

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Rintisan usaha merupakan istilah yang digunakan untuk menggambarkan suatu kegiatan bisnis yang baru dibentuk dan masih berada pada fase awal pengembangan. (Kusuma et al., 2024). Rintisan usaha umumnya dijalankan oleh sekelompok orang dengan tujuan mengembangkan ide usaha menjadi bisnis berkelanjutan. Rintisan usaha juga memiliki tantangan yang berisiko menghambat dan menghentikan perkembangan usaha sehingga diperlukan perencanaan usaha yang baik. Hal ini penting karena keberhasilan sebuah rintisan usaha sangat bergantung pada perencanaan usaha dan kemampuan pelaku usaha dalam membaca peluang yang ada di pasar. (Lumbantoruan et al., 2025). Perencanaan usaha mencakup berbagai aspek, mulai dari analisis pasar, penentuan target konsumen, hingga menyusun strategi pemasaran yang efektif. Selain itu, peluang usaha dapat dihasilkan dari produk yang bersifat inovatif. Inovasi produk menjadi pembeda yang memberikan nilai tambah dan meningkatkan daya saing produk (Affandi et al., 2025)

Pengembangan inovasi ini banyak didorong oleh pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang berperan sebagai penggerak utama dalam menciptakan produk kreatif dan berdaya saing. UMKM juga memiliki peran penting dalam perekonomian, terutama dalam membuka peluang usaha baru. (Hapsari et al., 2024). Selain itu, keberadaan umkm juga berperan dalam menciptakan lapangan pekerjaan yang berdampak pada penurunan tingkat pengangguran serta peningkatan pendapatan masyarakat. Hal ini didukung oleh data Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia tahun 2023 yang mencatat jumlah UMKM di Indonesia telah mencapai 65,5 juta unit yang tersebar di berbagai sektor. Angka tersebut mencerminkan besarnya peran UMKM dalam menggerakkan perekonomian nasional sekaligus mendorong masyarakat untuk berwirausaha.

Namun, UMKM juga masih menghadapi berbagai tantangan, seperti keterbatasan modal, kesulitan dalam pemasaran produk, dan lemahnya perencanaan usaha. Banyak pelaku umkm khususnya usaha rintisan yang belum memiliki perencanaan usaha yang jelas sehingga berisiko tidak berkembang dan berkelanjutan. Oleh karena itu, para pelaku usaha perlu melakukan perencanaan usaha yang baik, salah satunya dengan memilih bidang usaha yang memiliki potensi yang besar.

Di antara berbagai jenis UMKM yang berkembang di Indonesia, usaha kuliner menjadi salah satu bidang yang paling diminati oleh masyarakat. Usaha kuliner memiliki potensi yang besar dalam memenuhi kebutuhan pangan. Salah satu produk kuliner dengan permintaan yang terus meningkat adalah *brownies*. *Brownies* merupakan kue coklat yang memiliki tekstur padat dengan cita rasa yang manis. Secara umum, *brownies* dikenal dalam tiga varian, yaitu *cakey brownies* atau *brownies* kering yang memiliki tekstur lebih ringan seperti kue, *chewy brownies* merupakan jenis *brownies* kenyal, dan *fudgy brownies* yang memiliki tekstur lebih padat, lembab dan *moist* di bagian dalamnya (Dewi, 2022). Seiring dengan perkembangan industri di bidang kuliner, *fudgy brownies* menjadi salah satu produk *brownies* dengan inovasi yang beragam. Pada proses pembuatannya, *fudgy brownies* umumnya dibuat dengan tepung terigu sebagai bahan utama. Namun, pada penelitian ini dilakukan inovasi pada *fudgy brownies* dengan substitusi menggunakan tepung umbi garut untuk meningkatkan nilai tambah dan keunikan produk.

Sebelum dapat dikembangkan sebagai sebuah rintisan usaha, produk *fudgy brownies* substitusi tepung umbi garut ini telah melalui serangkaian tahap penelitian. Pada tahap pertama, peneliti 1 yaitu Leny Marlita melakukan uji formula pada produk standar *fudgy brownies* dan *fudgy brownies* substitusi tepung umbi garut dengan jumlah persentase tepung umbi garut 20%, 30%, dan 40%. Setelah itu dilakukan uji validitas pada perlakuan tepung umbi garut dengan jumlah persentase tepung umbi garut 20%, 30%, dan 40% kepada 10 panelis ahli yang terdiri dari 5 panelis ahli dan 5 panelis industri. Hasil validitas menunjukkan bahwa produk layak untuk dilanjutkan pada tahap uji daya terima konsumen.

Pada tahap selanjutnya, peneliti 2 yaitu Devyzil Maysrina Rahma melakukan uji daya terima konsumen menggunakan metode uji hedonik kepada 100 panelis konsumen, sampel yang diuji merupakan *fudgy brownies* substitusi tepung umbi garut dengan jumlah persentase tepung umbi garut 20%, 30%, dan 40%. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sampel dengan persentase substitusi tepung umbi garut sebesar 30% merupakan produk yang paling disukai oleh konsumen di antara ketiga sampel yang diuji. Oleh karena itu, formulasi dengan substitusi tepung umbi garut sebesar 30% layak untuk dikembangkan menjadi sebuah rintisan usaha.

Produk yang sudah melalui tahap pengujian tersebut selanjutnya diberikan merek dagang "*Bronibee*". Pemilihan nama "*Bronibee*" didasarkan pada pertimbangan bahwa nama tersebut mudah diucapkan, mudah diingat, dan mencerminkan identitas produk. Nama "*Bronibee*" merupakan perpaduan dari kata '*Broni*' yang merujuk pada *brownies*, dan '*Bee*' diambil dari kata '*Ubee*' (umbi). Penggunaan nama ini merepresentasikan inovasi produk yang menggunakan tepung umbi garut sebagai bahan substitusi. Merek ini dinilai dapat merepresentasikan identitas produk sehingga mudah dikenal oleh masyarakat luas.

Penelitian ini bertujuan untuk merencanakan usaha dengan penyusunan strategi pemasaran secara efektif. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk mengukur tingkat kepuasan pelanggan terhadap produk "*Bronibee*" dari berbagai aspek menggunakan metode *Customer Satisfaction Index* (CSI). Dengan harapan bahwa produk "*Bronibee*" dapat menjangkau semua kalangan masyarakat yang memiliki daya tarik produk inovatif, serta dapat dijadikan evaluasi untuk pengembangan dan perbaikan produk di masa depan.

1.2. Identifikasi Peluang dan Pasar

Suatu usaha rintisan perlu mengenali peluang dan pangsa pasar mulai dari pembuatan produk yang sesuai dengan pangsa pasar dan mampu memasarkannya. Salah satu peluang usaha yang paling menjanjikan keuntungannya adalah di bidang kuliner. Usaha ini dapat bertahan dan tetap diminati masyarakat di sepanjang waktu.

Identifikasi peluang usaha memiliki peran penting dalam memahami perubahan pasar, kebutuhan konsumen, serta potensi inovasi melalui kreativitas. Hal ini sejalan dengan pengertian peluang usaha yang diartikan sebagai kesempatan

yang muncul dari pemikiran seseorang dengan melihat perkembangan pasar dan kebutuhan konsumen untuk memulai sebuah usaha. (Pulungan et al., 2025)

Produk “*Bronibee*” memiliki peluang pasar yang cukup besar, terutama dengan meningkatnya minat masyarakat terhadap produk makanan manis dengan pemanfaatan bahan lokal dan inovatif. Penggunaan tepung umbi garut sebagai substitusi menjadikan nilai unggul yang dapat membedakan produk ini dengan *fudgy brownies* pada umumnya. Pangsa pasar produk “*Bronibee*” ditujukan pada beberapa kelompok usia dengan melakukan pemasaran melalui media sosial dan secara langsung. Sementara itu, potensi pasar produk “*Bronibee*” dapat diperluas dengan mengikuti *event*, bazar, ataupun bekerja sama dengan mitra lain.

1.3. Identifikasi Spesifikasi Produk

Produk dapat didefinisikan sebagai sesuatu yang berwujud atau tak terwujud yang mencakup kemasan, kualitas, citra pembuat, citra pemakai, serta citra produk (Suryani et al., 2023). Unsur-unsur tersebut dijelaskan lebih rinci melalui spesifikasi produk untuk mengetahui karakteristik serta keunggulan yang dimiliki suatu produk. Spesifikasi produk merupakan karakteristik atau unsur pada suatu produk yang dianggap penting oleh konsumen dan menjadi pertimbangan dalam menentukan keputusan pembelian (Novita & Rahim, 2022).

Pada tahap ini dilakukan identifikasi terhadap karakteristik utama produk. Spesifikasi produk mencakup bahan utama, inovasi yang diterapkan, proses pembuatan secara umum, penamaan produk, serta dimensi kemasan yang digunakan pada produk “*Bronibee*”.

Produk “*Bronibee*” merupakan *fudgy brownies* yang dikembangkan melalui inovasi substitusi tepung umbi garut. Produk ini dibuat dengan campuran tepung terigu, tepung umbi garut, *dark chocolate*, gula castor, telur, mentega, minyak, *brown sugar*, *cocoa powder*, susu, dan kopi, dan garam. Setelah itu, seluruh bahan dicampurkan menjadi satu, lalu adonan dituangkan ke dalam loyang dan dipanggang hingga matang untuk menghasilkan lapisan luar yang mengkilap (*shiny crust*).

Produk ini diberikan nama “*Bronibee*” sebagai identitas merek yang unik dan mudah diingat, serta mencerminkan karakter produk yang manis dan menarik. Produk ini dikemas menggunakan *box* ukuran 20 x 10 x 5 cm dengan berat bersih 395 gram, sehingga praktis, higienis, dan siap dikonsumsi (*ready-to-eat*).

1.4. Tujuan Rintisan Usaha

Berdasarkan latar belakang, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis rintisan usaha *fudgy brownies* substitusi tepung umbi garut melalui berbagai strategi pemasaran yang dilakukan baik melalui platform media sosial maupun secara langsung, serta mengukur tingkat kepuasan pelanggan terhadap produk yang ditawarkan.

