

MINAT DAN STRATEGI PEMASARAN NASTAR DAUN KELOR SEBAGAI PELUANG BISNIS UNTUK MASYARAKAT GENERASI MILENIAL DI KOTA DENPASAR

**Komang Asta Guna Abdi Putra, Pande Putu Juniarta,
I Gede Dirga Surya Arya Widhyadanta**

Kewirausahaan, Institut Pariwisata dan Bisnis Internasional
astagunaputra7@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian kali ini membahas tentang bagaimana Minat Masyarakat di Kota Denpasar terutama pada kalangan Generasi Milenial dalam pengembangan usaha Kue Kering guna meningkatkan pendapatan ekonomi dan meningkatkan penjualan, pada pokok permasalahan penelitian ini, dalam pengembangan usaha yang dilakukan dalam meningkatkan pendapatan pada usaha Nastar Daun Kelor. Populasi dalam penelitian ini adalah beberapa perwakilan dari Generasi Milenial di Kota Denpasar Teknik pengumpulan data menggunakan wawancara dan dokumentasi. Uji prasyarat analisis dalam penelitian ini meliputi uji normalitas, Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengembangan usaha yang dilakukan oleh Nastar Daun Kelor, ada pula mengetahui seberapa daya Tarik minat beli konsumen terhadap kontribusi pengembangan usaha yang dilakukan oleh Nastar Daun Kelor dalam meningkatkan pendapatan marginal rumah tangga, dan perspektif ekonomi dan meningkatkan penjualan terhadap pengembangan usaha yang dilakukan pada Nastar Daun Kelor. Jenis penelitian yang digunakan adalah dengan cara wawancara yang dimana lebih menuju kalangan Generasi Milenial yang bekerja di industri Entertainment, ataupun Pekerja swasta yang memiliki dampak baik dalam sector usaha Hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam pengembangan usaha yang dilakukan pada Nastar Daun Kelor, umumnya menggunakan tiga faktor produksi diantaranya yaitu modal berupa uang dan peralatan, tenaga kerja, dan keahlian keusahawanan. Serta kekuatan dalam mempromosikan barang/jasa tersebut.

Kata Kunci : Strategi, Pemasaran, Milenial, Nastar

ABSTRACT

This research discusses the interest of the community in Denpasar City, especially among the Millennial Generation, in developing the Dry Cake business in order to increase economic income and increase sales, in the main problem of this research, in business development carried out to increase income in the Moringa Leaf Nastar business. The population in this study were several representatives of the Millennial Generation in Denpasar City. Data collection techniques used interviews and documentation. The analysis prerequisite tests in this research include normality tests. This research aims to determine the business development carried out by Nastar Daun Kelor, and also to find out how attractive consumer buying interest is to the

contribution of business development carried out by Nastar Daun Kelor in increasing household marginal income, and an economic perspective and increasing sales towards business development carried out at Nastar Daun Kelor. The type of research used is by interview which is more aimed at the Millennial Generation who work in the entertainment industry, or private workers who have a positive impact in the business sector. The results of the research show that in business development carried out at Nastar Daun Kelor, three production factors are generally used, namely capital in the form of money and equipment, labor and entrepreneurial skills. As well as the strength in promoting these goods/services.

Keywords: *Strategy, Marketing, Millennials, Nastar*

I. PENDAHULUAN

Perekonomiannya Indonesia tentu mempunyai masalah-masalah ekonomi, masalah ini merupakan masalah pokok yang dihadapi dan perlu penanganan khusus dari pihak pemerintahan. Nugraha (2020), masyarakat yang memiliki penghasilan mandiri sehingga tak terikat dengan yang lain akan mencukupi keinginan serta perusahaan mikro terus juga ikut dalam membantu pemerintah dalam menciptakan lapangan pekerjaan, terutama bagi masyarakat yang berpendidikan rendah (Manalu, 2019) Kue nastar ialah jenis kue kering yang dibuat dari tepung terigu, gula halus, margarin, serta kuning telur yang diisi dengan selai buah nanas (Ariyani, 2019). Moringa oleifera atau yang biasa disebut sebagai tanaman kelor merupakan jenis tanaman perdu yang bermanfaat untuk kesehatan. Tanaman kelor dapat dijadikan sebagai makanan, obat, kosmetik, dan industri yang memiliki sumber gizi yang baik (Kuma 2019) Menurut Kizah (2021) menyatakan bahwa “mengingat fungsi dan manfaat tanaman kelor yang sangat beragam, baik dalam bidang farmasi/ obat-obatan, pangan, maupun lingkungan, Strategi pemasaran pada dasarnya adalah rencana yang menyeluruh, terpadu dan menyatu di bidang pemasaran, yang memberikan panduan tentang kegiatan yang akan dijalankan untuk dapat tercapainya tujuan pemasaran suatu perusahaan (Ciptono, 2018). BPS (Badan Pusat Statistik) mengklasifikasikan struktur umur penduduk Indonesia menurut William Frey (2023) dalam *Analysis of Census Bureau Population Estimates*. Telah diteliti oleh Azlina Darusman Putri dengan judul “Uji Kualitas Makanan kue kering Di Pasar Besar Madiun Ditinjau Dari Aspek Pengujian kadar gula yang dijual penjajan di Pasar Besar Kota Madiun Tahun 2017”. Nastar termasuk dalam sugar pastry, adonan pastry yang rasanya manis dibuat dengan sistem kering, yaitu bahan-bahan diaduk sehingga menyerupai partikel-partikel seperti pasir kemudian baru dibentuk dan dioven (Agustina, 2020).

Produk yang di buat merupakan suatu inovasi dari kue kering yaitu *cookies* nastar, dimana *cookies* biasanya hanya menggunakan bahan yang sudah biasa di pergunakan seperti tepung, telur, dan gula tetapi peneliti ingin membuat suatu trobosan yang baru dengan menambahkan bubuk daun kelor tanpa mengurangi konsentrasi dari tepung terigu tersebut, tentunya makanan yang peneliti buat ini, merupakan trobosan yang sehat

Berwirausaha adalah kegiatan untuk melakukan suatu usaha berdasarkan ide-ide kreatif dan inovatif dengan karakteristik kepribadiannya berani menghadapi tantangan, sikap mental, mempunyai kepercayaan diri, berorientasi kemasa depan serta keterampilan untuk memenuhi kebutuhan (Buchari, 2019). Strategi Pemasaran, merupakan hal yang sangat penting bagi perusahaan dimana strategi pemasaran merupakan suatu cara mencapai tujuan dari sebuah perusahaan

II. METODE PENELITIAN

Tempat dan waktu penelitian merupakan hal yang sangat penting. Lokasi penelitian merupakan tempat dimana penelitian dilakukan maka akan terciptanya suatu tujuan dalam

melakukan penelitian dan waktu penelitian merupakan penanda waktu penelitian ini dilakukan di Kota Denpasar, Definisi Operasional Variabel Menurut Tritjahjo (2019), variabel penelitian merupakan objek yang menempel pada diri subjek berupa suatu data

yang dikumpulkan dan menggambarkan suatu kondisi atau nilai masing-masing subjek penelitian. Selanjutnya Arikunto (2014) menjelaskan bahwa variabel penelitian merupakan segala sesuatu yang dilaksanakan oleh peneliti, Jenis dan sumber data peneliti gunakan pada penelitian ini Untuk menentukan jenis dan sumber data apa saja yang tepat dilakukan. Guna mengetahui secara ringkas dan dapat di pahami. Dan akan dijelaskan sebagai berikut. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Penelitian kualitatif menurut Sugiyono (2022) merupakan metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat interpretif yang digunakan untuk meneliti dengan kondisi obyek yang alamiah

Teknik pengumpulan data merupakan cara yang digunakan peneliti untuk mendapatkan data dalam suatu penelitian. Menurut Sugiyono (2020), dalam teknik pengumpulan data, triangulasi diartikan sebagai teknik pengumpulan data yang bersifat menggabungkan dari berbagai teknik pengumpulan data dan sumber data yang telah ada. Teknik analisis data yang penulis gunakan pada penelitian ini adalah teknik analisis deskriptif kualitatif. Teknik ini merupakan proses menafsirkan data, menjelaskan pola, atau kategori, mencari hubungan berbagai variabel dengan memaparkan dalam bentuk keterangan kata-kata secara sistematis yang diperoleh dari hasil wawancara.

III. PEMBAHASAN

Generasi milenial merupakan generasi yang terlahir antara tahun 1983 – 1996, tetapi yang lebih menjawai dalam generasi milenial ini, mereka yang lahir di tahun 2000-an yang lebih melek mengenai perkembangan dan trend teknologi membuat lebih mudah beradaptasi dengan perkembangan teknologi yang kian cepat berkembang, Seperti halnya daerah-daerah lain di Indonesia generasi milenial sangat memiliki cara yang berbeda dalam melakukan sesuatu, dengan adanya internet yang mencakup *social media* seperti (Instagram, Tiktok, X, WhatsApp, dll) membuat

kemajuan dalam usaha sangat erat, ditambah hal yang viral sedikit jikalau generasi milenial yang melakukannya akan tambah Viral, ditambah di Kota-Kota Di Indonesia terutama Kota Denpasar saat memiliki Generasi Milenial yang banyak, dari pada mereka menggunakan *social media* untuk hal yang *negative*, alangkah baiknya dari sekarang megajarkan arti promosi, agar menambah rasa jiwa pekerja keras, untuk bekal nantinya. Kue kering merupakan kue yang sangat di nanti Ketika hari raya, salah satunya adalah Nastar, kali ini nastar yang dimaksud adalah Nastar Daun Kelor penulis sangat menyukai olahan Nastar ini, dan menjadikan nya sebagai salah satu ide dalam jualan, dengan memberikan takaran yang pas dalam memberikan hasil kepada pembeli nantinya, bukan hanya itu saja, kali ini Nastar Daun Kelor akan dipasarkan di usaha penulis yaitu @Rotibakar_favorite dimana usaha kali ini dimulai saat usia 18 Tahun dan saat ini sedang berjalan 5 Tahun hingga selamanya, sehingga memasarkan lewat media *social* seperti Instagram, TikTok, Facebook merupakan kemudahan dalam menjual *product* tersebut. Penelitian ini dilakukan dengan wawancara mendalam (*indepth interview*). Karakteristik informan merupakan unsur terpenting dalam melakukan sebuah penelitian karena dengan mengetahui karakteristik responden.

Penerapan Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Strategi Pemasaran Nastar Daun Kelor Strategi pemasaran merupakan faktor terpenting dalam sebuah usaha. Strategi pemasaran adalah rencana menjabarkan ekspektasi usaha akan berdampak dari berbagai aktifitas dan program pemasaran terhadap permintaan produk Mekanisme pada marketing dapat mengkoordinasi program-program pemasaran secara terintegrasi dengan sinergistik. Berdasarkan hasil

penelitian ditemukan bahwa Nastar Daun Kelor, menerapkan marketing sesuai dengan teori yang terdapat dalam buku Suharno dan Santoso (2010) *Product* (Produk) merupakan salah satu faktor terpenting dalam marketing yang memiliki peranan utama dalam menentukan kegiatan suatu usaha.

Price (Harga) merupakan elemen terpenting yang harus diperhatikan untuk menarik konsumen. Penentuan harga yang terjangkau sangat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen terhadap produk yang ditawarkan *Place* atau lokasi memiliki peranan penting dalam membangun sebuah usaha baik dari segi barang atau jasa. Lokasi yang strategis menjadi salah satu penentu keberhasilan usaha.

Faktor Pendukung dan Penghambat Strategi Pemasaran Terhadap Penjualan Produk Nastar Daun Kelor

Dalam menjalankan suatu bisnis tentunya ada faktor yang menghambat dan faktor pendukung berlangsungnya sebuah usaha. Sama halnya dengan usaha Nastar Daun Kelor yang juga memiliki kendala dan pendukung dalam kesuksesan dan kemajuan usahanya serta persaingan bisnisnya. Manajemen Yang Baik Adanya manajemen yang baik dan terstruktur dalam kegiatan pemasaran Nastar Daun Kelor mengalami kemajuan dan peningkatan pada usahanya. perencanaan yang baik mengenai bagaimana *Product* dapat mengelola dan mengembangkan usahanya dengan baik dalam menghadapi persaingan. Pelayanan Yang Baik Pelayanan memiliki peran penting dalam kemajuan suatu usaha. Service yang baik dapat mempengaruhi konsumen untuk loyal terhadap produk yang ditawarkan. Hal ini dilakukan oleh Nastar Daun Kelor yang memberikan pelayanan prima bagi pelanggannya serta tidak membedakan dalam pelayanan. Dukungan Dari Masyarakat Dukungan masyarakat merupakan faktor terpenting dalam keberlangsungan usaha. Dengan adanya masyarakat yang membeli produk Nastar Daun Kelor secara tidak langsung telah berkontribusi terhadap kelancaran dan kesuksesan usaha ini, Lokasi yang strategis yaitu berada di tengah-tengah kota.

Faktor Penghambat Penerapan Strategi Pemasaran Terhadap Penjualan Produk Nastar Daun Kelor

Faktor Internal Struktur organisasi yang belum terbentuk, sumber daya manusia yang masih minim dengan kata lain rendah. Karena Nastar Daun Kelor juga bergerak dibidang jasa maka penghambat utama adalah karyawan yang belum memadai, Faktor Eksternal Pada produk Nastar Daun Kelor menawarkan harga yang bervariasi pada setiap produk sehingga kendala yang dihadapi saat ini adalah uang kembalian.

IV. SIMPULAN

Dari kesimpulan yang di dapatkan, akan mendapatkan kesimpulan bahwa, Minat Konsumen terhadap Produk yang dihasilkan oleh Nastar Daun Kelor sangat tinggi, dikarenakan kreatifitas yang disajikan membuat masyarakat terbuka lebar akan manfaat dan hasil apa saja yang bisa di Kelola dengan munculnya inovasi terbaru, ditambah hari raya membuat masyarakat sangat membutuhkan hantaran seperti *Hampers* untuk bisa dibagikan kepada sesama umat ber Agama dikarenakan keunikan yang membuat daya minat dan daya Tarik untuk membeli dan menjadikannya bisnis sangat disetujui. Strategi pemasaran yang dijelaskan sangat membuka lebar para Generasi Milenial akan teknologi, mulai dari memanfaatkan *social* media sebagai wadar ber-niaga, dan platform lainnya yang sangat berkembang pesat, maka dari itu, generasi milenial sangat mengetahui bawa memanfaatkan *social* media sangat berpengaruh besar terhadap para wirausahawan guna meningkatkan promosi dalam usaha yang dimilikinya

Berdasarkan penelitian yang telah selesai dilakukan, maka peneliti dapat memberikan saran sebagai berikut, Bagi pemilik usaha Nastar Daun Kelor di Kota Denpasar diharapkan

dapat memperluas pangsa pasar melalui mekanisme marketing berupa promosi agar dapat meningkatkan penjualan dan memperoleh keuntungan yang optimum. Bagi pemerintah diharapkan dapat melakukan kegiatan atau program pembinaan bagi industri kecil menengah, sehingga dapat mengatasi berbagai permasalahan, kebutuhan dan hambatan yang dialami oleh pengusaha. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat mengkaji lebih lanjut mengenai variabel marketing dengan menggunakan metode analisis yang berbeda.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina. 2020. *Nastar termasuk dalam sugar pastry, adonan pastry yang rasanya manis dibuat dengan sistem kering* : Universitas Indonesia
- Brenda. 2019. *mengaplikasikan pendekatan teknologi menuju kehidupan mereka dan berharap perusahaan* : Univerias Islam Neeri
- Bolton. 2021. *Generasi Y atau milenial merupakan generasi yang mendominasi dunia kerja saat ini* : Universitas Indonesia
- Ciptono. 2018. *Strategi pemasaran pada dasarnya adalah rencana yang menyeluruh, terpadu dan menyatu di bidang pemasaran* : Universitas Islam Negeri
- Creswell dalam Murdiyanto. 2020. *mendefinisikan penelitian kualitatif sebagai proses pengamatan suatu fenomena yang terjadi pada lingkungan sosial*: Universitas Islam Negeri
- Esteberg dalam Sugiyono. 2020. *wawancara merupakan kegiatan untuk memperoleh informasi secara*: Universitas Islam Negeri
- Farhan. 2019. *Perkembangan saat ini menjadikan persaingan dalam bisnis kuekering sangat kompetitif* : Universitas Pasuruan
- Fredy Rangkuti. 2021. *Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan* : Universitas Islam Negeri
- Fuadah. 2021. *Sumber data merupakan subjek dari mana asal data penelitian itu diperoleh.* : Universitas Indonesia
- Gopalakrishnan. 2018. *300 penyakit yang dapat disembuhkan menggunakan suplemen berbahan dasar tanaman kelor* ; Institute pertanian Bogor
- Jimenez. 2019. *penyakit yang dapat diobati dengan tanaman kelor diantaranya: gangguan penglihatan, penumpukan lemak pada liver* : Universitas Indonesia
- Kumar. 2019. *Tanaman kelor dapat dijadikan sebagai makanan, obat, kosmetik, dan industry* : Universitas Islam Negeri

Website.

- Dinas Kota Denpasar, 2023 : [Sensus Penduduk 2020: Jumlah Penduduk Bali 4,32 Juta Jiwa - Link Resmi Pemerintah Kota Denpasar \(denpasarkota.go.id\)](https://denpasarkota.go.id). Diakses pada tanggal 30 Juni 2024