

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perubahan gaya konsumsi masyarakat menjadikan makanan siap masak menjadi alternatif pilihan masyarakat. Pada awalnya inovasi produk *ready to cook* ditawarkan kepada sekelompok orang yang terlalu sibuk dan dihadapkan dengan masalah pada keterbatasan waktu untuk menyiapkan makanan, namun seiring dengan perubahan gaya hidup masyarakat terutama di perkotaan, metode ini semakin diminati karena menawarkan kepraktisan dalam menyajikannya sehingga mendorong adanya peningkatan permintaan terhadap makanan yang mudah diolah. Produk pangan *ready to cook* merupakan jenis olahan makanan yang sudah diproses sebagian dan hanya perlu membutuhkan sedikit waktu untuk dimasak hingga menjadi makanan siap santap (Santoso et al., 2018). Konsep inovatif dalam industri kuliner ini dengan mudah diterima oleh masyarakat, terutama di perkotaan dengan tingkat kesibukan rata-rata tinggi. Hal ini diperkuat oleh hasil survey DBS pada tahun 2023, yang menemukan fakta bahwa 69% responden lebih suka memasak di rumah daripada makan diluar (Okiba et al., 2024). Hal ini mencerminkan gaya hidup yang sibuk di generasi milenial dan generasi Z menjadikan makanan siap masak menjadi solusi yang praktis. Tidak hanya untuk para pekerja atau ibu rumah tangga, makanan siap masak juga ditujukan kepada mahasiswa yang sibuk dengan kegiatannya. Oleh karena itu, pengembangan rintisan usaha produk pangan lokal dalam bentuk makanan siap masak ini menjadi peluang yang menjanjikan. Bagi sebagian orang, produk ini dapat menjadi pilihan alternatif yang praktis untuk menyiapkan makanannya.

Namun demikian, di tengah meningkatnya konsumsi produk siap masak, muncul kesadaran baru pada masyarakat yang pentingnya terhadap kandungan dalam makanan yang dikonsumsi, hal ini mendorong perlunya inovasi dalam pengembangan tidak hanya praktis tetapi juga memikirkan mengenai kandungan yang ada pada produk tersebut. Salah satu inovasi yang ditawarkan adalah produk *Fukien* ikan kembung banjar substitusi tepung talas belitung (*Xanthosoma sagittifolium*). *Fukien* merupakan makanan khas Bangka Belitung yang terbuat dari

ikan kembung dan tepung tapioka dengan penambahan tepung talas belitung (*Xanthosoma sagittifolium*) yang dibungkus dengan kulit tahu kemudian digoreng. Dalam inovasi ini, sebagian tepung tapioka di substitusi dengan tepung talas belitung yang memiliki kandungan serat dan karbohidrat lebih tinggi. Pengembangan produk ini didasarkan pada dua penelitian sebelumnya, yaitu penelitian pertama dilakukan oleh Wahyu Pamungkas dengan judul penelitian *Mutu Sensori Fukien Ikan Kembung Banjar Substitusi Tepung Talas Belitung (Xanthosoma sagittifolium)*, yang menghasilkan inovasi formulasi produk dan mutu sensori yang baik. Selanjutnya, dikembangkan pada penelitian kedua yaitu Handoko yang berjudul "*Daya Terima Konsumen Pada Produk Fukien Ikan Kembung Banjar Substitusi Tepung Talas Belitung*", meneliti dan menguji daya terima dari produk ini kepada calon konsumen. Hasil dari kedua penelitian tersebut menunjukkan bahwa formulasi substitusi tepung talas belitung sebanyak 4% ini memiliki kualitas terbaik dan paling disukai, sehingga layak dan berpotensi untuk dikembangkan menjadi produk rintisan usaha.

Melihat peluang tersebut, pengembangan rintisan usaha menjadi langkah yang bagus untuk memulai rintisan usaha *Fukien* sebagai produk *ready to cook* inovatif berbahan baku lokal. Rintisan usaha merupakan usaha pemula dalam bisnis yang memerlukan interaksi dengan pasar (Nasution, 2024). Istilah rintisan usaha saat ini dikenal dengan *start up* yang digunakan untuk menyatakan bentuk usaha yang berada pada tahap awal pengembangan. Dimana proses ini melibatkan pendiri yang memunculkan ide, lalu riset pasar, mengembangkan rencana bisnis, mengumpulkan dana dan mencari strategi pemasaran untuk meluncurkannya. Dalam konteks ini, produk *Fukien* tanpa pengawet dengan nilai protein dan omega-3 yang lebih tinggi dapat menjadi alternatif bagi konsumen yang menginginkan makanan yang praktis.

Fokus utama dari penelitian ini yaitu untuk memulai rintisan usaha pada produk *Fukien* Ikan Kembung Banjar yang diberi nama "*Fukimpul*" melalui pendekatan analisis pasar, preferensi konsumen, serta kekuatan dan kelemahan produk, penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi distribusi yang efektif, menetapkan segmentasi pasar, merumuskan strategi promosi yang sesuai hingga pengembangan strategi penjualan berkelanjutan. Dengan demikian, perintisan

usaha *Fukien* ikan kembung banjar “*Fukimpul*” sebagai produk makanan *ready to cook* inovatif berbahan baku hasil lokal dengan tujuan memasarkan produk baru kepada masyarakat, memperkuat rantai pasok bahan baku, meningkatkan pemahaman konsumen akan tinggi protein dari produk, serta mengembangkan strategi penjualan yang berkelanjutan. analisis terhadap metode penjualan yang telah diterapkan selama rintisan usaha, yang akan menjadi landasan dalam pengembangan skala usaha berikutnya. Tidak hanya pengembangan produk, dari sisi produksi dan strategi pemasaran diperlukan untuk menunjang keberhasilan dari rintisan usaha ini agar diterima baik oleh masyarakat atau calon konsumen. Pemasaran dengan media digital merupakan kegiatan menawarkan produk di sosial media dengan rangkaian strategi untuk menyampaikan nilai produk kepada calon konsumen dengan tujuan untuk menarik minat beli produk. Dengan demikian, penelitian ini memiliki urgensi dan kebaruan dalam hal pengembangan produk pangan lokal inovatif, praktis, bernilai ekonomi dalam pengembangan skala usaha ke depan.

1.2 Identifikasi Peluang dan Pangsa Pasar

Fukien ikan kembung dengan substitusi tepung talas belitung (*Xanthosoma sagittifolium*) dibuat agar tujuan membuat makanan penyela dan lauk pauk berbentuk makanan siap masak tanpa pengawet dapat menjadi alternatif pilihan yang tepat bagi konsumen yang menjalankan gaya hidup sehat, khususnya yang peduli dengan kandungan hidangan yang dikonsumsinya.

1.2.1 Peluang

Peluang usaha merupakan langkah kritis yang membantu pengusaha memahami dan memanfaatkan perubahan tren pasar, teknologi atau kebutuhan konsumen yang terus berkembang (Nurjaman et al., 2024). Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan di latar belakang, rintisan usaha ini berpotensi memiliki peluang untuk dipasarkan dengan kemampuan mengidentifikasi peluang usaha yang ada agar dapat menentukan segmen pasarnya. Identifikasi peluang dapat dilakukan dengan menggunakan metode informal, membaca media, melihat

pameran dagang, meneliti produk yang sudah ada untuk memperoleh gagasan baru dan peluang pangsa pasar yang ada.

Pada era ini, banyak masyarakat yang sudah peduli dengan makanan yang mereka konsumsi. Kesadaran akan pentingnya pola makan sehat seimbang semakin meningkat, seiring dengan berkembangnya gaya hidup sehat yang mengedepankan konsumsi bahan pangan alami, rendah lemak, dan tinggi nutrisi. Hal ini membuka peluang besar bagi pelaku usaha kecil untuk menghadirkan produk makanan yang tidak hanya lezat, tetapi juga memiliki kandungan omega-3 yang tinggi yaitu 2,6gr untuk 100gr daging ikan kembung.

Selanjutnya, di era digitalisasi ini, banyak usaha yang berlomba-lomba untuk memulai bisnis dan memasarkan di media sosial, hal ini dilihat dari data Indonesia yang merupakan pengguna media sosial terbanyak di dunia. Hal ini sangat menguntungkan bagi para pelaku usaha karena dapat mempromosikan produknya dengan mudah, murah dan efisien.

1.2.2 Pangsa Pasar

Pangsa pasar merupakan persentase yang menunjukkan seberapa besar porsi penjualan suatu barang atau jasa yang dimiliki oleh pelaku usaha dalam suatu pasar pada periode tahun tertentu. Secara umum, pangsa pasar menggambarkan persentase kontribusi penjualan sebuah perusahaan dibandingkan dengan total penjualan dalam industri atau sektor pasar tempat perusahaan tersebut beroperasi. Indikator ini digunakan untuk menilai posisi dan ukuran perusahaan dalam persaingan pasar (Yudianto & Munawarah, 2022).

Pangsa pasar utama dari produk ini adalah masyarakat dari berbagai kalangan usia dan pekerjaan yang tidak alergi terhadap ikan, talas dan kulit tahu. Selain itu, produk ini memiliki rasa ikan, gurih dan enak menarik perhatian yang senang akan makanan-makanan selingan jenis ini.

1.3 Identifikasi Spesifikasi Produk

Menurut Djaslim (2016), produk merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk diperhatikan, dimiliki, dipakai atau dipergunakan untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan. Spesifikasi produk adalah variabel-

variabel yang menjelaskan mengenai informasi detail tentang suatu produk seperti merk, komposisi, daya tahan, cara penyajian maupun cara penyimpanan. Mencantumkan spesifikasi produk penting untuk memudahkan calon konsumen dalam membeli produk yang terbaik. Hal ini tidak hanya memudahkan calon konsumen melihat komposisi namun memastikan keamanan serta kualitas suatu produk.

Berdasarkan identifikasi peluang dan pangsa pasar yang telah ditentukan, berikut spesifikasi dari produk "*Fukimpul*" :

1. Bahan utama merupakan komponen paling utama dan penting dalam suatu produk. Bahan utama yang digunakan untuk produk ini yaitu daging ikan kembung segar berkualitas tinggi, dengan campuran bahan lain seperti tepung talas belitung, tepung tapioka, dan telur serta kulit tahu sebagai pembungkus bahan lain.
2. Nama produk merupakan identitas dari produk tersebut sehingga terdapat hak milik suatu usaha (Irrubai, 2021). Nama produk dari rintisan usaha ini adalah *Fukimpul*, merupakan singkatan dari *fukien* dengan *kimpul*.
3. Kemasan adalah desain dan pembuatan kemasan untuk barang eceran yang diterapkan sama kepada produk konsumsi untuk produk industrial (Irrubai, 2021). Produk dikemas dalam kemasan dengan berat bersih produk 160gr, Kemasan dari produk ini menggunakan plastik vakum sebagai kemasan primer, lalu dengan menggunakan kemasan *aluminium foil* yang dikhususkan untuk menjaga ketahanan suhu produk sebagai kemasan sekunder, dan menggunakan plastik tipe PE (*polyethylene*) sebagai kemasan tersier.

1.4 Tujuan Rintisan Usaha

Rintisan usaha bertujuan untuk menjadi landasan dalam merancang, mengembangkan, memasarkan, dan menjual produk. Dengan berkembangnya perkembangan internet mempengaruhi perilaku konsumen dalam mencari produk yang diinginkan pula (Ferina Nurlaily et al., 2021).

Dari latar belakang yang sudah dijelaskan, terdapat tujuan dari rintisan usaha produk "*Fukimpul*" penelitian ini bertujuan untuk rintisan usaha *Fukien* ikan kembung banjar "*Fukimpul*" sebagai produk makanan *Ready to cook* inovatif

berbahan baku hasil lokal dengan tujuan memasarkan produk baru kepada masyarakat, memperkuat rantai pasok bahan baku, meningkatkan pemahaman konsumen akan tinggi omega-3 dari produk, serta mengembangkan strategi penjualan yang berkelanjutan.

