

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Usaha

Rintisan usaha (*start-ups*) merupakan jenis usaha baru, yang belum lama beroperasi atau masih berada pada tahap perintisan (Nasution, 2024). Karakteristik utama dari rintisan usaha adalah tingginya risiko, namun juga ada potensi untuk tumbuh cepat dan keuntungan besar. Strategi yang tepat dalam rintisan usaha sangat penting untuk menjamin kesuksesan dan kelangsungan bisnis. Langkah pertama adalah mengidentifikasi pasar dan memvalidasi ide untuk dapat memahami dengan baik permintaan pasar. Fokus selanjutnya pada pengembangan produk inovatif dengan mengikuti tren pasar untuk menciptakan keunggulan bersaing. Inovasi ini didasarkan pada metode ilmiah, mulai dari metode pembuatan sampai menghasilkan produk, atau penemuan konsep baru agar memberikan interaksi awal dengan masyarakat atau lingkungannya yang dapat diterima dengan baik sebagai kunci dalam pemasaran dari usaha bisnis tersebut.

Dalam rintisan usaha, pemasaran sangat dibutuhkan untuk mengoptimalkan pendapatan demi keberlangsungan usaha. Hal ini dilakukan melalui serangkaian proses yang mencakup penciptaan, komunikasi, dan pemberian nilai kepada pelanggan, serta pengelolaan hubungan dengan pelanggan secara menguntungkan. Strategi pemasaran yang tepat, termasuk pemanfaatan media sosial, mampu menjangkau serta menarik minat audiens yang tepat yang kemudian dapat meningkatkan daya jual yang lebih tinggi, memberikan pengalaman konsumen yang memuaskan juga menjadi prioritas, termasuk pelayanan yang responsif dan produk berkualitas tinggi (Purnamasari S et al., 2022).

Pemasaran dengan media digital atau biasa disebut *digital marketing* menawarkan secara *online* seperti menggunakan media sosial. Asosiasi Pemasaran Amerika (AMA) mendefinisikan pemasaran digital sebagai serangkaian aktivitas, strategi, dan proses yang menggunakan teknologi digital untuk menciptakan, mengomunikasikan, dan menyampaikan nilai kepada konsumen serta pihak-pihak yang berkepentingan (Firdayani Nasution et al., 2023). Saat ini banyak usaha yang menggunakan teknik pemasaran dengan media digital contohnya seperti usaha makanan yang terus ramai di kalangan masyarakat karena tren media sosial yang

terus berkembang. Namun tidak menutup kemungkinan pelaku usaha makanan untuk melakukan pemasaran secara *offline*, karena dengan cara ini dapat banyak mengenal pembeli dan membangun hubungan berskala panjang secara tidak langsung (Amiliana et al., 2022). Selain diperlukan sistem pemasaran yang tepat juga diperlukan inovasi agar mampu bersaing dengan kompetitor sejenis dan konsumen tidak bosan dengan rasa standar suatu produk makanan.

Inovasi adalah kunci keberhasilan rintisan usaha. Produk atau layanan yang ditawarkan sebaiknya memiliki keunggulan yang membedakannya dari produk sebelumnya. Pengembangan produk harus didasarkan pada pendekatan ilmiah dan pemahaman mendalam tentang teknologi terbaru dan tren pasar (Nasution, 2024). Pada penelitian ini telah dilakukan pembuatan bakpia gurih isian ikan tongkol dan tempe rasa sambal matah dan selanjutnya pembuatan rintisan usaha dari produk tersebut. Bakpia yang dijual di pasaran biasanya berisi kumbu kacang hijau, orang-orang sering menjumpai bakpia dengan isian kacang hijau oleh karena itu penting untuk melakukan kegiatan inovasi agar konsumen tidak bosan dengan rasa standar dari bakpia tersebut. Inovasi produk ini adalah menggantikan isian kumbu kacang hijau dengan isian ikan tongkol dan tempe dengan pemberian sambal matah. Ikan tongkol memiliki cita rasa yang enak dan sesuai untuk dikombinasikan sebagai isian dalam produk bakpia, dan penggunaan tempe dapat membantu membentuk struktur isian yang padat namun tetap lembut.

Berdasarkan penelitian sebelumnya yang berjudul "Karakteristik Sensoris Bakpia Gurih Isian Ikan Tongkol dan Tempe Rasa Sambal Matah dengan Persentase Berbeda", dilakukan uji validasi dengan tiga variasi formulasi yaitu 30%, 40%, dan 50% kepada 10 panelis terlatih diketahui bahwa formulasi 40% adalah produk yang memiliki mutu sensoris terbaik berdasarkan aspek warna, aroma, rasa, tekstur. Lalu dilakukan penelitian lanjutan dengan judul "Daya Terima Konsumen Terhadap Produk Bakpia Gurih Isian Ikan Tongkol dan Tempe Rasa Sambal Matah dengan Persentase Berbeda", dilakukan pengujian dengan tiga variasi formulasi yaitu 30%, 40%, dan 50% terhadap 100 panelis konsumen didapatkan hasil paling disukai pada formula 40% pada aspek warna, aroma, rasa dan tekstur.

Temuan ini menjadi dasar untuk melakukan penelitian lanjutan terkait rintisan usaha. Oleh karena itu, penulis melanjutkan penelitian dengan fokus pada rintisan usaha serta analisis kepuasan konsumen terhadap produk bakpia gurih dengan judul "Rintisan Usaha Produk Bakpia Gurih Isian Ikan Tongkol dan Tempe Rasa Sambal Matah "Bakkate" ". Analisis kepuasan konsumen dilakukan menggunakan metode deskriptif, di mana responden diminta menilai produk berdasarkan aspek rasa, aroma, pelayanan, dan kemasan, sesuai dengan tingkat kepuasan masing-masing.

Bakpia gurih isian ikan tongkol dan tempe ini dipasarkan berupa produk siap saji yang dikemas menggunakan dus persegi panjang berukuran 115 mm x 100 mm sehingga dapat mudah dibawa dan dikonsumsi di mana dan kapan saja. Bakpia dijual dalam porsi kecil dengan jumlah isi 10 buah bakpia sehingga sangat sesuai dijadikan sebagai kudapan bersama maupun sebagai oleh-oleh. Strategi pemasaran bakpia gurih isian ikan tongkol dan tempe dilakukan secara langsung (*offline*) atau melalui pemanfaatan media sosial (*online*) melalui media WhatsApp, Instagram, dan TikTok. Penjualan produk bakpia gurih dengan isian ikan tongkol dan tempe dilakukan menggunakan sistem *pre-order*. *Pre-order* adalah bagian dari strategi penjualan yang digunakan oleh pelaku usaha untuk menerima pesanan produk dari konsumen sebelum barang diproduksi atau tersedia.

Tujuan penelitian ini untuk mengkaji strategi pemasaran yang digunakan oleh rintisan usaha bakpia gurih isian ikan tongkol dan tempe rasa sambal matah, dan menganalisis kepuasan konsumen terhadap produk bakpia gurih. Merek dagang yang akan dipasarkan bernama "Bakkate" yang merupakan singkatan dari bakpia gurih ikan dan tempe, Bakkate merupakan bakpia yang diinovasi menggunakan bahan utama ikan tongkol dan tempe dengan pemberian sambal matah dengan cara pengolahan yang berbeda, cara pengolahannya dilakukan pengukusan pada ikan dan tempe, dan proses penghalusannya tempe melalui penghancuran dengan *blender* dan penyuwiran pada ikan yang kemudian ditumis bersama sambal matah. Inovasi baru serta keunggulan dari segi protein yang dihasilkan dari ikan tongkol dan tempe dapat menjadi nilai tambah dalam produk Bakkate.

1.2 Identifikasi Peluang dan Pangsa Pasar Bakpia Gurih “Bakkate”

Peluang pasar adalah kondisi di mana keadaan dan waktu menciptakan sebuah kesempatan bagi rintisan usaha untuk mengambil tindakan atau strategi bisnis. Biasanya berisi peluang menguntungkan seperti proses penjualan ataupun produksi. Melalui pemahaman yang kuat tentang pasar, inovasi, responsif terhadap perubahan, dan fokus pada kualitas sekaligus layanan maka perusahaan dapat menciptakan keunggulan yang kompetitif yang berkelanjutan dan pertumbuhan yang stabil dalam jangka panjang. Fungsi adanya peluang pasar adalah memungkinkan sebuah bisnis untuk menentukan langkah dan strategi yang tepat. (Ramadhan, 2023).

Peluang pasar untuk usaha “Bakkate” masih terbuka lebar. Hal ini terjadi karena meningkatnya minat masyarakat terhadap kue tradisional yang dimodernisasi. Salah satu produk yang dikembangkan dalam penelitian ini adalah Bakpia Gurih Isian Ikan Tongkol dan Tempe Rasa Sambal Matah, menawarkan pilihan bakpia yang lebih inovatif karena belum ada di pasaran. “Bakkate” juga menarik konsumen dari berbagai kalangan, mulai dari remaja hingga orang dewasa karena bakpia merupakan makanan populer yang hampir digemari oleh semua masyarakat.

Dalam menjalankan usaha Bakkate diperlukan keahlian dalam melihat peluang yang ada. Peluang yang didapatkan bisa dihasilkan dari penilaian para konsumen seperti permintaan, keluhan konsumen terhadap produk dan saran. Pemahaman mendalam tentang preferensi konsumen akan membantu dalam mengeksploitasi peluang dan pangsa pasar untuk bakpia gurih isian ikan tongkol dan tempe. Rintisan usaha yang dijadikan sebagai acuan peluang dalam membuka dan menjalankan rintisan usaha bakpia gurih isian ikan tongkol dan tempe adalah:

1. Cocok untuk orang yang gemar jajanan kue tradisional bercita rasa gurih
2. Konsumen yang menyukai jajanan unik yang belum pernah ada di pasaran
3. Produk yang praktis sehingga dapat mudah dibawa dan dikonsumsi di mana dan kapan saja
4. Inovasi olahan kue tradisional bakpia gurih menggunakan bahan isian utama ikan tongkol dan tempe menjadi daya tarik konsumen

1.3 Identifikasi Kualifikasi Produk

Dalam proses pemilihan produk yang akan dijadikan sebagai produk usaha, penulis memutuskan bahwa produk yang akan dipasarkan adalah bakpia, salah satu jenis kue tradisional yang sering dijadikan oleh-oleh khas Yogyakarta dan dengan mengganti bahan isian kumbu kacang hijau dengan isian ikan tongkol dan tempe dengan pemberian rasa. Bakpia gurih isian ikan tongkol dan tempe merupakan produk kue tradisional yang dibuat melalui proses pemanggangan menggunakan *pan*. Adapun bahan yang digunakan antara lain, tepung terigu, minyak, margarin, ikan tongkol, tempe dan bumbu rempah. Bakpia ini mempunyai rasa yang gurih dan tekstur yang lembut padat.

Bakpia gurih isian ikan tongkol dan tempe memiliki bentuk bulat pipih dengan ukuran diameter 4 cm, dengan ketebalan sekitar 2 cm. Memiliki warna kulit cokelat muda pada bagian atas dan bawah, dan berwarna kuning keputihan di sisi samping. Bakkate ini memiliki 1 varian rasa yaitu sambal matah. Isian bakpia dengan sambal matah memiliki warna putih, bumbu dan rempah yang digunakan tidak dihaluskan melainkan hanya dirajang halus sehingga masih menyisakan tekstur, bercita rasa segar, sedikit asam, dengan sensasi pedas. Kemudian dikemas dan divacuum menggunakan plastik vacuum, untuk menambah keamanan dalam pengemasan produk dikemas dengan dus persegi panjang berukuran 115 mm x 100 mm dengan jumlah isi 10 buah bakpia.

1.4 Tujuan Rintisan Usaha

Tujuan utama dari rintisan usaha bakpia gurih isian ikan tongkol dan tempe ini adalah olahan bakpia isi kumbu kacang hijau yang diinovasikan menjadi olahan bakpia gurih isian ikan tongkol dan tempe dengan sambal matah. Produk ini menggunakan bahan-bahan lokal Indonesia supaya ciri khas dari bakpia tetap terjaga kualitas dan rasanya. Peneliti juga ingin menciptakan olahan kue tradisional Indonesia yang berbeda dan menjadi kuliner tradisional yang berbeda.

Tujuan usaha ini juga ingin menarik minat konsumen jajanan tradisional bercita rasa gurih untuk mencoba pengalaman baru. Produk bakpia gurih isian ikan tongkol dan tempe dapat menjangkau segmen pasar yang lebih luas untuk ke depannya.