

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Permasalahan Konsumen

Industri kuliner di Indonesia, khususnya di Daerah Istimewa Yogyakarta, mengalami perkembangan yang signifikan dalam beberapa tahun terakhir. Menurut data dari Badan Pusat Statistik (BPS) DIY tahun 2024, sektor makanan dan minuman termasuk dalam kategori usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) yang berkontribusi signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi daerah dengan lebih dari 60% UMKM di DIY bergerak di bidang ini. Perkembangan ini tidak lepas dari meningkatnya jumlah penduduk urban, mahasiswa dari luar daerah, serta arus wisatawan domestik dan mancanegara yang menjadikan Yogyakarta sebagai kota tujuan kuliner.

Dinamika sosial dan demografis yang unik menjadikan Yogyakarta sebagai kota pendidikan. Yogyakarta menampung lebih dari 400.000 mahasiswa pada tahun 2024, terdiri dari 145.785 mahasiswa di perguruan tinggi negeri dan 265.004 di perguruan tinggi swasta. Mayoritas dari mereka berasal dari luar daerah, menjadikan kota ini sebagai magnet bagi pelajar dan mahasiswa dari seluruh Indonesia. Perubahan gaya hidup generasi muda, khususnya mahasiswa, turut mempengaruhi tren konsumsi kuliner di Yogyakarta.

Kuliner yang praktis, inovatif, dan mengikuti tren kekinian sangat mempengaruhi mereka. Salah satu camilan ringan yang memenuhi kriteria tersebut adalah camilan ringan berbahan dasar aci, seperti cireng (aci digoreng). Camilan khas Sunda ini kini mengalami inovasi dan modifikasi rasa sehingga semakin populer di berbagai daerah termasuk Yogyakarta. Cireng yang dulunya identik dengan jajanan pasar kini hadir dalam berbagai bentuk, varian rasa, dan kemasan.

Peluang besar dalam pengembangan produk camilan lokal yang dikemas secara modern dan higienis. Didukung oleh tingginya aktivitas masyarakat di media sosial, generasi milenial dan Gen Z di Yogyakarta semakin aktif mencari dan merekomendasikan produk kuliner unik melalui platform digital yang menjadikan pasar camilan ringan seperti cireng semakin potensial dan kompetitif. Hal ini sesuai dengan

penelitian (Kurniawan dan Ahmadi, 2024), menunjukkan bahwa dengan pola perilaku yang berbeda diantara generasi milenial dan Gen Z media sosial memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Generasi Gen Z menggunakan media sosial untuk mencari informasi perihal produk termasuk kuliner, sebelum melakukan pembelian.

Yogyakarta menjadi lahan subur bagi tumbuhnya inovasi produk camilan yang tidak hanya enak, tetapi juga membawa nilai lokal yang kuat dalam kemasan yang modern dan praktis. Hal ini menjadi peluang strategis untuk menghadirkan Asik Snack dengan produknya Cireng Aci Bumbu Rujak sebagai bagian dari tren kuliner kekinian yang digemari masyarakat. Berdasarkan analisis survei menggunakan kuesioner yang telah diisi oleh sejumlah 60 responden pelanggan Asik Snack serta ulasan di *marketplace*, ditemukan permasalahan konsumen sebagai berikut:

1. Keamanan dan kebersihan produk;
2. Kualitas produk yang tidak sesuai ekspektasi;
3. Keterbatasan kesediaan produk;
4. Kemasan kurang informatif;
5. Harga kurang kompetitif;
6. Layanan pelanggan yang kurang optimal; dan
7. Distribusi yang kurang maksimal.

Tabel 1. 1 Rekapitulasi Hasil Tanggapan Responden

Indikator	Ya	Tidak
Seberapa penting keamanan dan kebersihan produk makanan bagi Anda?	50 Responden (Sangat Penting) 10 Responden (Penting)	-
Apakah Anda pernah merasa ragu dengan kebersihan atau keamanan produk camilan yang Anda beli secara <i>online</i> ?	50 Responden	10 Responden
Apa alasan utama Anda meragukan kebersihan atau keamanan produk tersebut?	21 Responden (Kemasan terlihat kurang higienis) 14 Responden (Produk terlihat kurang segar)	-

	13 Responden (Tidak ada informasi jelas tentang bahan baku) 12 Responden (Tidak ada sertifikasi atau izin usaha)	
Saat membeli camilan, apakah Anda selalu mendapatkan kualitas yang sesuai dengan ekspektasi Anda?	23 Responden	37 Responden
Masalah apa yang sering Anda temui?	22 Responden (Rasa kurang enak atau berbeda dari ekspektasi) 17 Responden (Tekstur tidak sesuai, terlalu keras atau lembek) 12 Responden (Porsi atau jumlah tidak sesuai dengan yang tertera di deskripsi) 9 Responden (Produk tidak segar saat diterima)	-
Apa alasan Anda merasa harga camilan seperti cireng aci di <i>marketplace</i> kurang sesuai?	27 Responden (Biaya tambahan, misalnya ongkos kirim yang terlalu tinggi) 17 Responden (Ada produk serupa dengan harga yang lebih murah) 16 Responden (Kualitas tidak sebanding dengan harga)	
Apakah Anda pernah mengalami keterlambatan dalam pengiriman camilan yang dipesan secara <i>online</i> ?	37 Responden	23 Responden

Permasalahan di atas diambil dari hasil kuesioner dan ulasan *marketplace*. Terdapat 3 kompetitor Asik Snack yaitu: Cireng Sultan Jogja, Cireng Si Kriwil, dan The Cirengs. Asik Snack menganalisis kompetitor dan menemukan adanya keluhan konsumen yang menjadi permasalahan utama dalam industri kuliner camilan ringan saat ini. Salah satu permasalahan yang sering dikeluhkan adalah keamanan dan kebersihan produk.

Hal ini disebabkan oleh kurangnya kepatuhan terhadap standar keamanan pangan, penggunaan kemasan yang tidak informatif, kualitas bahan baku yang tidak selalu terjaga, serta minimnya transparansi dalam proses produksi. Selain itu, terdapat keterbatasan dalam ketersediaan produk, dimana sebagian kompetitor hanya memproduksi berdasarkan sistem pre-order, sehingga konsumen harus menunggu lebih lama untuk mendapatkan produk. Tidak adanya stok yang siap dibeli kapan saja menyebabkan kekecewaan bagi pelanggan yang ingin membeli secara instan.

Kualitas produk yang tidak sesuai ekspektasi juga menjadi permasalahan lain yang sering terjadi. Hal ini disebabkan oleh inkonsistensi dalam rasa dan tekstur, serta perbedaan antara produk yang dipromosikan dan kenyataan di lapangan, yang pada akhirnya dapat menurunkan kepercayaan dan loyalitas konsumen. Khususnya pada kompetitor Cireng Sultan Jogja, ditemukan bahwa produk *frozen food* mereka tidak mencantumkan informasi penting seperti label nama produk, komposisi bahan, berat bersih (Netto), tanggal produksi dan kadaluarsa, petunjuk penyimpanan, petunjuk penyajian, kontak dan alamat produsen, nomor izin edar, dan logo halal.

Ketidakterbukaan informasi ini dapat membuat konsumen merasa ragu terhadap keamanan produk. Selain itu, efisiensi dalam layanan pelanggan juga menjadi kendala bagi konsumen dan para kompetitor. Respon yang lambat atau kurang ramah dalam menangani pertanyaan dan keluhan pelanggan mengakibatkan pengalaman belanja yang kurang menyenangkan. Kurangnya perhatian dalam aspek ini dapat mengurangi tingkat kepuasan dan loyalitas konsumen.

1.2 Solusi dan Nilai yang Ditawarkan

Asik Snack, sebuah usaha kecil dan menengah (UKM) yang berfokus pada pembuatan dan penjualan cireng aci dengan menghadirkan produk unggulan berupa cireng aci dengan bumbu rujak. Produk ini menawarkan cita rasa otentik yang gurih dan pedas dengan tekstur renyah di luar serta kenyal di dalam. Distribusi produk tersebut mencakup beberapa daerah di Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta. Solusi yang ditawarkan Asik Snack untuk mengatasi permasalahan konsumen terdapat pada tabel berikut ini:

Tabel 1. 2 Solusi Permasalahan

No.	Permasalahan Konsumen	Solusi Permasalahan
1.	Keamanan dan kebersihan produk.	Asik Snack menggunakan bahan baku berkualitas dan tanpa bahan pengawet berbahaya. Serta menerapkan langkah-langkah yang mendukung kebersihan dan keamanan dalam proses produksi, pengemasan, serta distribusi. sehingga disetiap tahap produksi dilakukan <i>quality control</i> untuk memastikan produk tetap higienis dan aman dikonsumsi.
2.	Kualitas produk yang tidak sesuai ekspektasi.	Asik Snack menjaga konsistensi rasa dan tekstur produk melalui <i>quality control</i> dalam setiap tahap produksi. Serta melakukan perbaikan secara berkala untuk memastikan kualitas produk tetap sesuai dengan preferensi pelanggan.
3.	Keterbatasan kesediaan produk.	Asik Snack meningkatkan kapasitas produksi dan menyediakan stok produk siap jual agar pelanggan tidak perlu menunggu pre-order. Selain itu, dilakukan evaluasi permintaan pasar untuk memastikan ketersediaan produk sesuai kebutuhan konsumen. (Unggul)

4.	Kemasan kurang informatif.	Asik Snack menyediakan kemasan dengan informasi lengkap mengenai nama produk, komposisi bahan, berat bersih (Netto), tanggal produksi dan kadaluarsa, petunjuk penyimpanan, petunjuk penyajian, kontak dan alamat produsen, nomor izin edar, dan logo halal agar konsumen mendapatkan informasi yang jelas tentang produk yang mereka konsumsi. (Unggul)
5.	Harga kurang kompetitif.	Melakukan pengecekan harga pasar secara rutin dengan membandingkan harga dan porsi produk sejenis dari kompetitor, mengoptimalkan biaya produksi tanpa mengorbankan kualitas, dan menawarkan beberapa varian ukuran misalnya <i>mini pack</i> dan <i>reguler pack</i> . (Rata-rata)
6.	Layanan pelanggan yang kurang optimal.	Asik Snack melayani pelanggan dengan memastikan respons yang cepat dan ramah baik melalui sosial media atau secara langsung serta menangani keluhan serta pertanyaan pelanggan dengan lebih profesional dan solutif. (Unggul)
7.	Distribusi yang kurang maksimal.	Asik Snack masih kurang unggul dalam distribusi karena belum menggandeng reseller. Saat ini, sedang dilakukan perbaikan dengan merencanakan kemitraan reseller dan memperluas penjualan di platform online untuk meningkatkan jangkauan pasar. (Kurang unggul)

Nilai yang ditawarkan oleh Asik Snack mencakup :

1. Cita rasa otentik dan kualitas terjaga, menggunakan bahan-bahan berkualitas tanpa bahan pengawet berbahaya dan dengan resep khas yang mempertahankan cita rasa asli.
2. Pilihan varian yang fleksibel, menyediakan berbagai pilihan varian seperti siap santap dan *frozen food* sesuai dengan selera konsumen.
3. Produk siap sedia dan informatif, memproduksi setiap hari tanpa harus menunggu *pre-order* dan informasi produk yang lengkap.
4. Pelayanan cepat dan pengiriman efisien, didukung oleh layanan pengiriman instan untuk memastikan produk sampai dalam kondisi terbaik.

1.3 Noble Purpose

Asik snack berkomitmen untuk melestarikan dan mempopulerkan kuliner tradisional Indonesia, khususnya Cireng Aci Bumbu Rujak, dengan menghadirkan produk berkualitas yang dapat dinikmati oleh semua kalangan. Melalui inovasi dan dedikasi terhadap kualitas, Asik Snack membawa cita rasa otentik nusantara lebih dekat ke masyarakat luas. Selain menciptakan lapangan pekerjaan, Asik Snack berkontribusi dalam pemberdayaan komunitas lokal melalui kemitraan strategis berbasis UMKM.

1.4 Visi dan Misi

Visi : Menjadi merek camilan inovatif terdepan yang mengangkat cita rasa lokal, menghadirkan kualitas terbaik, dan dinikmati oleh seluruh masyarakat Indonesia.

Misi :

1. Mengutamakan kualitas dan keaslian rasa dalam setiap produk.
2. Mengembangkan produk inovatif yang mengangkat cita rasa lokal.
3. Menyediakan layanan pelanggan yang ramah, responsif, dan profesional.
4. Menciptakan lapangan kerja bagi masyarakat setempat dan mendukung pemberdayaan UMKM.

Logo Bisnis



Gambar 1. 1 Logo Bisnis

1. Logo “Asik Snack” menggambarkan merek camilan ringan yang memiliki rasa pedas dan gurih.
2. Elemen visual seperti gambar cabai merah dan makanan ringan memberikan indikasi bahwa produk ini menawarkan cita rasa yang kuat dan menggugah selera.
3. Di Bagian atas terdapat gambar makanan ringan berbentuk bulat dengan potongan hijau, menunjukkan tekstur dan bahan alami.
4. Di Sebelah kiri gambar makanan ringan terdapat dua cabai merah yang melengkung menambahkan kesan pedas dan menarik.
5. Warna dominan pada logo ini adalah merah, kuning, dan hijau.
6. Teks “Asik Snack” berwarna merah dengan garis tepi kuning, menciptakan kontras yang menarik dan mudah dibaca.
7. Gambar makanan ringan berwarna krem dengan potongan hijau, memberi kesan alami dan segar.
8. Cabai berwarna merah dengan tangkai hijau, menunjukkan rasa pedas.
9. Elemen percikan berwarna merah dan kuning disekitar teks menambahkan kesan dinamis dan energik.