

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Usaha

Kebutuhan masyarakat modern terhadap variasi makanan ringan saat ini terus mengalami pergeseran yang signifikan. Di kota besar seperti Jabodetabek, konsumen tidak lagi hanya mementingkan aspek kenyang, melainkan juga mencari nilai tambah berupa keunikan rasa dan pengalaman visual. Hal ini mendorong tumbuhnya usaha yang sangat kompetitif, di mana inovasi menjadi kunci utama untuk bertahan. Hal ini sejalan dengan pandangan yang menekankan bahwa keberhasilan operasional sebuah bisnis sangat ditentukan oleh ketangkasan pengelolanya dalam mengadaptasi sumber daya terhadap dinamika pasar yang berubah ubah.

Tren konsumsi saat ini juga sangat dipengaruhi oleh kekuatan media sosial, dimana tampilan produk yang kreatif atau *instagrammable* sering kali menjadi pertimbangan pertama bagi pembeli sebelum melakukan transaksi. Menurut (Setyarko, 2020), industri kuliner saat ini dituntut untuk menciptakan visual produk yang menggugah selera atau *instagrammable*. Namun, meningkatnya pentingnya kesehatan membuat masyarakat mulai kritis terhadap penggunaan bahan pewarna sintetis yang berisiko bagi tubuh. Celah pasar inilah yang memberikan peluang bagi pengembangan produk camilan yang mengombinasikan daya tarik warna alami dengan manfaat fungsional dari bahan alami (Hendrawan, 2021).

Poffertjes merupakan makanan ringan yang dapat dikonsumsi setiap saat yang berbahan dasar tepung terigu dengan bahan lainnya seperti susu cair, telur dan gula. Inovasi kue ini mengalami banyak perkembangan seiring dengan perkembangannya zaman dan kemajuan teknologi. Untuk menghasilkan variasi *poffertjes* yang lebih inovatif maka dapat dilakukan inovasi untuk mensubstitusi sari buah naga.

Berdasarkan penelitian sebelumnya dilakukan pembuatan *poffertjes* dengan persentase susu cair dan sari buah naga dengan persentase 60%:40%, 70%:30%, 80%:20% yang sudah divalidasi oleh 10 orang panelis ahli dari dosen program studi seni kuliner dan pengelolaan jasa makanan dan praktisi industri. Penelitian dilanjutkan

dengan uji daya terima konsumen kepada 100 orang panelis konsumen dengan hasil *poffertjes* persentase susu cair dan sari buah naga 60%:40% adalah yang paling disukai.

Adanya penggantian warna pada kue ini berupa warna menjadi merah dan menambahkan isian ubi cilembu dan keju diharapkan dapat menjadi daya tarik bagi produk *poffertjes*. Oleh karena itu, perlu adanya penelitian untuk menganalisis rintisan usaha *Poffertjes* dengan persentase susu cair dan sari buah naga yang berbeda. Strategi ini sejalan dengan pendapat (Manggingte et al., 2025), yang menyatakan bahwa inovasi produk merupakan dimensi penting dalam menciptakan keunikan dan nilai tambah bagi konsumen, terutama dalam pasar yang kompetitif.

Pengembangan produk berupa GYR *Poffertjes* dengan inovasi penggunaan sari buah naga memerlukan strategi pemasaran yang tepat untuk dapat mengenalkan produk ke masyarakat. Untuk memenuhi usaha GYR *Poffertjes* diperlukan strategi pemasaran yang tepat. Berbagai strategi pemasaran GYR *Poffertjes* seperti, strategi produk, harga, promosi. Penelitian dilakukan untuk capaian penjualan yang maksimal. Salah satu strategi dengan adanya penggunaan sari buah naga yang memberikan warna merah. Pada rintisan usaha ini juga ditambahkan isian ubi Cilembu dan keju spread. Strategi yang dapat dilakukan dapat diterapkan secara langsung (*offline*) melalui booth penjualan maupun pemanfaatan media sosial (*online*) seperti Tiktok, *Instagram*, dan *whatsapp* untuk menjangkau konsumen yang lebih luas (Mufidah et al, 2023). Untuk memenuhi usaha GYR *Poffertjes* diperlukan strategi pemasaran yang tepat.

1.2 Identifikasi Peluang dan Pangsa Pasar *Poffertjes* Buah Naga

Keberhasilan sebuah usaha dalam mengeksplorasi celah pasar sangat ditentukan oleh jitu analisis terhadap perilaku konsumen, kreativitas dalam pembaruan produk, serta ketangkasan dalam meminimalisir resiko. Melalui pemetaan pasar yang komprehensif, perusahaan dapat mengidentifikasi kebutuhan pelanggan yang belum terpenuhi dan direspon dengan standar kualitas layanan yang unggul. Konsistensi dalam menjaga mutu produk dan fokus pada kepuasan pelanggan merupakan fondasi utama untuk membangun keunggulan kompetitif yang tangguh dan menjamin keberlangsungan usaha dalam skala waktu yang panjang.

Di tengah situasi pasar yang berubah-ubah, tantangan bagi pelaku usaha muncul dari kehadiran kompetitor yang dapat muncul sewaktu-waktu dengan strategi yang beragam. Oleh karena itu, pengelola usaha dituntut untuk mampu melakukan optimasi sumber daya secara terpadu dan efisien guna melakukan penyesuaian produk secara berkelanjutan.

Dengan memanfaatkan keunikan visual dari buah naga, usaha ini memiliki peluang besar untuk menembus segmentasi pasar yang lebih spesifik, terutama pada kelompok konsumen yang mengapresiasi inovasi pangan sehat namun tetap terlihat modis.

1.3 Identifikasi Spesifikasi Produk

Dalam menentukan jenis usaha yang akan dikembangkan, penulis memilih untuk mengangkat produk *poffertjes* buah naga merah. Produk ini merupakan hasil pengembangan dari kue tradisional *poffertjes* yang dipadukan dengan sentuhan modern melalui penggunaan sari buah naga merah sebagai substitusi cairan utama dalam adonan.

Selain penggunaan sari buah naga merah, produk ini juga dikembangkan melalui penambahan isian sebagai bentuk inovasi produk sekaligus strategi diferensiasi untuk meningkatkan daya tarik konsumen. Penambahan isian dilakukan sebagai upaya menciptakan variasi produk yang memiliki keunikan dibandingkan *Poffertjes* konvensional, sehingga dapat menjadi nilai tambah, meningkatkan minat beli konsumen, serta mendukung strategi promosi GYR *Poffertjes* sebagai produk *bakery* yang inovatif. Strategi ini diharapkan mampu memperkuat posisi produk ditengah persaingan pasar dengan menawarkan pengalaman konsumsi yang berbeda melalui kombinasi rasa, tampilan, dan tekstur yang lebih menarik.

Proses pembuatan produk ini menggunakan teknik pemanggangan dengan cetakan *poffertjes* untuk menghasilkan bentuk bulat yang presisi. Bahan baku yang digunakan meliputi campuran tepung terigu, maizena, gula, garam, ragi, *baking powder*, *vanilli* untuk bahan kering serta penambahan susu cair, telur, margarin dan sari buah naga merah.

Produk ini menggunakan dua jenis isian, yaitu ubi Cilembu dan keju *spread*. Ubi Cilembu dipilih karena memiliki rasa manis alami, tekstur yang lembut, serta aroma khas setelah dipanggang sehingga sesuai dipadukan dengan *poffertjes*. Selain memberikan cita rasa yang khas, pemilihan ubi Cilembu juga merupakan bentuk pemanfaatan komoditas pangan lokal Indonesia yang memiliki potensi untuk dikembangkan menjadi berbagai produk olahan sehingga dapat meningkatkan nilai tambah komoditas lokal dan mendukung diversifikasi pangan (Aisah et al., 2024)

Sementara itu, keju *spread* dipilih karena memiliki tekstur yang lembut sehingga mudah diaplikasikan sebagai isian serta menghasilkan cita rasa gurih (*savory*) yang mampu menyeimbangkan rasa manis dari ubi Cilembu dan adonan *poffertjes* buah naga merah. Selain mempertimbangkan karakteristik sensori, penggunaan keju juga didasarkan pada tren preferensi konsumen, khususnya kalangan remaja dan dewasa muda, yang menyukai produk *bakery* dan *dessert* berbahan dasar keju. Menurut (Muhammad Arvin Adli & Nurillah Jamil Achmawati Novel, 2024), karakteristik rasa dan fleksibilitas penggunaan keju menjadi salah satu faktor yang memengaruhi preferensi konsumen terhadap produk makanan berbahan dasar keju. Oleh karena itu, kombinasi ubi Cilembu dan keju *spread* diharapkan mampu meningkatkan daya tarik produk, memperluas segmentasi pasar, serta meningkatkan minat beli konsumen.

Produk ini dipasarkan dengan nama "GYR *Poffertjes*". Nama "GYR" merupakan singkatan dari nama anggota tim peneliti, yaitu Ghani, Yusup, dan Rizky, yang dipilih sebagai identitas merek (*brand identity*) produk. Penggunaan nama tersebut bertujuan untuk membangun identitas yang mudah dikenali dan diingat oleh konsumen serta merepresentasikan hasil kolaborasi tim dalam mengembangkan produk inovatif. Dengan demikian, GYR *Poffertjes* tidak hanya dikenal sebagai *poffertjes* berbahan sari buah naga merah, tetapi juga sebagai produk yang memiliki inovasi melalui penggunaan isian ubi Cilembu dan keju *spread* sehingga memberikan nilai tambah dan menjadi pembeda dibandingkan produk *poffertjes* lainnya di pasaran. Karakteristik utama dari produk ini adalah tampilan warna merah alami yang mencolok serta tekstur yang sangat lembut.

Pada tahap produksinya, setiap lubang cetakan diisi dengan adonan sebanyak 1 sdm atau setara 15 gram, kemudian ditambahkan isian sebesar 8 gram di dalamnya, jika sudah muncul buih atau gelembung diatasnya, adonan di balik agar bisa membentuk bulat menutupi isian. Untuk menjaga kualitas produk dan keamanan, produk dikemas dalam *papper box* dengan tutup mika untuk setiap pembelian berukuran 9 cm x 9 cm x 3 cm. Pemilihan kemasan ini bertujuan agar produk tetap terlihat tampilannya dan di sisi lain konsumen dapat langsung makan atau tetap aman dari debu jika dibawa pulang ke rumah.

1.4 Tujuan Rintisan Usaha

Hasil yang akan didapatkan dari penelitian ini untuk membuat rintisan usaha, industri terkait dan masyarakat umum, diantaranya adalah menghasilkan konsep rintisan usaha produk, kemasan, dan strategi pemasaran yang berpotensi untuk dikembangkan secara komersial di masyarakat.



