

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Permasalahan Konsumen

Risol adalah makanan gorengan berbentuk lonjong atau setengah silinder yang populer sebagai cemilan di kalangan masyarakat. Secara sederhana, Risol itu terdiri dari beberapa isian yang dibungkus oleh lembaran tipis, kemudian dilapisi tepung roti atau panir lalu digoreng hingga warna keemasan dan renyah. Tekstur luarnya renyah dan garing. Sebagian dalamnya lembut dan beraroma yang khas dengan kaya rasa. Isian risol sangat bervariasi pada isian ragout ayam, sayur, pizza sosis, mayonnaise telur, mie dan lainnya. Risol mudah disesuaikan untuk rasa rumahan, japas (jajanan pasar), katering dan snack box. Biasanya disajikan hangat dengan saus tomat sebagai pelengkap.

Di tengah meningkatnya kebutuhan akan camilan praktis dan berkualitas, konsumen risol menghadapi beberapa kendala yang mengurangi pengalaman pembelian dan konsumsi. Berdasarkan hasil pengamatan lapangan dan tanggapan responden, banyak konsumen mengeluhkan ketidakselarasan antara harapan dan kenyataan produk yang tersedia di pasaran. Isu yang sering muncul antara lain: kualitas produk yang tidak konsisten (perbedaan rasa, porsi isian, dan tingkat kematangan antar pembelian), tekstur kulit yang tidak stabil (sering lembek atau justru terlalu keras), serta kekhawatiran terhadap kebersihan dan higienitas produk yang mempengaruhi kepercayaan konsumen.

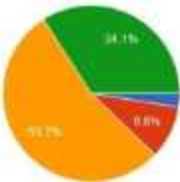
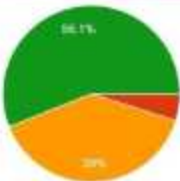
Selain itu, daya simpan produk menjadi salah satu keluhan utama; konsumen melaporkan penurunan kualitas (mis. rasa berubah, tekstur melempem, cepat bau) dalam waktu singkat sehingga mereka enggan membeli dalam jumlah banyak. Dari sisi ekonomi perilaku, sebagian responden menyatakan bersedia membayar lebih apabila kualitas, porsi, dan kebersihan produk terjamin, namun realita di lapangan menunjukkan adanya persepsi nilai harga yang tidak sepadan.

Kondisi-kondisi tersebut mengakibatkan menurunnya kepuasan, rendahnya repeat-purchase, dan keraguan untuk mencoba merek baru. Berdasarkan observasi dan survei kuantitatif, peneliti melakukan survei kepada 41 responden berlokasi di Kabupaten Sleman,

Kota Yogyakarta, dan Kabupaten Bantul. Rata-rata usia responden berkisar 10-44 tahun, terdiri atas laki-laki dan perempuan, dengan mayoritas berstatus mahasiswa. Hasil kuesioner tersebut menunjukkan konsistensi temuan antara data kuantitatif (item tersusun) dan data kualitatif (jawaban terbuka), yang memperkuat validitas identifikasi masalah konsumen terhadap produk risol di pasar lokal. Permasalahan yang telah kami dapatkan melalui hasil kuesioner, sebagai berikut:

Tabel 1.1 Permasalahan Konsumen

No.	Indikator	Keterangan
1.	Kualitas Produk Tidak Konsisten	Konsistensi rasa yang tidak berubah sangat penting bagi saya 41 responses ● Sangat Tidak Setuju ● Tidak Setuju ● Setuju ● Sangat Setuju
2.	Tekstur Produk	Kulit risol es yang renyah dan tidak lembek menjadi faktor dalam pembelian produk 41 responses ● Sangat Tidak Setuju ● Tidak Setuju ● Setuju ● Sangat Setuju
3.	Kebersihan dan Higienitas Produk	Saya lebih memilih produk risol yang lebih sedikit mahal dengan jaminan kebersihan dan bahan terjamin 41 responses ● Sangat Tidak Setuju ● Tidak Setuju ● Setuju ● Sangat Setuju

4.	Inovasi Rasa Produk	Risoles yang tersedia dipasaran umumnya memiliki rasa yang biasa dan kurang inovatif 41 responses  ● Sangat Tidak Bagus ● Tidak Bagus ● Bagus ● Sangat Bagus
5.	Ketahanan Masa Produk	Risoles harus memiliki daya simpan yang cukup lama (Maksimal 1 minggu) tanpa kehilangan kualitas 41 responses  ● Sangat Tidak Bagus ● Tidak Bagus ● Bagus ● Sangat Bagus
6.	Nilai Harga produk	Saya tidak keberatan bayar lebih untuk risoles dengan kualitas premium (kuli tonyah) isian banyak dan rasa memuaskan) 41 responses  ● Sangat Tidak Bagus ● Tidak Bagus ● Bagus ● Sangat Bagus
7.	Pengalaman dan Kendala Konsumen	Saya sering menemukan dipasaran dengan kualitas yang tidak konsisten 41 responses  ● Sangat Tidak Bagus ● Tidak Bagus ● Bagus ● Sangat Bagus

Sumber: Data primer diolah (2025)

Setelah ditemukannya beberapa faktor yang menjadi permasalahan konsumen berdasarkan dari Tabel, terdapat beberapa permasalahan utama yang dapat disimpulkan yaitu sebagai berikut:

1. **Konsistensi kualitas produk**, sebagian besar responden melaporkan adanya ketidakonsistenan kualitas pada produk risol di pasaran. Ketidakonsistenan ini tampak dari variasi rasa, perbedaan ukuran, dan fluktuasi jumlah isian antar pembelian, sehingga konsumen tidak dapat memprediksi kualitas produk pada pembelian berikutnya. Kondisi tersebut mempengaruhi tingkat kepercayaan dan menurunkan kecenderungan pembelian ulang.
2. **Tekstur produk risol**, mayoritas responden menyatakan bahwa tekstur kulit risol merupakan faktor penting dalam penilaian kualitas. Namun, temuan kuesioner menunjukkan frekuensi keluhan terkait kulit yang lembek, terlalu berminyak, atau justru terlalu keras. Ketidakstabilan tekstur ini berdampak langsung pada pengalaman konsumsi dan menjadi salah satu alasan konsumen memilih tidak membeli ulang dari penjual tertentu.
3. **Inovasi rasa**, sebagian besar responden merasakan kurangnya variasi dan inovasi rasa pada produk risol yang beredar. Banyak konsumen menilai cita rasa antar penjual kurang berbeda sehingga pengalaman mencoba produk baru menjadi kurang menarik. Keadaan ini menunjukkan kebutuhan pasar akan diferensiasi produk melalui varian rasa yang lebih kreatif dan bernilai tambah.
4. **Ketahanan masa produk**, responden mengkhawatirkan daya simpan risol; konsumen melaporkan penurunan kualitas (rasa dan tekstur) dalam waktu singkat setelah pembelian. Daya simpan yang terbatas membuat konsumen enggan membeli dalam jumlah banyak dan mengurangi persepsi nilai produk. Permasalahan ini menandakan perlunya perbaikan formulasi, pengemasan, atau prosedur penyimpanan dari pihak produsen.

1.2 Solusi dan Nilai Lebih yang Ditawarkan

1.2.1 Solusi

Berdasarkan hasil analisis permasalahan konsumen yang diperoleh melalui observasi dan pengumpulan data pada usaha Mongumi Food, diketahui bahwa permasalahan utama berkaitan dengan konsistensi kualitas produk, tekstur kulit risoles, variasi rasa, serta daya tahan produk selama distribusi. Oleh karena itu, solusi yang diusulkan dirancang secara strategis dan terukur melalui pendekatan manajerial dan operasional, meliputi penerapan standar operasional prosedur (SOP) produksi, pengendalian mutu bahan baku dan proses, pengembangan inovasi produk, serta optimalisasi sistem pengemasan dan distribusi. Penerapan solusi tersebut diharapkan mampu meningkatkan konsistensi mutu produk, menjaga kualitas hingga diterima konsumen, serta meningkatkan kepuasan dan kepercayaan konsumen, sehingga mendukung daya saing dan keberlanjutan usaha MongumiFood di tengah persaingan industri kuliner. Berikut beberapa solusi yang ditawarkan oleh Mongumi Food:

1. **Solusi untuk konsistensi kualitas produk**, MongumiFood mengembangkan strategi dalam peningkatan terhadap konsistensi kualitas produknya dengan penerapan standarisasi pada proses produksinya melalui penyusunan SOP yang jelas. Standarisasi SOP tersebut meliputi penerapan resep baku produk risol, standar ukuran produk, dan standar kualitas kematangan risol. Penerapan strategi tersebut bertujuan untuk membangun kepercayaan konsumen melalui kualitas produk yang konsisten dalam mendorong pembelian ulang dan memperkuat citra merek MongumiFood.
2. **Solusi untuk tekstur produk risol**, MongumiFood merespon atas permasalahan tersebut dengan menerapkan pengendalian pada proses pengolahan produk risol, khususnya pada tahap pembuatan adonan dan penggorengan. Penerapan metode *semi deep fry* dengan mengontrol penggunaan minyak dan menjual produknya dalam kondisi *fresh-time window* maksimal 2 jam setelah digoreng (digoreng dadakan).
3. **Solusi untuk inovasi rasa produk**, MongumiFood meningkatkan daya tarik produk dengan mengembangkan varian rasa yang inovatif sesuai preferensi pasar sasaran. Salah satu strateginya dengan rotasi varian rasa secara mingguan/bulanan agar konsumen tidak mudah jenuh. Selain itu, dilakukan uji minat terhadap inovasi varian rasa baru dengan melalui penawaran sistem pre- ordernya tanpa resiko stok.
4. **Solusi untuk ketahanan masa produk**, MongumiFood memperbaiki ketahanan masa produk dengan melalui optimalisasi formulasi bahan dan penggunaan

kemasan yang lebih baik. Pemberlakuan pemisahan produk dengan isian risol basah dan kering untuk mengurangi kualitas cepat lembek dan basi serta menawarkan opsi *frozen food* sederhana dengan dikemas plastik vakum ataupun ziplock food grade untuk menjaga masa tahan produk. Selain itu yang paling penting yaitu dengan mengedukasi konsumen melalui stiker label informasi dan saran penyimpanan dan penggunaan produknya.

1.2.2 Nilai

Dari solusi yang telah diuraikan, maka pada bagian ini terdapat nilai lebih yang dapat ditawarkan, yaitu :

1. **Label Batch & Jaminan Keseragaman**, setiap paket diberi kode batch + tanggal produksi, jika produk menyimpang dari standar rasa/ukuran/kematangan, konsumen berhak memperoleh penggantian atau kompensasi.
2. **Crisp-Fresh Promise**, jaminan produk sampai konsumen dalam kondisi “renyah” (digoreng sesuai order atau dipilih slot pickup ≤ 2 jam). Jika dikirim di luar window, ada kompensasi (diskon/penggantian).
3. **Discovery Pack & Pre-Order Access**, paket mini (3–5 pcs) varian edisi terbatas + akses pre-order untuk rasa baru sehingga pembeli bisa coba tanpa risiko stok.
4. **Ready-to-Heat & Storage Label**, menawarkan varian beku vakum serta kemasan terpisah untuk isian basah/kering, setiap paket terempel dan tertera singkat cara penyimpanan & pemanasan ulang produk risol.

1.3 Noble Purpose

Menghadirkan risol sebagai produk kuliner lokal yang inovatif dan berkualitas, tidak hanya untuk memenuhi kebutuhan konsumsi yang lezat dan praktis, tetapi juga sebagai sarana pemberdayaan ekonomi lokal dan penciptaan dampak sosial yang berkelanjutan

1.4 Visi dan Misi

Visi

Menjadi salah satu pelaku kuliner lokal terkemuka yang menghadirkan risol lezat, berkualitas, dan berdaya saing, serta memberikan dampak positif bagi konsumen dan masyarakat secara berkelanjutan.

Misi

1. Mengembangkan produk risol yang inovatif dan berkualitas tinggi dengan variasi rasa yang diminati pasar lokal maupun nasional.
2. Menjamin konsistensi rasa, tekstur, dan mutu melalui penggunaan bahan baku unggul serta standar produksi dan kontrol mutu yang jelas termasuk untuk produk frozen.
3. Meningkatkan efisiensi produksi dan ketersediaan produk sehingga mampu memenuhi permintaan dan meningkatkan kepuasan pelanggan.
4. Membangun sistem manajemen operasional yang adaptif dan tangguh, termasuk penerapan buffer stock untuk menghadapi lonjakan permintaan mendadak.
5. Berkontribusi pada pemberdayaan ekonomi lokal melalui penciptaan lapangan kerja, kemitraan dengan UMKM, dan pelatihan kewirausahaan kuliner.
6. Menjalankan praktik usaha yang bertanggung jawab dan berkelanjutan dengan memperhatikan kesehatan, keamanan pangan, dan kelestarian lingkungan.

1.5 Logo Bisnis

