

## **BAB II IDENTIFIKASI DATA**

Tahapan selanjutnya yaitu melakukan pengumpulan data studi dokumentasi dan observasi langsung ke distro Banyumili store yang bermanfaat untuk menentukan konsep perancangan fotografi produk dalam hal ini akan dijelaskan pada bab ini. Berikut jenis – jenis data Tahu Jemprit yang berhasil dikumpulkan :

### **A. Data Perusahaan**

Nama Outlet : Tahu Jemprit

Alamat Outlet : Jln. Dr Radjiman 624 Pajang – Solo

Nomor Telepon : +62 812 – 2568 – 0418

Foto Lokasi :



Gambar 1. Lokasi Tahu Jemprit Surakarta  
Sumber: (Tahu Jemprit, 2020)



Gambar 2. Lokasi Tahu Jemprit Surakarta  
Sumber: (Tahu Jemprit, 2020)



Gambar 3. Lokasi Tahu Jemprit Surakarta

Sumber: (Tahu Jemprit, 2020)



Gambar 4. Lokasi Tahu Jemprit Surakarta  
Sumber: (Tahu Jemprit, 2020)

## 1. Sejarah Perusahaan

Awal mula berdirinya Tahu Jemprit dari seorang pemuda asal solo bernama Ganggas Bagus yang sedang berada di daerah depok ganggas melihat ada penjual tahu yang dinamakan tahu jeletot, tahu jeletot yakni tahu pedas dimasak dengan cara digoreng, gaanggas terinspirasi dengan pembuatan tahu pedas. Lalu ingin mencoba membuka usaha di solo tahu pedas dengan konsep lidah jawa, yakni pedas manis yang pembuatan nya dengan cara dibakar lalu di oleskan memakai kecap dan di Solo dinamakan dengan Tahu Jemprit ini. Awal mula merintis atau membuka usaha tersebut pertama dengan memilih tempat usaha

tahu jemprit mencoba mengikuti pameran festival kuliner yang berada di gor bungkarno atau di sebut gor manahan di solo pada mei 2015, lalu mengikuti food festival yg berada di salah satu mall yang berada di solo setempat sambil memperkenalkan usaha tahu jemprit kepada orang solo,lalu memutuskan untuk membuka booth yang berada di daerah pajang pada oktober 2016 sampai sekarang. Ganggas sekarang mempunyai beberapa cabang yang berada di solo dan membuka cabang juga di tegal. memiliki pegawai seluruh dengan total 20 pegawai.

## 2. Visi dan Misi

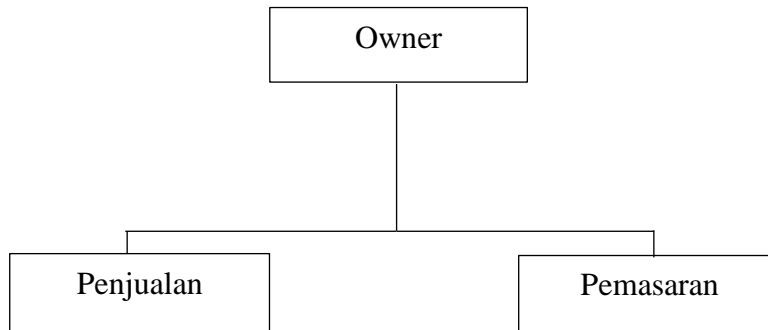
### a. Visi

Ingin mempunyai usaha untuk bisa banyak waktu untuk bersosialisasi dengan lingkungan.

### b. Misi

Mengutamakan kualitas dalam pelayanan dan makanan

### 3. Struktur Organisasi



Gambar 5. Struktur Organisasi Tahu Jemprit Surakarta  
Sumber: (Tahu Jemprit, 2021)

Berdasarkan struktur organisasi di atas, masing masing bagian memiliki tugas dan tanggung jawab yang berbeda. Berikut adalah uraian dari masing- masing yang ada pada struktur organisasi Tahu Jemprit:

#### a. Owner

Bertanggung jawab atas semua kegiatan didalam lingkup kerja Tahu Jemprit dengan mengontrol kerja penjualan

#### b. Penjualan

Bertanggung jawab melayani pelanggan sekaligus memasak

#### c. Pemasaran

Mengatur strategi pemasaran

### 4. Target Market

#### a. Geografi

Soloraya



## b. Psikografi

Orang yang gemar nongkrong dan gemar jajan streetfood

## c. Demografi

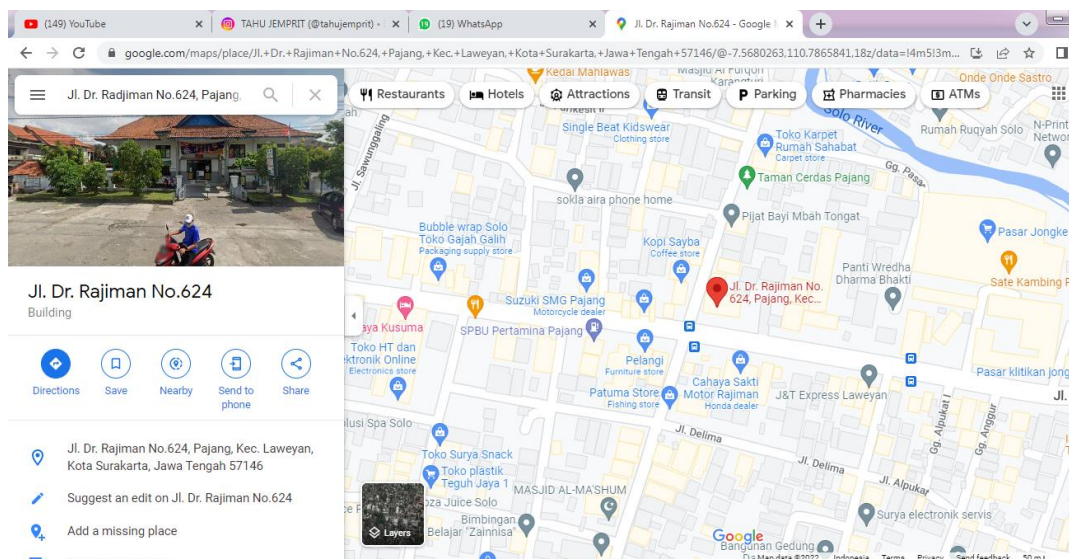
Agama : Semua agama

Usia : 12 – 22 Tahun

Jenis Kelamin : Laki – laki dan perempuan

Status sosial : Menengah

## 5. Denah Lokasi



Gambar 6. Lokasi map Tahu Jemprit Surakarta

6. Data Produk

a. Tahu Ayam

Harga Rp 2.500,00



Gambar 7. Tahu Jemprit Isi Ayam  
Sumber. (Tahu Jemprit 2021)

b. Tahu Sayur

Harga Rp.2.500,00



Gambar 8. Tahu Jemprit Isi Sayur  
Sumber. (Tahu Jemprit 2021)



c. Tahu Bakso

Harga Rp. 2.500,00



Gambar 9. Tahu Jemprit Isi Bakso  
Sumber. (Tahu Jemprit 2021)

## **B. Analisa Swot**

Digunakan untuk menyampaikan informasi yang lebih memfokuskan pada pencapaian tujuan dan arah media informasi ini ditujukan. Analisis ini bersifat kualitatif. Hasil analisis yang diperoleh yaitu;

### **a. Strength (Kekuatan)**

Tahu Jemprit merupakan outlet yang unik karena memungkinkan pelanggan dari berbagai rentang usia dengan rasa lidah orang Jawa

### **b. Weakness (kelemahan)**

Tahu Jemprit belum memiliki media promosi yang sangat kuat sehingga belum begitu banyak dikenal masyarakat Soloraya. Selain itu outlet yang disediakan belum ada tempat buat dine in atau makan ditempat, sehingga belum cocok digunakan untuk tempat nongkrong.

### **c. Opportunity (Peluang)**

Tahu Jemprit merupakan satu – satunya usaha tahu pedas bakar yang berada di Solo, sehingga sedikit akan persaingan kompetitor, walaupun ada usaha tahu tetapi tidak tahu yang super pedas.

### **d. Threat (Ancaman)**

Ancaman terbesar makin banyaknya outlet yang menggunakan desain booth yang menggunakan konsep modern semakin ketinggalan akan perkembangan dari segi media promosi yang baik.

