

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Permasalahan Konsumen

Berdasarkan wawancara yang dilakukan dengan konsumen dan calon konsumen yang diambil pada bulan Juli tahun 2023 dapat diketahui beberapa permasalahan yang mereka hadapi terkait dengan produk bakery dan cake di pasaran yaitu:

- a) Mendapatkan produk tidak sesuai dengan yang diiklankan;
- b) Harga mahal dan tidak sepadan dengan produk yang dibeli. Mendapatkan rasa makanan yang kurang enak dan tidak sesuai dengan harganya;
- c) Kesulitan dalam hal pembelian misalnya jarak yang cukup jauh dari rumah pelanggan;
- d) Kesulitan dalam sistem pembayaran yang hanya menyediakan sedikit cara pembayaran dan jika tidak sesuai dengan yang konsumen miliki maka konsumen enggan untuk membayar biaya tambahan atau biaya admin;
- e) Tidak semua kue dan snack yang dipesan secara *custom* dapat dipenuhi oleh pemasar;
- f) Mendapat pelayanan yang kurang baik

Menurut sumber yang dikutip viva.co.id, peningkatan konsumsi roti di Indonesia dipicu oleh berbagai faktor, termasuk peningkatan variasi produk roti yang beredar di pasaran. Khususnya produk-produk asal Korea Selatan dan Jepang seperti Korean Garlic Bread, Goguma Ppang, Hokkaido Cheesecake, Japanese Milk Bun, dan lain sebagainya, sedang menjadi trend viral dan banyak diminati di toko-toko roti besar maupun toko roti lokal di Indonesia. Seiring dengan meningkatnya permintaan, peluang dalam industri *baked goods* juga meningkat, sehingga mendorong persaingan dalam industri tersebut. Mendukung para pelaku usaha baking untuk terus berinovasi dan meluncurkan produk dengan cita rasa, kualitas

dan tampilan yang menarik (<https://www.viva.co.id/gaya-hidup/kuliner/1655936-inovasi-di-industri-bakery-pendekatan-baru-dalam-pembuatan-roti-indonesia>).

1.2 Solusi dan Nilai Lebih Yang Ditawarkan

Haydei Kitchen memberikan solusi dari permasalahan yang dihadapi pelanggan tersebut diatas dengan cara sebagai berikut:

- a) Haydei Kitchen akan memberikan produk sesuai dengan yang diiklankan. Haydei Kitchen akan memberikan kemudahan konsumen dalam mencari informasi produk dengan memberikan deskripsi produk pada setiap konten yang ditampilkan di instagram, selain itu Haydei Kitchen juga akan membagikan review produk dari konsumen lain untuk meningkatkan minat calon konsumen dan membuat calon konsumen percaya dan yakin untuk membeli produk haydei;
- b) Haydei Kitchen akan memberikan harga produk sesuai pada produk yang pelanggan terima. Harga tersebut ditentukan berdasarkan penggunaan bahan-bahan berkualitas, cita rasa produk yang konsisten menggunakan takaran pada resep yang ada agar dapat memuaskan lidah konsumen. Salah satu keunggulan yang menunjukkan kualitas produk makanan adalah rasanya;
- c) Bagi konsumen yang lokasinya jauh maka Haydei Kitchen menyediakan layanan *delivery order* dan menggunakan *go send*;
- d) Haydei Kitchen menyediakan beberapa metode pembayaran yaitu secara tunai dan *cashless* menggunakan beberapa metode pembayaran seperti transfer bank dan QRIS (dimana bisa diakses dengan berbagai metode payment seperti DANA, shopeepay, link aja, dan OVO). Hal ini memudahkan konsumen untuk melakukan pembayaran tanpa memikirkan biaya admin;
- e) Haydei Kitchen menerima *request* dari konsumen seperti *request* isi selai, warna kue, topping, rasa kue seperti (matcha, original, atau redvelvet);

- f) Memberikan pelayanan yang baik seperti *fast respon* untuk menjawab chat konsumen, ramah pada pelanggan, terbuka untuk menerima kritik dan saran dari pelanggan sebagai masukan untuk memperbaiki bisnis kedepannya.

1.3 *Noble Purpose*

Noble Purpose Haydei Kitchen adalah dapat membangun kembali dan menjaga produk lokal agar tetap bertahan ditengah banyaknya produk makanan impor yang masuk ke Indonesia dengan cara memberikan tampilan yang lebih modern. Disamping itu, diharapkan kedepannya dapat memberdayakan masyarakat sekitar seperti ibu rumah tangga yang ingin memiliki penghasilan serta masyarakat yang tidak memiliki pekerjaan tetap.

1.4 **Visi, Misi, dan Logo Bisnis**

Visi :

Menjadi usaha kue dan snack rumahan yang dapat menghadirkan produk berkualitas serta dapat dikenal luas oleh masyarakat Yogyakarta dengan citra positif.

Misi :

- a) Terus berinovasi dalam menciptakan menu baru;
- b) Memprioritaskan pelayanan dan kepuasan konsumen;
- c) Menawarkan produk dengan harga terjangkau tetapi dengan kualitas dan rasa yang memukau;
- d) Mengedepankan kualitas bahan dan proses produksi yang baik;
- e) Menerapkan standarisasi resep.

Logo Bisnits



Gambar 1.1 Logo Bisnits

Pemilihan nama brand Haydei Kitchen berasal dari sapaan yang diberikan teman-teman untuk owner, Haydei merupakan gabungan dari dua kata yaitu:

“Hay yang berarti hai” dan “Dei yang merupakan nama panggilan owner yaitu Di”. Pemilihan logo makanan dengan desain sederhana yang memberikan kesan yang menarik, cerah, dan lucu.

Pemilihan warna orange karena memiliki kesan mirip dengan merah, namun warna ini memberikan kesan lebih lembut. Pemilihan warna orange membawa antusiasme terhadap produk yang ditawarkan, dan warna orange juga dapat menambah nafsu makan. Warna hijau memberi kesan sejuk dan menjual makanan sehat tanpa bahan pengawet.