

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kesadaran masyarakat terhadap pentingnya gaya hidup sehat terus meningkat seiring berkembangnya informasi mengenai hubungan pola makan dan kesehatan jangka panjang. Masyarakat semakin selektif dalam memilih makanan dengan memperhatikan kandungan gula, lemak, bahan tambahan, serta nilai gizi (Fernandito & Ritonga, 2023). Gaya hidup aktif dan mobilitas tinggi mendorong kebutuhan akan camilan yang praktis, mudah diakses, dan aman bagi Kesehatan (Helti, 2025). Kondisi ini membuka peluang bagi industri camilan sehat dengan kualitas dan nilai gizi yang lebih baik dibandingkan camilan konvensional (Rifai et al., 2025). Pengembangan produk tetap memerlukan pemahaman kebutuhan konsumen agar selaras dengan tren hidup sehat yang berkembang (Daryana et al., 2025).

Seiring dengan meningkatnya tren hidup sehat, pemilihan camilan tidak lagi hanya didasarkan pada rasa dan kepraktisan, tetapi juga mulai mempertimbangkan kandungan gizinya (Fuadah et al., 2025). Camilan sehat dinilai sebagai makanan selingan yang dapat mendukung pemenuhan kebutuhan gizi, sedangkan camilan yang mengandung gula, garam, dan lemak dalam jumlah tinggi cenderung kurang mendukung penerapan pola makan sehat (Almoraie et al., 2021). Perbedaan karakteristik tersebut menunjukkan bahwa pemahaman mengenai camilan sehat menjadi penting sebagai dasar dalam mengidentifikasi kebutuhan konsumen serta mengembangkan produk yang sesuai dengan tren konsumsi mahasiswa.

Meskipun kesadaran terhadap pola makan sehat mulai meningkat, pilihan makanan mahasiswa masih dipengaruhi oleh faktor ekonomi dan kepraktisan. Mahasiswa cenderung memilih jajanan yang murah, mengenyangkan, dan mudah diperoleh karena keterbatasan uang saku dan waktu (Muthmainah et al., 2023). Besaran uang saku turut memengaruhi keputusan pembelian, di mana mahasiswa dengan uang saku lebih rendah lebih mempertimbangkan harga dibandingkan nilai gizi (Damayanti, 2025). Selain itu, lingkungan sosial kampus membuat aspek kesehatan belum menjadi pertimbangan utama dalam memilih makanan (Azzahra

et al., 2025). Kondisi ini menunjukkan bahwa perilaku konsumsi mahasiswa masih didominasi oleh harga, rasa, dan kemudahan akses (Kamal et al., 2025).

Mahasiswa merupakan kelompok yang berada pada fase transisi menuju kemandirian dalam menentukan pilihan konsumsi sehari-hari sehingga menjadi salah satu kelompok yang relevan untuk mengkaji kebutuhan terhadap camilan sehat (Nurdiani et al., 2023). Penelitian ini difokuskan pada mahasiswa Universitas Trunodjoyo Madura usia 20–25 tahun karena pada rentang usia tersebut individu berada pada fase dewasa awal yang mulai membentuk kebiasaan konsumsi secara mandiri. Selain itu, perempuan cenderung memiliki perhatian yang lebih besar terhadap kesehatan, pola makan, dan pemilihan makanan dibandingkan laki-laki sehingga kelompok ini dinilai tepat untuk mengidentifikasi kebutuhan konsumen terhadap camilan sehat sebagai dasar pengembangan model bisnis (Azka & Undarwati, 2025). Berdasarkan kondisi tersebut, kajian mengenai kebutuhan mahasiswa terhadap camilan sehat sebagai dasar pengembangan model bisnis masih terbatas, sehingga perlu dilakukan penelitian lebih lanjut.

Pelaku usaha makanan sehat menghadapi tantangan dalam memahami masalah konsumen sebelum merancang produk yang sesuai (Ardiansyah et al., 2025). Banyak usaha rintisan mengalami hambatan karena ide produk tidak mencerminkan kondisi pasar, sehingga strategi yang diterapkan kurang tepat sasaran dan gagal memenuhi harapan pengguna (Efendi et al., 2025). Hal ini sering terjadi ketika pengembangan produk didasarkan pada asumsi internal tanpa melibatkan konsumen sebagai sumber informasi kebutuhan pasar (Nurjaman et al., 2024). Validasi masalah dan solusi menjadi langkah penting untuk mengidentifikasi kebutuhan, hambatan, serta manfaat yang diharapkan konsumen dari produk camilan sehat (Ermayanty et al., 2024). Informasi dari konsumen membantu pelaku usaha menyesuaikan pengembangan produk dengan tuntutan pasar.

Metode *lean startup* membantu pelaku usaha mengurangi ketidakpastian dalam pengembangan produk melalui tahapan *build measure learn* yang menekankan pembelajaran berkelanjutan (Saragih, 2025). Pendekatan ini digunakan untuk memperoleh tanggapan awal konsumen terhadap ide yang dirancang (Hidajat et al., 2025). Validasi dalam *lean startup* berfokus pada pengamatan terhadap penilaian konsumen terkait manfaat, bentuk, dan kemudahan penggunaan produk (Ningsih et al., 2023). Pendekatan ini relevan bagi industri camilan sehat karena memberikan gambaran awal kondisi pasar dan

menjadi dasar perbaikan serta pengembangan produk agar sesuai dengan kebutuhan masyarakat (Zulaikhah et al., 2025).

Pengembangan camilan sehat memerlukan pemahaman yang jelas mengenai kebutuhan pasar, termasuk kebutuhan akan camilan yang sehat namun tetap praktis dikonsumsi. Informasi ini membantu menjelaskan penilaian konsumen terhadap kebutuhan dan kesesuaian manfaat solusi yang ditawarkan (Daryana et al., 2025). Kesalahan dalam membaca kebutuhan konsumen dapat membuat produk kurang relevan dan berisiko tidak diterima pasar (Chabibah & Abdurrahman, 2025). Penerapan *lean startup* memungkinkan pelaku usaha melakukan wawancara terstruktur berbasis kuesioner untuk memahami tanggapan konsumen sebagai dasar pengembangan lanjutan (Nurrasyid & Cahyono, 2022). Proses ini membantu menentukan bagian produk yang perlu dipertahankan, diperbaiki, atau dikembangkan kembali agar sesuai dengan kebutuhan pasar.

Melalui wawancara terstruktur berbasis kuesioner, pelaku usaha dapat menggali kebutuhan konsumen berdasarkan kondisi nyata di lapangan sebagai dasar dalam merumuskan solusi yang sesuai dengan kebutuhan pasar (Suwandi et al., 2024). Informasi mengenai kebutuhan konsumen tersebut selanjutnya digunakan dalam penyusunan *Value Proposition Canvas* (VPC) dan *Lean Canvas* sebagai alat untuk merancang model bisnis awal yang lebih terarah (Walansendow et al., 2022). Pendekatan ini memastikan pengembangan camilan sehat benar-benar menjawab kebutuhan masyarakat berdasarkan kondisi pasar yang dihadapi (Wardani et al., 2025). Arah pengembangan yang jelas tersebut membantu meningkatkan potensi daya saing produk agar dapat berkembang secara berkelanjutan di pasar (Irnawati et al., 2025).

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi kebutuhan konsumen terkait camilan sehat, mengidentifikasi preferensi konsumen, serta menyusun *value proposition canvas* (VPC) dan *lean canvas* sebagai dasar pengembangan solusi awal. Pendekatan *lean startup* digunakan untuk mengenali masalah sejak tahap awal serta menilai tanggapan konsumen sebagai dasar pengambilan keputusan pada tahap pengembangan selanjutnya (Aprillia et al., 2023). Pendekatan ini membantu meningkatkan ketepatan langkah yang diambil dalam pengembangan produk dan mengurangi risiko keputusan yang tidak sesuai dengan kebutuhan pasar, sehingga solusi yang

dirancang memiliki peluang keberlanjutan yang lebih baik (Rahayu & Sutabri, 2024).

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana persepsi konsumen terhadap camilan yang tersedia di pasar?
2. Bagaimana *jobs*, *pains*, dan *gains* konsumen terkait kebutuhan camilan sehat?
3. Bagaimana penyusunan *value proposition canvas* (VPC) berdasarkan hasil validasi konsumen?
4. Bagaimana rancangan *lean canvas* sebagai model bisnis awal dalam pengembangan produk camilan sehat?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Menganalisis persepsi konsumen terhadap camilan yang tersedia di pasar.
2. Mengidentifikasi *jobs*, *pains*, dan *gains* konsumen terkait kebutuhan camilan sehat.
3. Menyusun *value proposition canvas* (VPC) berdasarkan hasil validasi konsumen.
4. Merancang *lean canvas* sebagai model bisnis awal dalam pengembangan produk camilan sehat.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya kajian ilmiah terkait proses validasi kebutuhan konsumen dan penyusunan model bisnis produk pangan sehat melalui pendekatan *lean canvas*.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini dapat menjadi acuan bagi pelaku usaha dalam merancang dan mengembangkan produk camilan sehat berdasarkan kebutuhan konsumen, sehingga risiko kegagalan produk dapat diminimalkan.

3. Manfaat Ekonomi

Penelitian ini diharapkan dapat mendorong pengembangan produk camilan sehat yang lebih sesuai dengan kebutuhan masyarakat, sekaligus membuka peluang usaha baru dan meningkatkan daya saing produk camilan sehat lokal.