

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Minat masyarakat terhadap industri makanan dan minuman (F&B) terus meningkat dari waktu ke waktu. Gabungan Produsen Makanan dan Minuman Indonesia (GAPPMI) memperkirakan bahwa sektor makanan dan minuman di Indonesia akan mengalami pertumbuhan yang cukup besar pada tahun 2024, dengan peningkatan sekitar 5,5% dibandingkan tahun sebelumnya. Pertumbuhan ini memberikan peluang luas bagi pengusaha F&B menjelang tahun 2025. Tren ini didorong oleh perubahan pola hidup masyarakat kontemporer yang semakin menekankan kemudahan dan aksesibilitas. Saat ini, konsumen lebih memilih makanan yang praktis, dapat dinikmati kapan saja, serta sesuai dengan rutinitas harian yang sibuk, baik bagi mahasiswa maupun pekerja muda.

Industri Food and Beverage (F&B) menjadi salah satu sektor yang mengalami perkembangan pesat seiring meningkatnya kebutuhan masyarakat terhadap makanan dan minuman yang cepat, praktis, dan memiliki harga yang sesuai dengan kemampuan konsumen. Davis et al. (2018) mendefinisikan industri F&B sebagai sektor yang menyediakan makanan dan minuman siap konsumsi, baik melalui restoran, kafe, maupun makanan siap saji (take-away), yang semakin penting keberadaannya dalam mendukung ritme kehidupan masyarakat modern. Pergeseran pola hidup mahasiswa dan pekerja muda yang ditandai dengan keterbatasan waktu membuat mereka membutuhkan pilihan makanan yang mudah diperoleh, tidak rumit dalam penyajiannya, serta bisa dikonsumsi dalam berbagai situasi. Hal ini menyebabkan pola konsumsi mereka berubah menuju preferensi makanan praktis yang tidak membutuhkan waktu lama untuk dipersiapkan.

Meskipun kebutuhan tersebut semakin meningkat, produk makanan siap saji yang beredar di pasaran masih belum sepenuhnya memenuhi ekspektasi

konsumen. Banyak dari produk yang tersedia belum memberikan solusi atas kebutuhan kepraktisan kemasan atau variasi rasa yang sesuai dengan selera generasi muda. Selain itu, tidak sedikit konsumen yang mengalami kesulitan dalam menemukan makanan grab and go yang harganya terjangkau namun tetap menjaga kualitas rasa dan konsistensi produk. GoBall hadir sebagai jawaban terhadap kebutuhan ini dengan menawarkan produk riceball yang dikemas secara praktis, higienis, serta memiliki varian rasa dan isian yang beragam. Dengan mengusung konsep grab and go, GoBall dirancang agar mudah dikonsumsi kapan pun dan di mana pun, tanpa memerlukan waktu persiapan maupun penyajian yang lama, baik dari sisi pembuatan maupun penghidangan.

Di sisi lain, industri F&B, khususnya dalam segmen grab and go, juga menghadapi berbagai tantangan yang harus dipertimbangkan oleh pelaku usaha. Persaingan kian ketat seiring banyaknya merek baru yang menawarkan ide serupa dalam hal kepraktisan. Dalam waktu bersamaan, konsumen semakin kritis dan menuntut variasi produk, kecepatan pelayanan, serta desain kemasan yang lebih menarik, terlebih karena preferensi mereka mudah berubah akibat pengaruh media sosial dan tren kuliner viral (Prabowo & Arumsari, 2021). Pelaku usaha juga harus menghadapi tantangan berupa kenaikan harga bahan baku dan fluktuasi biaya operasional yang berpotensi mengganggu kestabilan harga jual produk (Putri & Setiawan, 2022). Selain itu, menjaga kualitas, kesegaran, dan konsistensi rasa pada produk yang memiliki masa simpan terbatas menjadi tantangan tersendiri, terutama ketika produksi harus dilakukan secara berkala (Lestari, 2020). Dengan mempertimbangkan berbagai faktor tersebut, GoBall hadir bukan hanya untuk menangkap peluang pasar, tetapi juga sebagai bentuk strategi adaptif dalam menghadapi dinamika industri F&B modern. Produk GoBall diproses dan dikemas secara higienis dengan keunggulan berupa kemudahan konsumsi, inovasi pada cita rasa, serta harga yang disesuaikan dengan mahasiswa dan pekerja muda.

Dalam proses pembuatan bisnis hingga berlangsungnya GoBall, setiap peran dalam tim usaha memiliki permasalahan atau tantangan yang berbeda-beda. Penulis berperan sebagai *Chief Production Officer* (CPO), yang bertugas untuk

memastikan proses produksi dapat terus berjalan secara efisien, menjaga konsistensi dari rasa dan kualitas setiap varian produk sesuai dengan SOP, serta mendukung inovasi produk yang dapat menjadi daya saing utama GoBall dengan usaha atau *brand* yang lain. Selain itu, penulis sebagai CPO juga sering kali menghadapi beberapa tantangan lain seperti keterbatasan kapasitas produksi, dan pengelolaan stok bahan baku yang dapat mempengaruhi proses produksi. Permasalahan yang penulis hadapi sebagai CPO sangat penting untuk dianalisis karena hal tersebut dapat mempengaruhi keberlanjutan serta keberhasilan usaha GoBall dalam memenuhi kebutuhan konsumen ke depannya.

Berdasarkan latar belakang tersebut, permasalahan inti dalam penelitian ini berfokus pada bagaimana inovasi produk yang dilakukan oleh penulis sebagai *Chief Production Officer* (CPO) dapat meningkatkan penjualan. Inovasi produk menjadi aspek penting bagi bisnis UMKM dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat dan perubahan preferensi konsumen yang dinamis. Oleh karena itu, penelitian ini menekankan pentingnya inovasi produk sebagai strategi utama dalam meningkatkan minat beli konsumen dan pendapatan serta mendorong keberlanjutan usaha GoBall.

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana menghadirkan alternatif makanan praktis yang terjangkau, berkualitas, dan bervariasi?
2. Bagaimana strategi yang tepat untuk mengembangkan GoBall agar tetap relevan dan menarik di tengah tren makanan praktis yang terus berkembang?
3. Bagaimana pengaruh inovasi produk yang dilakukan CPO terhadap peningkatan penjualan?

Dari ketiga rumusan masalah tersebut, fokus utama penelitian ini terletak pada rumusan masalah ketiga, yaitu pengaruh inovasi produk yang dilakukan

CPO terhadap peningkatan penjualan GoBall. Rumusan masalah ini menjadi benang merah yang menghubungkan seluruh pembahasan pada bab-bab selanjutnya.

1.3 Manfaat Penulisan

1.3.1 Konsumen

Penulisan ini memberikan manfaat berupa gambaran dan pemahaman mengenai adanya alternatif produk makanan praktis berupa *riceball* yang mengusung konsep *grab and go* dengan varian rasa yang beragam serta harga yang kompetitif. Melalui penelitian ini, konsumen diharapkan dapat lebih mudah memperoleh solusi makanan yang dapat dikonsumsi secara praktis yang sesuai dengan kebutuhan gaya hidup modern namun tetap mengutamakan kualitas.

1.3.2 Industri

Penulisan ini diharapkan dapat bermanfaat dan memberikan kontribusi bagi pelaku usaha di bidang *Food & Beverage* (F&B) sebagai referensi untuk memahami peran inovasi produk dalam meningkatkan daya saing serta memperluas pasar. Hasil penulisan ini juga diharapkan dapat menjadi masukan serta referensi bagi pengusaha F&B lain dalam menciptakan strategi bisnis dan mengembangkan produk yang lebih beragam sesuai dengan keinginan konsumen saat ini agar dapat menjaga keberlanjutan sebuah usaha ke depannya di tengah persaingan yang semakin ketat saat ini.

1.3.3 Penulis

Penulisan ini memberikan pengalaman yang mengesankan bagi penulis, khususnya dalam menjalankan peran sebagai *Chief Production Officer* (CPO) pada usaha GoBall. Melalui penulisan ini, penulis

memperoleh pemahaman langsung dalam mengidentifikasi permasalahan produksi serta membuat strategi untuk menjaga efisiensi operasional, konsistensi rasa dan kualitas, serta inovasi produk. Selain itu, melalui penulisan ini juga, penulis mendapatkan manfaat untuk mengembangkan keterampilan analitis dan manajerial penulis dalam menghadapi permasalahan nyata di dunia usaha terutama di bidang F&B, yang dapat menjadi bekal untuk pengembangan karier penulis ke depannya.

1.4 Sistematika Penulisan

Untuk memudahkan pembaca dalam memahami isi dan alur pembahasan pada skripsi ini secara menyeluruh, penulis menyusun sistematika pedoman dalam penulisan yang terbagi dalam lima bab. Adapun susunan sistematika penulisan skripsi ini adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menjadi dasar dalam memahami konteks penelitian dan tujuan penulisan skripsi. Bab ini terdiri dari latar belakang, rumusan masalah, manfaat penulisan, dan sistematika penulisan.

BAB II BADAN USAHA

Bab ini menjelaskan mengenai bentuk badan usaha penulis pada awal perintisan, struktur organisasi yang diterapkan mulai dari pembagian hingga deskripsi tugas, dan dokumen legal yang dimiliki badan usaha untuk mendukung keberlangsungan usaha.

BAB III LANDASAN TEORI

Bab ini berisikan teori-teori umum yang digunakan berkaitan dengan *entrepreneurship* atau pengelolaan bisnis secara umum dan juga teori khusus yang relevan dengan penulis sebagai CPO dalam pengelolaan produksi dan inovasi produk GoBall. Teori Manajemen Produksi (Heizer & Render, 2017) menjelaskan

pentingnya efisiensi dan pengendalian proses agar menghasilkan produk berkualitas. *Product Innovation Theory* (Schumpeter, 1934) menekankan peran kreativitas dalam menciptakan produk baru yang memiliki value. *Market Orientation Theory* (Kohli & Jaworski, 1990) menyoroti pentingnya pemahaman terhadap kebutuhan konsumen dan tren pasar. Sementara *Consumer Value Theory* (Zeithaml, 1988) menjelaskan bagaimana persepsi nilai konsumen terbentuk dari keseimbangan antara manfaat dan harga. Keempat teori ini menjadi dasar bagi CPO dalam mengintegrasikan efisiensi produksi, inovasi, orientasi pasar, dan penciptaan nilai produk GoBall.

BAB IV GAMBARAN BISNIS

Bab ini membahas tentang deskripsi umum bisnis yang dijalankan penulis yang, meliputi analisis TAM SAM SOM, *Business Model Canvas*, kondisi bisnis penulis sebelum dan sesudah pivoting, serta strategi bisnis yang diterapkan penulis. Selain itu, melalui bab ini penulis juga menjelaskan deskripsi fungsi bisnis sesuai dengan peran penulis sebagai Chief Production Officer (CPO) yang bertanggung jawab mengatur, mengawasi, dan memastikan proses produksi berjalan efisien serta sesuai standar kualitas. Penerapan prinsip manajemen produksi dilakukan melalui pengendalian bahan baku, penerapan SOP, dan evaluasi hasil produksi. Fungsi *R&D dijalankan* untuk mengembangkan varian rasa baru sesuai tren pasar dan preferensi konsumen, mencerminkan penerapan *creativity and innovation theory* serta *market orientation*. Melalui pendekatan *consumer value theory*, CPO memastikan produk GoBall tetap bernilai dan kompetitif di pasar makanan praktis.

BAB V PENGEMBANGAN BISNIS

Bab ini membahas tentang rencana dan strategi pengembangan usaha secara umum dan pengembangan secara khusus yang diuraikan sesuai dengan bidang penulis sebagai CPO untuk meningkatkan efisiensi produksi dan inovasi

produk. Pengembangan difokuskan pada perbaikan kualitas, konsistensi rasa, serta penciptaan produk baru seperti minuman matcha yang sesuai tren pasar. Berdasarkan *creativity and innovation theory* dan *market orientation*, pengembangan dilakukan agar produk lebih adaptif terhadap kebutuhan konsumen. Strategi ini diharapkan mampu meningkatkan *consumer value* dan memperkuat posisi GoBall sebagai brand kuliner praktis yang inovatif dan berorientasi pada kualitas.

