Tetapi dengan perbedaan tersebutlah yang membuat para brand mempunyai ciri khas masing-masing dan kekuatannya masing-masing.

3.5 Tren Industri

Saat ini, industri *Food and Beverage* (F&B) terus menunjukkan pertumbuhan yang signifikan, khususnya di sektor minuman. Di Indonesia, industri F&B diproyeksikan tumbuh sebesar 7%, didukung oleh peningkatan kelas menengah yang mencapai sekitar 53 juta jiwa. Kenaikan kelas menengah ini memberikan dampak positif yang besar terhadap pertumbuhan konsumsi, mengingat 49,25% dari populasi Indonesia mengalokasikan sebagian besar pengeluaran mereka untuk produk dan layanan di industri F&B.

Peluang yang terus berkembang ini mendorong pelaku bisnis untuk menghadirkan inovasi yang lebih kreatif dalam produk maupun layanan mereka, menciptakan pasar yang semakin kompetitif. Menurut laporan dari Toffin Indonesia, pertumbuhan bisnis di sektor F&B diperkirakan akan terus meningkat pada tahun 2024. Faktor lain yang turut mendorong pertumbuhan ini adalah perubahan gaya hidup masyarakat yang lebih memilih konsumsi di luar rumah, peningkatan penetrasi layanan pesan antar makanan, serta dukungan teknologi dalam memperluas jangkauan pemasaran dan layanan.

Selain itu, tren konsumsi minuman juga mengalami perubahan, di mana konsumen mulai mencari produk yang tidak hanya menyegarkan, tetapi juga menawarkan manfaat kesehatan. Hal ini mendorong munculnya berbagai produk inovatif seperti minuman berbahan dasar alami, minuman fungsional, dan minuman ramah lingkungan. Dengan adanya persaingan yang semakin ketat dan beragamnya preferensi konsumen, para pelaku usaha di industri F&B dituntut untuk terus beradaptasi dengan tren pasar dan kebutuhan pelanggan yang dinamis. Proyeksi positif ini menunjukkan bahwa industri F&B, khususnya di sektor minuman, tidak hanya memberikan peluang bisnis yang menjanjikan tetapi juga memainkan peran penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi di Indonesia. (ADITIYA, 2024)

3.6 Prospek Jangka Panjang Industri

Di Indonesia, jumlah pengguna industri food & beverages (F&B). Pada tahun 2023, bisnis makanan dan minuman kelas menengah menghadapi tantangan profitabilitas yang signifikan karena biaya input yang terus tinggi, sensitivitas konsumen terhadap kenaikan harga, dan tingginya biaya modal. F7B akan selalu dibutuhkan karena salah satu kebutuhan manusia adalah makan dan minum untuk bertahan hidup serta memuaskan dahaga. Kegiatan tersebut harus dilakukan setiap hari oleh manusia, atas dasar itulah Makanan dan Minuman adalah hal yang tidak mungkin dilewatkan dari keseharian manusia. Alasan bahwa makan dan minum

adalah hal yang harus dilakukan setiap hari oleh manusia, yang itu dimana artinya permintaan akan selalu ada selagi manusia masih menjadi penghuni bumi itu pula yang menjadikan Industri F&B di dunia secara keseluruhan tidak akan pernah menemui akhir masanya, kecuali sudah tidak ada satupun makhluk hidup di bumi ini.

Menurut Michael Greenfield pertumbuhan substansial industri Makanan dan Minuman (F&B) mengantisipasi lonjakan yang luar biasa. Menurut perkiraan terbaru dari organisasi penelitian internasional IGD, pasar ritel bahan makanan global akan menghasilkan tambahan penjualan sebesar US$2,2 triliun pada tahun 2024 , (THE CMM GROUP, n.d.) yang membuat peningkatan substansial sebesar 24%. Lonjakan ini didorong oleh faktor-faktor seperti populasi yang terus bertambah, kelas menengah yang sedang berkembang, dan pasar perkotaan dan pinggiran kota yang berkembang pesat, yang menyediakan akses bagi bisnis ke basis konsumen yang terus berkembang. (Greenfield, 2024)

Pertumbuhan yang pesat ini membuat ketahanan dan kemampuan beradaptasi yang melekat pada industri F&B. Di luar ukuran pasar yang besar, sektor makanan dan minuman ini tengah mengalami transformasi penting yang dipengaruhi oleh preferensi konsumen yang dinamis, kemajuan teknologi, dan penekanan yang lebih tinggi pada keberlanjutan. Menjelang tahun 2024, bisnis F&B harus tetap selalu dilakukan dengan tren yang terus berkembang ini. Mari selami tren dan strategi mendatang yang mendefinisikan industri F&B di tahun mendatang, memastikan bisnis diposisikan dengan baik untuk menavigasi dan memanfaatkan lanskap yang terus berkembang. (Greenfield, 2024)

3.7 Kesimpulan

Industri *Food and Beverage* (F&B) di Indonesia terus bertumbuh dengan pesat, didorong oleh berbagai faktor seperti meningkatnya pendapatan masyarakat,

perkembangan kelas menengah, serta perubahan gaya hidup yang semakin modern. Industri ini menjadi salah satu pilar penting bagi perekonomian Indonesia, dengan kontribusi signifikan terhadap produk domestik bruto (PDB) nasional. Selain pertumbuhan, tantangan juga muncul di sektor ini, terutama terkait dengan peningkatan kesadaran konsumen terhadap pentingnya kesehatan. Konsumen semakin selektif dalam memilih produk, dengan permintaan yang meningkat untuk makanan dan minuman sehat, alami, dan rendah gula. Namun, masih banyak produk di pasaran yang mengandalkan bahan-bahan olahan dan pemanis buatan, yang berkontribusi pada masalah kesehatan seperti diabetes dan obesitas. Dengan dukungan pemerintah melalui kebijakan Industry 4.0 dan inovasi bisnis yang semakin berkembang, sektor F&B di Indonesia diproyeksikan akan terus berkembang, terutama dengan fokus pada produk yang lebih sehat dan ramah lingkungan. Transformasi industri ini memberikan peluang besar bagi perusahaan-perusahaan yang mampu beradaptasi dengan tren kesehatan dan inovasi teknologi, menjadikan Indonesia sebagai salah satu pasar yang menarik dalam industri makanan dan minuman global.

Lemonivita hadir sebagai solusi inovatif dalam menghadapi tantangan ini dengan menawarkan minuman berbahan dasar buah-buahan segar seperti lemon, stroberi, dan leci, serta menggunakan pemanis alami, stevia. Gula stevia, yang dikenal lebih manis namun rendah kalori, membantu menjaga kadar gula darah dan mendukung penurunan berat badan, menjadikan produk Lemonivita sebagai pilihan yang lebih sehat. Produk ini tidak hanya relevan bagi konsumen yang memiliki masalah kesehatan seperti diabetes atau obesitas, tetapi juga untuk berbagai kalangan usia yang ingin menjalani gaya hidup lebih sehat. Produk Lemonivita mampu menawarkan keseimbangan antara rasa yang lezat dan manfaat kesehatan yang nyata, sehingga menjadi pilihan yang tepat bagi konsumen yang peduli terhadap kesehatan dan kualitas hidup mereka.

Secara keseluruhan, Lemonivita membawa dampak positif dalam industri minuman di Indonesia. Lemonivita tidak hanya mendukung tren gaya hidup sehat

yang semakin diminati di Indonesia. Dengan fokus pada inovasi, kualitas, Kesehatan konsumen, Lemonivita memiliki potensi besar untuk terus berkembang dalam industri yang kompetitif ini.