

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Rintisan usaha merupakan salah satu langkah awal dalam menciptakan peluang bisnis yang berkelanjutan. Dalam hal ini dilakukan melalui perencanaan, eksperimen produk, dan pengenalan awal kepada pasar. Rintisan usaha berperan penting dalam melatih kemampuan kewirausahaan, membangun kreativitas, serta memperkenalkan produk baru yang memiliki nilai jual. Dalam rintisan usaha memerlukan rencana bisnis, terutama suatu usaha yang baru didirikan. Banyak orang memulai bisnis namun tidak memahami pentingnya perencanaan bisnis, hal ini sering menyebabkan kegagalan dalam bisnis karena kurangnya perencanaan yang merupakan strategi untuk mencapai kesuksesan sebuah bisnis. Perencanaan tujuan merupakan bagian dari rencana bisnis, tujuannya diharapkan bisnis yang direncanakan berkembang dan dapat menghasilkan profitabilitas seperti yang diharapkan. Menurut Sobana (2018) dalam adiasih (Yuniar *et al.*, 2022) hal yang harus diutamakan dalam menjalankan suatu usaha yaitu mengetahui profitabilitas, produksi, manajemen, dan pemasaran yang akan dilakukan. Hal ini dilakukan untuk menentukan apa saja yang dibutuhkan konsumen, perusahaan harus mampu melihat berbagai kesempatan dan peluang yang ada karena pada dasarnya konsumen adalah salah satu faktor terpenting dalam penjualan perusahaan. Sebagai usaha yang baru akan terjun ke dunia bisnis, tentunya Nabure *Bites* harus mempersiapkan perencanaan yang matang agar menjadi bisnis yang sukses.

Perusahaan harus memahami konsep dan mengerti strategi dalam pemasaran karena sangat diperlukan agar persaingan lebih efektif, bersaing secara sehat, dan dapat menarik konsumen sebanyak banyaknya. Dalam beberapa tahun terakhir, tren pasar makanan ringan, khususnya *cookies*, menunjukkan pertumbuhan yang stabil dan terus berkembang. *Cookies* tidak lagi hanya dilihat sebagai camilan biasa, tetapi telah menjadi bagian dari gaya hidup masyarakat *modern*. Selain praktis *cookies* bisa dinikmati kapan saja, dan mudah ditemukan di berbagai saluran distribusi, mulai dari toko kecil hingga *e-commerce*.

Tren pasar *cookies* meningkat sehingga permintaan pasar terhadap produk *cookies* makin beragam. *Cookies* yang berbahan alami, bebas pengawet, dan

memiliki nilai gizi belum ramai di pasaran. Banyak konsumen kini sadar akan pentingnya gaya hidup sehat, sehingga cenderung memilih produk camilan yang lebih alami dan minim proses kimia. Dalam pembahasan ini, Nabure *Bites* memiliki potensi besar untuk tumbuh karena menggunakan kelapa sebagai bahan yang dikekenal kaya akan serat, lemak sehat, dan aroma khas dari kelapa. Tren pasar lainnya yang mendukung adalah berkembangnya platform penjualan digital. *Cookies* menjadi salah satu produk yang sangat cocok dijual secara *online* karena mudah dikemas, tahan lama, dan tidak memerlukan rantai pendingin khusus. Ini membuka peluang bagi pelaku usaha kecil seperti rintisan usaha produk Nabure *Bites* untuk menjangkau pasar yang lebih luas tanpa biaya distribusi yang besar.

Rintisan usaha dalam penelitian ini berfokus pada produk Nabure *Bites* yang merupakan makanan ringan yang terbuat dari adonan lunak yang di panggang, memiliki tekstur renyah jika di patahkan dan bertekstur kurang padat. Nabure *Bites* merupakan *cookies* yang mempunyai rasa yang manis dan gurih. Produk Nabure *Bites* sudah melewati tahap penelitian lanjutan yaitu Uji Daya Terima Konsumen, merujuk pada penelitian Bunga Anggraini Aprilianti yang berjudul “Daya Terima Konsumen Produk *Coconut Cookies* dengan Substitusi Ampas Kelapa”. Penelitian ini menggunakan metode uji hedonik dengan melibatkan 100 orang panelis konsumen. Sampel yang diberikan adalah *Coconut Cookies* dengan Substitusi Ampas Kelapa kering sebesar 4%, 6%, dan 7%. Hasil uji daya terima konsumen menunjukkan bahwa substitusi ampas kelapa kering sebanyak 4% adalah yang paling banyak disukai. Berdasarkan hasil penulisan tersebut, produk pada rintisan usaha ini ialah produk *Coconut cookies* dengan substitusi ampas kelapa kering sebesar 4% dengan nama produk Nabure *Bites*. Untuk menarik minat pembeli Nabure *Bites* ditambah penambahan taburan kelapa kering di atas Nabure *Bites* agar lebih menarik. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa bagaimana strategi pemasaran dapat mempengaruhi keberhasilan pasar dari rintisan usaha produk Nabure *Bites*.

1.2. Identifikasi Peluang dan Pasar

Dilihat dari peluang yang ada bisnis kue kering cukup diminati. Peluang pasar dalam produk Nabure *Bites* cukup besar. mengingat produk kue kering

Coconut Cookies sudah dikenal oleh konsumen. Pemanfaatan ampas kelapa umumnya sebagai limbah sisa pengolahan kelapa.

Inovasi produk Nabure *Bites/Coconut Cookies* dengan substitusi ampas kelapa memiliki prospek yang menjanjikan, jika di kelola dengan baik. Berikut adalah analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, dan Threats*). Pada produk Nabure *Bites*

Dari sisi kekuatan (*strengths*), produk ini memiliki keunggulan yang berbeda dari produk lainnya karena menawarkan cita rasa gurih alami yang khas dari kelapa, serta kandungan serat yang tinggi dari ampas kelapa. Keunikan bahan baku yang digunakan juga menjadi nilai jual tersendiri, selain itu bahan baku mudah di dapat. Namun kelemahan (*weakness*) yang menjadi pertimbangan pada produk Nabure *Bites* adalah produk yang mudah hancur, dan daya simpan produk yang tidak cukup lama.

Dari sisi peluang (*opportunities*), banyak konsumen khususnya di segmen usia produktif, menunjukkan minat tinggi terhadap produk pangan yang tidak hanya enak, tetapi juga menyehatkan. Kemudian pemasaran dilakukan melalui media *online* dan cukup mudah dilakukan. Adapun dari sisi ancaman (*threats*), kompetisi di industri kue kering cukup ketat, dengan banyaknya produk sejenis yang sudah lebih dahulu hadir dan dikenal. Produk Nabure *Bites* belum familiar di masyarakat, namun inovasi ini menjadi peluang yang cukup unik karena menggunakan ampas kelapa yang diketahui sebagai limbah, namun tidak mengurangi cita rasa khas dari *Coconut Cookies*. Berikut peluang dan pasar dari produk Nabure *Bites*:

1. Pasar *online*, pemasaran awal pada produk Nabure *Bites* dapat melalui daring, melalui media *social* untuk menarik konsumen. Konsumen semakin mudah melakukan pembelian produk makanan secara *online* melalui berbagai *platform e-commerce* maupun media *social*. Hal ini membuka peluang besar bagi produk Nabure *Bites* untuk menjangkau pasar yang lebih luas dan beragam. adapun hal yang dilakukan untuk memasarkan produk, melalui *whatsapp, Instagram, Tiktok*.
2. Pasar remaja dan orang tua, produk kue kering merupakan salah satu jenis camilan yang cukup diminati oleh berbagai kalangan, terutama remaja dan orang tua. khususnya pada moment hari raya umat kristen (Natal) & hari raya umat Islam (Idul Fitri). Tradisi menyajikan camilan kepada tamu sebagai bentuk rasa syukur,

kebahagiaan, dan harapan baik, Tradisi ini tidak hanya mempererat hubungan sosial, tetapi juga menciptakan permintaan pasar yang tinggi terhadap produk kue kering Nabure *Bites*, produk ini yang tidak hanya menawarkan cita rasa unik, mengangkat nilai keberlanjutan dan inovasi dalam produk pangan.

3. Produk Nabure *Bites*, ditujukan pada konsumen yang memiliki gaya hidup sehat dan peduli lingkungan. Konsumen dalam segmen ini cenderung memilih produk yang kaya akan serat dan terbuat dari bahan alami serta minim proses kimia. Gaya hidup sehat yang kini semakin populer, terutama di kalangan milenial dan Gen Z, menjadi peluang untuk memasarkan Nabure *Bites/Coconut Cookies* sebagai camilan sehat yang tidak hanya lezat, tetapi juga berkontribusi terhadap pengurangan limbah pangan.

4. Dalam aspek demografis produk Nabure *Bites* dipasarkan kepada konsumen yang berdomisili di wilayah Jakarta Timur, yaitu daerah sekitar lokasi produksi. Wilayah ini dipilih karena memiliki akses distribusi yang efisien serta populasi yang cukup padat dengan minat konsumsi makanan ringan yang tinggi. Dilihat dari jenis kelamin, produk ini ditujukan untuk konsumen laki-laki maupun perempuan, karena sifat camilan yang bersifat umum dan dapat dikonsumsi oleh siapa saja. Berdasarkan tingkat pendapatan, Nabure *Bites* menargetkan konsumen dari berbagai tingkat ekonomi, khususnya kelas menengah kebawah. Segmen ini dinilai memiliki daya beli yang cukup serta kecenderungan untuk memilih produk makanan yang tidak hanya enak, tetapi juga sehat dan kaya akan serat.

1.3. Identifikasi Spesifikasi Produk

Spesifikasi terhadap produk dapat membantu menyampaikan informasi kepada konsumen. Berikut spesifikasi produk dari produk Nabure *Bites*:

Tabel 1. 1 Spesifikasi Produk

Nama Produk	Nabure <i>Bites</i>
Jenis Produk	Kudapan manis
Komposisi Produk	Tepung terigu, butter, margarin, gula halus, telur, <i>baking powder</i> , kelapa kering, ampas kelapa kering.
Dimensi Kemasan	Menggunakan kemasan toples tabung berukuran 400 gram

Karakteristik Produk

Tekstur yang renyah dengan permukaan agak kasar, warna kuning kecoklatan, aroma kelapa, serta rasa manis.



Gambar 1. 1 Kemasan Toples
Sumber : Tokopedia.com

1.4. Tujuan Rintisan Usaha

1. Menganalisis perencanaan rintisan usaha pada produk Nabure *Bites*

Menganalisis perencanaan awal usaha Nabure *Bites* ditujukan untuk menentukan arah pengembangan bisnis. Fokus yang dituju yaitu identifikasi ide produk, analisis pasar sasaran, perencanaan produksi, strategi pemasaran awal, serta estimasi kebutuhan modal dan proyeksi keuntungan. Analisis ini penting untuk memastikan bahwa rintisan usaha yang dijalankan memiliki dasar yang kuat dan potensi keberlanjutan yang realistis di pasar makanan sehat yang sedang berkembang.

2. Menganalisis penyusunan strategi pemasaran dan menganalisa target pasar yang tepat pada produk Nabure *Bites*

Aspek ini bertujuan untuk mengevaluasi strategi pemasaran yang dirancang agar produk Nabure *Bites* dapat dikenal pasar lebih luas. Analisis difokuskan pada penentuan target pasar yang tepat, yaitu konsumen dengan gaya hidup sehat, serta pemasaran seperti media sosial, *e-commerce*, dan konsumen yang memiliki gaya hidup sehat. Penyusunan strategi ini merupakan hal yang penting untuk menciptakan pendekatan pemasaran yang efisien dan tepat sasaran dalam tahap rintisan usaha.

3. Mempromosikan produk Nabure *Bites*

Aspek ini ditujukan untuk merancang dan menerapkan strategi promosi yang efektif untuk meningkatkan kesadaran dan minat konsumen terhadap produk Nabure *Bites*.