

BAB I

PENDAHULUAN

Pangsit ayam merupakan salah satu makanan yang sudah akrab di lidah masyarakat Indonesia. Hidangan ini awalnya berasal dari budaya kuliner Tionghoa, namun seiring berjalannya waktu mengalami adaptasi rasa dan penyajian sesuai dengan selera lokal. Pangsit biasanya berisi campuran daging ayam cincang yang dibumbui, lalu dibungkus dengan kulit tipis dari tepung terigu dan dimasak dengan cara direbus, digoreng, atau disajikan bersama kuah kaldu hangat.

Dalam beberapa tahun terakhir, tren kuliner modern di Indonesia semakin berkembang dengan munculnya berbagai inovasi cita rasa. Salah satu varian yang tengah populer adalah pangsit ayam saus chili oil, yaitu pangsit ayam yang disajikan dengan campuran minyak cabai pedas khas oriental. Perpaduan rasa gurih, pedas, dan aroma bawang yang kuat menjadikan hidangan ini digemari oleh berbagai kalangan, terutama generasi muda yang menyukai sensasi pedas dan cita rasa autentik.

1.1 Permasalahan Konsumen

Berdasarkan hasil survei yang dilaksanakan pada tanggal 4 November 2024 terhadap 62 responden, ditemukan sejumlah permasalahan yang dihadapi oleh beberapa orang yang gemar membeli camilan, yaitu:

1. Camilan berat: Berdasarkan survei, 82,2% responden menyukai camilan berat seperti pangsit ayam dan sejenisnya. Dengan begitu camilan berat memiliki daya tarik yang tinggi dibanding dengan camilan ringan.
2. Tekstur: Berdasarkan survei, 85,5% responden menginginkan camilan yang memiliki rasa dan tekstur sesuai dengan harapan mereka.
3. Harga: Berdasarkan hasil survei, sebagian besar responden memilih membeli camilan dengan harga yang terjangkau.

4. Kemasan sesuai standar: Rata-rata responden menginginkan kemasan yang sesuai dengan standar pangan dan ramah lingkungan, sebagian besar memilih kemasan bowl dengan 25 responden dan kemasan *paper lunch box* kecil dengan 27 responden.

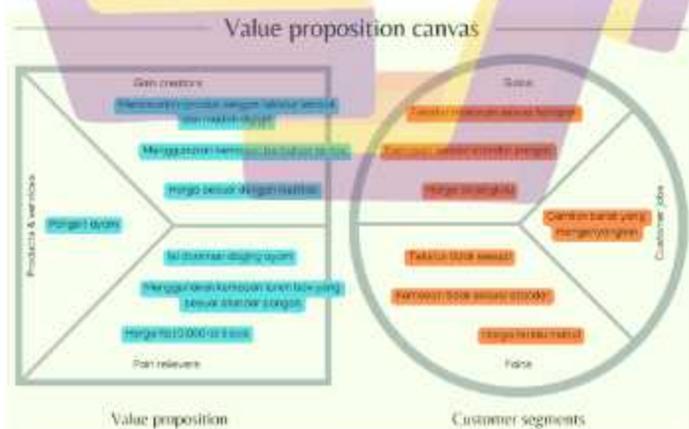
1.2 Solusi dan Nilai Lebih yang Ditawarkan

A. Solusi

Berdasarkan permasalahan konsumen yang telah disebutkan di atas, Kakoniku memberikan beberapa solusi untuk para konsumen, diantaranya:

1. Camilan berat: Kakoniku menyediakan camilan berat, yaitu pangsit ayam dengan cocolan pendamping yang dapat mengenyangkan perut.
2. Tekstur: Kakoniku menggunakan isian dengan dominan daging ayam untuk mendapatkan tekstur sesuai yang diharapkan.
3. Harga terjangkau: Kakoniku menawarkan pangsit ayam dengan harga yang terjangkau yaitu Rp 10.000 isi 5 pcs dan selalu melakukan *quality control* sebelum dan sesudah produksi.
4. Kemasan: Kakoniku menggunakan kemasan *paper lunch box* kecil yang sesuai dengan standar pangan dan ramah lingkungan.

B. Nilai Lebih



Gambar 1. 1 Value Proposition Canvas

1. Customer Segments

a. Customer Jobs

Apa yang ingin dicapai pelanggan:

- Mencari camilan berat yang mengenyangkan.

b. Gains

Harapan atau nilai positif yang diinginkan pelanggan:

- Tekstur makanan sesuai harapan (lembut/empuk).
- Kemasan yang sesuai standar pangan.
- Harga yang terjangkau.

c. Pains

Keluhan atau masalah yang sering dialami pelanggan:

- Tekstur tidak sesuai (keras atau tidak enak digigit).
- Kemasan tidak sesuai standar (kurang higienis atau tidak ramah lingkungan).
- Harga terlalu mahal.

2. Value Proposition

a. Produk & Layanan

- Pangsit ayam

b. Gain Creators

Hal-hal yang membuat pelanggan merasa puas atau mendapatkan nilai lebih:

- Menawarkan produk dengan tekstur lembut dan mudah digigit.
- Menggunakan kemasan berbahan kertas.
- Harga sesuai dengan kualitas.

c. Pain Relievers

Solusi untuk menghilangkan keluhan pelanggan:

- Isi pangsit yang dominan daging ayam, sehingga terasa lebih padat dan memuaskan.
- Menggunakan kemasan lunch box sesuai standar pangan, sehingga lebih higienis dan ramah lingkungan.

- Menawarkan harga Rp10.000 untuk 5 pcs, sehingga menjadi pilihan yang cukup terjangkau.

Kakoniku menyediakan produk pangsit ayam dengan menerapkan sistem pre-order dan pesan antar, sehingga memberikan kenyamanan lebih bagi konsumen yang tidak ingin repot keluar rumah.

1.3 Noble Purpose

Menyajikan camilan yang sehat dan berkualitas → Fokus pada menciptakan pengalaman menikmati camilan yang dibuat menggunakan bahan-bahan pilihan.

1.4 Visi, Misi, dan Logo Bisnis

Visi

Menjadi perusahaan dengan merek ternama dalam menghadirkan olahan daging ayam yang lezat, sehat, dan berkualitas, dengan inovasi produk yang memuaskan bagi masyarakat Indonesia.

Misi

- Menyediakan produk dengan bahan-bahan segar dan berkualitas melalui proses pengolahan yang aman dan higienis.
- Mengembangkan variasi produk olahan daging ayam yang kreatif dan mengikuti tren kuliner.
- Mengurangi limbah kemasan dengan menggunakan bahan ramah lingkungan serta meningkatkan efisiensi dalam produksi.
- Memanfaatkan teknologi digital untuk memudahkan pelanggan dalam memesan produk.

Logo Bisnis

