

PROBLEM BASED TEMPLATE

IDENTITAS MATAKULIAH	
Mata pelajaran:	Manajemen Perubahan
Pokok Bahasan:	BAB 13 Perubahan Organisasi Dan Pilihan Manajerial
Sub Pokok Bahasan:	Bagian 2: Perubahan Organisasi
CPMK	1. Memahami elemen proses perubahan dari manajemen pilihan–perubahan model manajemen; 2. Menghargai bagaimana proses perubahan berhubungan dengan pilihan dan arah perubahan proses; 3. Memahami pentingnya perubahan perilaku dalam mencapai kesuksesan perubahan organisasi; 4. Menetapkan tujuan dan hasil, merencanakan perubahan, dan mengelola sisi manusia dalam proses perubahan.
Sub CPMK	-
Kasus/Problem:	Studi Kasus Mengelola Perubahan Dan Inovasi Pada Produk INDOMIE
Kelompok	6
Anggota Kelompok	1. Adilla Justify Nawasara (2111011099) 2. Anas nabila (2051011013) 3. Budi Sentosa (2111011080) 4. Devina Elvaretta (2111011053) 5. Ghoniyyu Alkami (2111011057) 6. M. Daffa Safero (2111011003) 7. Muhammad Rafi Hanif (2111011111) 8. Fina Endriyani (2151011013) 9. Wardah Hany Afifah (2111011020) 10. Wulan Fitriasaki (2111011108) 11. Yeni Nurpitasari (2011011101)

SCRIPT – INTRODUCTION/ORIENTASI PADA MASALAH

Orientasi pada masalah/Defining the Problem (Open ended problem/Real life Problem)

Bagaimana perkembangan produk mie instan di Indonesia, khususnya antara PT Indofood Sukses Makmur Tbk dan PT Sayap Mas Utama, mengingat tren gaya hidup sibuk dan kebutuhan akan makanan instan semakin meningkat?

Sejauh mana inovasi dan pengembangan variasi produk mie instan PT Sayap Mas Utama dapat menyaingi dan bersaing dengan produk unggulan PT Indofood Sukses Makmur Tbk, baik dari segi merek, pilihan rasa, maupun faktor lain yang memengaruhi preferensi konsumen?

SCRIPT – ANALISIS MASALAH

1. Tiap kelompok Brainstorming

Perkembangan Produk Mie Instan di Indonesia:

1. Tren Konsumsi
2. Faktor Pendorong Pertumbuhan
3. Strategi PT Indofood Sukses Makmur Tbk
4. Strategi PT Sayap Mas Utama

Inovasi dan Pengembangan Produk Mie Instan:

1. Inovasi Produk Terkini
2. Strategi PT Sayap Mas Utama dalam Bersaing
3. Perbandingan Merek dan Rasa
4. Respons Konsumen terhadap Perubahan

Faktor-faktor yang Mempengaruhi Preferensi Konsumen:

1. Gaya Hidup Sibuk
2. Kebutuhan Makanan Instan
3. Preferensi Rasa dan Merek
4. Respons terhadap Inovasi

2. Alternatif Solusi

Perkembangan Produk Mie Instan di Indonesia:

1. PT Indofood Sukses Makmur Tbk dan PT Sayap Mas Utama dapat melakukan riset pasar untuk mengidentifikasi preferensi konsumen terkini terkait mie instan.
2. Melakukan diversifikasi produk dengan menawarkan varian mie instan rendah gula, rendah garam, atau organik untuk menanggapi tren gaya hidup sehat.
3. Meningkatkan ketersediaan opsi dengan memperkenalkan varian mie instan dengan rasa lokal yang dapat menarik minat konsumen.

Inovasi dan Pengembangan Produk Mie Instan PT Sayap Mas Utama:

1. Melakukan studi komprehensif mengenai tren dan preferensi konsumen untuk menciptakan inovasi yang relevan.
2. Fokus pada pengembangan rasa yang unik dan autentik, mungkin dengan menggunakan bahan-bahan lokal atau eksotis.
3. Menjalinkan kolaborasi dengan koki terkenal atau brand kuliner untuk menciptakan varian khusus yang memikat konsumen.
4. Memperkenalkan opsi mie instan yang ramah lingkungan atau memiliki nilai tambah, seperti penggunaan bahan organik atau pembungkusan yang dapat didaur ulang.

SCRIPT-PROBLEM SOLVING ACTIVITIES

4. Mengumpulkan informasi dan Pengembangan Solusi

Informasi Terkait Perkembangan Produk Mie Instan di Indonesia:

1. Tren Konsumsi: konsumsi mie instan dipengaruhi oleh gaya hidup sibuk dan kebutuhan akan makanan instan.
2. Faktor Pendorong Pertumbuhan: respons terhadap inovasi, preferensi rasa, merek, dan adaptasi terhadap perubahan memengaruhi pertumbuhan.
3. Strategi PT Indofood Sukses Makmur Tbk: riset pasar untuk identifikasi preferensi konsumen.
4. Strategi PT Sayap Mas Utama: fokus pada inovasi produk, bersaing dengan strategi yang komprehensif.

Inovasi dan Pengembangan Produk Mie Instan:

1. Inovasi Produk Terkini: diversifikasi produk dengan varian rendah gula/garam, organik, serta rasa lokal.
2. Strategi PT Sayap Mas Utama dalam Bersaing
 - Studi komprehensif tren & preferensi konsumen.
 - Pengembangan rasa unik & autentik dengan bahan lokal/eksotis.
 - Kolaborasi dengan koki terkenal/brand kuliner.
 - Varian ramah lingkungan, menggunakan bahan organik/pembungkusan daur ulang.

Faktor-faktor yang Mempengaruhi Preferensi Konsumen:

1. Gaya Hidup Sibuk
2. Kebutuhan Makanan Instan
3. Preferensi Rasa dan Merek
4. Respons terhadap Inovasi

Alternatif Solusi:

1. Riset pasar untuk identifikasi preferensi konsumen.
2. Diversifikasi produk dengan varian yang menyesuaikan tren gaya hidup sehat dan rasa lokal.
3. Studi komprehensif tren dan preferensi konsumen untuk inovasi yang relevan.
4. Fokus pada pengembangan rasa unik, mungkin dengan menggunakan bahan lokal atau eksotis.
5. Kolaborasi dengan koki terkenal atau brand kuliner untuk menciptakan varian khusus yang menarik.
6. Menghadirkan opsi mie instan ramah lingkungan atau dengan nilai tambah seperti penggunaan bahan organik atau pembungkusan daur ulang.

4. Presentasi (Sharing) dan Penyajian Hasil Karya

-

SCRIPT-REFLEKSI DAN TINDAK LANJUT

Setelah presentasi hasil karya, kelompok tersebut perlu melakukan refleksi terhadap proses yang telah dilakukan dan menentukan tindak lanjut yang diperlukan untuk mengimplementasikan solusi yang telah dirumuskan. Pada studi kasus mengelola perubahan dan inovasi pada produk Indomie menunjukkan pentingnya adaptasi terhadap perubahan pasar dan kebutuhan konsumen. Proses inovasi pada produk ini memberikan contoh bagaimana perusahaan dapat tetap relevan dalam industri makanan dengan memperkenalkan varian rasa dan jenis baru. Tidak hanya itu, manajemen yang responsif terhadap perubahan memainkan peran kunci dalam kesuksesan adaptasi ini.

Tindak lanjut yang dapat diambil dari studi kasus mengelola perubahan dan inovasi pada produk Indomie mencakup:

1. Analisis Pasar Terus-Menerus: Perusahaan perlu terus menganalisis tren pasar dan perilaku konsumen untuk mengidentifikasi peluang inovasi baru dan mengantisipasi perubahan kebutuhan.
2. Penelitian dan Pengembangan Berkelanjutan: Investasi dalam penelitian dan pengembangan perlu ditingkatkan untuk menciptakan produk baru yang inovatif dan memenuhi ekspektasi konsumen.
3. Kerjasama Industri: Kolaborasi dengan pemangku kepentingan industri seperti petani, produsen bahan baku, dan distributor dapat memperkuat rantai pasok dan mendukung kelancaran inovasi.
4. Pemeliharaan Kualitas Produk: Upaya untuk mempertahankan standar kualitas yang tinggi pada produk yang ada sambil terus mencoba memperkenalkan perubahan inovatif akan memastikan kepercayaan pelanggan.
5. Pemasaran yang Efektif: Melalui strategi pemasaran yang kreatif, perusahaan dapat lebih efektif mengkomunikasikan nilai tambah produk inovatif kepada konsumen potensial.
6. Pelatihan Karyawan: Memastikan karyawan terlibat dalam proses inovasi dan memiliki keterampilan yang diperlukan untuk mendukung perubahan yang terus-menerus.
7. Respons Terhadap Umpan Balik: Mengumpulkan dan merespons umpan balik pelanggan secara proaktif akan membantu dalam penyesuaian dan penyempurnaan produk.

Dengan demikian, kelompok kami telah melakukan analisis masalah, merumuskan solusi, dan akan melanjutkan dengan presentasi hasil karya, refleksi, dan tindak lanjut untuk mengelola perubahan dan inovasi pada produk Indomie.

Validate

Date: 27 November 2023

Lecturer: Dr. Nova Mardiana, S.E., M.M