



Universitas Katolik Parahyangan
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi Administrasi Bisnis

Terakreditasi A

SK BAN –PT NO: 3949/SK/BAN-PT/Akred/S/X/2019

Analisis Strategi Bisnis Perusahaan *Startup Cr:Sh*

Skripsi

Diajukan untuk Ujian Sidang Jenjang Sarjana
Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis

Oleh

Ronaldo

2016320032

Bandung

2020



Universitas Katolik Parahyangan
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi Administrasi Bisnis

Terakreditasi A

SK BAN –PT NO: 3949/SK/BAN-PT/Akred/S/X/2019

Analisis Strategi Bisnis Perusahaan *Startup Cr:Sh*

Skripsi

Oleh

Ronaldo

2016320032

Pembimbing

Dr. Margaretha Banowati Talim, Dra., M.Si.

Bandung

2020

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Jurusan Administrasi Bisnis
Program Studi Administrasi Bisnis



Tanda Pengesahan Skripsi

Nama : Ronaldo
Nomor Pokok : 2016320032
Judul : Analisis Strategi Bisnis Perusahaan *Startup* Cr.Sh

Telah diuji dalam Ujian Sidang jenjang Sarjana
Pada Kamis, 4 Agustus 2020
Dan dinyatakan **LULUS**

Tim Penguji

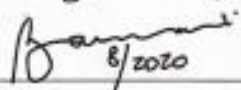
Ketua sidang merangkap anggota

Dr. Orpha Jane, S.Sos., M.M.




Sekretaris

Dr. Margaretha Banowati Talim, Dra., M.Si.

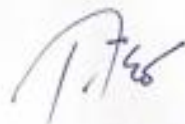


Anggota

Albert MPL Tobing, ST., MAB



Mengesahkan,
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Dr. Pius Sugeng Prasetyo, M.Si

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Ronaldo

NPM : 2016320032

Jurusan / Program studi : Administrasi Bisnis

Judul : Analisis Strategi Bisnis Perusahaan Startup Cr:Sh

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini merupakan hasil karya tulis ilmiah sendiri dan bukanlah merupakan karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik oleh pihak lain. Adapun karya atau pendapat pihak lain yang dikutip, ditulis sesuai dengan kaidah penulisan ilmiah yang berlaku.

Pernyataan ini saya buat dengan penuh tanggung jawab dan bersedia menerima konsekuensi apapun sesuai aturan yang berlaku apabila di kemudian hari diketahui bahwa pernyataan ini tidak benar.

Bandung, 15 Juli 2020



ABSTRAK

Nama : Ronaldo
NPM : 2016320032
Judul : Analisis Strategi Bisnis Perusahaan *Startup* CR:SH

Perusahaan Cr:Sh merupakan *startup* yang dibentuk oleh empat orang mahasiswa, yang kemudian menjadi sebuah tim bernama Cr:Sh yang memiliki sebuah produk abon sayur terbuat dari sayur kangkung yang memiliki rasa dan tekstur seperti camilan.

Adanya fenomena masyarakat kurang mengkonsumsi sayuran, membuat perusahaan berempati dan muncul sebuah ide bisnis. Masyarakat Indonesia kurang edukasi tentang dampak bahaya dari kurangnya mengkonsumsi sayur, maka dari itu muncul ide bisnis membuat produk makanan sehat.

Rumusan ide bisnis ini dibangun dengan menggunakan metode berpikir *Design Thinking*, kemudian perusahaan mengembangkan strategi bisnisnya menggunakan *Business Model Canvas*, dan analisis SWOT untuk membangun peluang-peluang di masa depan.

Strategi bisnis memiliki tujuan yaitu untuk mencapai tujuan jangka panjang yang ingin dicapai dan menemukan posisi perusahaan dalam industri sehingga perusahaan dapat mempertahankan posisinya dari ketatnya persaingan. Penelitian ini untuk mendeskripsikan kondisi lingkungan internal dan eksternal yang sedang terjadi di perusahaan dan bertujuan untuk mengembangkan strategi usaha dengan memanfaatkan peluang-peluang yang bisa terjadi pada perusahaan. Penelitian ini dilakukan kepada perusahaan *startup* Cr:Sh yang berada di Kota Bandung.

Jenis penelitian ini merupakan eksperimen. Penelitian ini juga menggunakan teknik pengumpulan data berupa angket dan wawancara.

Dari hasil penelitian perusahaan *startup* Cr:Sh, dengan memaksimalkan promosi penjualan, merekrut pegawai agar bisa meningkatkan produksi, dan mengimplementasikan dari hasil analisis matriks SWOT sehingga diharapkan perusahaan Cr:Sh bisa berkembang pesat dengan memanfaatkan peluang-peluang yang dimiliki perusahaan.

Kata kunci: Strategi Bisnis, *Design Thinking*, *Business Model Canvas*, SWOT

ABSTRAK

Nama : Ronaldo
NPM : 2016320032
Judul : *Analysis Business Strategy of Startup Company Cr:Sh*

The Cr:Sh company is a startup formed by four students, which later became a team called Cr:Sh which has a vegetable shredded product made from kale vegetable which has a taste and texture like a snack.

The phenomenon of people consuming less vegetables, making companies empathize and a business idea appears. Indonesian people are less educated about the harmful effects of a lack of consuming vegetables, so a business idea has emerged to make healthy food products.

This business idea formulation is built using Design Thinking thinking method, then the company develops its business strategy using Business Model Canvas, and SWOT analysis to build opportunities in the future.

The business strategy has a goal which is to achieve the long-term goals to be achieved and find the company's position in the industry so that the company can maintain its position from intense competition. This study describes the internal and external environmental conditions that are happening in the company and aims to develop business strategies by utilizing opportunities that can occur in the company. This research was conducted to the startup company Cr:Sh in the city of Bandung.

This type of research is an experiment. This study also uses data collection techniques such as questionnaires and interviews.

From the research results of the Cr:Sh startup company, by maximizing sales promotions, recruiting employees to increase production, and implementing the results of the SWOT matrix analysis so that it is expected that Cr:Sh companies can grow rapidly by utilizing the opportunities the company has.

Keywords: Business Strategy, Design Thinking, Business Model Canvas, SWOT

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas berkat rahmat-Nya penulis sehingga dapat menyelesaikan penelitian skripsi yang berjudul “Analisis Strategi Bisnis Perusahaan *Startup Cr:Sh*” dapat diselesaikan dengan baik dan sesuai waktu yang telah direncanakan. Skripsi ini penulis buat dengan tujuan untuk memenuhi salah satu syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Ilmu Administrasi Bisnis pada jurusan Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Katolik Parahyangan.

Pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih selama proses penelitian berlangsung, penulis mendapatkan bimbingan, arahan, dukungan, dan saran dari beberapa pihak. Sehingga penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada:

1. Ibu Dr. Margaretha Banowati Talim, Dra., M.Si., selaku dosen pembimbing yang telah memberikan ilmu arahan, dukungan dan telah bersedia meluangkan waktunya untuk memberi bimbingan kepada penulis selama proses pengerjaan skripsi ini.
2. Kedua orang tua penulis Agus Gunawan dan Herawati yang telah sabar, selalu menyayangi, memberikan semangat, dan mendoakan kepada penulis selama pengerjaan skripsi ini dapat selesai.
3. Bapak James Rianto Situmorang, Drs., M.M. selaku dosen wali penulis yang telah memberikan ilmu dan dukungan selama penelitian ini.

4. Bapak Pius Sugeng Prasetyo, Drs., M.Si., Ph.D. selaku dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Bapak Yoke Pribadi Kornarius, S.AB., M.Si., selaku ketua program studi Administrasi Bisnis.
5. Kepada seluruh dosen pengajar di Universitas Katolik Parahyangan yang telah memberikan ilmu dan pengetahuan selama penulis menempuh kegiatan studi.
6. Kepada rekan-rekan seperjuangan Tim *Crispy Cr:Sh*, Angela Fransisca, Yohanna, dan Delvina Agustine selaku orang-orang yang telah berjuang bersama menjalankan bisnis *Cr:Sh* dan bersama sama berjuang mengerjakan skripsi ini bersama.
7. Kepada sahabat Angela Fransisca, Hanady Japranata, Christian Heryanto, Sylvia Nadya, dan Maria Hana yang selalu memberikan dukungan, mendengarkan keluhan, dan selalu menghibur penulis.
8. Kepada Angie Oriana yang selalu menemani penulis dari awal hingga penulisan ini selesai.
9. Teman-Teman Bisnis *Retceh* yaitu Jonathan Albert, Jeremy Kristian, Fikky, Willyanto Angkasa, Raynaldi Chandra, dan Fransiskus Davidson yang selalu menghibur penulis.
10. Kepada Jemmy Senjaya, Dave Anthya Jeremy, Thomas Enrico, Christopher Alverian, Kevin Pandojo, Daivan Juanvianus, dan Marcel Lourenz yang selalu mendengar candaan penulis.
11. Teman-teman Administasi Bisnis Angkatan 2016 yang sudah memberikan kesan kepada penulis.

12. Semua pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu, yang telah dengan tulus memberikan doa dan dukungan hingga dapat terselesaikannya skripsi ini.

Semoga pelaksanaan dan penyusunan skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis serta pembaca. Penulis menyadari dalam penulisan skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan karena keterbatasan waktu, tenaga, pengetahuan dan kemampuan yang dimiliki penulis. Penulis mengucapkan terimakasih kepada seluruh pihak yang telah mendukung, membantu, mendoakan, memberi motivasi memberikan dukungan dan semangat selama penulisan skripsi ini berlangsung.

Bandung, 16 Juli 2020

Ronaldo

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB 1 RUMUSAN IDE BISNIS	1
1.1 <i>Emphasize</i>	2
1.2 <i>Define</i>	5
1.3 <i>Ideate</i>	6
1.4 <i>Prototype</i>	8
1.5 <i>Testing</i>	11
BAB 2 KAJIAN TEORITIS	13
2.1 Pengertian Bisnis	13
2.2 Fungsi Utama Bisnis.....	13
2.3 Pengertian Strategi.....	15
2.4 Teori <i>Design Thinking</i>	16
2.5 Teori Analisis SWOT	18
2.6 Matrik SWOT	21
2.7 Teori <i>Business Model Canvas</i>	21
2.8 Strategi Bersaing.....	23
2.9 Analisis Lingkungan.....	25

2.10 Segmentasi Pasar	25
BAB 3 METODE PENELITIAN.....	27
3.1 Jenis Penelitian	27
3.2 Metode Penelitian	27
3.3 Metode Pengumpulan Data	28
3.3.1 Angket.....	28
3.3.2 Riset	29
3.4 Teknik Analisa Data	29
BAB 4 PROFIL BISNIS Cr:Sh.....	31
4.1 Profil Perusahaan.....	31
4.2 Visi dan Misi Perusahaan	32
4.2.1 Visi Perusahaan.....	32
4.2.2 Misi Perusahaan	32
4.3 Struktur Organisasi Perusahaan.....	33
4.4 <i>Job Description</i>	34
4.5 Uraian Bisnis	36
4.5.1 Produk dan Keunikan Cr:Sh.....	36
4.6 Proses Produksi.....	37
4.7 Laporan Keuangan.....	38
4.8 Laporan Penjualan	40
4.9 BMC Versi Awal	43
BAB 5 RENCANA PENGEMBANGAN BISNIS	44
5.1 Analisis SWOT.....	44

5.1.1	<i>Strength</i>	44
5.1.2	<i>Weakness</i>	44
5.1.3	<i>Opportunity</i>	45
5.1.4	<i>Threats</i>	45
5.2	Segmentasi Target Pasar.....	45
5.3	<i>Business Model Canvas</i> Versi Perkembangan.....	47
5.4	Matrix TOWS	51
5.5	Analisis lingkungan eksternal.....	52
5.5.1	Persaingan antar perusahaan sejenis	52
5.5.2	Potensi Masuknya Pesaing Baru	52
5.5.3	Potensi Pengembangan Produk Pengganti.....	53
5.5.4	Daya Tawar Pemasok.....	53
5.5.5	Daya Tawar Konsumen.....	54
5.6	Analisis Lingkungan Internal	54
5.6.1	Pemasaran	54
5.6.2	Keuangan.....	56
5.6.3	Produksi dan Operasional	56
5.6.4	Sumber Daya Manusia	59
5.7	Analisis Data Survei	59
5.7.1	Jenis Kelamin	60
5.7.2	Usia	61
5.7.3	Pekerjaan	62
5.7.4	Pendapatan Perbulan	63

5.7.5	Minat Terhadap Sayuran	64
5.7.6	Opini Terhadap Produk	67
5.7.7	Pemasaran	69
5.8	Strategi Pengembangan Perusahaan	73
5.9	Formulasi Strategi.....	76
BAB 6 KESIMPULAN.....		79
6.1	Kesimpulan.....	79
6.2	Saran	80
DAFTAR PUSTAKA		81
Lampiran 1 Kuisisioner		83

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Tabel fakta minat mengkonsumsi sayuran (Sumber: dirangkum oleh tim Cr:Sh dalam mendapatkan fakta yang ada melalui proses brainstorming)	5
Tabel 1.2 Tabel Fakta dan Sumber Sebab minat konsumsi sayuran (Sumber: dirangkum oleh tim Cr:Sh dalam mendapatkan informasi yang ada melalui proses brainstorming)	6
Tabel 1.3 Tabel Fakta, Sumber Sebab, dan Solusi minat mengkonsumsi sayuran (Sumber: dirangkum oleh tim Cr:Sh dalam mendapatkan informasi yang ada melalui proses brainstorming)	7
Tabel 1.4 Tabel Testimoni customer Cr:Sh.....	11
Tabel 4.1 Tabel job description	34
Tabel 4. 2 Laporan Keuangan	38
Tabel 4. 3 Laporan Penjualan	40
Tabel 4. 4 Laporan Laba Rugi Cr:Sh per 30 Juni 2020.....	41
Tabel 4. 5 Laporan Neraca Cr:Sh	41
Tabel 4. 6 Laporan Cash Flow	42
Tabel 4. 7 BMC Versi Awal.....	43
Tabel 5.1 Tabel BMC versi perkembangan.....	47
Tabel 5.2 Tabel Matrik TOWS	51
Tabel 5.3 Tabel Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin	60
Tabel 5.4 Tabel karakterisik berdasarkan usia	61
Tabel 5.5 Tabel Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan	62
Tabel 5.6 Tabel Karakteristik Berdasarkan Pendapatan Perbulan	64

Tabel 5.7 Tabel karakteristik berdasarkan minat terhadap sayuran	65
Tabel 5.8 Tabel responden tidak menyukai sayuran	66
Tabel 5.9 Tabel Periode Tidak Menyukai Sayuran	66
Tabel 5.10 Tabel Alasan Menyukai Sayuran	67
Tabel 5.11 Tabel Periode Mengonsumsi Sayuran.....	67
Tabel 5.12 Tabel Minat Terhadap Produk.....	68
Tabel 5.13 Tabel Rekomendasi Harga Produk.....	68
Tabel 5.14 Tabel Kesesuaian Harga Dengan Produk	69
Tabel 5.15 Tabel Media Pemasaran yang cocok untuk Promosi.....	70
Tabel 5.16 Tabel Media Sosial yang cocok untuk media promosi.....	71
Tabel 5.17 Tabel Pengetahuan tentang Endorsement.....	72
Tabel 5.18 Tabel Pendapat Mengenai Endorse	72
Tabel 5.19 Tabel rekomendasi promosi di media sosial	73

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Design Thinking (Sumber: Institut Desain Hasso-Plattner)	2
Gambar 1.2 Uji Coba produk gagal.....	9
Gambar 1.3 Alat penggoreng air fryer.....	10
Gambar 4.1 Logo Perusahaan Cr:Sh	31
Gambar 4. 2 Struktur Organisasi	33
Gambar 4. 3 Proses Produksi.....	37
Gambar 4.4 Gambar produk Cr:Sh.....	38
Gambar 5.1 Proses membersihkan dan memilah kangkung.....	57
Gambar 5.2 Alat penggoreng air fryer.....	57
Gambar 5.3 Hasil akhir abon sayur	58
Gambar 5.4 Produk Cr:Sh	58
Gambar 5.5 Grafik Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	60
Gambar 5.6 Grafik karakteristik berdasarkan usia	61
Gambar 5.7 Grafik Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan	62
Gambar 5.8 Grafik Karakteristik Berdasarkan Pendapatan Perbulan	64
Gambar 5.9 Grafik Minat Terhadap Sayuran	65

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisisioner	83
------------------------------	----

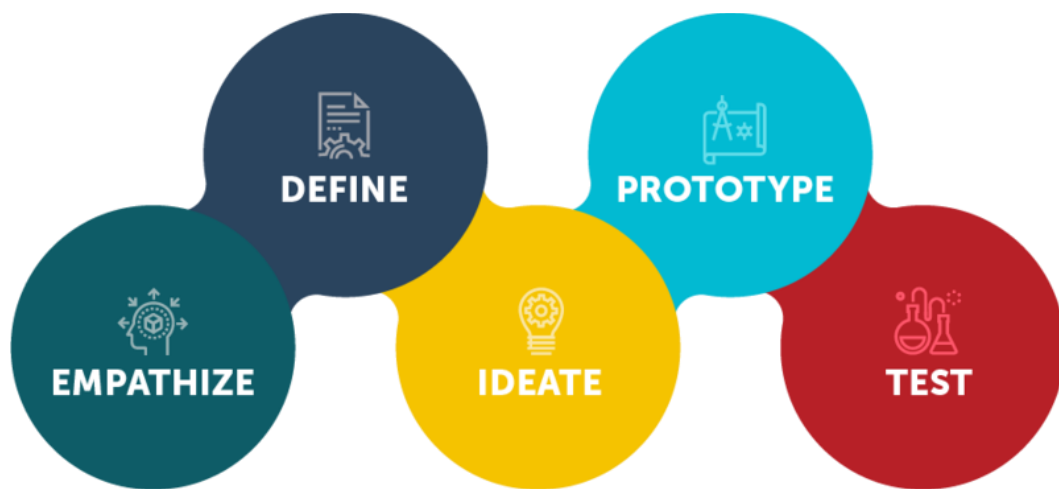
BAB 1

RUMUSAN IDE BISNIS

Ide dari sebuah bisnis dapat melahirkan sebuah bisnis baru. Sebuah bisnis juga dapat tercipta karena adanya kebutuhan dan permintaan dari calon konsumen. Inovasi dari sebuah bisnis sangat dibutuhkan agar sebuah bisnis dapat terus bertahan dalam suatu persaingan sehingga perusahaan harus terus mengikuti perkembangan jaman yang sedang berlangsung. Seiring dengan perkembangan jaman, kebutuhan manusia akan terus berubah khususnya dalam kebutuhan primer seperti makanan dan minuman. Peningkatan kebutuhan primer tersebut akan melahirkan peluang bisnis, salah satunya bisnis makanan sehat. Melihat perilaku konsumsi masyarakat Indonesia terhadap sayuran masih sangat rendah, maka hal tersebut dapat menjadi sebuah peluang bisnis jika perusahaan dapat memunculkan inovasi yang kreatif mengenai peluang bisnis tersebut.

Untuk merumuskan ide bisnis tersebut, penulis menggunakan sebuah metode yaitu *design thinking* yang merupakan hasil *brain storming* dengan anggota tim yang beranggotakan empat orang, di mana anggota dari tim tersebut yang membentuk perusahaan *startup* Cr:Sh. Masing-masing anggota memiliki perannya sendiri dalam membangun dan mengatur jalannya perusahaan.

Ide bisnis ini dirumuskan menggunakan alat “*Design Thinking*”. *Design thinking* merupakan sebuah metode berpikir untuk memecahkan sebuah masalah dengan pola pendekatan tertentu. *Design thinking* terdiri dari lima tahapan, yaitu *empathize*, *define*, *ideate*, *prototype*, *test*, seperti yang dapat dilihat pada **Gambar 1.1**.



Gambar 1.1 *Design Thinking*
(Sumber: Institut Desain Hasso-Plattner)

1.1 *Emphatize*

Pemahaman masyarakat Indonesia tentang pentingnya pola hidup sehat perlu ditingkatkan. Untuk mencapai pola hidup yang sehat manusia perlu memakan makanan yang bergizi dan bervariasi. Makanan bergizi tidak hanya memerlukan protein dan kalori, namun vitamin dan mineral yang terkandung dalam buah dan sayur juga harus ada supaya seimbang. Pada tahun 2018 ditemukan rata-rata 95,5% dari penduduk Indonesia kurang mengonsumsi buah atau sayur dari berbagai cakupan umur kurang mengonsumsi buah dan sayuran karena berbagai alasan.

Mulai dari rasanya yang tidak enak, tidak menyukai sayuran, malas untuk memasak sayur, dan sayur tidak dapat disimpan dalam waktu yang lama (Risikesdas, 2018).

Menurut Risikesdas tahun 2018, nyatanya ditemukan bahwa rata-rata 95,5% dari penduduk Indonesia kurang mengkonsumsi buah atau sayur. Hal ini disebabkan oleh beberapa faktor, yaitu tidak menyukai rasa sayur, malas untuk membeli dan memasak, dan tidak tahan lama. Perlu diketahui kekurangan asupan sayur akan menyebabkan menurunnya imunitas dan kekebalan tubuh, sehingga tubuh mudah terserang penyakit (Risikesdas, 2018). Memakan sayur yang cukup dapat mencegah penyakit, seperti diabetes dan kanker. Menurut *World Health Organization* (WHO), sebanyak 31% penderita penyakit jantung dan sebanyak 11% penderita penyakit stroke di seluruh dunia disebabkan oleh kurangnya mengkonsumsi sayur (World Health Organization, 2003). Kurangnya mengkonsumsi sayuran menyebabkan meningkatnya sampah sayuran organik yang dapat merusak lingkungan dan dapat mengganggu makhluk hidup baik secara visual atau secara perasaan. Melihat fenomena tersebut, penulis memiliki empati terhadap kebiasaan atau pola hidup masyarakat Indonesia kurang mengkonsumsi sayuran, dan jumlah sampah sayur organik yang berskala besar.

Sayur-mayur adalah bahan makanan yang berasal dari tumbuh-tumbuhan (bahan makanan nabati) yang mengandung banyak manfaat. Bagian dari tumbuhan yang biasanya dijadikan sayur adalah daun. Begitu juga dengan batang dan bunga seperti pada bunga jantung pisang, wortel, ataupun nangka muda yang berasal dari buah muda tumbuhan. Sehingga dapat disimpulkan hampir semua bagian tumbuhan dapat dijadikan menjadi bahan makanan sayur. Dalam segi manfaat, sayur memiliki

berbagai manfaat yang terkandung didalamnya. Sayur berwarna hijau adalah sumber karoten yang baik untuk antioksidan. Semakin hijau warna sayur maka semakin banyak kandungan karoten yang terkandung di dalamnya seperti brokoli yang juga mengandung manfaat lain seperti vitamin C, folat dan mineral. Sedangkan sayur kecambah seperti tauge, cukup kaya akan vitamin E (Sediaoetama, 2008). Untuk memenuhi gizi yang dibutuhkan, tidak hanya direalisasikan oleh pemerintah maupun organisasi kesehatan seperti Organisasi Pangan dan Pertanian (*Food and Agriculture Organization* atau FAO) melainkan sektor swasta juga memiliki peran yang penting dalam pemenuhan gizi tersebut. Sektor pangan swasta mempunyai pengaruh untuk membuat perbedaan dengan cara mereka menjalankan usahanya masing – masing. Menurut FAO terdapat beberapa cara yang dapat dilakukan sektor swasta dalam pemenuhan gizi, yaitu menawarkan pilihan pangan yang aman dan bergizi, berhenti menggunakan karakter populer dan iklan untuk meyakinkan pembeli bahwa makanan tidak sehat itu baik, mulai memberi label pangan yang jelas, dan berhenti menggunakan pernyataan-pernyataan menyesatkan pada kemasan produk (Food and Agriculture Organization, 2019).

Southeast Asian Food and Agriculture Science and Technology (SEAFAST) Center Institut Pertanian Bogor (IPB) melansir data konsumsi sayuran dan buah-buahan masyarakat Indonesia masih kurang, di bawah standar Organisasi Kesehatan Dunia (WHO).

“Survei kami konsumsi buah dan sayuran baru mencapai 180 gram per kapita per hari, padahal standar WHO 400 gram per kapita per hari,” kata Direktur SEAFAST Center, IPB, Prof Nuri Andarwulan. Menurut Nuri data tersebut tidak

jauh berbeda dengan survei sebelumnya di tahun 2014, bahkan dalam standar WHO diperinci dari 400 gram per kapita per hari tersebut sebanyak 250 gram sayuran dan 150 gram buah-buahan (Seafast Center Institut Pertanian Bogor, 2018).

Tabel 1.1 Tabel fakta minat mengkonsumsi sayuran
(Sumber: dirangkum oleh tim Cr:Sh dalam mendapatkan fakta yang ada melalui proses *brainstorming*)

Fakta
Konsumsi sayuran masyarakat Indonesia masih rendah
Banyak masyarakat yang tidak menyukai sayuran
Malas memasak, menyimpan, makan sayuran
Sayuran tidak bisa disimpan untuk waktu yang lama
Tidak menyukai rasa dari sayuran

1.2 *Define*

Dari tahap *emphatize* bisa disimpulkan bahwa masyarakat Indonesia sebagian besar kurang mengkonsumsi buah dan sayur. Banyak faktor yang menyebabkan kurangnya konsumsi sayur, mulai dari tidak menyukai sayur, rasanya tidak enak, dan malas memasak. Padahal dampaknya bisa sangat serius bagi kesehatan, bisa mengganggu proses pencernaan manusia, seperti susah buang air besar, tekanan darah tinggi, peningkatan berat badan dan lain-lain. Berdasarkan hasil pengamatan, langkah selanjutnya diidentifikasi sumber sebab, dengan cara *brainstorming*, hasilnya ditampilkan pada **Tabel 1.2**.

Tabel 1.2 Tabel Fakta dan Sumber Sebab minat konsumsi sayuran
(Sumber: dirangkum oleh tim Cr:Sh dalam mendapatkan informasi yang ada melalui proses *brainstorming*)

Fakta	Sumber sebab
Konsumsi sayuran masyarakat Indonesia masih rendah	Kurangnya edukasi mengenai sayuran dan dampak kurang mengkonsumsi sayuran
Banyak masyarakat yang tidak menyukai sayuran	Tidak bisa mengolah sayuran Tidak menyukai sayuran sejak kecil Tidak dibiasakan mengkonsumsi sayuran
Malas memasak, menyimpan, makan sayuran	Menyimpan sayur terlalu lama bisa busuk Tidak mempunyai kulkas
Sayuran tidak bisa disimpan untuk waktu yang lama	Karena sayuran cepat busuk
Tidak menyukai rasa dari sayuran	Di anggap sebagai makanan yang pahit atau kurang memiliki rasa dan tidak memiliki aroma yang menarik Mengganggap sayuran makanan tidak enak

1.3 *Ideate*

Berdasarkan identifikasi sumber sebab di atas maka dapat disimpulkan bahwa orang yang tidak mengkonsumsi sayur memerlukan pemahaman bahwa sayur itu enak jika diolah secara benar dan terdapat produk sayuran yang siap saji sehingga memudahkan orang yang ingin mengkonsumsi sayur. Hal ini membuahkan suatu ide yang dapat menjadi solusi permasalahan di atas.

Maka dari itu penulis bersama tim menghasilkan suatu solusi dengan menawarkan ide untuk solusi, yaitu produk makanan menggunakan sayur hijau, yang bisa mengubah pandangan seseorang mengenai sayuran yang awalnya tidak menyukai sayuran menjadi menyukai sayuran. Penulis bersama tim juga ingin menciptakan suatu ide produk cepat saji namu tidak mengurangi manfaat dari produk tersebut. Berikut **Tabel 1.3** dicari sumber sebab dan solusi dengan cara *brainstorming* yang dilakukan oleh seluruh tim perusahaan.

Tabel 1.3 Tabel Fakta, Sumber Sebab, dan Solusi minat mengkonsumsi sayuran
(Sumber: dirangkum oleh tim Cr:Sh dalam mendapatkan informasi yang ada melalui proses *brainstorming*)

Fakta	Sumber sebab	Solusi
Konsumsi sayuran masyarakat Indonesia masih rendah	Kurangnya edukasi mengenai sayuran dan dampak buruk kurangnya mengkonsumsi sayuran	Memberikan edukasi tentang manfaat dan dampak buruk kurangnya mengkonsumsi sayuran
Banyak masyarakat yang tidak menyukai sayuran	Tidak bisa mengolah sayuran Tidak menyukai sayuran sejak kecil Tidak dibiasakan mengkonsumsi sayuran	Mengolah sayuran menjadi camilan yang di gemar masyarakat Indonesia
Malas memasak, menyimpan, makan sayuran	Menyimpan sayur terlalu lama bisa busuk Tidak mempunyai kulkas	Membeli sayur yang sudah matang yang berbentuk camilan atau abon sayur

Sayuran tidak bisa di simpan untuk waktu yang lama	Karena sayuran cepat busuk	Mengolah sayuran menjadi camilan berupa abon sayur
Tidak menyukai rasa dari sayuran itu sendiri	Di anggap sebagai makanan yang pahit atau kurang memiliki rasa dan tidak memiliki aroma yang menarik.	Diolah menjadi sebuah produk yang memiliki rasa dan tekstur sesuai dengan selera kebanyakan orang. Biasanya tekstur yang renyah menjadi kegemaran kebanyakan orang.

1.4 *Prototype*

Penulis bersama tim mewujudkan ide solusi dengan melakukan tahap *prototype*. Pada awalnya ketika membuat abon sayur menggunakan alat penggoreng dengan minyak hingga kering. Setelah percobaan pertama, penulis bersama tim mencicipi terlebih dahulu, ternyata terdapat kekurangan yaitu produk sangat berminyak. Hal ini bertolak belakang dengan ide solusi yang diciptakan yaitu makanan sehat. Berikut produk yang gagal dapat dilihat pada **Gambar 1.2**.



Gambar 1.2 Hasil Uji Coba produk gagal

Melihat hal tersebut tim melakukan tahap *prototype* ulang dan memikirkan cara agar produk yang dihasilkan tidak berminyak, dan muncul lah cara untuk mengolah produk yaitu menggunakan *air fryer*. Setelah membuat ulang menggunakan *air fryer*, terciptalah produk yang sesuai yaitu hasil produk kering, renyah dan tidak berminyak.

Air fryer adalah sebuah alat memasak yang memiliki fungsi utama untuk menggoreng makanan tanpa minyak, sehingga makanan menjadi lebih sehat dan bebas minyak.



Gambar 1.3 Alat penggoreng *air fryer*



Tim bersama penulis memiliki beberapa kendala saat melakukan *prototype*, yaitu saat proses produksi. Kendala pertama yang dialami adalah kurangnya sumber daya manusia saat mengolah sayur kangkung. Tim Cr:Sh memerlukan waktu yang cukup lama untuk memilah bagian daun kangkung yang akan digunakan dalam pembuatan abon sayur. Kendala selanjutnya yang dialami adalah kapasitas alat memasak yang terbatas. *Air fryer* yang digunakan dalam proses produksi hanya dapat memproduksi abon sayur dalam jumlah yang sedikit, sehingga pembuatan abon sayur harus dilakukan berulang kali. Sayur kangkung juga harus dibalik secara berkala agar matang merata, sehingga membutuhkan waktu yang cukup lama untuk mengolah abon sayur tersebut.

1.5 *Testing*

Pada tahap terakhir penulis bersama tim berupaya untuk menyempurnakan produk yaitu yang pertama dari segi tekstur produk. Produk yang dihasilkan ingin memiliki tekstur yang kering dan renyah, selanjutnya memiliki rasa gurih namun tidak menggunakan *MSG*. Perusahaan melakukan *testing* kepada teman terlebih dahulu sebelum di jual di pasar bebas. Berikut testimoni dari *customer* yang sudah membeli produk Cr:Sh, bisa dilihat pada **Tabel 1.4**.

Tabel 1.4 Tabel Testimoni *customer* Cr:Sh

No	Foto	Keterangan
1.		Anak-anak mencoba dan menyukai produk Cr:Sh yang dicampur dengan nasi.
2.		Customer yang tidak menyukai sayuran mencicipi produk Cr:Sh dan menyukai Cr:Sh

3.		Dapat dikonsumsi oleh anak-anak, dan digemari dari segi rasa dan tekstur.
4.		Customer Cr:Sh yang menyukai dan mengonsumsi sayuran.

Dari tabel di atas yang berisi testimoni, dapat disimpulkan bahwa produk Cr:Sh mendapatkan respon positif dari *customer* yang sudah mencicipi abon sayur. Produk Cr:Sh diterima diberbagai kalangan usia, mulai dari anak-anak, remaja hingga dewasa.