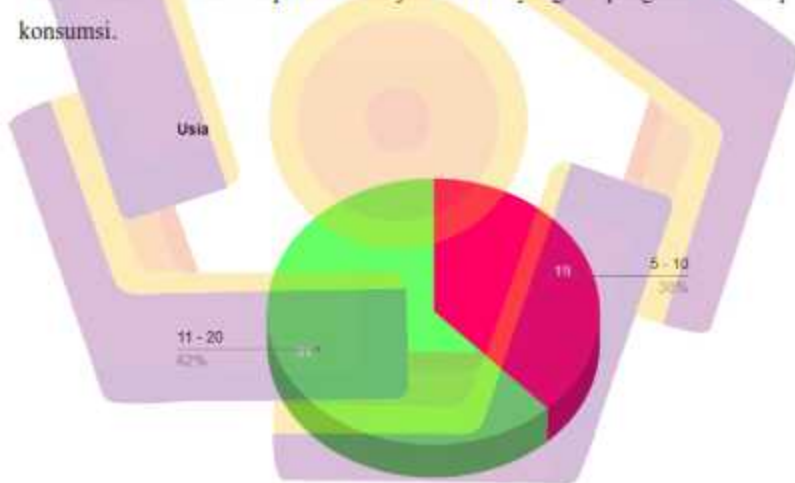


BAB I PENDAHULUAN

1.1 Permasalahan Konsumen

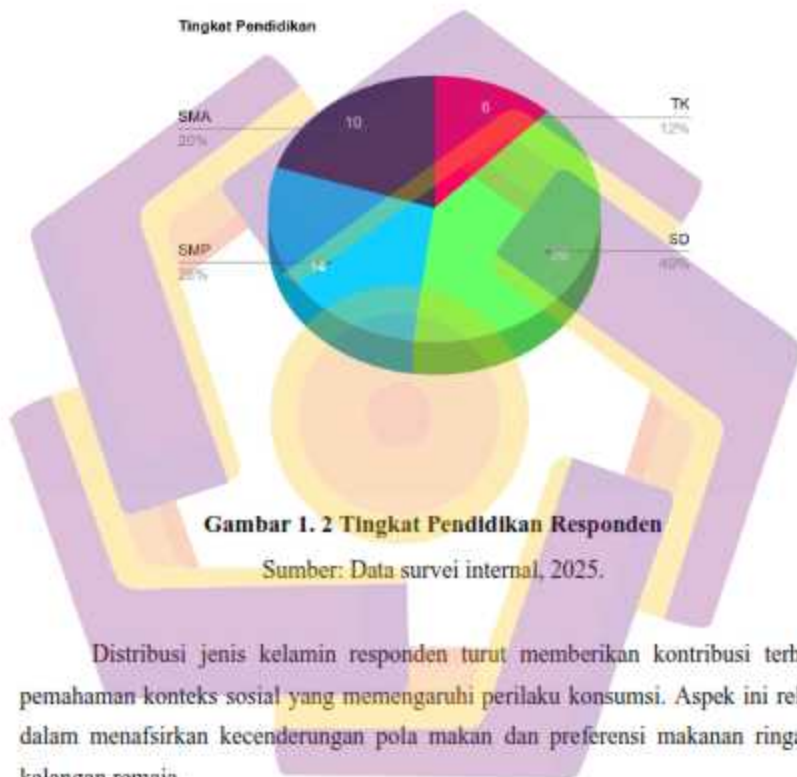
Berdasarkan hasil survei terhadap 50 responden yang berdomisili di Kabupaten Magelang, mayoritas berasal dari kalangan pelajar dengan rentang usia antara 5 hingga 20 tahun. Survei ini mengungkapkan sejumlah permasalahan konsumsi camilan di kalangan remaja dan anak-anak yang masih menempuh pendidikan. Hal ini mencerminkan pentingnya pemahaman terhadap kebiasaan makan generasi muda sebagai dasar pengembangan produk kuliner yang relevan. Secara khusus, usia dan status sosial-ekonomi responden menjadi faktor yang berpengaruh terhadap pola konsumsi.



Gambar 1.1 Usia Responden

Sumber: Data survei internal, 2025.

Selain itu, distribusi tingkat pendidikan responden memberikan gambaran lebih rinci mengenai latar belakang mereka dalam konteks pendidikan formal. Responden tersebar pada jenjang pendidikan dasar hingga menengah, yakni SD, SMP, dan SMA.



Distribusi jenis kelamin responden turut memberikan kontribusi terhadap pemahaman konteks sosial yang memengaruhi perilaku konsumsi. Aspek ini relevan dalam menafsirkan kecenderungan pola makan dan preferensi makanan ringan di kalangan remaja.

Jenis Kelamin



Gambar 1. 3 Jenis Kelamin Responden

Sumber: Data survei internal, 2025.

Seluruh responden dalam penelitian ini merupakan pelajar yang belum memiliki pekerjaan tetap, yang mengindikasikan ketergantungan ekonomi mereka terhadap keluarga serta lingkungan sekolah. Ketidakteraturan waktu makan, terutama sarapan, menjadi gejala umum yang ditemukan. Sebagian besar responden menyatakan makan pagi antara pukul 06.00 hingga 06.30, namun terdapat juga responden yang baru sarapan hingga malam hari. Ketidakteraturan ini berpotensi mendorong konsumsi camilan secara berlebihan sebagai kompensasi energi yang tidak terpenuhi sejak pagi.

Kebiasaan ngemil juga menunjukkan pola waktu yang tidak konsisten, di mana sebagian besar responden ngemil pada pagi hari pukul 09.00, sementara lainnya melakukan hal tersebut di waktu tidak lazim seperti tengah malam atau dini hari. Aktivitas ngemil yang tidak mengikuti waktu makan utama dapat berkontribusi pada pola makan yang kurang sehat. Hal ini diperkuat oleh penelitian yang menunjukkan

bahwa konsumsi camilan di luar waktu makan utama, terutama camilan yang rendah nilai gizi, dapat menurunkan kualitas nutrisi harian dan meningkatkan risiko penyakit kronis seperti obesitas dan diabetes (Almoraie et al., 2021). Jenis camilan yang dikonsumsi sangat beragam, mulai dari makanan lokal seperti bakso goreng hingga produk pabrikan seperti Chitato dan Kanzler. Variasi ini menunjukkan bahwa keputusan pembelian camilan tidak hanya dipengaruhi oleh kebutuhan energi, tetapi juga selera, pengaruh sosial, dan tren. Kemasan, rasa, dan daya tarik visual menjadi faktor penting yang memengaruhi preferensi anak-anak dan remaja dalam memilih camilan.

Sebagian besar responden membeli camilan di warung (26 orang), disusul minimarket dan toko, sementara hanya satu orang membeli lewat e-commerce. Temuan ini menunjukkan bahwa warung masih menjadi saluran distribusi utama di wilayah semi-perkotaan. Meski demikian, 15 responden mengaku kesulitan memperoleh camilan yang mereka inginkan karena stok yang cepat habis, harga tinggi, atau pilihan yang terlalu banyak. Keterbatasan akses ini sejalan dengan penelitian yang menunjukkan bahwa hambatan geografis, seperti jarak ke pasar dan keterbatasan transportasi, dapat memengaruhi kebiasaan makan remaja di daerah pedesaan, khususnya dalam hal konsumsi buah dan sayuran yang terbatas akibat ketersediaan dan aksesibilitas yang rendah (Banavali et al., 2023).

Sebanyak 39 dari 50 responden menyatakan bahwa harga merupakan faktor penting dalam keputusan membeli camilan. Temuan ini menunjukkan bahwa daya beli pelajar sangat dipengaruhi oleh keterbatasan ekonomi. Selain itu, ada perbedaan pandangan mengenai pengaruh jarak terhadap keputusan pembelian: 25 responden merasa tidak terpengaruh oleh jarak, sedangkan 25 lainnya mengaku sebaliknya. Hal ini menunjukkan adanya disparitas akses terhadap camilan yang berkualitas dan terjangkau. Preferensi konsumen terhadap camilan mencakup rasa (gurih, pedas, manis), bentuk, ukuran, dan kemasan. Beberapa responden menyatakan keinginan terhadap kemasan yang higienis dan menarik, yang menegaskan pentingnya aspek visual dalam pemasaran camilan. Meskipun demikian, hanya 7 dari 50 responden yang

pernah mencoba camilan lokal seperti sate pisang, mengindikasikan rendahnya eksposur terhadap inovasi makanan lokal di kalangan muda. Menimbang hal tersebut, dapat disimpulkan bahwa persoalan konsumen terkait camilan di Kabupaten Magelang tidak hanya menyangkut harga dan kemudahan akses, melainkan juga meliputi faktor psikologis dan sosial. Ekspektasi konsumen terhadap cita rasa, ukuran, dan kemasan sering kali tidak terpenuhi oleh produk yang tersedia. Hal ini membuka peluang besar bagi pengembangan camilan inovatif seperti Sate Pisang Zufaro, yang dapat menjawab berbagai kebutuhan tersebut secara lebih efektif.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan melalui penyebaran kuesioner, sejumlah permasalahan yang dihadapi konsumen terkait makanan dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. **Ketidakteraturan Pola Makan dan Konsumsi Camilan Berlebihan**

Banyak responden, yang seluruhnya merupakan pelajar, memiliki kebiasaan makan pada jam yang tidak konsisten, termasuk sarapan yang sangat terlambat bahkan hingga sore hari. Hal ini mendorong peningkatan konsumsi camilan di luar jam makan utama, yang dapat berdampak pada kualitas gizi harian dan pola makan tidak sehat.

2. **Preferensi yang Tinggi terhadap Camilan, tetapi Terbatasnya Akses terhadap Produk yang Ditinginkan**

Sebagian besar responden mengungkapkan keinginan terhadap camilan yang memiliki rasa enak, namun dengan harga yang terjangkau. Namun, sekitar 30% responden mengalami kesulitan dalam menemukan camilan yang sesuai dengan preferensi tersebut karena alasan ketersediaan yang terbatas, stok cepat habis, atau lokasi pembelian yang jauh.

3. **Harga sebagai Faktor Dominan dalam Pengambilan Keputusan Pembelian**

Sebanyak 39 dari 50 responden menyatakan bahwa harga sangat memengaruhi keputusan mereka dalam membeli camilan. Hal ini menunjukkan bahwa daya beli menjadi salah satu kendala utama dalam memenuhi preferensi konsumsi, mengingat mayoritas responden masih bergantung pada uang saku harian.

4. Kurangnya Variasi Produk yang Memenuhi Kriteria Ideal Konsumen Muda

Sebagian besar responden memiliki harapan tinggi terhadap camilan yang tidak hanya enak, tetapi juga memiliki ukuran besar, harga terjangkau, kemasan menarik, dan rasa yang bervariasi (gurih, pedas, manis). Namun, terdapat kesenjangan nyata antara ekspektasi tersebut dan produk yang tersedia di pasaran. Banyak camilan yang dianggap menarik justru sulit ditemukan atau cepat habis, menandakan bahwa pasar belum sepenuhnya mampu menjawab kebutuhan dan preferensi spesifik konsumen muda secara optimal.

1.2 Solusi dan Nilai Lebih yang Ditawarkan

Sate Pisang Zufaro hadir sebagai solusi atas berbagai permasalahan konsumen yang telah diidentifikasi, terutama di kalangan pelajar dan remaja. Produk ini mengedepankan inovasi dalam bentuk dan rasa, serta mengutamakan kualitas bahan baku untuk menciptakan pengalaman kuliner yang menarik dan menyenangkan. Dalam iklim persaingan bisnis kuliner yang semakin ketat, pendekatan semacam ini penting untuk membedakan diri dari produk sejenis yang telah lebih dahulu ada di pasaran. Nilai lebih yang ditawarkan juga mencerminkan komitmen bisnis dalam memenuhi ekspektasi konsumen secara menyeluruh.

Salah satu keunggulan utama Sate Pisang Zufaro adalah penerapan inovasi rasa dan penyajian yang mengikuti tren konsumsi masa kini. Produk ini dikembangkan dengan memperhatikan preferensi konsumen terhadap rasa manis, tampilan yang menarik, dan kemasan yang praktis. Selain itu, perusahaan secara aktif mengintegrasikan umpan balik konsumen ke dalam proses inovasi, guna memastikan bahwa produk yang dihasilkan selalu relevan dengan kebutuhan pasar. Upaya ini juga mencerminkan adanya hubungan dua arah yang kuat antara produsen dan pelanggan.

Dalam hal kemasan, Sate Pisang Zufaro mengusung desain yang tidak hanya fungsional tetapi juga estetis, sesuai dengan selera konsumen muda yang sensitif terhadap tampilan visual. Strategi ini memperkuat identitas merek sekaligus

meningkatkan daya tarik produk di berbagai saluran distribusi, baik online maupun offline. Integrasi nilai-nilai tradisional dan modern dalam produk ini juga menjadi daya tarik tersendiri, terutama bagi konsumen yang menginginkan perpaduan antara keunikan lokal dan kenyamanan gaya hidup masa kini.

Lebih lanjut, pendekatan berbasis riset menjadi dasar dalam merumuskan strategi pengembangan produk Sate Pisang Zufaro. Melalui survei konsumen dan analisis data, berbagai tantangan dalam konsumsi camilan berhasil diidentifikasi secara komprehensif. Hal ini memungkinkan perusahaan merumuskan solusi yang tepat sasaran, seperti peningkatan aksesibilitas, penyesuaian harga dengan daya beli, dan diversifikasi varian rasa yang disukai konsumen. Strategi semacam ini memberikan nilai tambah yang nyata sekaligus memperkuat posisi produk di tengah persaingan pasar yang semakin dinamis.

Berlandaskan pada pemahaman yang kuat mengenai preferensi pasar, Sate Pisang Zufaro mampu menghadirkan produk camilan yang tidak hanya menggugah selera dan terjangkau, melainkan juga memberikan kepuasan dalam pengalaman konsumen. Keunggulan ini menjadi dasar dalam membangun loyalitas konsumen serta memperluas jangkauan pasar secara berkelanjutan. Pendekatan yang adaptif dan berorientasi pada pelanggan menjadi kunci utama keberhasilan bisnis di era kuliner modern yang sangat kompetitif.

Tabel 1. 1 Permasalahan dan Solusi

Permasalahan	Solusi
Ketidakteraturan pola Makan dan konsumsi camilan berlebihan.	Edukasi gizi melalui media sosial, serta menyediakan camilan sehat yang praktis dan bergizi seimbang.
Preferensi yang tinggi terhadap camilan,	Menyediakan produk melalui

tetapi terbatasnya akses.	berbagai kanal distribusi (online & offline), serta bekerja sama dengan layanan antar.
Harga sebagai faktor dominan dalam pengambilan keputusan pembelian.	Menawarkan produk dalam berbagai ukuran/kemasan dengan harga terjangkau dan program diskon atau bundling
Kurangnya variasi produk yang memenuhi kriteria ideal konsumen muda.	Inovasi rasa dan tampilan produk yang sesuai tren generasi muda, serta melibatkan konsumen dalam survei produk.

1. Ketidakteraturan Pola Makan dan Konsumsi Camilan Berlebihan

Banyak konsumen, khususnya anak muda, memiliki kebiasaan makan yang tidak teratur dan cenderung mengonsumsi camilan dalam jumlah berlebihan sebagai pengganti makanan utama. Hal ini dapat berdampak pada kesehatan dan keseimbangan nutrisi tubuh. Untuk mengatasi permasalahan ini, produsen dapat menawarkan camilan sehat yang tetap lezat, praktis dikonsumsi, dan memiliki kandungan gizi yang seimbang. Selain itu, edukasi mengenai pola makan sehat melalui media sosial dan kampanye digital juga dapat membantu meningkatkan kesadaran konsumen terhadap pentingnya makan teratur.

2. Preferensi yang Tinggi terhadap Camilan, tetapi Terbatasnya Akses terhadap Produk yang Diinginkan

Konsumen muda umumnya memiliki ketertarikan yang tinggi terhadap camilan dengan cita rasa yang enak. Namun, tidak semua produk dengan rasa tersebut mudah ditemukan, terutama di daerah-daerah tertentu atau saat konsumen ingin membeli secara cepat dan praktis.

Solusinya adalah memperluas jalur distribusi produk, baik secara online melalui e-commerce dan aplikasi pesan antar makanan, maupun secara offline melalui minimarket dan supermarket. Kerja sama dengan layanan antar makanan juga dapat meningkatkan aksesibilitas produk ke tangan konsumen.

3. Harga sebagai Faktor Dominan dalam Pengambilan Keputusan Pembelian

Bagi banyak konsumen, khususnya pelajar dan mahasiswa, harga menjadi pertimbangan utama saat membeli produk camilan. Produk dengan harga yang tidak sesuai dengan anggaran mereka cenderung dihindari meskipun memiliki kualitas atau rasa yang menarik. Oleh karena itu, strategi penetapan harga yang fleksibel seperti menyediakan berbagai ukuran atau kemasan produk dengan harga terjangkau, serta memberikan promosi atau diskon secara berkala, dapat membantu menarik lebih banyak konsumen tanpa mengorbankan kualitas produk.

4. Kurangnya Variasi Produk yang Memenuhi Kriteria Ideal Konsumen Muda

Konsumen muda cenderung cepat bosan dan menyukai produk dengan variasi rasa, bentuk, dan kemasan yang menarik serta kekinian. Sayangnya, banyak produk camilan tidak cukup inovatif dalam menawarkan variasi baru. Untuk menjawab tantangan ini, produsen dapat rutin menghadirkan inovasi produk yang mengikuti tren, seperti rasa baru yang unik, kemasan yang Instagramable, atau produk edisi khusus. Melibatkan konsumen dalam proses pemilihan rasa melalui polling atau survei juga dapat meningkatkan keterlibatan dan loyalitas mereka terhadap merek.

1.3 Tujuan Mulia

Bisnis sate pisang yang dijalankan oleh penulis ini tentu saja tidak hanya mencari keuntungan tetapi juga memiliki tujuan-tujuan mulia yang manfaatnya bisa dirasakan oleh para konsumen. Tujuan-tujuan mulia itu adalah :

1. Meningkatkan Konsumsi Pisang di Masyarakat

Penjelasan:

Pisang adalah buah yang kaya akan gizi seperti serat, vitamin, dan mineral, namun sering kali kurang diminati jika disajikan dalam bentuk yang monoton.

Dengan mengolahnya menjadi sate pisang goreng yang unik dan lezat, bisnis ini dapat membuat masyarakat lebih tertarik untuk mengonsumsi pisang. Hal ini juga mendukung pola hidup sehat sekaligus memperkenalkan inovasi kuliner berbasis lokal.

2. Memberdayakan Petani Pisang Lokal

Penjelasan:

Bisnis sate pisang dapat menciptakan pasar yang stabil untuk hasil panen petani pisang lokal, khususnya di Magelang dan sekitarnya. Dengan membeli pisang langsung dari petani, bisnis ini tidak hanya memastikan bahan baku berkualitas, tetapi juga membantu meningkatkan kesejahteraan petani. Selain itu, usaha ini dapat mendorong keberlanjutan sektor pertanian lokal melalui permintaan yang konsisten.

1.4 Visi dan Misi

Visi : Menjadi bisnis camilan berbasis pisang yang terdepan dan menjadi pilihan utama masyarakat.

Misi :

1. Menyajikan Produk Pisang Berkualitas Tinggi dan Inovatif.

Zufaro berkomitmen untuk selalu menggunakan bahan baku pisang terbaik dan menghadirkan variasi rasa yang kreatif untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. Dengan inovasi seperti topping unik atau saus khusus, sate pisang dapat menjadi camilan modern yang diminati oleh berbagai kalangan.

2. Mengedukasi Pentingnya Konsumsi Makanan Sehat

Selain menjadi camilan yang lezat, sate pisang mengandung nutrisi penting dari pisang itu sendiri. Zufaro berupaya memberikan edukasi kepada pelanggan melalui promosi atau kampanye tentang manfaat kesehatan dari produk berbasis pisang, sehingga masyarakat dapat mengonsumsi makanan yang lebih bernutrisi.

3. Mendukung Perekonomian Lokal

Berdasarkan upaya pemberdayaan petani lokal serta penggunaan bahan-bahan yang berasal dari daerah sekitar Magelang.

4. Menghadirkan Pengalaman Kuliner yang Berkesan

Zufaro bertujuan untuk memberikan pengalaman yang unik dan menyenangkan bagi pelanggan melalui rasa sate pisang yang lezat, tampilan yang menarik, dan layanan yang ramah. Dengan memperhatikan detail dari produk hingga interaksi dengan pelanggan, Zufaro ingin menjadi pilihan utama bagi mereka yang mencari camilan berkualitas tinggi.

