
**Merintis Usaha Inovatif Melalui Pembuatan Martabak Manis Mini
Sebagai Makanan Yang Lezat Dan Bernilai Ekonomis**

**Novia Ulfah¹, Nur Aisyah Juliana², Windi Ananda Rales³, Yolla Rahmi Yulli⁴, Yose
Vani Agustin⁵, Ramdani Bayu Putra⁶**

^{1,2,3,4,5,6}Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Putra Indonesia "YPTK" Padang

Email : noviaulfah490@gmail.com, aisyahjuliana728@gmail.com,
windianandarales126@gmail.com, yollarahmiy16@gmail.com, @agustinyosevanigmail.com,
ramdanibayuputra@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini dilakukan bertujuan untuk memenuhi *Problem Based Learning* (PBL) pada mata kuliah Kewiraswastaan serta untuk mengetahui, menganalisa dan meningkatkan pemahaman mengenai langkah penting dari seorang wirausahawan dalam menjalankan bisnisnya melalui analisis strategi pemasaran dalam upaya meningkatkan volume penjualan jasuke. Teknik pengumpulan data yang dilakukan yaitu dengan cara memproduksi dan berjualan. Jenis data yang digunakan yaitu data primer. Sedangkan teknik analisis data yang digunakan adalah analisis data kualitatif dan kuantitatif. Penelitian ini dilakukan dengan cara memproduksi serta berjualan martabak mini di sosial media dan titip ditoko. Hasil penelitian bahwa penjualan martabak mini memiliki keuntungan yang cukup selama penjualan. Pada penelitian ini diharapkan supaya orang-orang mampu menjadi kreatif dalam pengolahan makanan ataupun strategi pemasarannya untuk menjadikan makanan yang menarik dan diminati oleh masyarakat. Sehingga dengan membuat inovasi baru tersebut maka akan meningkatkan nilai jual dari makanan tersebut.

Kata Kunci: *Usaha Inovatif, Martabak Manis Mini, Ekonomis*

Abstract

This research was conducted with the aim of fulfilling *Problem Based Learning* (PBL) in Entrepreneurship courses and to find out, analyze and improve understanding of the important steps of an entrepreneur in running his business through analysis of marketing strategies in an effort to increase sales volume of Jasuke. The data collection technique used is by producing and selling. The type of data used is primary data. While the data analysis technique used is qualitative and quantitative data analysis. This research was conducted by producing and selling mini martabak on social media and in stores. The results of the research that the sale of mini martabak has a sufficient profit during the sale. In this study, it is hoped that people will be able to be creative in food processing or marketing strategies to make food attractive and attractive to the public. So that by making these new innovations it will increase the selling value of the food.

Keywords: *Innovative Business, Mini Sweet Martabak, Economical*

PENDAHULUAN

Saat ini wisata kuliner di Indonesia dipenuhi dengan berbagai macam variasi makanan, mulai dari camilan, kue, hingga masakan khas nusantara sehingga menjadi potensi bisnis yang sangat menguntungkan. Berbagai pengusaha kuliner memutar otak untuk menyajikan makanan yang berbeda dan memiliki inovasi, hal tersebut dilakukan untuk menarik perhatian konsumen terhadap jenis makanan yang diproduksi. Tidak jarang sekarang ini kita temukan berbagai jenis makanan yang unik dan baru, sehingga kita tertarik untuk mencobanya.

Dalam menghadapi tantangan bisnis termasuk menghadapi konsumen maka sebagai mahasiswa kita juga harus belajar dalam memasarkan suatu produk. Dalam praktikum mata kuliah kewirasastaan ini kami mencoba melakukan sebuah usaha kuliner sederhana guna mendapatkan pembelajaran untuk menjadi seorang wirausahawan. Salah satu peluang bisnis yang kami dapat manfaatkan adalah camilan yang sudah ada dan kami berikan inovasi sehingga berbeda dari yang sudah ada. Oleh karenanya kami memilih produk atas usaha yang akan dijalankan yaitu "Martabak Manis Mini". Dimana produk martabak yang sudah ada, kami beri inovasi yang berbeda yaitu dalam bentuk mini, dengan harga terjangkau dan dengan berbagai macam varian rasa. Sehingga diharapkan dapat dijangkau oleh seluruh kalangan masyarakat.

Keberadaan makanan ini merupakan sebagai salah satu makanan tradisional khas dari Indonesia yang memiliki rasa lezat, enak, nikmat dan juga mengandung nutrisi protein serta makanan ini telah dikenal dari masa ke masa. Oleh karena itulah, bisnis makanan ringan ini sungguh layak untuk dikembangkan menjadi salah satu bisnis kuliner alternatif yang ada di Indonesia. Adanya beberapa potensi yang dibahas sebelumnya di atas, maka kami ingin membuat usaha dalam bidang kuliner yaitu makanan ringan, dengan nama usaha makanan kami "MAMI HEAVEN (Martabak Manis Mini Heaven)" untuk dikembangkan menjadi usaha yang cukup besar sehingga masyarakat sekitar senantiasa selalu mengingat makanan tradisional khas dari Indonesia ini.

Tujuan usaha ini merupakan sebuah pencapaian tujuan usaha yaitu profit, akan tetapi tidak hanya sekedar profit saja yang kami coba temukan melainkan penekanan pada pengalaman sebuah proses wirausaha, belajar berwirausaha dan menambah penghasilan tambahan. Dan juga karena melalui penjualan dan pemasaran ini kami dituntut untuk berinteraksi dengan orang banyak, bagaimana cara menawarkan dengan baik dan sopan, meyakinkan pembeli untuk membeli produk yang ditawarkan dan memberikan pelayanan yang terbaik agar konsumen merasa puas serta sebagai syarat untuk memenuhi tugas praktek mata kuliah kewirausahaan.

Produk ini merupakan produk makanan dengan varian rasa yang lezat dan sehat yang akan memberikan inovasi baru didunia kuliner. Kami mencoba menghasilkan produk makanan dengan nama yang biasa didengar masyarakat tetapi dengan rasa dan bentuk yang berbeda yang belum pernah dijumpai atau ditemukan masyarakat. Selain bentuknya yang berbeda produk kami juga sangat lezat, sehat, serta aman untuk dikonsumsi oleh kalangan anak-anak sampai orang tua. Selanjutnya, untuk kedepannya kami memproduksi makanan kami secara meluas didaerah kami dengan harga yang terjangkau sesuai dengan kantong anak sekolah serta mahasiswa, sehingga anak-anak dan mahasiswa tertarik dan menyukai produk

kami.

Kewirausahaan adalah sebuah pandangan kata dari wirausaha. "wira" diartikan sebagaimana dalam kata perwira, pejuang, manusia unggul, atau gagah berani, dan "usaha" diartikan sebagai perbuatan untuk mencapai suatu tujuan. Begitupun dalam bentuk aslinya bahasa Inggris, *entrepreneurship*, diambil dari bahasa Perancis *entepende* memiliki arti petualang, pengambil resiko, pembawa perubahan, dan pencipta. Menurut Binus (2019) dalam [1], kewirausahaan adalah suatu proses mengidentifikasi, mengembangkan, dan menghasilkan visi kehidupan. Visi yang dimaksudkan tersebut seperti ide inovatif, peluang, cara yang lebih baik dalam menjalankan sesuatu, yang hasil akhirnya berupa penciptaan usaha baru yang dibentuk pada kondisi risiko atau ketidakpastian pasar. Keberhasilan berwirausaha dicapai menggunakan produk, proses, dan jasa-jasa inovasi sebagai alat untuk menggali perubahan. Menurut [2] Kewirausahaan adalah suatu ilmu yang mengkaji tentang pengembangan dan pembangunan semangat kreativitas serta berani menanggung risiko terhadap pekerjaan yang dilakukan demi mewujudkan hasil karya tersebut. Jadi dapat disimpulkan bahwa kewirausahaan adalah suatu ilmu bagaimana menciptakan suatu ide yang baru bahkan berani menanggung risiko untuk mengorbankan waktu, biaya dan tenaga demi terwujudnya ide tersebut sesuai dengan apa yang telah diharapkan.

2.1 Manfaat Kewirausahaan

Irfan Fahmi (2021) merumuskan manfaat kewirausahaan adalah: Memberi peluang dan kebebasan untuk mengendalikan nasib sendiri; Memberi peluang melakukan perubahan; Memberi peluang untuk mencapai potensi diri sepenuhnya; Memiliki peluang untuk meraih keuntungan; Memiliki peluang untuk berperan aktif dalam masyarakat dan mendapatkan pengakuan atas usahanya; Memiliki peluang untuk melakukan sesuatu yang disukai dan menumbuhkan rasa senang dalam mengerjakan. Kewirausahaan memiliki empat manfaat sosial; memperkuat pertumbuhan ekonomi, meningkatkan produktivitas, menciptakan teknologi, produk dan jasa baru, serta mengubah dan meremajakan pasar.

Menurut Suyanto (2011) manfaat kewirausahaan: Menambah daya tampung tenaga kerja, sehingga dapat mengurangi pengangguran; Sebagai generator pembangunan lingkungan, pribadi, distribusi, pemerliharaan lingkungan dan kesejahteraan; Memberi contoh bagaimana harus bekerja keras, tekun dan memiliki pribadi unggul yang patut diteladani; Berusaha mendidik para karyawannya menjadi orang yang mandiri, disiplin, tekun, dan jujur dalam menghadapi pekerjaan; Berusaha mendidik masyarakat agar hidup secara efisien Berdasarkan pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa kewirausahaan dapat memberikan manfaat bagi masyarakat yang ingin bekerja keras dalam berinovasi dan kreatif dalam mengurangi pengangguran sehingga dapat mensejahterakan dirinya maupun orang lain.

2.2 Pengertian Martabak Manis Mini

Martabak manis adalah panganan sejenis kue dadar yang biasa dijajakan di pinggir jalan di seluruh Indonesia dengan berbagai macam variasi nama. Berbeda dengan Martabak (atau Moortaba) yang berasal dari (dipengaruhi oleh budaya) India, kue khas yang dibuat oleh warga Tionghoa dari Kepulauan Bangka-Belitung juga dinamakan martabak. Martabak khas daerah ini disebut juga kue Hok Lo Pan (福佬粿)

Hok Lo Pan bermakna Kue Orang Hoklo. Tidak diketahui dengan jelas alasan mengapa Orang Hakka menciptakan kue ditambatkannya kata "Hoklo", kemungkinan hanya untuk menarik perhatian dan mendatangkan pembeli. Orang Hoklo sendiri tidak membuat kue

semacam itu. Martabak manis mini adalah jenis martabak dengan variasi yang baru yang memiliki bentuk unik yaitu mini dan dipenuhi berbagai macam topping topping yang bervariasi. Martabak mini yang bervariasi. Martabak mini ini memiliki tekstur dan cara pembuatan yang sama dengan martabak manis hanya saja bentuknya bentuknya yang mini. Martabak Martabak jenis ini mengkhususkan mengkhususkan produknya produknya pada martabak martabak manis dengan ukuran kecil (diameter 12 cm), karena itu kami menyebutnya martabak mini. Beberapa hal yang menjadi alasan diantaranya adalah:

3 Aspek Pasar dan Pemasaran

3.1 Promosi Penjualan

Untuk pemasaran produk kami menggunakan sosial media, seperti instagram, facebook, whatsapp, serta dari mulut ke mulut dan system titip ditoko. Saat berjualan kami membuat martabak untuk bahan testis bagi pembeli, ini agar pembeli dapat mencoba martabak kami terlebih dahulu dan kami juga berjualan di Gor H. Agus Salim Padang.

3.2 Analisis SWOT 3.2.1 Faktor

Internal 3.2.1.1 *Strength*

(Kekuatan)

3.2.1 Keunggulan Produk:

Kami mengangkat produk yang inovatif dimana produk yang sudah ada kami berikan kreatifitas dan dalam penjualannya dilakukan pada sore hari jadi dapat digunakan sebagai cemilam.

3.2.2 Bahan baku

Dalam pembuatan Martabak Manis Mini menggunakan bahan baku yang mudah didapatkan dan mempunyai harga yang terjangkau sehingga tidak perlu membutuhkan modal yang besar.

3.2.3 Harga bersahabat

Untuk harga Martabak Manis Mini disesuaikan dengan kantong warga masyarakat sekitar sehingga dapat dikatakan tidak terlalu mahal dibandingkan dengan harga martabak pada umumnya.

3.2.4 Banyak varian topping

Martabak manis mini kami memiliki beberapa varian topping diantaranya oreo, keju, ketan hitam, kacang, coklat meses dan kelapa parut. Dimana varian diatas dapat di mix seperti topping coklat dengan kacang, keju dengan oreo, dan lain sebagainya.

3.2.1.2 *Weakness* (Kelemahan)

a. Produk belum terkenal

Produk kami masih terbilang baru dan yang mana belum banyak orang yang mengetahui jualan kami. Oleh karena itu, kami melakukan promosi melalui media sosial, serta dari mulut ke mulut agar produk kami bisa dikenal oleh masyarakat.

b. Belum memiliki cukup pengalaman

Pengalaman untuk memulai usaha masih sangat minim dan merupakan pokok masalah yang harus diatasi.

c. Minimnya dana

Dikarenakan usaha ini merupakan usaha yang baru dimulai sehingga dalam permodalan tidak dapat semaksimal mungkin, akan tetapi dapat diatasi seiring berjalannya waktu.

d. Daya tahan produk

Martabak mini daya tahannya tidak sampai hingga satu hari sehingga penjualannya harus sehabis pembuatannya, selain itu ketika produk sudah lama tersimpan tekstur sudah tidak lagi legit lagi melainkan agak keras sehingga dapat mengurangi rasa maupun kelembutannya.

3.2.2 Faktor Eksternal

3.2.2.1 *Opportunities* (Peluang)

a. Banyak konsumen

Produk ini ditujukan pada semua golongan dan tingkat umur sehingga konsumen produk ini adalah seluruh lapisan masyarakat. Terlebih penjualan dilakukan pada konsumen secara langsung dimana jumlahnya sangatlah banyak.

b. Pemasaran

Untuk pemasaran produk ini bisa dibilang cukup mudah karena belum banyaknya penjual yang menjual martabak mini.

3.2.2.2 *Threat* (Ancaman)

a. Keacuhan konsumen

Dikarenakan produk martabak mini yang kami buat adalah inovasi yang kami lakukan dari produk yang sudah ada, maka terkadang ada sebagian konsumen yang tidak menyukai produk yang baru karena dirasa aneh dan karena sudah terbiasa dengan produk sebelumnya.

b. Munculnya pesaing

Produk ini belum ada yang menyamakan di area kampus UPI YPTK Padang, tetapi tidak menutup kemungkinan akan adanya pesaing yang bermunculan mengikuti martabak mini ini, karena produk ini juga mudah ditiru sehingga diperlukan kepercayaan konsumen dan tidak mengecewakan konsumen agar tetap percaya dengan produk yang kita jual.

3.3 Strategi Pemasaran

Memberikan potongan harga dalam upaya memperkenalkan produk, sehingga dengan begitu semua orang akan lebih tertarik membeli untuk mencicipinya. Selain itu, kami juga menyediakan martabak mini untuk testi bagi calon pembeli. Adapun strategi tersebut tentunya diharapkan bisa mengenalkan produk dan juga bisa menghasilkan repeat order. Apabila ada yang memesan banyak akan diberikan bonus. Bonus dapat berupa pengurangan harga asli atau bisa dengan penambahan produk. Diharapkan dengan pemberian bonus tersebut akan membuat pembeli merasa diuntungkan dan akan membeli produk kami terus menerus dan dapat menjadi pelanggan tetap.

3.4 Aspek Keuangan

3.1 Perincian Keuangan dan Modal

Modal awal untuk usaha ini berasal dari anggota kami sendiri yaitu 5 orang dengan masing-masing menyetorkan uang sebesar Rp. 25.000, jadi total modal usaha adalah Rp. 125.000,-

a. Biaya Variabel (variable cost)

Bahan Baku:

- | | |
|-----------------------------|--------------|
| - Tepung Segitiga Biru 1 Kg | Rp. 11.000,- |
| - Susu Bubuk/SKM | Rp. 2.000,- |

didasarkan pada beberapa faktor:

1. Ada beberapa martabak mini yang pada saat awal pembuatan tidak sempurna bentuknya sehingga tidak dapat dipasarkan melainkan dikonsumsi sendiri oleh anggota kelompok, sehingga mengurangi jumlah dan keuntungannya.
2. Ada beberapa konsumen yang menawarkan harga 3 buah martabak mini sebesar Rp. 5.000, sehingga stok dan keuntungan martabak menjadi berkurang.
3. Ada beberapa varian topping martabak yang kami jadikan sebagai tester untuk calon pembeli, sehingga mengurangi jumlah dan keuntungan.

SIMPULAN

Usaha makanan olahan Martabak mini ini adalah salah satu peluang usaha yang cukup menjanjikan untuk kedepannya. Apalagi sekarang ini sangat sulit untuk mencari pekerjaan, sehingga peluang usaha ini sangat baik apabila kita tekuni dan kita kembangkan lagi tergantung dari seberapa besar modal yang kita miliki. Selain itu juga bahwa dalam melakukan usaha dituntut untuk serius dan Fokus, kita tidak bisa dalam memulai bisnis itu secara setengah tengah, dan dikerjakan sambil lalu meskipun usaha tersebut berupa usaha sampingan. Kegagalan berusaha sebenarnya bukan disebabkan oleh orang lain namun berasal dari diri kita sendiri, dengan demikian ketekunan dalam menjalankannya adalah suatu keharusan. Perhitungan perhitungan yang matang selayaknya dilakukan di awal awal memulai usaha karena sekali kita salah dalam perhitungan diawal maka yang terjadi adalah efek berantai dimana kita akan terus menerus mengalami kesalahan, sementara modal lama kelamaan tersedot habis Sudah sewajarnya apabila kita ingin memulai usaha belajar kepada mereka yang lebih sukses agar kita dapat memilah mana yang pas dan mana yang kurang. Dengan demikian kita akan terhindar dari resiko yang lebih besar.

DAFTAR PUSTAKA

- W. Setyaningsih, "Peningkatan keahlian desain bagi pemuda karang taruna dalam mendukung kewirausahaan," *MARTABE J. Pengabd. Masy.*, vol. 3, pp. 5–9, 2020.
- Irham Fahmi, *KEWIRAUSAHAAN: Teori, Kasus dan Solusi*, Edisi Regu. Alfabeta, 2021.
- Thomas W Zimmerer, *MANFAAT KEWIRAUSAHAAN*. Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2011.
- M Suyanto, *Everyone can become a succesful entrepreneur*. Yogyakarta: Andi, 2011