

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Permasalahan Konsumen

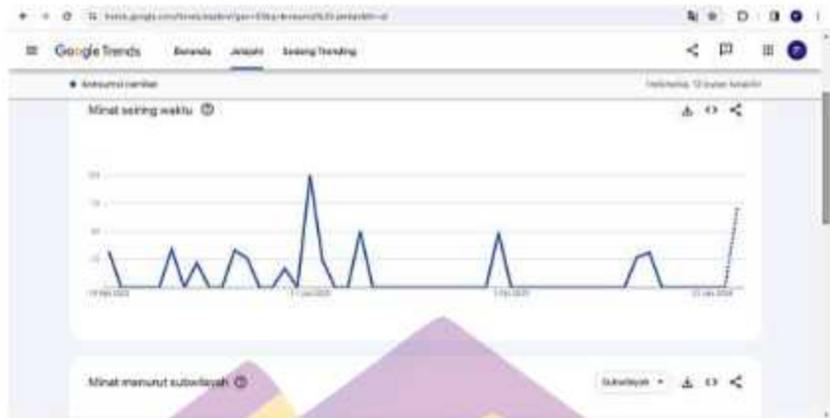
Menurut Ebert & Griffin, 2009 bisnis merupakan kegiatan untuk menghasilkan sesuatu baik barang maupun layanan atau jasa. Bisnis juga merupakan usaha perdagangan dengan menjual barang maupun layanan atau jasa kepada konsumen secara individu atau perusahaan untuk mendapat keuntungan. Tujuan utama dari bisnis yaitu untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan manusia. Tujuan lainnya yaitu untuk mendapatkan keuntungan yang diungkapkan oleh Alma, 1999.

Bisnis kuliner cenderung terus meningkat baik dari kuantitas maupun kualitas karena makanan dan minuman merupakan kebutuhan pokok manusia. Bisnis kuliner merupakan bagian dari industri penyedia makanan yang kegiatannya meliputi semua hal yang terkait dengan aktivitas memasak. Kedai zifa bergerak di bisnis kuliner yang menyediakan berbagai macam camilan.

Bisnis Camilan mengalami perkembangan yang pesat dengan mengikuti trend pasar dan mencerminkan perubahan dalam preferensi konsumen. Berdasarkan survei yang dilakukan oleh Mondelez International dengan judul *"The State Of Snacking 2020"* mengungkapkan bahwa 60% orang Indonesia lebih banyak menyukai camilan daripada makanan berat. Presiden Director Mondelez Indonesia yang bernama Prashant Peres menjabarkan rata-rata orang Indonesia mengonsumsi makanan ringan 3 kali sehari sementara mengonsumsi makanan berat hanya 2,5 kali sehari.

Survei ini juga menunjukkan bahwa orang yang berusia 25-34 tahun 30,8% paling banyak mengonsumsi makanan ringan. Adapun alasan yang mendasari kebiasaan ngemil yaitu 84% menyatakan ngemil cara untuk memanjakan diri, 81% ngemil bertujuan untuk mengembalikan semangat yang berkurang, 77% ngemil membantu melalui masa-masa sulit, dan 76% ngemil memberi asupan tubuh sekaligus pikiran.

Di google trend pun ditemukan survei peminat camilan di Indonesia yang dilihat berdasarkan grafik seperti berikut

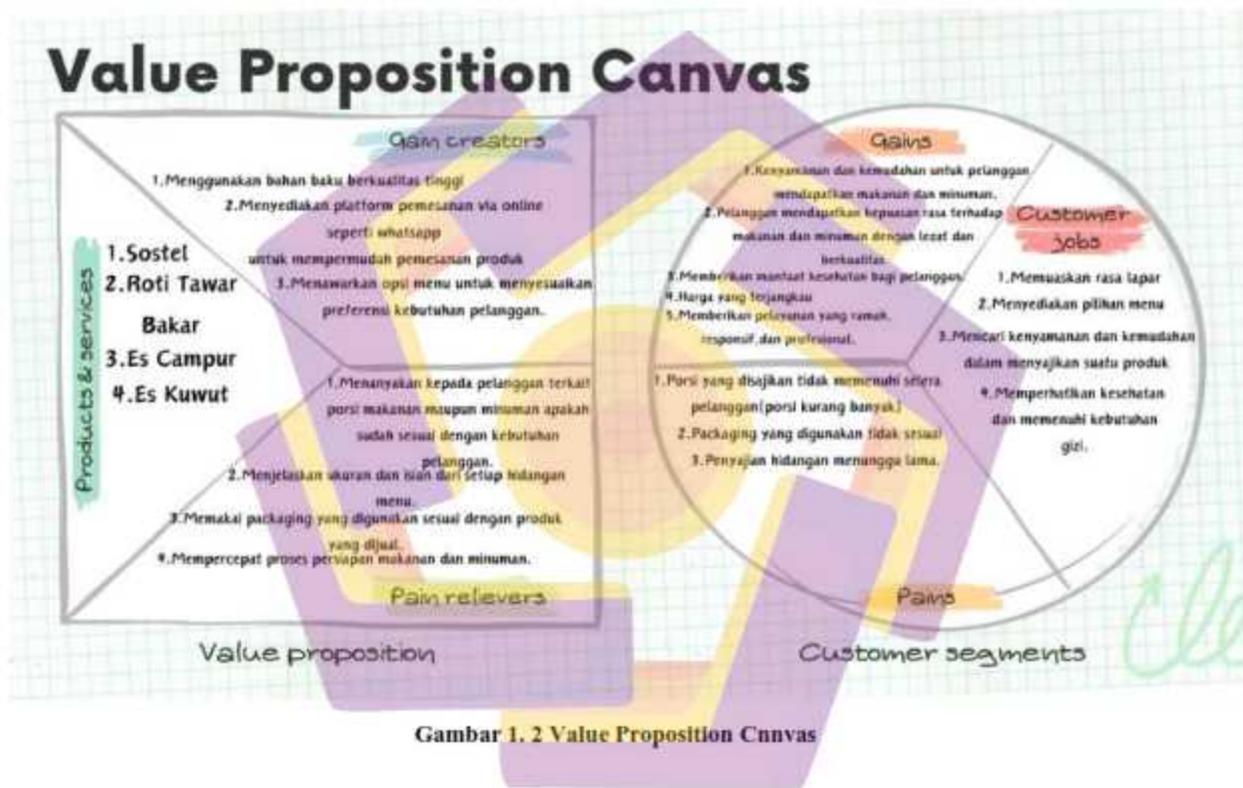


Gambar 1. 1 Grafik Survei Peminat Camilan di Indonesia

Hasil survei yang dilakukan google trend 1 tahun terakhir menjabarkan bahwa selama setahun terakhir, google trend telah melakukan survei terhadap peminat camilan yang terus meningkat seiring berjalannya waktu. Banyak masyarakat yang mencari informasi tentang trend camilan saat ini meliputi inovasi produk camilan. Maka dari itu hasil dari survei menunjukkan bahwa preferensi konsumen terhadap camilan terus berkembang.

Adapun survei yang kami lakukan untuk mengetahui kepuasan pelanggan dilakukan dengan membagi kuisioner melalui whatsapp yang dilakukan pada 18 Februari 2024 sejumlah 41 responden. Kuisioner yang dibagikan hanya kepada responden yang telah membeli produk di Kedai Zifa. Dari hasil kuisioner kepuasan pelanggan di atas dapat mengetahui permasalahan pelanggan meliputi porsi yang disajikan tidak memenuhi selera pelanggan (porsi kurang banyak), packaging yang digunakan tidak sesuai dengan produk yang dijual, dan penyajian hidangan menunggu lama.

1.2 Solusi dan Nilai Lebih yang Ditawarkan



Maka dari itu kami memberi solusi dengan menanyakan terlebih dahulu kepada pelanggan terkait porsi makanan maupun minuman apakah ada tambahan atau pengurangan porsi, menjelaskan ukuran dan isian dari setiap hidangan menu kepada pelanggan, packaging yang digunakan sesuai dengan produk yang dijual seperti sostel menggunakan mika, roti tawar bakar menggunakan plastik opp, es campur dan es kuwut menggunakan cup minuman dengan ukuran 16 oz setara dengan 480 ml, dan untuk penyajian produk sostel membutuhkan waktu yang cukup lama sekitar 15 menit maka dari itu kami memanaskan alat cetak sostel lebih dulu dikarenakan panasnya menunggu waktu yang lama sehingga pelanggan hanya menunggu sekitar 5 – 8 menit.

1.3 Noble Purpose

Tujuan mulia didirikannya usaha ini untuk dapat menciptakan peluang kerja, mengurangi pengangguran, dalam operasional usaha Kedai Zifa berkomitmen menggunakan bahan-bahan lokal yang berkelanjutan. Dalam membuat produk di Kedai Zifa memperhatikan aspek kesehatan dan gizi dengan menyediakan variasi roti bakar sehat, menggunakan bahan berkualitas tinggi dan mengurangi penggunaan bahan tambahan yang tidak sehat.

1.4 Visi, Misi dan Logo Bisnis

1.4.1 Visi

Menjadi tempat makan yang menomor satukan cita rasa kenyamanan dan juga harga yang terjangkau bagi masyarakat terutama anak pelajar.

1.4.2 Misi

1. Terus berinovasi dalam menciptakan menu-menu rumahan yang unik dan menarik.
2. Memberikan pelayanan yang baik dan ramah dalam upaya menarik pembeli.
3. Menjual produk dengan harga yang terjangkau tetapi dengan kualitas dan rasa yang memukau.

1.4.3 Logo Blns



Gambar 1. 3 Logo Usaha

