**BAB ll**

**KAJIAN TEORI**

1. **Konsep Dasar Produk Kreatif**

Produk kreatif merupakan hasil dari proses berpikir inovatif yang menghasilkan barang atau jasa dengan nilai tambah, keunikan, dan orisinalitas. Dalam dunia kewirausahaan, produk kreatif bukan hanya sekadar produk baru, tetapi juga bisa berupa perbaikan dari produk yang sudah ada melalui pendekatan yang lebih efisien, estetis, atau fungsional. Menurut Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan (2020), produk kreatif dihasilkan melalui kombinasi antara kreativitas, keterampilan, dan keberanian dalam mengambil risiko untuk menciptakan sesuatu yang bernilai ekonomi.

Dalam konteks jurusan Rekayasa Perangkat Lunak (RPL), khususnya pada program keahlian Pengembangan Perangkat Lunak dan Gim (PPLG), produk kreatif tidak hanya terbatas pada aplikasi atau gim, tetapi juga dapat berbentuk solusi digital untuk kebutuhan sehari-hari. Contohnya adalah pengembangan sistem penjualan makanan ringan seperti *basreng* (bakso goreng) secara online, yang memanfaatkan platform teknologi seperti marketplace, media sosial, dan sistem pemesanan berbasis web atau aplikasi mobile.

Inovasi dalam produk kreatif mencakup dua hal utama: penciptaan nilai baru (novelty) dan peningkatan nilai (value enhancement) terhadap produk yang sudah ada. Proyek ini mengusung konsep penjualan makanan ringan berbasis digital dengan pendekatan kekinian yang relevan dengan kebiasaan konsumen muda, seperti sistem pre-order via website atau integrasi dengan layanan pesan-antar makanan.

Kewirausahaan dalam konteks ini berarti kemampuan melihat peluang bisnis dari tren makanan ringan di kalangan anak muda, serta bagaimana mengemas produk tersebut secara digital agar lebih kompetitif di pasar. Menurut Zimmerer dan Scarborough (2008), kewirausahaan adalah kemampuan untuk menciptakan dan mengelola suatu usaha dengan memanfaatkan peluang yang ada, sumber daya yang tersedia, serta teknologi yang mendukung.

1. **Teori yang Relevan dengan Produk/Proyek**

Untuk mendukung pengembangan produk kreatif berupa makanan ringan (basreng) berbasis online, diperlukan pendekatan teoritis yang dapat membantu merancang strategi bisnis yang efektif. Beberapa teori yang relevan dalam konteks ini meliputi:

**a. Analisis SWOT**

Analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) adalah alat strategis yang digunakan untuk mengevaluasi posisi internal dan eksternal dari suatu proyek bisnis. Dengan memahami kekuatan dan kelemahan internal, serta peluang dan ancaman eksternal, pelaku usaha dapat merancang strategi yang tepat dalam mengembangkan bisnisnya.

Penerapan analisis SWOT dalam proyek basreng online:

Strengths (Kekuatan):

Produk makanan ringan yang populer di kalangan anak muda.

Harga yang relatif terjangkau.Bisa dinikmati di berbagai situasi (cemilan saat belajar, nonton, dll).

Weaknesses (Kelemahan):

Persaingan pasar yang tinggi Daya tahan produk yang terbatas jika tidak dikemas dengan baik.

Opportunities (Peluang):

Tren makanan pedas dan unik yang terus berkembang.Potensi pasar digital yang semakin luas melalui media sosial dan e-commerce.

Threats (Ancaman):

Perubahan preferensi konsumen terhadap makanan sehat. Regulasi ketat mengenai izin edar dan keamanan pangan. Kendala logistik seperti keterlambatan pengiriman atau kerusakan produk.

**b. Teori User Experience (UX)**

User Experience (UX) adalah konsep dalam pengembangan produk digital yang fokus pada kenyamanan, kemudahan, dan kepuasan pengguna saat berinteraksi dengan sistem. Dalam konteks bisnis basreng online, UX sangat penting untuk memastikan konsumen memiliki pengalaman yang menyenangkan, dari mulai melihat produk secara online, proses pemesanan, hingga layanan purna jual.

Penerapan UX dalam bisnis ini meliputi:

Tampilan foto produk yang menarik dan realistis. Kemudahan navigasi pada platform penjualan (website, marketplace, atau media sosial). Respons cepat terhadap pertanyaan atau keluhan pelanggan. Proses checkout dan pembayaran yang sederhana dan aman.

**c. Konsep Lean Startup**

Lean Startup adalah metode pengembangan bisnis yang berfokus pada efisiensi, eksperimen cepat, dan validasi ide sebelum dikembangkan secara besar-besaran. Eric Ries, pencetus metode ini, menekankan pentingnya membangun produk dengan pendekatan "build-measure-learn" untuk menghindari pemborosan sumber daya.

Penerapan Lean Startup dalam proyek basreng online:

Build: Membuat Minimum Viable Product (MVP), seperti kemasan kecil untuk uji coba pasar.

Measure: Melakukan survei atau pengumpulan feedback dari pembeli awal mengenai rasa, kemasan, dan harga.

Learn: Menyesuaikan produk berdasarkan hasil evaluasi, lalu meluncurkan versi produk yang lebih matang.

1. **Studi Pustaka/Referensi**

Dalam menyusun konsep dan mengembangkan produk makanan ringan *basreng* berbasis online, diperlukan studi pustaka yang mencakup teori kewirausahaan, inovasi digital, serta aspek teknis seperti pemasaran dan keamanan pangan. Studi pustaka ini menjadi dasar untuk merancang produk, strategi pemasaran, dan model bisnis yang efektif. Beberapa sumber yang digunakan antara lain:

**1. Buku "Creative Entrepreneurship: How to Build a Business in the Digital Age" oleh Martha L. Finney (2011)**

Buku ini memberikan wawasan tentang pentingnya kreativitas dalam membangun bisnis di era digital. Finney menjelaskan bahwa pelaku usaha harus mampu beradaptasi dengan perubahan teknologi dan perilaku konsumen yang kini cenderung mencari produk secara online. Hal ini menjadi landasan dalam mengembangkan produk *basreng* berbasis digital dengan memanfaatkan media sosial dan e-commerce.

**2. Jurnal Akademik dan Artikel tentang Tren Makanan Ringan dan Pemasaran Digital**

Studi dari berbagai jurnal ilmiah dan artikel yang membahas perkembangan tren makanan ringan di Indonesia, serta strategi pemasaran digital melalui media sosial dan platform e-commerce, digunakan untuk memahami perilaku pasar dan konsumen. Informasi ini membantu dalam menentukan rasa yang digemari, kemasan menarik, serta saluran distribusi yang tepat.

**3. Website Resmi Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM)**

Sebagai produk makanan yang akan dipasarkan secara luas, referensi dari situs resmi BPOM digunakan untuk memahami standar keamanan pangan, aturan label kemasan, serta syarat distribusi makanan ringan. Hal ini penting untuk memastikan produk sesuai dengan regulasi yang berlaku.

**4. Observasi Kompetitor di Platform E-Commerce**

Observasi terhadap toko-toko makanan ringan di platform seperti Tokopedia, Shopee, dan TikTok Shop dilakukan untuk menganalisis harga pasar, desain kemasan, sistem penjualan, dan pelayanan pelanggan. Studi ini digunakan sebagai pembanding dan inspirasi untuk menyusun strategi pemasaran yang kompetitif.

**Metode**:  
Studi observasional non-formal terhadap 10 toko makanan ringan pada platform Shopee dan Tokopedia, dilakukan untuk mencatat elemen-elemen visual dan strategi harga yang umum digunakan.

**5. Teori Lean Startup oleh Eric Ries**

Konsep Lean Startup digunakan sebagai kerangka kerja untuk mengembangkan produk *basreng* secara efisien. Teori ini menekankan pentingnya membuat *Minimum Viable Product* (MVP), mengumpulkan feedback pelanggan, dan memperbaiki produk secara bertahap berdasarkan data nyata dari pasar.