

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Permasalahan Konsumen

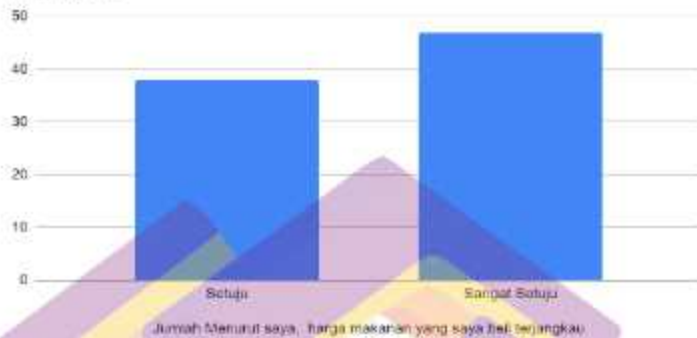
Faktor-faktor yang penting ketika membuat strategi bisnis yang baik adalah perusahaan harus mampu mengetahui pangsa pasar yang baik dan segmentasi pasar yang tepat sasaran. Metode yang tepat untuk membuat strategi pengembangan bisnis yang baik adalah dengan menggunakan *Business Model Canvas* (BMC). Menurut Osterwalder dan Pigneur (2010) dalam Anter dkk., (2022), *Business Model Canvas* merupakan sebuah model bisnis yang menggambarkan dasar pemikiran tentang bagaimana sebuah perusahaan menciptakan, menyerahkan, dan menangkap nilai. Dalam *Business Model Canvas* terdapat 9 blok yang terdiri dari *Customer Segments*, *Value Proposition*, *Channels*, *Customer Relationship*, *Revenue Streams*, *Key Resources*, *Key Activities*, *Key Partnership*, dan *Cost Structure*

Permasalahan konsumen yang meliputi harga, kualitas dan informasi menjadi sorotan utama pada strategi pengembangan usaha “Bakso Pak Wasino 2”. Dari kuesioner yang penulis sebarakan dengan menggunakan formulir mendapatkan 85 responden berikut permasalahan utama yang dihadapi oleh konsumen :

1. Harga

Harga yang terjangkau bagi konsumen menjadi salah satu aspek yang sangat penting untuk melakukan pembelian produk makanan.

Jumlah Menurut saya, harga makanan yang saya beli terjangkau

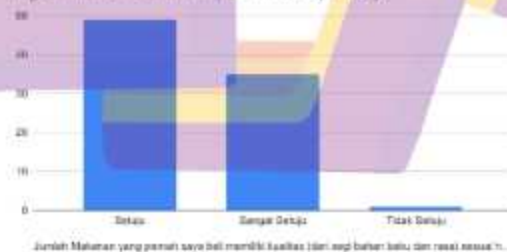


**Gambar 1. 1** Grafik Preferensi Harga Makanan

## 2. Kualitas

Kualitas yang tinggi pada produk tertentu dapat dilihat mulai dari rasa hingga pemilihan barang baku untuk pembuatan produk

Jumlah Makanan yang pernah saya beli memiliki kualitas (dari segi bahan baku dan rasa) sesuai harapan saya



**Gambar 1. 2** Grafik Preferensi Kualitas Makanan

## 3. Informasi

Informasi mengenai Bakso Pak Wasino cukup beragam seperti gambar grafik di bawah ini



**Gambar 1.3** Grafik Preferensi Informasi Makanan

## 1.2.Solusi Yang Ditawarkan

Solusi dari beberapa permasalahan di atas untuk memperbaiki dan meningkatkan perkembangan usaha. Dalam menanggapi permasalahan yang diidentifikasi, penulis telah mengimplementasikan sejumlah solusi strategis:

### 1. Harga

Harga yang ditawarkan sama atau tidak jauh dengan harga pasaran.

### 2. Kualitas

Kualitas suatu produk makanan akan selalu dijaga dan terus ditingkatkan.

### 3. Informasi

Sistem penyebaran informasi kepada pelanggan akan terus diperbaiki dan ditingkatkan sehingga terus bertambahnya konsumen baru.

### **1.3. Tujuan Mulla (Noble Purpose)**

Laporan ini memiliki tujuan untuk:

1. Menyoroti permasalahan konsumen yang diidentifikasi dan memberikan pemahaman mendalam tentang dampaknya terhadap bisnis.
2. Mendokumentasikan solusi-solusi yang diimplementasikan untuk mengatasi permasalahan konsumen.
3. Meningkatkan transparansi dan akuntabilitas perusahaan terkait dengan tanggung jawab terhadap konsumen.
4. Menciptakan dasar untuk evaluasi dan perbaikan berkelanjutan dalam layanan dan produk kami.

Dengan langkah-langkah ini, harapan penulis adalah untuk memperkuat hubungan dengan konsumen, meningkatkan kepuasan pelanggan, dan memastikan bisnis penulis untuk terus berkembang dalam arah yang positif.

### **1.4. Visi Dan Misi**

**Visi :**

“Menjadi Pilihan Utama dalam Kenikmatan Kuliner Bakso, Menciptakan Kebahagiaan di Setiap Gigitan.”

Visi ini mencerminkan hasrat kami untuk menjadi lebih dari sekadar penyedia makanan. Kami ingin menciptakan momen kebahagiaan melalui setiap hidangan bakso yang kami sajikan. Visi ini menjadi pusat dari semua upaya kami untuk memberikan pengalaman kuliner yang tak terlupakan kepada pelanggan kami.

**Misi :**

Misi perusahaan kami melibatkan serangkaian tujuan khusus yang mendukung pencapaian visi kami:

1. Menyajikan Bakso Berkualitas Tinggi : Menghasilkan bakso dengan standar kualitas tertinggi, memilih bahan-bahan segar, dan mengutamakan proses produksi yang teliti.
2. Memberikan Layanan Ramah dan Profesional : Memberikan layanan pelanggan yang ramah, efisien, dan profesional, menciptakan pengalaman makan yang menyenangkan.
3. Inovasi Menu yang Berkesinambungan : Terus mengembangkan menu dengan inovasi yang kreatif, menggugah selera pelanggan, dan memenuhi tren kuliner yang berkembang.
4. Mendukung Komunitas Lokal : Berperan aktif dalam mendukung komunitas lokal melalui kegiatan sosial, kolaborasi dengan pelaku usaha lokal, dan menciptakan lapangan pekerjaan.

