

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Industri makanan dan minuman (F&B) di Indonesia terus mengalami pertumbuhan signifikan seiring dengan perubahan gaya hidup masyarakat yang semakin dinamis dan praktis. Meningkatnya aktivitas harian, terutama di kalangan generasi muda dan pekerja, mendorong kebutuhan terhadap makanan yang mudah disajikan, memiliki porsi seimbang, dan tetap memiliki cita rasa yang lezat. Fenomena ini memperkuat tren makanan praktis yaitu makanan efisien, mudah dibawa, dan cocok untuk gaya hidup aktif yang tetap mempertahankan kualitas bahan dan kepraktisannya.

Menurut laporan *Katadata Insight Center (KIC)*, minat masyarakat Indonesia terhadap makanan siap saji dan layanan makanan instan terus meningkat seiring berkembangnya gaya hidup cepat di perkotaan. Katadata mencatat bahwa konsumen muda, khususnya usia 18–30 tahun, menjadi kelompok yang paling banyak mengonsumsi makanan praktis karena memiliki mobilitas tinggi dan kebutuhan akan efisiensi waktu. Hal ini sejalan dengan survei Jakpat (2024) yang menunjukkan bahwa 64% Gen Z dan pekerja muda memilih makanan praktis seperti *rice bowl* dan *ready-to-eat* meals karena dianggap lebih cepat, mudah dibawa, dan sesuai dengan ritme aktivitas harian. Survei tersebut juga menegaskan bahwa segmen usia muda semakin mengutamakan kenyamanan dan kecepatan dalam memenuhi kebutuhan makanan sehari-hari.

Di sisi lain, permasalahan yang muncul adalah banyaknya produk makanan praktis di pasaran yang hanya menonjolkan kecepatan dan kemasan tanpa memperhatikan aspek lain yang penting seperti keseimbangan porsi, cita rasa, dan harga yang terjangkau. Hal ini sejalan dengan tren konsumsi makanan praktis yang terus meningkat di Indonesia, di mana makanan siap saji dan *ready-to-eat* menjadi pilihan populer karena urbanisasi dan gaya hidup yang semakin sibuk. Menurut Harsono (2021) konsumsi makanan siap saji menyumbang sekitar 28% dari total asupan kalori penduduk perkotaan Indonesia, mencerminkan tingginya ketergantungan masyarakat terhadap makanan cepat dan praktis sebagai bagian dari pola makan sehari-hari. Namun, meskipun permintaan tinggi, banyak produk yang beredar masih belum mampu memadukan kualitas rasa dan porsi seimbang dengan harga yang kompetitif, terutama bagi konsumen muda yang mencari nilai terbaik

antara kepraktisan, citarasa, dan keterjangkauan. Menurut Susanto (2025) kebutuhan ini tercermin pula dalam perilaku konsumen yang semakin menuntut produk makanan praktis yang tidak hanya cepat disajikan tetapi juga memenuhi standar gizi dan rasa yang memadai.

Menjawab permasalahan tersebut, kelompok kami merancang ide usaha kuliner SmokyBowl, yaitu *rice bowl* dengan konsep daging asap yang dipadukan dengan nasi (karbohidrat), Daging (Protein) dan sayuran (Serat) dalam satu porsi. Konsep ini mengedepankan kepraktisan, cita rasa smoky yang khas, serta keseimbangan Porsi. SmokyBowl diharapkan menjadi solusi di tengah kesenjangan pasar menghadirkan makanan praktis yang lezat, memiliki porsi seimbang, dan terjangkau, dengan ciri khas utama yaitu daging asap.

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana strategi pemasaran digital yang diterapkan SmokyBowl untuk meningkatkan *brand awareness* pada target pasar mahasiswa dan pekerja muda?
2. Bagaimana kinerja strategi pemasaran SmokyBowl dalam meningkatkan akuisisi dan retensi pelanggan yang diukur melalui CAC, CLV, dan ROI?
3. Bagaimana pengelolaan biaya pemasaran SmokyBowl dalam mencapai titik *break-even* dan mendukung pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan?

1.3 Manfaat Penulisan

Bagi Konsumen

Penulisan ini diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai solusi makanan praktis, lezat, memiliki keseimbangan porsi dan memiliki cita rasa khas yang menarik. Konsumen akan memperoleh alternatif pilihan makanan yang tidak hanya memenuhi kebutuhan harian, tetapi juga memiliki cita rasa yang khas dan memiliki porsi yang seimbang.

Bagi Industri

Penelitian ini bermanfaat untuk para mitra pemasok yang terlibat dalam bisnis Smoky Bowl. SmokyBowl bekerja sama dengan supplier sayuran, daging ayam, serta penyedia kemasan sehingga turut mendukung keberlanjutan usaha mereka. Hal ini menciptakan hubungan kerja sama yang saling menguntungkan antara SmokyBowl dan para mitra pemasok.

Bagi Penulis

Penulisan ini memberikan pengalaman berharga dalam mengidentifikasi permasalahan di masyarakat, merancang solusi melalui ide usaha rintisan, serta mengaplikasikan ilmu yang diperoleh selama perkuliahan. Selain itu, penulis dapat mengasah kemampuan analisis, penelitian, dan kerja sama tim yang berguna untuk pengembangan diri maupun karier di masa depan

1.4 Sistematika Penulisan

Bab I Pendahuluan berisi penjelasan mengenai latar belakang yang menjadi dasar pemikiran dalam penyusunan laporan, rumusan masalah yang ingin dijawab melalui kegiatan ini, manfaat penulisan bagi pihak terkait, serta sistematika penulisan laporan secara keseluruhan.

Bab II Profil Usaha menjelaskan tentang bentuk badan usaha, struktur organisasi serta pembagian tugas dan tanggung jawab setiap anggota, serta dokumen legal yang mendukung legalitas pendirian usaha.

Bab III Landasan Teori memuat teori-teori umum dan khusus yang relevan dengan topik, seperti teori manajemen, pemasaran, dan pengembangan usaha yang menjadi dasar analisis dalam perencanaan bisnis.

Bab IV Deskripsi Bisnis berisi gambaran umum mengenai usaha yang dijalankan, termasuk konsep bisnis SmokyBowl, produk yang ditawarkan, serta penjelasan fungsi bisnis yang meliputi aspek produksi, pemasaran, keuangan, dan sumber daya manusia.

Bab V Pengembangan Bisnis menjelaskan rencana pengembangan usaha ke depan yang mencakup inovasi produk, strategi ekspansi, dan peningkatan daya saing agar bisnis dapat tumbuh secara berkelanjutan.