

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Permasalahan Konsumen

Kegiatan jual-beli atau berbisnis umumnya sudah ada sejak dahulu kala, dan terus berevolusi hingga kini. Transaksi nenek moyang yang dilakukan dengan cara bertukar atau barter dan kini sudah menggunakan mata uang membuat kegiatan jual-beli terus mengalami peningkatan seiring dengan berkembangnya zaman, ditambah lagi dengan teknologi yang kini kian canggih. (Ningsih, 2024) Kecanggihan teknologi tersebut juga berimbas kepada kegiatan berbisnis yang saat ini dapat dilakukan dengan jarak jauh dan tanpa harus bertatap muka antara penjual dan pembeli, akhirnya masyarakat mengenalnya dengan *bisnis online*. Tentunya, perkembangan ini sangatlah berpengaruh dalam kegiatan jual - beli terutama di sektor kuliner.

Banyaknya *competitor* menjadi pertimbangan bagi para pengusaha untuk masuk dalam persaingan yang sangat ketat. Strategi pemasaran dan media yang tepat digunakan untuk bisa meraih pasar yang dituju sehingga volume penjualan selalu meningkat dan profit. Peningkatan ini dibuktikan dengan mudahnya konsumen mendapatkan informasi dan akses belanja/memesan secara *online* (Pradiani, 2017).

Menjamurnya jenis kuliner kekinian yang ada di Indonesia membuat pelaku UMKM di sektor kuliner kini semakin **banyak**. Beragam aneka kuliner membuat konsumen menjadi memiliki pilihan yang menyulitkan dalam lebih memilih kuliner apa yang akan dikonsumsi. Tidak hanya kuliner makanan saja, namun kuliner minuman juga banyak dicari oleh masyarakat umum.

Berbagai permasalahan yang sering dirasakan oleh konsumen minuman kekinian biasanya menggunakan beberapa pengawet seperti pengawet pemanis yang tentunya berbahaya jika dikonsumsi secara terus menerus. Sejak pertengahan abad ke-20, peranan bahan tambahan pangan (BTP) semakin penting sejalan dengan kemajuan teknologi pangan sintesis. Banyaknya BTP dalam bentuk murni yang tersedia secara komersial dengan harga relatif murah, akan mendorong

meningkatnya pemakaian BTP, yang berarti meningkatkan konsumsi bahan tersebut bagi setiap individu (Cahyadi, 2008). Selain itu, dalam hal ini konsumen juga sering kurang memahami mengenai pemanis buatan pada es coklat, hal itu membuat kualitas Es Coklat menjadi kurang memuaskan, beberapa penjual es coklat banyak yang menggunakan bahan baku kurang berkualitas. Dalam kehidupan sehari-hari, pemanis buatan sakarin dan siklamat maupun campuran keduanya sering ditambahkan ke dalam berbagai jenis jajanan anak-anak seperti makanan ringan (snack), cendol, limun, makanan tradisional, dan sirup (Yulianti, 2007).

Adanya beberapa permasalahan yang ada. Maka dari itu, penulis menyebarkan kuesioner kepada para konsumen Es Coklat Pak Uwo untuk mengkaji lebih dalam permasalahan yang mereka hadapi dalam mengonsumsi Es Coklat Pak Uwo.

Dari kuesioner yang sudah kami sebarakan terdapat 35 responden dengan permasalahan sebagai berikut :

1. Rasa:
Dalam berbisnis kuliner, tentunya Es Coklat Pak Uwo harus memperhatikan rasa yang dimilikinya. Hal ini menjadi penting karena dengan cita rasa yang beda, maka hal tersebut juga sebagai upaya dalam memenuhi kebutuhan konsumen.
2. Harga:
Harga sangatlah berpengaruh dalam suatu unsur pemenuhan kebutuhan konsumen, karena melalui harga hal ini biasanya konsumen membandingkan produk satu dengan yang lain. Harga yang terjangkau dapat membuat daya tarik sendiri oleh konsumen potensial di pasar.
3. Ketahanan produk :
Ketahanan produk Es Coklat Pak Uwo harus diperhatikan secara lebih detail, karena meliputi kandungan produk terkait masa ketahanan konsumsi produk. Selain itu, diperlukannya riset lanjutan mengenai produk Es Coklat Pak Uwo.

4. Kehigenisan Produk :

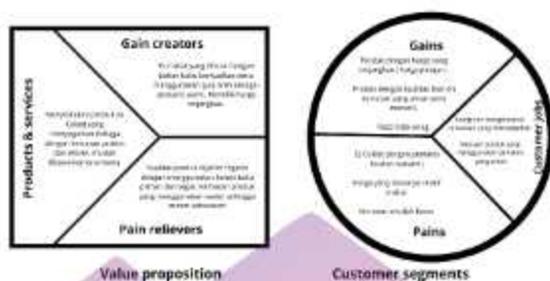
Higienis dan kebersihan pun tentunya menjadi point utama dalam berbisnis kuliner, hal ini juga termasuk dalam masalah yang sering dihadapi oleh konsumen, yang menyebabkan ketidakpuasan konsumen terhadap produk yang dipilihnya. Pelayanan pelanggan pun selalu menjadi nilai lebih dalam menyajikan sajian Es Coklat terhadap konsumen. Selain itu, kurangnya inovasi produk membuat konsumen menjadi mudah bosan terkait dengan rasa dan pengemasan yang familiar.

1.2 Solusi dan Nilai lebih yang ditawarkan

Dengan mengidentifikasi beberapa permasalahan diatas, dalam hal ini Es Coklat Pak Uwo dapat menjadi salah satu solusi yang tepat untuk menikmati minuman kekinian yang memiliki cita rasa yang beda dan unik, dengan mengedepankan kualitas produk, pelayanan pelanggan, peningkatan kepuasan konsumen, inovasi produk dari *packaging* dan *desain*, serta strategi pemasaran yang efektif dalam memecahkan permasalahan konsumen yang sering terjadi di lingkup masyarakat dalam mengonsumsi kuliner minuman kekinian.

Selain itu di dalam produk Es Coklat Pak Uwo ini juga menggunakan bahan baku yang aman dan tidak menggunakan pemanis buatan, kami menggunakan gula aren sebagai pemanis karena perusahaan juga mengedepankan kesehatan konsumen melalui penggunaan bahan baku organik. Penggunaan bahan baku organik di satu sisi juga mendukung produk lokal berupa gula aren yang diproduksi oleh masyarakat wilayah perbatasan Kabupaten Kulonprogo dengan Kabupaten Purworejo dan tentunya menambah penghasilan warga. Harga satu porsinya pun cukup terjangkau, meskipun harganya terjangkau namun tidak menurunkan standar kualitas yang sudah ditentukan. Selain itu, untuk kemasan yang digunakan tergolong aman karena menggunakan cup sealer yang minim kebocoran.

VALUE PROPOSITION CANVAS



Gambar 1. 1 Value Proposition Canvas

1.3 Tujuan Mulla (Noble Purpose)

Terdapat beberapa noble purpose yang terdapat dalam Es Coklat Pak Uwo:

1. Menyediakan Es Coklat dengan bahan baku yang berkualitas, higienis, dan harga yang terjangkau. Dalam hal ini, perusahaan Es Coklat Pak Uwo menyediakan produk yang dapat dikonsumsi dengan layak.
2. Selalu menjaga kualitas produk dengan mendukung penjualan gula aren yang tentunya menjadi bahan baku utama dalam pembuatan Es Coklat Pak Uwo. Dengan adanya hal ini tentunya petani lokal gula aren juga mendapatkan profit.
3. Dengan hadirnya Es Coklat Pak Uwo ini juga melahirkan lapangan pekerjaan baru bagi masyarakat yang tentunya membutuhkan. Hal ini juga membuat kesempatan bagi masyarakat untuk meningkatkan perekonomian masyarakat.

Dengan memprioritaskan tujuan-tujuan ini, usaha minuman Es Coklat Pak Uwo ini dapat menjadi lebih dari sekedar bisnis yang menguntungkan secara finansial, tetapi juga menjadi kekuatan positif dalam membentuk dan memperkuat komunitas lokal.

1.4 Visi dan Misi Bisnis

- **Visi :**

Menjadi Pemimpin pasar dalam industri minuman dengan kandungan yang lebih sehat untuk memberikan kepuasan terhadap pelanggan dengan produk yang berkualitas, higienis, dengan harga yang terjangkau.

- **Misi :**

1. Menciptakan sebuah minuman coklat dengan bahan baku berkualitas.
2. Terus mendorong inovasi produk berupa variasi rasa, formulasi produk, dalam memenuhi kebutuhan minuman kekinian pada konsumen.
3. Memenuhi keinginan masyarakat yang menyukai coklat dengan harga yang terjangkau.
4. Mengedepankan pelayanan terhadap konsumen dengan responsif, ramah, dan berkualitas untuk memastikan kepuasan konsumen serta membangun hubungan jangka panjang.
5. Menempatkan produk dalam prioritas utama di sisi produksi, *packaging*, hingga distribusi kepada konsumen..