

STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA KERUPUK TAHU YAYA SNACK (TAHYA SNACK)

Solihatun Asroriyah^{1*}, Suyatmi²

* Penulis Penghubung

E-mail: solihatunasroriyah@gmail.com

Universitas Amikom Yogyakarta^{1,2}

Prosesi Artikel

Diunggah:
01-05-2024

Direvisi:
23-05-2024

Diterima:
25-05-2024

Dipublikasikan:
31-05-2024

Abstract: *Tofu cracker micro business by Tahu Yaya Snack is included in 17 sub-sectors of the creative economy, namely the culinary sector, more specifically snacks/snacks. In this tofu cracker business, the abstract is limited to a minimum of 100 words and a maximum of 250 words with a font style. The biggest consumer problem is from the taste side, namely saltiness, from the stock side, namely limited availability, fast expiry, and from the packaging side, namely incomplete information, sourness is difficult to open. Other consumer problems are in terms of service, price, health and legality (Halal, PIRT). So, a strategy is needed to develop the tofu cracker business so that industrial operations can run effectively and efficiently, one of which is SWOT matrix analysis. The analytical method used is a descriptive approach. Data was obtained from the results of a questionnaire distributed via WhatsApp broadcast targeting people who have already purchased and consumers who repeat orders. Developing a micro business for tofu crackers also requires offline promotion such as distributing leaflets to prospective customers who are target customers for tofu crackers in the market. Support is expected to come from the people of Kebumen, Yogyakarta and surrounding areas, especially students.*

Keywords: *Tofu crackers; Culinary; Strategy; SWOT; Kebumen*

Abstrak: Usaha mikro kerupuk tahu by Tahu Yaya Snack termasuk dalam 17 subsektor ekonomi kreatif yakni bidang kuliner lebih spesifik camilan / makanan ringan. Dalam usaha kerupuk tahu ini mengalami Abstrak dibatasi minimal 100 kata dan maksimal 250 kata dengan font style permasalahan konsumen terbesar dari sisi rasa yakni keasinan, sisi stok yakni ketersediaan terbatas, kadaluarsa cepat, dan dari sisi kemasan yakni informasi yang tidak lengkap, kemasam sulit dibuka. Adapun permasalahan konsumen lainnya ada dari sisi pelayanan, harga, kesehatan dan legalitas (Halal, PIRT). Sehingga diperlukan strategi untuk pengembangan usaha kerupuk tahu agar operasional industry dapat berjalan efektif dan efisien salah satunya dengan analisis matriks SWOT. Metode analisis yang digunakan adalah pendekatan deskriptif. Data diperoleh dari hasil kuesioner yang dibagikan melalui broadcast whatsapp dengan sasaran orang yang sudah pernah membeli dan konsumen yang repeat order. Pengembangan usaha mikro kerupuk tahu juga diperlukan promosi offline seperti menyebar leaflet calon customer yang menjadi target pelanggan kerupuk tahu di pasar. Dukungan diharapkan datang dari masyarakat Kebumen, Yogyakarta dan sekitarnya terutama pelajar/mahasiswa.

Kata Kunci: Kerupuk tahu; Kuliner; Strategi; SWOT; Kebumen

PENDAHULUAN

Kerupuk tahu merupakan hasil pembaruan dari olahan pangan tahu. Tahu yang mengandung protein menjadikan pilihan menu lauk pauk bagi anak – anak, remaja, dewasa sampai lansia (lanjut usia) dengan tekstur yang lembut menjadikan

mudah untuk dikonsumsi. Saat ini di Indonesia lebih dari 2 juta orang yang mengadopsi gaya hidup vegetarian. Vegetarian adalah orang yang mengonsumsi makanan yang bukan berasal dari hewani melainkan nabati, seperti sayuran, kacang - kacang, buah - buahan, umbi dan lainnya.

Adapun tujuan dari orang - orang yang mengadopsi gaya hidup tersebut adalah untuk menjaga kesehatan terutama organ dalam.

Kerupuk Tahu by Tahya Snack memiliki tujuan mulia sebagai usaha Snack yang mampu memenuhi kebutuhan akan pasar dengan menyediakan pilihan makanan yang sesuai dengan berbagai gaya hidup dan preferensi diet, seperti produk kerupuk tahu vegetarian, vegan, atau bebas gluten. Dengan begitu, usaha ini bisa memberikan nilai lebih kepada konsumen yang memiliki kebutuhan khusus dalam pola makan mereka serta meningkatkan kualitas SDM di lingkungan tempat tinggal (kebumen) serta ingin mengubah perekonomian masyarakat yang buruk ke yang lebih baik. Berikut adalah visi dan misi "Tahya Snack":

1) Visi “Menjadi produsen kerupuk tahu terkemuka yang diakui secara nasional, dengan fokus pada inovasi, kualitas, dan keberlanjutan serta berkontribusi pada preferensi gaya hidup sehat.”

2) Misi “Menghadirkan kerupuk tahu berkualitas tinggi yang inovatif dan bernutrisi, dengan mengutamakan bahan - bahan alami, rempah - rempah, dan kesadaran lingkungan dengan cara menjalankan operasional usaha secara ramah lingkungan, mengurangi dampak negatif pada lingkungan. Kami berkomitmen untuk memberikan pengalaman kuliner yang istimewa dan membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan dengan menciptakan dampak positif bagi masyarakat dan lingkungan.”

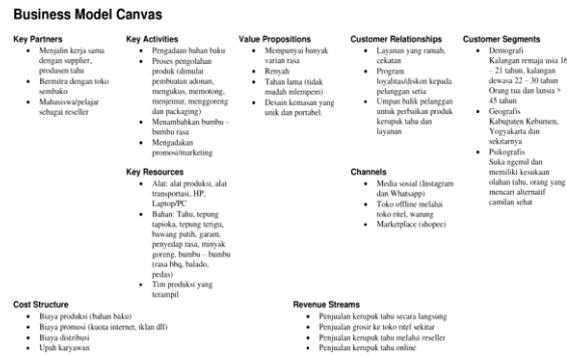
DESKRIPSI BISNIS

Sejarah Bisnis Usaha kerupuk tahu disingkat dengan Tahya Snack didirikan di Kebumen pada tanggal 12 April 2022. TS singkatan dari Tahya merupakan Snack. Tahya adalah tahu yaya bahwasanya produk terbuat dari tahu sedangkan yaya diambil dari nama belakang penulis selanjutnya ada kata snack yang berarti makanan ringan/camilan sebagai penanda bahwasanya kerupuk tahu ini bisa dijadikan teman santai dan oleh - oleh. Untuk memudahkan customer mengingatnya sehingga disingkat TS dengan

awalan kerupuk tahu yang berarti diolah dengan tahap pengeringan sehingga produk awet sampai kurang lebih 2 mingguan. Untuk pengelolaan awalnya, kami perlu meninjau lagi dimana tempat suplai bahan baku tahu yang murah, kualitas baik di area Condongcatur, Sleman, Yogyakarta. Untuk proses produksi cukup mudah namun perlu ketelatenan agar kerupuk tahu berhasil dan enak. Sumber daya yang ada pada saat ini hanya saya sendiri yang mengurus mulai dari proses produksi, penjemuran, packaging, promosi di media sosial, dan pengiriman permintaan dari customer yang diluar kota. Cara memasarkan kerupuk tahu dengan memanfaatkan media sosial Instagram dan WhatsApp business dengan membuat feed dan story dan untuk proses ordernya bisa langsung dm/ wa ke nomor admin. Namun, kami juga menggunakan mouth to mouth, semakin banyak yang beli semakin banyak juga yang bakal repeat order.

Langkah - langkah untuk mengoptimalkan pasar kerupuk tahu, perlu perhitungan yang terfokus pada Total Available Market (TAM), Serviceable Available Market (SAM), dan Serviceable Obtainable Market (SOM). Kami bertujuan untuk memetakan langkah yang tepat dalam meraih pangsa pasar. Analisis ini menjadi tombak untuk merancang strategi yang efektif dan efisien untuk mendekati produk kerupuk tahu kami kepada para konsumen di berbagai segmen. Segmen pertama yang dituju yaitu demografi dan geografis. Jumlah total laki - laki dan Perempuan tahun 2022 di kabupaten Kebumen 1.376,825 jiwa sehingga didapatkan TAM 1.376,825 orang (Badan Pusat Statistik, 2023). Artinya, TAM ini dapat diraih jika cabang kerupuk tahu ada disetiap kecamatan di kebumen. SAM adalah segmen dari TAM yang dapat dijangkau oleh usaha kerupuk tahu yakni perempuan dan laki - laki dengan kelompok umur 15 - 64 tahun yaitu 942.967 orang. SOM lebih fokus pada potensi pasar yang dapat dicapai dengan strategi dan sumber daya yang dimiliki usaha kerupuk tahu yakni pelajar dan mahasiswa perempuan dan laki - laki

10 - 24 tahun yaitu 319.678 orang.



Gambar 1. Business Model Canvas Tahya Snack

Tahya Snack juga melakukan analisis posisi perusahaan dibandingkan pesaing sebagai berikut:

Tabel 1. Analisis Pesaing

Kriteria/ Indikator Pembanding	Usaha Mahasiswa	Pesaing 1 (Aneka Keripik Malang)	Pesaing 2 (UD Hani)	Pesaing 3 (Omah Cemilan Jogja - Condongca tur)
Kualitas Produk	Kriuk, renyah, bagus perlu ditingkatkan lagi agar lebih bagus dari segi	kualitas baik karena menghindari bahan - bahan kimia yang berbahaya seperti	Cukup baik. Namun berbeda dengan kerupuk tahu kami dan pesaing	Cukup baik dan bisa bersaing dengan pesaing utama
	rasa, keawetan produk.	boraks.	1 karena UD Hani menggunakan bahan tambahan yakni udang dan terasi.	
Harga	Menawarkan harga yang berbeda - beda sesuai berat gramnya dan tingkat rasa. Harga dinaikkan lagi.	Terjangkau mulai dari Rp 10.000,00 per kemasan dengan berat menyesuaikan.	Rp 31.000,00 berat 250 gram	Terjangkau mulai dari Rp 7.000,00 / pack bahkan menawarkan harga lebih rendah sebagai strategi penarikan pelanggan

Inovasi	Perbaruan packaging, kemasan print, membuat daftar menu, varian rasa yang banyak.	Diolah menggunakan mekanisme modern dengan bantuan mesin, bentuk stik kotak memanjang.	Menggunakan plastik kemasan tebal, dan bentuk kerupuknya menyerupai kubus sedang	Mengusung dengan menyajikan berbagai varian menu selain kerupuk tahu sebagai daya tarik
Branding dan Pemasaran	Pemasaran dan branding menggunakan media sosial Instagram dan WhatsApp business, membuka informasi terkait pemesanan.	Website dan shopee	pesansaja. com dan email	pelanggan Memiliki strategi yang efektif dengan memasrahkan di grabfood dan gofood untuk menjangkau pasar lebih luas. Selain itu kerupuk tahu ini terdapat di website juga.
Pelayanan Pelanggan	Komunikasi dengan pelanggan sudah baik, namun perlu ditingkatkan	Cukup baik	Cukup baik	Mampu melayani pelanggan dengan baik dibuktikan mendapatkan ulasan 4.5 / 5.

Strategi Pengelolaan Bisnis dari Tahya Snack adalah sebagai berikut:

a. Strategi Pemasaran: Kami menggunakan strategi bauran pemasaran, yang terdiri dari 4P (*Product, Place, Price, Promotion*), untuk menyusun strategi pemasaran dari Tahya Snack. Keempat faktor dari bauran pemasaran harus direncanakan dengan seksama untuk menghasilkan respon pasar yang diinginkan (Riandika & Hamdani, 2020) sebagai berikut:

- 1) Produk (*Product*): Meningkatkan kualitas produk, variasi rasa, menyesuaikan kemasan produk portabel (mudah dibawa kemana – mana).
- 2) Harga (*Price*): Menentukan harga yang kompetitif dan menguntungkan, berdasarkan analisis biaya dan permintaan pasar dengan harga Rp 7.000,00 untuk kemasan 70 gram.

3) Tempat (Place): Menentukan saluran distribusi yang efektif dengan memanfaatkan pasar tradisional dan toko ritel. Selain itu, kerja sama dengan distributor atau mitra bisnis yang memiliki jaringan distribusi yang luas untuk memperluas cakupan pasar.

4) Promosi (Promotion):

a) Mempromosikan produk melalui berbagai media sosial instagram dan whatsapp untuk membangun merek, berbagi konten kreatif, dan berinteraksi dengan konsumen.

b) Membangun situs web perusahaan yang informatif dan menarik serta mengelola blog untuk membagikan konten terkait kerupuk tahu, resep, atau tips makanan.

c) Membuat materi promosi seperti brosur, poster, atau leaflet yang menarik untuk ditempatkan di media sosial.

d) Berikut link media yang digunakan: alamat instagram @tahya_snack.

b. Strategi Operasional dan Produksi Bahan Baku: Tahu putih, tepung tapioka, tepung terigu, lada bubuk, bawang putih (5 siung), garam, penyedap rasa (Royco), minyak goreng, air, bumbu bubuk balado, barbeque, balado ekstra pedas, standing pouch, stiker dengan ukuran 5 × 5 cm Nb. Untuk takaran tepung (tepung terigu)1: 3 (tepung tapioka)
Cara Produksi:

1) Siapkan bahan - bahan terlebih dahulu sesuai dengan bahan - bahan yang sudah tercantum.

2) Hancurkan potongan tahu putih dengan sendok sampai tahu benar - benar halus tidak ada yang kasar.

3) Tuangkan 18 sendok makan tepung terigu, kemudian tuangkan juga 58 sendok makan tepung tapioka ke dalam wadah.

4) Campurkan semua bahan tahu putih, tepung terigu dan tepung tapioka ke dalam satu wadah.

5) Ulek/ haluskan bawang putih bersama garam dengan layah atau menggunakan Chopper sampai halus

6) Campurkan bumbu yang sudah halus ke dalam wadah tepung terigu, tapioka dan tahu yang sudah dicampur.

7) Tambahkan air secukupnya dan penyedap rasa.

8) Uleni semua adonan sampai tercampur rata sampai kalis.

9) Koreksi rasa apabila sudah pas kemudian bentuk adonan seperti tabung. 10) Siapkan alat pengukus bisa menggunakan panci untuk mengukusnya dan tambahkan air ke dalam panci kukusan sampai batas garis yang ada pada panci.

11) Apabila sudah mendidih, masukkan adonan yang sudah dibentuk dan tutup rapat.

12) Kukus selama 30 menit.

13) Apabila adonan yang sudah dibentuk sudah matang angkat dan tiriskan.

14) Dinginkan adonan yang sudah dikukus.

15) Potong tipis adonan dengan bentuk persegi Panjang.

16) Siapkan wadah nampan dan masukkan irisan yang sudah dipotong.

17)Jemur irisan adonan sampai kering.

18)Jika sudah kering semua, siapkan alat penggoreng (wajan).

19) Panaskan wajan diatas kompor dengan minyak.

20)Jika sudah panas, masukkan irisan kerupuk yang sudah kering ke dalam wajan.

21) Goreng dengan api kecil sampai berwarna putih agak kecoklatan.

22) Angkat dan tiriskan.

23) Siapkan wadah seperti nampan dan tuangkan kerupuk yang sudah jadi ke wadah.

24) Setelah agak dingin, campurkan bumbu bubuk seperti balado, barbeque bersama kerupuk tahu.

25) Campurkan sampai merata bumbunya.

26) Siapkan standing pouch masukkan satu demi satu kerupuk ke dalam.

27) Timbang kerupuk sesuai yang diinginkan menggunakan alat timbang.

28) Labeling stiker di tampak depan standing pouch.

29) Setelah semua di kasih stiker, kerupuk tahu siap untuk dijual.

Standar Operasional Prosedur (SOP) dalam produksi kerupuk tahu by Tahya snack:

1) Persiapan bahan baku: Memastikan ketersediaan (stok) bahan baku tahu dari pabrik tahu langsung yang berada di Dukuh Krajan, Desa Klapasawit, Kecamatan Buluspesantren, Kabupaten Kebumen

dengan kondisi yang baik. Kemudian memastikan bahan baku lain tepung terigu, tepung tapioka, garam, minyak, bawang putih di toko grosir yang berada di kebunmen dengan kondisi yang baik.

2) Pengolahan bahan baku: Mencampurkan bahan tepung tapioka, tepung terigu, tahu, bumbu dengan

air hingga membentuk adonan kental dan kalis. Kemudian menambahkan penyedap rasa $\frac{1}{4}$ sendok makan ke dalam adonan. Selanjutnya mengaduk adonan menggunakan sendok dengan rata dan konsisten. Pada saat mengaduk adonan menggunakan celemek agar tepung tidak menempel pada baju yang dipakai serta menggunakan alat penutup kepala seperti kerudung/topi untuk menghindari jatuhnya rambut ke adonan yang sedang dibuat.

3) Pembentukan adonan saat mengukus: Membentuk adonan menyerupai tabung menggunakan tangan (dengan kondisi sudah cuci tangan menggunakan air mengalir dan pastikan menggunakan sarung tangan yang nyaman dan sekali pakai). Selanjutnya pastikan adonan yang dibentuk berukuran sedang agar cepat matang dan hasil baik. Terakhir, pastikan sudah mempersiapkan alat pengukus yang sudah dikasih air sesuai batas yang ada pada dandang (alat pengukus) dan menyalakan kompor dengan api cenderung sedang.

4) Pengirisan: Iris adonan yang sudah dikukus menggunakan alat pemotong yang sudah dibersihkan dari debu/ kotoran lainnya. Selanjutnya menggunakan sarung tangan sekali pakai untuk memindahkan irisan adonan ke nampan. Iris adonan setipis mungkin agar cepat kering dan bentuk irisan memanjang agar seragam.

5) Penjemuran: Menjemur irisan kerupuk pada pukul 08.30 saat matahari sudah mulai panas sampai pukul 16.00. kemudian saat sudah mulai kering, bolak balik kerupuk menggunakan tangan yang sudah dipakaikan sarung tangan sekali pakai agar penjemuran merata.

6) Penggorengan: Pastikan minyak sudah disaring menggunakan saringan agar minyak benar – benar steril. Selanjutnya goreng kerupuk dalam minyak panas dan api

cenderung sedang hingga mengembang dan berwarna kuning kecoklatan. Kemudian tidak banyak menumpuk kerupuk didalam penggorengan agar penggorengan merata. 7) Penyaringan: Setelah digoreng angkat kerupuk dan tiriskan minyak menggunakan saringan atau tisu dapur.

8) Pencampuran bumbu: Campur bumbu menggunakan bumbu yang sudah tersedia secara merata dan warna sedang tidak terlalu mencolok dan tidak terlalu pucat. Aduk menggunakan tangan yang sudah cuci tangan dan menggunakan sarung tangan sekali pakai.

9) Pengemasan: Membiarkan kerupuk agar dingin terlebih dahulu sebelum dikemas. Kemas dan timbang menggunakan timbangan serta pastikan kemasan steril, tahan terhadap minyak dengan ketentuan berat bersih 27g, 30g, dan 34g sesuai ukuran kemasan.

10) Labeling dan penyimpanan: Beri label pada kemasan sesuai ukuran dan varian produk. Selanjutnya simpan produk pada suhu ruang dan tempat yang bersih, tidak terpapar matahari langsung untuk menjaga kualitas kerupuk tahu.

11) Pembersihan dan sanitasi: Setelah produksi selesai, bersihkan area kerja dengan cara disapu, pel.

menggunakan kain yang bersih dan bersihkan peralatan yang habis dipakai serta alat produksi dibersihkan dan ditata kembali ke tempat semula.

12) Pemeriksaan kualitas: Ambil sampel dari setiap batch produksi untuk mengetahui mikroba yang ada pada kerupuk, serta pemeriksaan kualitas rasa, tekstur dan aroma. Selanjutnya pastikan kerupuk tahu memenuhi standar kualitas yang telah ditetapkan sebelum didistribusikan dengan menguji di laboratorium penelitian dan pengujian terpadu (LPPT UGM).

13) Catatan produksi: Catat setiap Langkah dalam memproduksi kerupuk tahu menggunakan buku/notepad, mulai dari persiapan bahan baku sampai pengemasan. Selanjutnya catat juga jumlah produksi dalam sekali pembuatan, waktu untuk memproduksi dan hasil pemeriksaan kualitas. Terakhir, mengelola dapur produksi dengan menyiapkan dan memastikan peralatan ada

semua, lantai bersih, dinding kompor tidak berminya, meja kompor tidak berminyak dan bersih serta celemek, topi, pakaian sekali pakai pekerja untuk menjaga kualitas produk kerupuk tahu.

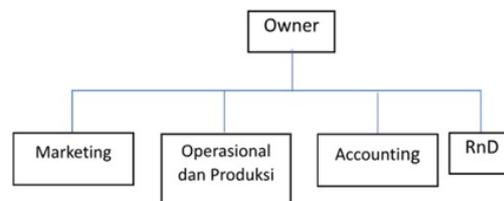
Standar kualitas untuk bahan baku: tahu segar dan berkualitas baik tanpa ada bau busuk, tahu tidak menggunakan bahan formalin, tepung tidak digunakan apabila melebihi tanggal kadaluarsa, apek dan serbuk bergumpal.

Standar kualitas untuk proses produksi: proses produksi dijalankan secara konsisten untuk memastikan produk memiliki rasa dan tekstur yang seragam (sama).

Standar kualitas untuk produk akhir: produk memiliki rasa khas bawang putih dan sesuai dengan varian yang diinginkan konsumen (sesuai list pesanan Pre Order), kerupuk tahu memiliki tekstur renyah dan krispi, tidak keras dan melempem, pencampuran bumbu merata dan warna menarik, tidak mengandung bahan tambahan selain yang sudah tertera di label komposisi kemasan.

Analisis produk (product knowledges) per komponen material dengan uji parameter bakteri *Echerichia coli* (*E. coli*) pada sampel Kerupuk tahu by Tahya Snack dengan metode count bertujuan untuk mengetahui kebersihan dan keamanan kerupuk tahu dari kontaminasi bakteri yang berpotensi berbahaya bagi kesehatan manusia (Hubaiba & Ahmad Saktiansyah, 2021). Proses uji *E. coli* pada kerupuk tahu dalam proses antrian pendaftaran uji lab nya. Setelah 15 hari hasil akan keluar apakah nantinya bakteri akan tumbuh dalam jumlah yang signifikan. Jika nantinya hasil menyatakan adanya *E. coli* pada kerupuk dalam jumlah yang melebihi batas keamanan yang ditetapkan, maka Langkah – Langkah korektif seperti sanitasi dan control produksi sangat diperlukan. Packaging and Labeling: Packaging kerupuk tahu menggunakan kemasan standing pouch yang dapat menjamin produk tetap segar dan tahan lama. Pada kemasan, nantinya akan ada informasi penting seperti nama produk, berat, tanggal kadaluarsa, komposisi bahan, dan informasi lainnya untuk memastikan keamanan

konsumen dan mematuhi regulasi pemerintah.



Gambar 2. Struktur Organisasi

Faktor pengorganisasian merupakan sebuah faktor yang penting yang dapat mempengaruhi tercapainya tujuan perusahaan (Aliefiani Mulya Putri, Putri Maharani, & Nisrina, 2022). Struktur organisasi usaha kerupuk tahu saat ini masih tahap pencarian anggota sesuai struktur diatas. Sehingga jobdesk dari masing – masing divisi sebagai berikut:

Owner (Solihatun Asroriyah): menetapkan visi, misi dan tujuan usaha Kerupuk tahu by Tahya Snack. Kemudian memimpin dan memberikan arahan kepada tim manajemen, memelihara hubungan baik kepada pemasok seperti pabrik tahu, toko kelontong dan mitra bisnis saat ini toko alat tulis yang berada di Delanggu, Klaten. Marketing (Solihatun Asroriyah): menentukan target pasar dan mengidentifikasi peluang pemasaran, menganalisis tren pasar dan perilaku konsumen serta menjalin kemitraan dengan pengecer atau distributor potensial.

Operasional dan Produksi (Solihatun Asroriyah): menentukan kebutuhan sumber daya dan infrastruktur produksi, mengelola dan mengawasi operasional setiap hari, mengawasi proses produksi kerupuk tahu, menangani perawatan dan pemeliharaan alat produksi, serta mengelola jadwal produksi dan alokasi sumber daya.

Accounting (Solihatun Asroriyah): membuat catatan transaksi harian, perhitungan biaya produksi dan pelaporan keuangan. Selain itu, pemenuhan kewajiban pajak dan perpajakan.

RnD (Solihatun Asroriyah): mengembangkan resep baru atau meningkatkan formulasi produk, melakukan riset pasar untuk memahami trend dan keinginan konsumen serta berkolaborasi dengan tim produksi untuk memastikan

teknis dan kelayakan produksi inovasi. Sebagai fondasi utama dalam membangun keunggulan kompetitif, strategi SDM yang efektif menjadi kunci sukses organisasi. Kami merancang strategi yang tidak hanya mengoptimalkan potensi individu melainkan keseluruhan. Berikut strategi SDM yang dilakukan kerupuk tahu antara lain:

1. Perencanaan SDM, beberapa aspek penting seperti menganalisis kebutuhan tenaga kerja dilakukan dengan cara merekap berapa jumlah karyawan yang perlu dievaluasi dalam hal keterampilan termasuk dalam marketing, operasional dan produksi, accounting dan RnD. Dalam hal ini kerupuk tahu tahya snack dapat merencanakan rekrutmen dan pengembangan karyawan sesuai kebutuhan.
2. Perekrutan SDM, membangun program magang/pelatihan menjadi pilihan strategi Perusahaan untuk menarik individu fresh graduate. Melalui program ini Perusahaan dapat menilai bakat dari masing – masing anak magang.
3. Penempatan SDM, melakukan analisis kebutuhan SDM seperti pada posisi marketing, operasional dan produksi, accounting. Selain itu menggunakan strategi penempatan yang fleksibel Dimana karyawan memiliki kesempatan untuk berpindah posisi sesuai dengan kebutuhan bisnis. Sehingga pada sekarang ini owner melakukan strategi penempatan fleksibel dengan merangkap sebagai marketing, operasional dan produksi, accounting dan juga RnD.
4. Pengembangan SDM, sekarang ini kami berusaha dengan melatih manajemen kualitas dengan cara sering – sering memproduksi kerupuk tahu untuk memastikan bahwa produk kerupuk tahu memenuhi standar kualitas yang ditetapkan. Selain itu kami juga melatih manajemen waktu untuk meningkatkan produktivitas, mengikuti seminar online kewirausahaan.
5. Penilaian kinerja, melakukan penilaian kinerja secara teratur serta umpan balik kepada pelanggan.

Sistem Upah: Tahya snack menggunakan sistem upah saat karyawan kerja, jika tidak maka tidak diberi upah. Proses rekrutmen Membuka lowongan

pekerjaan dilakukan melalui media sosial instagram dan whatsapp, Seleksi dan wawancara dilakukan setelah menerima lamaran, kemudian akan dilakukan penyaringan berkas lamaran dilanjutkan wawancara mengenai kemampuan yang relevan dengan posisi yang ditawarkan.

Evaluasi dan Proses Pemutusan Hubungan Kerja (PHK) PHK dilakukan dengan penuh pertimbangan dan berdasarkan alasan yang sah, seperti restrukturisasi usaha atau kinerja yang buruk. Proses PHK mengikuti peraturan dan undang - undang tenaga kerja yang berlaku di wilayah Kebumen. Kemudian, pihak manajemen memberikan pemberitahuan secara resmi kepada karyawan yang terkena PHK dan memberikan hak sesuai peraturan yang berlaku, seperti hak cuti, uang pesangon, dan hak lainnya.

d. Strategi Keuangan (Laporan Arus kas, laba/rugi dan neraca)

Strategi keuangan yang dapat diterapkan pada usaha kerupuk tahu tahya snack antara lain:

1. Membuat anggaran yang rinci termasuk pembelian bahan baku, biaya produksi, pemasaran.
2. Memantau arus kas secara teratur untuk memenuhi kewajiban keuangan dan kebutuhan operasional kerupuk tahu sehari – hari.
3. Memilih sumber pembiayaan dari modal sendiri untuk mengurangi resiko.

KAJIAN PUSTAKA

Analisis SWOT adalah metode perencanaan strategis yang digunakan untuk memantau dan mengevaluasi lingkungan perusahaan, baik eksternal maupun internal, guna mencapai tujuan bisnis tertentu (Mukhlisin & Hidayat Pasaribu, 2020). Analisis SWOT dapat diterapkan dengan cara menganalisis dan memilah berbagai hal yang mempengaruhi keempat faktornya, berikut keempat faktor dari SWOT antara lain:

- 1) Strengths: Kekuatan atau sumber daya unggul yang dimiliki oleh internal suatu perusahaan.

- 2) Weaknesses): Kelemahan internal yang dimiliki oleh sebuah perusahaan, yang harus diminimalisir atau dihilangkan.
- 3) Opportunities: Peluang eksternal yang dapat meningkatkan tingkat keberhasilan suatu perusahaan.
- 4) Threats: Ancaman eksternal yang harus diwaspadai karena dapat memberikan dampak negatif bagi perusahaan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan pada bisnis kerupuk tahu by Tahya Snack lebih tepatnya berada di Jalan Kajayan, Desa Klapasawit, Kecamatan Buluspesantren, Kabupaten Kebumen. Jenis penelitian yang digunakan deskriptif kualitatif. Penelitian dengan latar belakang adanya permasalahan konsumen serta kebutuhan konsumen akan gaya hidup sehat dan preferensi diet.

Pengumpulan data

Pengumpulan data pada penelitian ini terbagi menjadi dua jenis, yaitu data sekunder dan data primer.

1. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang didapatkan dari studi pustaka seperti jurnal yang berkaitan dengan materi dalam penelitian. Adapun data sekunder pada penelitian ini yaitu studi pustaka mengenai metode analisis SWOT.

2. Data Primer

Data primer merupakan data yang didapatkan langsung melalui pengamatan pada objek, yaitu bisnis Kerupuk Tahu. Metode yang dipakai untuk pengumpulan data primer yaitu:

- a) Observasi, yaitu metode pengumpulan data dengan cara mengamati bisnis kerupuk tahu secara langsung dan dokumen yang diteliti.
- b) Wawancara, dilakukan tanya jawab langsung dengan customer kerupuk tahu baik perempuan

atau laki – laki sebagai responden mengenai faktor internal dan eksternal yang ada pada bisnis kerupuk tahu.

- c) Kuesioner, digunakan dalam penelitian ini terdiri 7 variabel diantaranya pada sisi rasa, pelayanan, stok, kemasan, kesehatan, harga dan legalitas usaha. Bisnis kerupuk tahu sebagai sampel dan target responden yaitu remaja usia 16 – 21 tahun, kalangan dewasa usia 22 – 30 tahun, orang tua usia > 45 tahun. Hasil dari kuesioner ini digunakan untuk perhitungan SWOT untuk mengetahui ada di kuadran berapa dan strategi apa yang dapat dimanfaatkan oleh usaha kerupuk tahu.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dari hasil kuisioner form dengan jumlah responden 34 orang yang terdiri dari 24 perempuan dan 10 laki – laki dengan range usia 19 – 25 tahun (25 orang), 26 – 35 tahun (5 orang), 15 – 18 tahun (4 orang) diantaranya pelajar/mahasiswa (25), pekerja kantor (3), Ibu rumah tangga (3), Pengusaha (1), Wirausaha (1), Wiraswasta (1) dapat disimpulkan beberapa pertanyaan yang sudah diajukan pada form kuesioner diantaranya: Masalah/kesulitan yang konsumen hadapi ketika mengkonsumsi produk kerupuk tahu by Tahya Snack dari:

1. Sisi Rasa: mlempelem (7), keasinan (13), tidak ada (8), keras (1), kerupuknya jadi renekan/potongan kecil - kecil (1) dan kurang rasa (1). Sehingga sisa 3 responden, 2 diantaranya belum beli dan 1 responden menjawab dari sisi kemasan.
2. Sisi Pelayanan: slow respon (22), cuek (3), tidak ada (7), belum tahu (1). Sehingga sisa 1 responden yang menjawab nilai positif yakni baik.
3. Sisi Stok: ketersediaan terbatas, kadaluarsa cepat (2), ketersediaan terbatas (26), kadaluarsa cepat (4) dan tidak ada (2).

4. Sisi Kemasan: informasi yang tidak lengkap (17), kemasan sulit dibuka (6), ketidaksesuaian antara kemasan dan jumlah produk (3), informasi yang tidak lengkap, ketidaksesuaian antara kemasan dan jumlah produk (1), informasi yang tidak lengkap, kurang hebring kemasannya, terlalu polos (1), kemasan cukup pakai yang biasa saja (1), kemasan rusak (1), kemasan rusak, kemasan sulit dibuka, informasi yang tidak lengkap, ketidaksesuaian antara kemasan dan jumlah produk (1), kemasan sulit dibuka, informasi yang tidak lengkap (1), kurang besar (1), tidak ada (1).

5. Sisi Kesehatan: lemak dan kalori yang tinggi (19), terdapat bahan pengawet (6), terdapat penyedap rasa (1), tidak ada (8).

6. Sisi Harga: promo/diskon yang membingungkan (10), biaya pengiriman tambahan (9), harga yang tinggi (2), harga yang tinggi, promo/diskon yang membingungkan, biaya pengiriman tambahan (1), promo/diskon yang membingungkan, biaya pengiriman tambahan (1), terjangkau tidak ada masalah (2), tidak ada variasi harga (1), harga sudah sesuai dengan produk (1), tidak ada (6). Sehingga sisa 1 responden yang menjawab keluar dari pertanyaan yakni menjawab baik dan enak.

7. Sisi Legalitas (Halal, PIRT): ditambah logo halal pada kemasan (1), tidak tercantum di kemasan (1), tidak ada PIRT (1), PIRT kurang jelas (1), ketidaksesuaian dengan regulasi Halal lokal (14), pemalsuan sertifikat, ketidaksesuaian dengan regulasi Halal lokal (1), tidak ada (12), baik (1), aman (1). Sehingga sisa 1 responden yang tidak menjawab.

Solusi dan Nilai Lebih yang Ditawarkan Berdasarkan survey online melalui form dari 34 responden dapat diangkat beberapa solusi. Harapan yang konsumen inginkan ketika mengkonsumsi produk kerupuk tahu by Tahya Snack dari:

1. Sisi Rasa: varian rasa yang lebih banyak (12), varian rasa yang lebih banyak, tekstur renyah (5), pemakaian bumbu yang tepat, tekstur renyah (4), varian rasa yang lebih banyak, pemakaian bumbu yang tepat (3), pemakaian bumbu yang tepat (3), tekstur

renyah (4), pemakaian bumbu yang tepat, tekstur renyah (2), varian rasa yang lebih banyak, tekstur renyah, variasi kemasan (1).

2. Sisi Pelayanan: ramah, fast respon (13), fast respon (11), ramah (9), tidak ada (1).

3. Sisi Stok: ketersediaan yang konsisten (21), pilihan produk alternatif (6), ketersediaan yang konsisten, pilihan produk alternatif (6), tidak ada (1).

4. Sisi Kemasan: kemasan yang mudah dibuka dan digunakan, informasi produk yang jelas, visual kemasan yang menarik (9), informasi produk yang jelas (6), kemasan yang mudah dibuka dan digunakan (6), visual kemasan yang menarik (6), kemasan yang mudah dibuka dan digunakan, informasi produk yang jelas (3), kemasan yang mudah dibuka dan digunakan, visual kemasan yang menarik (2), informasi produk yang jelas, visual kemasan yang menarik (1), tidak ada (1).

5. Sisi Kesehatan: rendah kalori dan lemak (12), bahan baku berkualitas tinggi (8), rendah kalori dan lemak, bahan baku berkualitas tinggi (4), rendah kalori dan lemak, bahan baku berkualitas tinggi, pengurangan garam (4), rendah kalori dan lemak, pengurangan garam (3), bahan baku berkualitas tinggi, pengurangan garam (2), tidak ada (1).

6. Sisi Harga: diskon dan promo yang jelas (14), harga yang bersaing (10), transparansi harga (4), harga yang bersaing, diskon dan promo yang jelas, transparansi harga (2), harga yang bersaing, diskon dan promo yang jelas (2), diskon dan promo yang jelas, transparansi harga (2).

7. Sisi Legalitas (Halal, PIRT): label informasi legal pada kemasan (23), label informasi legal pada kemasan, transparansi asal produk (6), transparansi asal produk (4), tidak ada (1).

Nilai lebih yang ditawarkan inovasi apa yang konsumen usulkan untuk produk kerupuk tahu by Tahya Snack dari sisi rasa:

1. Rasanya kalau bisa di kombinasi dengan rasa yang lain.

2. Pemilihan bumbu perasa yg premium sehingga tdk merusak rasa enak dari keripik tahu originalnya.

3. Rasa rumput laut, rendang, ayam pedas.

4. Penambahan 2 variasi rasa bersama.

5. Menambah varian rasa eksotis yang belum pernah ada.

6. Pakai bumbu yang tidak nyegrak (karena biasanya ada snack yang bumbunya bikin keselek).

7. Menambah rasa – rasa yang manis.

Inovasi apa yang konsumen usulkan untuk produk kerupuk tahu by Tahya Snack dari sisi kemasan:

1. Kemasannya dibuat menarik.

2. Menggunakan kemasan yang mudah dibuka.

3. Menggunakan kemasan yang memiliki desain unik.

4. Sisi kemasan harus di kasih logo yg menarik.

5. Ada berbagai macam size kemasan.

6. Kemasan diperbesar lagi untuk harga Rp 4.500,00.

7. Membuat kemasan baru.

8. Kemasan diberi informasi yang baik terkait produk.

9. Kemasan dengan desain sendiri.

10. Dibuat ziplock printing.

11. Lebih informatif

12. Dikemas dengan kemasan tebal dan rapi agar tidak menurun dari segi rasa dan kualitas produk tersebut.

Inovasi yang konsumen usulkan untuk produk kerupuk tahu by Tahya Snack dari sisi harga:

1. Harga sesuai isi.

2. Harga Rp 2.000,00 atau Rp 3.000,00 untuk kemasan kecil agar anak – anak atau pelajar tidak keberatan.

3. Harga bervariasi mulai dari bawah, menengah sampai untuk kalangan atas.

4. Harga ditingkatkan mengikuti besar kemasan yang dipakai.

5. Promo.

6. Harga lebih bisa bersaing.

Berikut adalah analisis SWOT-TOWS berdasarkan hasil survei yang dilakukan, rencana pengembangan jangka pendek dan jangka panjang Tahya Snack sebagai berikut:

● Strategi S-O

1. Mengikuti trend dengan cara menambah varian rasa (jangka pendek)

2. Meningkatkan value produk camilan sehat dengan harga kompetitif (jangka pendek)

3. Meningkatkan kegiatan promosi di berbagai event ukm/bazar (jangka pendek)

● Strategi W-O

1. Mempelajari bagaimana cara pengolahan kerupuk tahu yang benar sesuai standar agar kandungan protein yang ada pada tahu tetap terjaga (jangka panjang)

2. Mencari karyawan guna memenuhi pesanan konsumen yang mendadak dan banyak (jangka panjang)

3. Gencar akan kegiatan promosi media cetak dan media massa guna mengikuti trend masa kini (jangka pendek)

● Strategi S-T

1. Menambah varian rasa unik seperti kari ayam agar berbeda dari produk yang sudah ada (jangka pendek)

2. Mempertahankan pelayanan konsumen yang ramah walaupun sudah banyak usaha serupa yang sudah lebih dahulu dikenal (jangka pendek)

● Strategi W-T

1. Menyewa ruko untuk dijadikan tempat produksi agar lebih leluasa (jangka panjang).

KESIMPULAN

Berdasarkan laporan perkembangan bisnis kerupuk tahu, terdapat beberapa hal yang dapat disimpulkan, berikut strategi pengelolaan bisnis kerupuk tahu diantaranya:

1. Meningkatkan kualitas produk, variasi rasa, menyesuaikan kemasan produk portabel (mudah dibawa kemana – mana). 2. Menentukan harga yang kompetitif dan menguntungkan, berdasarkan analisis biaya dan permintaan pasar dengan harga Rp 7.000,00 untuk kemasan 70 gram.

3. Menentukan saluran distribusi yang efektif dengan memanfaatkan pasar tradisional dan toko ritel. Selain itu, kerja sama dengan distributor atau mitra bisnis yang memiliki jaringan distribusi yang luas untuk memperluas cakupan pasar.

4. Mempromosikan produk melalui berbagai media sosial instagram dan whatsapp untuk membangun merek, berbagi konten kreatif, dan berinteraksi dengan konsumen. Kemudian, membangun situs web perusahaan yang informatif dan menarik serta mengelola blog untuk membagikan konten terkait kerupuk tahu, resep, atau tips

makanan. Terakhir, membuat materi promosi seperti brosur, poster, atau leaflet yang menarik untuk ditempatkan di media sosial.

Adapun dari keuangan usaha kerupuk tahu dapat disimpulkan sebagai berikut:

- a. Pertumbuhan Penjualan yang Positif Bisnis kerupuk tahu telah menunjukkan pertumbuhan penjualan yang positif selama periode yang dilaporkan. Hal ini menunjukkan adanya permintaan yang baik dari pelanggan.
- b. Modal Awal yang Cukup Dengan modal dana sendiri sebesar Rp 100.000,00 bisnis berhasil memulai operasionalnya. Modal tersebut telah digunakan secara efisien untuk memproduksi dan memasarkan produk.
- c. Pendapatan dari Penjualan Pendapatan dari penjualan kerupuk tahu menjadi sumber kas utama dalam bisnis ini.

SARAN

Adapun saran bagi usaha kerupuk tahu diantaranya:

1. Mengoptimalkan strategi yang sudah ada, dan selalu mengevaluasi serta menambahkan strategi yang lebih tepat.
2. Meningkatkan upaya pemasaran guna memperluas pangsa pasar dan mencapai pelanggan baru serta mempertimbangkan pemasaran online, kehadiran di platform e-commerce, atau kerjasama dengan toko atau restoran lokal.
3. Menghadirkan variasi produk kerupuk tahu dengan rasa dan kemasan yang berbeda. Diversifikasi dapat menarik minat pelanggan yang lebih luas.
4. Membuat proyeksi keuangan jangka panjang untuk memahami bagaimana perkembangan bisnis ini dapat berlangsung di masa depan dan mempertimbangkan skenario yang berbeda untuk menghadapi tantangan dan peluang yang mungkin timbul.

DAFTAR PUSTAKA

- Aliefiani Mulya Putri, G., Putri Maharani, S., & Nisrina, G. (2022). Literature View Pengorganisasian: Sdm, Tujuan Organisasi Dan Struktur Organisasi. *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 3(3), 286–299. Retrieved from <https://doi.org/10.31933/jemsi.v3i3.819>
- Badan Pusat Statistik. (2023). Jumlah Penduduk Kabupaten Kebumen Menurut Jenis Kelamin dan Kecamatan.
- Hubaiba, U., & Ahmad Saktiansyah, L. O. (2021). Analisis Kandungan *Escherichia coli* pada Minuman Thai Tea di Kecamatan Puuwatu Kota Kendari Provinsi Sulawesi Tenggara. *Nursing Care and Health Technology Journal (NCHAT)*, 1(2), 110–116. Sumber: <https://doi.org/10.56742/nchat.v1i2.9>
- Mukhlisin, A., & Hidayat Pasaribu, M. (2020). Analisis Swot dalam Membuat Keputusan dan Mengambil Kebijakan Yang Tepat. *Invention: Journal Research and Education Studies*, 1(1), 33–44. Sumber: <https://doi.org/10.51178/invention.v1i1.19>
- Riandika, D., & Hamdani, A. U. (2020). Implementasi E-Commerce Dengan Teknik SEO dan Strategi Pemasaran 4P Untuk Meningkatkan Penjualan Produk Aksesoris Motor Pada XYZ Motoshop. *Jurnal Media Informatika Budidarma*, 4(3), 785. Sumber: <https://doi.org/10.30865/mib.v4i3.2242>