

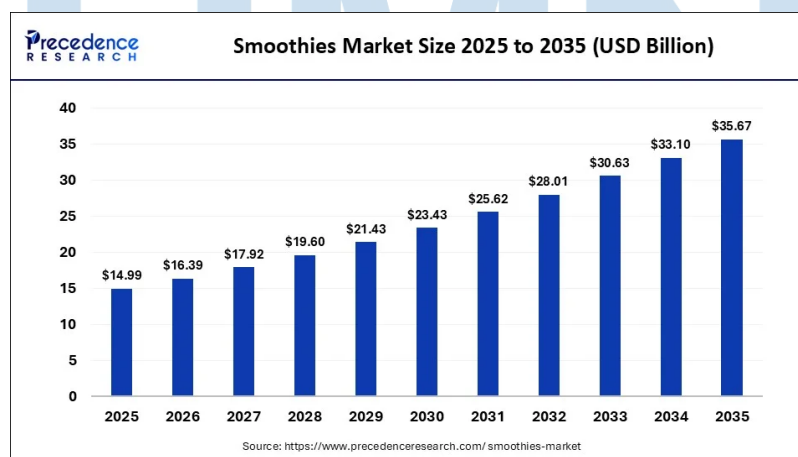
# BAB I

## PENDAHULUAN

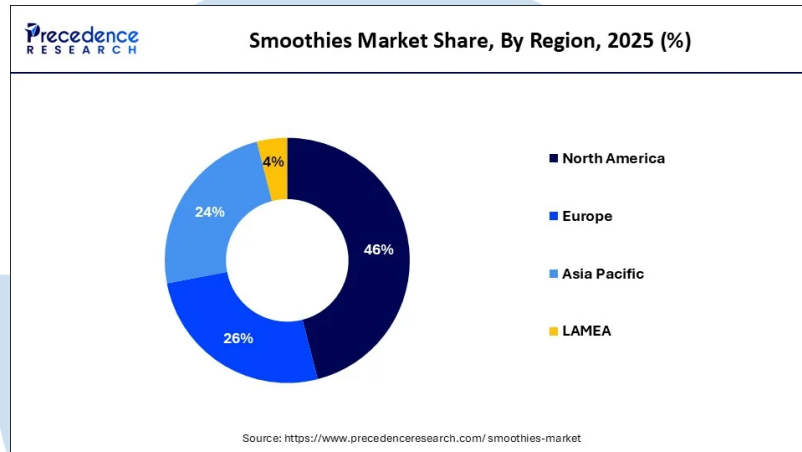
### 1.1 Latar Belakang PRO-STEP Kewirausahaan

Pemilihan program PRO-STEP Kewirausahaan pada semester genap ini didasari oleh keinginan penulis untuk mengembangkan usaha di bidang minuman sehat, khususnya melalui merek Smoogo. Latar belakang utama pemilihan ini berangkat dari meningkatnya tren gaya hidup sehat di kalangan masyarakat, terutama di perkotaan, yang mendorong permintaan terhadap produk minuman berbasis buah yang praktis, segar, dan bernutrisi.

Selain itu, keputusan ini tidak hanya berdasarkan inisiatif pribadi, tetapi juga didukung oleh hasil observasi dan riset pasar sederhana. Penulis mengamati bahwa bisnis minuman seperti smoothies, jus, dan *healthy drinks* mengalami pertumbuhan yang signifikan, ditandai dengan banyaknya brand baru bermunculan serta tingginya minat konsumen terhadap produk yang mendukung gaya hidup sehat. Namun, masih terdapat peluang untuk menghadirkan produk yang memiliki diferensiasi dari segi rasa, kualitas bahan, branding, serta kemudahan akses.



Gambar 1.1 Proyeksi Pertumbuhan Ukuran Pasar Smoothies Global Hingga Tahun 2035



Gambar 1.2 Pangsa Pasar Smoothies Berdasarkan Wilayah Secara Global

Menurut Precedence Research (2026), industri smoothies menunjukkan pertumbuhan yang sangat positif dalam beberapa tahun terakhir seiring meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap pentingnya pola hidup sehat. Berdasarkan data dari Precedence Research, nilai pasar smoothies global mencapai sekitar USD 14,99 miliar pada tahun 2025 dan diproyeksikan meningkat menjadi USD 35,67 miliar pada tahun 2035 dengan tingkat pertumbuhan tahunan (CAGR) sebesar 9,06%. Pertumbuhan ini didorong oleh meningkatnya permintaan konsumen terhadap minuman sehat, praktis, dan bernutrisi yang dapat mendukung gaya hidup aktif dan modern. Selain itu, tren konsumsi makanan dan minuman alami, rendah gula, serta berbahan dasar buah dan sayuran turut menjadi faktor utama yang mendorong perkembangan industri smoothies secara global.

Pertumbuhan pasar yang konsisten tersebut menunjukkan bahwa smoothies bukan sekadar tren sesaat, melainkan telah menjadi bagian dari perubahan perilaku konsumen menuju pola konsumsi yang lebih sehat. Masyarakat semakin menyadari hubungan antara pola makan dengan kesehatan jangka panjang, sehingga permintaan terhadap produk yang menawarkan manfaat nutrisi, kemudahan konsumsi, dan cita rasa yang baik terus mengalami peningkatan. Beberapa laporan

industri juga menunjukkan bahwa pasar smoothies global diproyeksikan tumbuh pada kisaran 7–9% per tahun dalam jangka panjang, mencerminkan prospek industri yang sangat menjanjikan.

Melihat besarnya potensi pasar tersebut, Smoogo didirikan sebagai solusi bagi konsumen yang ingin mengonsumsi minuman sehat tanpa harus mengorbankan rasa maupun kepraktisan. Smoogo menawarkan smoothies berbahan dasar buah segar tanpa tambahan gula, sehingga dapat menjadi alternatif yang lebih sehat dibandingkan minuman manis konvensional. Konsep ini selaras dengan tren kesehatan yang terus berkembang, terutama di kalangan generasi muda dan masyarakat perkotaan yang semakin memperhatikan asupan nutrisi sehari-hari.

Untuk memahami peluang pasar yang dapat dimanfaatkan oleh Smoogo, dilakukan analisis menggunakan pendekatan *Total Addressable Market* (TAM), *Serviceable Available Market* (SAM), dan *Serviceable Obtainable Market* (SOM). *Total Addressable Market* (TAM) menggambarkan keseluruhan potensi pasar yang tersedia bagi industri smoothies secara global. Berdasarkan data industri, pasar smoothies dunia diperkirakan bernilai sekitar USD 15–18 miliar pada tahun 2025 dan diproyeksikan terus bertumbuh dalam dekade mendatang. Besarnya nilai pasar ini menunjukkan bahwa industri smoothies memiliki permintaan yang kuat dan didukung oleh tren kesehatan global yang semakin berkembang.

*Serviceable Available Market* (SAM) merupakan bagian dari TAM yang dapat dilayani oleh Smoogo berdasarkan wilayah operasional dan target konsumen yang dituju. Pada tahap awal, Smoogo memfokuskan pasar di wilayah Tangerang Selatan yang memiliki populasi sekitar 1,4 juta jiwa. Dari jumlah tersebut, diperkirakan terdapat sekitar 73.500 konsumen potensial yang termasuk dalam kelompok usia produktif, memiliki kesadaran terhadap gaya hidup sehat, serta rutin mengonsumsi minuman sehat.

Dengan asumsi setiap konsumen membeli produk sebanyak dua kali per minggu dan harga rata-rata produk sebesar Rp28.000, maka nilai pasar yang

tersedia bagi Smoogo diperkirakan mencapai sekitar Rp197 miliar per tahun. Nilai pasar yang besar ini menunjukkan bahwa bahkan dalam satu wilayah operasional saja, terdapat peluang bisnis yang sangat menarik untuk dikembangkan. Selain didukung oleh jumlah penduduk yang besar, wilayah Tangerang Selatan juga memiliki karakteristik masyarakat urban yang relatif lebih terbuka terhadap produk-produk kesehatan dan gaya hidup sehat.

*Serviceable Obtainable Market (SOM)* merupakan bagian pasar yang secara realistis dapat diperoleh oleh Smoogo dalam beberapa tahun awal operasional. Dengan asumsi perusahaan mampu menguasai 1% dari total SAM, maka Smoogo berpotensi memperoleh sekitar 735 konsumen aktif. Dengan pola konsumsi yang sama, yaitu dua kali pembelian per minggu dan harga rata-rata Rp28.000 per produk, potensi pendapatan yang dapat diperoleh mencapai sekitar Rp1,9 miliar per tahun. Angka ini menunjukkan bahwa bahkan dengan penetrasi pasar yang relatif kecil, Smoogo tetap mampu menghasilkan pendapatan yang signifikan.

Analisis SOM tersebut memperlihatkan bahwa model bisnis Smoogo memiliki tingkat skalabilitas yang baik. Apabila perusahaan mampu meningkatkan pangsa pasar secara bertahap melalui penguatan merek, ekspansi saluran distribusi, dan strategi pemasaran yang efektif, maka potensi pendapatan dapat meningkat secara substansial di masa mendatang. Berdasarkan analisis TAM, SAM, dan SOM, dapat disimpulkan bahwa Smoogo beroperasi pada industri yang memiliki ukuran pasar besar, tingkat pertumbuhan yang tinggi, dan peluang penetrasi pasar yang masih sangat luas. Kondisi ini menjadi landasan yang kuat bahwa bisnis smoothies tanpa gula tambahan memiliki prospek yang menjanjikan dan layak untuk dikembangkan secara berkelanjutan.

Melalui program PRO-STEP Kewirausahaan ini, penulis melihat peluang untuk mengembangkan Smoogo sebagai brand minuman sehat yang tidak hanya fokus pada rasa, tetapi juga pada pengalaman konsumen, konsistensi kualitas, serta potensi skalabilitas bisnis ke depannya. Program ini juga menjadi sarana untuk

mengaplikasikan ilmu kewirausahaan secara langsung, mulai dari riset pasar, pengembangan produk, hingga strategi pemasaran.

Adapun jenis usaha yang dikembangkan adalah minuman berbasis buah (smoothies dan jus), dengan spesifikasi teknis sebagai berikut:

- Menggunakan bahan baku utama berupa buah segar berkualitas (pisang, stroberi, semangka, jambu, dll.).
- Dipadukan dengan bahan pendukung seperti air, susu, yogurt dan stevia.
- Tanpa tambahan pengawet buatan.
- Diproses menggunakan blender berkapasitas tinggi untuk menghasilkan tekstur yang konsisten dan halus.
- Disajikan dalam kemasan praktis dan siap minum (cup & botol) yang mudah dibawa (*grab & go*).

Dengan konsep tersebut, Smoogo diharapkan mampu menjawab kebutuhan pasar akan minuman sehat yang praktis, enak, dan terjangkau, sekaligus memiliki potensi untuk berkembang menjadi bisnis yang berkelanjutan.

## **1.2 Maksud dan Tujuan PRO-STEP Kewirausahaan**

Maksud dan tujuan penulis dalam membangun bisnis melalui program PRO-STEP Kewirausahaan ini adalah untuk menciptakan usaha minuman sehat yang mampu menjawab kebutuhan pasar akan produk yang praktis, bernutrisi, dan sesuai dengan gaya hidup modern. Melalui brand Smoogo, penulis ingin menghadirkan solusi minuman berbasis buah yang tidak hanya menyegarkan, tetapi juga memberikan manfaat kesehatan bagi konsumen.

Adapun latar belakang permasalahan yang ingin diselesaikan adalah masih terbatasnya pilihan minuman sehat yang benar-benar praktis, terjangkau, dan tidak mengandung gula tambahan. Banyak produk minuman yang beredar cenderung tinggi gula, menggunakan bahan tambahan buatan, atau kurang memperhatikan

keseimbangan nutrisi. Di sisi lain, kesadaran masyarakat terhadap pola hidup sehat semakin meningkat, namun seringkali terbentur oleh keterbatasan dana, waktu, dan akses untuk mengonsumsi makanan atau minuman sehat.

Berdasarkan permasalahan tersebut, Smoogo dikembangkan sebagai solusi dalam bentuk produk minuman smoothies dan jus berbahan dasar buah segar, yang diproses secara higienis tanpa bahan pengawet, tanpa gula tambahan, serta dikemas secara praktis agar mudah dikonsumsi kapan saja. Produk ini dirancang untuk memenuhi kebutuhan konsumen yang menginginkan minuman sehat dengan rasa yang enak, harga yang terjangkau, tanpa rasa khawatir atas kandungan gula dan kalori.

Dengan demikian, tujuan utama dari bisnis ini adalah:

1. Menyediakan alternatif minuman sehat yang praktis dan terjangkau.
2. Meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap alternatif minuman manis dan pentingnya konsumsi gula secara bijak.
3. Menciptakan peluang usaha yang berkelanjutan dan memiliki potensi untuk berkembang.
4. Mengaplikasikan ilmu kewirausahaan secara nyata melalui pengembangan produk dan bisnis.

Melalui program PRO-STEP Kewirausahaan ini, penulis berharap dapat mengembangkan Smoogo tidak hanya sebagai usaha minuman, tetapi juga sebagai brand yang memiliki nilai tambah dalam mendukung gaya hidup sehat masyarakat.

### **1.3 Deskripsi Waktu dan Prosedur Dalam PRO-STEP Kewirausahaan**

Pelaksanaan Cluster Kewirausahaan dalam program PRO-STEP dilakukan secara bertahap dan terstruktur, dimulai dari proses persiapan hingga evaluasi akhir kegiatan usaha. Kegiatan ini bertujuan untuk memberikan pengalaman nyata kepada penulis dalam membangun dan mengelola bisnis secara mandiri, serta

mengimplementasikan ilmu kewirausahaan dalam kondisi pasar yang sesungguhnya.

Secara keseluruhan, pelaksanaan kegiatan berlangsung sejak 2 Februari 2026 Namun, tim Smoogo telah memulai tahap persiapan sejak Juni 2025 sebagai langkah awal untuk membangun fondasi bisnis yang lebih matang.

### **Prosedur Pelaksanaan Cluster Kewirausahaan**

#### **1. Tahap Persiapan dan Pembentukan Tim (Juni – Agustus 2025)**

Pada tahap awal, tim Smoogo dibentuk secara mandiri dan dilakukan pembagian peran sesuai dengan keahlian masing-masing anggota. Selain itu, tim juga melakukan brainstorming ide bisnis, menentukan konsep usaha, serta melakukan riset pasar sederhana untuk memahami tren dan kebutuhan konsumen.

#### **2. Tahap Ideasi dan Validasi Awal (Agustus 2025)**

Tim menetapkan produk utama berupa minuman smoothies sehat tanpa gula tambahan. Keputusan ini didasarkan pada peluang pasar dan meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap gaya hidup sehat. Pada tahap ini juga dilakukan riset kompetitor, pengembangan identitas brand, serta uji coba awal produk.

#### **3. Tahap Research & Development (September 2025)**

Fokus kegiatan pada tahap ini adalah penyempurnaan produk, termasuk formulasi rasa, tekstur, serta standarisasi proses produksi. Tim juga mulai menyusun sistem kerja sederhana, seperti SOP produksi dan pencatatan keuangan.

#### **4. Tahap Produksi dan Validasi Pasar (Oktober 2025)**

Tim mulai melakukan produksi dalam jumlah lebih besar dan melakukan penjualan langsung kepada konsumen. Feedback dari pelanggan digunakan sebagai dasar untuk melakukan perbaikan produk dan layanan. Selain itu,

tim mulai mengembangkan sistem pelayanan dan pengelolaan pesanan yang lebih terstruktur.

**5. Tahap Implementasi Strategi Bisnis dan Pemasaran (November 2025)**

Pada tahap ini, tim melakukan penguatan branding, perbaikan desain kemasan, serta penerapan strategi pemasaran yang lebih efektif. Tim juga mulai menggunakan metode pembayaran digital serta memperluas jangkauan pasar melalui kegiatan bazaar.

**6. Tahap Evaluasi dan Penyusunan Laporan Akhir (November 2025)**

Tahap akhir difokuskan pada evaluasi menyeluruh terhadap seluruh kegiatan usaha yang telah dilakukan, termasuk aspek operasional, pemasaran, dan keuangan. Seluruh hasil kegiatan kemudian didokumentasikan dalam bentuk laporan akhir.

### **Pencapaian Pelaksanaan Program**

Selama menjalankan Cluster Kewirausahaan, tim Smoogo berhasil mencapai beberapa hasil yang dapat dipertanggungjawabkan, antara lain:

- Berhasil membangun dan menjalankan usaha minuman sehat berbasis smoothies secara nyata.
- Menghasilkan produk yang telah melalui proses riset, uji coba, dan validasi pasar.
- Menyusun sistem operasional dasar seperti SOP produksi dan pelayanan.
- Menerapkan pencatatan keuangan sederhana dalam pengelolaan usaha.
- Mengembangkan identitas brand, kemasan, serta strategi pemasaran.

Selain itu, tim Smoogo juga berhasil melakukan validasi pasar secara langsung melalui partisipasi dalam beberapa kegiatan bazaar, yaitu:

- Regina Pacis Jakarta (15 November 2025)
- U-Fest UMN (22 November 2025)
- Orange Groves PIK 2 (29-30 November 2025)

- UPH College (23-27 Februari 2026)

Dari keempat kegiatan bazaar tersebut, Smoogo berhasil menjual total sekitar 500 cup produk kepada konsumen. Hasil ini menunjukkan adanya minat dan penerimaan pasar terhadap produk yang ditawarkan, sekaligus membuktikan kemampuan tim dalam mengelola operasional penjualan dalam skala yang lebih besar.

Secara keseluruhan, pelaksanaan Cluster Kewirausahaan memberikan pengalaman langsung kepada penulis dalam memahami proses membangun bisnis dari tahap perencanaan hingga implementasi. Kegiatan ini juga meningkatkan kemampuan dalam hal manajemen usaha, kerja sama tim, serta pengambilan keputusan dalam situasi nyata di dunia bisnis.

#### 1.4 Rumusan masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, rumusan masalah dalam kegiatan PRO-STEP Kewirausahaan ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi pengembangan bisnis Smoogo sebagai merek minuman smoothies tanpa gula tambahan untuk memenuhi kebutuhan konsumen yang semakin peduli terhadap gaya hidup sehat?
2. Bagaimana implementasi peran dan tanggung jawab *Chief Executive Officer* (CEO) dan *Chief Marketing Officer* (CMO) dalam perencanaan, pengelolaan, serta pengembangan bisnis Smoogo agar mampu mencapai pertumbuhan yang berkelanjutan?
3. Bagaimana tingkat kelayakan usaha Smoogo ditinjau dari aspek pasar dan aspek keuangan sebagai dasar pengambilan keputusan pengembangan usaha?

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, pertanyaan penelitian yang diajukan dalam laporan ini adalah: "Bagaimana Smoogo dapat menyediakan produk minuman

smoothies tanpa gula tambahan yang sehat, praktis, dan terjangkau bagi konsumen, sekaligus menciptakan model bisnis yang layak dan berkelanjutan?"

### **1.5 Tujuan Program**

Setelah pelaksanaan program PRO-STEP Kewirausahaan, terdapat beberapa capaian yang berhasil diraih oleh tim Smoogo sebagai bentuk implementasi nyata dari proses kewirausahaan yang telah dijalankan. Pencapaian ini tidak hanya bersifat konseptual, tetapi juga terukur dan dapat dipertanggungjawabkan secara praktis.

1. **Terbentuknya Usaha Nyata (Smoogo)**  
Tim berhasil membangun dan menjalankan usaha minuman sehat berbasis smoothies dari tahap ide hingga implementasi. Usaha ini telah memiliki konsep bisnis yang jelas, target pasar, serta nilai diferensiasi dibandingkan kompetitor.
2. **Pengembangan Produk yang Teruji Pasar**  
Produk Smoogo telah melalui proses riset, uji coba (trial), dan perbaikan berulang berdasarkan feedback konsumen. Hal ini menghasilkan produk dengan rasa, tekstur, dan kualitas yang lebih konsisten serta sesuai dengan preferensi pasar.
3. **Tersusunnya Sistem Operasional Dasar**  
Tim berhasil menyusun dan menerapkan standar operasional sederhana (SOP), baik dalam proses produksi maupun pelayanan pelanggan. Hal ini mencakup alur produksi, pengelolaan pesanan, serta pembagian tugas antar anggota tim.
4. **Penerapan Manajemen Keuangan Sederhana**  
Selama program berlangsung, tim telah melakukan pencatatan keuangan usaha secara sistematis, termasuk pencatatan pemasukan, pengeluaran, serta evaluasi biaya produksi. Hal ini menjadi dasar dalam pengambilan keputusan bisnis.

#### 5. **Penguatan Branding dan Strategi Pemasaran**

Smoogo telah mengembangkan identitas brand yang lebih kuat, termasuk logo, kemasan, serta positioning sebagai minuman sehat tanpa gula tambahan. Selain itu, tim juga mulai menerapkan strategi pemasaran yang lebih terarah untuk menjangkau target konsumen.

#### 6. **Validasi Pasar Melalui Penjualan Langsung**

Produk Smoogo telah berhasil dipasarkan secara langsung kepada konsumen, baik melalui penjualan harian maupun partisipasi dalam berbagai kegiatan bazaar, yaitu:

- Regina Pacis Jakarta (15 November 2025)
- U-Fest UMN (22 November 2025)
- Orange Groves PIK 2 (29 November 2025)
- UPH College (23 Februari 2026)

Dari keempat kegiatan tersebut, tim berhasil menjual total sekitar 500 cup produk, yang menunjukkan adanya penerimaan pasar terhadap produk Smoogo.

#### 7. **Peningkatan Kapasitas Produksi dan Kerja Tim**

Tim mampu menangani peningkatan permintaan, termasuk pesanan dalam jumlah besar, dengan melakukan penyesuaian alur kerja, pembagian tugas yang lebih efektif, serta pengelolaan waktu yang lebih baik.

#### 8. **Peningkatan Kompetensi Kewirausahaan**

Melalui seluruh rangkaian kegiatan, penulis memperoleh peningkatan keterampilan dalam bidang kewirausahaan, seperti problem solving, pengambilan keputusan, manajemen operasional, serta kemampuan bekerja dalam tim secara profesional.

### 1.6 Manfaat

Tujuan pengembangan produk dalam program PRO-STEP Kewirausahaan ini tidak hanya terbatas pada penciptaan usaha semata, tetapi juga memiliki tujuan

yang lebih luas dalam memberikan dampak positif bagi masyarakat dan lingkungan sekitar. Melalui produk Smoogo, penulis berupaya menghadirkan solusi yang relevan dengan kebutuhan gaya hidup modern, khususnya dalam hal konsumsi minuman sehat yang praktis dan terjangkau.

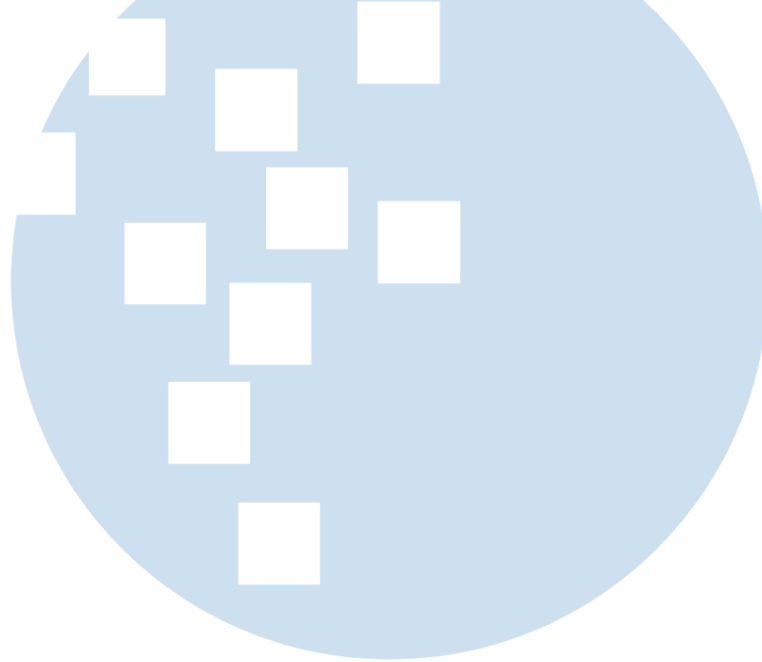
Secara lebih luas, tujuan dari pengembangan produk ini adalah untuk meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap pentingnya pola hidup sehat, terutama dalam memilih konsumsi harian yang lebih bernutrisi dan minim kandungan gula tambahan. Produk Smoogo diharapkan dapat menjadi alternatif yang lebih baik dibandingkan minuman konvensional yang cenderung tinggi gula dan rendah nilai gizi.

Selain itu, produk ini juga bertujuan untuk menciptakan peluang usaha yang berkelanjutan, baik bagi penulis maupun bagi pihak lain yang berpotensi terlibat di masa depan, seperti mitra produksi, tenaga kerja, maupun kolaborator bisnis. Dengan demikian, Smoogo tidak hanya berfungsi sebagai produk konsumsi, tetapi juga sebagai sarana pemberdayaan ekonomi dalam skala kecil hingga menengah.

Dari sisi inovasi, pengembangan Smoogo juga bertujuan untuk mendorong terciptanya produk minuman berbasis buah yang memiliki standar kualitas yang konsisten, baik dari segi rasa, tekstur, maupun penyajian. Hal ini diharapkan dapat meningkatkan daya saing produk lokal di tengah pertumbuhan industri minuman sehat yang semakin kompetitif.

Lebih lanjut, melalui proses pengembangan dan implementasi produk ini, penulis juga bertujuan untuk mengasah kemampuan kewirausahaan secara menyeluruh, mulai dari aspek perencanaan, operasional, pemasaran, hingga evaluasi bisnis. Dengan demikian, program ini tidak hanya menghasilkan produk, tetapi juga membentuk kompetensi dan kesiapan penulis dalam menghadapi dunia usaha secara nyata.

Secara keseluruhan, tujuan dari pengembangan produk Smoogo adalah untuk memberikan manfaat yang berkelanjutan, baik dari sisi kesehatan konsumen, peluang ekonomi, maupun pengembangan kemampuan kewirausahaan.



# UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA