

## PENERAPAN STRATEGI START UP PADA BISNIS YANG BERFOKUS PADA PRODUK MAKANAN

**Fitra Jaya<sup>1</sup>**

Universitas Nurul Hasanah Kutacane<sup>1</sup>

### **ABSTRAK**

*Tawangmangu is one of the sub-districts in Karanganyar Regency with the majority of jobs as farmers. One of them is bananas which are widely available in the area, bananas can be processed into various various processed foods. Therefore, this research is to prove that product innovation can affect sales volume in business, currently the culinary business is growing rapidly in Indonesia. Start Up is a new business that is still in the development stage. Banana Chips is a snack product made from bananas which is innovated with various flavors ranging from savory, sweet and spicy. The use of bananas is not only for making banana chips but for various other processed food innovations such as melted banana chips and flour from banana peels which are no longer used or wasted. This innovation can add added value based on the benefits of wasted products. Marketing strategies used with digital marketing include Instagram, WhatsApp and Facebook.*

**Keyword:** *Start Up, Chips, Bananas*

**Korespondensi:** Fitra Jaya, SE., MM. Universitas Nurul Hasanah Kutacane.  
[fitra.se.mm91@gmail.com](mailto:fitra.se.mm91@gmail.com)

## **LATAR BELAKANG**

Indonesia merupakan Negara yang terdiri dari berbagai macam pulau dengan memiliki keanekaragaman budaya dan kekayaan alam yang melimpah. Selain itu, Indonesia juga memiliki sumber daya manusia yang membantu dalam mengelola kekayaan alam. Dilihat dari kondisi alam yang memiliki potensi cukup besar seperti hasil bumi pada bidang pertanian. Dari berbagai macam hasil bumi antara lain seperti buah-buahan, kacang-kacangan, umbi-umbian dan lain sebagainya. Oleh karena itu, pertanian di Indonesia merupakan salah satu sektor kunci perekonomian Indonesia.

Buah-buahan merupakan sumber makanan yang sangat dibutuhkan oleh masyarakat untuk memenuhi kebutuhan gizi dengan memiliki kandungan serat, vitamin dan mineral yang pada umumnya baik di konsumsi setiap hari seperti buah pisang. Pisang merupakan salah satu buah yang banyak dibudidayakan baik tanaman pekarangan maupun para petani, buah pisang memiliki kandungan vitamin A, C, dan B6 yang bermanfaat untuk meningkatkan kekebalan tubuh. Bisnis makanan, khususnya makanan olahan, adalah salah satu jenis bisnis yang sangat disukai. Ini karena minat pasar terhadap makanan yang tidak pernah berkurang. Industri makanan dengan skala menengah hingga besar dan industri rumahan, yang mencakup usaha mikro dan kecil, dibagi menjadi dua kategori (Zain et al., 2023). Perusahaan startup memiliki tujuan yang sama dengan perusahaan terbuka lainnya, yaitu mendapatkan keuntungan. Namun, karena usianya yang relatif muda, biasanya kurang dari satu tahun, membuat lebih sulit untuk menemukan catatan keuangan sebelumnya (Yanuarti & Dewi, 2018).

Di sisi lain, kemajuan teknologi tidak hanya cukup menantang bagi bisnis, tetapi juga merupakan peluang yang sangat besar yang dapat mengubah ekonomi dan bisnis. Perusahaan harus tetap waspada terhadap pola yang berkembang karena inovasi data dapat mendorong aktivitas bisnis dan meningkatkan intensitasnya (Zahra et al., 2022). Teknologi semakin mendominasi berbagai aspek kehidupan, termasuk dunia bisnis, yang menghasilkan peluang baru untuk inovasi bisnis, terutama startup berbasis teknologi (Lestari & Dwiridotjahjono, 2024). Transformasi digital secara khusus memengaruhi startup teknologi, yang merupakan komponen penting dari ekonomi digital (Fadillah et al., 2023).

Melimpahnya buah pisang terkadang menjadi busuk dan terbuang karena tidak dimanfaatkan dengan baik. Adanya peluang usaha dari olahan aneka makanan berupa buah pisang dapat menjadi usaha yang berkembang pesat salah satunya Keripik Pisang. Keripik Pisang merupakan produk makanan ringan aneka rasa yang digemari oleh masyarakat sebagai cemilan saat bersantai dan menjadi peluang bisnis menarik yang menjanjikan dengan keuntungan besar bagi pelakunya. Pandemi covid 19 menyebabkan banyaknya pelaku usaha berinovasi membuat usaha mulai dari aneka olahan makanan, barang, dan jasa. Rumusan masalah yang dapat diuraikan adalah bagaimana penerapan strategi penjualan Keripik Pisang dan bagaimana cara menghadapi kendala dalam usaha Keripik Pisang. Tujuan dari kajian ini adalah untuk menjelaskan penerapan strategi penjualan, dan untuk menjelaskan cara menghadapi kendala dalam usaha keripik pisang.

## **KAJIAN PUSTAKA**

Startup adalah perusahaan rintisan baru yang memasuki fase pengembangan untuk menemukan pasar dan berfokus pada teknologi atau aplikasi digital (Lestari & Dwiridotjahjono, 2024). Perusahaan startup adalah pertumbuhan (growth) bisnis yang berasal dari sebuah ide yang awalnya tidak jelas menjadi suatu peluang bisnis yang menggunakan teknologi atau digital saat ini (Yanuarti & Dewi, 2018). Startup adalah perusahaan yang baru berdiri atau sedang berkembang, sehingga sering disebut sebagai perusahaan rintisan. Startup adalah perusahaan yang bertujuan untuk membuat barang atau jasa baru yang inovatif di tengah ketidakpastian yang tinggi (Amalia et al., 2023).

## **METODE**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif studi kepustakaan karena tujuan penelitian adalah untuk memahami secara menyeluruh bagaimana industri makanan dapat digunakan untuk meningkatkan keberlanjutan dan daya saing perusahaan startup. Studi kepustakaan memungkinkan peneliti untuk menggabungkan berbagai sumber teoretis dan empiris yang relevan untuk menemukan solusi untuk masalah yang dirumuskan (Sukmawati & Tarmizi, 2022). Pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini

adalah Sampel Random Sampling yaitu sebuah sampel yang di ambil sedemikian rupa sehingga setiap unit penelitian (Simarmata & Situmorang, 2023) dari populasi mempunyai kesempatan yang sama untuk dipilih sebagai sampel, sehingga sampel dapat di evaluasi secara objektive.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Bahan baku merupakan bahan mentah yang diolah dan dapat di manfaatkan sebagai sarana produksi dalam suatu usaha. Dalam melakukan pengolahan keripik pisang, bahan baku utama yang di gunakan adalah pisang bahan baku penolong yang di gunakan adalah minyak goreng, kapur sirih, dan bumbu aneka rasa. Proses Produksi Keripik Pisang memiliki tahapan sebagai berikut :

Pengupasan, Pisang yang telah di pilih lalu di kupas di masukan kedalam wadah berisi air yang sudah diberi kapur sirih untuk di rendam selama 10 menit, kemudian di cuci bersih menggunakan air mengalir kemudian di potong menggunakan alat pengiris dengan bentuk keripik pisang bentuk koin. Penggorengan, Pisang yang sudah di iris dimasukkan ke dalam wajan yang telah di isi dengan minyak panas, minyak harus cukup banyak sehingga irisan pisang dapat tercelup ke dalam minyak. Selama penggorengan, di lakukan pengadukan secara pelan – pelan. Penggorengan dilakukan sampai keripik cukup kering dan renyah. Pengemasan, Sebelum dikemas Keripik Pisang di tiriskan dari minyak dan di dinginkan terlebih dahulu kemudian diberi bumbu aneka rasa setelah itu dimasukkan ke plastik kemasan.

Pembuatan Produk

Tahap Pertama :

Melakukan pemilihan dan proses pemotongan kulit pisang

Tahap Kedua :

Melakukan Pencucian pisang dan pemotongan pisang

Tahap ketiga:

Proses penggorengan

Tahap keempat :

Proses kemasan

Salah satunya mengolah dan memasarkan produk hasil pertanian yaitu Keripik Pisang. Mengolah buah pisang menjadi Keripik Pisang yang memiliki aneka rasa dengan cara membuat yang sederhana. Olahan Keripik Pisang dapat menjadi alternatif makanan ringan yang praktis dan memiliki daya simpan yang lama tanpa mengandung bahan pengawet. Selain itu, juga dapat meningkatkan nilai tambah dari produk Keripik Pisang beraneka rasa.

Melalui teknik pengolahan sederhana mulai dari proses pengupasan, perendaman menggunakan kapur sirih, pengirisan pisang berbentuk koin dan penggorengan serta tahap akhir pengemasan. Kondisi lingkungan juga mendukung kegiatan produksi keripik pisang dimana sanitasi dan pengelolaan limbahnya dikelola dengan baik. Bahan baku utama produksi keripik pisang di peroleh dari daerah sekitar seperti pasar tawangmangu. Bahan baku yang di butuhkan keripik pisang relatif sederhana dan mudah di jangkau. Sebagai langkah awal untuk mengetahui kebutuhan konsumen, pemilik menjajaki pasar dengan mengikutu pameran/event untuk memperkenalkan produk dengan bertemu langsung dengan konsumen sehingga dapat mendengar langsung kritik dan saran dari konsumen.

Penerapan strategi Keripik Pisang secara terpadu mengkombinasikan kedalam bauran pemasaran 4P dapat di jelaskan sebagai berikut :

#### 1. Strategi Produk

Produk adalah segala sesuatu yang dapat di tawarkan di pasar dan dapat memenuhi kebutuhan konsumen. Keputusan konsumen tidak hanya mengacu pada bentuk fisik produk tetapi juga kepuasan pelayanan dari pembelian produk. Strategi yang dilakukan dengan menjual Keripik Pisang label dan kemasan menggunakan *standing pouch*. Kemasan dan berat produk dilakukan dengan mempertimbangkan keberadaan produk yang sudah ada di pasaran khususnya daerah tawangmangu dan sekitarnya. Dalam hal ini menerapkan strategi produk dengan cara mengamati berinovasi pada produk baru.

#### 2. Strategi Harga

Harga relatif terjangkau dengan memberikan kualitas yang terbaik dengan harga yang ditawarkan tersebut. Harga jual yang ditetapkan mempertimbangkan semua biaya biaya

yang dikeluarkan saat proses produksi seperti biaya pembelian bahan baku, peralatan yang digunakan, kemasan, dan label produk.

### 3. Strategi Tempat

Strategi tempat atau distribusi merupakan salah satu strategi dalam sistem bauran pemasaran. Distribusi berkaitan dengan kegiatan penyampaian atau penjualan produk dari pihak produsen ke pihak konsumen. Saluran distribusi yang dilakukan adalah saluran distribusi langsung, yaitu menjual produk Keripik Pisang secara langsung ke konsumen.

### 4. Strategi Promosi

Cara promosi yang paling umum adalah dengan mengiklankan produk dan brand melalui siaran televisi, media cetak dan media online.

Salah satu cara mempromosikan produk Keripik Pisang melalui mulut ke mulut dan media sosial seperti Instagram dan WhatsApp serta mengikuti pameran yang diselenggarakan di daerah Tawangmangu dan sekitarnya. Promosi tidak hanya bersifat memberitahukan, namun juga dengan menyatakan suatu produk lebih baik dibandingkan produk lainnya. Tujuan dilakukan promosi dapat meningkatkan citra merk yang dimiliki Keripik Pisang.

### Sasaran

#### a. Segmentasi

Produk Keripik Pisang merupakan sebuah produk yang diproduksi secara langsung serta dijual langsung kepada pelanggan dan melalui mediaonline. Segmentasi dari produk Keripik Pisang dilihat dari segmentasi demografi yaitu untuk perempuan dan laki-laki dengan usia 6 tahun ke atas serta segmentasi geografis yang berlokasi di Tawangmangu dan sekitarnya. Untuk mendukung keberadaan produk Keripik Pisang juga melakukan pemasaran secara online melalui media sosial seperti Instagram dan WhatsApp.

#### b. Targeting

Pasar dari Keripik Pisang adalah penggemar cemilan keripik terutama keripik buah. Selain itu, para penggemar produk olahan buah dan makanan sehat juga menjadi salah satu target pembeli Keripik Pisang.

### c. Positioning

Posisi usaha produk Keripik Pisang termasuk dalam posisi dimanabanyaknya pesaing dengan produk sejenis dipasaran. Namun, produk Keripik Pisang memiliki keunggulan dari segi rasa dan inovasi baru seperti Keripik Pisang Lumer yaitu variasi rasa mulai dari gurih, manis dan pedas serta tentunya bebas bahan pengawet.

## KESIMPULAN

Start Up merupakan usaha yang baru masih dalam tahap pengembangan. Keripik Pisang merupakan produk makanan ringan yang terbuat dari buah pisang yang di inovasikan dengan berbagai varian rasa mulai dari gurih, manis dan pedas. Pemanfaatan buah pisang tidak hanya menjadi Keripik Pisang tetapi aneka olahan makanan lainnya yang di inovasikan seperti Keripik Pisang Lumer dan Tepung dari Kulit Pisang yang sudah tidak digunakan atau terbuang. Inovasi ini dapat menambah nilai tambah yang berbasis manfaat dari produk yang terbuang. Startegi pemasaran yang digunakan dengan digital marketing antara lain instagram, whatsapp dan facebook.

## DAFTAR PUSTAKA

- Amalia, N. A., Ramadhani, S., & Syahbudi, M. (2023). Analisis Pengaruh Karakteristik Bisnis Startup Terhadap Keputusan Investasi Pada Perusahaan Startup Syariah Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Ekonomi Akuntansi, Manajemen*, 2(2), 91–107.
- Fadillah, S. M., Zulkaidah Siregar, H., Abdillah, F., Fadilla, H., & Arif, M Manurung, P. (2023). Dampak Transformasi Digital Terhadap Inovasi Model Bisnis Dalam Start-Up Teknologi. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 3(3), 6111–6122. <https://j-innovative.org/index.php/innovative/article/view/2827>
- Lestari, A. D., & Dwiridotjahjono, J. (2024). Implementasi Pembelajaran Daring Dalam Pengembangan Bisnis Startup Melalui Studi Independen Di Pt Pintar Pemenang Asia. *Economic And Business Management International Journal*, 6(1), 1–7.
- Simarmata, D., & Situmorang, D. M. (2023). Penerapan Sistem Informasi Akuntansi Kota Batam. *Jurnal Kewirausahaan Bukit Pengharapan*, 1(1), 38–51.
- Sukmawati, R., & Tarmizi, M. I. (2022). Strategi Bisnis Startup Melalui Business Model Canvas: Studi Kasus Gojek Dan Airbnb. *Jurnal Cakrawala Ilmiah*, 27(2), 58–66. <http://117.74.115.107/index.php/jemasi/article/view/537>
- Yanuarti, I., & Dewi, H. (2018). Startup Bisnis Sebagai Alternatif Investasi: Studi Kasus Pada Pt. Fiture Teknologi Inovasi. *Ultima Management*, 10(2), 81–96.

Www.Startupranking.Com/Top/Indonesia

- Zahra, A., Munthe, I. H. N., Miranda, Rozi, Y. F., & Nurbaiti. (2022). Peluang Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Ukm) Dalam Pemasaran Ekonomi Digital Di Sumatera Utara. *Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi Dan Manajemen (Jikem)*, 2(1), 1272–1281. <https://ummaspul.E-Journal.Id/Jkm/Article/View/5225/2260>
- Zain, R., Jailani, H., Utomo, D. P., Ali, M., Sholihah, I., & Muhammad, F. (2023). Optimalisasi Bisnis Startup Melalui Program Inkubasi Bisnis. *Alpatih: Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 1(2), 1–8.