

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pesatnya perkembangan teknologi digital dan media sosial telah membawa transformasi fundamental dalam strategi pemasaran sektor industri kuliner di Indonesia. Fenomena ini secara signifikan mengubah pola konsumsi dan memengaruhi sikap pembelian terhadap tren makanan kekinian yang terus berganti (Benicta & Widyatmoko, 2025). Salah satu tren makanan yang mendapatkan banyak perhatian di sosial media adalah trend *Do It Yourself* (DIY), yaitu tren dimana konsumen meracik, memasak, atau menghias makanan secara mandiri dengan bahan siap pakai.

Seiring dengan perkembangan teknologi modern, sektor kuliner di Indonesia semakin terbuka terhadap berbagai pengaruh asing, sehingga menciptakan keberagaman produk yang lebih luas. Oleh karena itu, popularitas makanan asing terus meningkat, terutama di kalangan generasi muda yang dipengaruhi oleh media sosial dan budaya populer (Ali, 2025). Di antara berbagai pengaruh tersebut, kuliner khas Eropa menjadi salah satu yang paling menonjol dalam perkembangan industri kuliner di Indonesia. Salah satu contohnya adalah *pizza*, hidangan khas Italia yang kini telah menjadi makanan yang umum dikonsumsi oleh masyarakat Indonesia.

Sejalan dengan meningkatnya popularitas *pizza*, tren *Do It Yourself* (DIY) makanan yang sedang berkembang di masyarakat membuka peluang baru dalam pengembangan produk kuliner. Walaupun *pizza* sangat umum dikonsumsi, produk DIY *american pizza* belum ada di pasaran. Kebanyakan produk DIY *pizza* yang beredar saat ini tidak menghasilkan produk yang baik, atau bahkan gagal menghasilkan produk *pizza*.

Penelitian yang telah dilakukan oleh Abiyu, M.R. (2026) menemukan bahwa sebuah komponen penting dalam pembuatan *american pizza* dalam industri adalah penambahan vitamin C yang berfungsi sebagai pelembut dan pengembang bagi adonan. Penelitian ini menghasilkan formulasi adonan *pizza* yang disesuaikan dengan standar industri. Dalam penelitian oleh Fadilah, D.R. (2026) dilakukan uji

kesukaan kepada 100 panelis terhadap formulasi tersebut dengan tiga perlakuan yang berbeda. Hasil penelitian tersebut menemukan bahwa formula yang paling disukai oleh masyarakat adalah formula dengan kandungan vitamin C sebanyak 0,001% dari berat tepung. Untuk mengembangkan hasil penelitian tersebut, penelitian ini menyusun rintisan usaha *premix* untuk *american pizza* menggunakan formula yang paling disukai.

Dalam upaya untuk menciptakan rintisan usaha, diperlukan strategi yang tepat, mulai dari pemilihan bahan baku berkualitas hingga penerapan strategi pemasaran yang efektif guna meningkatkan daya saing produk. Dalam meningkatkan daya saing produk, produk tepung *premix* untuk *american pizza* menonjolkan fungsi praktis sebagai opsi mudah untuk pembuatan *pizza* sendiri di rumah. Produk ini diharapkan membantu konsumen untuk membuat adonan *pizza* secara terstandar dan tanpa harus mencari formula yang tepat, cukup dengan menambahkan air. Tidak hanya pengalaman memasak yang lebih mandiri, produk ini juga bersikap sebagai kanvas yang memungkinkan konsumen untuk menyesuaikan *pizza* sesuai dengan kebutuhan dan preferensi sendiri.

Di era digital ini, media sosial telah menjadi elemen kunci dalam strategi pemasaran berbagai jenis usaha, termasuk bisnis kuliner (Lestari, 2025). Tren terkini menunjukkan bahwa pengguna media sosial sangat menyukai format video pendek yang dikemas secara sinematik dan dilengkapi *storytelling* (Sihombing et al., 2025). Dengan memanfaatkan tren ini, sebuah rintisan usaha dapat membuat media promosi yang berperan sebagai konten digital dengan berbagai topik yang menarik perhatian di media sosial. Untuk rintisan usaha tepung *premix* untuk *american pizza*, salah satu ide video yang dapat diambil adalah petunjuk penggunaan untuk konsumen.

Untuk pemasaran produk ke masyarakat luas, rintisan usaha produk *premix* untuk *american pizza* diharapkan dapat berkembang dengan memanfaatkan media sosial secara maksimal. Platform seperti Instagram dan WhatsApp berpotensi menjadi sarana yang strategis dalam menjangkau konsumen secara luas, membangun *brand awareness*, serta meningkatkan interaksi dengan pelanggan secara langsung dan efisien. Produk ini juga akan dipasarkan secara offline dengan

penawaran langsung ke lingkungan sekitar dan mengadakan kegiatan DIY *pizza* bersama.

Pemanfaatan media sosial tidak hanya berfungsi sebagai media promosi, tetapi juga sebagai alat komunikasi dua arah yang memungkinkan pelaku usaha untuk memahami kebutuhan dan preferensi konsumen. Konten yang informatif dan dikemas dengan menarik, misalnya seperti edukasi tata cara pembuatan *pizza* menggunakan *premix*, fakta-fakta tentang *pizza*, testimoni dari konsumen, usaha *premix* untuk *american pizza* dapat meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap kualitas produk yang ditawarkan.

Sebagai upaya untuk memanfaatkan media sosial secara efektif, pemasaran produk akan difokuskan kepada dua *platform*, yaitu Instagram dan WhatsApp. Instagram berfungsi untuk menampung konten dengan format video, melakukan posting promosi, dan mengenalkan *brand* ke masyarakat. WhatsApp dimanfaatkan untuk berkomunikasi dan bertransaksi dengan pelanggan, memperjelas informasi terkait pemesanan, pengiriman, dan menampung pertanyaan dari konsumen. Dengan demikian, penggunaan media sosial diharapkan mampu mendukung pertumbuhan dan keberlanjutan rintisan usaha ini di tengah persaingan industri makanan yang kompetitif.

Penelitian ini membahas tentang rintisan usaha pada produk *Pizzabase*. merupakan produk *premix*, yaitu tepung yang sudah dicampur dengan bahan tambahan untuk membuat *pizza* secara praktis dan konsisten. Penggunaan vitamin C di dalam produk ini memberikan tekstur dan aroma yang berkualitas walaupun *pizza* dibuat secara rumahan. Produk ini menggunakan nama dagang “*Pizzabase*” yang menggambarkan secara langsung mengenai identitas produk dan dibuat singkat agar mudah diingat. Pemilihan nama ini bertujuan untuk memperkuat identitas produk sebagai dasar pembuatan *pizza* yang praktis dan mudah dikenali.

1.2 Identifikasi Peluang dan Pangsa Pasar

Peluang usaha merupakan keadaan atau kondisi yang memungkinkan seseorang untuk menciptakan dan mengembangkan ide bisnis baru dengan memanfaatkan sumber daya yang tersedia secara efisien. Menurut Putri et al. (2023), peluang usaha adalah keadaan yang memungkinkan terbentuknya mentalitas baru untuk membangun dan menggabungkan sumber daya guna memperoleh keuntungan.

Dalam praktiknya, peluang usaha tidak hanya berkaitan dengan kemampuan melihat kebutuhan pasar yang belum terpenuhi, tetapi juga mencakup kemampuan mengenali perubahan lingkungan, tren, teknologi, serta kebutuhan konsumen yang dapat dijadikan dasar dalam menciptakan nilai ekonomi. Dengan memanfaatkan kreativitas, inovasi, dan kemampuan manajemen, seorang wirausahawan dapat mengubah peluang tersebut menjadi kegiatan usaha yang menghasilkan keuntungan sekaligus memberikan manfaat bagi masyarakat.

1.2.1 Peluang

Pada rintisan usaha ini, peluang yang tersedia adalah sebagai berikut:

- a) *Pizzabase* menawarkan kemudahan dalam pembuatan *pizza* tanpa mengorbankan kualitas dan konsistensi *pizza*. Produk ini sudah disesuaikan dengan standar industri, sehingga menghasilkan hidangan akhir yang berkualitas maksimal.
- b) Tren memasak secara DIY yang sedang marak di media sosial membuka peluang untuk produk *ready-to-cook* seperti *Pizzabase*.
- c) Dengan pemasaran digital, maka terdapat peluang besar untuk ekspansi pasar dengan menjangkau konsumen di daerah DKI Jakarta dan Kota Bekasi. Pemasaran ini juga memungkinkan produk untuk meraih segmen pasar yang beragam.

1.2.2 Pangsa Pasar

Riset pangsa pasar merupakan kegiatan penelitian yang dilakukan untuk mengetahui besarnya bagian pasar yang berhasil dikuasai oleh suatu perusahaan dibandingkan dengan keseluruhan pasar dalam industri yang sama (Novita et al., 2021). Melalui riset pasar, sebuah usaha dapat mengevaluasi posisinya, mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan, serta memahami tingkat penerimaan produk oleh konsumen. Pada rintisan usaha ini, pangsa pasar yang ada adalah sebagai berikut:

- a) Konsumen yang suka mencoba DIY.
- b) Individu usia 17—55 tahun.
- c) UMKM yang menjual *pizza*.

Dengan maraknya tren DIY di media sosial, memasak menjadi salah satu kegiatan rekreatif yang dilakukan oleh masyarakat. Dalam keluarga, kegiatan ini

dapat menjadi sarana bagi orangtua untuk mengedukasi sekaligus menghibur anaknya. Selain itu, orangtua juga dapat mengandalkan produk *Pizzabase* sebagai opsi yang praktis dan terjangkau untuk konsumsi *pizza* di rumah.

Selain untuk keluarga, produk ini juga berpotensi dipasarkan pada UMKM yang menjual *pizza*. Dengan menggunakan produk *Pizzabase*, UMKM dapat memangkas beberapa langkah dalam pembuatan *pizza* termasuk mencari formula yang tepat dan mengukur bahan. Menggunakan produk ini memungkinkan UMKM untuk fokus ke variasi *topping pizza* tanpa mempertimbangkan formula yang tepat untuk adonan. Mengingat pemasaran dilakukan melalui media sosial, produk *Pizzabase* juga cocok dipasarkan ke masyarakat umum dalam usia produktif. Produk ini dirancang untuk memudahkan individu dari berbagai kalangan membuat *pizza* di rumah.

1.2.3. Identifikasi Spesifikasi Produk

Tepung *premix* adalah campuran tepung yang sudah dicampur dengan berbagai bahan tambahan seperti garam, gula, ragi, bahan pengembang, dan bahan tambahan lainnya sesuai dengan jenis produk yang ingin dibuat. Tujuan dari penggunaan tepung *premix* adalah untuk menyederhanakan proses pembuatan serta untuk memastikan konsistensi dan kualitas hasil akhir. Tepung *premix* sudah sering digunakan di industri kuliner untuk menghasilkan produk yang konsisten secara tekstur, rasa, dan aroma serta menghemat tenaga dan biaya produksi. Pada rintisan usaha ini, produk yang akan diteliti merupakan tepung *premix american pizza* dengan nama dagang *Pizzabase*.

a. Kualitas Produk

Tepung *premix* untuk *american pizza* memiliki standar mutu yang tinggi karena telah diformulasikan dengan komposisi bahan yang disesuaikan dengan standar industri. Penggunaan vitamin C dalam produk ini memberikan rasa, aroma, dan tekstur yang berkualitas pada produk akhir, yaitu *pizza* yang dihasilkan dari *premix*.

b. Tampilan Produk

Produk tepung *premix* untuk *american pizza* memiliki tampilan serbuk halus berwarna putih yang merupakan campuran dari tepung terigu, ragi, gula, garam, dan vitamin C. Produk ini dilengkapi dengan bahan pendukung berupa minyak.

c. Kemasan Produk

Produk tepung *premix* dikemas dengan menggunakan *pouch* berbahan dasar alumunium ukuran 15 x 20 cm. Minyak sawit untuk adonan dikemas dalam *pouch* ukuran 6 x 8 cm. Dua kemasan tersebut digabungkan dalam sebuah *pouch* alumunium.

d. Keunggulan Produk

Keunggulan bersaing bagi pelaku bisnis untuk menarik lebih banyak konsumen dipengaruhi oleh inovasi produk (Al-Fajari & Nursya'Bani, 2023). Produk tepung *premix Pizzabase* merupakan bentuk inovasi dari *pizza* yang umum dikonsumsi menjadi hidangan yang dapat dibuat oleh konsumen secara praktis.

e. Harga Produk

Harga merupakan salah satu faktor penentu bagi konsumen ketika mempertimbangkan pembelian suatu produk. Penetapan ini dilakukan dengan mempertimbangkan biaya bahan baku, tenaga kerja, dan margin keuntungan. Dalam penelitian ini harga akan ditetapkan dengan margin keuntungan sebesar 50%, menjadikan harga produk Rp. 12.000 per *pack* berisi 200 gram. Satu *pack* dapat menghasilkan 2 *pizza* dengan diameter 10 cm.

1.3 Tujuan Rintisan Usaha

Berdasarkan identifikasi peluang dan potensi pasar serta penentuan produk yang telah dilakukan, maka dapat dirumuskan rintisan usaha sebagai berikut:

Penelitian ini bertujuan untuk merancang rintisan usaha dengan melakukan analisis terhadap aspek pasar serta strategi pemasaran yang efektif bagi produk *premix* untuk *american pizza*. Untuk menghasilkan produk yang optimal, penelitian ini juga menyusun sistem manajemen organisasi dan proses produksi yang efisien dalam pengolahan *premix pizza*.

Selain itu, dilakukan analisis kepuasan pelanggan terhadap produk *premix pizza* ini, yang menunjukkan bahwa penggunaan formulasi campuran bahan yang tepat tidak menurunkan kualitas adonan, tetapi justru mampu menghasilkan tekstur, aroma, dan konsistensi *pizza* yang baik, sekaligus mendukung efisiensi biaya produksi. Rintisan usaha ini bertujuan merencanakan dan memasarkan usaha yang berkonsentrasi pada penjualan produk *premix pizza* yang baik dan benar.