

# BAB 1

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Saat ini, masyarakat berlomba-lomba membuka usaha sendiri dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari. Banyaknya masyarakat yang membuka usaha, membuat dunia usaha semakin lama semakin mengalami persaingan yang sengit (Astik, 2017). Para pelaku bisnis melakukan kegiatan usaha baik dalam lingkungan kecil, menengah, hingga besar. Dalam meningkatkan pertumbuhan dan pembangunan ekonomi daerah serta mensejahterakan rakyat, maka disini usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) memiliki peran penting bagi suatu daerah terutama salah satu penggerak pertumbuhan ekonomi daerah (Halim, 2020). Selain membuka usaha kuliner modern, tidak sedikit juga para pebisnis yang membuka usahanya dalam memasarkan jajanan tradisional. Jajanan tradisional mempunyai kelemahan baik dalam proses pengolahan yang kurang higienis, pengemasan yang kurang menarik, cita rasa yang kurang sesuai dengan selera generasi muda maupun umur simpan yang pendek (Muhandri dkk, 2021).

Salah satu jenis jajanan tradisional yaitu Serabi. Serabi adalah jajanan khas yang berasal dari solo terbuat dari olahan santan kelapa dicampur dengan sedikit tepung hasilkan cita rasa gurih. Biasanya serabi ada berbagai taburan topping seperti pisang, meses, keju bila suka (Wekaputra dan Muqorrobin, 2015). Dalam mempelajari masyarakat yang mengkonsumsi serabi, tidak hanya sekedar melihat dari segi jenis produk, harga, dan juga tempat penjualan, akan tetapi juga selera yang menentukan konsumen dalam memilih serabi pada masa mendatang (Wekaputra dan Muqorrobin, 2015). Saat ini, pasar penjualan sudah berbondong-bondong untuk bergerak ke pasar pembeli, yang ditandai dengan inovasi. Inovasi dalam sebuah produk usaha menjadi sangat penting dan juga sangat menentukan akan kemenangan untuk dapat bersaing didunia usaha (Ibniwasum, 2020).

Salah satu UMKM yang memproduksi jajanan tradisional serabi yaitu UMKM Serabi Toegoe. UMKM ini menyediakan jasa pelayanan makanan kue khas tradisi Jawa yaitu Serabi yang berdiri sejak tahun 2007 di Jl. Beringin No. 6, Geplakan, Banyuraden, Gamping, Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta. UMKM ini adalah usaha milik keluarga yang didirikan oleh bapak Coriel Riyanto.

Produksi serabi saat ini masih konstan karena sistem produksi masih *Make to Order*. Hal ini karena karakteristik produk yang tidak tahan lama. Serabi saat ini terdiri dari 3 varian yaitu original, coklat dan pandan. Berdasarkan informasi pemilik, respon tempat penitipan produk dari 15 titik hampir 80% mengatakan bahwa konsumen yang membeli ketiga varian tersebut saat ini banyak digemari dari kalangan orang tua. Sebelumnya pihak perusahaan sudah sempat mencoba menitipkan produk di area kampus, akan tetapi produk tidak dibeli dan kurang disenangi oleh anak muda sehingga produk ditarik kembali.

Produk belum banyak diminati oleh anak muda karena variatif produk yang ditawarkan masih monoton. Hal ini menimbulkan rasa bosan dari konsumen dan kurang sesuai selera anak muda. Pada artikel di laman resmi WHO dengan judul "*Adolescent health in the south-East Asia Region*" menyebutkan bahwa definisi dari remaja adalah individu dari kelompok usia 10-19 tahun, definisi pemuda adalah individu dari kelompok usia 15-24 tahun, sedangkan yang dimaksud kaum muda adalah individu yang mencakup rentang usia 10-24 tahun (World Health Organization, 2021)

Berdasarkan observasi, penjualan serabi per hari berkisar 700 pcs, penjualan ini berasal dari 15 titik yang menjual 30-40 pcs per lokasi, tergantung kondisi pasar. Jumlah penitipan yang menitipkan sekitar 510 pcs, ditambah pesanan khusus yang selalu datang ke perusahaan setiap hari untuk acara tertentu, dan penjualan langsung di rumah produksi. Setiap hari ada sekitar 10% atau sekitar 46 pcs serabi yang tidak terjual, ditarik dan dibuang pemilik setiap sore hari karena sudah tidak layak konsumsi.

Di dapur ada 2 pekerja dengan pembagian tugas yaitu 1 orang di bagian pengadonan dan lainnya di bagian pemanggangan dan pengemasan. Berdasarkan perhitungan proses produksi di dapur, total waktu pengadonan, fermentasi dan memasak santan untuk 1 kali proses adalah 120 menit atau 2 Jam dengan total adonan yang mampu diadon sekali proses yaitu 4 kg atau 440 pcs.

Proses berikutnya adalah proses memanggang. Sekali proses memanggang dengan waktu 4 menit menggunakan 3 mesin menghasilkan 48 pcs, sehingga dalam 1 jam dapat produksi 720 pcs. Sebelum pengemasan, kemasan dapat disiapkan dengan waktu 15 detik/pcs, atau setara dengan 240 pcs/jam. Proses terakhir yaitu mengemas membutuhkan waktu 11 detik/pcs atau setara dengan 327 pcs/jam.

Dari hasil observasi, diketahui bahwa permasalahan yang muncul ialah belum dapat meningkatkan penjualan serabi dengan memperluas pangsa pasar yang mampu membuat produk dapat diminati dan disukai oleh segala konsumen baik orang tua maupun anak muda dan produk yang juga belum bisa membantu memperkenalkan brand produk baik sebagai oleh-oleh maupun penjualan harian dengan pembungkus saat ini. Pemilik Karyawan 2 yaitu pemanggang dan pengemasan menjelaskan untuk kemasan yang digunakan ada 2 yaitu kemasan primer menggunakan daun pisang, dan kemasan sekunder menggunakan mika bening.

Kemasan sekunder digunakan jika ada pembeli langsung di toko. Sedangkan untuk pesanan dalam jumlah besar seperti tempat penitipan menggunakan box. Kemasan sekunder dengan mika bening dan staples sebagai pengunci ini membuat produk belum dapat menarik perhatian konsumen, karena kurangnya informasi dan daya tarik yang diberikan. Selain bentuk yang kurang menarik, penggunaan staples pada pembungkus makanan juga dinilai kurang aman baik bagi karyawan saat mengemas maupun saat dikonsumsi oleh konsumen. Dari penjelasan setiap *stakeholder*, penyebab dari masalah penelitian ini dapat dilihat pada Lampiran 1 menggunakan metode *fishbone diagram* yang dibuat menggunakan Microsoft Visio.

Berdasarkan observasi, masalah utama dari usaha ini yaitu produksi masih stagnan atau belum dapat meningkatkan penjualan serabi dengan memperluas pangsa pasar yang mampu membuat produk dapat diminati dan disukai oleh segala konsumen baik orang tua maupun anak muda, dan produk saat ini belum dapat membantu memperkenalkan brand produk baik sebagai oleh-oleh maupun penjualan harian, sehingga penjualan saat ini belum dapat meningkat dan masih stagnan. Pemilik berharap adanya solusi inovasi yang dapat membantu meningkatkan penjualan serabi. Pemilik juga mengharapkan agar biaya perancangan dibuat seminimal mungkin kalau bisa  $\leq$  Rp 1.500/unit.

Karyawan 1 mengatakan bahwa peningkatan penjualan memiliki konsekuensi penambahan jam kerja. Karyawan 1 yang saat ini bekerja 7 jam/hari menginginkan peningkatan penjualan tanpa menambah jam kerja. Karyawan 2 menginginkan dalam peningkatan penjualan tidak akan membuat proses waktu memanggang, menyiapkan kemasan, dan mengemas terlalu lama dari pada yang selama ini yaitu tanpa penambahan jam kerja.

Karyawan 2 juga mengharapkan adanya perbaikan pada sistem pengunci kemasan, sehingga aman dikemas maupun dikonsumsi tanpa menggunakan staples. Pihak konsumen menginginkan produk yang dijual dapat dibuat lebih variatif, dan berbeda dari produsen lainnya. Selain itu, produk juga harus mempertimbangkan biaya jual produk yang tidak terlalu mahal dari penjual serabi lainnya, seperti berada diantara Rp 1.500 – Rp 2.000/pcs.

### **1.2. Rumusan Masalah**

Masalah yang dihadapi oleh perusahaan berdasarkan dari latar belakang pada kasus UMKM Serabi Toegoe yaitu saat ini penjualan serabi masih stagnan atau belum dapat meningkatkan penjualan serabi dengan memperluas pangsa pasar yang mampu membuat produk dapat diminati dan disukai oleh segala kalangan, dan membantu memperkenalkan brand produk baik sebagai oleh-oleh maupun penjualan harian.

### **1.3. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan dari rumusan masalah, maka adapun tujuan dari penelitian ini yaitu:

- a. Mendapatkan 2 hingga 5 variatif produk baru yang disukai konsumen, karyawan produksi, dan pemilik, dengan mempertimbangkan kemampuan produksi, jumlah karyawan, biaya, dan tanpa pembelian baru, yang dapat membantu meningkatkan penjualan serabi di atas 20% per hari di titik penitipan.
- b. Dapat mengembangkan desain kreatif produk yang mampu memperkenalkan produk, membuat produk lebih aman cocok, menarik, dan dikenali dengan ciri khas tertentu sehingga dapat memperkenalkan dan menarik konsumen untuk membeli dengan terjual 30% dari total rancangan yang diproduksi selama seminggu implementasi.
- c. Harga jual produk berada diantara Rp 1.500 - Rp 2.000/pcs, tanpa staples dengan biaya beli  $\leq$  Rp 1.500 /pcs.

### **1.4. Batasan Masalah**

Pada penelitian ini, adapun batasan-batasan dari penelitian ini, yaitu:

- a. Penelitian dilakukan pada UMKM Serabi Toegoe di Jl. Beringin No.6, Geplakan, Kec. Gamping, Kab. Sleman, DIY.

- b. Proses perancangan produk disesuaikan dengan biaya, tenaga kerja, mesin, dan tidak memberatkan setiap stakeholder
- c. Data primer diambil dari tanggal 17 Februari 2023 – 22 Februari 2023, dan data sekunder adalah data penjualan Oktober – Desember 2022.
- d. Proses implementasi selama 1 minggu dari tanggal 1 Mei 2023 – 6 Mei 2023.
- e. Analisis perancangan difokuskan terhadap pengembangan produk serabi Toegoe

