

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Menurut (Damayanti, 2024) perencanaan bisnis memiliki peran penting dalam memastikan bahwa seluruh aktivitas usaha, baik yang sedang berlangsung maupun yang akan dilaksanakan, berjalan sesuai dengan arah dan tujuan yang telah ditetapkan. Manajemen usaha yang efektif serta perencanaan yang matang melalui penyusunan rencana bisnis yang terstruktur menjadi dasar utama dalam pengelolaan usaha untuk hasil yang optimal. Pemasaran merupakan proses strategis yang bertujuan untuk merancang, menentukan harga, dan mempromosikan produk agar sesuai dengan kebutuhan dan keinginan pasar, sehingga mampu mencapai tujuan bisnis. Rintisan usaha produk kue, strategi pemasaran sangat penting untuk membangun daya tarik konsumen, memperkenalkan keunikan produk, serta menghadapi persaingan yang ketat di industri kuliner (Rofa, 2022).

Rintisan usaha memerlukan strategi yang tepat, mulai dari pemilihan bahan baku berkualitas hingga penerapan strategi pemasaran yang efektif guna meningkatkan daya saing produk (Habibi, 2024). Penelitian tersebut menunjukkan bahwa peningkatan kualitas melalui pelatihan produksi, penggunaan logo sebagai identitas merek, pemanfaatan media sosial seperti Instagram dan Tiktok, dengan membuat *reels* atau postingan terkait produk terbukti mampu meningkatkan kapasitas produksi, memperluas jangkauan pasar, dan menarik minat beli konsumen. Hal ini menegaskan bahwa aspek kualitas produk dan strategi pemasaran merupakan faktor penting dalam tahap awal pengembangan usaha. Maka dari itu, Rintisan usaha *Peacotta* dipasarkan dengan mengunggah konten terkait produk, ataupun promosi untuk memperkenalkan produk baru ini kepada konsumen.

Menurut (Sukartiningsih, 2022) menjalankan usaha secara *online* dinilai lebih fleksibel dan efisien, terutama bagi individu yang masih memiliki keterikatan pada kegiatan lain seperti perkuliahan. Usaha *online* memungkinkan untuk dijalani tanpa harus terikat oleh waktu dan tempat, sehingga memungkinkan bagi sebagian orang yang masih memiliki aktivitas utama. Selain itu, konsep usaha *online* dinilai memiliki potensi keuntungan yang relatif lebih cepat karena

menjangkau pasar yang lebih luas serta mudah diakses oleh konsumen diberbagai media sosial. hal ini menjadikan usaha *online* sebagai alternatif yang relevan untuk dilakukan dalam usaha rintisan yang dilakukan oleh mahasiswa ataupun pelaku usaha pemula.

Langkah awal dalam mengembangkan rintisan usaha kue adalah untuk meningkatkan volume penjualan, pemasaran dapat difokuskan pada promosi penjualan (Hidayah, 2021). Pemasaran digital dilakukan dengan memanfaatkan media sosial, seperti penggunaan media sosial untuk membuat konten gambar dan video produk, serta memberikan testimoni pelanggan. Membuat iklan *online* untuk menargetkan audiens yang spesifik berdasarkan minat atau perilaku *online*. menggabungkan strategi pemasaran digital secara efektif dapat meningkatkan daya jual produk kepada calon pelanggan yang lebih luas (Harahap, 2021).

Pada era digital sekarang, pemasaran dapat dilakukan dengan mudah secara *online* melalui media sosial. Rintisan usaha produk *Peacotta* dipasarkan secara *online* sehingga memberikan fleksibilitas kepada konsumen untuk melakukan pembelian kapan saja sesuai keinginan mereka. Ini meningkatkan kenyamanan dan memudahkan dalam berbelanja, di mana konsumen dapat melakukan pembelian kapan saja dan dimana saja sehingga dapat meningkatkan peluang penjualan produk. Mempertimbangkan manfaat-manfaat ini, pemasaran secara *online Peacotta* dapat menjadi strategi yang efektif untuk menjangkau konsumen secara luas dan dapat meningkatkan daya jual yang lebih tinggi. Menurut (Lathifah, 2018) media sosial menjadi sarana penghubung antara penjual dan konsumen, sehingga konsumen dapat dengan mudah memperoleh informasi tentang produk yang dipasarkan. Selain itu, media sosial memudahkan penjual dan konsumen untuk berinteraksi. Melalui media sosial penjual dapat melakukan promosi, mengembangkan usaha, meningkatkan penjualan, berkomunikasi dengan konsumen dan memperluas jaringan pasar.

Penelitian ini membahas tentang rintisan usaha pada produk *Peacotta*. Pemasaran dilakukan menggunakan berbagai media sosial. Pemasaran *online* dilakukan dengan memperkenalkan produk dan menawarkan produk kepada konsumen dengan melalui media sosial WhatsApp, Instagram dan Tiktok. Melalui media sosial dapat dengan mudah berinteraksi dan membangun komunikasi dua

arah dengan konsumen sehingga dapat mengetahui masukan, tanggapan dan minat pada produk yang dipasarkan. Dilakukannya rintisan usaha ini untuk mengetahui dan mengidentifikasi minat konsumen terhadap produk baru. Pemasaran melalui media sosial menjadi peluang bagi usaha *Peacotta*, produk lebih mudah dikenal secara luas dengan membagikan foto dan video terkait produk. Keunggulan produk ini terdapat pada bahan yang digunakan, dengan menggunakan bahan-bahan berkualitas baik.

Peacotta merupakan produk substitusi, yang mengganti sebagian bahan utama dengan bubuk kacang tanah guna menciptakan produk baru yang diharapkan dapat menarik minat konsumen. Penggunaan kacang tanah pada produk *Peacotta* menghasilkan produk yang lebih gurih. produk ini memiliki cita rasa yang unik.

Produk ini menggunakan nama dagang "*Peacotta*", yang merupakan kombinasi dari tiga unsur utama yang mencerminkan karakteristik produknya. Kata *peanut* (kacang tanah) menggambarkan bahan substitusi dari bahan utama, *co* diambil dari *chocolate* (cokelat) sebagai cita rasa dominan, dan *tta* berasal dari kata *torta*, yaitu jenis kue khas Italia yang menjadi inspirasi dan konsep produk. Pemilihan nama ini dimaksudkan untuk menghadirkan identitas yang unik sekaligus menunjukkan komposisi serta keunikan dari kue yang ditawarkan.

1.2 Identifikasi Peluang dan Pangsa Pasar

Peacotta merupakan produk yang dipasarkan dengan menggunakan bubuk kacang tanah yang dibuat untuk mengurangi penggunaan bubuk kacang almond dan memberikan variasi tekstur, aroma, dan rasa yang khas. Produk ini dijual secara *online*, dengan menggunakan strategi pemasaran yang melibatkan media sosial. Saat ini, media sosial menjadi alat yang sangat berguna untuk berinteraksi dengan pelanggan. Media sosial memungkinkan untuk mempromosikan produk, berbagi konten menarik, serta membangun komunitas dan menjangkau target pasar yang lebih luas (Zahro, 2023).

1.2.1 Peluang

Peluang menurut (Nurjaman, 2024) adalah solusi untuk mengembangkan produk, pelayanan, memenuhi kebutuhan konsumen dan menciptakan segmen pasar baru. Pada rintisan usaha ini peluang yang ada sebagai berikut:

- a. *Peacotta* dipasarkan secara *online* sehingga memanfaatkan akses ke berbagai lokasi geografis yang lebih luas. Selain itu, memasarkan secara *online* juga membantu mengurangi biaya pemasaran karena menggunakan *platform* tidak dikenakan biaya tambahan dari pada metode tradisional seperti toko fisik atau pameran yang memiliki biaya sewa.
- b. *Peacotta* menggunakan bubuk kacang tanah sebagai bahan substitusi menghasilkan karakteristik tekstur yang lebih lembap dan berongga kecil. Selain itu, aroma kacang tanah yang berpadu dengan rasa coklat menjadikan cita rasa yang lebih gurih.
- c. Penggunaan kacang tanah sebagai substitusi juga lebih efisien dibandingkan dengan penggunaan kacang almond yang memiliki harga relatif lebih tinggi. Substitusi ini menghasilkan produk dengan harga jual yang lebih murah.
- d. Pemasaran *online* dapat diperolehnya umpan balik maupun menjawab pertanyaan juga memungkinkan pelaku usaha untuk berinteraksi dengan konsumen dengan mudah.

1.2.2 Pangsa Pasar

Pangsa pasar menurut (Puspitasari, 2020), bagian dari volume penjualan dalam suatu pasar tertentu dan dalam periode waktu tertentu. Pangsa pasar produk *Peacotta* ini adalah :

- a. Konsumen yang menyukai makanan manis.
- b. Konsumen yang memiliki minat terhadap kue berbasis kacang-kacangan.
- c. Produk ini cocok untuk berbagai kalangan remaja hingga orang dewasa.

1.2.3 Identifikasi Spesifikasi Produk

Variabel-variabel yang menjelaskan tentang hal-hal yang harus dilakukan oleh sebuah produk (Nugroho, 2018). Berikut variabel-variabel pada produk *Peacotta*, sebagai berikut:

- a. Kualitas Produk

Menurut (mahira, 2021), kualitas produk merupakan kemampuan suatu produk yang dapat memberikan hasil sesuai dengan harapan pelanggan atau bahkan melebihi harapan pelanggan. Produk *Peacotta* memiliki ciri khas rasa coklat yang pekat dan manis, dipadukan dengan cita rasa gurih dari bubuk

kacang tanah, sehingga menghasilkan perpaduan rasa yang unik. Tekstur pada produk *Peacotta* terasa lembut, dengan sensasi renyah halus yang berasal dari tambahan bubuk kacang tanah. Produk *Peacotta* memiliki aroma cokelat yang kuat, dilengkapi dengan aroma kulit lemon sehingga meningkatkan daya tarik produk.

b. Tampilan Produk

Tampilan produk menjadi poin penting dalam mengembangkan suatu usaha. Menurut (Setianingtya, 2020), tampilan produk merupakan upaya untuk menunjukkan atau menampilkan produk yang ditawarkan sehingga menarik konsumen. Produk *Peacotta* berpotongan setengah lingkaran memiliki warna cokelat tua yang permukaannya bertekstur halus, dihias dengan cokelat *ganache*, potongan lemon dan juga stroberi di bagian atas kue, kue ini memiliki ukuran tinggi 4 cm, diameter 6 cm, dan berat 60 gram, sehingga tampak menarik.

c. Kemasan Produk

Kemasan memberikan pengaruh kepada konsumen karena dari kemasan, konsumen dapat menilai produk dari tampilan maupun informasi yang terdapat pada kemasan (Apriyanti, 2018). Produk *Peacotta* dikemas menggunakan kemasan berbentuk tabung berbahan dasar plastik mika, di mana bagian bawah kue dilapisi dengan kertas untuk menjaga kebersihan dan mencegah kontaminasi, tampilan produk terlihat dari luar kemasan karena menggunakan mika plastik, sehingga meningkatkan daya tarik visual produk, meminimalisir adanya kerusakan pada produk, mudah disimpan dan memiliki ukuran yang sesuai untuk *Peacotta*. Pada bagian samping kemasan ditempelkan label yang memuat informasi penting mengenai produk *Peacotta*, meliputi nama produk, merek, berat bersih, komposisi bahan, serta tanggal kedaluwarsa.

d. Keunggulan Produk

Pengembangan atau inovasi produk menjadi keunggulan dan memenangkan persaingan dipangsa pasar (Dalimunthe, 2017). Produk *Peacotta* menggunakan bahan-bahan berkualitas baik, seperti bubuk kacang almond, bubuk kacang tanah, mentega, gula, telur, dan bubuk cokelat. Keunggulan utama produk ini terletak pada perpaduan rasa cokelat yang pekat,

gurihnya kacang tanah dan kacang almon, serta aroma harum yang dihasilkan dari penambahan kulit lemon, sehingga memberikan karakteristik yang unik dan membedakan produk ini dari pada produk lain. Produk dengan kualitas yang baik juga dapat mempertahankan kepercayaan konsumen dan dapat membangun citra produk yang baik.

e. Harga Produk

Penentu dari konsumen membeli suatu produk atau jasa adalah kesesuaian harga (Anwar, 2015). Harga produk ditetapkan dengan mempertimbangkan biaya bahan baku, tenaga kerja, serta margin keuntungan sebesar 55%. Penambahan bubuk kacang tanah sebagai bahan tambahan bertujuan untuk menekan biaya produksi tanpa mengurangi kualitas produk. Produk *Peacotta* dijual dengan harga Rp20.000 per kemasan, yang berisi 1 potong kue.

f. Cara Pembuatan

Pembuatan produk dilakukan untuk memperoleh hasil kue yang berkualitas. Maka tahapan pembuatan dari produk *Peacotta* sebagai berikut:

1. Persiapan Bahan

Menyiapkan seluruh bahan yang dibutuhkan untuk produksi. Bahan-bahan tersebut terdiri dari bubuk kacang almon, bubuk kacang tanah, telur ayam, gula pasir, bubuk cokelat, mentega yang telah dicairkan, serta bahan tambahan seperti parutan kulit lemon untuk memberikan aroma segar pada kue. Semua peralatan yang digunakan juga dipastikan dalam keadaan bersih dan siap pakai untuk menjaga kebersihan dan kualitas produk.

2. Penimbangan Bahan

Menimbang bahan sesuai takaran resep yang telah ditentukan dalam formulasi untuk menjaga konsistensi.

3. Proses Pencampuran

Mengocok telur dan gula hingga mengembang, lalu mencampurkan bahan kering (bubuk almon, bubuk cokelat, parutan kulit lemon) dengan spatula. Setelah rata, menambahkan mentega cair dan mengaduk perlahan.

4. Proses Pencetakan

Menuangkan adonan ke cetakan dome dengan berat ± 60 gram.

5. Pemanggangan

Memanggang adonan pada suhu bawah 180°C dan suhu atas 180°C selama 25 menit.

1.3 Tujuan Rintisan Usaha

Berdasarkan identifikasi peluang dan pangsa pasar serta identifikasi produk yang telah ditentukan, maka dapat dikemukakan rintisan usaha sebagai berikut:

Penelitian ini bertujuan untuk merancang rintisan usaha dengan melakukan analisis terkait aspek pasar dan strategi pemasaran yang efektif pada produk kue coklat substitusi bubuk kacang tanah. Untuk menghasilkan produksi yang optimal, Penelitian ini juga merancang manajemen organisasi dan sistem manajemen produksi yang efisien. Kemudian, dilakukan analisis minat konsumen terhadap produk *Peacotta*, dengan penambahan bubuk kacang tanah tidak mengurangi cita rasa dan kualitas produk serta mengurangi biaya produksi.

