

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Industri kuliner di indonesia telah mengalami perkembangan yang signifikan, gaya hidup masyarakat yang berubah, perkembangan teknologi yang sangat pesat, dan perubahan budaya global yang membuat perubahan dinamika baru dalam pola konsumsi masyarakatnya, terutama pada sektor makanan dan minuman. Banyak inovasi pada produk makanan dan minuman dimana hal ini menandakan sektor makanan dan juga minuman merupakan salah satu tren yang paling adaptif terhadap tren serta perilaku konsumen.

Industri kuliner terutama pada sektor makanan ringan atau dessert juga mengalami perkembangan yang sangat pesat, produk seperti croffle, waffle, dan minuman estetik menjadi trend dikalangan anak muda Gen Z dan milenial. Hal ini semakin menonjol karena dessert atau makanan ringan bukan lagi menjadi kebutuhan konsumsi pribadi, akan tetapi menjadi bentuk reaksi sosial dan ekspresi seseorang atau individu itu sendiri. Social media platform seperti Instagram dan Tiktok menjadi sarana besar dalam perubahan besar tren kuliner-kuliner baru, dimana makanan yang memiliki tampilan menarik dan instagramable menjadi salah satu faktor besar dalam pengambilan keputusan pembelian makanan atau dessert tersebut.

Pertumbuhan tempat nongkrong atau kumpul bersama teman-teman seperti coffee shop di berbagai kota memberikan kesempatan yang besar dalam menciptakan dessert yang inovatif. Cafe ini bukan hanya dijadikan tempat untuk berkumpul bersama teman-teman saja akan tetapi dijadikan sebagai tempat untuk bekerja atau hanya berkumpul bersama. Dan hal tersebut menjadikan permintaan cemilan sebagai pendamping minuman seperti kopi semakin meningkat. Cemilan yang memiliki rasa serta tekstur yang unik dan penampilan unik mempunyai peluang yang sangat besar dalam menarik pelanggan.

Di tengah pertumbuhan pesat yang diamati di sektor ini, kecenderungan keseragaman produk telah menjadi jelas. Banyak pelaku bisnis menawarkan produk serupa yang tidak memiliki karakteristik pembeda yang signifikan. Sebagai ilustrasi utama, popularitas croffle yang meluas selama periode 2021–2023 menunjukkan pesatnya perkembangan tren, ditambah dengan kejemuhan yang sama cepatnya tanpa adanya inovasi yang konsisten. Kondisi ini menghasilkan prospek bagi produk-produk baru yang menggabungkan

konsep-konsep khas dan signifikansi budaya yang kuat, yang memungkinkan mereka untuk membedakan diri dalam lanskap pasar yang sangat kompetitif.

Perkembangan perilaku konsumen juga menjadikan faktor dalam perkembangan bisnis kuliner. Dengan perubahan trend yang sangat cepat pada sektor kuliner, kebanyakan customer tidak hanya mencari makanan yang enak saja. Akan tetapi kebanyakan customer lebih memilih makanan yang mempunyai keunikan, pengalaman baru, dan cerita yang ada di balik makanan tersebut. Fenomena yang biasa dikenal dengan experience-based consumption, dimana para customer menginginkan pengalaman emosional dan sosial dari produk yang mereka konsumsi.

Banyak juga customer yang sudah mulai menyadari trend gaya hidup sehat dan mindful eating dimana mereka cendrung mendorong para konsumen lebih selektif dalam memilih makanan. Para konsumen akan lebih memilih makanan yang memiliki bahan berkualitas, tidak memberikan rasa yang berlebihan dan memberikan pengalaman yang menarik dalam membeli produk makanan yang di sajikan. Hal tersebut bisa di menjadikan tantangan dan juga peluang bagi para pengusaha di bidang makanan dan minuman dalam menciptakan produk yang memiliki cita rasa unik, nilai estetika, dan memiliki bahan baku berkualitas.

Pada sektor bisnis makanan manis atau dessert yang bisa memberikan dessert yang unik dan cita rasa menarik seperti waffle atau pastry yang lainnya, banyak peluang dalam menciptakan makanan menarik dan unik. Banyak makanan yang berasal dari Jepang yang belum dikembangkan di pasar Indonesia sendiri, dijaman sekarang ini banyak anak muda yang menyukai culture dari budaya Jepang tersebut mulai dari sektor anime, fashion, dan kuliner-kuliner khas Jepang.

Mengapa penulis ingin membuat bisnis dan dijadikan sebagai tugas akhir karena kebanyakan mahasiswa hanya menguasai teorinya saja dan tidak bisa menjalankan bisnisnya karena minimnya pengalaman dan diragukan dalam merunning sebuah bisnis. Oleh karena itu penulis disini mau membuktikan dengan membangun bisnis pada bidang kuliner, yang berdasarkan bentuk implementasi dari teori yang sudah didapatkan selama masa perkuliahan berlangsung.

1.2 Rumusan Masalah

- Bagaimana Moofs dapat menjalankan kegiatan bisnisnya secara efektif untuk mencapai target penjualan serta memastikan keberlanjutan operasional usaha?
- Bagaimana penerapan strategi broadcasting yang dipadukan dengan sistem purchase order (PO) dapat membantu Moofs mengatasi permasalahan dalam aspek produksi, pemasaran digital, serta pengelolaan internal bisnis?

1.3 Manfaat Penulisan

Manfaat bagi konsumen, industri, dan penulis

Penulisan laporan mengenai pengembangan bisnis Moofs diharapkan dapat memberikan kontribusi nyata bagi berbagai pihak yang terlibat, baik secara langsung maupun tidak langsung. Manfaat penelitian ini tidak hanya terbatas pada pengembangan usaha Moofs semata, tetapi juga memiliki relevansi lebih luas bagi dunia akademik, industri kuliner, konsumen, penulis, serta peneliti selanjutnya. Oleh karena itu, manfaat penulisan ini dibagi ke dalam beberapa kelompok agar sejalan dengan format penulisan ilmiah dan kebutuhan institusi akademik.

1. Manfaat bagi Kampus atau Institusi Pendidikan

Penelitian ini memberikan nilai tambah bagi institusi pendidikan sebagai salah satu referensi yang memperkaya khasanah penelitian dalam bidang kewirausahaan, manajemen bisnis, dan pemasaran digital. Studi mengenai strategi broadcasting dalam memperoleh purchase order masih relatif jarang diangkat secara mendalam, sehingga laporan ini dapat menjadi literatur yang relevan untuk pengembangan kurikulum, khususnya pada mata kuliah bisnis kreatif, manajemen operasional, dan strategi pemasaran. Selain itu, laporan ini dapat digunakan sebagai contoh aplikasi nyata dari teori-teori yang diajarkan di lingkungan akademik, sehingga kampus dapat menunjukkan hubungan antara pembelajaran teoretis dengan praktik lapangan melalui studi kasus usaha Moofs. Dengan demikian, penelitian ini turut mendukung misi institusi pendidikan dalam menghasilkan karya ilmiah yang aplikatif, inovatif, dan berorientasi pada kebutuhan industri.

2. Manfaat bagi Industri Kuliner dan Pelaku UMKM

Penelitian ini memberikan wawasan praktis bagi pelaku UMKM dan industri kuliner mengenai bagaimana strategi pemasaran modern seperti broadcasting dapat dimanfaatkan sebagai pendekatan penjualan yang efektif. Laporan ini juga menyoroti bagaimana mekanisme purchase order dapat membantu UMKM mengurangi risiko kelebihan produksi, mengoptimalkan biaya operasional, dan memastikan proses produksi berjalan lebih terencana. Melalui studi Moofs, pelaku industri dapat memperoleh gambaran mengenai pentingnya inovasi produk yang relevan dengan selera pasar serta konsistensi kualitas sebagai faktor utama dalam mempertahankan kepercayaan konsumen. Selain itu, penulisan ini menampilkan contoh kolaborasi antara UMKM dan coffee shop sebagai bentuk strategi distribusi yang efisien dan dapat ditiru oleh usaha kecil lainnya. Dengan demikian, manfaat penelitian ini bagi industri tidak hanya dalam konteks peningkatan kapasitas bisnis, tetapi juga dalam memperkuat ekosistem ekonomi kreatif yang berbasis pada kreativitas, nilai budaya, dan keberlanjutan usaha.

3. Manfaat bagi Konsumen

Bagi konsumen, penelitian ini memberikan informasi yang komprehensif mengenai inovasi produk Moofs yang menggabungkan tekstur mochi dengan bentuk waffle. Kehadiran produk ini menawarkan alternatif dessert yang tidak hanya menarik secara visual, tetapi juga memberikan pengalaman baru dari segi rasa dan tekstur. Penelitian ini juga menyoroti bagaimana Moofs berupaya menghadirkan produk berkualitas dengan harga terjangkau sehingga dapat dinikmati oleh berbagai kalangan, terutama mahasiswa dan generasi muda yang menjadi target pasarnya. Dengan penyampaian informasi yang jelas mengenai nilai tambah produk, konsumen dapat semakin memahami pentingnya mendukung produk lokal yang inovatif dan kreatif. Selain itu, penelitian ini juga berpotensi memperluas wawasan konsumen mengenai tren makanan modern yang tetap mempertimbangkan nilai estetika, kualitas, dan pengalaman konsumsi.

4. Manfaat bagi Penulis

Penulisan laporan ini memberikan kesempatan bagi penulis untuk mengembangkan kompetensi akademik dan keterampilan praktis dalam bidang manajemen usaha. Melalui penelitian ini, penulis memperoleh pengalaman langsung dalam merancang, mengelola, dan mengevaluasi sebuah bisnis kuliner berbasis inovasi produk. Penulis juga belajar mengenai pentingnya perencanaan operasional, strategi pemasaran digital, manajemen keuangan, dan analisis tren konsumen sebagai elemen penting dalam membangun usaha yang berkelanjutan. Selain itu, proses penelitian ini menjadi sarana bagi penulis untuk melatih kemampuan berpikir kritis, pengambilan keputusan, dan pemecahan masalah dalam konteks bisnis nyata. Pengalaman ini tidak hanya memperkaya

pengetahuan akademik, tetapi juga membantu penulis membentuk sikap profesional, kreatif, inovatif, dan mandiri dalam menghadapi tantangan dunia kerja maupun dunia kewirausahaan.

5. Manfaat bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini dapat menjadi pijakan awal bagi peneliti lain yang ingin mengembangkan kajian mengenai strategi pemasaran berbasis digital, khususnya dalam bentuk broadcasting strategy dalam memperoleh purchase order. Studi ini memberikan gambaran mengenai proses penerapan strategi tersebut pada skala usaha kecil, sehingga peneliti selanjutnya dapat mengembangkan kajian lebih luas, baik dari segi metode, pendekatan, maupun sektor industri yang berbeda. Laporan ini juga dapat menjadi acuan dalam membangun penelitian komparatif antara berbagai model pemasaran digital untuk UMKM, seperti endorsement, targeted ads, dan community marketing. Dengan demikian, penelitian ini memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu pengetahuan dan menjadi referensi penting bagi peneliti yang ingin memperdalam studi terkait bisnis kuliner kreatif dan strategi pemasaran modern.

1.4 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dalam skripsi ini disusun secara terstruktur untuk memberikan gambaran yang jelas mengenai alur pembahasan mulai dari tahap pendahuluan hingga penarikan simpulan. Penyusunan bab dibuat secara berurutan agar pembaca dapat mengikuti keseluruhan proses penelitian dan perintisan usaha Moofs secara komprehensif. Adapun sistematika penulisan dalam skripsi ini adalah sebagai berikut,

1.4.1 Bab I Pendahuluan

Bab ini berisi uraian mengenai latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, serta sistematika penulisan. Bab I memberikan dasar konseptual untuk memahami konteks, urgensi, dan arah penelitian.

1.4.2 Bab II Badan Usaha

Bab ini menjelaskan profil Moofs sebagai usaha rintisan, meliputi bentuk badan usaha, struktur organisasi, pembagian tugas, dokumen legalitas, analisis industri, logic of industry, serta key success factors yang memengaruhi posisi Moofs di industri dessert.

1.4.3 Bab III Kajian Teori

Bab ini memuat teori-teori umum maupun khusus yang relevan dengan penelitian, seperti teori kewirausahaan, inovasi produk, perilaku konsumen, strategi pemasaran digital, strategi broadcasting, purchase order (PO), serta teori yang mendukung analisis bisnis Moofs.

1.4.4 Bab IV Gambaran Bisnis

Bab ini membahas implementasi kegiatan bisnis Moofs selama masa validasi, termasuk strategi pemasaran, strategi operasional, strategi keuangan, evaluasi kinerja last four weeks, analisis data penjualan, serta hasil yang diperoleh dari penerapan strategi broadcasting dan sistem PO.

1.4.5 Bab V Pengembangan Bisnis

Bab ini memaparkan rencana pengembangan Moofs untuk periode 2026–2028 berdasarkan hasil analisis pada bab sebelumnya. Pembahasan mencakup pengembangan strategi pemasaran, pengembangan operasional dan SDM, pengembangan keuangan, serta proyeksi pertumbuhan usaha. Bab ini juga menyajikan roadmap dan rekomendasi pengembangan Moofs sebagai rintisan bisnis.