BAB III
ANALISIS INDUSTRI

3.1 Ukuran Industri di Indonesia

3.1.1 Industri Kuliner

Industri kuliner di Indonesia mengalami perkembangan yang pesat. Hal ini dapat dilihat dari meningkatnya intensitas aktivitas yang berkaitan dengan dunia kuliner di berbagai platform, baik media cetak, televisi, maupun media sosial, serta ekspansi sektor makanan dan minuman yang terus bertumbuh setiap tahunnya. Sektor makanan dan minuman (FnB) memiliki peran yang sangat penting dalam pertumbuhan ekonomi kreatif di Indonesia. Berdasarkan data dari Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Indonesia, sektor kuliner menjadi kontributor terbesar terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) ekonomi kreatif.

Menurut data Badan Pusat Statistik (BPS) yang dikutip oleh Kompas.com, industri kuliner menyumbang sekitar 34 persen terhadap PDB Indonesia pada tahun 2023. Dari sisi ekspor, sektor ini berkontribusi sebesar 1,21 miliar dolar AS dari total ekspor ekonomi kreatif yang mencapai 23,96 miliar dolar AS pada tahun yang sama. Selanjutnya, pada paruh pertama tahun 2024, ekspor kuliner mencapai 829,66 juta dolar AS dari total nilai ekspor ekonomi kreatif yang tercatat sebesar 12,36 miliar dolar AS (Purwanto & Pancawati, 2024).

Pernyataan tersebut semakin diperkuat oleh laporan Badan Pusat Statistik (BPS) yang juga dirilis melalui Kompas.com. Pada tahun 2022, Indonesia memiliki sekitar 10.900 usaha makanan dan minuman berskala menengah dan besar, dengan 50,44 persen di antaranya berlokasi di pusat perbelanjaan atau toko besar. Pertumbuhan bisnis kuliner ini paling dominan di provinsi DKI Jakarta dan Jawa Barat, diikuti oleh Sumatera Selatan serta Bali. Tren bisnis waralaba di sektor kuliner juga semakin diminati karena memiliki pasar yang luas, kemudahan dalam pengelolaan

dengan dukungan dari pemilik waralaba, risiko yang lebih terukur, serta potensi keuntungan yang lebih menjanjikan. Kementerian Perdagangan mencatat bahwa pada tahun 2021, sektor kuliner menjadi pemimpin dalam industri waralaba di Indonesia dengan persentase sebesar 53 persen, disusul oleh sektor ritel dengan angka 15,3 persen.

Kombinasi antara pertumbuhan industri kuliner yang dinamis dan kontribusinya yang signifikan terhadap perekonomian menjadikan sektor ini sebagai peluang besar bagi para pelaku usaha untuk berinovasi serta mengeksplorasi potensi baru di bidang makanan dan minuman. Dalam konteks ini, wirausahawan dapat memanfaatkan tren yang berkembang, dan dengan memahami preferensi konsumen yang semakin beragam, mereka dapat menciptakan konsep kuliner yang menarik serta memanfaatkan teknologi digital guna memperluas jangkauan pasar. Secara keseluruhan, dinamika ini menciptakan ekosistem yang mendukung inovasi dan ekspansi usaha, menjadikan sektor kuliner sebagai area yang strategis untuk investasi dan pengembangan bisnis di Indonesia.

3.2 Pertumbuhan Industri di Indonesia

Sektor makanan dan minuman mengalami perkembangan pesat dan berkontribusi dalam mendorong pertumbuhan ekonomi nasional. Pada kuartal pertama tahun 2023, Produk Domestik Bruto (PDB) industri ini tumbuh sebesar 5,33% secara tahunan (year-on-year), melampaui pertumbuhan sektor manufaktur yang tercatat 4,43% serta pertumbuhan ekonomi Indonesia secara keseluruhan sebesar 5,03%. Data ini mengindikasikan bahwa sektor makanan dan minuman memiliki peran strategis dalam kemajuan ekonomi negara. Bahkan di tengah pandemi, industri ini tetap tumbuh di atas rata-rata pertumbuhan ekonomi nasional. (Pardede, Harisandi, Ardie, & Utami, 2023).

Industri makanan dan minuman menjadi salah satu penyumbang utama PDB Indonesia, didorong oleh pertumbuhan pesat kelas menengah. Berdasarkan laporan Bank Dunia yang dikutip oleh East Ventures, jumlah masyarakat kelas menengah di Indonesia telah meningkat hingga mencapai 52 juta jiwa, dengankontribusi

sebesar 43% terhadap total konsumsi rumah tangga. Hal ini menjadikannya sebagai salah satu faktor utama dalam mendorong pertumbuhan ekonomi. Sebagian besar pengeluaran kelas menengah di Indonesia dialokasikan untuk kebutuhan konsumsi makanan, diikuti oleh sektor perumahan, transportasi, layanan kesehatan, serta kebutuhan lainnya. (Fahmi, 2024).

Menurut proyeksi pertumbuhan ekonomi yang dipublikasikan oleh GoodStats, industri makanan dan minuman memiliki potensi besar sebagai pendorong utama pertumbuhan ekonomi dengan estimasi peningkatan sebesar 7%. (Aditya, 2024). Pertumbuhan ini tidak hanya didorong oleh meningkatnya permintaan konsumen, tetapi juga oleh inovasi yang terus dikembangkan oleh pelaku usaha guna menyesuaikan dengan dinamika pasar yang semakin beragam. Dalam beberapa tahun terakhir, pola konsumsi masyarakat mengalami perubahan yang cukup signifikan, di mana mereka tidak hanya mengutamakan produk makanan dan minuman, tetapi juga mencari pengalaman konsumsi yang lebih unik, personal, serta nyaman.

Gambar 3. 1 Proyeksi Pertumbuhan Industri Makanan dan Minuman

Sumber: (*GoodStats, 2023*)

Industri kuliner di Indonesia mencakup berbagai kategori produk, salah satunya adalah pastry dan bakery. Menurut Chef Tusyadi, Wakil Presiden Indonesia Pastry Alliance, dalam wawancara yang dikutip dari Kompas.com, kemajuan teknologi turut berkontribusi dalam perkembangan industri pastry dan bakery. Teknologi memudahkan strategi promosi dan pemasaran melalui media sosial, sehingga dapat memperluas jangkauan pasar secara lebih efektif. Selain itu, inovasi dalam pengembangan produk juga menjadi faktor utama dalam menciptakan tren baru di industri ini, yang menarik minat konsumen serta mendorong pertumbuhan pasar secara signifikan.

3.3 Proyeksi Penjualan Industri

Industri makanan dan minuman di Indonesia diperkirakan akan mengalami peningkatan penjualan yang signifikan dalam waktu mendatang. Hal ini disebabkan oleh peran strategisnya sebagai salah satu pilar utama dalam mendorong pertumbuhan ekonomi nasional. Berdasarkan data dari Kementerian Perindustrian, sektor dilansir dari situs Tempo.com menunjukkan pertumbuhan PDB sebesar 5,53% pada kuartal II tahun 2024. Pada periode yang sama, subsektor makanan dan minuman memberikan kontribusi sebesar 40,33% terhadap total nilai tambah dalam PDB industri pengolahan nonmigas, menjadikannya penyumbang terbesar dalam sektor tersebut (Revanda, 2024).

Pertumbuhan ini tidak lepas dari perubahan pola hidup masyarakat Indonesia yang semakin padat aktivitas akibat globalisasi, sehingga mendorong meningkatnya konsumsi makanan siap saji. Penggunaan aplikasi layanan pesan antar yang semakin luas juga memperkuat tren ini, menjadikan makanan dan minuman instan sebagai bagian penting dari kebutuhan sehari-hari. Di samping itu, data dari Badan Pusat Statistik (BPS) tahun 2024 yang dilansir dari situs GoodStats menunjukkan bahwa makanan dan minuman siap konsumsi telah dikonsumsi oleh 99,43% rumah tangga di Indonesia, yang mencerminkan bahwa hampir seluruh

lapisan masyarakat telah terbiasa mengonsumsi produk olahan yang praktis dan mudah disajikan (Irfan, 2024).

Kecenderungan masyarakat, terutama di kalangan kelas menengah, juga memperlihatkan prioritas yang tinggi terhadap konsumsi makanan dan minuman. Sebanyak 41,67% dari pengeluaran masyarakat kelas menengah dan 56,21% dari masyarakat yang sedang menuju kelas menengah dialokasikan untuk sektor ini (Rezki, et al., 2025). Dilansir dari situs Antaranews.com, hal ini sejalan dengan laporan BPS yang menyebutkan bahwa lapangan usaha dengan pertumbuhan tertinggi pada triwulan II–2024 adalah sektor makanan, minuman, dan akomodasi, yang tumbuh sebesar 10,17 persen. Pertumbuhan ini didorong oleh meningkatnya berbagai kegiatan berskala nasional dan internasional, seperti pertemuan (MICE), konser musik, serta ajang olahraga, yang berdampak langsung terhadap konsumsi makanan dan minuman, baik oleh individu maupun institusi penyelenggara (Silfia, 2024).

Secara keseluruhan, ekonomi Indonesia tumbuh sebesar 5,05% pada triwulan II tahun 2024 dibandingkan periode yang sama tahun sebelumnya. Pertumbuhan ini banyak didorong oleh sektor penyediaan makanan, minuman, dan akomodasi (Fajarati, 2024). Dengan melihat tren ini, dapat disimpulkan bahwa industri makanan dan minuman masih memiliki peluang yang sangat besar untuk berkembang. Selama pelaku usaha mampu mengikuti perkembangan zaman, berinovasi, dan menjaga kualitas produk, sektor ini akan tetap diminati masyarakat dan dapat terus bertahan dalam berbagai kondisi ekonomi.

3.4 Karakteristik Industri

Industri makanan dan minuman mencerminkan pasar yang dinamis dan terus beradaptasi dengan perubahan perilaku konsumen. Ciri khas industri ini adalah tingkat persaingan yang tinggi, mengingat banyaknya pelaku usaha dari berbagai skala, mulai dari bisnis mikro hingga perusahaan besar. Dalam persaingan yang ketat ini, pelaku usaha dituntut untuk memberikan nilai tambah pada produknya, baik melalui peningkatan kualitas, strategi branding, maupun

pengalaman pelanggan. Secara umum, struktur pasar industri ini bersifat monopolistik, di mana berbagai perusahaan menawarkan produk serupa tetapi dengan perbedaan pada aspek kualitas, kemasan, dan identitas merek. Oleh karena itu, inovasi menjadi elemen utama yang memungkinkan perusahaan tetap kompetitif dan mempertahankan daya tarik bagi konsumen (Yuliawati, 2017).

Menurut artikel yang diterbitkan oleh program studi Ekonomi Syariah Universitas Islam An Nur Lampung, perubahan kebutuhan dan preferensi konsumen juga menuntut perusahaan untuk terus menyesuaikan produknya agar tetap relevan. Kesadaran konsumen terhadap kesehatan semakin meningkat, sehingga mereka lebih memilih makanan yang alami, organik, rendah gula, dan bebas dari bahan tambahan yang berisiko bagi kesehatan. Selain itu, tren eksplorasi kuliner juga semakin berkembang, dengan meningkatnya minat terhadap makanan dari berbagai budaya, yang mendorong produsen untuk menciptakan variasi rasa yang lebih inovatif dan beragam.

Artikel tersebut juga menyoroti bahwa inovasi dan teknologi memiliki peran besar dalam perkembangan industri makanan dan minuman. Perusahaan kini semakin mengandalkan teknologi untuk meningkatkan efisiensi dalam produksi, distribusi, dan pemasaran. Digitalisasi memungkinkan bisnis untuk lebih dekat dengan konsumennya melalui platform e-commerce dan layanan pengantaran, yang telah menjadi standar baru pasca-pandemi. Pandemi COVID-19 mempercepat pergeseran ini, mendorong perusahaan untuk menyesuaikan model bisnisnya guna memenuhi permintaan konsumen yang menginginkan kemudahan dan akses cepat melalui platform digital. Pemanfaatan teknologi ini tidak hanya membantu perusahaan beradaptasi dengan perubahan selera konsumen, tetapi juga menciptakan metode baru dalam menjangkau pasar dan membangun loyalitas pelanggan (Wepo, 2023).

Di samping itu, kesadaran konsumen terhadap isu lingkungan juga semakin meningkat, mendorong perusahaan di sektor makanan dan minuman untuk menerapkan praktik bisnis yang berkelanjutan. Beberapa inisiatif yang dilakukan

antara lain pengurangan limbah plastik dan penggunaan kemasan yang lebih ramah lingkungan. Secara keseluruhan, industri makanan dan minuman terus berkembang sebagai sektor yang inovatif, responsif, dan adaptif terhadap tren pasar. Kemampuan untuk mengikuti perubahan konsumen, memanfaatkan teknologi, serta menerapkan prinsip keberlanjutan menjadi faktor utama bagi perusahaan untuk tetap relevan dalam lanskap industri yang terus berubah dengan cepat.

3.5 Tren Industri dan Prospek Jangka Panjang Industri

Berdasarkan karakteristik industri yang telah dijelaskan sebelumnya, tren di sektor makanan dan minuman mengalami perubahan signifikan yang dipicu oleh kebutuhan akan inovasi, digitalisasi, dan keberlanjutan. Perubahan ini mencerminkan adanya pergeseran preferensi konsumen, di mana mereka semakin tertarik untuk mencicipi kuliner dari berbagai budaya, sehingga menciptakan permintaan terhadap produk dengan cita rasa yang unik dan berbeda. Kondisi ini membuka peluang bagi perusahaan untuk mengembangkan inovasi rasa yang menarik bagi konsumen. Digitalisasi juga menjadi tren utama di industri ini, ditandai dengan maraknya penggunaan platform *e-commerce* dan layanan pesan-antar makanan yang memudahkan konsumen untuk mengakses produk secara praktis dan cepat. Tren ini semakin diperkuat dengan gaya hidup masyarakat modern yang mengutamakan kemudahan dalam memesan makanan dan minuman, serta meningkatnya kepercayaan terhadap transaksi digital.

Sebagai pendorong lainnya, kesadaran konsumen akan dampak lingkungan dari pola konsumsi mereka semakin meningkat, sehingga mendorong tumbuhnya tren keberlanjutan. Faktor ini mendorong perusahaan-perusahaan di industri makanan dan minuman untuk menerapkan praktik bisnis yang lebih ramah lingkungan, seperti penggunaan kemasan yang dapat terurai secara alami (biodegradable) dan upaya pengurangan limbah produksi. Perusahaan yang mampu mengadopsi tren keberlanjutan ini memiliki peluang besar untuk meningkatkan loyalitas konsumen dengan menawarkan layanan bernilai tambah.

Selain inovasi dan keberlanjutan, keragaman produk juga merupakan tren utama dalam industri ini. Perusahaan tidak hanya berfokus pada pengembangan rasa, tetapi juga menyediakan pilihan makanan yang lebih sehat dan alami. Produk nabati, makanan bebas gula, serta pilihan bebas gluten semakin populer, yang menggambarkan meningkatnya kesadaran konsumen akan pentingnya pola makan yang sehat.

Walaupun begitu, konsumsi makanan manis masih memiliki tempat khusus di hati konsumen Indonesia. Ini disebabkan oleh faktor budaya dan emosional yang melekat pada makanan manis sebagai simbol kebahagiaan, perayaan, dan kenyamanan. Banyak orang mengonsumsi makanan manis sebagai bentuk "*comfort food*" untuk mengurangi stres atau sekadar memanjakan diri, terutama dalam bentuk kue, minuman manis, dan makanan penutup. Selain itu, makanan manis juga masih menjadi pilihan utama dalam berbagai momen sosial seperti ulang tahun, hari raya, atau kumpul keluarga.

Oleh karena itu, meningkatnya kesadaran akan dampak negatif dari konsumsi gula yang berlebihan bagi kesehatan termasuk risiko diabetes dan obesitas, membuat sebagian orang mulai mengurangi konsumsi makanan manis. Meskipun demikian, hal ini tidak serta merta menghilangkan permintaan, melainkan mendorong terciptanya varian makanan manis yang lebih sehat, seperti makanan rendah gula, pemanis alami, atau yang menggunakan bahan-bahan tinggi serat dan nutrisi.

Melalui perpaduan antara inovasi produk, pemanfaatan teknologi digital, dan penerapan praktik-praktik berkelanjutan, industri makanan dan minuman dapat terus berkembang dan mempertahankan daya saing di tengah perubahan pasar yang dinamis, serta memenuhi kebutuhan emosional dan fungsional konsumen akan makanan dan minuman yang lebih berkualitas dan sehat.

Industri makanan dan minuman di Indonesia memiliki prospek jangka panjang yang menjanjikan, ditopang oleh pertumbuhan pesat, kontribusi ekonomi yang signifikan, serta kemampuannya dalam beradaptasi dengan dinamika pasar.

Dilansir dari Kompas.com, pada tahun 2023, sektor ini menyumbang 34% terhadap PDB ekonomi kreatif dan mencatat kinerja ekspor yang tinggi, dengan total nilai ekspor mencapai US$1,21 miliar. Jumlah perusahaan kuliner berskala menengah dan besar juga terus meningkat, dengan lebih dari 10.900 perusahaan diperkirakan akan berkembang pada tahun 2022, terutama di wilayah DKI Jakarta, Jawa Barat, Sumatera Selatan, dan Bali (Purwanto, 2024).

Peningkatan daya beli kelas menengah, disertai dengan preferensi konsumen terhadap produk inovatif dan ramah lingkungan, menjadi faktor utama yang mendorong pertumbuhan industri ini. Tren digitalisasi, seperti pemanfaatan media sosial, platform *e-commerce*, serta layanan pengiriman makanan, turut memperluas jangkauan pasar. Dalam jangka panjang, bisnis yang mampu mengadopsi inovasi teknologi, menghadirkan produk yang sesuai dengan preferensi konsumen yang semakin peduli terhadap kesehatan, serta menerapkan strategi berkelanjutan akan memiliki peluang besar untuk tetap bersaing dan berkembang.

Dengan kombinasi faktor-faktor tersebut, sektor makanan dan minuman diperkirakan akan terus memberikan kontribusi yang signifikan terhadap perekonomian Indonesia, menjadikannya sebagai bidang yang sangat potensial untuk investasi dan pengembangan usaha di masa depan.

3.6 Kesimpulan

Sektor makanan dan minuman di Indonesia dikenal sebagai industri yang sangat dinamis dan fleksibel, dengan pertumbuhan yang konsisten dan kontribusi yang signifikan terhadap perekonomian. Gabungan antara peningkatan daya beli masyarakat kelas menengah, inovasi produk, pemanfaatan teknologi digital, dan tren keberlanjutan menciptakan lingkungan yang mendukung pertumbuhan jangka panjang.

Kebutuhan konsumen yang beragam, mulai dari keinginan akan makanan yang lebih sehat, alami, dan berkelanjutan, memberikan peluang yang besar bagi pelaku bisnis untuk berinovasi. Dengan memanfaatkan digitalisasi dan beradaptasi

dengan perubahan permintaan pasar, sektor ini memiliki potensi besar untuk tetap menjadi pilar utama dalam industri kreatif Indonesia. Maka dari itu, industri makanan dan minuman menjadi salah satu sektor yang strategis untuk investasi dan ekspansi bisnis, baik bagi pengusaha baru maupun perusahaan yang ingin memperluas operasi mereka di tingkat nasional dan global.

Khususnya di industri pastry, tingkat optimisme tetap tinggi meskipun pasar dihadapkan pada persaingan yang ketat dan tantangan perang harga. Kondisi ini disebabkan karena pastry bukan hanya sekedar makanan, tetapi telah menjadi bagian dari gaya hidup, simbol perayaan, dan bahkan bentuk ekspresi diri dalam budaya kuliner modern.

Konsumen tidak hanya mencari rasa yang enak, tetapi juga pengalaman visual dan nilai estetika dari produk pastry yang dikonsumsinya, seperti pada tren *dessert box, artisan cake,* dan brownies. Inovasi dalam pastry sangat luas mulai dari rasa baru, penggunaan bahan-bahan premium, hingga beradaptasi dengan kebutuhan khusus seperti pastry rendah gula atau bebas gluten. Segmentasi pasar yang luas, mulai dari anak-anak hingga orang dewasa, memungkinkan bisnis untuk menargetkan ceruk pasar yang lebih spesifik dan menghindari persaingan langsung. Bahkan dalam perang harga, bisnis dapat mempertahankan nilai produk dengan menyoroti kualitas, merek, layanan, dan diferensiasi rasa yang unik.

Sementara itu, teknologi digital seperti media sosial dan e-commerce juga membantu pelaku usaha kecil dan menengah untuk memasarkan produk pastry dengan biaya yang relatif murah dan menjangkau pasar yang lebih luas. Melalui strategi konten yang kreatif, kolaborasi dengan influencer makanan, dan promosi yang tepat sasaran, banyak merek kue lokal yang dapat berkembang pesat dan mendapatkan loyalitas konsumen.

Banyaknya ruang untuk bereksplorasi dan potensi inovasi yang terus berkembang membuat dunia pastry tetap menjadi bidang yang menjanjikan bagi para pengusaha kreatif. Meskipun tantangan persaingan dan tekanan harga selalu ada, dengan strategi yang tepat dan pemahaman yang mendalam mengenai pasar,

para pengusaha tetap memiliki alasan kuat untuk optimis dan berkembang di industri ini.