

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Usaha

Dalam dunia bisnis yang sangat beraneka ragam ini membuat persaingan semakin ketat, dimana setiap pengusaha dituntut untuk lebih kreatif dalam membuat suatu produk dan memperhatikan manajemen pemasarannya. Setiap perusahaan terus berupaya untuk membuat usahanya tetap berjalan dan berkembang di tengah ketatnya persaingan. Pelaku usaha dituntut bersaing dengan lebih keras melalui strategi pemasaran yang dapat membuat usahanya tetap terus berkembang setiap harinya. Suatu perusahaan pasti selalu mengharapkan hasil penjualan yang terus mengalami peningkatan. Perusahaan memiliki strategi pemasaran atau caranya tersendiri supaya penjualan yang dilakukan oleh perusahaan dapat terjadi secara maksimal.

Strategi adalah rencana yang dikembangkan oleh seorang eksekutif perusahaan yang berfokus pada tujuan jangka panjang yang akan meningkatkan kualitas bisnis perusahaan. Tentunya dalam setiap bisnis memiliki strategi untuk melancarkan bisnis yang telah dibuat. Strategi memegang peranan penting dalam berfungsinya suatu bisnis, baik itu bisnis makanan atau bisnis lainnya ada strategi terbaik untuk memfasilitasi operasi bisnisnya (Musyawarah & Idayanti, 2022).

Pemasaran merupakan serangkaian proses dalam menciptakan, mengkomunikasikan, serta memberikan nilai kepada pelanggan untuk membangun hubungan terhadap pelanggan dengan cara menguntungkan organisasi dan pihak-pihak tertentu yang berkepentingan terhadap organisasi. Inti dari pemasaran adalah memuaskan keinginan dan kebutuhan para konsumen. Pemasaran harus memahami kebutuhan dan keinginan pelanggan dengan baik, mengembangkan produk yang mempunyai nilai unggul dan menentukan harga, mendistribusikan dan mempromosikan produk secara efektif dan berkala, maka produk-produk yang dijual akan habis dengan mudah. Sebuah perusahaan harus memiliki strategi pemasaran produk yang baik apabila perusahaan menginginkan usahanya tetap berjalan dengan baik. Melalui strategi pemasaran, perusahaan mempunyai langkah

penanganan dan pedoman yang baik dan bisa bersaing dengan perusahaan lainnya. Strategi produk menggambarkan kebutuhan pasar yang ingin dipenuhi melalui berbagai jenis produk yang ditawarkan.

Strategi pemasaran adalah bentuk perencanaan yang ditemukan di bidang pemasaran. Secara umum strategi pemasaran adalah suatu proses sosial dimana individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan dan mempertukarkan produk dan nilai dengan individu dan kelompok tanggapan terhadap suatu penawaran (Musyawarah & Idayanti, 2022). Memasarkan suatu produk, baik barang atau jasa dengan menggunakan sebuah rencana atau taktik tertentu dalam penjualan supaya dapat mencapai target tertentu disebut dengan strategi pemasaran (Fawzi, 2022).

Olahan produk pastry dan bakery yang sekarang ini memiliki banyak peminat adalah madeleine cake. Madeleine cake merupakan kue kecil asal Perancis yang dipanggang dalam loyang berbentuk cangkang kerang. Madeleine cake sudah banyak ditemukan di Indonesia karena perkembangan zaman. Madeleine cake sering dijumpai menggunakan penambahan tepung almond ke dalam adonan. Pada produk penelitian ini, madeleine cake tidak menggunakan tepung almond sebagai bahan pembuatannya melainkan tepung jagung sebagai bahan substitusi dengan tepung terigu. Sebagai upaya pemanfaatan hasil panen tanaman jagung untuk bahan substitusi dengan tepung terigu dan banyaknya budidaya tanaman jagung di Indonesia. Madeleine cake substitusi tepung jagung ini akan dijual kepada konsumen sebagai variasi baru dari madeleine cake yang sudah ada di pasaran.

Pada penelitian pendahulu telah dihasilkan formulasi resep madeleine cake substitusi tepung jagung dengan kualitas yang baik, mulai dari substitusi 10%, 20%, dan 30% pada setiap adonan. Tepung jagung yang digunakan pada peneliti pertama ini menggunakan strainer 200 mesh untuk membuat tepung jagung. Tekstur dari setiap substitusi tepung jagung dilihat dengan baik untuk dibandingkan satu sama lainnya. Tidak ada perbedaan perlakuan untuk madeleine cake yang disubstitusi 10%, 20%, dan 30%. Pada tahap ini, madeleine cake melakukan uji validasi terhadap 5 panelis dari dosen Seni Kuliner dan Pengelolaan Jasa Makanan, Fakultas

Teknik, Universitas Negeri Jakarta dan 5 panelis dari industri (hotel) atau Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM).

Pada peneliti kedua yaitu bagian daya terima produk di masyarakat mengenai madeleine cake yang disubstitusi tepung jagung sebanyak 10%, 20 % dan 30%. Peneliti kedua ini mencari 100 panelis yang terdiri dari 25 panelis agak terlatih dari kalangan mahasiswa/i Program Studi Seni Kuliner dan Pengelolaan Jasa Makanan dan 75 panelis dari kalangan masyarakat umum. Peneliti menyebarkan kuisioner dan sampel produk madeleine cake substitusi tepung jagung ke para panelis. Dilihat dari hasil kuisioner daya terima masyarakat mengenai ketiga substitusi tepung jagung, yang paling banyak disukai adalah madeleine cake dengan substitusi 20% tepung jagung. Sehingga produk yang akan dijual di pasaran adalah madeleine cake dengan substitusi 20%.

Produk madeleine cake substitusi tepung jagung menjadikan peluang baru dalam ide usaha bisnis. Madeleine cake biasanya dijual dengan berbagai variasi topping saja, tidak mengganti atau mensubstitusi bahan dasar dalam pembuatannya. Madeleine cake dengan substitusi tepung jagung merupakan sebuah pemanfaatan bahan pangan lokal yang berlimpah dan mudah ditemui di Indonesia. Penggunaan tepung jagung sebagai bahan substitusi madeleine cake merupakan bahan segar mudah rusak atau cepat busuk. Sehingga diolah menjadi tepung jagung dengan daya tahan simpan yang lebih lama dari jagung segar. Usaha ini akan dijalankan dengan nama toko yaitu “Made line” yang akan menjual madeleine cake substitusi tepung jagung sebagai bahan dasarnya.

Dengan informasi diatas, peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul **“Strategi Pemasaran Pada Produk Madeleine Cake Substitusi Tepung Jagung”**.

1.2 Identifikasi Peluang Usaha

1.2.1 Identifikasi Peluang *Madeleine Cake* Substitusi Tepung Jagung

Peluang usaha dari produk *madeleine cake* substitusi tepung jagung dengan substitusi tepung jagung ini adalah sebagai berikut :

1. *Madeleine cake* ini biasanya dibuat di hotel-hotel berbintang 4 dan 5.
2. Beberapa masyarakat belum mengetahui *madeleine cake* ini karena agak jarang ditemukan di toko-toko kue.
3. Inovasi baru yaitu dengan mensubstitusi tepung jagung ke dalam *madeleine cake* yang menghasilkan warna, aroma, rasa, pori-pori dan tekstur yang berbeda dari *madeleine cake* pada umumnya.
4. Tergolong kue baru di beberapa kalangan masyarakat karena jarang ada yang menjual *madeleine cake* ini.

1.2.2 Identifikasi Pangsa Pasar *Madeleine Cake* Substitusi Tepung Jagung

Pangsa pasar yang digunakan pada produk *madeleine cake* substitusi tepung jagung ini adalah sebagai berikut :

1. Target pasar dari *madeleine cake* substitusi tepung jagung ini adalah dari kalangan anak-anak, remaja, dan dewasa. Bentuk yang unik seperti cangkang kerang sehingga menarik perhatian anak-anak dan remaja. Memiliki rasa yang manis, beraroma jeruk *sunkist*, dan tekstur yang agak empuk.
2. Untuk yang menyukai aneka jenis kue, diharapkan senang dengan adanya *madeleine cake* substitusi tepung jagung ini karena memiliki tekstur, rasa, dan warna yang berbeda dari *madeleine cake* original.

1.3 Identifikasi Spesifikasi *Madeleine Cake* Substitusi Tepung Jagung

Madeleine merupakan yang memiliki bentuk seperti cangkang kerang. Memiliki tekstur yang agak empuk dan memiliki rasa yang manis. Dalam beberapa catatan sejarah menyatakan bahwa *madeleine* pertama kali dibuat oleh seorang koki dari Perancis pada abad ke-19 oleh *Jean Avice*. Namun sebagian masyarakat lainnya mengatakan bahwa *madeleine* sudah ada sejak abad-18 dan berasal dari resep kue warisan keluarga yang diturunkan kepada cucunya yang bernama *Madeleine*. Seorang raja Polandia yang diasingkan bernama *Stanislaw Leszynski* mencoba hidangan penutup yang dibuat oleh *Madeleine Paulmiere*. Kue yang

berasal dari warisan keluarganya tersebut belum dinamai oleh *Madeleine*. Raja *Stanislaw* menyukai kue kecil berbentuk cangkang kerang tersebut dan menamainya dengan nama yang membuat kue yaitu *Madeleine*. Pada saat raja *Louis XV* berkunjung ke *Lorraine* juga mencoba *madeleine cake* dan menyukai rasa serta aromanya. Raja *Louis XV* membawa dan memberikan *madeleine cake* kepada istrinya untuk dicoba dan istrinya menyukai kue tersebut. Kemudian kue tersebut dikenalkan di seluruh Perancis (Morse, 2014).

Olahan produk pastry dan bakery ini sudah banyak berkembang di berbagai negara termasuk di Indonesia. Teknik pembuatan dan bahan yang mudah ditemukan menjadikan kue ini terus berkembang. Pada penelitian ini madeleine cake di substitusi dengan tepung jagung sebanyak 20% pada adonannya. Madeleine cake ini dibuat dari bahan tepung terigu, tepung jagung, butter, gula, telur, baking powder, dan orange zest (jeruk sunkist). Kue ini dipanggang pada suhu 160°C pada api atas dan 150°C pada api bawah dengan waktu 18 menit. Tekstur dari madeleine cake substitusi tepung jagung ini agak empuk, bagian luar atau cangkang memiliki warna cokelat dan bagian dalam berwarna kuning muda, aroma dari kue ini adalah aroma dari orange zest (jeruk sunkist), cukup terasa tepung jagung dan agak terasa jeruk sunkist, dan berpori besar. Madeleine cake akan dijual dalam kemasan box dengan isi empat pieces dan kemasan isi 2 pieces. Madeleine cake dikemas terlebih dahulu kedalam plastik kecil dan kemudian akan dimasukkan kedalam box. Untuk bagian luar box akan ditempel dengan label. Kemasan isi 2 pieces menggunakan plastik opp dan diberi label.

1.4 Tujuan Rintisan Usaha

Berikut adalah tujuan dari rintisan usaha *madeleine cake* substitusi tepung jagung:

1. Pemanfaatan tepung jagung untuk dijadikan bahan substitusi *madeleine cake* yang menjadikan sebuah inovasi terhadap produk *madeleine cake*.
2. Adanya peluang usaha karena *madeleine cake* masih jarang atau sulit ditemukan di pasaran, melihat adanya peminat terhadap *madeleine cake*.