

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Usaha

Rintisan usaha merupakan suatu kegiatan bisnis yang masih berada pada tahap awal pengembangan yang umumnya berfokus pada inovasi produk dan peluang pasar. Dalam beberapa tahun terakhir, sektor kuliner menjadi salah satu bidang usaha yang berkembang pesat, yang dipengaruhi oleh globalisasi, digitalisasi, serta perubahan gaya hidup masyarakat modern. Globalisasi dan media sosial menyebabkan tren kuliner asing semakin mudah diterima oleh masyarakat, terutama generasi muda (Rahmawati *et al.*, 2024). Kondisi ini menunjukkan bahwa inovasi produk menjadi salah satu faktor penting dalam meningkatkan daya saing usaha kuliner di Indonesia. Selain itu, transformasi digital dalam industri makanan turut meningkatkan efisiensi dan pengalaman konsumen sehingga mendorong pertumbuhan bisnis kuliner (Wijaya *et al.*, 2024).

Salah satu tren kuliner yang sedang mengalami pertumbuhan signifikan adalah hidangan khas Korea Selatan, yang popularitasnya didorong oleh fenomena yang dikenal sebagai *Korean Wave* atau Hallyu. Pengaruh budaya Korea tidak terbatas pada sektor hiburan, melainkan juga telah memicu peningkatan konsumsi sajian tradisional Korea di berbagai belahan dunia, termasuk Indonesia. Contohnya, *tteokbokki* telah menjadi salah satu hidangan yang sangat digemari berkat profil rasanya yang autentik, yakni kombinasi rasa pedas dan manis yang dilengkapi dengan tekstur kenyal yang khas. Properti kuliner ini menjadikan *tteokbokki* sebagai prospek bisnis yang menarik di sektor kuliner (Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, 2022).

Meskipun *tteokbokki* telah banyak dipasarkan di Indonesia, inovasi produk yang dilakukan masih relatif terbatas, baik dari segi bahan baku maupun variasi cita rasa. Sebagian besar produk *tteokbokki* menggunakan tepung beras sebagai bahan utama dan saus *gochujang* sebagai bumbu khas, sehingga karakteristik produk yang beredar di pasaran cenderung seragam. Kondisi tersebut menyebabkan persaingan

usaha menjadi semakin ketat dan menuntut adanya diferensiasi produk agar mampu menarik minat konsumen.

Salah satu upaya inovasi yang dapat dilakukan adalah melalui pemanfaatan bahan pangan lokal sebagai bahan baku alternatif. Kacang hijau (*Vigna Radiata.L*) merupakan komoditas lokal yang mudah diperoleh, memiliki harga yang relatif terjangkau, serta mengandung protein, serat, vitamin, dan mineral yang lebih tinggi dibandingkan tepung beras. Pengolahan kacang hijau menjadi tepung memberikan peluang untuk digunakan sebagai bahan substitusi dalam berbagai produk pangan. Penelitian menunjukkan bahwa penggunaan tepung kacang hijau dapat meningkatkan kandungan gizi produk serta tetap dapat diterima secara sensori oleh konsumen (Isyanti, 2021).

Selain inovasi pada bahan baku, pengembangan cita rasa juga merupakan aspek penting dalam menciptakan keunikan produk. Salah satu bumbu khas Indonesia yang memiliki karakter rasa pedas, gurih, dan sedikit manis adalah saus Padang. Saus Padang dikenal luas sebagai pelengkap berbagai hidangan seafood dan makanan olahan, serta memiliki cita rasa yang kuat sehingga mudah diterima oleh masyarakat Indonesia. Pengaplikasian saus Padang pada *tteokbokki* diharapkan dapat menghasilkan perpaduan cita rasa Korea dan Indonesia yang lebih sesuai dengan preferensi konsumen lokal sekaligus memberikan diferensiasi yang jelas dibandingkan produk *tteokbokki* konvensional.

Pemanfaatan kacang hijau dalam bentuk tepung merupakan salah satu inovasi yang dapat meningkatkan nilai guna bahan tersebut. Tepung kacang hijau dapat digunakan sebagai substitusi tepung beras dalam berbagai produk pangan. Penelitian menunjukkan bahwa penggunaan tepung kacang hijau dapat meningkatkan kandungan protein serta tetap dapat diterima secara sensori oleh konsumen (Isyanti, M. I. 2021).

Penggunaan tepung kacang hijau dalam produk pangan juga dapat memberikan karakteristik tekstur dan rasa yang berbeda. Beberapa penelitian menunjukkan bahwa substitusi tepung kacang hijau dalam produk olahan dapat meningkatkan kualitas nutrisi tanpa mengurangi tingkat penerimaan konsumen (Utami *et al.*, 2023). Hal ini menunjukkan bahwa inovasi bahan dapat menjadi strategi efektif dalam pengembangan produk.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini mengembangkan rintisan usaha *Mungbokki*, yaitu produk *tteokbokki* dengan substitusi tepung kacang hijau dan pengaplikasian saus Padang sebagai inovasi cita rasa. Produk ini diharapkan menjadi alternatif makanan kekinian yang memiliki cita rasa sesuai dengan preferensi masyarakat Indonesia serta memiliki keunggulan kompetitif di pasar. Selain itu, pengembangan “*Mungbokki*” juga diharapkan dapat meningkatkan pemanfaatan bahan pangan lokal dan memberikan nilai tambah terhadap komoditas kacang hijau di Indonesia.

1.2 Identifikasi Peluang dan Pangsa Pasar

Identifikasi peluang pasar merupakan tahapan penting dalam perencanaan rintisan usaha, karena berkaitan dengan kemampuan pelaku usaha dalam mengenali kondisi lingkungan bisnis, kebutuhan konsumen, serta potensi yang dapat dikembangkan menjadi suatu produk bernilai ekonomi. Berdasarkan penelitian dalam artikel ilmiah Identifikasi Permasalahan dan Peluang Usaha Lebah Madu (JOONG-KI, 2024), dijelaskan bahwa peluang usaha dapat ditemukan melalui proses identifikasi terhadap kondisi *real* di lapangan, termasuk analisis terhadap permasalahan yang dihadapi serta potensi yang belum dimanfaatkan secara optimal. Penelitian tersebut menekankan bahwa keterbatasan sumber daya maupun hambatan operasional tidak selalu menjadi penghalang, melainkan dapat menjadi dasar dalam menemukan peluang usaha baru apabila diimbangi dengan kreativitas dan inovasi. Hal ini menunjukkan bahwa peluang pasar tidak muncul secara kebetulan, tetapi melalui proses analisis yang sistematis terhadap kebutuhan dan permasalahan yang ada di masyarakat. Sejalan dengan hal tersebut, peluang pasar pada rintisan usaha produk *Mungbokki* dapat dilihat dari meningkatnya tren konsumsi makanan Korea di Indonesia serta tingginya minat masyarakat terhadap produk kuliner inovatif. Dalam jurnal tersebut juga dijelaskan bahwa salah satu strategi dalam memanfaatkan peluang usaha adalah melalui diversifikasi produk untuk meningkatkan nilai tambah dan daya saing. Diversifikasi ini dapat dilakukan dengan mengembangkan variasi produk yang berbeda dari yang sudah ada di pasaran. Dalam konteks ini, penggunaan tepung kacang hijau kupas kulit (*Vigna Radiata*.L) sebagai substitusi tepung beras pada *tteokbokki* merupakan bentuk inovasi produk yang memberikan keunikan sekaligus nilai gizi lebih tinggi. Dengan

demikian, *Mungbokki* tidak hanya mengikuti tren pasar, tetapi juga menciptakan diferensiasi yang menjadi kekuatan utama dalam menarik minat konsumen.

Beberapa tahun terakhir, industri kuliner di Indonesia mengalami pertumbuhan yang signifikan, terutama didorong oleh pengaruh globalisasi dan tren makanan internasional. Salah satu tren yang berkembang pesat adalah meningkatnya minat masyarakat terhadap makanan Korea (Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif RI, 2023). Tren kuliner Korea menjadi peluang besar bagi pelaku usaha dalam mengembangkan produk inovatif yang sesuai dengan selera pasar. Produk "*Mungbokki*", yaitu tteokbokki berbahan substitusi tepung kacang Hijau (*Vigna Radiata*.L) dengan, memiliki peluang pasar yang menjanjikan karena menggabungkan dua tren utama, yaitu makanan Korea dan inovasi pangan lokal. Penggunaan tepung kacang hijau memberikan nilai tambah dari segi gizi serta menjadi alternatif bahan baku lokal yang lebih berkelanjutan (Hermawan *et al.*, 2022).

Dari segi pangsa pasar, produk "*Mungbokki*" menyasar generasi muda seperti pelajar, mahasiswa, dan pekerja muda yang menyukai makanan kekinian dan unik. Produk ini juga menyasar konsumen yang peduli terhadap kesehatan dan tertarik pada makanan dengan kandungan gizi yang lebih baik (Nugroho, 2022). Strategi pemasaran produk dapat dilakukan melalui media digital seperti Instagram, Tiktok dan Mouth-to-mouth. Digitalisasi terbukti mampu meningkatkan jangkauan pasar dan efektivitas promosi dalam industri kuliner (Wijaya *et al.*, 2024). Selain itu, pemasaran juga dapat dilakukan melalui bazar kuliner, kerja sama dengan *reseller*.

Rintisan usaha ini mencakup analisis pangsa pasar, strategi pemasaran, dan pengelolaan operasional untuk memperkenalkan produk secara efektif dan membangun suatu brand. Dengan memanfaatkan keunikan produk dan pemahaman tentang kondisi pasar lokal, diharapkan bisnis rintisan usaha tteokbokki dengan tepung kacang merah dan saus padang ini dapat berkembang pesat dan mencapai kesuksesan.

1.3 Identifikasi Spesifikasi Produk

Produk merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen, baik berupa barang maupun jasa. Dalam konteks kewirausahaan, produk tidak hanya dinilai dari bentuk fisik, tetapi

juga dari nilai tambah, kualitas, serta manfaat yang diberikan kepada konsumen (Keller *et al.*, 2021), produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk diperhatikan, dibeli, digunakan, atau dikonsumsi yang dapat memuaskan kebutuhan dan keinginan.

Produk yang dikembangkan dalam penelitian ini adalah “*Mungbokki*”, yaitu inovasi pangan berupa *tteokbokki* yang dimodifikasi dengan menggunakan substitusi tepung kacang hijau serta dipadukan dengan saus padang sebagai cita rasa utama. Secara umum, *tteokbokki* merupakan makanan khas Korea berbahan dasar tepung beras yang memiliki tekstur kenyal dan disajikan dengan saus pedas manis. Dalam pengembangan produk ini, spesifikasi utama terletak pada perubahan bahan baku dasar yaitu penggunaan tepung kacang hijau sebagai alternatif tepung beras guna meningkatkan nilai gizi sekaligus menciptakan diferensiasi produk di pasar kuliner modern. Pemilihan bahan ini didasarkan pada potensi lokal serta tren diversifikasi pangan yang semakin berkembang di masyarakat.

Berdasarkan aspek karakteristik fisik produk, “*Mungbokki*” dirancang memiliki tekstur kenyal, elastis, dan sedikit padat yang menyerupai *tteokbokki* asli, namun dengan sentuhan khas dari tepung kacang hijau yang dapat memberikan warna krem alami serta aroma khas kacang. Berdasarkan penelitian, pengaplikasian tepung kacang hijau berpengaruh terhadap tekstur, warna, serta tingkat kesukaan konsumen, di mana semakin tinggi proporsi tepung kacang hijau dapat meningkatkan kekhasan rasa dan aroma produk. Oleh karena itu, formulasi yang tepat menjadi bagian penting dalam spesifikasi produk agar tetap diterima oleh konsumen dari segi organoleptik (Agung, 2025).

Selanjutnya, pemilihan saus Padang dilakukan karena saus ini memiliki cita rasa yang khas, yaitu perpaduan rasa pedas, gurih, manis, dan sedikit asam yang berasal dari berbagai bumbu dan rempah (Sihombing *et al.*, 2025). Karakteristik tersebut memberikan identitas rasa yang kuat sehingga dapat menjadi nilai tambah pada produk. Penggunaan saus Padang juga menjadi upaya untuk mengembangkan *tteok* dengan cita rasa yang berbeda dari *tteokbokki* pada umumnya yang menggunakan saus *gochujang*. Dengan demikian, produk yang dihasilkan memiliki karakteristik yang lebih unik dan berpotensi menarik minat konsumen yang ingin mencoba variasi baru dari olahan *tteok*.

Penggunaan saus Padang berperan sebagai inovasi cita rasa melalui perpaduan kuliner Korea dengan rasa lokal yang familiar bagi masyarakat Indonesia. Penggabungan unsur kuliner dari berbagai budaya merupakan salah satu strategi dalam pengembangan produk pangan untuk menciptakan inovasi serta meningkatkan daya saing produk (Prihadyani et al., 2020). Penambahan saus Padang pada *tteok* mampu mempertahankan karakteristik tekstur kenyal khasnya sekaligus memberikan cita rasa lokal sebagai nilai tambah dan pembeda dari produk sejenis yang telah beredar di pasaran.

Pemanfaatan saus Padang pada *tteok* dengan substitusi tepung kacang hijau kupas kulit juga dapat menjadi nilai jual dalam pengembangan rintisan usaha. Produk ini mengombinasikan inovasi bahan baku lokal dengan modifikasi cita rasa yang disesuaikan dengan pasar Indonesia. Penggunaan tepung kacang hijau kupas kulit memberikan keunikan pada bahan utama, sedangkan saus Padang memberikan identitas rasa yang mudah dikenali oleh konsumen. Kombinasi tersebut berpotensi menghasilkan produk yang memiliki karakteristik berbeda, memperluas pilihan produk olahan *tteok* di pasaran, serta meningkatkan peluang pengembangan usaha berbasis inovasi pangan.

Segi penyajian dan kemasan, *Mungbokki* dirancang sebagai produk setengah jadi (*frozen food*) yang praktis dan mudah dikonsumsi. Produk ini dapat dikemas dalam bentuk kemasan vakum untuk menjaga kualitas dan memperpanjang umur simpan. Spesifikasi ini bertujuan untuk menyesuaikan dengan gaya hidup modern yang mengutamakan kepraktisan tanpa mengurangi nilai gizi dan cita rasa. Dengan spesifikasi tersebut, *Mungbokki* diharapkan mampu menjadi produk inovatif yang tidak hanya memiliki nilai jual tinggi tetapi juga berpotensi dikembangkan sebagai usaha rintisan yang berkelanjutan.

1.4 Tujuan Rintisan Usaha

Rintisan usaha produk “*Mungbokki*” bertujuan untuk mengembangkan inovasi kuliner berupa *tteokbokki* dengan substitusi tepung kacang hijau yang dipadukan dengan cita rasa khas saus padang, sehingga menghasilkan produk unik, dan bernilai jual tinggi. Selain itu, usaha ini juga bertujuan merancang strategi produksi dan pemasaran secara efektif melalui platform digital guna menjangkau pasar yang lebih luas serta meningkatkan daya saing produk di pasar makanan kekinian.