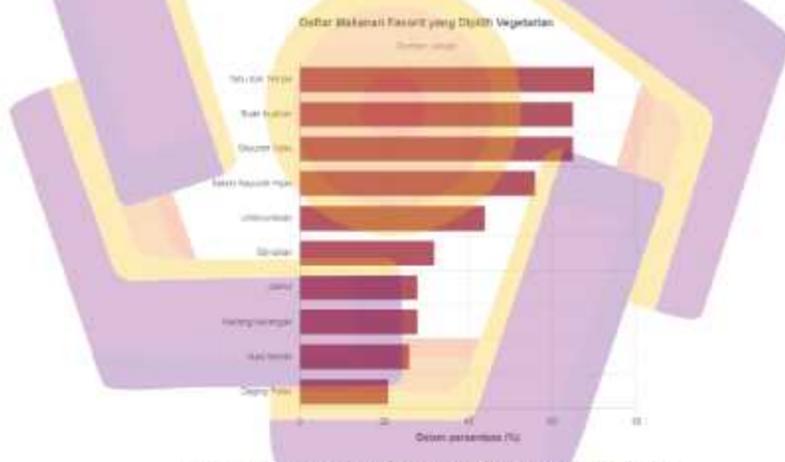


# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Permasalahan Konsumen

Kerupuk tahu merupakan hasil pembaruan dari olahan pangan tahu. Tahu yang mengandung protein menjadikan pilihan menu lauk pauk bagi anak – anak, remaja, dewasa sampai lansia (lanjut usia) dengan tekstur yang lembut menjadikan mudah untuk dikonsumsi. Saat ini di Indonesia lebih dari 2 juta orang yang mengadopsi gaya hidup vegetarian. Vegetarian adalah orang yang mengonsumsi makanan yang bukan berasal dari hewani melainkan nabati, seperti sayuran, kacang - kacang, buah - buahan, umbi dan lainnya. Adapun tujuan dari orang - orang yang mengadopsi gaya hidup tersebut adalah untuk menjaga kesehatan terutama organ dalam.



Gambar 1.1 Daftar makanan yang dipilih vegetarian

Sumber: (Hidayah, Daftar Makanan Favorit yang Dipilih Vegetarian, 2023)

Dari gambar diatas, menunjukkan olahan pangan tahu menjadi salah satu daftar makanan favorit. Dengan begitu, peluang pembaruan tahu menjadi kerupuk tahu menjadi peluang usaha kerupuk tahu “Tahya Snack” diterima di pasaran. Survei tersebut dilakukan secara online terhadap 205 responden vegetarian di Indonesia pada 18 – 19 Juli 2023 melalui aplikasi

milik Jakpat dengan tingkat toleransi kesalahan (*margin of error*) sebesar 5%." (Hidayah, 2023)

Dari hasil kuisioner form dengan jumlah responden 34 orang yang terdiri dari 24 perempuan dan 10 laki – laki dengan range usia 19 – 25 tahun (25 orang), 26 – 35 tahun (5 orang), 15 – 18 tahun (4 orang) diantaranya pelajar/mahasiswa (25), pekerja kantor (3), Ibu rumah tangga (3), Pengusaha (1), Wirausaha (1), Wiraswasta (1) dapat disimpulkan beberapa pertanyaan yang sudah diajukan pada form kuesioner diantaranya:

Masalah/kesulitan yang konsumen hadapi ketika mengkonsumsi produk kerupuk tahu by Tahya Snack dari

1. **Sisi Rasa:** mlempem (7), keasinan (13), tidak ada (8), keras (1), kerupuknya jadi renekan/potongan kecil - kecil (1) dan kurang rasa (1). Sehingga sisa 3 responden, 2 diantaranya belum beli dan 1 responden menjawab dari sisi kemasan.
2. **Sisi Pelayanan:** slow respon (22), cuek (3), tidak ada (7), belum tahu (1). Sehingga sisa 1 responden yang menjawab nilai positif yakni baik.
3. **Sisi Stok:** ketersediaan terbatas, kadaluarsa cepat (2), ketersediaan terbatas (26), kadaluarsa cepat (4) dan tidak ada (2).
4. **Sisi Kemasan:** informasi yang tidak lengkap (17), kemasan sulit dibuka (6), ketidaksesuaian antara kemasan dan jumlah produk (3), informasi yang tidak lengkap, ketidaksesuaian antara kemasan dan jumlah produk (1), informasi yang tidak lengkap, kurang hebring kemasannya, terlalu polos (1), kemasan cukup pakai yang biasa saja (1), kemasan rusak (1), kemasan rusak, kemasan sulit dibuka, informasi yang tidak lengkap, ketidaksesuaian antara kemasan dan jumlah produk (1), kemasan sulit dibuka, informasi yang tidak lengkap (1), kurang besar (1), tidak ada (1).

5. **Sisi Kesehatan:** lemak dan kalori yang tinggi (19), terdapat bahan pengawet (6), terdapat penyedap rasa (1), tidak ada (8).
6. **Sisi Harga:** promo/diskon yang membingungkan (10), biaya pengiriman tambahan (9), harga yang tinggi (2), harga yang tinggi, promo/diskon yang membingungkan, biaya pengiriman tambahan (1), promo/diskon yang membingungkan, biaya pengiriman tambahan (1), terjangkau tidak ada masalah (2), tidak ada variasi harga (1), harga sudah sesuai dengan produk (1), tidak ada (6). Sehingga sisa 1 responden yang menjawab keluar dari pertanyaan yakni menjawab baik dan enak.
7. **Sisi Legalitas (Halal,PIRT):** ditambah logo halal pada kemasan (1), tidak tercantum di kemasan (1), tidak ada PIRT (1), PIRT kurang jelas (1), ketidaksesuaian dengan regulasi Halal lokal (14), pemalsuan sertifikat, ketidaksesuaian dengan regulasi Halal lokal (1), tidak ada (12) , baik (1), aman (1). Sehingga sisa 1 responden yang tidak menjawab.

### 1.2 Solusi dan Nilai Lebih yang Ditawarkan

Berdasarkan survey online melalui form dari 34 responden dapat diangkat beberapa solusi.

Harapan yang konsumen inginkan ketika mengkonsumsi produk kerupuk tahu by Tahya Snack dari:

1. **Sisi Rasa:** varian rasa yang lebih banyak (12), varian rasa yang lebih banyak, tekstur renyah (5), pemakaian bumbu yang tepat, tekstur renyah (4), varian rasa yang lebih banyak, pemakaian bumbu yang tepat (3), pemakaian bumbu yang tepat (3), tekstur renyah (4), pemakaian bumbu yang tepat, tekstur renyah (2), varian rasa yang lebih banyak, tekstur renyah, variasi kemasan (1).

2. **Sisi Pelayanan:** ramah, fast respon (13), fast respon (11), ramah (9), tidak ada (1).
3. **Sisi Stok:** ketersediaan yang konsisten (21), pilihan produk alternatif (6), ketersediaan yang konsisten, pilihan produk alternatif (6), tidak ada (1).
4. **Sisi Kemasan:** kemasan yang mudah dibuka dan digunakan, informasi produk yang jelas, visual kemasan yang menarik (9), informasi produk yang jelas (6), kemasan yang mudah dibuka dan digunakan (6), visual kemasan yang menarik (6), kemasan yang mudah dibuka dan digunakan, informasi produk yang jelas (3), kemasan yang mudah dibuka dan digunakan, visual kemasan yang menarik (2), informasi produk yang jelas, visual kemasan yang menarik (1), tidak ada (1).
5. **Sisi Kesehatan:** rendah kalori dan lemak (12), bahan baku berkualitas tinggi (8), rendah kalori dan lemak, bahan baku berkualitas tinggi (4), rendah kalori dan lemak, bahan baku berkualitas tinggi, pengurangan garam (4), rendah kalori dan lemak, pengurangan garam (3), bahan baku berkualitas tinggi, pengurangan garam (2), tidak ada (1).
6. **Sisi Harga:** diskon dan promo yang jelas (14), harga yang bersaing (10), transparansi harga (4), harga yang bersaing, diskon dan promo yang jelas, transparansi harga (2), harga yang bersaing, diskon dan promo yang jelas (2), diskon dan promo yang jelas, transparansi harga (2).
7. **Sisi Legalitas (Halal, PIRT):** label informasi legal pada kemasan (23), label informasi legal pada kemasan, transparansi asal produk (6), transparansi asal produk (4), tidak ada (1).

Nilai lebih yang ditawarkan

Inovasi apa yang konsumen usulkan untuk produk kerupuk tahu by

Tahya Snack dari sisi rasa:

1. Rasanya kalau bisa di kombinasi dengan rasa yang lain.
2. Pemilihan bumbu perasa yg premium sehingga tdk merusak rasa enak dari keripik tahu originalnya.
3. Rasa rumput laut, rendang, ayam pedas.
4. Penambahan 2 variasi rasa bersama.
5. Menambah varian rasa eksotis yang belum pernah ada.
6. Pakai bumbu yang tidak nyegrak (karena biasanya ada snack yang bumbunya bikin keselek).
7. Menambah rasa – rasa yang manis.

Inovasi apa yang konsumen usulkan untuk produk kerupuk tahu by

Tahya Snack dari sisi kemasan:

1. Kemasannya dibuat menarik.
2. Menggunakan kemasan yang mudah dibuka.
3. Menggunakan kemasan yang memiliki desain unik.
4. Sisi kemasan harus di kasih logo yg menarik.
5. Ada berbagai macam size kemasan.
6. Kemasan diperbesar lagi untuk harga Rp 4.500,00.
7. Membuat kemasan baru.
8. Kemasan diberi informasi yang baik terkait produk.
9. Kemasan dengan desain sendiri.
10. Dibuat ziplock printing.
11. Lebih informatif
12. Dikemas dengan kemasan tebal dan rapi agar tidak menurun dari segi rasa dan kualitas produk tersebut.

Inovasi apa yang konsumen usulkan untuk produk kerupuk tahu by

Tahya Snack dari sisi harga:

1. Harga sesuai isi.

2. Harga Rp 2.000,00 atau Rp 3.000,00 untuk kemasan kecil agar anak – anak atau pelajar tidak keberatan.
3. Harga bervariasi mulai dari bawah, menengah sampai untuk kalangan atas.
4. Harga ditingkatkan mengikuti besar kemasan yang dipakai.
5. Promo.
6. Harga lebih bisa bersaing.

### **1.3 Noble Purpose**

Kerupuk Tahu by Tahya Snack memiliki tujuan mulia sebagai usaha Snack yang mampu memenuhi kebutuhan akan pasar dengan menyediakan pilihan makanan yang sesuai dengan berbagai gaya hidup dan preferensi diet, seperti produk kerupuk tahu vegetarian, vegan, atau bebas gluten. Dengan begitu, usaha ini bisa memberikan nilai lebih kepada konsumen yang memiliki kebutuhan khusus dalam pola makan mereka serta meningkatkan kualitas SDM di lingkungan tempat tinggal (kebumen) serta ingin mengubah perekonomian masyarakat yang buruk ke yang lebih baik.

### **1.4 Visi dan Misi**

#### **1) Visi**

“Menjadi produsen kerupuk tahu terkemuka yang diakui secara nasional, dengan fokus pada inovasi, kualitas, dan keberlanjutan serta berkontribusi pada preferensi gaya hidup sehat.”

#### **2) Misi**

“Menghadirkan kerupuk tahu berkualitas tinggi yang inovatif dan bernutrisi, dengan mengutamakan bahan - bahan alami, rempah - rempah, dan kesadaran lingkungan dengan cara menjalankan operasional usaha secara ramah lingkungan, mengurangi dampak negatif pada lingkungan. Kami berkomitmen untuk memberikan pengalaman kuliner yang istimewa dan membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan dengan menciptakan dampak positif bagi masyarakat dan lingkungan.”