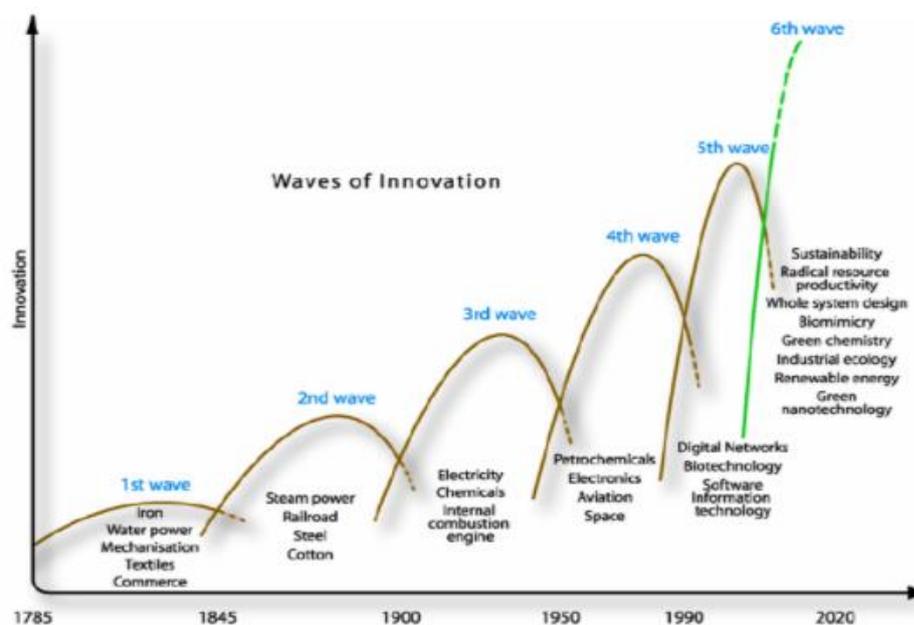


## Bab I. Pendahuluan

### I.1. Latar Belakang

#### I.1.1. Gaya Hidup Sehat

Memiliki tubuh yang sehat merupakan salah satu kondisi yang paling diinginkan dalam diri setiap orang. Kesehatan dapat diartikan sebagai suatu kondisi yang dimana fisik, mental dan sosial terbebas dari adanya gangguan penyakit yang dapat menghambat aktivitas berjalan secara maksimal (Susanti & Kholisoh, 2018). Gaya hidup sehat sendiri memiliki arti sebagai gambaran pola perilaku dari kegiatan sehari-hari dalam upaya menjaga kondisi fisik, mental dan bersosialisasi dalam keadaan yang positif (Lisnawati, 2001). Dengan menjalani kegiatan yang memfokuskan pada gaya hidup sehat seperti menjaga pola makan, berolahraga, pikiran serta lingkungan yang sehat dapat mempengaruhi tingkat kesehatan masyarakat menjadi lebih baik (Susanti & Kholisoh, 2018).



Gambar I. 1. Diagram Waves of Innovation  
(Sumber: Hargroves dkk, 2005)

Salah satu resolusi yang cukup populer di kalangan masyarakat saat ini adalah dengan menjalani gaya hidup sehat. Sehingga peningkatan gaya hidup sehat

kini pun terus terjadi. Fakta inipun didukung oleh tren yang kemungkinan besar akan terjadi seperti yang digambarkan dalam diagram “*Waves of Innovation*”.

Dari diagram *waves of Innovation* dapat dilihat bahwa kemajuan umat manusia dapat ditandai dengan gelombang inovasi pertama yang terjadi dari tahun 1785 hingga tahun 2020 yang saat ini memasuki era gelombang ke enam. Setiap gelombang dibangun diatas gelombang sebelumnya dengan percepatan dan evolusi yang terus meningkat. Meskipun tren digital dan *software information technology* masih dirasakan di tahun 2020, namun beberapa perubahan terjadi sesuai dengan gelombang keenam dengan tema *green* dan *sustainability*. Perilaku masyarakat di awal gelombang ke enam terlihat dari gaya hidup sehat yang telah dibahas sebelumnya bahwa masyarakat Indonesia mulai memperhatikan kesehatan mereka dan mulai menjalankan gaya hidup sehat. Selain itu dapat dilihat juga perilaku masyarakat Indonesia yang saat ini melakukan kegiatan untuk mendukung gaya hidup sehat tersebut seperti membentuk komunitas lari, komunitas sepeda, komunitas golf dan lainnya (Damaledo, 2020). Oleh sebab itu tahun 2020 merupakan peluang yang cukup besar untuk memulai suatu usaha yang berbasis terhadap kesehatan untuk mendukung gaya hidup sehat tersebut.

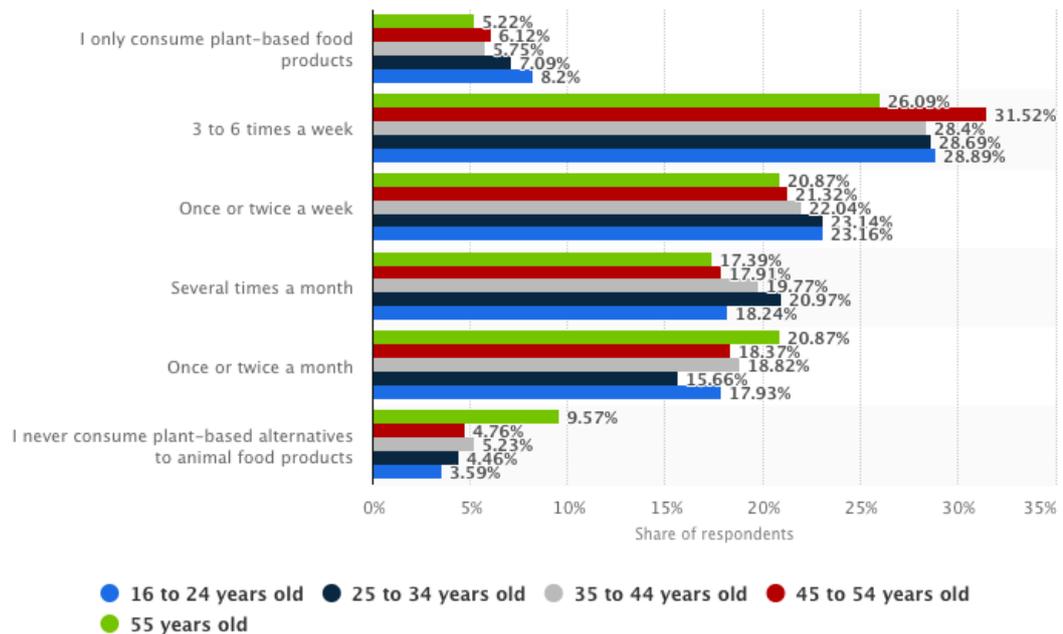
Seiring dengan itu, mengkonsumsi makanan sehat juga menjadi sebuah kebutuhan sebab sebuah survei menunjukkan bahwa 59% konsumen Indonesia lebih peduli terhadap kesehatan dan lingkungan sekitar dengan melakukan pemilihan produk yang lebih sehat dan ramah lingkungan untuk kehidupan sehari-hari (Hutami, 2019). Sedangkan menurut Nielsen (2016), menjelaskan bahwa 64% masyarakat Indonesia mau mengeluarkan uang secara lebih untuk membeli produk makanan yang lebih sehat. Hasil survei juga menunjukkan bahwa 70% masyarakat Indonesia menghindari makanan yang mengandung pengawet, 71% menolak pewarna buatan dan 72% menghindari makanan yang mengandung pemanis buatan. Hal tersebut menunjukkan tren positif bahwa saat ini masyarakat Indonesia benar-benar beralih menuju fase kehidupan yang lebih sehat. Sehingga dapat disimpulkan bahwa masyarakat Indonesia mulai akan sadar terhadap gaya hidup sehat. Hal

tersebut juga didukung dengan berubahnya perilaku masyarakat Indonesia yang mulai menjalankan pola makan sehat diiringi dengan kegiatan berolahraga.

### **I.1.2. Tren Pangan Nabati (*Plant-based Food*) di Tahun 2021**

Tahun 2020 telah menjadi tahun yang melelahkan secara mental bagi hampir seluruh orang. Pandemi Covid-19 telah mengubah hidup menjadi terbatas seperti hilangnya kebebasan untuk bepergian, pergi bekerja atau bahkan hanya sekedar menghabiskan waktu bersama dengan keluarga atau kerabat dekat. Dengan adanya pandemi Covid-19 ini juga mendorong minat masyarakat untuk lebih mengonsumsi makanan nabati, bahkan menurut data dari Nielsen, daging nabati memiliki salah satu tingkat pertumbuhan penjualan tertinggi dalam sembilan bulan pertama selama tahun 2020 (Devenyns, 2021). Pola mengonsumsi makanan nabati bukan hanya sekedar tren melainkan sebuah gaya hidup yang sedang berkembang saat ini dan dapat dipraktekkan dengan cara mengurangi konsumsi produk hewani berlemak tinggi dan meningkatkan asupan seluruh makanan nabati seperti makanan yang berasal dari buah, sayur, biji-bijian dan kacang-kacangan (Gorin, 2021). The International Food Information Council (IFIC) Foundation 2020 Food and Health memaparkan bahwa sekitar 70% masyarakat menganggap dengan mengonsumsi protein dari sumber nabati merupakan hal yang sehat, dimana 28% masyarakat mengonsumsi lebih banyak protein dari sumber nabati, 24% mengonsumsi lebih banyak produk susu nabati dan 17% mengonsumsi lebih banyak alternatif daging nabati dan 4 dari 10 masyarakat berasumsi bahwa produk yang dideskripsikan sebagai “nabati” akan lebih sehat daripada yang tidak (The Food Institute, 2020).

Di Indonesia, mengonsumsi makanan *plant-based* merupakan hal yang tidak asing lagi. Faktanya pada Tahun 2017 sebanyak 39% penduduk Indonesia lebih banyak mengonsumsi produk bersumber dari protein non-hewani dan 24% lainnya telah melakukan pola makan nabati atau *plant-based* (Mintel, 2018). Data Statista (2019) menunjukkan bahwa kategori umur tertinggi penduduk Indonesia yang hanya mengonsumsi *plant-based product* adalah umur adalah umur 16-24 tahun dan 25-34 tahun.



Gambar I. 2. Frekuensi Konsumsi Pangan Nabati di Indonesia tahun 2019, Berdasarkan Usia. (Sumber: Statista, 2021)

### I.1.3. Susu Almond *Plant-based*

Salah satu cara yang dapat dilakukan untuk menjaga kesehatan adalah dengan mengonsumsi makanan dan minuman yang baik, khususnya dalam mengonsumsi susu. Susu merupakan salah satu minuman yang paling banyak dikonsumsi oleh manusia sejak lama karena nilai gizi dan keserbagunaan. Selain itu susu juga mengandung nutrisi berharga seperti kalsium dan protein yang dapat membantu dan mendukung pertumbuhan tubuh. Hal ini didukung dengan fakta bahwa orang Indonesia mengonsumsi susu rata-rata hanya sekitar 12 liter susu per tahun, sedangkan orang Malaysia mengonsumsi susu sekitar 36 liter susu per orang per tahun, Thailand sekitar 22 liter dan Vietnam sekitar 20 liter (Hamdami, 2017). Hal ini dikarenakan masyarakat Indonesia masih menganggap bahwa susu adalah minuman yang asing untuk dikonsumsi sehari-hari (Sediaoetama, 2004).

Selain itu adanya alergi atau intoleransi terhadap susu sapi, atau yang sedang mempertimbangkan untuk menghindari susu sapi karena alasan etika atau lingkungan mengakibatkan masyarakat cenderung tidak mengkonsumsinya, padahal jika ditelusuri lebih dalam terdapat beberapa jenis produk susu nabati atau *plant-based milk* seperti susu almond dan susu kedelai yang dapat dijadikan sebagai pengganti susu sapi. Kacang almond adalah jenis makanan yang memiliki antioksidan tinggi berupa  $\alpha$ -tokoferol dan *Monounsaturated Fatty Acid* (MUFA), selain itu almond juga mengandung sumber vitamin E, vitamin D, kalsium, magnesium, biotin, mangan, protein, fosfor, selenium, besi, riboflavin, kalium, tembaga, serat, triptofan (Chen dkk, 2006). Secara nutrisi, susu almond sangat berbeda dengan susu kedelai atau susu sapi, sebab susu almond mengandung kalori lebih sedikit dan juga bebas lemak jenuh serta bebas laktosa (Krans, 2020). Oleh sebab itu bagi masyarakat yang memiliki kesulitan saat mencerna produk susu, tidak toleran terhadap laktosa, memiliki alergi susu sapi atau bahkan sedang menjalankan diet vegan, susu almond merupakan alternatif pengganti susu sapi yang baik.

White (2020) menyebutkan bahwa saat ini konsumen masih tertarik dengan alternatif susu nabati seperti susu almond dan susu oat. Alternatif susu nabati adalah tren yang muncul dan dapat berfungsi sebagai alternatif ekonomis bagi negara berkembang dan di tempat dimana pasokan susu hewan tidak mencukupi. Selain itu meningkatnya insiden intoleransi laktosa dan adanya perubahan gaya hidup merupakan faktor potensial yang mendorong permintaan produk akan susu almond. Secara global pasar susu almond diperkirakan akan tumbuh sebesar 14.3% dari 2019 hingga 2025 yang mencapai 13,25 miliar USD yang dimana wilayah Asia Pasifik mendominasi pasar susu almond dengan pangsa 30.9% pada tahun 2019 (Grand view research, 2019).

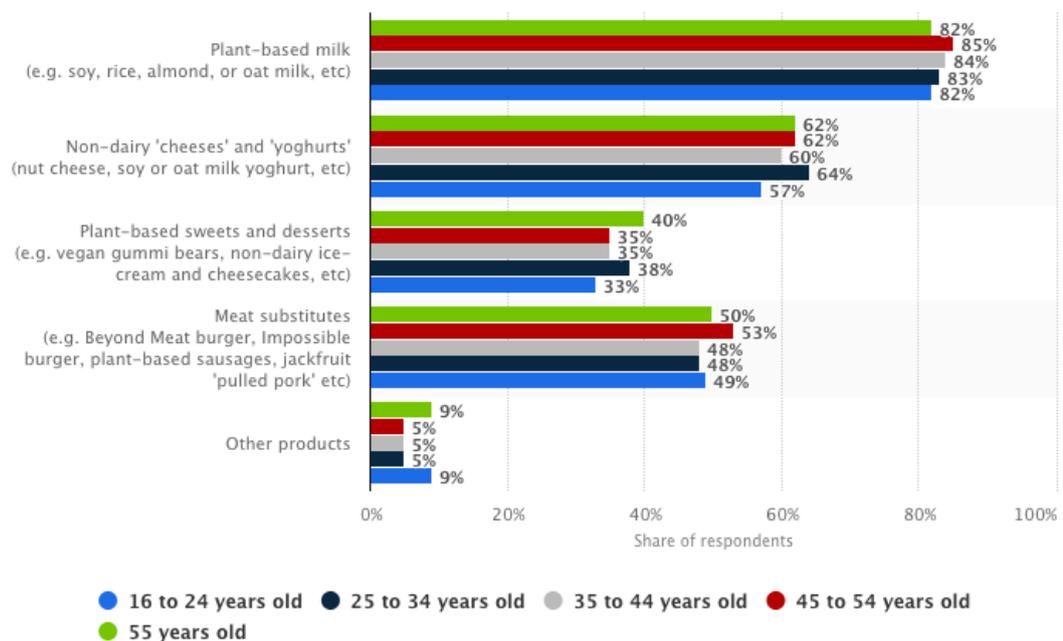
Maraknya tren kesehatan dan kebugaran di Asia Pasifik telah meningkatkan konsumsi produk susu alternatif karena pola konsumsi tersebut tidak hanya mengurangi obesitas, stroke, penyakit jantung, mengurangi kolesterol tetapi juga

dapat menurunkan gula darah, dan meningkatkan energi dan kejernihan mental (Mordor Intelligence, 2019).



Gambar I. 3. Pasar Produk Susu Alternatif - Tingkat Pertumbuhan, Berdasarkan Wilayah, Global, 2019-2024  
(Sumber: Mordor Intelligence, 2019)

Di Indonesia sendiri tren mengkonsumsi alternatif pengganti susu sapi sedang berkembang. Dapat dilihat pada gambar diatas bahwa Indonesia merupakan salah satu negara yang sedang mengalami pertumbuhan terhadap pengganti alternatif dari susu sapi (Mordor Intelligence, 2019). Berdasarkan data Statista (2019) dibawah menunjukkan bahwasanya masyarakat Indonesia dari umur 16 hingga 55 tahun gemar mengkonsumsi *plant based milk* dengan mayoritas penduduk berumur 45-54 tahun.



Gambar I. 4. Jenis Makanan Nabati yang dikonsumsi di Indonesia tahun 2019, Berdasarkan Usia (Sumber: Statista, 2019)

Oleh sebab itu bisnis susu almond merupakan peluang yang besar untuk dimanfaatkan saat ini karena memiliki kesempatan untuk bertumbuh. Selain karena didukung fakta diatas bahwa tren gaya hidup sehat yang sedang berkembang saat ini, permintaan akan makanan dan minuman sehat juga dipastikan ikut meningkat terutama di masa pandemi ini. Hal ini juga disampaikan langsung oleh Wakil Ketua Umum Bidang Kebijakan Publik Gabungan Pengusaha Makanan dan Minuman Indonesia (Gapmmi), Rachmat Hidayat bahwa makanan dan minuman yang bernutrisi seperti susu memiliki peluang bagus di tahun 2020 (Handoyo, 2020). Selain itu dengan adanya sektor *e-commerce* yang sedang berkembang, dapat memberikan peluang untuk menawarkan produk melalui jalur distribusi online karena memberikan kemudahan seperti pengiriman gratis dan fasilitas pengiriman ke rumah konsumen. Maka dari itu diciptakanlah susu almond FOI yang dipercaya dapat menjadi tren untuk kedepannya.

#### I.1.4. Susu Almond FOI

FOI merupakan sebuah bisnis rumahan (*homemade*) yang menjual produk susu, yang dimana kacang almond sebagai bahan utamanya. Selain karena manfaatnya yang banyak, FOI juga mengandung bahan alami serta aman bagi mereka yang memiliki alergi terhadap *dairy product* atau *dairy intolerant* agar tetap



bisa mengonsumsi susu.

Gambar I. 5. Produk dari FOI  
(Sumber: Dokumentasi FOI, 2020)

FOI merupakan bisnis rintisan yang sebelumnya pernah menjajakan produk dalam tahap *prototype* atau uji coba untuk melihat apakah produk dapat diterima oleh masyarakat dan dapat bersaing dengan kompetitor sejenis. Hingga saat ini FOI telah berhasil melakukan penjualan lebih dari 500 botol. Dalam masa uji coba tersebut peneliti menemukan banyak hal yang harus ditingkatkan dalam bisnis FOI salah satunya yaitu meningkatkan kualitas produk. Kualitas produk sangat penting

dalam *e-commerce* untuk membantu menjaga kepuasan dan loyalitas pelanggan serta mengurangi risiko dan biaya penggantian barang yang rusak.

## **I.2. Identifikasi Masalah**

Sebagai bisnis rintisan, FOI harus bisa bersaing dengan cara membuat produk yang dapat memenuhi harapan pelanggan. Menurut Cronin dan Taylor (1992) terdapat hubungan positif yang signifikan antara kepuasan pelanggan dengan kualitas produk sehingga dapat mempengaruhi untuk melakukan pembelian ulang. Dengan kata lain, ketika pelanggan membuat keputusan untuk melakukan pembelian ulang terhadap produk susu almond FOI, maka pelanggan merasa percaya dengan produk tersebut. Sehingga pemilik bisnis wajib menyadari bahwa salah satu cara untuk tetap kompetitif adalah dengan konsisten memberikan kualitas produk yang lebih baik dari pesaing. Hal ini dikarenakan pelanggan yang merasa puas dengan produk serta pelayanan yang didapatkan akan memberikan testimoni berupa ajakan atau rekomendasi pada orang lain untuk membeli susu almond FOI.

Selain mengukur tingkat kepuasan pelanggan terhadap produk, kegiatan utama yang dinilai penting dalam memulai bisnis rintisan adalah membuat perencanaan penjualan yang kemudian memproyeksikan laporan keuangan bisnis FOI kedepannya. Supranto (2003) menjelaskan bahwa ramalan penjualan merupakan hal yang wajib dicermati dalam perencanaan bisnis. Peramalan penjualan dapat membantu dalam perencanaan produksi suatu bisnis dalam hal ini menjadi dasar untuk perencanaan penyediaan bahan baku barang serta mengatur rencana penyediaan modal (Prawirosentono, 2007).

## **I.3. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, bahwa bisnis rintisan memerlukan banyak perbaikan sehingga diperlukannya analisis kepuasan pelanggan dan perencanaan keuangan agar bisnis FOI dapat bertahan. Maka dapat dijabarkan beberapa rumusan masalah yang muncul yaitu:

1. Bagaimanakah kepuasan pelanggan terhadap produk FOI?

2. Bagaimanakah peramalan penjualan dan proyeksi keuangan dari bisnis FOI selama 2 tahun kedepan?
3. Bagaimanakah rancangan bisnis model dari bisnis FOI?
4. Bagaimanakah hasil implementasi produk FOI dari penelitian tersebut?

#### **I.4. Tujuan Penelitian**

Maksud dari laporan proyek akhir ini adalah untuk mengembangkan dan memperluas bisnis FOI.

Tujuan dari laporan proyek akhir ini adalah:

1. Menganalisis tingkat kepuasan pelanggan terhadap produk FOI berdasarkan *Importance Performance Matrix*.
2. Menganalisis aspek keuangan bisnis FOI berdasarkan peramalan penjualan dan proyeksi keuangan selama 2 tahun kedepan.
3. Merancang bisnis model dari bisnis FOI.
4. Menganalisis implementasi produk FOI.

#### **I.5. Batasan Masalah**

Luasnya ruang lingkup penelitian dan adanya keterbatasan kemampuan dalam melakukan penelitian ini akan mengakibatkan tidak terarahnya penelitian sehingga dapat menurunkan kontrol yang dilakukan oleh peneliti. Maka dari itu untuk melakukan penelitian yang terarah, ruang lingkup dari penelitian ini terbatas pada bisnis FOI Almond Milk dan pelanggan yang telah melakukan pembelian susu almond FOI.

#### **I.6. Manfaat Penelitian**

1. Manfaat Teoritis

Penulis mengharapkan agar penelitian ini dapat menambah wawasan mengenai kepuasan pelanggan dan kinerja keuangan serta dapat menjadi sarana pembelajaran metode penelitian.

## 2. Manfaat Praktis

### a. FOI

Bagi pemilik FOI diharapkan dapat memberikan informasi yang berguna untuk dijadikan bahan evaluasi sehingga dapat meningkatkan mutu produk yang sesuai dengan harapan pelanggan.

### b. Akademis

Bagi kalangan akademis diharapkan dapat menjadi bahan referensi dan bahan penelitian selanjutnya atau sebagai bahan perbandingan, terutama bagi penelitian yang berhubungan dengan bisnis rintisan.

### c. UMKM

Bagi UMKM diharapkan dapat menerapkan strategi yang diimplementasi oleh bisnis FOI dalam memperbaiki kualitas produk dan perencanaan keuangan.

## I.7. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan laporan proyek akhir ini terdiri atas 6 (enam) bab, yaitu:

Bab I:           Pendahuluan

Pendahuluan menjelaskan mengenai latar belakang masalah yang berkaitan dengan gaya hidup sehat, tren pangan nabati, Susu almond *plant-based* dan susu almond FOI. Selanjutnya bab I juga berisi mengenai rumusan masalah, tujuan penelitian, batasan masalah, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

Bab II:          Tinjauan Literatur

Tinjauan literatur berisikan mengenai landasan teori, *Business Model Canvas* dan kerangka pemikiran. Landasan teori mencakup penjelasan tentang susu almond, susu almond FOI, kepuasan pelanggan, model pengukuran kepuasan pelanggan, kualitas produk, *Importance Performance Analysis*, peramalan (*forecasting*) penjualan, regresi linear sederhana, laporan keuangan dan proyeksi keuangan.

Bab III: Metodologi Penelitian

Bab III berisikan mengenai desain penelitian, definisi variabel, populasi serta sampel penelitian dan teknis analisis data. Pada 8 dimensi kualitas produk, penelitian dilakukan dengan menggunakan data kuantitatif dengan metode IPA (*Importance Performance Analysis*) dengan bantuan *software* SPSS ver. 26. Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 110 responden. Analisis data penelitian ini dilakukan dengan uji validitas, uji reliabilitas, analisis gap dan analisis diagram kartesius. Sedangkan dalam *forecasting* penjualan, penelitian dilakukan dengan menggunakan data historis yang diolah menggunakan *software* MINITAB dan *Microsoft Excel* menggunakan metode regresi linear sederhana. Hasil data dari peramalan penjualan akan digunakan untuk memproyeksikan laporan keuangan dari bisnis FOI.

Bab IV: Analisis dan Pembahasan

Bab ini membahas mengenai hasil penelitian berupa deskripsi data serta analisis penelitian. Pada penelitian 8 dimensi kualitas produk, hasil deskripsi data berisikan mengenai jawaban responden yang terdiri atas jawaban pertanyaan saringan, pertanyaan demografis dan pertanyaan perilaku konsumen. Hasil pengujian model penelitian ini

menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas yang kemudian dilanjutkan dengan analisis gap dan pengolahan data *Importance Performance Analysis*. Sedangkan pada *forecasting* penjualan, hasil peramalan berupa volume penjualan produk selama 2 tahun yang kemudian data tersebut akan digunakan untuk memproyeksikan laporan keuangan laba rugi dan arus kas untuk 2 tahun kedepan.

Bab V: Strategi Pengembangan Bisnis

Bab V menjelaskan mengenai strategi pengembangan bisnis FOI berdasarkan hasil analisis data dan evaluasi yang dijelaskan pada Bab IV dalam bentuk BMC (*Business Model Canvas*).

Bab VI: Kesimpulan dan Saran

Bab VI membahas tentang kesimpulan dan saran penelitian. Kesimpulan terdiri dari 2 bagian yaitu berdasarkan hasil analisis 8 dimensi kualitas produk dengan metode *Importance Performance Analysis* dan *forecasting* penjualan dengan metode regresi linear. Begitupun juga pada bagian saran yang terdiri atas 2 bagian yaitu saran untuk bisnis FOI dan saran untuk penelitian selanjutnya.