

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Permasalahan Konsumen**

Tahu merupakan olahan kacang kedelai yang mengandung protein nabati dan sangat digemari oleh masyarakat Indonesia. Tahu merupakan makanan khas Tiongkok lalu dibawa dan disebarluaskan oleh para pedagang asal China ke berbagai penjuru dunia termasuk ke Indonesia. Setelah sampai ke Indonesia tahu mengalami indigenisasi sehingga muncul berbagai macam olahan makanan yang berbahan dasar tahu. Ketersediaan tahu dengan harga yang terjangkau menjadi bagian ketahanan pangan Indonesia. Produksi tahu di Indonesia cukup melimpah dan berkelanjutan menjadikan produk tahu ini sangat mudah dijumpai terlebih lagi di Jawa Tengah yang merupakan salah satu sentra penghasil tahu di Indonesia.

Melihat peluang bahan pokok yang mudah dijumpai dan menjadi makanan yang digemari oleh masyarakat maka sebagai pelaku usaha penulis menghadirkan produk tahu bakso harus Tahu sebagai respon peluang tersebut. Akan tetapi, dalam menjalankan sebuah bisnis pasti tidak jarang dihadapkan dengan berbagai permasalahan konsumen. Setiap konsumen memiliki masalah dan kebutuhan yang berbeda – beda. Sebagai pelaku bisnis penulis harus selalu tanggap dalam merespon permasalahan – permasalahan konsumen karena hal ini dapat membantu untuk mengevaluasi agar bisnis yang penulis jalankan dapat tumbuh menjadi lebih baik. Maka dari itu, penulis menyebarkan kuesioner kepada para konsumen Harus Tahu untuk mengkaji lebih dalam permasalahan yang mereka hadapi dalam mengkonsumsi tahu bakso Harus Tahu ini.

Dari kuesioner yang sudah kami sebarkan terdapat 31 responden dengan permasalahan sebagai berikut :

#### 1. Rasa

Dalam bisnis makanan seperti Harus Tahu ini sangat penting memperhatikan rasa produk karena konsumen sangat mementingkan cita rasa dari makanan tersebut untuk memenuhi kebutuhan tiap konsumen

## 2. Stok

Ketersediaan produk harus diperhatikan untuk memastikan konsumen mendapatkan produk Harus Tahu sehingga tidak membuat konsumen merasa kecewa.

## 3. Harga

Harga merupakan sesuatu komponen yang biasa dijadikan pembanding dengan produk serupa lainnya oleh para konsumen. Harga yang kompetitif dapat meningkatkan daya tarik produk di pasar dan menarik lebih banyak pelanggan. Akan tetapi, dalam penentuan harga juga harus memperhatikan perhitungan – perhitungan yang telah ditetapkan dalam keuangan perusahaan.

### 1.2 Solusi dan Nilai Lebih yang Ditawarkan

Setelah penulis mengetahui masalah yang beredar pada konsumen lewat kuisioner yang telah penulis bagikan, maka penulis segera tanggap dan menawarkan solusi untuk mengatasi masalah – masalah yang dihadapi oleh konsumen. Berikut merupakan solusi dan nilai lebih yang ditawarkan :

1. Penulis akan memperbaiki cita rasa dengan menambah komposisi daging untuk isian dan menggunakan takaran bumbu yang pas sehingga tidak keasinan.
2. Penulis akan lebih memperhatikan stok produk agar konsumen bisa membeli produk tahu bakso Harus Tahu tidak perlu menunggu *preorder* yang belum terjadwal dengan baik atau hanya memproduksi jika ada pesanan saja.
3. Penulis akan melakukan *price transparency* terhadap konsumen agar dapat membuat keputusan pembelian yang esensial.

### 1.3 Nouble Purpose

Tujuan mulia merupakan sebuah konsep bisnis yang menggabungkan tujuan sosial dengan keuntungan bisnis. Konsep ini bertujuan agar perusahaan tidak hanya berorientasi kepada omset yang didapat saja, tetapi juga berfokus untuk memberikan manfaat bagi masyarakat dan lingkungan sekitar. Harus Tahu juga memiliki beberapa nouble purposus antara lain :

1. Mengurangi angka pengangguran khususnya dalam lingkup masyarakat sekitar dengan membuka lapangan pekerjaan baru serta dapat menambah penghasilan
2. Meningkatkan kesehatan masyarakat dengan menghasilkan sebuah produk tahu bakso tanpa campuran bahan – bahan kimia dan bahan pengawet
3. Mendukung pengusaha kecil disekitar dengan cara membeli bahan baku dari pengusaha kecil lokal tersebut

#### **1.4 Visi dan Misi**

##### Visi

Menjadi produsen tahu bakso terkemuka yang memberdayakan masyarakat dengan produk berkualitas tinggi, cita rasa yang khas, dan berkelanjutan.

##### Misi

1. Menghasilkan produk tahu berkualitas tinggi dengan bahan baku terpilih dan proses produksi yang terstandarisasi
2. Terus meningkatkan kualitas produk dan menghadirkan inovasi produk yang baru dan menarik sesuai kebutuhan konsumen
3. Meningkatkan aksebilitas produk dengan menjangkau pasar yang lebih luas dan pelanggan yang lebih banyak
4. Memperkuat kemitraan dengan pemasok dan distributor
5. Berpartisipasi dalam program CSR (Corporate Social Responsibility)

Logo merek usaha :



Gambar 1.1 Logo Merek Harus Tahu

Logo Harus Tahu ini dipresentasikan dengan warna merah dan kuning karena kedua warna tersebut warna yang energik sehingga dapat membangkitkan selera dan merangsang nafsu makan. Pada tulisan 2022 itu memiliki arti tahun berdirinya Harus Tahu.

