

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Permasalahan Konsumen

Pada dasarnya, UMKM adalah unit usaha yang dijalankan oleh berbagai pihak, mulai dari perorangan hingga perusahaan kecil. Di Indonesia, yang berstatus sebagai negara berkembang, peran UMKM sangat vital dan diakui sebagai pondasi utama perekonomian masyarakat.(Ihsyani Tasakhianur et., al 2024). Salah satu jenis usaha yang masih eksis dan mengalami pertumbuhan adalah bisnis tradisional olahan daging ayam. produk ini memiliki pasar yang sangat luas karena sudah menjadi bagian dari kebiasaan makan masyarakat Indonesia.

Sebagai salah satu bahan pangan yang digemari masyarakat Indonesia, daging ayam dapat diolah menjadi aneka produk makanan (Kartisari et al., 2020, sebagaimana dikutip dalam Bela Lufiana et al., 2023). Salah satunya menjadi olahan bakso ayam yang cukup digemari banyak kalangan. Bakso Sosohokki merupakan usaha yang memanfaatkan olahan daging ayam sebagai bahan utamanya. Meski kini telah banyak kompetitor dibidang makanan khususnya bakso dari olahan daging ayam. Namun, bakso Sosohokki tetap ingin memberikan produk dan inovasi yang terbaik untuk konsumen.

Meskipun bisnis bakso ayam terus berkembang, tantangan konsumen tetap ada. Hasil survei yang dilakukan kepada 66 orang responden Bakso Sosohokki pada 23 Juni 2025 menunjukkan bahwa mayoritas konsumen adalah perempuan dengan jumlah 46 orang (67%) dari kalangan muda (13–27 tahun), terutama pelajar dan mahasiswa (42%) sebanyak 28 orang. Data menunjukkan tingginya frekuensi konsumsi dengan 31 orang atau 47% responden membeli bakso satu hingga dua kali dalam seminggu. Preferensi produk terbagi dengan Bakso Sambal disukai oleh 30 orang atau 45.5% responden, sementara produk Bakso Ayam Frozen menarik 53% konsumen atau 35 orang. Alasan utama memilih produk bakso ayam ini adalah untuk dijadikan pengganti lauk atau bahan campuran/olahan masakan, yang menegaskan posisi bakso ayam sebagai makanan pendamping kebutuhan pokok sehari-hari.

Selain menyebarkan kuesioner kepada konsumen, peneliti juga memperkaya temuan dengan meninjau dan mengkaji masukan-masukan pelanggan yang diunggah di salah satu *e-commerce* yakni Shopee. Analisis ini ditunjukan untuk mendapatkan perbandingan langsung dari sudut pandang konsumen terhadap dua pesaing Bakso Sosohokki yaitu Bakso Premium Cipto Roso dan Bakso Unyil Shahila.



Gambar 1.1 Ulasan Konsumen di e-commerce Shopee

Analisis ulasan konsumen menunjukkan bahwa beberapa keluhan tidak hanya konsisten dengan temuan kuesioner, tetapi juga merupakan masalah yang sering terjadi pada produk bakso ayam secara umum. Permasalahan tersebut melibatkan tiga aspek utama yaitu :

1. Masalah rasa (daging tidak berasa atau hambar).
2. Masalah penambahan bahan pengawet.
3. Masalah harga (harga dinilai terlalu tinggi dibandingkan kualitas bakso).

Kemudian dari riset melalui kuesioner pada tanggal 23 juni 2025, dengan jumlah responden 66 orang didapatkan juga beberapa permasalahan konsumen diantaranya sebagai berikut :

Tabel 1. 1 Permasalahan Konsumen Bakso Sosohokki

No	Indikator	Keterangan
1.	Daging ayam yang kurang berasa	berdasarkan hasil survey, permasalahan yang dihadapi konsumen ada pada bahan baku yang kurang berkualitas, sehingga menyebabkan rasa pada bakso yang kurang sesuai.

2.	Tambahan Bahan pengawet	berdasarkan hasil riset dari data kuesioner, konsumen cenderung ketakutan terhadap bahan pengawet pada produk bakso  Apakah anda khawatir akan terdapat bahan pengawet terdapat pada bakso ayam? Ya Tidak
3.	Harga	berdasarkan hasil riset dari data kuesioner, harga bakso yang ditawarkan dengan kualitas yang diberikan sering kali tidak sesuai. Hal ini mengakibatkan mereka beralih ke alternatif lain yang lebih terjangkau.  Apakah jika kualitas dan harga bakso ayam yang ditawarkan tidak sesuai membuat anda beralih ke alternatif lain? Ya Tidak

1.2 Solusi dan Nilai Lebih yang Ditawarkan

Berikut adalah solusi untuk permasalahan konsumen bakso yang telah diidentifikasi sebelumnya, serta nilai lebih yang ditawarkan oleh usaha Bakso Sosohokki untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dan daya saing di pasar.

a. Daging ayam yang kurang berasa

Solusi Usaha Bakso Sosohokki dari permasalahan pertama tentang daging ayam yang kurang berasa yaitu dengan peningkatan konsistensi dan kualitas rasa daging. Sourcing bahan baku dari pemasok yang terpercaya memastikan untuk selalu menggunakan daging segar dengan menetapkan takaran bumbu dan persentase daging ayam yang lebih tinggi serta melakukan pemeriksaan secara rutin sebelum produk dikemas dan dijual.

b. Tambahan Bahan Pengawet

Melalui komitmen untuk tidak menggunakan bahan pengawet, Bakso Sosohokki berupaya memberikan solusi pangan yang sehat guna menjamin keamanan konsumsi serta meningkatkan kredibilitas usaha dimata konsumen

c. Harga

Meningkatkan kualitas produk agar harga yang dibayar konsumen sepadan. Jika kualitas sudah ditingkatkan harga dapat dinaikan sedikit dengan justifikasi bahwa bahan baku yang digunakan premium. Serta menawarkan harga kompetitif seperti menawarkan diskon untuk pembelian dalam jumlah besar dan program loyalitas bagi pelanggan tetap. dengan begitu Bakso Sosohokki dapat menarik lebih banyak pelanggan termasuk mereka yang sensitif terhadap harga.

1.3 Noble purpose (Tujuan Mulia)

Tujuan mulia bisnis Bakso Sosohokki ini yaitu :

1. Menjadi landasan yang kuat untuk membangun brand yang tidak hanya menguntungkan, tetapi juga memberi dampak positif bagi masyarakat dan lingkungan. Dengan memberdayakan dan memperkerjakan masyarakat untuk memberikan peluang kerja khususnya bagi mereka yang membutuhkan pekerjaan sehingga bisnis bakso sosohokki menjadi bagian dari peningkatan kesejahteraan dan kemandirian masyarakat.

Selain itu tujuan mulia Bakso Sosohokki untuk konsumen yaitu :

2. Dengan menghadirkan produk bakso ayam yang terjangkau dengan kualitas bahan baku dan pelayanan terbaik, sehingga konsumen tidak hanya memperoleh kepuasan rasa, tetapi juga rasa aman dalam setiap pengalaman menikmati produk Bakso Sosohokki.

1.4 Visi Misi dan Logo Bisnis

1.) Visi

Menjadi jajanan bakso yang terdepan dalam memberikan pengalaman makan yang lezat dan berkualitas bagi pelanggan kami.

2.) Misi

- A Memberikan hidangan bakso yang segar, lezat dan bernutrisi dengan pilihan bahan bahan yang berkualitas.
- B. Menciptakan lingkungan kerja yang mendukung pengembangan pribadi dan profesional karyawan.

C. Memberikan pelayanan pelanggan yang berkualitas dan ramah untuk menciptakan pengalaman makan yang positif.

3.) Logo Bisnis

berikut adalah logo bisnis dari bakso sosohokki :



Gambar 1.2 Logo Bakso Sosohokki

