

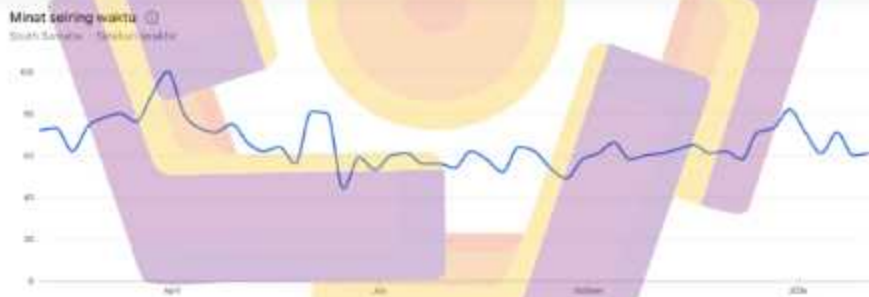
BAB I

PENDAHULUAN

Industri kuliner merupakan salah satu sektor usaha yang terus berkembang di Indonesia dan menjadi elemen penting dalam perekonomian nasional, terutama yang dikelola oleh Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Produk makanan siap saji seperti bakso menjadi favorit banyak kalangan karena harga yang terjangkau, cita rasa yang familiar, serta mudah diakses oleh berbagai kelompok masyarakat. Perubahan gaya hidup dan meningkatnya mobilitas konsumen turut memperkuat posisi makanan cepat saji termasuk bakso sebagai pilihan utama dalam konsumsi harian.

Selain itu, perilaku konsumen saat ini menunjukkan bahwa mereka tidak hanya mengevaluasi produk berdasarkan kualitas rasa, tetapi juga mempertimbangkan faktor kebersihan, variasi menu, pengalaman pembelian, serta tren yang berkembang di tengah masyarakat. Fenomena ini menuntut para pelaku usaha kuliner untuk terus berinovasi dan menyesuaikan strategi bisnis agar tidak kehilangan daya tarik pasar.

Gambar 1. 1 Minat Bakso di Sumatra Selatan periode Februari 2025-Februari 2026



Sumber: Data Google Trends 2026

Dapat dilihat di Gambar 1.1 di atas, minat pencarian terhadap kata kunci “bakso” di wilayah Sumatera Selatan selama satu tahun terakhir menunjukkan pola fluktuatif namun relatif stabil pada tingkat menengah ke atas. Pada bulan Maret 2025 menunjukkan Indeks tertinggi mencapai 100, yang menunjukkan puncak minat masyarakat terhadap pencarian bakso pada periode tersebut. Indeks terendah berada pada angka 44 pada bulan Juni 2025, yang menunjukkan adanya penurunan minat secara relatif dibandingkan periode puncak. Setelah penurunan pada bulan Juni, grafik kembali bergerak naik dan stabil pada kisaran 55–70 hingga

akhir periode. Menjelang awal tahun 2026, terjadi kenaikan kembali hingga mendekati indeks 80 sebelum kembali stabil di sekitar angka 60. Data ini memberikan gambaran bahwa bakso tidak hanya menjadi makanan yang populer secara umum, tetapi juga tetap relevan dalam persepsi konsumen lokal sebagai pilihan kuliner yang dicari masyarakat.

Namun, di tengah tingginya minat pasar, tingkat persaingan dalam bisnis bakso di berbagai daerah termasuk Sumatera Selatan juga semakin meningkat. Banyak pelaku usaha yang menawarkan produk serupa, dengan berbagai variasi kualitas, harga, dan konsep layanan. Sebagian besar usaha bakso masih menggunakan pendekatan tradisional tanpa diferensiasi yang signifikan, sehingga sering bersaing terutama dari sisi harga dan lokasi, bukan inovasi nilai tambah yang berkelanjutan. Hal ini mengakibatkan kebutuhan strategi pengembangan usaha yang lebih kuat agar dapat menciptakan keunggulan kompetitif dan mempertahankan pertumbuhan usaha di tengah dinamika pasar yang kompleks.

Kondisi demikian menunjukkan bahwa meskipun industri bakso memiliki potensi pasar yang besar, pengembangan strategi bisnis yang terstruktur dan adaptif menjadi suatu kebutuhan penting. Strategi ini harus mampu menjawab tantangan persaingan sekaligus memaksimalkan peluang pasar berdasarkan kecenderungan perilaku konsumen yang terus berubah. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk merumuskan strategi pengembangan yang tepat bagi Bakso Tresno, sehingga dapat meningkatkan posisi usaha di pasar, memperkuat daya saing, dan mencapai pertumbuhan usaha secara berkelanjutan.

1.1 Permasalahan Konsumen

Beberapa permasalahan mulai teridentifikasi dalam pengalaman konsumen terhadap produk bakso yang beredar di pasaran, khususnya di wilayah penelitian. Berdasarkan hasil survei yang telah dilakukan, permasalahan yang paling dominan berkaitan dengan kualitas bahan baku, konsistensi rasa dan cita rasa kuah. Sebagian besar responden mengungkapkan bahwa bakso yang dijual di pasaran masih terasa dominan tepung dan kurang terasa dagingnya, sehingga menimbulkan persepsi kualitas yang kurang optimal. Selain itu, konsumen juga menyoroti rasa yang tidak konsisten, seperti kuah yang terkadang terlalu asin, hambar, atau kurang gurih, yang berdampak pada ketidakpuasan dan menurunnya minat untuk melakukan pembelian ulang.

Penelitian ini dilakukan untuk mengumpulkan data yang dapat menjadi dasar dalam merumuskan strategi pengembangan bisnis Bakso Tresno, khususnya pada aspek peningkatan kualitas bahan baku, standarisasi rasa, perbaikan higienitas usaha, serta

penyesuaian strategi harga agar lebih sesuai dengan persepsi nilai konsumen. Melalui penelitian ini, Bakso Tresno diharapkan memperoleh gambaran yang objektif mengenai preferensi, keluhan, dan harapan konsumen, sehingga dapat menjadi acuan dalam pengambilan keputusan strategis guna meningkatkan kepuasan pelanggan, memperkuat daya saing usaha, serta menciptakan pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan.

Pengumpulan data dilakukan pada periode September 2025 - November 2025 melalui penyebaran kuesioner berbasis digital menggunakan platform Google Form kepada responden yang merupakan konsumen dan calon konsumen produk bakso. Total responden yang berhasil diperoleh sebanyak 41 responden. Instrumen kuesioner disusun menggunakan pilihan ganda untuk mengukur tingkat pilihan terbanyak terhadap sejumlah pertanyaan. Data yang terkumpul selanjutnya diolah menggunakan metode percentage scoring dan dianalisis secara deskriptif untuk memperoleh gambaran kecenderungan preferensi serta permasalahan konsumen sebagai dasar penyusunan strategi pengembangan bisnis Bakso Tresno. Berdasarkan hasil kuesioner yang melibatkan 41 responden mengenai bisnis Bakso/Bakso Tresno, diperoleh identitas responden serta perilaku konsumen dalam melakukan pembelian. Berikut data dari responden hasil kuesioner:

1.1.1 Identitas Responden

Tabel 1. 1 Umur Reponden

UMUR	JAWABAN	PERSENTASE
15-19 tahun	11	26,8 %
20-29 tahun	16	39%
30-39 tahun	7	17,1%
40-49 tahun	5	12,2%
50-59 tahun	2	4,9%
Jumlah	41 responden	100%

Sumber : Data Primer diolah (2025)

Berdasarkan tabel 1.1 usia responden mayoritas berada pada rentang usia 20–29 tahun dengan persentase 39%, diikuti oleh usia 15–19 tahun sebesar 26,8%, kemudian 30–39 tahun sebesar 17,1%, serta 40–49 tahun sebesar 12,2%, sementara kelompok usia 50–59 tahun merupakan yang paling sedikit dengan kisaran sekitar 4–5%. Data ini mengindikasikan bahwa responden didominasi oleh kalangan

remaja dan dewasa muda (15–29 tahun), yang merupakan segmen usia produktif dan berpotensi memiliki tingkat konsumsi bakso dan yang cukup tinggi, sehingga dapat menjadi target pasar utama dalam pengembangan strategi bisnis.

Tabel 1. 2 Jenis Kelamin

JENIS KELAMIN	JAWABAN	PERSENTASE
Laki-laki	26	63,4%
Perempuan	15	36,6%
Jumlah	41 responden	100%

Sumber : Data Primer diolah (2025)

Dari tabel 1.2 di atas sebagian besar responden berjenis kelamin perempuan dengan persentase sebesar 63,4%, sedangkan responden laki-laki berjumlah 36,6%. Data ini mengindikasikan bahwa partisipasi responden dalam penelitian ini didominasi oleh perempuan, sehingga preferensi, persepsi kualitas, serta harapan terhadap produk bakso dalam survei ini cenderung lebih banyak merepresentasikan sudut pandang konsumen perempuan.

Tabel 1. 3 Domisili Responden

DOMISILI	JAWABAN	PERSENTASE
Baturaja Lama	10	24,4%
Pasar Baru	10	24,4%
Kemala Raja	10	24,4%
Sukaraya	8	19,5%
Sukajadi	3	7,3%
Jumlah	41 responden	100%

Sumber : Data Primer diolah (2025)

Berdasarkan tabel 1.3, domisili terbanyak berasal dari Baturaja Lama, Pasar Baru, dan Kemala Raja yang masing-masing memiliki persentase 24,4%, sehingga ketiga wilayah tersebut menjadi penyumbang responden terbesar dalam penelitian ini. Selanjutnya, responden yang berdomisili di Sukaraya sebesar 19,5%, sedangkan Sukajadi merupakan wilayah dengan jumlah responden paling sedikit yaitu 7,3%. Data ini menunjukkan bahwa sebaran responden relatif merata di beberapa wilayah

utama, dengan konsentrasi terbesar berada di tiga daerah dominan yang berpotensi menjadi fokus pasar utama dalam pengembangan bisnis.

Tabel 1. 4 Pekerjaan

PEKERJAAN	JAWABAN	PERSENTASE
Pelajar/Mahasiswa	10	24,4%
Karyawan	10	24,4%
Wirausaha	10	24,4%
IRT	8	19,5%
Jumlah	41 responden	100%

Sumber : Data Primer diolah (2025)

Berdasarkan tabel 1.4 pekerjaan sebagian besar responden berstatus Pelajar/Mahasiswa dengan persentase sebesar 34,1%, diikuti oleh Wirausaha sebesar 26,8%, kemudian Ibu Rumah Tangga sebesar 22%, dan Karyawan sebesar 17,1%. Data ini mengindikasikan bahwa responden didominasi oleh kalangan pelajar atau mahasiswa, yang berpotensi memiliki tingkat konsumsi bakso dan cukup tinggi serta sensitif terhadap harga, sehingga segmen ini dapat menjadi target pasar utama dalam perumusan strategi pengembangan usaha.

Untuk mengetahui permasalahan yang dialami oleh konsumen sebagai pembeli Bakso, pernyataan penelitian dibagi menjadi beberapa segmen, yaitu: Kualitas Bahan Baku, Cita Rasa Kuah, Standarisasi Rasa dan Kebersihan Tempat. Dari seluruh responden yang sudah diperoleh, ditemukan beberapa hal yang menjadi permasalahan. Permasalahan dari responden dapat dijabarkan sebagai berikut:

1.1.2 Kualitas Bahan Baku

Tabel 1. 5 Permasalahan Kualitas Bahan Baku

Pertanyaan	Jawaban	Jawaban	Persentase
Masalah apa yang PALING SERING kamu alami saat membeli bakso?	Bakso/mi kurang berkualitas	30	73,2%

Sumber : Data Primer diolah (2025)

Hasil survei menunjukkan bahwa permasalahan kualitas bahan baku (bakso/mi kurang berkualitas) menjadi keluhan paling dominan, dengan persentase sebesar 73,2% atau 30 dari 41 responden. Temuan ini mengindikasikan bahwa sebagian besar konsumen menilai kualitas produk yang beredar di pasaran belum memenuhi ekspektasi mereka.

Tabel 1. 6 Jawaban Pertanyaan Kualitas Bahan

Pertanyaan	Jawaban	Jawaban	Persentase
Menurut kamu, apa kekurangan bakso yang banyak dijual saat ini?	Bakso campuran tepung, kurang terasa dagingnya, tekstur yang terlalu kenyal	28	68,3%

Sumber : Data Primer diolah (2025)

Berdasarkan tabel 1.6 diatas menunjukkan jawaban terbuka responden, keluhan terkait kualitas bahan baku umumnya mengarah pada bakso yang terasa terlalu banyak campuran tepung dan kurang terasa dagingnya, tekstur yang terlalu kenyal secara tidak alami, serta mi yang terkadang lembek atau kurang matang.

1.1.3 Kuah Kurang Gurih

Tabel 1. 7 Permasalahan Kuah Kurang Gurih

Pertanyaan	Jawaban	Jawaban	Persentase
Masalah apa yang PALING SERING kamu alami saat membeli bakso?	Kuah kurang gurih	26	63,4%

Sumber : Data Primer diolah (2025)

Dari tabel 1.7 menunjukkan bahwa sebanyak 63,4% responden (26 dari 41 orang) mengeluhkan bahwa kuah bakso kurang gurih, sehingga menjadi salah satu permasalahan utama yang memengaruhi tingkat kepuasan konsumen. Kuah merupakan elemen sentral dalam produk bakso karena berperan sebagai penentu karakter rasa secara keseluruhan. Keluhan yang muncul umumnya berkaitan dengan rasa kuah yang hambar, kurang berkaldu, terlalu encer, atau terkadang terlalu asin sehingga tidak seimbang..

1.1.4 Rasa Tidak Stabil atau Konsisten

Tabel 1. 8 Permasalahan Rasa

Pertanyaan	Jawaban	Jawaban	Persentase
Masalah apa yang PALING SERING kamu alami saat membeli bakso?	Rasa tidak konsisten	23	56,1%

Sumber : Data Primer diolah (2025)

Tabel 1.8 menunjukkan bahwa 56,1% responden (23 dari 41 orang) menyatakan sering mengalami rasa yang tidak konsisten saat membeli bakso. Permasalahan ini merujuk pada perubahan cita rasa yang tidak stabil antara satu waktu pembelian dengan waktu lainnya, seperti kuah yang terkadang terlalu asin, hambar, atau kurang gurih, serta tingkat kematangan dan bumbu yang berbeda-beda

1.1.5 Tempat Kurang Bersih

Tabel 1. 9 Permasalahan Tempat

Pertanyaan	Jawaban	Jawaban	Persentase
Hal apa yang paling membuat kamu kecewa dan enggan beli kembali?	Tempat kurang bersih	23	56,1%

Sumber : Data Primer diolah (2025)

Dari tabel 1.9 di atas menunjukkan hasil survei terhadap 41 responden, sebanyak 68,3% (28 responden) menyatakan bahwa tempat kurang bersih menjadi salah satu faktor utama yang membuat mereka kecewa dan enggan melakukan pembelian ulang. Persentase ini tergolong tinggi dan menunjukkan bahwa aspek kebersihan memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen. Keluhan yang muncul umumnya berkaitan dengan kondisi gerobak atau warung yang terlihat kotor, meja dan peralatan makan yang kurang higienis, serta area penyajian yang tidak tertata rapi. Dalam bisnis kuliner, kebersihan bukan hanya berkaitan dengan estetika, tetapi juga menyangkut persepsi keamanan dan kualitas produk yang dikonsumsi. Tempat usaha yang kurang bersih dapat menimbulkan keraguan terhadap higienitas bahan baku dan proses pengolahan, sehingga menurunkan tingkat kepercayaan konsumen. Oleh karena itu, peningkatan standar kebersihan, seperti menjaga kebersihan area memasak,

menggunakan peralatan yang bersih, serta menata ruang usaha agar lebih rapi dan nyaman, menjadi langkah penting dalam meningkatkan kepuasan serta loyalitas pelanggan.

1.2 Solusi dan Nilai Lebih yang di Tawarkan

Berdasarkan identifikasi permasalahan konsumen dari pengumpulan data berdasarkan survei melalui pembagian kuesioner, Bakso Tresno memberikan solusi sebagai berikut:

1.2.1 Solusi

1.2.1.1 Kualitas Bahan Baku

Sebagai tindak lanjut dari temuan bahwa 73,2% responden (30 dari 41 orang) menilai bakso/mi kurang berkualitas, solusi utama yang perlu diterapkan adalah peningkatan dan standarisasi kualitas bahan baku. Permasalahan dominan yang muncul, seperti bakso terasa banyak tepung dan kurang terasa dagingnya serta tekstur mi yang lembek, menunjukkan perlunya perbaikan komposisi dan pemilihan bahan. Oleh karena itu, Bakso Tresno perlu meningkatkan proporsi daging dalam adonan bakso dengan komposisi yang lebih seimbang (meningkatkan persentase daging dibanding tepung), memilih bahan baku segar dan berkualitas, serta memastikan penggunaan mi dengan standar mutu yang baik agar teksturnya tetap kenyal dan tidak mudah lembek. Selain itu, diperlukan kerja sama dengan pemasok yang terpercaya untuk menjaga konsistensi kualitas bahan serta melakukan kontrol kualitas (quality control) secara rutin sebelum proses produksi. Dengan peningkatan kualitas bahan baku, produk akan memiliki cita rasa yang lebih autentik, tekstur yang lebih baik, serta mampu meningkatkan persepsi nilai dan kepercayaan konsumen terhadap Bakso Tresno.

1.2.1.2 Kuah Kurang Gurih

Sebagai solusi atas permasalahan cita rasa kuah yang kurang gurih yang dikeluhkan oleh 63,4% responden (26 dari 41 orang), langkah yang perlu dilakukan adalah memperbaiki formulasi dan teknik pembuatan kaldu agar menghasilkan rasa yang lebih kuat, seimbang, dan konsisten. Kuah merupakan elemen utama dalam bakso, sehingga kualitasnya sangat menentukan persepsi keseluruhan produk. Bakso Tresno dapat meningkatkan kualitas kuah dengan menggunakan kaldu asli dari rebusan tulang sapi atau ayam dalam durasi yang cukup (misalnya 3–4 jam perebusan) untuk menghasilkan rasa yang lebih berkaldu dan medok. Selain itu,

perlu dilakukan standarisasi takaran bumbu serta uji rasa (quality check) sebelum penyajian agar tidak terjadi rasa yang terlalu asin atau hambar. Penggunaan bahan pelengkap seperti bawang putih tumis, lada, dan daun bawang segar juga dapat memperkaya aroma dan cita rasa kuah. Dengan peningkatan kualitas kaldu dan konsistensi racikan, kuah akan menjadi lebih gurih dan khas, sehingga mampu meningkatkan kepuasan serta memperkuat identitas rasa Bakso Tresno di mata konsumen.

1.2.1.3 Rasa Tidak Stabil atau Konsisten

Sebagai solusi atas permasalahan rasa tidak konsisten yang dikeluhkan oleh 56,1% responden (23 dari 41 orang), langkah utama yang perlu dilakukan adalah menerapkan standarisasi resep dan proses produksi secara ketat. Ketidakstabilan rasa umumnya terjadi karena takaran bumbu yang tidak terukur secara pasti, perbedaan cara memasak, atau kurangnya kontrol dalam proses perebusan dan penyajian. Oleh karena itu, Bakso Tresno perlu menyusun Standar Operasional Prosedur (SOP) yang jelas, mulai dari komposisi bumbu dalam gram atau mililiter, takaran garam dan penyedap, hingga durasi perebusan kuah dan bakso. Penggunaan alat ukur seperti timbangan digital dan sendok takar sangat dianjurkan untuk meminimalkan variasi rasa. Selain itu, pelatihan karyawan mengenai teknik peracikan dan kontrol rasa secara rutin juga penting agar setiap penyajian memiliki standar yang sama. Dengan penerapan sistem standarisasi ini, konsumen akan memperoleh pengalaman rasa yang konsisten di setiap pembelian, sehingga dapat meningkatkan kepercayaan, kepuasan, dan loyalitas terhadap Bakso Tresno.

1.2.1.4 Tempat Kurang Bersih

Sebagai solusi atas permasalahan tempat kurang bersih yang dikeluhkan oleh 68,3% responden (28 dari 41 orang), Bakso Tresno perlu menerapkan standar kebersihan dan higienitas yang lebih terstruktur dan konsisten. Kebersihan tidak hanya berkaitan dengan kenyamanan visual, tetapi juga memengaruhi tingkat kepercayaan konsumen terhadap keamanan produk yang dikonsumsi. Oleh karena itu, langkah yang dapat dilakukan antara lain adalah menetapkan jadwal pembersihan rutin (misalnya sebelum buka, saat operasional, dan setelah tutup), memastikan meja, kursi, serta area penyajian selalu dalam kondisi bersih dan kering, serta menggunakan peralatan makan yang dicuci dengan standar sanitasi.

Gambar 1. 2 VPC Bakso Tresno

Sumber : Data Primer diolah (2025)

Dari hasil pemetaan *Value Proposition Canvas* ditemukan *Gain Creator* sebagai nilai tambah yang ditawarkan dari Bakso Tresno sebagai berikut:

- a. Bakso Berkualitas dengan Rasa Daging yang Dominan
Bakso Tresno menawarkan komposisi daging yang lebih dominan dibandingkan tepung, sehingga menghasilkan tekstur yang lebih padat, rasa lebih autentik, dan tidak terasa “kosong”. Nilai tambah ini secara langsung menjawab keluhan konsumen mengenai bakso yang terlalu banyak campuran. Dengan peningkatan kualitas bahan baku, konsumen akan merasakan perbedaan nyata dari segi cita rasa dan kepuasan saat mengonsumsi produk.
- b. Cita Rasa Khas dan Konsisten setiap Pembelian
Melalui penerapan standar operasional prosedur (SOP) dalam takaran bumbu dan proses produksi, Bakso Tresno memastikan rasa yang stabil dan tidak berubah-ubah. Konsistensi ini menciptakan rasa percaya pada konsumen karena mereka memperoleh pengalaman yang sama setiap kali membeli. Dalam bisnis kuliner, konsistensi merupakan faktor penting dalam membangun loyalitas pelanggan.
- c. Harga Terjangkau dengan Kualitas Meningkat (Value for Money)
Bakso Tresno tetap mempertahankan harga pada kisaran Rp12.000–Rp15.000 sesuai dengan preferensi mayoritas responden, namun dengan peningkatan kualitas bahan dan rasa. Hal ini menciptakan persepsi bahwa konsumen memperoleh kualitas lebih baik tanpa harus membayar harga premium, sehingga memperkuat daya saing usaha di segmen pasar menengah.
- d. Pengalaman Makan yang Nyaman dan Terpercaya
Dengan penerapan standar kebersihan dan higienitas yang lebih baik, Bakso Tresno tidak hanya menjual produk, tetapi juga memberikan rasa aman dan nyaman saat dikonsumsi. Tempat yang bersih dan tertata rapi meningkatkan citra profesional usaha serta memperkuat kepercayaan konsumen terhadap kualitas dan keamanan produk.

1.3 Noble Purpose

Bakso Tresno didirikan tidak semata-mata untuk mencapai keuntungan finansial, tetapi juga sebagai bentuk komitmen dalam menghadirkan produk kuliner yang berkualitas, terjangkau, dan memberikan rasa aman bagi konsumen. Usaha ini bertujuan untuk menyediakan bakso dengan standar bahan baku yang lebih baik, cita rasa yang konsisten, serta tingkat kebersihan yang terjaga, sehingga mampu meningkatkan kepuasan dan kepercayaan pelanggan, khususnya pada segmen pelajar, mahasiswa, dan masyarakat umum. Dengan mempertahankan harga yang sesuai dengan daya beli konsumen namun tetap meningkatkan kualitas, Bakso Tresno berupaya menciptakan nilai tambah yang berorientasi pada keseimbangan antara kualitas dan keterjangkauan.

Selain memberikan manfaat bagi konsumen, Bakso Tresno juga memiliki tujuan sosial, yaitu berkontribusi terhadap pemberdayaan ekonomi masyarakat lokal melalui penggunaan bahan baku dari pemasok sekitar serta penciptaan peluang kerja di lingkungan usaha. Melalui penerapan standar kualitas dan pelayanan yang lebih baik, usaha ini diharapkan dapat mendorong terciptanya praktik bisnis kuliner yang lebih bertanggung jawab, higienis, dan berkelanjutan, sehingga memberikan dampak positif tidak hanya bagi pelanggan tetapi juga bagi masyarakat secara luas.

1.4 Visi, Misi dan Logo Bisnis

Visi merupakan suatu pernyataan komprehensif tentang segala sesuatu yang diharapkan suatu organisasi pada masa yang akan datang dan dibuat sebagai pedoman atau arah tujuan jangka Panjang. Sedangkan misi adalah sebuah *guidelines* lebih *pragmatis* dan konkrit yang dapat dijadikan acuan pengembangan strategi dan aktivitas dalam sebuah organisasi (Patmawati et al., 2023)

1.4.1. Visi

Menjadi usaha bakso yang unggul dalam kualitas rasa, konsistensi produk, dan kebersihan, serta dikenal sebagai pilihan utama masyarakat dengan harga terjangkau dan standar mutu yang terpercaya..

1.4.2. Misi

- a. Meningkatkan kualitas bahan baku dengan komposisi daging yang lebih dominan guna menghasilkan cita rasa yang lebih autentik dan memuaskan.

- b. Menerapkan standarisasi resep dan proses produksi untuk menjaga konsistensi rasa serta kualitas produk dalam setiap penyajian.
- c. Menghadirkan kuah kaldu yang gurih dan berkarakter melalui proses pengolahan yang terkontrol dan terstandar.
- d. Menjaga kebersihan dan higienitas tempat usaha sebagai bentuk komitmen terhadap kenyamanan dan keamanan konsumen.
- e. Menyediakan produk dengan harga yang terjangkau dan sebanding dengan kualitas, sehingga menciptakan nilai tambah bagi pelanggan.
- f. Berkontribusi terhadap perekonomian lokal melalui pemberdayaan tenaga kerja dan kerja sama dengan pemasok bahan baku di lingkungan sekitar.

1.4.3. Logo



Gambar 1. 3 Logo Bisnis

Sumber: Data primer (2025)