

## BAB I PENDAHULUAN

### 1.1 Permasalahan Konsumen

Berdasarkan survei yang telah dilakukan dengan menggunakan kuesioner Google Form pada tanggal 9-17 November 2024, diperoleh 105 responden yang terdiri dari konsumen dan calon konsumen dengan hasil sebagai berikut:

1. Sejumlah 79 responden berjenis kelamin perempuan dan 26 responden sisanya berjenis kelamin laki-laki.
2. Sejumlah 85 responden berumur 20-24 tahun, 13 responden berusia 15-19 tahun, 4 responden berusia 25-29 tahun, dan 3 responden terakhir berusia lebih dari 34 tahun.
3. Sejumlah 40 responden berdomisili di Sleman, 28 responden domisili di Gunungkidul, 14 responden berdomisili di Kota Yogyakarta, 6 responden domisili Bantul, sisanya berasal dari luar Yogyakarta yaitu 2 responden domisili Klaten Jawa Tengah, 2 berasal dari Bandung, dan 13 responden lainnya berasal dari Tulungagung, Bali, Tangerang, Purwokerto, Banten, Semarang, Kalimantan Timur, Cepu Blora, Bandung, dan Jakarta Timur.

Berdasarkan data yang telah didapatkan melalui survei tersebut, Rainbow Queen Dessert menemukan beberapa permasalahan yang dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Konsumen dan calon konsumen menyukai kudapan manis, meskipun begitu mereka tidak hanya berfokus pada rasa manis di lidah saja, akan tetapi mereka juga mulai memperhatikan nilai kesehatan pada setiap produk makanan yang hendak mereka konsumsi. **Sayangnya, makanan sehat saat ini mulai sulit untuk dijumpai di kalangan masyarakat.** Berdasarkan hasil kuesioner sejumlah 47 responden sangat setuju, 53 responden setuju, 4 responden tidak setuju, dan 1 responden sangat tidak setuju dengan pernyataan tersebut. Oleh karena itu, diambil kesimpulan

bahwa banyak responden yang menyukai makanan manis namun tetap sehat.

2. Produk yang memiliki visual menarik umumnya dapat lebih memikat konsumen. Tidak hanya pada produk saja, kemasan pun juga berperan sangat penting dalam pemasaran produk. **Namun, produk dengan tampilan menarik yang ada di pasaran cenderung memiliki harga yang tinggi.** Oleh karena itu, dilakukan riset terhadap 105 responden, dimana sejumlah 31 responden sangat setuju, sejumlah 63 responden menyatakan setuju bahwa visual dari produk dan kemasan yang unik lebih diminati, dan 11 lainnya tidak setuju. Sehingga dapat disimpulkan bahwa banyak orang sering memilih makanan berpenampilan menarik.
3. Sebelum penjualan makanan online sepopuler sekarang, toko fisik merupakan tempat yang paling banyak dikunjungi oleh orang-orang yang ingin membeli suatu produk. Namun, seiring berjalannya waktu dan akibat dari pandemi Covid-19 yang melanda tahun 2020 lalu menyebabkan perubahan dimana toko online menjadi pilihan terbaik bagi konsumen. Alasannya adalah kenyamanan, akses yang mudah, dan harga kompetitif. Meskipun begitu para pelaku usaha mulai aktif kembali berjualan secara offline setelah pandemi Covid-19 usai. **Akibat dari toko makanan yang mulai beragam, konsumen memiliki banyak referensi tempat untuk membeli makanan manis. Sehingga hal ini memicu terjadinya persaingan yang ketat dan promo besar-besaran.** Pernyataan tersebut dapat dibuktikan melalui jawaban kuesioner bahwa sejumlah 64 responden biasa membeli dessert melalui toko kue lokal, 45 responden membeli melalui event atau bazar, 37 responden membeli melalui platform pesan antar (Go Food dan shopee food), 28 responden membeli melalui minimarket atau supermarket, dan 47 responden memilih kafe dan restoran. Namun, dalam pertanyaan tersebut, setiap responden dapat memilih lebih dari satu opsi. Sehingga hal ini menyebabkan total pilihan melebihi dari total responden. Maka dapat disimpulkan bahwa dari kelima

pilihan tempat tersebut menjadi pilihan tempat sebagian orang untuk membeli dessert.

4. Semakin ketatnya persaingan penjualan di bidang kuliner, perbandingan harga menjadi hal yang utama diperhatikan oleh konsumen. Kini banyak beredar makanan dengan harga cenderung lebih murah. **Harga yang rendah tersebut akhirnya mempengaruhi kualitas produk.** Sehingga konsumen terkadang tidak puas dengan produk yang mereka beli. Berdasarkan data yang didapatkan 25 responden sangat setuju dessert yang mereka beli memiliki harga yang terjangkau, sejumlah 71 responden setuju, dan 9 responden merasa tidak setuju. Dapat disimpulkan harga dessert yang dijual di pasaran memiliki harga yang terjangkau.
5. Selain dari segi harga dan tampilan yang menarik, konsumen juga mengharapkan kualitas makanan yang mereka beli. Meskipun begitu, **sebagian produsen terkadang kurang mampu dalam memenuhi keinginan pelanggan sehingga akhirnya timbul rasa kekecewaan.** Sejumlah 23 responden sangat setuju bahwa dessert yang mereka beli memiliki cita rasa dan kualitas yang sesuai dengan apa yang mereka harapkan, sejumlah 73 responden setuju, dan 9 lainnya tidak setuju. Dapat disimpulkan dessert yang dijual dipasaran memiliki kualitas sesuai harapan pelanggan.
6. Waffle merupakan jenis kuliner yang sudah tidak asing lagi bagi banyak orang. Bisnis produk waffle mulai beredar di pasaran dengan tema dan konsep yang berbeda. **Menjamurnya produk waffle di kalangan konsumen menyebabkan tumbuh banyak pesaing baru sehingga sulit untuk menarik pelanggan baru atau sekedar mempertahankan loyalitas pelanggan lama.** Berdasarkan data yang didapatkan sejumlah 105 responden mengetahui jenis makanan waffle. Sehingga dapat disimpulkan bahwa banyak orang sudah tahu tentang makanan waffle.
7. Tingginya permintaan konsumen terhadap waffle dengan rasa manis menyebabkan berbagai jenis pilihan waffle masuk ke pasaran. Hal ini dapat menyebabkan **konsumen merasa bingung untuk memilih jenis**



**manakah yang ingin mereka beli.** Berdasarkan data yang didapatkan sejumlah 46 responden berminat terhadap Waffle Pops, 39 responden berminat Liege Waffle, 64 responden berminat Belgian Waffle, dan 16 lainnya berminat Sandwich Waffle. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa banyak orang cenderung menyukai jenis waffle dengan cita rasa manis (Waffle Pops, Liege Waffle, dan Belgian Waffle). (Setiap responden dapat memilih lebih dari satu opsi. Sehingga hal ini menyebabkan total pilihan melebihi dari total responden).

8. Peminat *custom packaging* sangat tinggi dibandingkan dengan jenis kemasan yang lain. Namun, **biaya penambahan packaging unik bisa menjadi tinggi yang nantinya dapat mempengaruhi harga jual akhir suatu produk.** Berdasarkan hasil data, sejumlah 77 responden memang memilih kemasan *custom packaging* sebagai kemasan yang cocok digunakan untuk waffle, 48 responden memilih mika dan label, dan 25 responden memilih plastik transparan dan label. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa banyak orang menyukai *custom packaging* karena lebih menarik. (Setiap responden dapat memilih lebih dari satu opsi. Sehingga hal ini menyebabkan total pilihan melebihi dari total responden).
9. Perpaduan tekstur waffle yang renyah dan lembut memang menjadi favorit banyak orang. **Akan tetapi menjaga keseimbangan antara kedua tekstur tersebut terkadang sulit dilakukan dikarenakan beberapa faktor.** Penyimpanan dan cara penyajian yang kurang tepat dapat mengubah hasil akhir dari waffle itu sendiri. Berdasarkan hasil data, sejumlah 51 responden menyukai waffle dengan tekstur lembut, sedangkan 54 lainnya menyukai tekstur renyah. Diambil kesimpulan bahwa tekstur waffle yang lembut dan renyah merupakan pilihan favorit banyak orang.
10. Penyajian waffle dengan topping yang banyak membuat konsumen merasa tertarik terhadap produk. **Tetapi penambahan topping yang terlalu banyak bisa saja mempengaruhi cara penyajian dan kepraktisan suatu produk.** Berdasarkan hasil data, sejumlah 81 responden menyukai

waffle dengan topping yang banyak, sedangkan 24 responden tidak menyukai topping yang banyak. Maka diambil kesimpulan topping waffle yang banyak merupakan kesukaan banyak orang.

11. Konsumen merasa mereka menginginkan pengalaman untuk menikmati sajian waffle yang masih dalam keadaan hangat dibandingkan dingin. Sementara itu, **memelihara suhu hangat cukup sulit dalam suatu produk. Faktor yang dapat mempengaruhi suhu adalah waktu pengiriman yang lama dan kemasan yang kurang tepat.** Berdasarkan hasil data, sejumlah 82 responden memilih menikmati waffle dalam keadaan hangat, sedangkan 23 lainnya memilih waffle suhu dingin. Diambil kesimpulan bahwa waffle yang masih hangat lebih digemari banyak orang.
12. Perkembangan inovasi topping pada kuliner semakin mengalami banyak perubahan. Terutama pada jumlah penambahan per saji yang bertujuan untuk menarik perhatian konsumen. **Akan tetapi, topping yang banyak dapat kurang baik bagi kesehatan terutama untuk jenis pelengkap yang sudah tinggi gula dan pada dasarnya hanya cocok dalam takaran sedikit.** Berdasarkan hasil data, sejumlah 71 responden menyukai topping Coklat dan taburan dengan pilihan aneka rasa, 43 responden menyukai topping madu, whip cream, dan buah, 39 responden menyukai topping karamel dan gula halus, 19 responden menyukai variasi gurih (keju, telur, beef, dan sayur), sedangkan 12 responden menyukai waffle original. Diambil kesimpulan bahwa topping dengan cita rasa manis tetap menjadi pilihan bagi banyak orang. (Setiap responden dapat memilih lebih dari satu opsi. Sehingga hal ini menyebabkan total pilihan melebihi dari total responden).
13. **Waffle umumnya memiliki harga jual yang cukup tinggi.** Harga tersebut disebabkan oleh harga bahan kue yang mengalami kenaikan. Terutama jika produk lebih memilih bahan-bahan yang mengutamakan kualitas dibandingkan dengan harga yang murah. Melalui hasil survey kuesioner yang telah dilakukan untuk harga waffle, sejumlah 52 responden

memilih harga Rp 10.000-Rp 18.000, 49 responden memilih Rp 19.000-Rp 28.000, dan 4 responden memilih Rp 29.000-Rp 40.000. Dapat disimpulkan bahwa waffle dengan harga Rp 10.000-18.000 menjadi pilihan.

## 1.2 Solusi dan Nilai Lebih yang Ditawarkan

Berdasarkan hasil kuesioner yang telah didapatkan, Rainbow Queen Dessert berupaya untuk memuaskan konsumen dan calon konsumen dengan terobosan terbaru. Dalam upaya untuk memenuhi kebutuhan tersebut maka Rainbow Queen Dessert mencoba memberikan beberapa solusi dari permasalahan yang ada yaitu sebagai berikut:

1. Permasalahan pertama yang dimiliki oleh konsumen adalah peduli akan makanan manis, tidak mengesampingkan aspek kesehatan, dan makanan tersebut yang sulit ditemukan di pasaran. Hal ini mendasari Rainbow Queen Dessert untuk menciptakan produk yang lebih sehat akan tetapi tetap memiliki rasa enak saat dinikmati. Untuk menciptakan produk yang lebih sehat maka perlu mengeksplorasi lebih banyak bahan baku. Hal ini bertujuan untuk dapat memilih bahan baku yang memiliki kualitas terbaik. Mulai dari tepung, gula, telur, dan lain-lain.
2. Hasil survei menyatakan bahwa banyak orang kerap membeli aneka kue atau dessert yang memiliki tampilan menarik. Dengan adanya peminat yang tinggi maka dapat menjadi peluang yang menjanjikan bagi bisnis untuk terus berusaha melakukan ekspansi jaringan pasar dalam upaya menjangkau para konsumen.
3. Responden menyatakan bahwa mereka kerap membeli dessert melalui toko kue lokal, event atau bazar, platform pesan antar seperti Go Food atau Shopee Food, minimarket atau supermarket, cafe, dan restoran. Mengetahui hal ini, Rainbow Queen mencoba mendistribusikan produk-produknya ke tempat tersebut. Produk dibuat lebih praktis, terlihat rapi dan bersih ketika sampai di etalase. Tidak hanya itu, pemberian diskon



*bundling* dengan produk lain menjadi strategi yang tepat untuk menarik perhatian sekaligus promosi dengan produk yang lebih populer.

4. Dessert dengan harga yang terjangkau menjadi produk yang sering dibeli. Rainbow Queen perlu memperhitungkan kembali kualitas dengan harga yang sudah ada. Rainbow Queen menargetkan konsumen dengan kalangan menengah keatas. Tantangan yang perlu dihadapi ialah membangun kepercayaan untuk calon konsumen mengenai produk yang dijual mulai dari segi rasa, ukuran, dan kualitas.
5. Responden menyatakan bahwa dessert yang pernah mereka beli memiliki cita rasa dan kualitas yang sesuai dengan harapan mereka, Rainbow Queen dessert harus menjaga kualitas agar konsumen tidak merasa kecewa. Apabila sudah memastikan kualitas namun berbanding terbalik dengan hasil akhir yang menyebabkan konsumen kurang puas terhadap produk, maka Rainbow Queen Dessert bersedia menerima kritikan dan bersedia memberikan pengganti secara gratis apabila diperlukan.
6. Dari hasil survei, responden mengetahui jenis makanan waffle, oleh sebab itu Rainbow Queen Dessert tidak terlalu memiliki tantangan yang berat untuk mengenalkan produknya.
7. Belgian Waffle menjadi jenis waffle yang banyak diminati, kemudian disusul dengan Waffle Pops dan Liege Waffle. Waffle dengan rasa gurih memiliki sedikit peminat padahal pilihan menu tersebut telah banyak dijual di pasaran. Karena peminat rasa manis masih mendominasi, maka Rainbow Queen Dessert akan memfokuskan terlebih dahulu untuk waffle dengan rasa tersebut.
8. Dari hasil survei yang telah didapatkan, kemasan yang paling menarik dan disukai oleh banyak orang yaitu *custom packaging*. Karena terdapat jenis pilihan waffle yang dijual secara tidak langsung maka pengemasan untuk waffle yang didistribusikan akan dikemas dengan menggunakan plastik berlabel.
9. Berdasarkan survey yang telah didapatkan, pilihan tekstur waffle renyah dan dingin memiliki selisih yang tipis. Itu artinya kedua tekstur tersebut

dapat dihadirkan keduanya. Dengan menyediakan pilihan renyah dan lembut sehingga konsumen dapat mencoba keduanya. Namun, karena penyajian hangat cukup sulit maka waffle hangat tidak akan ada pada sistem PO. Waffle hangat hanya akan disajikan ketika sedang membuka tenant saja.

10. Waffle dengan topping banyak memiliki total responden lebih tinggi dibandingkan dengan orang yang menyukai waffle topping sedikit. Rainbow Queen kini menghadapi sebuah tantangan baru untuk menciptakan dessert yang tetap sehat sedangkan konsumen cenderung menyukai topping yang berlimpah. Terutama bahan baku dengan kualifikasi yang diharapkan tentunya memiliki harga yang cukup tinggi. Meskipun begitu, ada beberapa upaya yang dapat dilakukan untuk menekan HPP produk seperti porsi topping minim namun tetap menarik dan menggunakan kemasan ekonomis.
11. Sebagian orang lebih suka menikmati waffle dalam keadaan hangat dibandingkan saat dingin. Rainbow Queen Dessert perlu terus melakukan uji coba untuk menciptakan produk waffle yang tetap enak meskipun disantap dalam keadaan dingin.
12. Topping waffle yang paling digemari adalah coklat dan taburan aneka rasa, kemudian madu dengan whip cream dan buah, yang terakhir jatuh kepada rasa *caramel sauce* dan gula halus. Sangat sesuai dengan topping waffle yang ada di Rainbow Queen Dessert.
13. Menurut hasil survei dapat diketahui harga ideal untuk produk waffle menurut konsumen adalah Rp 10.000 – Rp 18.000. Oleh karena itu, Rainbow Queen Dessert menetapkan harga Rp 8.000 untuk per-satuan dan harga tertinggi Rp 40.000 yang berupa produk hampers.

### 1.3 Noble Purpose

Rainbow Queen Dessert tidak hanya mencari keuntungan semata, bisnis ini berencana memberdayakan masyarakat yang kesulitan mencari pekerjaan yang



layak, terutama di daerah Gunungkidul untuk membantu meningkatkan perekonomian mereka.

#### 1.4 Visi, Misi, dan Logo Bisnis

##### a. Visi

Menjadi penyedia makanan penutup yang sehat, nikmat dan dapat dikenal secara luas oleh masyarakat di Daerah Istimewa Yogyakarta.

##### b. Misi

1. Menyediakan pilihan jenis dessert yang berkualitas.
2. Menggunakan bahan baku yang aman dan terbaik guna mempertahankan mutu produk.
3. Produksi dilakukan dengan higienis.
4. Memiliki pelayanan cepat, dan nyaman agar konsumen puas.
5. Memberikan penawaran harga yang terbaik.
6. Memperluas distribusi dan promosi produk.

##### c. Logo Bisnis



Gambar 1. 1 Logo Bisnis

Logo bisnis Rainbow Queen Dessert menyampaikan kesan elegan dan nuansa ceria melalui gambar sosok wanita dengan aksesoris warna biru tua. Warna biru tua memiliki makna kepercayaan, profesionalisme, dan ketenangan. Tiga kata tersebut menjadi prinsip utama dalam bisnis Rainbow Queen Dessert untuk dapat menyajikan waffle yang memiliki kualitas tinggi.

Nama Rainbow Queen memiliki lambang keberagaman mulai dari segi rasa hingga warna melalui produk waffle yang dihadirkan, sehingga dapat memberikan kesan unik dan menyenangkan untuk para pelanggan. Elemen yang sederhana dan anggun ini diharapkan dapat menunjukkan bahwa bisnis akan bertekad untuk menghadirkan waffle sehat dan nikmat untuk semua kalangan.

