

BAB III

ANALISIS INDUSTRI

3.1 Ukuran Industri di Indonesia

3.1.1 Industri Kuliner

Industri kuliner di Indonesia mengalami pertumbuhan yang signifikan. Hal ini terlihat dari meningkatnya frekuensi kegiatan yang berkaitan dengan kuliner di berbagai media cetak, televisi, dan media sosial, serta ekspansi industri makanan dan minuman yang terus meningkat setiap tahunnya. Industri makanan dan minuman (FnB) merupakan salah satu bagian yang sangat berpengaruh dalam perekonomian kreatif di Indonesia. Menurut Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Indonesia, sektor kuliner merupakan penyumbang terbesar Produk Domestik Bruto (PDB) ekonomi kreatif.

Berdasarkan data dari BPS yang dipublikasikan oleh Kompas.com, industri kuliner memberikan kontribusi sebesar 34 persen terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia pada tahun 2023. Dalam hal ekspor, sektor kuliner menyumbang 1,21 dollar AS miliar dari total 23,96 miliar dollar AS ekspor ekonomi kreatif pada tahun yang sama. Pada semester pertama tahun 2024, ekspor kuliner mencapai 829,66 juta dollar AS dari total nilai ekspor ekonomi kreatif sebesar 12,36 miliar dollar AS (Purwanto & Pancawati, 2024).

Pernyataan tersebut juga diperkuat oleh data Badan Pusat Statistik (BPS), yang dilansir dari Kompas.com, menunjukkan bahwa pada tahun 2022, Indonesia memiliki 10.900 usaha makanan dan minuman berskala menengah dan besar, dengan 50,44 persen berada di mal atau toko-toko besar. Pertumbuhan bisnis ini paling banyak terdapat di provinsi DKI Jakarta dan Jawa Barat, diikuti oleh Sumatera Selatan dan Bali. Sektor waralaba kuliner juga semakin populer karena pasarnya yang besar, kemudahan operasional dengan dukungan dari pemilik waralaba, tingkat risiko yang lebih rendah, dan potensi keuntungan yang lebih tinggi. Pada

tahun 2021, Kementerian Perdagangan melaporkan bahwa sektor kuliner menjadi sektor yang memimpin industri waralaba di Indonesia dengan persentase 53 persen, diikuti oleh sektor ritel sebesar 15,3 persen.

Dengan kombinasi antara pertumbuhan usaha kuliner yang pesat dan kontribusi yang signifikan terhadap perekonomian, sektor kuliner menawarkan peluang yang luas bagi pelaku bisnis untuk berinovasi dan mengeksplorasi potensi baru dalam industri makanan dan minuman. Dalam konteks ini, pelaku bisnis dapat memanfaatkan tren yang berkembang, dan dengan menyadari permintaan konsumen yang semakin beragam, pengusaha dapat menciptakan konsep dan menu yang menarik, serta memanfaatkan teknologi digital untuk memperluas jangkauan pasar. Secara keseluruhan, dinamika ini menciptakan ekosistem yang mendukung inovasi dan pertumbuhan, menjadikan sektor kuliner sebagai area strategis untuk investasi dan pengembangan bisnis di Indonesia.

3.2 Pertumbuhan Industri di Indonesia

Industri makanan dan minuman memiliki pertumbuhan yang signifikan dan berperan dalam mendorong pertumbuhan sektor ekonomi Indonesia. Pada kuartal pertama tahun 2023, pertumbuhan PDB industri ini mencapai 5,33% secara *year-on-year*, melampaui tingkat pertumbuhan sektor manufaktur sebesar 4,43% dan pertumbuhan PDB Indonesia secara keseluruhan sebesar 5,03%. Hal ini menunjukkan kontribusi sektor ini terhadap kemajuan ekonomi Indonesia, bahkan selama masa pandemi, sektor ini tetap tumbuh di atas tingkat pertumbuhan ekonomi nasional. (Pardede, Harisandi, Ardie, & Utami, 2023).

Industri makanan dan minuman merupakan penyumbang utama PDB Indonesia, yang didorong oleh pertumbuhan kelas menengah yang pesat. Menurut laporan Bank Dunia yang dikutip oleh situs web East Ventures, kelas menengah Indonesia telah berkembang menjadi 52 juta orang, saat ini menyumbang 43% dari total konsumsi rumah tangga, sehingga menjadi pendorong pertumbuhan ekonomi. Salah satu pengeluaran terbesar kelas

menengah Indonesia didominasi oleh makanan, diikuti oleh perumahan, kendaraan, perawatan kesehatan, dan biaya-biaya lainnya. (Fahmi, 2024).

Berdasarkan proyeksi pertumbuhan ekonomi di Indonesia yang dipublikasikan dari GoodStast menyebutkan bahwa industri makanan dan minuman memiliki potensi untuk menjadi pendorong pertumbuhan utama, dengan tingkat pertumbuhan positif sebesar 7%. (Aditya, 2024). Peningkatan ini tidak hanya didorong oleh permintaan konsumen yang terus meningkat, tetapi juga oleh inovasi yang terus dilakukan oleh pelaku usaha untuk memenuhi preferensi pasar yang kian bervariasi. Dalam beberapa tahun terakhir, perilaku konsumen menunjukkan perubahan signifikan, di mana konsumen tidak hanya mencari produk makanan dan minuman, tetapi juga pengalaman yang unik, nyaman, dan personal.



Gambar 3. 1Proyeksi Pertumbuhan IndustriMakanan dan Minuman

Sumber: Goodstats, 2023

Industri kuliner di Indonesia memiliki beragam produk yang mencakup berbagai kategori, termasuk *pastry* dan *bakery*. Menurut Chef Tussyadi, Vice President Indonesia Pastry Alliance yang dilansir dalam situs Kompas.com, teknologi mempengaruhi pertumbuhan *pastry* dan *bakery*, sehingga memudahkan promosi dan pemasaran melalui media sosial, menghasilkan jangkauan pasar yang lebih luas. Selain itu, inovasi produk mendorong munculnya produk-produk baru yang menarik minat masyarakat dan mendorong pertumbuhan pasar.

3.3 Proyeksi Penjualan Industri

Sektor makanan dan minuman di Indonesia diperkirakan akan mengalami pertumbuhan penjualan yang cukup besar di masa mendatang, seiring dengan posisinya yang strategis sebagai pendorong perekonomian nasional. Menurut data pertumbuhan industri Indonesia, PDB sektor ini meningkat 5,33% pada kuartal pertama 2023, melampaui sektor manufaktur (4,43%) dan pertumbuhan ekonomi nasional (5,03%). Menurut perkiraan GoodStats, tingkat pertumbuhan penjualan industri ini diprediksi akan mencapai 7% setiap tahun, didorong oleh berbagai faktor. Salah satunya adalah meningkatnya daya beli masyarakat kelas menengah, yang saat ini menyumbang 43% dari konsumsi keluarga, dengan makanan sebagai pengeluaran yang paling penting.

Selain itu, perubahan perilaku konsumen yang semakin menuntut produk dengan pengalaman berbeda, personalisasi, dan kenyamanan, membuka peluang bagi perusahaan untuk mengembangkan inovasi produk yang relevan dengan tren pasar. Teknologi juga menjadi faktor utama dalam memperluas jangkauan pemasaran, terutama melalui media sosial, yang berhasil mempromosikan produk-produk baru dalam kategori *pastry* dan *bakery*. Tren konsumen terhadap produk yang berbasis inovasi, modernitas, dan kesehatan memperkuat prediksi akan meningkatnya permintaan.

Penjualan di sektor makanan dan minuman diperkirakan akan terus meningkat karena pertumbuhan ekonomi, peningkatan daya beli konsumen,

inovasi produk, dan penggunaan teknologi. Hal ini menciptakan potensi yang sangat baik untuk pengembangan yang berkelanjutan, baik oleh perusahaan baru maupun perusahaan yang sudah ada, untuk memenuhi permintaan pasar yang terus meningkat.

3.4 Karakteristik Industri

Industri makanan dan minuman mencerminkan dinamika pasar yang terus berkembang dan adaptif terhadap perubahan perilaku konsumen. Karakteristik ini ditandai oleh persaingan yang tinggi terutama dengan banyaknya pelaku usaha dari berbagai skala, mulai dari usaha mikro hingga perusahaan besar. Dalam lingkungan yang kompetitif ini, perusahaan dituntut untuk menawarkan nilai lebih pada produk, baik melalui kualitas, *branding*, atau pengalaman pelanggan. Struktur pasar ini umumnya monopolistik, di mana banyak perusahaan menawarkan produk yang serupa namun berbeda dalam aspek kualitas, kemasan, dan branding. Kondisi ini membuat inovasi menjadi elemen kunci bagi perusahaan agar tetap kompetitif dan relevan di mata konsumen (Yuliawati, 2017).

Dalam artikel yang dilansir dari situs program studi ekonomi syariah Universitas Islam An Nur Lampung, kebutuhan dan preferensi konsumen yang berubah juga mendorong perusahaan untuk terus menyesuaikan produk agar tetap relevan. Konsumen semakin sadar akan kesehatan, mencari pilihan makanan yang lebih alami, organik, rendah gula, dan bebas dari bahan tambahan yang tidak sehat. Selain itu, mereka juga semakin terbuka terhadap eksplorasi kuliner, termasuk makanan dari budaya lain, sehingga mendorong produsen untuk menghadirkan variasi rasa yang lebih beragam dan inovatif.

Artikel tersebut juga menyebutkan bahwa inovasi dan teknologi memainkan peran besar dalam perkembangan industri ini. Perusahaan semakin memanfaatkan teknologi untuk meningkatkan efisiensi produksi, distribusi, dan pemasaran. Perkembangan digitalisasi juga memungkinkan perusahaan untuk lebih dekat dengan konsumen melalui platform *e-commerce* dan layanan pengiriman, yang kini menjadi standar baru setelah pandemi. Pandemi COVID-

19 mempercepat peralihan ini, mendorong perusahaan untuk mengadaptasi model bisnis agar sesuai dengan kebutuhan konsumen yang menginginkan kemudahan dan akses cepat melalui platform digital. Adopsi teknologi ini membantu perusahaan beradaptasi dengan perubahan cepat dalam preferensi konsumen, serta menciptakan cara baru untuk mengakses pasar dan membangun loyalitas consume (Wepo, 2023).

Selain itu, kesadaran konsumen akan isu lingkungan juga semakin tinggi, sehingga perusahaan di sektor makanan dan minuman berupaya untuk menerapkan praktik berkelanjutan, seperti mengurangi limbah plastik dan menggunakan kemasan ramah lingkungan. Secara keseluruhan, karakteristik ini menggambarkan industri makanan dan minuman sebagai sektor yang sangat dinamis, responsif, dan berorientasi pada inovasi. Adaptasi terhadap tren konsumen, teknologi, dan keberlanjutan menjadi faktor kunci dalam mempertahankan relevansi di pasar yang berubah dengan cepat.

3.5 Tren Industri

Berdasarkan karakteristik industri di atas, tren industri makanan dan minuman menunjukkan adanya pergeseran signifikan yang didorong oleh kebutuhan akan inovasi, digitalisasi, dan keberlanjutan. Tren ini mencerminkan perubahan mendasar dalam preferensi konsumen, di mana konsumen semakin terbuka untuk mencoba makanan dari budaya yang berbeda, sehingga menciptakan permintaan akan produk dengan rasa yang khas dan berbeda. Hal ini memberikan peluang bagi perusahaan untuk menghasilkan inovasi rasa yang menarik bagi konsumen. Digitalisasi juga menjadi salah satu tren utama, dengan meningkatnya penggunaan platform e-commerce dan layanan pengiriman makanan yang memungkinkan konsumen untuk mengakses produk dengan lebih mudah dan cepat. Tren ini diperkuat oleh gaya hidup konsumen modern yang cenderung memilih kemudahan dalam pemesanan makanan dan minuman, serta meningkatnya kepercayaan terhadap platform digital.

Selain itu, seiring dengan semakin sadarnya konsumen akan dampak lingkungan dari aktivitas konsumsi yang dilakukannya, tren sustainability pun

semakin berkembang. Hal ini mendorong perusahaan makanan dan minuman untuk menerapkan cara yang ramah lingkungan, seperti menggunakan kemasan yang dapat terurai secara alami dan mengurangi limbah produksi. Perusahaan yang dapat merangkul tren keberlanjutan ini memiliki potensi untuk meningkatkan loyalitas konsumen dengan memberikan nilai tambah yang semakin diminati oleh konsumen.

Diversifikasi produk juga menjadi tren utama, di mana perusahaan tidak hanya berfokus pada varian rasa, tetapi juga pada pilihan produk yang lebih sehat dan alami. Makanan sehat dan berbahan dasar nabati, serta makanan bebas gula atau bebas gluten, menjadi semakin populer, yang mencerminkan kebutuhan pelanggan yang sadar akan kesehatan. Bisnis makanan dan minuman dapat berkembang dan tetap kompetitif dalam menghadapi perubahan pasar yang cepat dengan menggabungkan inovasi produk, digitalisasi, dan praktik-praktik berkelanjutan.

3.6 Prospek Jangka Panjang Industri

Sektor makanan dan minuman di Indonesia memiliki prospek jangka panjang yang baik, didukung oleh pertumbuhan yang cepat, kontribusi ekonomi yang besar, dan adaptasi yang cepat terhadap pasar. Pada tahun 2023, industri ini berkontribusi sebesar 34% dari PDB ekonomi kreatif dan memiliki kinerja ekspor yang tinggi, menyumbang US\$1,21 miliar dari total ekspor. Jumlah perusahaan kuliner berskala menengah dan besar juga terus bertambah, dengan lebih dari 10.900 perusahaan diperkirakan akan tumbuh pada tahun 2022, dengan dominasi di DKI Jakarta, Jawa Barat, Sumatera Selatan, dan Bali.

Meningkatnya daya beli masyarakat kelas menengah, serta preferensi konsumen terhadap produk yang inovatif dan ramah lingkungan, merupakan pendorong utama pertumbuhan. Tren digitalisasi, seperti penggunaan media sosial, platform e-commerce, dan layanan pesan-antar makanan, meningkatkan jangkauan pasar. Dalam jangka panjang, bisnis yang mampu mengadaptasi terobosan teknologi, menghasilkan produk yang sesuai dengan selera konsumen

yang lebih sadar akan kesehatan, dan mengikuti strategi yang berkelanjutan akan memiliki peluang besar untuk tetap relevan dan kompetitif.

Dengan kombinasi faktor-faktor tersebut, industri makanan dan minuman akan terus memberikan kontribusi besar bagi perekonomian Indonesia, memosisikannya sebagai area yang sangat penting untuk investasi dan pengembangan perusahaan di masa depan.

3.7 Kesimpulan

Industri makanan dan minuman di Indonesia merupakan sektor yang sangat dinamis dan adaptif, dengan pertumbuhan yang stabil dan kontribusi besar terhadap perekonomian. Dukungan dari pertumbuhan daya beli kelas menengah, inovasi produk, teknologi digital, dan tren keberlanjutan menciptakan ekosistem yang kondusif untuk pertumbuhan berkelanjutan.

Kebutuhan konsumen yang semakin beragam, mulai dari preferensi terhadap makanan sehat, alami, hingga ramah lingkungan, membuka peluang besar bagi pelaku bisnis untuk terus berinovasi. Dengan memanfaatkan digitalisasi dan memenuhi permintaan pasar yang terus berkembang, sektor ini memiliki potensi untuk terus mendominasi industri kreatif Indonesia. Oleh karena itu, sektor makanan dan minuman menjadi salah satu area strategis untuk investasi dan pengembangan bisnis, baik untuk pengusaha baru maupun perusahaan yang ingin memperluas operasinya di pasar domestik dan internasional.

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