

BAB 1 PENDAHULUAN

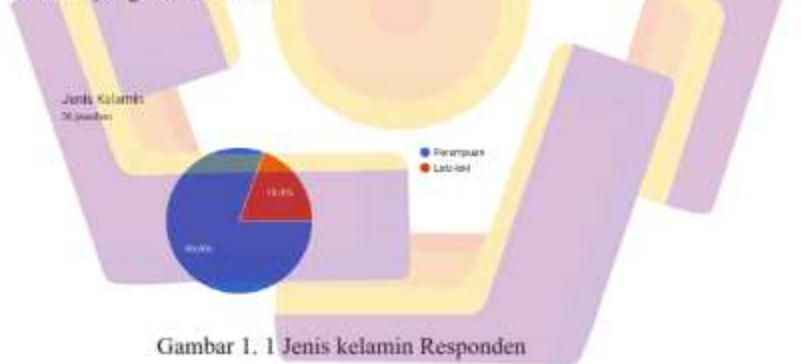
1.1 Permasalahan Konsumen

Pisang adalah salah satu buah tropis di Indonesia. Pisang memiliki beberapa keunggulan, antara lain mudah diperoleh dan murah dan kaya akan nutrisi yang bermanfaat bagi tubuh manusia. Selain itu, pisang sangat fleksibel untuk dipadukan dengan berbagai bahan guna menciptakan cita rasa yang lezat dan disukai oleh berbagai kalangan usia. Pemanfaatan pisang secara kreatif juga dapat menjadi solusi efektif dalam mengurangi pemborosan pangan, terutama untuk pisang matang yang sering terbuang. Sebagian besar pisang hanya dikonsumsi secara langsung atau diolah dalam bentuk tradisional yang memiliki nilai jual rendah. Di sisi lain, permintaan pasar terhadap produk makanan ringan yang inovatif terus meningkat, dengan demikian usaha di bidang makanan seperti cemilan Locabana memiliki potensi untuk dikembangkan. Di tengah peluang ini, bisnis cemilan seperti Locabana turut berkembang, namun tidak luput dari permasalahan konsumen.

Sebagai pelaku usaha di bidang kuliner yang berfokus pada bidang makanan. Pelaku usaha menghadapi berbagai tantangan dalam memenuhi harapan dan kebutuhan konsumen yang semakin beragam. Ditengah persaingan pasar yang ketat dan tren kuliner yang terus berubah, pelaku usaha perlu memahami secara mendalam permasalahan yang dihadapi pelanggan agar dapat memberikan produk dan layanan yang sesuai dengan ekspektasi konsumen. Permasalahan konsumen dapat muncul dari berbagai aspek, seperti kualitas rasa yang kurang konsisten, tampilan dan kemasan

produk yang belum menarik, harga yang dianggap kurang sepadan dengan nilai yang ditawarkan, hingga keterbatasan akses dalam mendapatkan produk. Selain itu, faktor seperti kebersihan, pelayanan, dan daya tahan produk juga sering menjadi perhatian utama bagi konsumen.

Pelaku bisnis dapat membuat rencana inovasi dan perbaikan yang lebih tepat sasaran dengan memahami berbagai masalah tersebut secara menyeluruh. Pemahaman yang baik tentang kendala pelanggan meningkatkan kepuasan pelanggan dan membangun loyalitas dan memperkuat bisnis di pasar kuliner lokal. Untuk temuan permasalahan konsumen, Bisnis camilan Locabana melakukan survei yang dilaksanakan pada tanggal 9-13 Oktober dengan total 36 responden melalui *google form*, ditemukan beberapa poin penting yang mencerminkan perilaku konsumen serta masalah yang mereka alami.



Gambar 1. 1 Jenis kelamin Responden

Sumber: Hasil olah Data (2025)



Gambar 1. 2 Usia Responden

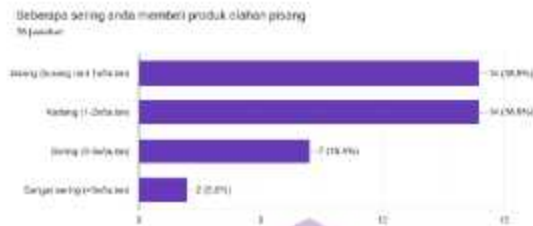
Sumber: Hasil olah data (2025)



Gambar 1. 3 Pekerjaan Utama Responden

Sumber: Hasil olah data (2025)

Mayoritas responden (100% atau 36 orang) berada pada rentang usia 17-25 tahun dan didominasi oleh perempuan sebesar 80,6%. Sebagian besar responden, yaitu 97,2% responden, berprofesi sebagai mahasiswa/pelajar. Klasifikasi responden berdasarkan domisili mayoritas berada di Sleman dengan jumlah 61,1% responden.



Gambar 1. 4 Seberapa Sering Responden Membeli Olahan Pisang

Sumber: Hasil olah data (2025)



Gambar 1. 5 Alasan Membeli Olahan Pisang

Sumber: Hasil olah data (2025)

Sebanyak 38,9% responden mengaku mengonsumsi camilan jarang sekali hingga satu kali dalam sebulan. Motivasi mereka membeli camilan olahan pisang untuk dikonsumsi sendiri saat bersantai atau berkumpul bersama keluarga atau teman. Hal ini menunjukkan bahwa pisang pasir bukan hanya bisa dikonsumsi sendiri tetapi juga bisa dikonsumsi bersama, bukan kebutuhan pokok. Selain menggunakan data primer melalui penyebaran kuesioner pada konsumen, peneliti juga melakukan analisis data sekunder dengan cara mengamati ulasan yang tersedia di *marketplace* yaitu Shopee food. Hasil pengamatan yang sudah dilakukan mengungkapkan beberapa

keluhan yang konsisten dengan hasil kuesioner serta menunjukkan beberapa keluhan yang berasal dari konsumen antara lain:

Tabel 1. 1 Customer Pain dan Ulasan

No	Customer Pain	Ulasan
1.	Inkonsisten tekstur	 Sumber: Ulasan Konsumen pada Marketplace (2025)
2.	Inkonsisten rasa	 Sumber: Ulasan Konsumen pada Marketplace (2025)
3.	Konsumen menyukai produk yang <i>fresh from the pan</i>	 Sumber: Ulasan Konsumen pada Marketplace (2025)

4.	Visual produk yang ditampilkan tidak sesuai	 Sumber: Ulasan Konsumen pada Marketplace (2025)
----	---	--

Berdasarkan keluhan konsumen menunjukkan beberapa masalah bersifat umum yang dalam industri olahan pisang antara lain:

1. Inkonsisten tekstur

Konsistensi tekstur pada produk olahan pisang menjadi salah satu faktor penting yang mempengaruhi kepuasan konsumen. Inkonsisten tekstur, dimana pada beberapa kesempatan pisang terasa renyah, namun pada kesempatan lain menjadi lembek atau berminyak menunjukkan adanya ketidakstabilan dalam proses pengolahan. Kondisi tersebut berpotensi menurunkan persepsi konsumen terhadap kualitas produk.

2. Inkonsisten rasa

Rasa yang kurang merupakan inkonsisten yang disebabkan oleh tingkat takaran bahan tambahan seperti glaze dan topping yang menyebabkan tingkat kepuasan konsumen menurun.

3. Konsumen yang menyukai produk yang *fresh from the pan*

Konsumen lebih menyukai produk yang produk *fresh from the pan* menunjukkan preferensi terhadap makanan yang disajikan segera setelah proses pengolahan, ketika kualitas seperti kerenyahan, kehangatan dan masih berada pada tingkat optimal.

Produk dalam kondisi ini memberikan pengalaman konsumsi yang lebih memuaskan. Sebaliknya, penurunan suhu dan waktu penyimpanan setelah penggorengan dapat menyebabkan perubahan pada tekstur serta rasa, yang menurunkan persepsi kualitas produk.

4. Visual produk yang ditampilkan tidak sesuai

Ketidaksesuaian antara produk asli dengan tampilan yang ditampilkan di media promosi.

1.2 Solusi dan Nilai Lebih Yang Ditawarkan

Menjawab permasalahan konsumen berdasarkan hasil survei maupun ulasan pada *marketplace* kompetitor. Berikut solusi dan nilai yang ditawarkan oleh Locabana :

Tabel 1. 2 Solusi dan Nilai Lebih yang Ditawarkan

No	Permasalahan Konsumen	Solusi Permasalahan
1.	Inkonsisten tekstur	Proses penggorengan dilakukan dengan standarisasi waktu yang terukur. Pisang yang digoreng dalam durasi yang sama untuk menghasilkan tingkat kerenyahan yang seragam. Selain itu, Locabana memilih pisang menurut tingkat kematang pisang agar teksturnya seimbang.

2.	Inkonsisten rasa	Locabana menggunakan formulasi resep dengan takaran bumbu dan topping yang terukur menggunakan sendok takar.
3.	Konsumen yang menyukai produk yang <i>fresh from the pan</i>	Locabana menerapkan sistem produk di goreng langsung setelah ada pesanan baik saat membuka <i>stand</i> maupun <i>open Pre Order</i> . Selain itu, komunikasi yang jelas kepada pelanggan bahwa produk terbaik dinikmati setelah diterima.
4.	Visual produk yang ditampilkan tidak sesuai	Locabana menampilkan <i>real picture</i> hasil foto produk asli tanpa proses <i>editing</i> berlebihan.

Sumber: Hasil olah data (2025)

Selain solusi dari keempat masalah tersebut, Locabana juga menghadirkan visual produk yang menarik dan menggugah selera. Topping disusun dengan estetika yang cocok untuk difoto dan dibagikan di sosial media, memenuhi preferensi konsumen yang *visual oriented*. Hal ini menjadikannya tidak hanya sekedar camilan tetapi juga pengalaman visual yang menarik konsumen lebih luas lagi.

1.3 Noble Purpose

Dibalik aktivitas yang berfokus pada penjualan dan pertumbuhan usaha, Locabana memiliki tujuan yang lebih dalam dari sekedar meraih keuntungan. Locabana hadir dengan semangat untuk menghadirkan kebahagiaan dari hal-hal sederhana, melalui camilan pisang yang dibuat dengan ketulusan. Bagi Locabana, setiap potong pisang bukan hanya produk, melainkan wujud nyata dari upaya untuk menciptakan keseimbangan antara cita rasa, kebermanfaatan, dan keberlanjutan. Usaha ini tumbuh bersama para pelaku lokal, mulai dari petani hingga pemasok dengan harapan dapat membuka lebih banyak peluang ekonomi bagi masyarakat di sekitar. Selain itu, Locabana ingin menghidupkan kembali makna kebersamaan melalui pengalaman menikmati cemilan hangat yang menggugah selera, dengan menjaga konsistensi rasa dan kualitas, Locabana berupaya menjadi bagian dari momen berharga konsumen. Melalui tujuan ini, Locabana berkomitmen untuk tidak hanya menjadi merek yang dicintai karena rasanya, tetapi juga karena makna dan nilai yang dihidirkannya bagi banyak orang.

1.4 Visi, Misi, dan Logo Bisnis

1.4.1 Visi

Menjadi brand kuliner terdepan yang menghadirkan inovasi olahan pisang berkualitas serta memberikan pengalaman kuliner yang manis, renyah, dan berkesan bagi setiap pelanggan.

1.4.2 Misi

- a. Menciptakan varian rasa yang inovatif dan menarik
- b. Menghadirkan produk olahan pisang yang berkualitas

- c. Menjaga konsistensi rasa dan varian
- d. Menjaga kepuasan dan loyalitas pelanggan
- e. Meningkatkan kesadaran akan potensi camilan lokal berbahan pisang

1.4.3 Logo Bisnis



Gambar 1. 6 Logo Locabana

Sumber: Dokumen pribadi (2025)

Logo Locabana menampilkan desain sederhana berupa tulisan “Locabana” berwarna kuning yang melengkung di dalam lingkaran warna coklat. Perpaduan elemen ini mencerminkan karakter merek yang hangat dan ramah. Warna coklat menggambarkan kelembutan dan kehangatan dari camilan berbahan dasar pisang. Sementara warna kuning mempresentasikan keceriaan serta energi positif yang ingin dihadirkan Locabana kepada konsumennya. Bentuk tulisan yang melengkung memberi kesan dinamis dan bersahabat, sejalan dengan citra Locabana sebagai brand yang menghadirkan kebahagiaan melalui camilan sederhana. Keseluruhan logo ini dirancang untuk mudah dikenali, menciptakan identitas yang kuat sekaligus mempertegas komitmen Locabana dalam menghadirkan rasa yang tulus dan pengalaman yang menyenangkan di setiap gigitan.