

## LAMPIRAN

### Lampiran 1 Daftar Pertanyaan Daftar Pertanyaan Bagi Pemilik Tahu Serasi Oom Shin

#### *Innovativeness*

1. Mengapa Anda membuat varian tahu baru yang berbeda dengan yang dijual sebelumnya? Varian tahu apa yang Anda buat? Apa yang membuat Anda memikirkan untuk membuat varian baru tersebut?
2. Mengapa Anda menggunakan mesin *steam* yang baru untuk memproduksi tahu dengan lebih cepat? Apa yang membuat Anda tertarik menggunakan mesin *steam* yang baru untuk memproduksi tahu dengan lebih cepat?

#### *Proactiveness*

1. Bagaimana cara Anda membuat tahu Anda berbeda dengan pesaing? Apa yang membuat tahu Anda berbeda dengan pesaing?
2. Bagaimana cara Anda mengidentifikasi peluang bisnis? Apa yang membuat Anda yakin bahwa ada peluang bisnis yang terbuka dengan menjadi produsen tahu sendiri? (misalnya menjual produk selain tahu)

#### *Risk Taking*

1. Mengapa Anda mau mengambil risiko untuk untuk membesarkan tempatnya untuk memproduksi lebih banyak tahu, membuat parkir mobil dan tempat untuk konsumen duduk sambil menikmati tahu? Bagaimana cara Anda menghitung risiko tersebut?
2. Apakah Anda siap untuk menerima kerugian finansial jika investasi mesin produksi tahu yang dilakukannya gagal? Mengapa Anda mau melakukannya?

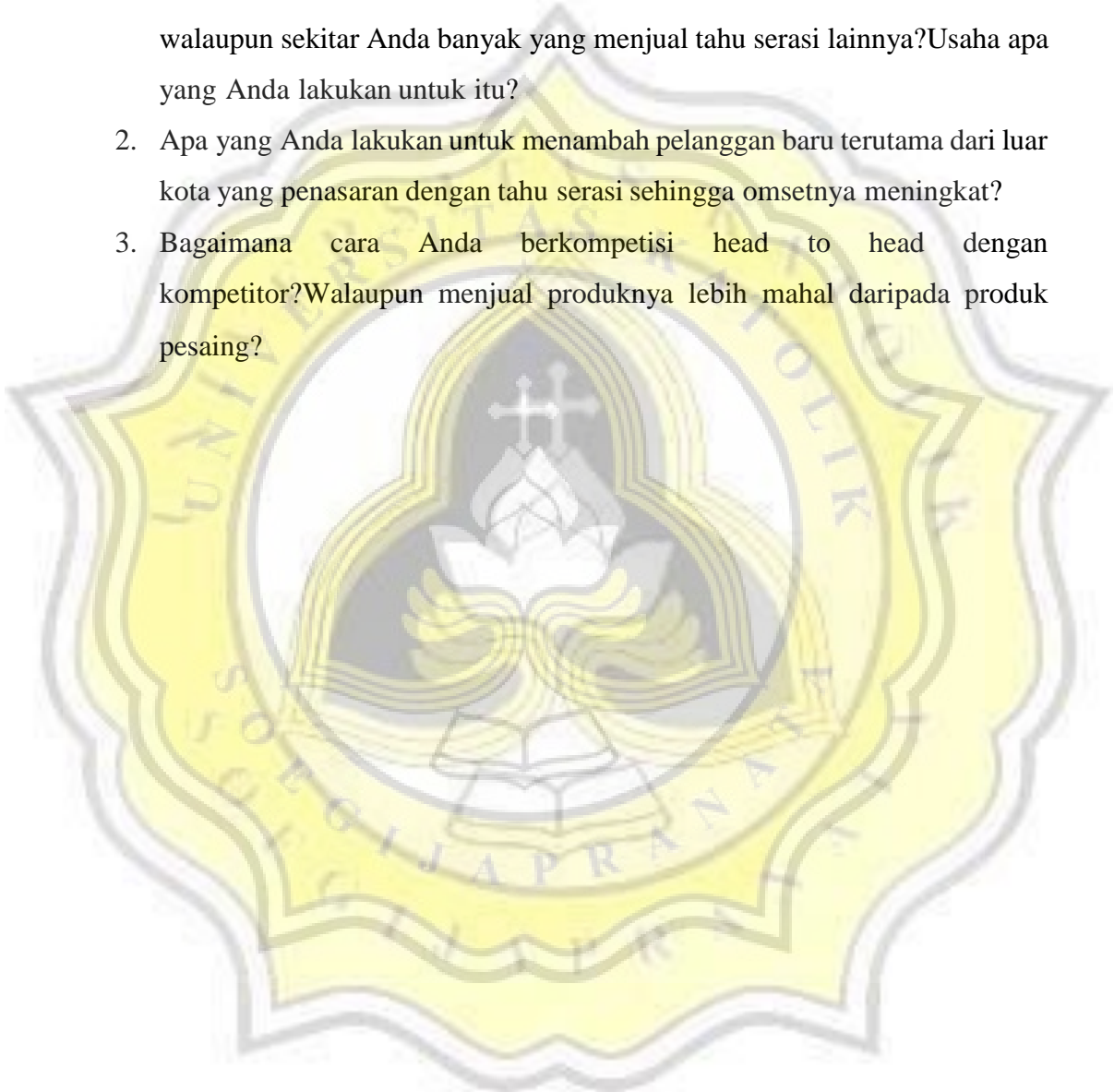
#### *Autonomy*

1. Apakah Anda mampu untuk membuat keputusan sendiri? Bagaimana cara Anda membuat keputusan yang mampu menyelesaikan masalah? Berikanlah contohnya

2. Bagaimana cara Anda bertanggung jawab terhadap keputusan yang Anda buat? Apakah Anda pernah salah mengambil keputusan? Berikanlah contohnya

***Competitive Aggresiveness***

1. Bagaimana cara Anda membuat produk tahu Anda bertahan di pasar walaupun sekitar Anda banyak yang menjual tahu serasi lainnya? Usaha apa yang Anda lakukan untuk itu?
2. Apa yang Anda lakukan untuk menambah pelanggan baru terutama dari luar kota yang penasaran dengan tahu serasi sehingga omsetnya meningkat?
3. Bagaimana cara Anda berkompetisi head to head dengan kompetitor? Walaupun menjual produknya lebih mahal daripada produk pesaing?



## Daftar Pertanyaan Bagi Karyawan Tahu Serasi Oom Shin

### *Innovativeness*

1. Mengapa Pemilik membuat varian tahu baru yang berbeda dengan yang dijual sebelumnya? Varian tahu apa yang Pemilik buat? Apa yang membuat Pemilik memikirkan untuk membuat varian baru tersebut?
2. Mengapa Pemilik menggunakan mesin *steam* yang baru untuk memproduksi tahu dengan lebih cepat? Apa yang membuat Pemilik tertarik menggunakan mesin *steam* yang baru untuk memproduksi tahu dengan lebih cepat?

### *Proactiveness*

1. Bagaimana cara Pemilik membuat tahu Pemilik berbeda dengan pesaing? Apa yang membuat tahu Pemilik berbeda dengan pesaing?
2. Bagaimana cara Pemilik mengidentifikasi peluang bisnis? Apa yang membuat Pemilik yakin bahwa ada peluang bisnis yang terbuka dengan menjadi produsen tahu sendiri? (misalnya menjual produk selain tahu)

### *Risk Taking*

1. Mengapa Pemilik mau mengambil risiko untuk untuk membesarkan tempatnya untuk memproduksi lebih banyak tahu, membuat parkir mobil dan tempat untuk konsumen duduk sambil menikmati tahu? Bagaimana cara Pemilik menghitung risiko tersebut?
2. Apakah Pemilik siap untuk menerima kerugian finansial jika investasi mesin produksi tahu yang dilakukannya gagal? Mengapa Pemilik mau melakukannya?

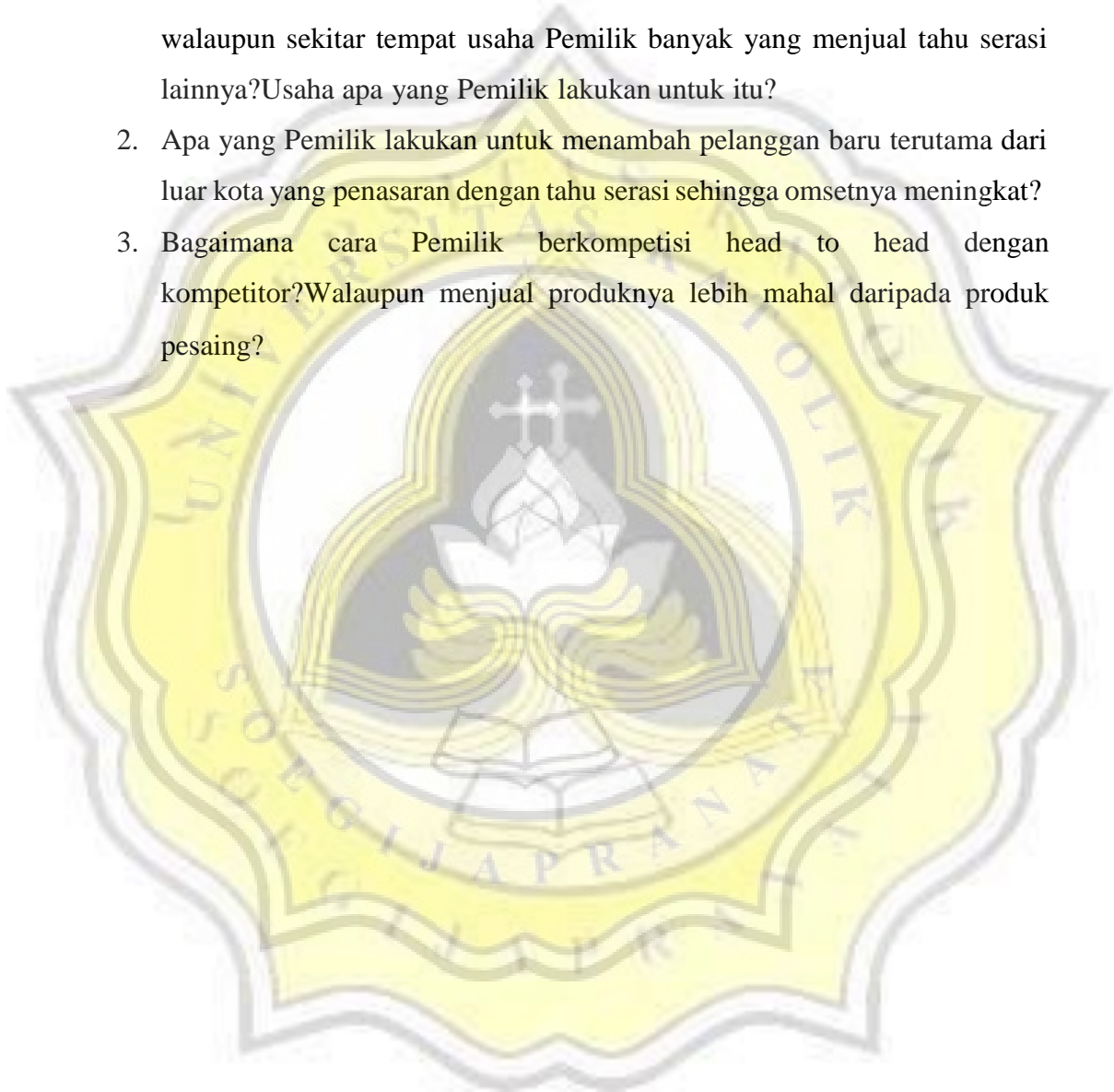
### *Autonomy*

1. Apakah Pemilik mampu untuk membuat keputusan sendiri? Bagaimana cara Pemilik membuat keputusan yang mampu menyelesaikan masalah? Berikanlah contohnya

2. Bagaimana cara Pemilik bertanggung jawab terhadap keputusan yang Pemilik buat? Apakah Pemilik pernah salah mengambil keputusan? Berikanlah contohnya

***Competitive Aggresiveness***

1. Bagaimana cara Pemilik membuat produk tahu Pemilik bertahan di pasar walaupun sekitar tempat usaha Pemilik banyak yang menjual tahu serasi lainnya? Usaha apa yang Pemilik lakukan untuk itu?
2. Apa yang Pemilik lakukan untuk menambah pelanggan baru terutama dari luar kota yang penasaran dengan tahu serasi sehingga omsetnya meningkat?
3. Bagaimana cara Pemilik berkompetisi head to head dengan kompetitor? Walaupun menjual produknya lebih mahal daripada produk pesaing?





**Lampiran 2**  
**Jawaban Wawancara**  
**Jawaban Wawancara Pemilik Tahu Serasi Oom Shin**

***Innovativeness***

1. Mengapa Anda membuat varian tahu baru yang berbeda dengan yang dijual sebelumnya? Varian tahu apa yang Anda buat? Apa yang membuat Anda memikirkan untuk membuat varian baru tersebut?

Saya membuatnya hanya tahu serasi, yang variasi itu hanya kemasannya saja. Tahu yang saya jual ada yang sudah saya goreng, tapi ada juga yang masih dalam bentuk frozen, jadi pelanggan bisa goreng sendiri. Saya buat begitu karena ada permintaan dari konsumen, ada yang dari luar kota, kalau belinya goreng kan akhirnya sudah ga enak kalau sampai tujuan apalagi untuk oleh-oleh. Jadi saya buat frozen.

2. Mengapa Anda menggunakan mesin *steam* yang baru untuk memproduksi tahu dengan lebih cepat? Apa yang membuat Anda tertarik menggunakan mesin *steam* yang baru untuk memproduksi tahu dengan lebih cepat?

Karena dengan mesin tradisional, tidak terkejar jumlah yang akan diproduksi. Sehari kita harus produksinya kan 200-250 kg kedelai mentah ni, 1200 bungkus lo, kalau tidak pakai mesin yang lebih modern, produksinya ga sampe segitu. Padahal kita buat segitu saja kadang kalau liburan baru siang jam 2 sudah habis. Yang membuat saya tertarik ya kecepatannya, kalau pakai tungku manual mungkin baru selesainya sore.

***Proactiveness***

1. Bagaimana cara Anda membuat tahu Anda berbeda dengan pesaing? Apa yang membuat tahu Anda berbeda dengan pesaing?

Yang jelas saya mengawasi sendiri dari proses beli bahan baku kedelai, pemasakan, penyaringan, pencetakan. Semuanya saya awasin. Kualitas saya jaga, tidak saya kurangi bahannya, makanya kalau makan tahu saya kan jelas ni kerasa tahu nya halus. Kemudian tahu yang saya jual itu fresh,

buatan hari itu, kalau ada sisa tahu hari itu, langsung saya buang. Jarang banget sih ada sisa, biasanya habis langsung kok.

2. Bagaimana cara Anda mengidentifikasi peluang bisnis? Apa yang membuat Anda yakin bahwa ada peluang bisnis yang terbuka dengan menjadi produsen tahu sendiri?(misalnya menjual produk selain tahu)

Ya begini, dulu saya memang jualan tahu nya orang, tapi menurut saya rasanya ga enak tapi kok tetep laku ya. Akhirnya saya coba cari cara buatnya, kebetulan juga istri bisa dikit-dikit. Tapi ternyata yang susah itu memang bahan bakunya, kedelai tidak bisa sembarangan saja harus yang A1, jadi akhirnya saya cari dulu supplier kedelainya. Baru saya coba buat lagi, eh ternyata masih ga enak, ternyata di penyaringannya. Terus saya cari caranya dan akhirnya ketemu juga di ukuran air serta perbandingannya, maaf tidak saya buka ya. Setelah tahu enak, ternyata benar konsumen datang dengan sendirinya. Jadi produsen jelas lebih enak, kan keuntungannya bisa dobel tiga dibanding jadi distributor, ya kalau ditanya berapa, 100% bisa sih. Saya yakinnya ini peluang bagus karena Bandungan itu udaranya dingin, kalo sudah dingin biasanya orang ingin makan yang hangat-hangat, kalau makan hangat bakso terus juga bakal bosan, kenyang. Tahu ini snack, bisa jadi camilan, makan beberapa juga tidak kenyang-kenyang dan tidak bosan, jadi itu yang jadi keyakinan saya.

### ***Risk Taking***

1. Mengapa Anda mau mengambil risiko untuk untuk membesarkan tempatnya untuk memproduksi lebih banyak tahu, membuat parkir mobil dan tempat untuk konsumen duduk sambil menikmati tahu? Bagaimana cara Anda menghitung risiko tersebut?

Karena konsumen saya semakin lama semakin banyak, kemudian jumlah penduduk juga semakin banyak. Lalu orang ke Bandungan itu kan inginnya santai, jadi saya sediakanlah tempat duduk agar konsumen bisa menikmati tahu goreng disini. Dengan mereka semakin lama disini, kemungkinan besar mereka akan membeli lebih banyak, misal dibawa pulang. Parkiran mobil,

ya kendala di Bandungan selalu susah mau parkir, padahal yang datang orang-orang bawa mobil, ya tinggal logika saja jalan, bikin parkir, ga terlalu makan banyak biaya, terus ada orang sekitar saya suruh jaga parkir, sudah aman bisa kasih rejeki orang lain juga. Risiko tidak terlalu saya hitung, asal konsumen semakin banyak otomatis risiko turun.

2. Apakah Anda siap untuk menerima kerugian finansial jika investasi mesin produksi tahu yang dilakukannya gagal? Mengapa Anda mau melakukannya?

Ya saya siap rugi, tapi memang mesin itu kebutuhan saya saat itu, kalau mesin berjalan lancar, produksi lancar, jumlah produk tercapai dan juga memang konsumen tambah banyak, sehari laku minimal 1100 bungkus, kalau ramai 1200 bungkus habis. Ya kalau saya hitung kasaran saja, kelihatannya keuntungannya lebih besar dari risikonya. Ga pakai hitungan macam-macam sih, insting saja.

### ***Autonomy***

1. Apakah Anda mampu untuk membuat keputusan sendiri? Bagaimana cara Anda membuat keputusan yang mampu menyelesaikan masalah? Berikanlah contohnya

Mampu. Saya selalu harus tenang mengambil keputusan. Contoh saja dulu pernah kan susah dapat kedelai. Padahal buat tahu itu kedelai yang bahan baku utama. Jadi saya ke supplier-supplier kedelai langganan saya, saya titip dulu uang ke mereka, harga lebih tinggi sedikit. Jadi pas orang lain kesulitan cari kedelai, saya selalu dapat supply.

2. Bagaimana cara Anda bertanggung jawab terhadap keputusan yang Anda buat? Apakah Anda pernah salah mengambil keputusan? Berikanlah contohnya

Kalau buat keputusan salah ya pasti ada, misal pada saat awal-awal salah beli kedelai, karena belum tahu cara milih kedelai yang benar. Ya saya buang akhirnya. Kemudian ampas tahu pernah saya buang ke selokan, jadi masalah akhirnya sama warga sekitar. Sekarang ampas tahu saya jual ke



petani dan peternak kambing. Malah jadi tambahan penghasilan. Keputusan salah itu sudah biasa, kalau saya ambil positifnya saja, belajar dan dipikirkan cara buat itu jadi uang.

### ***Competitive Aggresiveness***

1. Bagaimana cara Anda membuat produk tahu Anda bertahan di pasar walaupun sekitar Anda banyak yang menjual tahu serasi lainnya? Usaha apa yang Anda lakukan untuk itu?

Orang lain mungkin pasang logo besar-besar di produknya. Tahu saya ini di plastiknya tidak ada logo. Karena dulu pernah ada oknum tulis tahu Om Shin di kemasannya. Sekarang saya malah tidak pakai logo sekalian, yang penting saya pertahankan kualitas, naikkan kecepatan produksi, kasih fasilitas bagus. Saya yakin orang pasti datang sendiri.

2. Apa yang Anda lakukan untuk menambah pelanggan baru terutama dari luar kota yang penasaran dengan tahu serasi sehingga omsetnya meningkat? Saya tidak melakukan apa-apa, kalau tahu saya tetap enak, kan orang yang datang bisa cerita ke orang lain. Misal ada orang luar kota ke Bandungan, kalau nanya ke setiap orang, tahu mana yang paling enak, saya yakin pasti nunjuk tahu Oom Shin. Soal omset, saya buat 1200 bungkus, habis 1200 bungkus kok.

3. Bagaimana cara Anda berkompetisi head to head dengan kompetitor? Walaupun menjual produknya lebih mahal daripada produk pesaing?

Saya jual lebih mahal, tapi kualitas lebih bagus. Tidak takutlah, karena rasa tidak bisa dibohongi, istilahnya dapurnya beda. Lagipula pesaing justru sering kulakan tahu dengan saya, jadi bukan masalah sih itu.



## Jawaban Wawancara Karyawan Tahu Serasi Oom Shin 1

### *Innovativeness*

1. Mengapa Pemilik membuat varian tahu baru yang berbeda dengan yang dijual sebelumnya? Varian tahu apa yang Pemilik buat? Apa yang membuat Pemilik memikirkan untuk membuat varian baru tersebut?

Untuk tahu, ada dua varian yaitu yang matang dan siap dimakan saat itu, serta yang dalam bentuk kemasan siap masak, tahu putih ya. Pemilik memikirkan untuk membuat varian baru tersebut karena banyak orang luar kota menanyakan tahan berapa lama, jadi difrozen saja, biar tahan lama.

2. Mengapa Pemilik menggunakan mesin *steam* yang baru untuk memproduksi tahu dengan lebih cepat? Apa yang membuat Pemilik tertarik menggunakan mesin *steam* yang baru untuk memproduksi tahu dengan lebih cepat?

Karena dengan tungku tradisional yang pakai kayu bakar, pekerjaan sering tertunda dan juga harus sedia kayu bakar terus setiap hari. Lebih riskan juga untuk kayu bakar, rentan kebakaran. Mesin steam tahu selain lebih cepat juga lebih tidak risiko kebakaran.

### *Proactiveness*

1. Bagaimana cara Pemilik membuat tahu Pemilik berbeda dengan pesaing? Apa yang membuat tahu Pemilik berbeda dengan pesaing?

Pertama bahan baku yang baik, kemudian air kita menggunakan air yang bersih dari sumbernya, proses penyaringan juga dilakukan dengan teliti sehingga tidak ada bongkahan yang terlalu besar yang masuk ke produk akhirnya

2. Bagaimana cara Pemilik mengidentifikasi peluang bisnis? Apa yang membuat Pemilik yakin bahwa ada peluang bisnis yang terbuka dengan menjadi produsen tahu sendiri? (misalnya menjual produk selain tahu)

Pemilik melihat bahwa Bandungan itu tujuan wisata, jadi menyediakan snack untuk para wisatawan yang ke daerah Bandungan. Kalau Cuma jadi

distributor mungkin kurang besar keuntungannya, lebih enak jadi produsen sendiri.

### ***Risk Taking***

1. Mengapa Pemilik mau mengambil risiko untuk untuk membesarkan tempatnya untuk memproduksi lebih banyak tahu, membuat parkir mobil dan tempat untuk konsumen duduk sambil menikmati tahu? Bagaimana cara Pemilik menghitung risiko tersebut?

Sepanjang pengetahuan saya, mestinya dihitung dulu ya, untuk memproduksi lebih banyak tahu, memang saat ini kapasitas produksi kita maksimal sementara permintaan banyak, ya perlu diperbesar lagi. Parkiran mobil, yang datang kesini banyakan orang berduit pada punya mobil, jadi masuk akal saja kalau disediakan parkir untuk mobil. Tempat konsumen menikmati tahu, ya kalau makan disini biasanya lebih banyak, terus bisa pesen susu kedelai dan camilan lain.

2. Apakah Pemilik siap untuk menerima kerugian finansial jika investasi mesin produksi tahu yang dilakukannya gagal? Mengapa Pemilik mau melakukannya?

Saya kira siap, karena potensi keuntungannya lebih besar dibandingkan potensi kerugiannya

### ***Autonomy***

1. Apakah Pemilik mampu untuk membuat keputusan sendiri? Bagaimana cara Pemilik membuat keputusan yang mampu menyelesaikan masalah? Berikanlah contohnya

Mampu, semua diputuskan sendiri, contohnya kapasitas produksi kurang, kita karyawan juga ada batas tenaganya kalau dikejar terus produksi tahunya ga kuatlah kita mbak. Jadinya pemilik beli mesin untuk bantu produksi, jadi itu solusi masalah, produksi jumlahnya terjaga, karyawan juga tidak terlalu capek.

2. Bagaimana cara Pemilik bertanggung jawab terhadap keputusan yang Pemilik buat? Apakah Pemilik pernah salah mengambil keputusan? Berikanlah contohnya  
Pernah dulu salah menerima konsinyasi, setelah terima konsinyasi, yang penjualnya ini nakal ternyata tidak mau ada retur. Akhirnya dibayarlaha tagihan itu oleh pemilik.

### *Competitive Aggresiveness*

1. Bagaimana cara Pemilik membuat produk tahu Pemilik bertahan di pasar walaupun sekitar tempat usaha Pemilik banyak yang menjual tahu serasi lainnya? Usaha apa yang Pemilik lakukan untuk itu?  
Kualitas dijaga. Ketika rasa tahu tetap enak, konsumen datang. Kenapa bisa bilang kualitas enak, karena pelayanan si oom itu payah, suka marah-marah, konsumen aja dimarahi.
2. Apa yang Pemilik lakukan untuk menambah pelanggan baru terutama dari luar kota yang penasaran dengan tahu serasi sehingga omsetnya meningkat? Saat ini tidak ada. Sudah banyak yang mengulas di berita dan internet yang kuliner-kuliner begitu.
3. Bagaimana cara Pemilik berkompetisi head to head dengan kompetitor? Walaupun menjual produknya lebih mahal daripada produk pesaing?  
Dari sisi kualitas, memang tahu kita berbeda sih, tekstur halus, tahan lama tanpa pengawet, bisa terasa lebih empuk, susah kata-katanya, dicoba saja.



## Daftar Pertanyaan Bagi Karyawan Tahu Serasi Oom Shin 2

### *Innovativeness*

1. Mengapa Pemilik membuat varian tahu baru yang berbeda dengan yang dijual sebelumnya? Varian tahu apa yang Pemilik buat? Apa yang membuat Pemilik memikirkan untuk membuat varian baru tersebut?

Perbedaannya ada di kemasan, saat ini oom Shin mau untuk menjual tahu dalam kemasan yang bisa dibawa pulang sebagai oleh-oleh. Membuat produk ini karena banyak orang luar kota yang mau membawa pulang tahu ini untuk oleh-oleh sering bertanya ada yang masih mentah tidak. Akhirnya dibuatlah produk ini untuk mengakomodasi pertanyaan itu.

2. Mengapa Pemilik menggunakan mesin *steam* yang baru untuk memproduksi tahu dengan lebih cepat? Apa yang membuat Pemilik tertarik menggunakan mesin *steam* yang baru untuk memproduksi tahu dengan lebih cepat?

Karena kalau manusia kan ada capeknya, apalagi di depan tungku terus, kalau sudah capek, kualitas bisa menurun. Tapi kalau mesin kan dapat bekerja dengan kecepatan yang tetap dan bisa diukur, jadi kita hanya mengawasi saja. Yang penting target produksi harian dan mingguan dapat terjangkau dengan baik.

### *Proactiveness*

1. Bagaimana cara Pemilik membuat tahu Pemilik berbeda dengan pesaing? Apa yang membuat tahu Pemilik berbeda dengan pesaing?

Karena ada pengawasan langsung dari pemilik. Pemilik selalu menolak untuk menjual produk tahu serasi yang hasil produksinya kurang baik, misal mudah pecah, kemudian cetakan kurang baik atau kurang kotak, tidak mau dijual itu oleh pemilik. Tahu serasi kita juga selalu baru, jadi selalu dibuat hari itu, tidak ada produksi hari sebelumnya seperti pesaing. Kalau pesaing kan sering sisa dagangannya, kalau di kita jarang sisa tahunya. Kalau samapi sisa akan dibuang pemilik.

2. Bagaimana cara Pemilik mengidentifikasi peluang bisnis? Apa yang membuat Pemilik yakin bahwa ada peluang bisnis yang terbuka dengan menjadi produsen tahu sendiri? (misalnya menjual produk selain tahu)  
Pemilik hanya mengamati trend dimana Bandung masih sebagai daerah tujuan wisata Semarang dan sekitarnya. Tapi juga ada orang dari Jakarta, Bandung, Surabaya juga yang sampai datang ke Bandung sini karena memang banyak obyek wisata disini. Pemilik menyediakan camilan sehat dan segar, kemudian tidak terlalu mengenyangkan seperti tahu, apalagi kalau dimakan pada saat hangat, enak sekali pas udara juga dingin begitu. Itu peluang nya.

### ***Risk Taking***

1. Mengapa Pemilik mau mengambil risiko untuk untuk membesarkan tempatnya untuk memproduksi lebih banyak tahu, membuat parkir mobil dan tempat untuk konsumen duduk sambil menikmati tahu? Bagaimana cara Pemilik menghitung risiko tersebut?  
Kalau menurut saya dari pengalaman dan keuntungan yang didapat dari usaha tahu ini, lalu keinginan membesarkan usaha. Produksi tahu lebih banyak karena permintaan juga banyak, parkir mobil dibuat agar orang tidak parkir di pinggir jalan, jadi semua sudah dihitung daripada risiko konsumen lari ke pesaing.
2. Apakah Pemilik siap untuk menerima kerugian finansial jika investasi mesin produksi tahu yang dilakukannya gagal? Mengapa Pemilik mau melakukannya?  
Siap, ya terbukti sudah langsung beli kan. Kalau gagal ya mungkin siap karena keuntungan juga sudah besar. Tapi mesin ini dibutuhkan oleh kita, agar pekerjaan bisa maksimal, target produksi juga tercapai

### ***Autonomy***

1. Apakah Pemilik mampu untuk membuat keputusan sendiri? Bagaimana cara Pemilik membuat keputusan yang mampu menyelesaikan masalah? Berikanlah contohnya

Menurut saya pemilik bisa membuat keputusan sendiri. Penyelesaian masalah, misalnya saat ini ada 4 supplier kedelai untuk tahu oom Shin. Pemilik membeli dari 4 supplier karena pernah dulu Cuma ambil dari 1 supplier, terus pagi-pagi tidak dikirim kedelainya. Akhirnya sekarang oomnya menjalin kerjasama dengan 4 supplier yang bisa kirim rutin, agar tidak ada masalah seperti itu lagi.

2. Bagaimana cara Pemilik bertanggung jawab terhadap keputusan yang Pemilik buat? Apakah Pemilik pernah salah mengambil keputusan? Berikanlah contohnya

Pernah, dulu salah percaya ke 1 supplier kedelai, ketika tidak dikirim kedelainya pada satu hari, terpaksa harus beli kedelai dengan harga jauh lebih tinggi untuk bisa produksi. Ya untuk periode itu rugi sih, tapi jadi pelajaran berharga. Tanggung jawabnya itu rugi itu mbak, kan kehilangan keuntungan.

### ***Competitive Aggressiveness***

1. Bagaimana cara Pemilik membuat produk tahu Pemilik bertahan di pasar walaupun sekitar tempat usaha Pemilik banyak yang menjual tahu serasi lainnya? Usaha apa yang Pemilik lakukan untuk itu?

Kalau dari saya menurut saya kualitas produk tahu kita memang premium. Untuk pelayanan dari fasilitas kami lebih lengkap, ada tempat parkir, ada tempat untuk makan minum di area dalam sehingga tidak di pinggir jalan seperti pesaing, kan kena debu mobil motor. Kalau dari pelayanan oom, kurang sih menurut saya mbak. Oom nya kan galak, kadang dengan konsumen saja ketus, heran juga saya kenapa orang-orang tetep balik, padahal diajak bertengkar sama si oom.

2. Apa yang Pemilik lakukan untuk menambah pelanggan baru terutama dari luar kota yang penasaran dengan tahu serasi sehingga omsetnya meningkat?



Belum ada, mungkin orang luar kota yang pernah datang, cerita ke teman dan saudaranya. Kalau dari oom Shin tidak pernah melakukan apa-apa.

3. Bagaimana cara Pemilik berkompetisi head to head dengan kompetitor?Walaupun menjual produknya lebih mahal daripada produk pesaing?

Kembali lagi dari kualitas tahu. Tahu kami enak, empuk, di mulut meleleh. Kemudian kebersihan terjaga, beda dengan pesaing yang dibuat asal-asalan saja.



## Daftar Pertanyaan Bagi Karyawan Tahu Serasi Oom Shin 3

### *Innovativeness*

1. Mengapa Pemilik membuat varian tahu baru yang berbeda dengan yang dijual sebelumnya? Varian tahu apa yang Pemilik buat? Apa yang membuat Pemilik memikirkan untuk membuat varian baru tersebut?

Membuat variab berbeda untuk memenuhi permintaan konsumen, kebanyakan minta untuk beli produk tahu yang dapat dibawa pulang. Biasanya konsumen luar kota sih, jadinya dibuat varian baru yaitu tahu dalam kemasan yang bisa dibawa pulang.

2. Mengapa Pemilik menggunakan mesin *steam* yang baru untuk memproduksi tahu dengan lebih cepat? Apa yang membuat Pemilik tertarik menggunakan mesin *steam* yang baru untuk memproduksi tahu dengan lebih cepat?

Karena untuk mengejar produksi. Sekitar 1000-1500an bungkus mungkin. Kalau tenaga manusia, kita ga sanggup lagi.

### *Proactiveness*

1. Bagaimana cara Pemilik membuat tahu Pemilik berbeda dengan pesaing? Apa yang membuat tahu Pemilik berbeda dengan pesaing?

Bahan baku kami berbeda, karena sudah dipilih benar-benar oleh pemilik. Kemudian proses pengayakan penyaringan, dimasak dan pencetakan dibuat sesempurna mungkin. Kalau tidak masuk standar dibuang.

2. Bagaimana cara Pemilik mengidentifikasi peluang bisnis? Apa yang membuat Pemilik yakin bahwa ada peluang bisnis yang terbuka dengan menjadi produsen tahu sendiri? (misalnya menjual produk selain tahu)

Karena Bandungan kan daerah tujuan wisata, paling tidak Jawa Tengah. Kalau banyak wisatawan, pasti butuh makan, makanan ringan yang hangat, sesuai dengan hawa di Bandungan yang dingin. Jadi membuat tahu menguntungkan.

### ***Risk Taking***

1. Mengapa Pemilik mau mengambil risiko untuk untuk membesarkan tempatnya untuk memproduksi lebih banyak tahu, membuat parkir mobil dan tempat untuk konsumen duduk sambil menikmati tahu? Bagaimana cara Pemilik menghitung risiko tersebut?

Karena semakin banyak konsumen, butuh produk semakin banyak, karena kita sering sudah kehabisan jam 1 siang, padahal yang nanyain banyak. Jadi harus diperbesar produksinya. Parkiran juga saat ini dibuat agar tidak mengganggu jalan, jalan disini relatif kecil. Sedangkan tempat duduk, dibuat di dalam bangunan, agar tidak terpapar polusi kendaraan di luar.

2. Apakah Pemilik siap untuk menerima kerugian finansial jika investasi mesin produksi tahu yang dilakukannya gagal? Mengapa Pemilik mau melakukannya?

Saya kira siap, karena sudah berani investasi segitu besar. Namun sepanjang ini selalu masih profit, jadi mungkin sudah dihitung untung ruginya.

### ***Autonomy***

1. Apakah Pemilik mampu untuk membuat keputusan sendiri? Bagaimana cara Pemilik membuat keputusan yang mampu menyelesaikan masalah? Berikanlah contohnya

Mampu. Pemilik memutuskan untuk membuat tahu dengan kemasan yang dibekukan. Cara ini untuk menyelesaikan masalah dari konsumen yang menginginkan tahu serasi oom Shin yang bisa dibawa pulang ke daerah asalnya.

2. Bagaimana cara Pemilik bertanggung jawab terhadap keputusan yang Pemilik buat? Apakah Pemilik pernah salah mengambil keputusan? Berikanlah contohnya

Cara pemilik kalau salah membuat keputusan jelas rugi. Misalnya terlalu mahal beli bahan, kemudian terlalu murah jual produk.



### ***Competitive Aggresiveness***

1. Bagaimana cara Pemilik membuat produk tahu Pemilik bertahan di pasar walaupun sekitar tempat usaha Pemilik banyak yang menjual tahu serasi lainnya? Usaha apa yang Pemilik lakukan untuk itu?

Mempertahankan kualitasnya. Saat ini banyak pesaing tahu serasi lain, namun belum ada yang rasanya dan teksturnya mengalahkan tahu serasi kami. Oom Shin selalu konsisten menjaga rasa, tidak pernah mengurangi bahan dan mau memastikan sendiri bahwa produksi dan bentuk tahu sudah sempurna

2. Apa yang Pemilik lakukan untuk menambah pelanggan baru terutama dari luar kota yang penasaran dengan tahu serasi sehingga omsetnya meningkat? Tidak ada, malah sering marah-marah ke tamu dari luar kota, mungkin itu yang bikin orang penasaran kali.

3. Bagaimana cara Pemilik berkompetisi head to head dengan kompetitor? Walaupun menjual produknya lebih mahal daripada produk pesaing?

Kembali lagi dari kualitas tahu serasi. Ketika kualitas lebih baik, enak, tidak terasa plastik, lembut, dan digoreng dengan minyak baru terus, orang akan beli walau mahal.

**Lampiran 3**  
**Rangkuman Jawaban Responden**

Variabel	Indikator	Jawaban Responden Penelitian				
		Pemilik	Karyawan 1	Karyawan 2	Karyawan 3	Kesimpulan
<i>Innovativeness</i>	Pemilik membuat varian tahu yang berbeda dengan yang dijual sebelumnya	Pemilik membuatnya hanya tahu serasi, yang variasi itu hanya kemasannya saja. Tahu yang pemilik jual ada yang sudah pemilik goreng, tapi ada juga yang masih dalam bentuk frozen, jadi pelanggan bisa goreng sendiri. Pemilik buat begitu karena ada permintaan dari konsumen, ada yang dari luar kota, kalau belinya	Untuk tahu, ada dua varian yaitu yang matang dan siap dimakan saat itu, serta yang dalam bentuk kemasan siap masak, tahu putih ya. Pemilik memikirkan untuk membuat varian baru tersebut karena banyak orang luar kota menanyakan tahan berapa lama, jadi difrozen saja, biar tahan lama	Perbedaannya ada di kemasan, saat ini oom Shin mau untuk menjual tahu dalam kemasan yang bisa dibawa pulang sebagai oleh-oleh. Membuat produk ini karena banyak orang luar kota yang mau membawa pulang tahu ini untuk oleh-oleh sering bertanya ada yang masih mentah tidak. Akhirnya dibuatlah produk ini untuk mengakomoda si pertanyaan itu.	Membuat varian berbeda untuk memenuhi permintaan konsumen, kebanyakan minta untuk beli produk tahu yang dapat dibawa pulang. Biasanya konsumen luar kota sih, jadinya dibuat varian baru yaitu tahu dalam kemasan yang bisa dibawa pulang.	Pemilik Tahu Serasi Oom Shin membuat varian tahu yang berbeda dengan yang dijual sebelumnya. Tahu yang dibuat berbeda ini adalah tahu yang siap makan yaitu yang sudah digoreng dan ada yang masih berbentuk frozen untuk dibawa pulang oleh pelanggan. Perbedaannya adalah ada kemasan frozen pada tahu frozen sehingga dapat dibawa pulang oleh orang yang berasal dari

		<p>goreng kan akhirnya sudah ga enak kalau sampai tujuan apalagi untuk oleh-oleh. Jadi pemilik buat frozen</p>				<p>luar kota untuk disimpan dan dikonsumsi oleh konsumen di rumah sebab jika membeli tahu yang sudah matang akan terasa tidak enak ketika sampai ke tujuan. Pemilik membuat varian baru yang difrozen karena banyaknya permintaan dari konsumen terutama konsumen luar kota yang ingin membawa tahu serasi untuk dikonsumsi di rumah, namun jika membeli tahu yang sudah matang rasanya kurang enak.</p>
--	--	--	--	--	--	--



	<p>Pemilik menggunakan mesin steam baru untuk memproduksi tahu dengan lebih cepat</p>	<p>Karena dengan mesin tradisional, tidak terkejar jumlah yang akan diproduksi. Sehari kita harus produksinya kan 200-250 kg kedelai mentah ni, 1200 bungkus lo, kalau tidak pakai mesin yang lebih modern, produksinya ga sampe segitu. Padahal kita buat segitu saja kadang kalau liburan baru siang jam 2 sudah habis. Yang membuat pemilik tertarik ya kecepatanny</p>	<p>Karena dengan tungku tradisional yang pakai kayu bakar, pekerjaan sering tertunda dan juga harus sedia kayu bakar terus setiap hari. Lebih riskan juga untuk kayu bakar, rentan kebakaran. Mesin steam tahu selain lebih cepat juga lebih tidak risiko kebakaran</p>	<p>Karena kalau manusia kan ada capeknya, apalagi di depan tungku terus, kalau sudah capek, kualitas bisa menurun. Tapi kalau mesin kan dapat bekerja dengan kecepatan yang tetap dan bisa diukur, jadi kita hanya mengawasi saja. Yang penting target produksi harian dan mingguan dapat terjangkau dengan baik.</p>	<p>Karena untuk mengejar produksi. Sekitar 1000-1500an bungkus mungkin. Kalau tenaga manusia, kita ga sanggup lagi.</p>	<p>Pemilik Tahu Serasi Oom Shin menggunakan mesin steam baru untuk memproduksi tahu dengan lebih cepat. Pemilik membeli mesin steam tahu yang baru karena dengan mesin yang masih tradisional, maka jumlah produksi dalam satu hari tidak akan dapat dipenuhi. Saat ini produksi adalah sebanyak 200-250 kg kedelai mentah yang menjadi 1200 bungkus tahu siap olah. Sedangkan dengan menggunakan mesin tradisional</p>
--	---	--	---	---	---	---

		<p>a, kalau pakai tungku manual mungkin baru selesainya sore.</p>				<p>dengan berbahan bakar kayu bakar yang berisiko tinggi sebab dapat menimbulkan kebakaran, jumlah produksi tidak mencapai 1200 bungkus, sementara permintaan dalam sehari mencapai lebih dari 1200 bungkus yang menyebabkan ketika liburan stok tahu sudah habis jam 2 siang. Penggunaan mesin ini juga didasarkan pada pertimbangan bahwa mesin tradisional menggunakan tenaga manusia yang terkadang capek</p>
--	--	---	--	--	--	---

						sehingga kualitasnya menurun, sementara mesin lebih konsisten, kecepatan juga stabil dan kualitasnya lebih terukur sehingga target harian dapat tercapai.
<i>Proactiveness</i>	Ide pemilik untuk membuat produk tahunya berbeda dengan pesaing	Yang jelas pemilik mengawasi sendiri dari proses beli bahan baku kedelai, pemasakan, penyaringan, pencetakan. Semuanya pemilik awasin. Kualitas pemilik jaga, tidak pemilik kurangi bahannya, makanya kalau makan tahu pemilik kan jelas ni	Pertama bahan baku yang baik, kemudian air kita menggunakan air yang bersih dari sumbernya gunung Ungaran, proses penyaringan juga dilakukan dengan teliti sehingga tidak ada bongkahan yang terlalu besar yang masuk ke produk akhirnya	Karena ada pengawasan langsung dari pemilik. Pemilik selalu menolak untuk menjual produk tahu serasi yang hasil produksinya kurang baik, misal mudah pecah, kemudian cetakan kurang baik atau kurang kotak, tidak mau dijual itu oleh pemilik. Tahu serasi kita juga	Bahan baku kami berbeda, karena sudah dipilih benar-benar oleh pemilik. Kemudian proses pengayakan penyaringan, dimasak dan pencetakan dibuat sempurna mungkin. Kalau tidak masuk standar dibuang.	Ide pemilik Tahu Serasi Oom Shin untuk membuat produk tahunya berbeda dengan pesaing. Pemilik dalam hal ini mengawasi sendiri dari proses beli bahan baku kedelai, pemasakan, penyaringan, pencetakan. Sebagai contohnya, pertama bahan



		<p>kerasa tahu nya halus. Kemudian tahu yang pemilik jual itu fresh, buatan hari itu, kalau ada sisa tahu hari itu, langsung pemilik buang. Jarang banget sih ada sisa, biasanya habis langsung kok</p>		<p>selalu baru, jadi selalu dibuat hari itu, tidak ada produksi hari sebelumnya seperti pesaing. Kalau pesaing kan sering sisa dagangannya, kalau di kita jarang sisa tahunya. Kalau samapi sisa akan dibuang pemilik.</p>		<p>baku yang baik dimana tahu yang halus dihasilkan karena olahan dibuat hari tersebut sehingga tekstur halus dan rasa yang segar, untuk tahu tersisa akan langsung dibuang. Air yang digunakan adalah air yang bersih dari sumber mata airnya yaitu dari kabupaten Semarang di gunung Ungaran. Proses penyaringan juga dilakukan dengan teliti sehingga tidak ada bongkahan yang terlalu besar yang masuk ke</p>
--	--	---	--	--	--	---

						<p>produk akhirnya. Karena ada pengawasan langsung dari pemilik. Pemilik selalu menolak untuk menjual produk tahu serasi yang hasil produksinya kurang baik, misal mudah pecah, kemudian cetakan kurang baik atau kurang kotak tidak akan dijual oleh pemilik.</p>
<p>Pemilik dapat mengidentifikasi peluang bisnis selain menjual tahu, sehingga pemilik juga menjual susu dan aneka oleh-oleh khas Bandung lainnya</p>	<p>Ya begini, dulu pemilik memang jualan tahunya orang, tapi menurut pemilik rasanya ga enak tapi kok tetep laku ya. Akhirnya pemilik coba</p>	<p>Pemilik melihat bahwa Bandung itu tujuan wisata, jadi menyediakan snack untuk para wisatawan yang ke daerah Bandung. Kalau Cuma jadi distributor mungkin kurang</p>	<p>Pemilik hanya mengamati trend dimana Bandung masih sebagai daerah tujuan wisata Semarang dan sekitarnya. Tapi juga ada orang dari Jakarta, Bandung,</p>	<p>Karena Bandung kan daerah tujuan wisata, paling tidak Jawa Tengah. Kalau banyak wisatawan, pasti butuh makan, makanan ringan yang hangat, sesuai</p>	<p>Pemilik Tahu Serasi Oom Shin dapat mengidentifikasi peluang bisnis selain menjual tahu, sehingga pemilik juga menjual susu dan aneka oleh-oleh khas Bandung</p>	

		<p>cari cara buatnya, kebetulan juga istri bisa dikit-dikit. Tapi ternyata yang susah itu memang bahan bakunya, kedelai tidak bisa sembarangan saja harus yang A1, jadi akhirnya pemilik cari dulu supplier kedelainya. Baru pemilik coba buat lagi, eh ternyata masih ga enak, ternyata di penyaringannya. Terus pemilik cari caranya dan akhirnya ketemu juga di ukuran air</p>	<p>besar keuntungannya, lebih enak jadi produsen sendiri.</p>	<p>Surabaya juga yang sampai datang ke Bandung sini karena memang banyak obyek wisata disini. Pemilik menyediakan camilan sehat dan segar, kemudian tidak terlalu mengenyangkan seperti tahu, apalagi kalau dimakan pada saat hangat, enak sekali pas udara juga dingin begitu. Itu peluangnya</p>	<p>dengan hawa di Bandung yang dingin. Jadi membuat tahu menguntungkan.</p>	<p>lainnya. Pada awalnya pemilik merupakan seorang distributor yang menjual tahu yang diproduksi oleh orang lain, namun dari uji coba bersama dengan istrinya, maka pemilik memutuskan untuk memproduksi sendiri tahu serasi. Pada awalnya, pemilik memulai dengan mencari supplier kedelai yang A1, mencari cara penyaringan, pengukuran air dan perbandingan yang tidak dapat</p>
--	--	---	---	--	---	---



		<p>serta perbandingannya, maaf tidak pemilik buka ya. Setelah tahu enak, ternyata benar konsumen datang dengan sendirinya. Jadi produsen jelas lebih enak, kan keuntungannya bisa dobel tiga dibanding jadi distributor, ya kalau ditanya berapa, 100% bisa sih. Pemilik yakinnya ini peluang bagus karena Bandung itu udaranya dingin, kalo</p>			<p>diungkapkan kepada peneliti. Kemudian dari situ pemilik memutuskan untuk memproduksi karena memiliki keuntungan sekitar tiga kali dari distributor. Pemilik melihat bahwa Bandung merupakan tujuan wisata, jadi menyediakan camilan sehat dan segar, kemudian tidak terlalu mengenyangkan seperti tahu, apalagi kalau dimakan pada saat hangat untuk para wisatawan yang ke daerah</p>
--	--	--	--	--	---

		<p>sudah dingin biasanya orang ingin makan yang hangat-hangat, kalau makan hangat bakso terus juga bakal bosan, kenyang. Tahu ini snack, bisa jadi camilan, makan beberapa juga tidak kenyang-kenyang dan tidak bosan, jadi itu yang jadi keyakinan pemilik</p>				<p>Bandungan. Pemilik meyakini bahwa peluang menjual tahu serasi di Bandungan merupakan usaha yang baik karena Bandungan memiliki udara yang dingin sehingga membuat orang ingin makan sesuatu yang hangat. Hal ini juga karena Bandungan bukan hanya menjadi destinasi wisata untuk orang Semarang dan sekitarnya namun juga ada orang dari Jakarta, Bandung, Surabaya juga yang sampai</p>
--	--	---	--	--	--	--

						datang ke Bandungan sini karena memang banyak obyek wisata di Bandungan.
<i>Risk taking</i>	Keberanian untuk membuat proyek yang berisiko	Karena konsumen pemilik semakin lama semakin banyak, kemudian jumlah penduduk juga semakin banyak. Lalu orang ke Bandungan itu kan inginnya santai, jadi pemilik sediakanlah tempat duduk agar konsumen bisa menikmati tahu goreng disini. Dengan mereka	Sepanjang pengetahuan karyawan, mestinya dihitung dulu ya, untuk memproduksi lebih banyak tahu, memang saat ini kapasitas produksi kita maksimal sementara permintaan banyak, ya perlu diperbesar lagi. Parkiran mobil, yang datang kesini banyakan orang berduit pada punya mobil, jadi masuk akal saja kalau disediakan parkiran untuk mobil. Tempat konsumen	Kalau menurut karyawan dari pengalaman dan keuntungan yang didapat dari usaha tahu ini, lalu keinginan membesarkan usaha. Produksi tahu lebih banyak karena permintaan juga banyak, parkiran mobil dibuat agar orang tidak parkir di pinggir jalan, jadi semua sudah dihitung daripada risiko konsumen lari ke pesaing.	Karena semakin banyak konsumen, butuh produk semakin banyak, karena kita sering sudah kehabisan jam 1 siang, padahal yang nanyain banyak. Jadi harus diperbesar produksinya. Parkiran juga saat ini dibuat agar tidak mengganggu jalan, jalan disini relatif kecil. Sedangkan tempat duduk, dibuat di bangunan,	Pemilik Tahu Serasi Oom Shin memiliki keberanian untuk membuat proyek yang berisiko seperti membuat parkiran mobil, membuat tempat duduk di dalam bangunan karena pemilik merasa bahwa dengan jumlah penduduk yang semakin banyak, wisatawan yang menuju ke Bandungan, maka untuk menikmati



		<p>semakin lama disini, kemungkinan besar mereka akan membeli lebih banyak, misal dibawa pulang. Parkiran mobil, ya kendala di Bandungan selalu susah mau parkir, padahal yang datang orang-orang bawa mobil, ya tinggal logika saja jalan, bikin parkiran, ga terlalu makan banyak biaya, terus ada orang sekitar pemilik suruh jaga parkir, sudah aman bisa kasihn rejeki</p>	<p>menikmati tahu, ya kalau makan disini biasanya lebih banyak, terus bisa pesen susu kedelai dan camilan lain.</p>		<p>agar tidak terpapar polusi kendaraan di luar.</p>	<p>tahu di Oom Shin, perlu adanya tempat duduk agar konsumen bisa menikmati tahu goreng di tempat. Dengan konsumen semakin lama disini, kemungkinan besar mereka akan membeli lebih banyak, misal dibawa pulang. Permasalahan lahan parkir merupakan suatu masalah besar bagi bisnis di Bandungan. Hal ini karena tidak banyak lahan parkir di sekitar tempat makan, sehingga konsumen memarkir mobil di pinggir jalan.</p>
--	--	---	---	--	--	---

		<p>orang lain juga. Risiko tidak terlalu pemilik hitung, asal konsumen semakin banyak otomatis risiko turun</p>				<p>Hal ini membuat Oom Shin berusaha membuat tempat parkir yang masuk ke dalam area tahu serasi Oom Shin. Selain itu menurut karyawan, pemilik tahu serasi Oom Shin meningkatkan kapasitas produksi tahu, karena banyaknya permintaan dari konsumen sementara produksi sudah maksimal karena selalu habis pada saat liburan pada jam 1 siang, sehingga jumlah produksi tahu</p>
--	--	---	--	--	--	---

						perlu untuk diperbanyak
	Kesiapan diri untuk menerima risiko	Ya pemilik siap rugi, tapi memang mesin itu kebutuhan pemilik saat itu, kalau mesin berjalan lancar, produksi lancar, jumlah produk tercapai dan juga memang konsumen tambah banyak, sehari laku minimal 1100 bungkus, kalau ramai 1200 bungkus habis. Ya kalau pemilik hitung kasaran saja, kelihatannya keuntungann	Karyawan kira siap, karena potensi keuntungannya lebih besar dibandingkan potensi kerugiannya	Siap, ya terbukti sudah langsung belikan. Kalau gagal ya mungkin siap karena keuntungan juga sudah besar. Tapi mesin ini dibutuhkan oleh kita, agar pekerjaan bisa maksimal, target produksi juga tercapai	Karyawan kira siap, karena sudah berani investasi segitu besar. Namun sepanjang ini selalu masih profit, jadi mungkin sudah dihitung untung ruginya.	Pemilik Tahu Serasi Oom Shin memiliki kesiapan diri untuk menerima risiko. Pemilik menyatakan siap rugi namun mesin merupakan kebutuhan dari perusahaan sebab diperlukan untuk membuat alur produksi yang lancar sehingga jumlah produk tercapai dan juga memang konsumen tambah banyak, sehari laku minimal 1100 bungkus, kalau ramai 1200 bungkus habis. Hal ini membuat pemilik tidak



		ya lebih besar dari risikonya. Ga pakai hitungan macam-macam sih, insting saja				terlalu memperhitungkan risiko sebab secara umum keuntungannya dipandang lebih banyak dibandingkan dengan risikonya sehingga lebih mengandalkan insting bisnisnya.
<i>Autonomy</i>	Kemampuan pemilik Tahu Serasi Oom Shin untuk membuat keputusan strategic untuk penyelesaian masalah	Mampu. Pemilik selalu harus tenang mengambil keputusan. Contoh saja dulu pernah kan susah dapat kedelai. Padahal buat tahu itu kedelai yang bahan baku utama. Jadi pemilik ke supplier-supplier kedelai langganan	Mampu, semua diputuskan sendiri, contohnya kapasitas produksi kurang, kita karyawan juga ada batas tenaganya kalau dikejar terus produksi tahunya ga kuatlah kita mbak. Jadinya pemilik beli mesin untuk bantu produksi, jadi itu solusi masalah, produksi	Menurut karyawan pemilik bisa membuat keputusan sendiri. Penyelesaian masalah, misalnya saat ini ada 4 supplier kedelai untuk tahu oom Shin. Pemilik membeli dari 4 supplier karena pernah dulu Cuma ambil dari 1 supplier, terus pagi-pagi	Mampu. Pemilik memutuskan untuk membuat tahu dengan kemasan yang dibekukan. Cara ini untuk menyelesaikan masalah dari konsumen yang menginginkan tahu serasi oom Shin yang bisa dibawa pulang ke daerah asalnya.	Pemilik Tahu Serasi Oom Shin mampu untuk membuat keputusan strategic untuk penyelesaian masalah. Sebagai contohnya adalah pemilik pernah mengalami kesulitan dalam mendapatkan kedelai sebagai bahan baku utama tahu serasi.

		<p>pemilik, pemilik titip dulu uang ke mereka, harga lebih tinggi sedikit. Jadi pas orang lain kesulitan cari kedelai, pemilik selalu dapat supply</p>	<p>jumlahnya terjaga, karyawan juga tidak terlalu capek</p>	<p>tidak dikirim kedelainya. Akhirnya sekarang oomnya menjalin kerjasama dengan 4 supplier yang bisa kirim rutin, agar tidak ada masalah seperti itu lagi.</p>		<p>Pemilik kemudian mendatangi supplier-supplier kedelai langganan pemilik dan menitipkan uang tunai kepada supplier bahkan sebelum bahan tersebut tersedia, sehingga pemilik dipercaya dan selalu mendapatkan supply bahkan ketika orang lain mengalami kesulitan mendapatkan supply kedelai. Keputusan strategis lainnya adalah pada saat kapasitas produksi penuh dan</p>
--	--	--	---	--	--	--

						<p>jumlah produksi menurun akibat kelelahan karyawan, maka pemilik memutuskan untuk membeli mesin untuk membantu produksi yang lebih lancar. Selain itu contoh keputusan strategis lainnya adalah membuat tahu dengan kemasan yang dibekukan. Cara ini untuk menyelesaikan masalah dari konsumen yang menginginkan tahu serasi oom Shin yang bisa dibawa pulang ke daerah asalnya.</p>
--	--	--	--	--	--	--



	<p>Kemampuan pemilik Tahu Serasi Oom Shin untuk bertanggung jawab atas keputusan yang dibuatnya</p>	<p>Kalau buat keputusan salah ya pasti ada, misal pada saat awal-awal salah beli kedelai, karena belum tahu cara milih kedelai yang benar. Ya pemilik buang akhirnya. Kemudian ampas tahu pernah pemilik buang ke selokan, jadi masalah akhirnya sama warga sekitar. Sekarang ampas tahu pemilik jual ke petani dan peternak kambing. Malah jadi tambahan penghasilan. Keputusan</p>	<p>Pernah dulu salah menerima konsinyasi, setelah terima konsinyasi, yang penjualnya ini nakal ternyata tidak mau ada retur. Akhirnya dibayarlh tagihan itu oleh pemilik</p>	<p>Pernah, dulu salah percaya ke 1 supplier kedelai, ketika tidak dikirim kedelainya pada satu hari, terpaksa harus beli kedelai dengan harga jauh lebih tinggi untuk bisa produksi. Ya untuk periode itu rugi sih, tapi jadi pelajaran berharga. Tanggung jawabnya itu rugi itu mbak, kan kehilangan keuntungan</p>	<p>Cara pemilik kalau salah membuat keputusan jelas rugi. Misalnya terlalu mahal beli bahan, kemudian terlalu murah jual produk.</p>	<p>Pemilik Tahu Serasi Oom Shin mampu untuk bertanggung jawab atas keputusan yang dibuatnya. Keputusan yang salah yang pernah dibuat pemilik adalah pada saat awal memulai usaha pernah salah memilih kedelai karena harus memilih kedelai dengan grade yang baik. Pemilik juga pernah terlalu percaya pada satu supplier kedelai saja, namun kedelai tiba-tiba tidak dikirim sehingga terpaksa harus membeli kedelai dengan harga</p>
--	---	--	--	--	--	--

		<p>salah itu sudah biasa, kalau pemilik ambil positifnya saja, belajar dan dipikirkan cara buat itu jadi uang</p>				<p>terlalu tinggi untuk tetap berproduksi. Pemilik juga pernah membayar barang yang diretur, sementara produk retur ini adalah produk konsinyasi yang seharusnya boleh dikembalikan kepada orang yang menitipkan. Pemilik juga pernah melakukan kesalahan dengan membuang ampas tahu ke selokan karena baunya menyengat dan mengganggu warga sekitar. Untuk mengatasi hal tersebut saat</p>
--	--	---	--	--	--	---

						ini ampas tahu pemilik jual ke petani dan peternak kambing dan malah jadi tambahan penghasilan. Menurut pemilik, keputusan salah itu sudah biasa, dan hanya perlu diambil positifnya saja, belajar dan memikirkan cara untuk membuat kesalahan tersebut menjadi peluang yang menguntungkan.
<i>Competitive aggressiveness</i>	Kemampuan mempertahankan posisi pada persaingan	Orang lain mungkin pasang logo besar-besar di produknya. Tahu pemilik ini di plastiknya	Kualitas dijaga. Ketika rasa tahu tetap enak, konsumen datang. Kenapa bisa bilang kualitas enak, karena pelayanan si	Kalau dari karyawan menurut karyawan kualitas produk tahu kita memang premium. Untuk	Mempertahankan kualitasnya. Saat ini banyak pesaing tahu serasi lain, namun belum ada yang	Pemilik Tahu Serasi Oom Shin memiliki kemampuan mempertahankan posisi pada persaingan. Produsen tahu



		<p>tidak ada logo. Karena dulu pernah ada oknum tulis tahu Om Shin di kemasannya. Sekarang pemilik malah tidak pakai logo sekalian, yang penting pemilik pertahankan kualitas, naikkan kecepatan produksi, kasih fasilitas bagus. Pemilik yakin orang pasti datang sendiri</p>	<p>oom itu payah, suka marah-marah, konsumen aja dimarahi.</p>	<p>pelayanan dari fasilitas kami lebih lengkap, ada tempat parkir, ada tempat untuk makan minum di area dalam sehingga tidak di pinggir jalan seperti pesaing, kan kena debu mobil motor. Kalau dari pelayanan oom, kurang sih menurut karyawan mbak. Oom nya kan galak, kadang dengan konsumen saja ketus, heran juga karyawan kenapa orang-orang tetep balik, padahal diajak bertengkar sama si oom.</p>	<p>rasanya dan teksturnya mengalahkan tahu serasi kami. Oom Shin selalu konsisten menjaga rasa, tidak pernah mengurangi bahan dan mau memastikan sendiri bahwa produksi dan bentuk tahu sudah sempurna</p>	<p>serasi lain cenderung memasang logo yang besar di produknya sementara Tahu serasi Oom Shin tidak memiliki logo di plastik kemasannya karena dahulu pernah ada oknum yang menulis tahu Om Shin di kemasannya. Pemilik memilih mementingkan mempertahankan kualitas tahu, mneningkatkan kecepatan produksi, dan memberikan fasilitas yang baik seperti ada tempat parkir, ada tempat untuk makan minum di area dalam</p>
--	--	--	--	--	--	---

						sehingga tidak di pinggir jalan seperti pesaing untuk mengundang konsumen datang ke tahu serasi Oom Shin. Oom Shin terbilang suatu fenomena karena Oom Shin galak, sering marah-marah dengan konsumen, tapi konsumen tetap saja datang lagi.
	Kemampuan untuk menambah pelanggan baru	Pemilik tidak melakukan apa-apa, kalau tahu pemilik tetap enak, kan orang yang datang bisa cerita ke orang lain. Misal ada orang luar kota ke Bandung, kalau nanya	Saat ini tidak ada. Sudah banyak yang mengulas di berita dan internet yang kuliner-kuliner begitu.	Belum ada, mungkin orang luar kota yang pernah datang, cerita ke teman dan saudaranya. Kalau dari oom Shin tidak pernah melakukan apa-apa.	Tidak ada, malah sering marah-marah ke tamu dari luar kota, mungkin itu yang bikin orang penasaran kali.	Pemilik Tahu Serasi Oom Shin memiliki kemampuan untuk menambah pelanggan baru walaupun saat ini pemilik tidak melakukan upaya promosi apapun dalam meningkatkan jumlah pelanggan

		<p>ke setiap orang, tahu mana yang paling enak, pemilik yakin pasti nunjuk tahu Oom Shin. Soal omset, pemilik buat 1200 bungkus, habis 1200 bungkus kok</p>				<p>baru. Pemilik mengungkapkan bahwa jika sudah mengetahui bahwa tahu serasi tersebut enak, maka komunikasi dari mulut ke mulut merupakan suatu alat promosi yang lebih efektif. Misal ada orang luar kota datang ke Bandung, jika bertanya ke orang, tahu serasi mana yang paling enak, pemilik yakin pasti akan ditunjukkan tahu Oom Shin. Selain itu ada ulasan-ulasan dari food blogger diyakini juga cukup membantu memperkenalkan</p>
--	--	---	--	--	--	---



						kan tahu serasi Oom Shin kepada konsumen di luar Bandungan.
Berkompetisi head to head dengan produk competitor yang sejenis	Pemilik jual lebih mahal, tapi kualitas lebih bagus. Tidak takutlah, karena rasa tidak bisa dibohongi, istilahnya dapurnya beda. Lagipula pesaing justru sering kulakan tahu dengan pemilik, jadi bukan masalah sih itu	Dari sisi kualitas, memang tahu kita berbeda sih, tekstur halus, tahan lama tanpa pengawet, bisa terasa lebih empuk, susah kata-katanya, dicoba saja.	Kembali lagi dari kualitas tahu. Tahu kami enak, empuk, di mulut meleleh. Kemudian kebersihan terjaga, beda dengan pesaing yang dibuat asal-asalan saja	Kembali lagi dari kualitas tahu serasi. Ketika kualitas lebih baik, enak, tidak terasa plastik, lembut, dan digoreng dengan minyak baru terus, orang akan beli walau mahal.	Pemilik Tahu Serasi Oom Shin memiliki kemampuan berkompetisi head to head dengan produk competitor yang sejenis, karena saat ini tahu serasi Oom Shin dijual lebih mahal dibandingkan tahu serasi lainnya. Pemilik mengatakan bahwa pesaing sering melakukan pembelian tahu serasi dari Oom Shin sehingga persaingan tidak terlalu banyak.	

						Menurut karyawan dari sisi kualitas, tahu serasi Oom Shin berbeda dengan yang lain karena tekstur halus, tahan lama tanpa pengawet, terasa lebih empuk dan meleleh di mulut, lebih sehat karena digoreng dengan minyak baru, kebersihan lokasi yang terjaga berbeda dengan pesaingnya.
--	--	--	--	--	--	--

## Lampiran 4 Dokumentasi



Parkiran Konsumen



Loket Pemesanan dan Pembayaran Tahu





Tempat Pemotongan dan Penggorengan Tahu



Tempat Makan Konsumen

PAPER NAME

16.D1.0214.docx

---

WORD COUNT

21965 Words

CHARACTER COUNT

136338 Characters

PAGE COUNT

152 Pages

FILE SIZE

629.9KB

SUBMISSION DATE

Mar 15, 2022 12:29 PM GMT+7

REPORT DATE

Mar 15, 2022 12:33 PM GMT+7

---

● **12% Overall Similarity**

The combined total of all matches, including overlapping sources, for each database.

- 12% Internet database
- 3% Publications database
- Crossref database
- Crossref Posted Content database
- 7% Submitted Works database