

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Usaha

Rintisan usaha merupakan usaha yang masih berada pada tahap awal pengembangan yang dirintis berdasarkan ide atau gagasan untuk dijadikan kegiatan usaha. Pada tahap ini, usaha masih dalam proses pembentukan dan pengembangan baik dari segi produk, pemasaran, maupun pengelolaan, sehingga memerlukan strategi yang tepat agar dapat berkembang dan bertahan di pasar. Kreativitas wirausaha menjadi faktor penting dalam mendorong inovasi produk yang unik dan memiliki daya saing (Ritonga et al., 2025).

Perkembangan rintisan usaha di Indonesia tidak terlepas dari peran Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) yang menjadi salah satu sektor penting dalam perekonomian nasional. UMKM memiliki kontribusi besar dalam menciptakan lapangan pekerjaan, meningkatkan pendapatan masyarakat, serta mendorong pertumbuhan ekonomi daerah. Selain itu, UMKM juga berperan dalam meningkatkan kreativitas masyarakat dalam mengembangkan beberapa jenis usaha (Rahmadani et al., 2023). Pada sektor industri makanan dan minuman, UMKM menjadi salah satu bidang usaha yang memiliki potensi pasar yang sangat luas karena kebutuhan masyarakat terhadap produk pangan terus meningkat setiap tahunnya. Hal ini sejalan dengan data (Badan Pusat Statistik, 2023) yang menunjukkan bahwa jumlah usaha penyediaan makanan dan minuman di Indonesia terus mengalami peningkatan. Pada tahun 2024 jumlah usaha penyediaan makanan dan minuman mencapai 5,28 juta usaha, meningkat sekitar 8,87% dibandingkan tahun 2023 yang berjumlah 4,85 juta usaha.

Salah satu jenis produk bahan makanan yang banyak dijual oleh pelaku usaha UMKM adalah produk *bakery* yang banyak digemari oleh masyarakat adalah *cookies*, karena memiliki rasa manis serta variasi tekstur yang beragam. Secara umum, *cookies* dibuat dari bahan dasar tepung terigu, gula, dan lemak yang dipanggang hingga menghasilkan karakteristik tertentu. Berdasarkan teksturnya, *cookies* dibedakan menjadi dua jenis, yaitu *crispy cookies* yang renyah dengan kadar air rendah, serta *soft cookies* yang lebih lembut dan *moist* karena kandungan air serta komposisi bahan yang lebih tinggi. Perbedaan ini dipengaruhi oleh bahan,

kadar air, dan teknik pemanggangan sehingga menghasilkan variasi produk sesuai selera konsumen (Hasanah et al., 2025).

Pada umumnya, pembuatan produk *cookies* menggunakan tepung terigu sebagai bahan baku utama (Engkoa et al., 2021). Namun, penggunaan tepung terigu yang cukup tinggi dalam industri pangan menimbulkan ketergantungan terhadap bahan baku gandum yang sebagian besar masih diimpor dari luar negeri. Oleh karena itu, diperlukan inovasi dalam pemanfaatan bahan pangan lokal sebagai alternatif pengganti tepung terigu dalam pembuatan produk pangan. Diversifikasi pangan merupakan upaya penganekaragaman pangan melalui pemanfaatan berbagai sumber bahan pangan tertentu. Diversifikasi pangan berbasis bahan lokal dapat menjadi salah satu solusi untuk mengurangi ketergantungan terhadap bahan pangan impor serta meningkatkan pemanfaatan sumber daya pangan lokal yang tersedia di Indonesia (Bertina et al., 2024).

Salah satu bahan pangan lokal yang berpotensi dikembangkan dalam diversifikasi pangan untuk dimanfaatkan sebagai bahan substitusi tepung terigu adalah kacang hijau. Kacang hijau (*Vigna radiata(L.)*) merupakan salah satu jenis kacang-kacangan yang banyak dibudidayakan di Indonesia dan memiliki kandungan gizi yang cukup tinggi, seperti protein, serat, vitamin, serta mineral yang bermanfaat bagi kesehatan. Kacang hijau juga dapat diolah menjadi berbagai produk pangan, salah satunya dalam bentuk tepung yang dapat digunakan sebagai bahan baku dalam pembuatan produk *bakery* seperti *cookies*. Pemanfaatan tepung kacang hijau dalam produk tidak hanya dapat meningkatkan nilai gizi produk pangan, tetapi juga dapat memberikan karakteristik rasa dan aroma yang khas pada produk yang dihasilkan (Hamumeha et al., 2025).

Penelitian mengenai penggunaan tepung kacang hijau pada *soft cookies* telah dilakukan oleh Dihanita Septiani pada tahun 2026 melalui substitusi tepung terigu sebesar 50%, 60%, dan 70%. Hasil penelitian menunjukkan bahwa substitusi tepung kacang hijau memengaruhi warna, aroma, tekstur, dan cita rasa produk sehingga menghasilkan beberapa formulasi yang layak dikembangkan lebih lanjut. Penelitian lanjutan oleh Nur Afrah melalui uji hedonik terhadap 100 panelis juga menunjukkan bahwa formulasi dengan substitusi 50% memperoleh tingkat

penerimaan konsumen yang baik berdasarkan aspek rasa, aroma, tekstur, dan warna.

Pengembangan inovasi tidak hanya dilakukan pada adonan dasar, tetapi juga pada bagian isian (*filling*). Penggunaan pasta kacang hijau sebagai isian dapat memperkuat identitas rasa sekaligus menciptakan sensasi lumer pada bagian tengah produk. Kombinasi antara tepung kacang hijau sebagai bahan dasar dan pasta kacang hijau sebagai *filling* diharapkan mampu menghasilkan produk dengan cita rasa khas, tekstur lembut, serta nilai gizi yang lebih baik dibandingkan *cookies* konvensional.

Pengembangan produk *soft cookies* berbasis substitusi kacang hijau memiliki peluang untuk dijadikan sebagai rintisan usaha di bidang kuliner. Produk yang dihasilkan diberi merek “Kujoo” yang merupakan singkatan dari *cookies* kacang hijau. Nama tersebut dipilih untuk mencerminkan bahan utama yang digunakan sekaligus memberikan identitas yang mudah dikenali.

Dalam pelaksanaan rintisan usaha, tidak hanya diperlukan inovasi produk, tetapi juga strategi pemasaran untuk memperkenalkan produk kepada konsumen. Pada penelitian ini, strategi pemasaran dilakukan melalui promosi menggunakan media sosial dengan mengunggah foto dan video produk, membagikan informasi mengenai produk, serta memberikan informasi pemesanan, kemudian menawarkan produk kepada teman, keluarga, dan lingkungan sekitar sebagai langkah awal dalam memperkenalkan produk. Strategi tersebut diharapkan dapat meningkatkan kesadaran konsumen terhadap produk “Kujoo”, memperluas jangkauan pasar, serta mendukung pengembangan rintisan usaha.

Tujuan penelitian ini adalah untuk memasarkan produk inovatif berbasis bahan pangan lokal yang memiliki nilai gizi yang baik melalui konsep rintisan usaha. Upaya rintisan usaha dilakukan melalui pemanfaatan media sosial untuk memperluas jangkauan pasar. Selain itu, penelitian ini juga melakukan survei kepuasan pelanggan untuk mengetahui tingkat penerimaan konsumen terhadap produk “Kujoo”, yang mencakup aspek rasa, aroma, tekstur, dan kemasan. Hasil survei tersebut kemudian digunakan untuk penyempurnaan produk. Penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai peluang pemasaran produk *soft cookies* “Kujoo”, sehingga dapat diketahui potensi produk untuk

dikembangkan dan dipasarkan kepada masyarakat yang lebih luas, sekaligus melihat potensi keberlanjutan rintisan usaha di masa mendatang.

1.2 Identifikasi Peluang dan Pangsa Pasar

Peluang usaha merupakan kesempatan yang dapat dimanfaatkan oleh seseorang atau kelompok untuk menciptakan atau mengembangkan suatu usaha yang berpotensi memberikan keuntungan. Peluang usaha dapat muncul dari kebutuhan pasar yang belum terpenuhi, perubahan tren konsumen, serta kemampuan pelaku usaha dalam memanfaatkan sumber daya yang tersedia. Oleh karena itu kemampuan dalam mengidentifikasi peluang usaha menjadi faktor penting dalam memulai suatu bisnis agar produk yang dihasilkan dapat diterima oleh pasar dan memiliki daya saing (Nurjaman et al., 2024).

Produk “Kujoo” memiliki peluang pasar yang kuat karena adanya peningkatan minat masyarakat terhadap camilan kekinian yang praktis dan menarik. Kondisi ini menunjukkan bahwa produk memiliki potensi untuk diterima pasar karena sesuai dengan tren konsumsi makanan ringan saat ini dan memiliki variasi yang unik. Peluang tersebut juga didukung oleh kemudahan pemasaran melalui digital yang memungkinkan jangkauan konsumen menjadi lebih luas.

Pangsa pasar produk ini mencakup berbagai kalangan yang menyukai camilan manis, mulai dari anak-anak, remaja, hingga orang dewasa dengan harga terjangkau dan mudah diperoleh. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa produk ini memiliki potensial untuk dikembangkan melalui strategi pemasaran yang tepat.

1.3 Identifikasi Spesifikasi Produk

Produk merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada konsumen untuk memenuhi kebutuhan maupun keinginan pasar, termasuk dalam bentuk makanan olahan yang memiliki nilai guna dan nilai jual. Dalam industri makanan, produk tidak hanya dinilai dari rasa, tetapi juga dari kemasan, merek, dan tampilan yang dapat mempengaruhi persepsi serta keputusan pembelian konsumen. Hal tersebut menunjukkan bahwa aspek visual dan kemasan memiliki peranan penting dalam meningkatkan daya tarik serta kepuasan konsumen terhadap produk yang ditawarkan (Kusumawaty, 2018).

Produk “Kujoo” merupakan *soft cookies* yang dibuat dengan substitusi tepung kacang hijau serta dilengkapi dengan isian pasta kacang hijau. Pada umumnya, *soft cookies* dibuat menggunakan bahan utama seperti tepung terigu, gula, mentega, telur dan bahan tambahan lainnya yang kemudian diproses dengan cara dipanggang hingga menghasilkan tekstur yang lembut di bagian dalam. Penggunaan tepung kacang hijau pada produk “Kujoo” memberikan nilai tambah karena memanfaatkan bahan pangan lokal serta memberikan cita rasa yang berbeda dari *soft cookies* pada umumnya.

Karakteristik sensori produk “Kujoo” dapat ditinjau dari aspek warna, aroma, tekstur, dan rasa. Dari segi warna, produk menunjukkan tampilan cokelat muda yang seragam. Dari segi aroma, produk memiliki aroma *butter* yang berpadu dengan aroma kacang hijau. Dari segi tekstur, produk memiliki bagian dalam yang lembut dengan tingkat kerapuhan bervariasi. Dari segi rasa, produk memiliki rasa manis dengan cita rasa kacang hijau yang semakin dominan pada tingkat substitusi yang lebih tinggi.

Produk “Kujoo” dijual menggunakan kemasan plastik untuk menjaga kualitas produk. Setelah itu, produk yang telah dikemas akan dimasukkan di dalam *paper box* sebagai kemasan luar. kemasan ini berfungsi sebagai pelindung sekaligus membuat tampilan produk lebih aman, rapi, dan menarik.

Produk ini termasuk dalam kategori *ready to eat*, sehingga dapat langsung dikonsumsi tanpa memerlukan proses pengolahan tambahan. Namun, produk juga dapat dipanaskan kembali menggunakan *microwave* untuk meningkatkan cita rasa dan tekstur sebelum dikonsumsi. *Soft cookies* dapat disajikan pada suhu ruang dan memiliki daya simpan sekitar 2 minggu apabila disimpan dalam kemasan tertutup rapat pada suhu ruang. Selain itu, kemasan produk juga dilengkapi label sebagai identitas merek “Kujoo” yaitu *cookies* kacang hijau sehingga memudahkan konsumen dalam mengenali produk.

1.4 Tujuan Rintisan Usaha

Rintisan usaha produk “Kujoo” bertujuan untuk mengembangkan usaha yang memiliki cita rasa khas dan berbeda dari *cookies* pada umumnya. Selain itu, rintisan usaha ini juga bertujuan untuk merencanakan proses produksi dan memasarkan produk “Kujoo” secara efektif agar dapat dikenal oleh masyarakat.

Dalam kegiatan ini juga dilakukan analisis kelayakan finansial usaha melalui perhitungan harga pokok produksi (HPP), penentuan harga jual, serta analisis keuntungan sebagai dasar untuk mengetahui potensi keberlanjutan usaha.

Melalui rintisan usaha ini dilakukan pengamatan terhadap tingkat kepuasan konsumen terhadap produk “Kujoo” sebagai bahan evaluasi dan pengembangan usaha.

