

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Rintisan usaha atau yang lebih dikenal dengan istilah *startup* merupakan bentuk usaha baru yang umumnya berbasis inovasi dan dikembangkan untuk menjawab permasalahan spesifik di masyarakat dengan pendekatan yang efisien dan berkelanjutan. Dalam konteks pembangunan ekonomi, rintisan usaha memainkan peranan strategis dalam mendorong pertumbuhan ekonomi nasional, menciptakan lapangan kerja, serta meningkatkan daya saing sektor industri, khususnya pada skala mikro, kecil, dan menengah (UMKM).

Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (BPS), sektor UMKM menyumbang lebih dari 60% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia dan menyerap lebih dari 90% tenaga kerja. Oleh karena itu, pengembangan rintisan usaha yang berbasis inovasi produk dan pemanfaatan potensi lokal menjadi salah satu pendekatan penting dalam mewujudkan ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan. Dalam era ekonomi kreatif, sektor pangan dan kuliner menjadi salah satu sektor yang paling dinamis. Inovasi dalam pengolahan makanan tradisional, khususnya yang berbasis bahan lokal dan ramah lingkungan, berpotensi menghasilkan produk bernilai tambah tinggi sekaligus memperkuat identitas budaya kuliner Indonesia.

Salah satu inovasi yang dapat dilakukan adalah dengan mengganti sebagian tepung beras dan tepung tapioka yang selama ini menjadi bahan utama kue semprong dengan tepung mocaf. Tepung mocaf berasal dari singkong yang difermentasi dan diolah menjadi tepung bebas gluten dengan kandungan serat lebih tinggi. Kandungan serat dalam tepung mocaf lebih tinggi daripada kandungan dalam tepung terigu yaitu sebanyak 3,4 gram (Salim, 2020). Tepung mocaf (*Modified Cassava Flour*) adalah alternatif tepung yang dihasilkan dari singkong yang telah dimodifikasi secara fermentasi. Tepung ini memiliki beberapa keuntungan, antara lain bebas gluten, dan lebih kaya serat serta nutrisi dibandingkan dengan tepung terigu. Oleh karena itu, penggunaan tepung mocaf dalam pembuatan

kue semprong menjadi solusi inovatif yang tidak hanya menjawab kebutuhan pasar yang lebih sehat, tetapi juga memberikan nilai tambah pada produk tersebut.

Untuk meningkatkan nilai jual dan diferensiasi produk, inovasi tidak hanya dilakukan dari segi tepung, tetapi juga dari bahan tambahan yang memberikan cita rasa dan manfaat kesehatan tambahan. Salah satunya adalah penambahan kulit jeruk purut yang memiliki aroma khas dan kaya antioksidan. Penggunaan kulit jeruk purut sebagai *flavor enhancer* dan bahan fungsional juga menjadi solusi terhadap limbah organik yang selama ini kurang dimanfaatkan secara optimal.

Penelitian ini berdasarkan formulasi produk yang sudah melalui uji standar produk dan sudah uji validasi ahli, merujuk pada penelitian Salwina Maharani Suryanto dengan judul “Kualitas Kue Semprong Substitusi Tepung Mocaf dengan Penambahan Kulit Jeruk Purut”, yang menguji formulasi standard dan formulasi substitusi sebanyak 70%, 80%, dan 90% dan diuji dengan 5 panelis dosen ahli dan 5 panelis industry dan menghasilkan kue semprong substitusi tepung mocaf 70% dengan penambahan kulit jeruk purut mempunyai jumlah nilai rata-rata tertinggi dari total seluruh panelis.

Dari hasil uji validasi tiga produk substitusi tersebut, dilakukan uji lanjutan yaitu daya terima konsumen. Penelitian lanjutan merujuk pada penelitian Rosalinda dengan judul “Daya Terima Konsumen Pada Produk Kue Semprong Substitusi Tepung Mocaf dengan Penambahan Kulit Jeruk Purut”. Penelitian ini menggunakan metode uji hedonik dengan melibatkan 100 panelis konsumen yang terdiri dari dua kelompok panelis, yaitu panelis agak terlatih dan panelis tidak terlatih. Melalui hasil penelitian sebelumnya, terdapat satu formulasi yang paling disukai oleh konsumen, yaitu formulasi produk dengan persentase 80%. Berdasarkan hasil penulisan tersebut, produk rintisan usaha pada rintisan usaha ini adalah produk kue semprong substitusi tepung mocaf persentase 80%.

Tantangan utama tetap terletak pada strategi penjualan dan pemasaran. Produk tradisional hasil modifikasi sering kali tidak dikenal luas karena lemahnya *branding*, kurangnya edukasi pasar, serta keterbatasan dalam memanfaatkan *platform* digital. Oleh karena itu, dibutuhkan strategi pemasaran yang mencakup pemilihan saluran distribusi yang efektif, penetapan harga yang kompetitif, pengemasan yang menarik, dan promosi yang menasar segmen pasar yang tepat.

Media sosial, pemasaran konten, dan pendekatan *storytelling* yang mengangkat keunikan produk berbasis bahan lokal berpotensi meningkatkan daya tarik konsumen, khususnya kalangan muda dan masyarakat urban yang mulai beralih ke produk pangan sehat dan etis.

Dengan latar belakang tersebut, penelitian ini akan mengkaji strategi penjualan dan pemasaran produk Zestprong sebagai bentuk inovasi produk lokal berbasis kesehatan. Penelitian ini juga bertujuan untuk menganalisis respons pasar terhadap produk tersebut dan merumuskan strategi yang tepat.

1.2 Identifikasi Peluang dan Pangsa Pasar

1.2.1 Identifikasi Peluang

Identifikasi peluang pasar merupakan langkah strategis dalam analisis kelayakan usaha untuk mengetahui potensi permintaan, segmentasi konsumen, serta daya saing produk di pasar (Suryana,2021).

Data dari Badan Pusat Statistik (BPS) dan Kementerian Perdagangan menunjukkan bahwa terdapat peningkatan minat masyarakat terhadap produk pangan yang tidak hanya memenuhi aspek rasa, tetapi juga aspek fungsional dan kesehatan. Konsumen semakin sadar terhadap pentingnya makanan bergizi, bebas gluten, serta mengandung bahan alami atau organik. Tepung mocaf, sebagai tepung non-gluten berbasis singkong lokal, menjadi salah satu komoditas yang semakin dilirik sebagai bahan substitusi dari bahan utama produk Zestprong.

Selain itu, produk berbasis kearifan lokal, seperti kue tradisional, memiliki peluang pasar yang besar, khususnya dalam kategori oleh-oleh, camilan sehat, dan produk premium berbasis tradisi. Menurut data Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, sektor kuliner merupakan penyumbang terbesar dalam industri ekonomi kreatif di Indonesia, yaitu sebesar 42,3%.

Kulit jeruk purut merupakan salah satu limbah pertanian yang belum banyak dimanfaatkan secara optimal, padahal kandungan senyawa bioaktif seperti flavonoid, antioksidan, dan minyak atsiri di dalamnya memiliki nilai fungsional dan ekonomi yang tinggi. Menurut hasil penelitian (Pratiwi et al., 2021), ekstrak kulit jeruk purut memiliki potensi sebagai antioksidan alami dan penambah aroma pada produk pangan. Inovasi penggunaan kulit jeruk purut sebagai bahan tambahan pada

kue semprong tidak hanya meningkatkan daya tarik sensorik, tetapi juga menciptakan diferensiasi produk di pasar.

Berkembangnya usaha pada bidang makanan, rintisan usaha Zestprong berbasis tepung mocaf dan kulit jeruk purut memiliki peluang pasar yang cukup signifikan. Kombinasi antara tren pangan sehat, pemanfaatan bahan lokal dan limbah organik, serta kemudahan distribusi digital memberikan keunggulan kompetitif yang dapat dikembangkan lebih lanjut melalui inovasi produk dan strategi pemasaran yang tepat.

1.2.2 Pangsa Pasar

Pangsa pasar menjadi indikator kinerja yang mencerminkan seberapa besar produk tersebut diterima di pasar dibandingkan dengan pesaingnya (Kotler & Keller, 2016). Meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap pola makan sehat mendorong permintaan terhadap makanan rendah gluten, tinggi serat, dan menggunakan bahan alami. Tepung mocaf sebagai bahan bebas gluten, serta kulit jeruk purut yang mengandung antioksidan dan memiliki aroma khas, memberikan nilai tambah fungsional pada produk Zestprong.

Pangsa pasar untuk produk ini berada dalam kategori pasar *niche* (ceruk pasar) fokus pada sekelompok kecil konsumen yang memiliki kebutuhan, preferensi, atau minat khusus yang belum terpenuhi oleh pasar massal yang memiliki peluang ekspansi tinggi. Dengan dukungan tren konsumsi sehat, preferensi terhadap produk lokal, serta strategi diferensiasi yang tepat, produk ini dapat mengisi celah pasar camilan fungsional berbasis pangan tradisional dan lokal.

1.3 Identifikasi Spesifikasi Produk

Spesifikasi produk merupakan deskripsi teknis dan fungsional dari suatu produk yang mencakup aspek bahan baku, karakteristik fisik, kimia, sensorik, serta nilai gizi. Identifikasi spesifikasi secara ilmiah bertujuan untuk menjamin konsistensi kualitas, keamanan, dan daya saing produk di pasar (Kotler & Armstrong, 2016).

Produk yang dibuat pada tulisan ini adalah kue semprong substitusi tepung mocaf dengan kulit jeruk purut. Kue semprong ini dikembangkan dengan modifikasi tepung beras dan tepung tapioka yang dipremix lalu disubstitusi dengan

tepung mocaf dan juga menambahkan kulit jeruk purut ke dalam adonan kue semprong yaitu untuk memberikan cita rasa, dan aroma citrus yang khas.

Produk ini diberi nama “Zestprong”, "Zest" merujuk pada kulit jeruk, khususnya kulit jeruk purut, yang menjadi bahan utama penambah cita rasa khas dalam produk ini. "Prong" diadaptasi dari kata "semprong", yaitu jenis kue tradisional khas Indonesia yang menjadi bentuk dasar produk ini. Kombinasi kedua kata ini menciptakan identitas unik yang mencerminkan inovasi pada kue semprong tradisional dengan sentuhan rasa modern dari kulit jeruk purut. Nama "Zestprong" menggambarkan cita rasa yang segar, autentik, dan penuh karakter. Kemasan yang digunakan untuk produk ini adalah dengan menggunakan kemasan primer berupa toples plastik berukuran 800 ml yang diberi label.



Gambar 1 1 Produk Zestprong
Sumber: Dokumen Pribadi

1.4 Tujuan Rintisan Usaha

Rintisan usaha adalah tahap awal pendirian suatu usaha yang ditandai dengan pencarian ide, perencanaan, dan pengorganisasian sumber daya untuk memulai kegiatan bisnis (Suryana, 2021). Tujuan tersebut mencerminkan arah strategis usaha, kontribusi terhadap masyarakat dan lingkungan, serta nilai tambah yang diciptakan melalui inovasi produk atau jasa. Mengembangkan produk camilan tradisional berupa kue semprong yang menggunakan substitusi tepung *premix* (tepung beras dan tepung tapioka) dengan tepung mocaf serta penambahan kulit jeruk purut sebagai *flavoring* alami dan sumber antioksidan, guna menciptakan produk pangan fungsional yang inovatif, sehat, dan berbasis sumber daya lokal.

Rintisan usaha produk Zestprong merupakan inovasi produk pangan berbasis kuliner tradisional yang menggabungkan cita rasa khas Indonesia dengan nilai tambah dari segi kesehatan dan bertujuan untuk mengetahui tentang bagaimana perencanaan dan pemasaran pada produk Zestprong.

