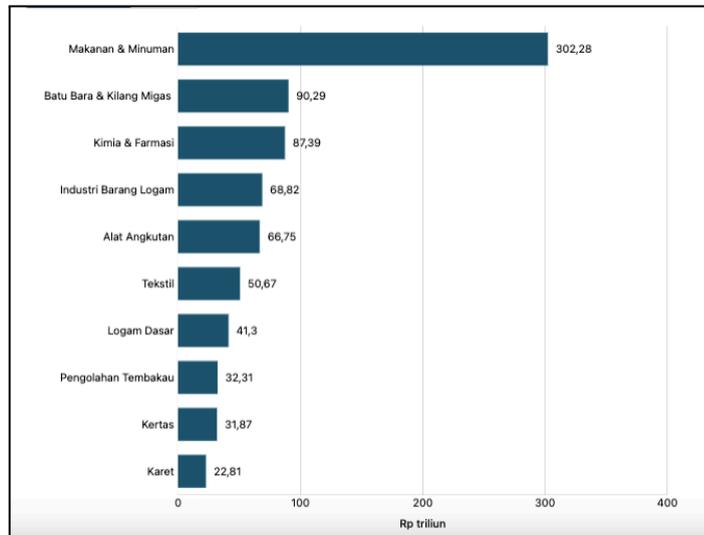


BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Sektor Food and Beverages (FnB) merupakan salah satu bidang usaha yang terus berkembang dan memiliki peran besar dalam perekonomian Indonesia. Pertumbuhan sektor ini tidak lepas dari tingginya minat masyarakat terhadap produk makanan dan minuman, serta semakin banyaknya inovasi yang muncul di industri kuliner. Menurut Katadata.com, pada kuartal II tahun 2024 industri makanan dan minuman menjadi penyumbang terbesar bagi Produk Domestik Bruto (PDB) sektor industri dengan nilai Rp302,28 triliun atau 34,44%. Sementara itu, Antaranews.com melaporkan bahwa pada tahun 2023 sektor ini memberikan kontribusi sebesar 39,10% terhadap PDB industri pengolahan nonmigas dan 6,55% terhadap PDB nasional. Data tersebut menunjukkan bahwa industri FnB memiliki peran penting dalam mendukung pertumbuhan ekonomi sekaligus membuka peluang usaha yang luas, termasuk bagi pelaku usaha baru maupun mahasiswa yang ingin mulai terjun ke dunia bisnis.

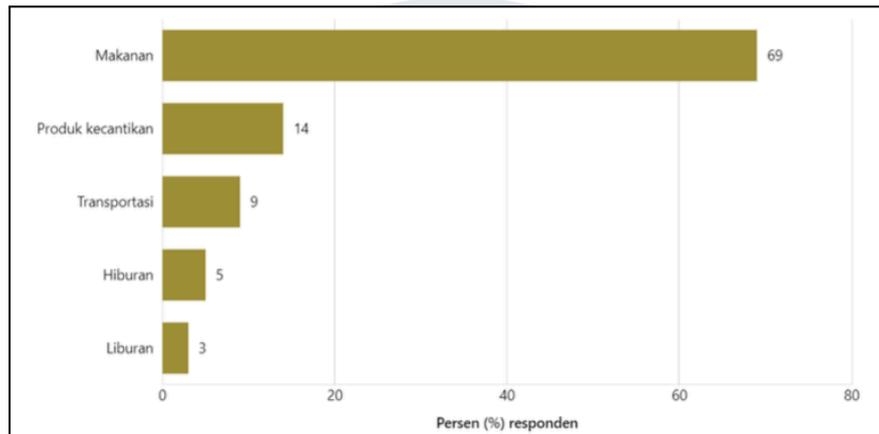


Gambar 1.1 Makanan dan Minuman Jadi Kontributor Terbesar PDB Sektor Industri Kuartal II-2022

Sumber: [Databoks](#)

Tren konsumsi makanan ringan di Indonesia terus meningkat, di mana sektor makanan ringan tumbuh sekitar 8% dari 2020 ke 2021 (Kredit Rating Indonesia). Pertumbuhan ini menunjukkan bahwa camilan semakin menjadi pilihan masyarakat, sejalan dengan pola makan yang lebih praktis dan cepat (Fimela.com). Tren tersebut semakin kuat di kalangan Generasi Z yang dikenal cepat mengikuti perkembangan kuliner dan aktif mempengaruhi tren melalui media sosial. Survei Populix (2024) menunjukkan bahwa 69% pengeluaran Gen Z dialokasikan untuk makanan, dengan daya beli tahunan mencapai USD 100 miliar. Kondisi ini menandakan bahwa Gen Z merupakan segmen pasar yang sangat potensial bagi produk camilan inovatif. Mahasiswa sebagai bagian dari Generasi Z juga menghadapi tekanan akademik yang dapat mempengaruhi pola konsumsi mereka. Penelitian Wahyuni (2022) menunjukkan bahwa stres akademik mendorong mahasiswa untuk lebih banyak mengonsumsi camilan sebagai bentuk *coping mechanism*. Data-data tersebut memperlihatkan bahwa konsumsi camilan tidak hanya menjadi tren, tetapi juga kebutuhan yang terus ada, sehingga membuka peluang usaha yang

besar, terutama untuk produk camilan yang praktis, terjangkau, dan relevan dengan kebutuhan pelajar serta mahasiswa.

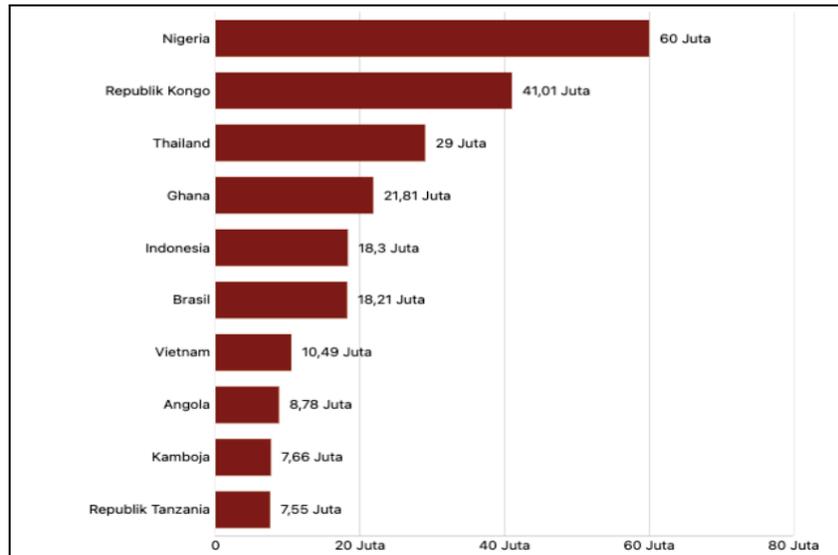


Gambar 1.2 - Survey Alokasi Pengeluaran Generasi Z

Sumber: [Databoks](#)

Selain besarnya peluang pasar, Indonesia juga memiliki keunggulan dari sisi ketersediaan bahan baku lokal, terutama umbi-umbian yang sangat melimpah dan mudah ditemukan di berbagai daerah. Indonesia tercatat sebagai produsen singkong terbesar ke-5 di dunia dengan produksi sekitar 18,3 juta ton per tahun (Databoks, 2020), dan tingginya konsumsi masyarakat menunjukkan bahwa komoditas ini sudah menjadi bagian dari pola makan sehari-hari. Pada tahun 2021, rata-rata konsumsi singkong mencapai 1,49 kg, sementara ubi jalar dan kentang masing-masing sebesar 0,25 kg dan 0,21 kg per kapita per bulan (Kominfo). Ketersediaan bahan baku yang melimpah, harga yang relatif terjangkau, serta tingginya penerimaan masyarakat terhadap produk berbasis umbi menjadikan komoditas ini memiliki potensi yang sangat besar untuk dikembangkan sebagai bahan dasar camilan. Kondisi tersebut memberikan keuntungan bagi pelaku usaha pemula, termasuk mahasiswa, karena pasokan bahan baku yang stabil dan risiko produksi yang lebih rendah memungkinkan proses usaha berjalan lebih efisien. Selain itu, karakteristik umbi-umbian yang mudah diolah membuka peluang luas untuk menghadirkan

produk camilan yang inovatif sekaligus memiliki nilai jual tinggi, sehingga semakin relevan dengan selera dan kebutuhan konsumen masa kini.



Gambar 1.3 - 10 Negara Produsen Singkong Terbesar di Dunia

Sumber: [Databoks](#)

Melihat peluang pasar yang terus berkembang, tingginya minat Generasi Z terhadap camilan, serta ketersediaan bahan baku umbi-umbian yang melimpah dan terjangkau, pengembangan bisnis camilan berbasis umbi menjadi pilihan yang relevan untuk dijalankan. Pertimbangan ini diperkuat oleh kemampuan awal penulis, seperti akses terhadap pemasok yang stabil, potensi inovasi produk yang mudah dikembangkan, dan margin keuntungan yang cukup tinggi, sehingga secara realistis memungkinkan usaha ini dijalankan oleh mahasiswa. Pasar camilan juga menunjukkan pertumbuhan positif dengan tingkat persaingan yang masih terbuka bagi pelaku usaha baru.

Dalam konteks akademik, mahasiswa diwajibkan menjalankan bisnis sebagai bagian dari persyaratan kelulusan, sehingga kegiatan ini menjadi sarana untuk menerapkan teori kewirausahaan melalui praktik langsung sekaligus mengembangkan keterampilan analitis, manajerial, dan pengambilan keputusan. Dengan memanfaatkan komoditas lokal dan

mengikuti tren konsumsi masyarakat, penelitian ini diarahkan untuk mengkaji dan mengimplementasikan bisnis camilan berbasis umbi secara berkelanjutan serta memberikan kontribusi bagi penguatan kewirausahaan mahasiswa dan pemanfaatan sumber daya pangan lokal.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah diuraikan, maka dapat disimpulkan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana validasi produk dan perencanaan bisnis Grombi dapat menunjukkan efektivitas strategi yang diterapkan serta kemampuan mahasiswa dalam menjalankan bisnis FnB dengan keterbatasan modal, waktu, dan pengalaman?
2. Bagaimana peran Chief Operating Officer (COO) dalam merancang, mengelola, dan mengevaluasi strategi operasional terutama terkait pengendalian stok, alur produksi, dan distribusi dapat memastikan kelancaran aktivitas bisnis Grombi di tengah ketidakpastian permintaan dan keterbatasan sumber daya?

1.3. Manfaat Penulisan

Dari penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi beberapa pihak:

1.3.1. Bagi Konsumen

Penulisan ini bertujuan untuk memberikan alternatif produk camilan berbasis umbi yang telah melalui proses validasi sehingga memenuhi standar kualitas dari segi rasa, keamanan, dan kenyamanan konsumsi. Kehadiran produk Grombi juga diharapkan dapat menawarkan pilihan camilan yang inovatif, terjangkau, dan sesuai dengan preferensi konsumen, khususnya kelompok usia muda yang menjadi segmen pasar utama.

1.3.2. Bagi Industri

Penulisan ini bermanfaat sebagai contoh pengembangan produk lokal menjadi peluang bisnis yang bernilai tambah tinggi. Penulisan ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi pelaku usaha kuliner dalam mengembangkan inovasi produk berbasis bahan baku lokal, sekaligus memperkuat daya saing industri makanan ringan di Indonesia.

1.3.3. Bagi Penulis

Penulisan ini bertujuan untuk mengimplementasikan teori kewirausahaan secara langsung melalui proses perancangan, validasi, dan pelaksanaan bisnis. Pengalaman ini diharapkan dapat meningkatkan kemampuan penulis dalam analisis usaha, manajemen operasional, dan pengambilan keputusan strategis. Selain memenuhi persyaratan akademik, penelitian ini juga menjadi bukti bahwa mahasiswa mampu menjalankan usaha FnB secara nyata meskipun menghadapi keterbatasan modal, waktu, dan pengalaman.

1.4. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan ini dapat diuraikan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini berisi latar belakang, rumusan masalah, manfaat penulisan, dan sistematika penulisan.

BAB II BADAN USAHA

Pada bab ini berisi bentuk badan usaha yang didirikan kelompok, struktur organisasi serta pembagian tugas masing-masing anggota, serta dokumen legal yang dimiliki usaha.

BAB III LANDASAN TEORI

Pada bab ini berisi teori umum yang berkaitan dengan kewirausahaan dan teori khusus yang mendukung bidang atau peran penulis dalam kelompok.

BAB IV GAMBARAN BISNIS

Pada bab ini berisi deskripsi bisnis yang mencakup TAM, SAM, SOM, strategi operasional, strategi pemasaran, strategi sumber daya manusia, serta strategi keuangan. Pada bab ini juga dijelaskan peran penulis secara lebih detail sesuai fungsi bisnisnya.

BAB V PENGEMBANGAN BISNIS

Pada bab ini berisi strategi pengembangan usaha yang dilakukan secara kelompok, serta pengembangan yang difokuskan pada bidang atau peran masing-masing penulis.

