

BAB I

PENDAHULUAN

Snackini merupakan jenis usaha di bidang perdagangan, yang merupakan perusahaan perseorangan yang didirikan oleh Ibu Sri Utami. Yang telah memulai usahanya pada bulan Oktober 2010. Pada awalnya Bu Tami berjualan snack di pasar Ngluwar, Kab Magelang dengan menyewa ruko $3 \times 5 \text{ m}^3$. Seiring dengan proses perkembangan dan melihat peluang banyak pedagang di daerah Ngluwar tersebut Bu Tami mulai mengembangkan usahanya menjadi toko distributor snack (Wholesale). Sejak saat itu toko Bu Tami menjadi solusi bagi pedagang eceran (retail) dalam memperoleh barang dagangan dengan mudah dan murah. Sehingga dapat meningkatkan keuntungan serta daya saing atas barang yang mereka jual. Pada tahun 2013 bu Tami memutuskan untuk membeli ruko yang lebih besar dengan ukuran $6 \times 12 \text{ m}^3$ dan tambahan modal dari orang tuanya, yang berlokasi tidak jauh dari toko sebelumnya yaitu di Jl. Kyai Raden Sahid, Ngluwar, Kab. Magelang, Jawa Tengah. Sejak saat itu toko bu Tami memiliki pegawai karena sebelumnya hanya bu Tami sendiri yang mengerjakan semuanya mulai dari order sampai penjualan.

Sejak adanya pandemic, usaha Bu Tami mengalami penurunan dikarenakan banyak pedagang yang berhenti berjualan seperti pedagang kantin sekolah dan pedagang rumahan. Pada bulan juni 2022 Bu tami mengalami sakit yang mengharuskan bolak balik Rumah Sakit dan dilarang beraktivitas yang berlebih karena itu, toko Bu Tami mulai tidak kondusif, keuangan menurun, dan jam buka toko menjadi tidak menentu yang mengakibatkan banyak pelanggan membeli dagangannya di tempat lain. Saat ini toko tersebut dijalankan oleh putrinya (Ulin Nikmatius Siva dengan nama usaha Snackini, nama Snackini bertujuan untuk memperluas area layanan dan untuk memperbaiki service quality.

1.1. Permasalahan

Konsumen seringkali memiliki masalah atau kendala yang perlu dipecahkan untuk dapat merasa puas dengan produk atau pelayanan yang mereka gunakan. Salah satu cara untuk mengetahui permasalahan Customer adalah dengan melakukan survei. Snackini melakukan survei dengan mewawancarai beberapa customer dan menganalisa keluhan customer. Beberapa contoh pertanyaan yang digunakan dalam survei Snackini adalah apa saja kendala yang selama ini ditemukan dalam membeli produk atau layanan kami, bagaimana mengenai harga produk snackini? apakah terjangkau, apakah proses pengiriman produk berjalan lancar, apakah puas dengan layanan yang diberikan oleh snackini.

Permasalahan konsumen snackini adalah masalah yang terjadi ketika snackini tidak dapat memenuhi kebutuhan atau harapan konsumennya. Dengan melakukan survei dan beberapa wawancara dengan customer, saya dapat menyimpulkan beberapa permasalahan snackini, salah satu permasalahan konsumen yang sering terjadi adalah produk yang dibeli cacat atau sudah kadaluarsa. Mengakibatkan produk tidak memenuhi standar kualitas yang diharapkan oleh konsumen.

Selain itu isu yang sering muncul dalam dunia bisnis. Setiap toko pasti memiliki pelanggan yang membeli produk yang ditawarkan, namun tidak jarang konsumen mengalami trust issue dalam menentukan pembelian ketika melihat harga, dikarenakan di lingkungan snackini terdapat berbagai toko yang menjual produk serupa maka konsumen cenderung membandingkan harga dengan toko lain. Hal ini dapat terjadi karena kebanyakan konsumen ingin memastikan bahwa mereka mendapat harga terbaik untuk produk yang mereka beli. Namun membandingkan harga dapat memakan waktu dan terkadang menjadi sulit, terutama jika konsumen tidak memiliki akses ke informasi yang tepat.

Permasalahan selanjutnya adalah permintaan konsumen secara online. Munculnya e-commerce telah membawa dampak yang signifikan terhadap cara bisnis beroperasi. Namun konsumen terkadang memiliki masalah yaitu ketidakpastian kualitas produk. Dengan keterbatasan kemampuan untuk menyentuh, merasakan atau mencoba produk. Konsumen mungkin akan kesulitan

menentukan kualitas dan kesesuaian produk. Jika produk yang ditawarkan tidak sesuai dengan yang diharapkan atau dibayangkan konsumen. Maka permasalahan tersebut dapat berdampak negatif pada reputasi toko dan berpotensi menyebabkan pelanggan beralih ke toko lain.

1.2. Solusi

Solusi yang diberikan adalah dengan berfokus pada cross check stok produk sebelum di display sehingga dapat menghindari perputaran stok produk lama dengan yang baru sebelum terjual kepada konsumen, dan memberikan garansi atau ganti rugi jika konsumen mendapatkan produk yang telah rusak ataupun kadaluarsa. Dengan ini akan membuat konsumen percaya untuk tetap kembali berbelanja dan nyaman dengan pelayanan yang diberikan oleh toko tanpa mengkhawatirkan produk yang telah dibeli rusak atau kadaluarsa.

Terkait dengan kekhawatiran konsumen akan persaingan harga yang terjadi di pasaran. Ini menjadi suatu masalah yang cukup diperhatikan karena menyangkut keuntungan konsumen pedagang retail. Dalam perbandingan yang terjadi di kalangan konsumen Snackini memberikan penawaran harga grosir berbeda dengan harga ecer dan menetapkan harga pasti menggunakan system computer. Dimana di lingkungan sekitar snackini banyak toko yang belum menggunakan sistem computer, maka dari itu akan menjadi sebuah keunggulan bagi Snackini dalam membangun kepercayaan konsumen akan produk yang didapatkan memiliki harga dengan keuntungan yang pasti.

Untuk permintaan konsumen secara online, saat ini snackini menyediakan pesan antar dengan promo gratis ongkir untuk pemesanan melalui whatsapp dengan minimal pembelanjaan 200.000 area ngluwar. Untuk area luar Ngluwar akan diantar melalui aplikasi pesan antar dengan harga menyesuaikan aplikasi tersebut untuk pembayarannya konsumen dapat membayar pesanan dengan sistem COD (Cash On Delivery). Untuk memperluas jangkauan, snackini juga akan mempromosikan produknya di Instagram dan shopee. Dengan strategi memberikan deskripsi dan gambar produk yang komprehensif yang menggambarkan produk

secara akurat, memastikan memiliki sistem pembayaran yang aman, dan menampilkan ulasan sebagai bukti kualitas produk.

1.3. Produk

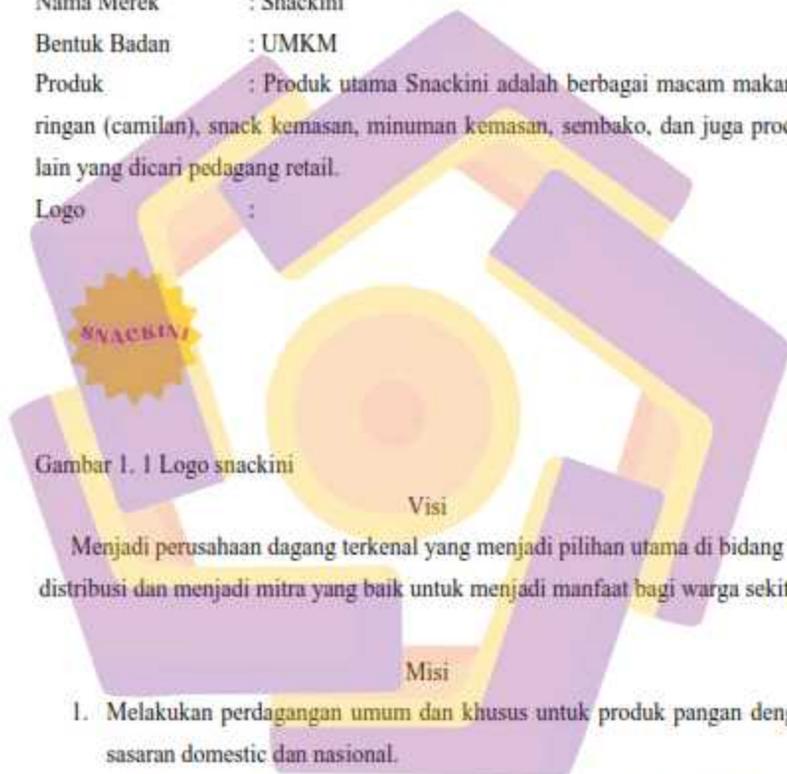
Detail produk Snackini adalah sebagai berikut :

Nama Merek : Snackini

Bentuk Badan : UMKM

Produk : Produk utama Snackini adalah berbagai macam makanan ringan (camilan), snack kemasan, minuman kemasan, sembako, dan juga produk lain yang dicari pedagang retail.

Logo :



Gambar 1. 1 Logo snackini

Menjadi perusahaan dagang terkenal yang menjadi pilihan utama di bidang distribusi dan menjadi mitra yang baik untuk menjadi manfaat bagi warga sekitar.

1. Melakukan perdagangan umum dan khusus untuk produk pangan dengan sasaran domestic dan nasional.
2. Memberikan produk yang berkualitas, harga yang kompetitif, dan kebermanfaatannya guna memastikan kepuasan pelanggan, serta menjalin kemitraan yang berkesinambungan.
3. Meningkatkan produktivitas, ketangkasan dan mutu kinerja SDM melalui pengembangan kapabilitas dan kompetensi pegawai.
4. Membuka peluang usaha yang produktif dalam membantu perekonomian masyarakat sekitar.

1.4. Noble Purpose

Keunggulan Snackini tidak hanya menyediakan produk atau menjadi solusi dalam memperoleh barang dagangan dengan mudah dan murah bagi pedagang retail. Namun snack ini juga ingin menjadi mitra bagi pedagang ecer yang terpercaya guna menumbuhkan UMKM dikalangan masyarakat dengan harga bersaing. Snackini juga ingin membantu warga sekitar yang memproduksi makanan ringan untuk dijual kembali ke pedagang retail supaya mendapatkan jangkauan pembeli lebih luas agar warga sekitar tetap produktif dan berpenghasilan.

