

BAB III

TOPIK BAHASAN

3.1 Latar Belakang

Untuk Mahasiswa yang ingin menjadi wirausaha, Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi Republik Indonesia memulai program Wirausaha Merdeka. Program ini memberikan kesempatan kepada siswa untuk mengikuti Program Wirausaha Unggulan di universitas lain.

Program ini mendorong peserta untuk memiliki kemampuan untuk mengembangkan dan memverifikasi model bisnis serta *prototype*-nya dengan mengaitkannya dengan strategi berkelanjutan di empat bidang : dalam konteks bisnis, Ekonomi, Lingkungan, Sosial, dan Tata Kelola semuanya relevan. Data lingkungan bisnis, data pasar, kebutuhan atau masalah, daftar *supplier*, model bisnis, konsep operasional, konsep keuangan, konsep *team building*, dan konsep *action plan* yang didasarkan pada konsep keberlanjutan adalah semua elemen yang harus dimasukkan. akan diberikan kepada peserta.

Peserta mampu membuat dan menguji model bisnis

dan *prototype*-Nya dengan pendalaman pada strategi keberlanjutan di empat bidang dalam konteks bisnis yaitu : Ekonomi, Lingkungan, Sosial, dan Tata Kelola semuanya relevan.

Peserta akan mempunyai data lingkungan bisnis, data pasar, kebutuhan atau masalah, daftar *supplier*, model bisnis, konsep operasional, konsep keuangan, konsep *team building*, dan konsep *action plan* yang didasarkan pada konsep keberlanjutan.

Nugget adalah salah satu jenis makanan beku yang telah dipanaskan sampai setengah matang dan kemudian dibekukan. Untuk menjaga kualitasnya saat disimpan, nugget dibuat dari daging yang dikukus, ditutupi dengan perekat tepung basah, dan kemudian dilapisi dengan tepung panir. Tepung sagu atau maizena dapat digunakan sebagai pengganti tepung terigu.

Nugget udang adalah hidangan yang terbuat dari daging udang yang dicincang, dicampur dengan bahan – bahan lain seperti tepung roti, rempah, dan bumbu – bumbu, lalu digoreng hingga berwarna keemasan. Makanan ini populer di beberapa negara dan sering dihidangkan sebagai camilan atau hidangan pembuka.

Nugget udang biasanya memiliki rasa gurih dan tekstur renyah di luar serta lembut di dalam.



Gambar 3.1 Produk Nugnug Nugget Udang Sayur

Faktor yang berkontribusi pada pertumbuhan sebuah usaha agar bisa bersaing dengan produk yang terbaik maka kunci sukses adalah strategi pemasaran dan menentukan *break even point* dan *break even quantity*. Dalam awal usahanya Nugnug Nugget Udang Sayur tanpa strategi pemasaran, karena bisnis ini baru awal berdiri, sehingga bisnis usaha sering kali mudah terjadinya kegagalan dalam memasarkan produk, meskipun energi dan semangat yang ditanamkan dalam memulai sebuah usaha seringkali besar tantangan yang dihadapi pun tak kalah berat. Salah satu masalah dalam memasarkan produk yaitu kurangnya minat pelanggan

dalam membeli produk tersebut dan banyaknya persaingan yang sengit dalam industri yang membuat sulit untuk mempertahankan pangsa pasar. Tidak hanya itu, bisnis ini harus juga menentukan *break even point* dan *break even quantity* untuk menentukan harga jual. Upaya untuk menghindari kegagalan tersebut melibatkan pemahaman terhadap konsep *segmenting*, *targeting*, *positioning*, dan menentukan *break even point* dan *break even quantity*. Dari permasalahan yang dijelaskan, metode yang digunakan untuk menyelesaikan permasalahan tersebut adalah dengan menggunakan metode strategi pemasaran, *break even point* dan *break even quantity*. Strategi pemasaran adalah pernyataan tentang bagaimana suatu merek produk dapat mencapai tujuannya atau menggunakannya sebagai alat dasar untuk mencapai tujuan perusahaan dengan mempertahankan keunggulan bersaing melalui pasar yang dimasuki dan program pemasaran untuk melayani pasar sasaran. Dengan adanya strategi *segmenting*, *targeting*, dan *positioning* diharapkan dapat membuka segmen pasar yang sebenarnya masih besar untuk menghindari persaingan yang sangat ketat. Penerapan konsep *segmenting* mengevaluasi pemasaran dari segi kriteria

dasar yang melibatkan usia, kelas ekonomi, jenis kelamin, domisili, gaya hidup, hobi, dan kebiasaan. Dari beberapa segmen tersebut, memiliki target konsumen yang ingin dicapai dan memiliki karakteristik tersendiri dalam penjualan produk. *Break even point* adalah dimana bisnis memiliki kemampuan untuk mengurangi biaya dengan memaksimalkan keuntungan mereka. *Break even quantity* adalah jumlah unit produk yang harus dijual oleh perusahaan untuk mencapai titik impas. Sebelum menentukan *break even point* dan *break even quantity* bisnis harus menentukan *fixed cost*, *variable cost*, margin kontribusi, target laba, dan harga jual.

Penelitian ini bertujuan untuk merancang ide atau metode bisnis yang efektif dalam pengembangan produk Nugnug Nugget Udang Sayur dalam memasarkan produk dan mampu bersaing dalam pangsa pasar sehingga tidak akan terjadinya kegagalan untuk usaha bisnis tersebut. Hal ini akan dilakukan pendekatan strategi pemasaran dengan menerapkan *segmenting*, *targeting*, *positioning*, dan menentukan *break even point* dan *break even quantity*.

3.2 Rumusan Masalah

Salah satu rumusan masalah yang dapat diangkat oleh penulis adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana mengetahui tentang *sustainable development goals* program wirausaha merdeka pada bisnis produk nug Nugget udang sayur?
2. Bagaimana mampu mengidentifikasi dan menerapkan *design thinking* program wirausaha merdeka pada bisnis produk nug Nugget udang sayur?
3. Bagaimana mampu melakukan *business model canvas* dalam mengembangkan bisnis produk nug Nugget udang sayur?
4. Bagaimana mampu membuat produk usaha nug Nugget udang sayur mulai dari awal hingga akhir?
5. Bagaimana mampu memanfaatkan *break even point* dan *break even quantity* dalam bisnis produk nug Nugget udang sayur?
6. Bagaimana mampu menggunakan strategi pemasaran yang efektif untuk bisnis produk nug Nugget udang sayur?

3.3 Tujuan dan Manfaat

3.3.1 Tujuan

Tujuan dari Program Wirausaha Merdeka ini adalah :

1. Mampu mengetahui tentang *sustainable development goals* program wirausaha merdeka pada bisnis produk nugget udang sayur.
2. Mampu mengidentifikasi dan menerapkan *design thinking* program wirausaha merdeka pada bisnis produk nugget udang sayur.
3. Mampu melakukan business model canvas dalam mengembangkan bisnis produk nugget udang sayur.
4. Mampu membuat produk usaha nugget udang sayur mulai dari awal hingga akhir.
5. Mampu memanfaatkan *break even point* dan *break even quantity* dalam bisnis produk nugget udang sayur.
6. Mampu menggunakan strategi pemasaran yang efektif untuk bisnis produk nugget udang sayur.

3.3.2 Manfaat

Dari pembuatan laporan dan wirausaha merdeka ini menghasilkan manfaat sebagai berikut :

Bagi Penulis

1. Mendapatkan pengetahuan tentang *sustainable development goals* dan bagaimana menerapkannya dalam bisnis nug Nugget udang sayur.
2. Meningkatkan kemampuan memecahkan masalah, empati, dan inovasi dalam mengembangkan bisnis nug Nugget udang sayur.
3. Mampu merumuskan model bisnis yang jelas dan terstruktur untuk bisnis nug Nugget udang sayur.
4. Menguasai proses pembuatan produk nug Nugget udang sayur dari awal hingga akhir, termasuk pemilihan bahan, pengolahan, dan pengemasan.
5. Mampu menghitung *break even point* dan *break*

even quantity untuk bisnis nugget nugget udang sayur dan menggunakan untuk mengambil keputusan bisnis yang tepat.

6. Mampu merumuskan strategi pemasaran yang tepat untuk menjangkau target pasar dan meningkatkan penjualan nugget nugget udang sayur.

Bagi Pembaca

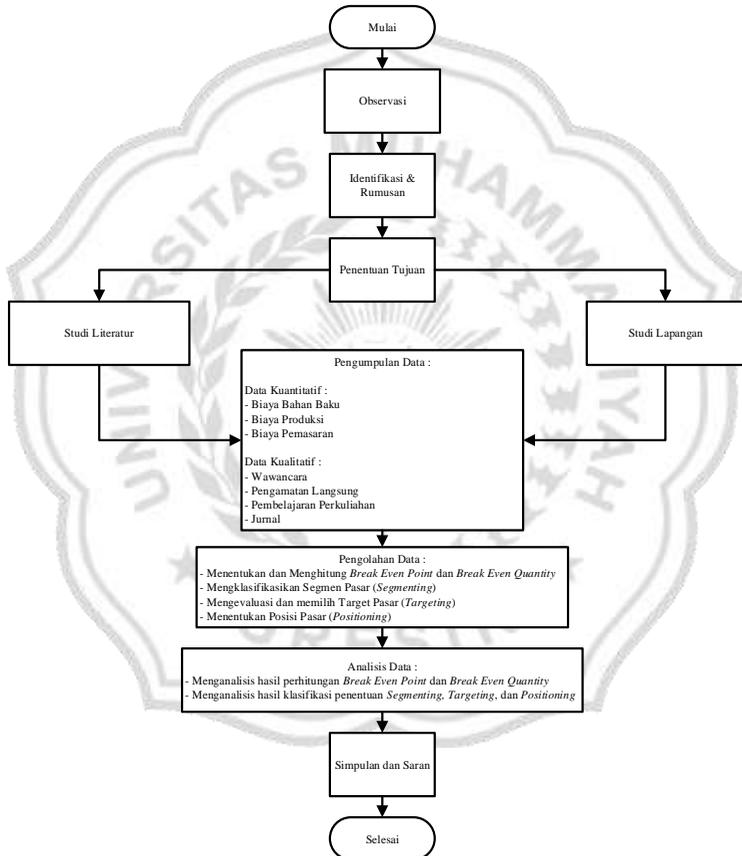
1. Memahami konsep *sustainable development goals* dan manfaatnya bagi lingkungan dan masyarakat dalam konteks bisnis nugget nugget udang sayur.
2. Memahami proses *design thinking* dan bagaimana hal itu dapat menghasilkan produk dan layanan lebih baik.
3. Memahami komponen penting dalam *business model canvas* dan bagaimana menerapkannya pada bisnis mereka.
4. Mendapatkan panduan praktis tentang cara membuat nugget nugget udang sayur yang lezat dan bergizi.

5. Memahami konsep *break even point* dan *break even quantity* untuk bisnis mereka sendiri.
6. Mendapatkan ide dan strategi pemasaran yang dapat diterapkan pada bisnis mereka sendiri.



3.4 Skenario Penyelesaian Masalah

Adapun diagram (*flowchart*) skenario penyelesaian masalah dari penelitian ini dapat di lihat pada gambar berikut :



Gambar 3.2 *Flowchart* Skenario Penyelesaian Masalah

Berdasarkan *flowchart* langkah penelitian diatas, maka dapat dijelaskan langkah – langkah dalam melakukan penelitian ini adalah sebagai berikut :

a. Observasi

Observasi awal penelitian melakukan wawancara kepada karyawan Nugnug Nugget Udang Sayur. Dari hasil wawancara tersebut, peneliti dapat mengetahui permasalahan yang ada. Bahwa terdapat masalah produk yang belum mampu mencapai tujuan yang maksimal. Dari hasil wawancara itu penulis memilih melakukan penelitian terkait dengan menentukan strategi pemasaran, mengurangi biaya untuk mendapatkann keuntungan, dan unit produk penjualan.

b. Identifikasi dan Rumusan

Setelah melakukan observasi, hal harus dilakukan adalah identifikasi atau pengumpulan informasi dari karyawan Nugnug Nugget Udang Sayur dan membuat rumusan masalah berdasarkan apa yang terjadi di lapangan. Adapun masalah yang diangkat adalah pemasaran produk menggunakan metode STP, BEP, dan BEQ.

c. Penentuan Tujuan

Tujuan dari penelitian ini mengacu pada latar belakang, sehingga penelitian yang dilakukan memiliki arah dan sasaran yang tepat yaitu menentukan strategi pemasaran, mengurangi biaya untuk mendapatkan keuntungan, dan unit produk penjualan.

d. Studi Literatur dan Studi Lapangan

Mengamati kondisi lapangan dan menyesuaikan dengan sumber literatur yang diperoleh dari perkuliahan, jurnal, dan artikel untuk memahami metodologi yang berkaitan. Dalam studi lapangan dilakukan wawancara pada karyawan Nugnug Nugget Udang Sayur.

e. Pengumpulan Data

Cara pengumpulan data yang digunakan adalah dengan wawancara karyawan Nugnug Nugget Udang Sayur untuk mendapatkan data kuantitatif berupa data biaya bahan baku, biaya produksi, dan biaya pemasaran. Data kualitatif dengan cara pengamatan langsung, pembelajaran perkuliahan, dan mengamati jurnal terkait.

f. Pengolahan Data

Setelah data terkumpul, data diolah berdasarkan metode dan tujuan awal penelitian yaitu :

- Menentukan dan menghitung *break even point* dan *break even quantity*.
- Mengklasifikasi segmen pasar (*segmenting*).
- Mengevaluasi dan memilih pasar (*targeting*).
- Menentukan posisi pasar (*positioning*).

g. Analisis Data

Hasil pengolahan data dianalisis untuk menentukan berapa biaya yang dikeluarkan, unit produk yang dijual dengan menggunakan metode *break even point* dan *break even quantity*, mengetahui segmen pasar yang lebih kecil dengan karakteristik, memilih beberapa segmen pasar yang paling menarik dan menguntungkan, menciptakan citra yang unik dan berbeda dengan produk lain dengan menggunakan metode *segmenting*, *targeting*, dan *positioning*.

h. Simpulan dan Saran

Kesimpulan dibuat berdasarkan hasil analisis data dan memberikan saran kepada pelaku bisnis berdasarkan hasil analisis.