

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Usaha

Star-up adalah perusahaan baru yang baru saja memulai operasionalnya dan masih dalam tahap awal. Organisasi yang dibentuk untuk mengembangkan produk atau layanan ditengah situasi yang sangat tidak menentu dan untuk mengidentifikasi model suatu bisnis yang paling tepat untuk mempertahankan keberlangsungan rintisan usaha dan berkembang dikenal sebagai *star-up*. Rintisan usaha memiliki karakteristik berupa tingkat ketidakpastian yang relatif tinggi karena masih dalam tahap awal perkembangan dan belum mencapai kondisi yang stabil. Akan tetapi pada kenyataannya, jenis usaha ini memiliki peluang untuk berkembang secara pesat serta menghasilkan keuntungan yang cukup besar dan nyata.

Langkah awal yang perlu dilakukan adalah mengidentifikasi pasar dan memahami kebutuhan konsumen agar ide yang dikembangkan dapat tervalidasi dengan baik. Selanjutnya, *start-up* berfokus pada pengembangan produk atau berinovasi agar dapat bersaing di pasar. Inovasi ini didasarkan pada pendekatan sistematis, mulai dari proses perancangan, pengembangan, hingga implementasi produk atau layanan yang sesuai dengan kebutuhan pengguna. Selain itu kemampuan startup dalam menciptakan interaksi awal dengan masyarakat menjadi kunci utama dalam keberhasilan pemasaran dan pengembangan rintisan usaha. (Affandi et al., 2025)

Dalam rintisan usaha pemasaran memiliki peran yang sangat penting sebagai upaya strategi untuk menghasilkan, menyampaikan, dan menawarkan nilai kepada konsumen, sekaligus membangun dan memelihara hubungan pelanggan secara berkelanjutan untuk mendukung profitabilitas dan keberlanjutan bisnis. pemasaran memainkan peran penting dalam sebuah rintisan usaha. Pemasaran tidak hanya berfokus pada penjualan, tetapi juga pada bagaimana perusahaan mampu memahami kebutuhan pasar dan menciptakan kepuasan pelanggan secara konsisten. Pengalaman pelanggan yang baik, yang mencakup layanan cepat dan produk berkualitas tinggi, juga menjadi fokus utama. Teknik pemasaran yang efektif, seperti penggunaan media sosial, dapat membantu menjangkau dan menarik

perhatian audiens yang tepat, yang selanjutnya dapat meningkatkan penjualan (Oldisan, 2025).

Pemasaran digital, juga disebut sebagai pemasaran online, adalah taktik pemasaran yang menggunakan perangkat elektronik untuk mengiklankan merek dagang kepada pelanggan. dalam kegiatan operasionalnya, pemasaran digital biasanya merujuk pada upaya periklanan yang hadir dalam berbagai format, termasuk unggahan di media sosial, video online, dan iklan bergambar. (Mahendradatta, 2024). Saat ini, banyak perusahaan termasuk yang bergerak di bidang makanan telah menerapkan strategi pemasaran digital seiring dengan pesatnya perkembangan dan ketenaran media sosial. Walaupun begitu, pemasaran secara offline tetap menjadi bagian penting dari strategi pemasaran karena mampu menjangkau segmen konsumen yang lebih beragam serta mendukung berlangsungnya hubungan yang berkelanjutan dengan pelanggan (Dewi & Ulya, 2025).

Inovasi dapat diartikan sebagai “proses” atau “hasil” pengembangan dan atau pemanfaatan atau mobilisasi pengetahuan, keterampilan (termasuk keterampilan teknologi) dan pengalaman untuk menciptakan atau memperbaiki produk, proses yang dapat memberikan nilai yang lebih berarti (Affandi et al., 2025). Pada penelitian ini telah dilakukan pembuatan Roti pia inovasi isian perbandingan persentase kacang hijau dan ubi jalar merah dan selanjutnya pembuatan rintisan usaha dari produk tersebut. Roti pia yang dijual dipasaran biasanya berisi kumbu kacang hijau, orang-orang sering menjumpai roti pia dengan isian kacang hijau oleh karena itu penting untuk melakukan kegiatan inovasi agar konsumen tidak bosan dengan cita rasa yang sudah umum berada di pasar. dari roti pia tersebut.

Inovasi produk ini adalah menambahkan persentase ubi jalar merah tidak hanya memberikan variasi rasa yang lebih khas dan unik, tetapi juga menghasilkan warna alami yang lebih menarik sehingga dapat meningkatkan daya tarik produk bagi konsumen. Lebih lanjut lagi, ubi jalar merah memiliki kandungan karbohidrat, serat, vitamin, dan antioksidan yang berpeluang meningkatkan nilai gizi produk. Berdasarkan penelitian sebelumnya yang berjudul “Uji Daya Terima Konsumen” terhadap roti pia dengan persentase isian kacang hijau dan ubi jalar merah yang berbeda sebesar 25%, 50%, dan 75% terhadap 100 panelis menunjukkan bahwa roti

pia dengan persentase kacang hijau 50% dan ubi jalar 50% adalah yang paling disukai, berdasarkan hasil tersebut menjadi dasar untuk melakukan terkait rintisan usaha. Pada penelitian lanjutan akan dilakukan rintisan usaha untuk produk roti pia dengan persentase kacang hijau 50 % dan ubi jalar merah 50%, produk akan diproduksi dan dilengkapi dengan kemasan, label, dan strategi promosi.

Tujuan penelitian ini untuk mengkaji strategi pemasaran yang digunakan oleh rintisan usaha roti pia isian kacang hijau dan ubi jalar merah dan menganalisis kepuasan konsumen terhadap produk roti pia. Merek dagang yang akan dipasarkan bernama “Pikumer” yang merupakan singkatan dari Pia kacang ubi merah, Pikumer merupakan Roti pia yang diinovasi menggunakan bahan utama kacang hijau kupas dan ubi jalar merah dengan cara pengolahan yang berbeda, cara pengolahannya dilakukan perendaman kacang hijau utuh selama 20 jam supaya mengembang agar kulit arinya mudah dikupas, selanjutnya proses pengukusan pada kacang hijau dan ubi jalar merah, dan proses penghalusnya kacang hijau dan ubi jalar merah dengan *food processor* dan Proses pencampuran menggunakan *blander* yang kemudian di masak hingga kalis. Kacang hijau sebagai sumber protein nabati dan ubi jalar merah memberikan kandungan serat, vitamin, serta warna alami yang menarik. Inovasi baru serta keunggulan dari kombinasi kacang hijau dan ubi jalar merah yang digunakan sebagai isian dapat menjadi nilai tambah dalam produk Pikumer.

1.2 Identifikasi Peluang dan Pangsa Pasar Roti Pia “Pikumer”

Dalam proses pengembangan bisnis, identifikasi peluang usaha menjadi salah satu tahapan yang memiliki peranan penting. Melalui proses tersebut, pelaku usaha dapat mengenali berbagai potensi yang muncul akibat perubahan tren pasar, kemajuan teknologo, serta dinamika kebutuhan konsumen, sehingga peluang tersebut dapat dimanfaatkan untuk mendukung pertumbuhan dan berkelanjutan. Peluang usaha merupakan suatu keadaan atau kondisi yang memberikan kesempatan bagi individu maupun organisasi untuk memulai atau mengembangkan sebuah usaha dengan prospek keberhasilan yang menjanjikan. Konsep peluang usaha mencakup kemampuan dalam mengenali situasi yang berpotensi menghasilkan keuntungan atau manfaat ekonomi, kemudian memanfaatkannya secara optimal sebagai dasar pengembangan bisnis (Nurjaman et al., 2024)

Peluang pasar bagi usaha pikumer masih memiliki peluang perkembangan yang baik. Salah satu produk yang dikembangkan dalam penelitian ini adalah perbandingan persentase isian kacang hijau dan ubi jalar merah yang berbeda pada Roti pia, yang menawarkan pilihan Roti pia yang lebih inovatif karena belum ada di pasaran. “Pikumer” juga menarik konsumen dari berbagai kalangan, mulai dari remaja hingga orang dewasa karena Roti pia merupakan makanan cukup populer yang lahir di gemari oleh semua masyarakat.

Dalam menjalankan usaha perbandingan persentase isian kacang hijau dan ubi jalar merah yang berbeda pada roti pia, diperlukan kemampuan untuk mengidentifikasi peluang pasar yang tersedia. Peluang pasar tersebut dapat diperoleh melalui evaluasi terhadap masukan konsumen, seperti tingkat permintaan, keluhan, maupun saran yang diberikan terhadap produk. Selain itu, pemasaran yang didukung oleh analisis preferensi konsumen secara menyeluruh menjadi faktor penting dalam menentukan peluang pengembangan serta memperluas pangsa pasar produk roti pia dengan variasi perbandingan persentase isian kacang hijau dan ubi jalar merah.

Rintisan usaha yang dijadikan sebagai acuan peluang dalam membuka dan menjalankan usaha “Pikumer”. Baik itu dari sisi peluang proses penjualan maupun sisi peluang produksi adalah sebagai berikut:

- 1) Minatnya terhadap makanan kue tradisional
- 2) Tren inovasi kue tradisional dengan sentuhan modern
- 3) Peningkatan minat pada makanan praktis (*ready to eat*)
- 4) Peluang pasar oleh-oleh dan camilan khas
- 5) Ketersediaan bahan baku yang lokal yang melimpah dan mudah di dapat
- 6) Proses produksi yang sederhana dan mudah dikembangkan

1.3 Identifikasi Spesifikasi Produk

Dalam proses pemilihan produk yang akan dijadikan sebagai produk usaha, penulis memutuskan bahwa produk yang akan dipasarkan adalah roti pia, salah satu jenis kue tradisional dengan menambahkan dengan Inovasi perbandingan persentase isian kacang hijau dan ubi jalar merah yang berbeda pada roti pia dengan pemberian rasa yang lebih modern. Roti pia isian kacang hijau dan ubi jalar merah merupakan produk kue tradisional yang dibuat melalui peroses pemanggangan

menggunakan oven , Adapun bahan yang digunakan antara lain, tepung terigu, gula, garam, ragi, susu bubuk, telur, air, kacang hijau, dan ubi jalar merah. Roti pia ini memiliki rasa manis dan tekstur yang lembut padat.

Perbandingan persentase isian kacang hijau dan ubi jalar merah yang berbeda pada roti pia memiliki bentuk bulat pipih dengan ukuran 5 cm, dengan ketebalan sekitar 2,5 cm. Memiliki warna kulit cokelat muda pada bagian atas dan bawah, dan berwarna kuning keputihan di sisi samping. “Pikumer” ini memiliki 1 variasi rasa perbandingan persentase isian kacang hijau dan ubi jalar merah yang di ambil dari salah satu hasil daya terima yang terbaik isian roti pia persentase isian 50% kacang hijau dan 50% ubi jalar merah memiliki warna oranye jingga

Kemudian dikemas dan di Sealer menggunakan palastik berjenis CPP (*Cast Polypropylene*) berukuran 7x10 cm untuk menambah keamanan dalam pengemasan produk dikemas dengan Box *ivory* persegi panjang berukuran 20cm x 10cm x5 cm dengan jumlah isian 15 pcs Roti pia.

1.4 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 roti pia perbandingan persentase kacang hijau dan ubi jalar merah. Untuk menghasilkan produksi yang optimal, Penelitian ini juga merancang manajemen organisasi dan sistem manajemen produksi yang efisien. Kemudian, dilakukan analisis minat konsumen terhadap produk *Pikumer*, dengan penambahan ubi jalar merah tidak mengurangi cita rasa dan kualitas produk serta mengurangi biaya produksi.