

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Permasalahan Konsumen

Permasalahan konsumen menjadi landasan krusial dalam pengembangan bisnis karena mendorong identifikasi pain points seperti ketidaknyamanan akses, harga tinggi, atau kualitas rendah, yang kemudian diubah menjadi solusi inovatif melalui riset pasar untuk menciptakan value proposition yang relevan, meningkatkan kepuasan pelanggan, dan memastikan daya saing berkelanjutan menurut (Lutfina dkk., 2025).

Pengusaha dituntut untuk selalu memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Apalagi salah satu makanan kegemaran masyarakat Indonesia, yaitu pisang coklat yang menggunakan bahan dasar pisang dan kulit lumpia dengan varian coklat ditambahkan pilihan varian rasa yang menyelimuti diluar kulit piscook yaitu Choco, Tiramisu, Matcha, Strawberry dan merupakan salah satu makanan yang digemari oleh masyarakat Indonesia. Oleh karena itu, dengan adanya peluang yang sangat menjanjikan ini maka penulis membuka usaha Piscook Loomer yang tentunya penulis melakukan diferensiasi dalam bidang usaha kami ini agar para konsumen lebih tertarik untuk membeli. Piscook Loomer yang merupakan suatu produk piscook yang unik dari kebanyakan produk piscook lainnya, karena memiliki varian rasa yang lebih banyak seperti Choco, Tiramisu, Matcha, Strawberry selain itu menambah varian produk Pisanng Nugget, sehingga tampilan menjadi lebih menarik berbeda dari piscook pada umumnya. Penggemar jajanan di Indonesia terbilang cukup banyak. Mulai dari anak-anak hingga orang dewasa. Pembuatan Piscook Loomer yang bersifat kreatif dilakukan dengan cara yang modern dan higienis, serta akan dijual dengan harga yang terjangkau, maka tentunya hal ini akan menarik minat masyarakat untuk membelinya.

Berdasarkan hasil pengamatan terhadap perilaku konsumen pada usaha makanan ringan khususnya pisang coklat, terdapat beberapa permasalahan utama

yang sering ditemui di lapangan.

Tabel 1. 1 Permasalahan konsumen

No.	Indikator	Penjelasan
1.	Keterbatasan inovasi rasa dan tampilan produk ★★★★★ 8 bulan lalu shock bgt pertama kali beli pisang nugget coklat keju toppingnya dikasih selai di atas banget banget gmn bawahan bagian bawahnya ga ada topping sama sekali cukup pertama dan terakhir ga bakal beli lagi wkwk	Sebagian besar produk piscok yang beredar di pasaran masih menawarkan varian rasa yang relatif monoton serta tampilan produk yang kurang menarik. Kondisi ini menyebabkan rendahnya diferensiasi produk dan berpotensi menimbulkan kejenuhan konsumen, khususnya pada segmen remaja dan mahasiswa yang cenderung menyukai inovasi, visual yang menarik, serta pengalaman konsumsi yang berbeda dari produk sejenis.
2.	Tidak konsisten rasa dan kualitas produk ★★★★★ rasa dan porsi ga kaya dulu lagi, porsinya ga banyak terus harga dan porsi ga sebanding, beli cheese coklat 20rb ini 6 potong kecil pula	Tidak konsisten rasa dan kualitas sering terjadi akibat penggunaan bahan baku yang tidak seragam serta ketiadaan standar operasional prosedur (SOP) produksi yang jelas. Hal ini menyebabkan pengalaman konsumen menjadi tidak stabil dari waktu ke waktu, sehingga dapat menurunkan tingkat

		kepercayaan dan loyalitas pelanggan terhadap produk pisco yang ditawarkan.
3.	Kurangnya jaminan kebersihan dan higienitas ★★★★ 2 tahun lalu Dulu aku terjamin setiap hari bersih. Tapi sekarang anapa masaknya ngep enak banget jadi ogah terjamin sih lagi.	Produk pisco termasuk dalam kategori makanan siap saji yang sangat rentan terhadap risiko kontaminasi apabila tidak diproses dengan prosedur sanitasi yang baik. Kurangnya penerapan standar kebersihan, baik dalam proses produksi maupun penyajian, dapat menimbulkan kekhawatiran konsumen terhadap keamanan pangan serta berdampak negatif terhadap citra dan kredibilitas usaha.
4.	Kualitas pelayanan yang belum optimal ★★★★ 4 bulan lalu pelayanan buruk, proses lama, kasir cuek.. sistem orderan terlalu random, harus nya dibel nomer mejainama pemesan.	Masih ditemukannya pelayanan yang kurang ramah dan lambat dalam merespons konsumen, terutama pada jam operasional ramai, menjadi permasalahan tersendiri dalam bisnis pisco. Kondisi ini berpotensi menurunkan tingkat kepuasan pelanggan, memperburuk pengalaman pembelian, serta menghambat terciptanya loyalitas konsumen dalam jangka panjang.

5.	Keterbatasan jangkauan pemasaran dan distribusi ★★★★★ 4 bulan lalu Order bgt pertama kali beli pusing nuggit coklat kaya toppingnya illekeh sepuat dikit bangkit atagirlah baktian bagian bawahnya ga ada topping sama sekali cukup pertama dan terakhir ga bakal beli lagi wkwk 	Fokus penjualan yang hanya mengandalkan sistem offline menyebabkan jangkauan pasar menjadi terbatas. Hal ini membuat bisnis piscok kurang mampu menjangkau konsumen yang terbiasa melakukan pembelian melalui platform digital, sehingga peluang peningkatan penjualan dan perluasan pasar belum dapat dimanfaatkan secara optimal.
-----------	--	--

Berdasarkan identifikasi permasalahan yang telah diuraikan, dapat disimpulkan bahwa pengembangan bisnis piscok masih menghadapi berbagai tantangan utama yang saling berkaitan, mulai dari keterbatasan inovasi rasa dan tampilan produk, ketidakkonsistenan kualitas, hingga rendahnya jaminan kebersihan dan higienitas. Permasalahan tersebut diperparah dengan kualitas pelayanan yang belum optimal serta jangkauan pemasaran yang masih terbatas pada sistem penjualan offline, sehingga menghambat perluasan pasar dan pertumbuhan usaha. Oleh karena itu, diperlukan strategi pengembangan bisnis yang terintegrasi melalui peningkatan inovasi produk, penerapan standar operasional produksi yang konsisten, penguatan aspek kebersihan dan pelayanan, serta pemanfaatan platform digital sebagai saluran distribusi dan promosi. Langkah-langkah tersebut diharapkan mampu meningkatkan daya saing, membangun kepercayaan konsumen, serta mendukung keberlanjutan bisnis piscok dalam jangka panjang.



Gambar 1. Ulasan *Google Business* terhadap 3 kompetitor yaitu: Piscok Banina, Piscok Jawara, Piscok by Curly.

Permasalahan di atas diambil dari ulasan *Google Business* terupdate dari kompetitor Piscok Loomerin yang mana terdapat 3 kompetitor yaitu: Piscok Banina, Piscok Jawara, Piscok by Curly. Piscok Loomerin menganalisa kompetitor adanya keluhan konsumen yang menjadi permasalahan di industri F&B ini. Menurut Kusuma (2020) inovasi produk merupakan salah satu dampak dari perubahan teknologi yang cepat dan variasi produk yang tinggi akan menentukan kinerja organisasi. Jika pelaku bisnis tidak berinovasi, konsumen akan berpindah dengan seiring waktu.

Terdapat kompetitor seperti Piscok Banina yang kurang inovatif sehingga menu rasa tidak berubah. Menurut Aprianto (2024) "Variasi adalah totalitas fitur yang mempengaruhi tampilan, rasa, dan fungsi produk berdasarkan kebutuhan pelanggan". Selain variasi beberapa konsumen mengeluhkan akan waktu ketepatan waktu yang dijanjikan oleh Piscok Banina tidak sesuai dengan adanya. Sehingga hal ini mempengaruhi citra merek Piscok Banina.

Terdapat konsumen dari Piscok by Curly yang mengeluhkan akan pelayanan yang tidak ramah terhadap konsumen. Sehingga mengakibatkan ketidakpuasan

berbelanja di Piscok by Curly. Menurut Aprianto (2024) mendefinisikan kualitas pelayanan sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Berdasarkan definisi ini, kualitas layanan bisa diwujudkan melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan. Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

1.2 Solusi dan Nilai Lebih yang Ditawarkan

Piscok Loomerin melakukan observasi permasalahan konsumen yang ada pada kompetitor dengan berbagai permasalahan. Solusi dan nilai lebih yang ditawarkan sebagai berikut:

Tabel 1. 2 Solusi dan Nilai Lebih yang Ditawarkan

No.	Solusi
1.	Untuk mengatasi keterbatasan inovasi, Piscok Loomerin terus berinovasi. Misalnya, menghadirkan piscok dan pisang nugget berbagai varian rasa baru seperti coklat, tiramisu, matcha, dan stroberi yang kini menjadi favorit di kalangan pecinta makanan manis. Selain itu, tampilan produk juga dapat dibuat lebih menarik melalui tambahan topping seperti Choco, Matcha, Tiramisu dan Strawberry yang memberikan kesan modern dan menggugah selera.
2.	Untuk menjaga konsistensi rasa, Piscok Loomerin menerapkan <i>standar operasional prosedur</i> (SOP) produksi yang mencakup pemilihan bahan baku, takaran coklat, proses pengolahan, hingga waktu penggorengan. SOP ini menjadi pedoman utama dalam setiap proses produksi agar kualitas produk tetap terjaga.

3.	Piscok Loomerin menekankan penerapan kebersihan dan higienitas melalui penggunaan sarung tangan, penutup kepala, peralatan yang bersih, serta kemasan <i>food grade</i> . Selain itu, dokumentasi proses produksi yang higienis ditampilkan melalui media sosial sebagai bentuk transparansi kepada konsumen.
4.	Piscok Loomerin menerapkan pelayanan yang ramah, cepat, dan responsif, baik dalam pemesanan langsung maupun melalui platform digital. Pelayanan ini difokuskan pada komunikasi yang baik serta ketepatan waktu dalam penyajian produk.
5.	Untuk memperluas jangkauan pasar, Piscok Loomerin memanfaatkan platform digital seperti GoFood, GrabFood, dan ShopeeFood, serta media sosial sebagai sarana pemesanan online. Selain itu, diterapkan program gratis ongkos kirim dalam radius 2 km dari lokasi usaha.

Nilai lebih yang ditawarkan oleh Piscok Loomerin terletak pada integrasi inovasi produk, konsistensi kualitas, standar higienitas, pelayanan prima, serta kemudahan akses digital dalam satu kesatuan strategi bisnis yang saling berkesinambungan. Inovasi rasa dan tampilan yang menarik tidak hanya meningkatkan daya tarik visual dan minat beli, tetapi juga memperkuat positioning sebagai jajanan kekinian yang relevan dengan preferensi pasar. Konsistensi rasa dan kualitas produk melalui penerapan standar operasional yang terukur membangun kepercayaan serta loyalitas pelanggan secara berkelanjutan. Di sisi lain, penerapan prosedur kebersihan dan sanitasi yang baik memberikan jaminan keamanan pangan serta memperkuat citra merek sebagai usaha yang profesional dan bertanggung jawab menurut Wijaya (2023). Pelayanan yang responsif dan ramah menciptakan pengalaman pembelian yang positif, mendorong repeat order dan *word of mouth*, sementara pemanfaatan platform digital memperluas jangkauan pasar serta meningkatkan daya saing di era ekonomi berbasis teknologi.

Secara keseluruhan, kombinasi faktor tersebut menjadi fondasi strategis dalam membangun keunggulan kompetitif dan keberlanjutan usaha Piscok Loomerin.

Piscok Loomerin mampu dalam beradaptasi dengan kebutuhan dan ekspektasi konsumen. Inovasi rasa dan tampilan menjadi langkah utama untuk menjaga daya tarik produk di tengah tren kuliner yang cepat berubah. Konsistensi rasa dan kualitas juga perlu dijaga melalui penerapan standar produksi yang jelas agar kepercayaan pelanggan tetap terjaga.

Langkah ini dilakukan untuk menjangkau lebih banyak segmen pasar, mulai dari anak sekolah, remaja, hingga dewasa. Dengan ragam produk yang ditawarkan, kebermanfaatan bisnis dapat dirasakan oleh lebih banyak pihak dalam ekosistemnya.

1.3 Noble Purpose

Noble Purpose dalam pengembangan bisnis merujuk pada visi atau tujuan mulia yang melampaui sekadar keuntungan finansial, yakni komitmen mendalam untuk memberikan dampak positif bagi pelanggan, masyarakat, dan lingkungan melalui produk atau layanan, sehingga menciptakan *loyalitas emosional*, memotivasi tim karyawan, serta membedakan bisnis di pasar *kompetitif* dengan membangun hubungan *otentik* dan berkelanjutan menurut (Fadhillah & Fatimah, 2025).

Berawal dari keresahan terhadap banyaknya penjual piscok yang masih menggunakan bahan kurang berkualitas dan kurang memperhatikan aspek kebersihan, Piscok Loomerin hadir dengan tujuan mulia untuk menghadirkan makanan yang tidak hanya lezat, tetapi juga higienis, berkualitas, dan mengikuti perubahan masa kini. Piscok Loomerin ingin membuktikan bahwa makanan sederhana seperti piscok dapat memiliki standar rasa dan pelayanan yang profesional melalui penggunaan bahan baku pilihan seperti pisang segar, cokelat premium, serta kulit lumpia terbaik. Dengan beragam varian rasa kekinian seperti Choco, Tiramisu, Mathca, dan Strawberry, Piscok Loomerin berkomitmen

memberikan pengalaman kuliner yang baik bagi target marketnya di Babarsari. Tak hanya fokus pada rasa, kami juga menjawab tantangan pelayanan yang sering kali tidak ramah dan lambat dengan menghadirkan layanan yang sopan, cepat tanggap, dan berorientasi pada kepuasan pelanggan. Selain itu, untuk memperluas jangkauan dan kemudahan akses, Piscok Loomerin kini dapat dipesan secara online melalui GoFood dan ShopeeFood, sehingga pelanggan dapat menikmati lezatnya piscok lumer kami kapan saja dan di mana saja dengan cara yang lebih praktis dan modern.

1.4 Visi dan Misi

Visi merupakan pernyataan aspirasional jangka panjang yang menggambarkan posisi ideal perusahaan di masa depan, berfungsi sebagai kompas strategis untuk mengarahkan alokasi sumber daya, inovasi produk, dan ekspansi pasar, sementara misi mendefinisikan tujuan operasional saat ini beserta nilai inti yang membedakan proposisi nilai unik (*unique value proposition*) terhadap kompetitor. Dalam konteks pengembangan bisnis, visi memotivasi *stakeholder internal* melalui narasi *inspirasi* yang selaras dengan tren disruptif seperti digitalisasi, sedangkan misi dioperasionalkan melalui *key performance indicators (KPI)* dan *business model canvas* untuk mencapai *market penetration* atau diversifikasi produk (Eka Kusumawati dkk., 2024).

Visi: Menciptakan produk makanan pisang coklat yang unggul dan berkualitas dengan mengedepankan varian rasa yang unik dan menarik serta terbuat dari bahan yang berkualitas.

Misi:

- a) Terus melakukan inovasi agar selalu menarik minat beli masyarakat
- b) Menjaga kualitas produk agar menjadi produk yang unggul
- c) Selalu membuat kesan yang baik kepada setiap pelanggan
- d) Menyediakan layanan bagi konsumen yang ingin memberikan saran