

## BAB II

### GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN DYDY'S KITCHEN

#### 2.1 Sejarah Perusahaan

Dydy's Kitchen merupakan sebuah usaha kuliner yang bergerak di bidang pembuatan dan penjualan berbagai jenis hidangan penutup serta roti. Berdiri di Semarang, Indonesia, Dydy's Kitchen telah berkembang menjadi salah satu mitra unggulan di platform GoFood. Perusahaan ini didirikan oleh Bunda Chris, salah satu pelopor dalam bisnis *dessert box* di Semarang. Visi dan tekadnya yang kuat membuat Bunda Chris memulai usaha ini untuk memperkenalkan aneka hidangan penutup berkualitas tinggi kepada masyarakat luas. Sejak awal pendiriannya, perusahaan ini berkomitmen untuk menyediakan makanan berkualitas dengan rasa yang lezat serta harga yang terjangkau bagi masyarakat luas.

Sejak awal berdiri, Dydy's Kitchen terus mengalami pertumbuhan yang signifikan, baik dari segi varian produk yang ditawarkan maupun jangkauan pasarnya. Produk unggulan yang ditawarkan adalah *dessert*. Dydy's Kitchen juga menyediakan berbagai jenis makanan lain seperti roti, pizza, dan pasta untuk memenuhi kebutuhan pelanggan yang lebih beragam. Tingginya semangat inovasi, perusahaan terus menciptakan menu baru yang mengikuti tren kuliner dan meningkatkan daya tarik bagi konsumen. Dydy's Kitchen juga memiliki komitmen untuk menjaga kualitas produk dengan bahan baku pilihan serta proses produksi yang higienis.

Dydy's Kitchen memanfaatkan berbagai platform digital, terutama GoFood, sebagai media utama dalam menjangkau pelanggan dalam upaya memperluas pasar. Melalui GoFood, Dydy's Kitchen dapat dengan mudah melayani pelanggan di wilayah Semarang dan sekitarnya. Kehadiran Dydy's Kitchen di media sosial seperti Facebook dan Instagram juga menjadi faktor penting dalam meningkatkan brand awareness serta membangun hubungan yang lebih erat dengan pelanggan. Melalui konten kreatif dan interaktif, perusahaan berhasil menarik perhatian pelanggan baru sekaligus mempertahankan pelanggan lama. Strategi ini terbukti efektif dalam meningkatkan penjualan dan memperluas jangkauan pasar secara signifikan.

Dydy's Kitchen menerapkan berbagai strategi pemasaran yang efektif dalam menjalankan usahanya. Salah satu strategi yang diterapkan adalah menawarkan berbagai promo menarik untuk pelanggan, baik melalui platform GoFood maupun media sosial. Dydy's Kitchen juga aktif membagikan informasi terkait produk terbaru serta interaksi dengan pelanggan melalui kanal digital mereka. Tidak hanya fokus pada penjualan, perusahaan juga memiliki misi sosial dengan membuka lapangan pekerjaan bagi masyarakat, terutama bagi perempuan yang ingin berdaya melalui sektor kuliner. Adanya kesempatan kerja ini memperlihatkan bahwa Dydy's Kitchen memiliki dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat sekitar dan memberdayakan perempuan untuk lebih mandiri secara ekonomi.

Strategi pemasaran yang efektif, serta pemanfaatan teknologi digital yang dikombinasikan dengan produk berkualitas menjadikan Dydy's Kitchen terus berkembang sebagai salah satu bisnis kuliner yang berdaya saing tinggi di

Semarang. Perusahaan ini berkomitmen untuk terus memberikan pelayanan terbaik serta menghadirkan inovasi dalam setiap produk yang ditawarkan guna mempertahankan eksistensinya di industri kuliner Indonesia. Melalui tekad dan kerja keras, Dydy's Kitchen tidak hanya menjadi bisnis yang sukses tetapi juga membawa dampak sosial positif dengan menciptakan peluang kerja serta memberdayakan masyarakat melalui dunia kuliner.

## **2.2 Visi dan Misi Perusahaan**

Setiap perusahaan tentu memiliki sasaran jangka panjang yang ingin diraih guna menjaga keberlangsungan usahanya. Untuk mencapai sasaran tersebut, berbagai strategi dan pendekatan diterapkan. Dydy's Kitchen merumuskan tujuan serta langkah strategisnya melalui visi dan misi berikut ini.

### **2.2.1 Visi**

Menjadi pelopor bisnis kuliner manis yang menginspirasi, bermanfaat, dan berdampak positif bagi komunitas, dengan memberdayakan perempuan melalui kewirausahaan kreatif serta menghadirkan kebahagiaan melalui produk berkualitas.

### **2.2.2 Misi**

1. Menghadirkan dessert box dan cemilan manis lainnya dengan cita rasa terbaik, kualitas tinggi, dan inovasi sesuai selera masyarakat.
2. Memberdayakan perempuan melalui pelatihan, penciptaan peluang kerja, dan pengembangan keterampilan di bidang kuliner.

3. Menjaga konsistensi rasa, kualitas produk, dan memberikan pelayanan yang ramah dan responsif kepada konsumen.
4. Berkontribusi pada pembangunan ekonomi lokal dengan melibatkan masyarakat sekitar dalam pengembangan usaha.
5. Menerapkan praktik bisnis yang berkelanjutan, ramah lingkungan, dan berbasis nilai-nilai kekeluargaan.

### 2.3 Logo dan Makna Perusahaan

Dydy's Kitchen Semarang merupakan salah satu bisnis yang bergerak di bidang kuliner berfokus pada dessert box, yang penggambaran logonya memiliki arti mencerminkan keahlian dan kreativitas dalam bidangnya. Logo Dydy's Kitchen juga merepresentasikan sebuah UMKM di Kota Semarang yang bergerak di bidang F&B yang sederhana namun elegan. Nama Dydy's Kitchen ditampilkan dengan yang memberikan kesan profesional sekaligus personal, seolah mengundang pelanggan untuk menikmati kelezatan makanan yang dibuat dengan penuh perhatian.

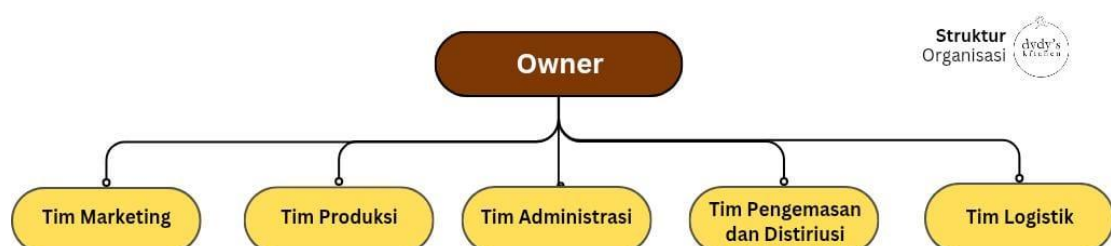


**Gambar 2. 1 Logo Dydy's Kitchen**  
Sumber : Dydy's Kitchen, 2024

Elemen lingkaran yang mengelilingi logo melambangkan harmoni dan keutuhan, sekaligus mengingatkan pada bentuk piring atau wadah yang erat kaitannya dengan dunia kuliner. Bentuk lingkaran pada logo tersebut juga melambangkan kesempurnaan, keberlanjutan, dan dedikasi, yang mencerminkan komitmen perusahaan untuk menjaga kualitas produk. Elemen visual berupa gambar topi koki di bagian atas logo memberikan kesan profesionalitas dan keahlian dalam seni memasak. Kombinasi dengan siluet sendok dan garpu yang bersilang semakin memperkuat identitas dapur sebagai pusat kreativitas kuliner. Keseluruhan desain logo ini mencerminkan komitmen Dydy's Kitchen untuk menghadirkan produk berkualitas dengan cita rasa manis yang mampu menyentuh hati para pelanggan.

## 2.4 Struktur Organisasi

Struktur dalam organisasi sangatlah penting untuk membantu kelancaran operasional dan pencapaian tujuan secara efektif dan efisien. Berikut merupakan struktur organisasi pada UMKM Dydy's Kitchen.



**Gambar 2. 2 Struktur UMKM Dydy's Kitchen**

Sumber : Dydy's Kitchen, 2024

## 2.5 Deskripsi Pekerjaan

Adapun penjelasan mengenai tugas-tugas dan tanggung jawab setiap bagian di Dydy's Kitchen adalah sebagai berikut:

1. *Owner*, bertanggung jawab dalam mengambil keputusan strategis terkait bisnis, menentukan arah perkembangan usaha, mengawasi kinerja seluruh tim, menjalin kerja sama dengan mitra bisnis dan platform pemasaran, dan mengontrol keuangan serta investasi usaha.
2. Tim produksi, bertanggung jawab dalam mengolah bahan baku menjadi produk sesuai standar kualitas, memastikan higienitas dalam proses produksi, mengembangkan inovasi menu baru sesuai dengan tren pasar, menjaga konsistensi rasa dan kualitas setiap produk, serta mengatur jadwal produksi agar pesanan pelanggan terpenuhi tepat waktu.
3. Tim marketing, bertanggung jawab dalam mengelola promosi melalui media sosial terutama Instagram, membuat strategi pemasaran, termasuk menjalankan program diskon, *giveaway*, atau *campaign* promosi lainnya, menjalin komunikasi dengan pelanggan, dan menangani *feedback*.
4. Tim administrasi, bertanggung jawab dalam mengatur administrasi operasional bisnis (stok bahan baku, pengeluaran, pemasukan) dan mengelola data pelanggan dan memastikan kepuasan pelanggan.
5. Tim pengemasan dan distribusi, bertanggung jawab dalam pengemasan produk yang sesuai dengan branding perusahaan, memastikan kualitas tetap terjaga, memantau stok kemasan, dan memastikan pesanan dikirim dengan cepat dan aman.

6. Tim logistik, bertanggung jawab dalam mengatur dan mengelola sistem pengiriman bahan baku produksi, memastikan bahan baku diterima tepat waktu dengan kondisi baik, mengkoordinasikan pengiriman dengan pihak ekspedisi, mengoptimalkan metode pengiriman agar efisien.

## 2.6 Produk Dydy's Kitchen

Produk adalah sesuatu yang bisa ditawarkan untuk memuaskan kebutuhan konsumen. Dydy's Kitchen memiliki berbagai macam jenis produk untuk memuaskan keinginan dan memenuhi kebutuhan konsumen di bidang kuliner khususnya *bakery* dan *pastry*. Dydy's Kitchen berfokus pada makanan penutup atau *dessert*. Berikut ini merupakan beberapa jenis produk yang di tawarkan oleh Dydy's Kitchen kepada konsumen:

**Tabel 2. 1 Produk Dydy's Kitchen**

| No | Gambar Produk Dydy's Kitchen                                                                          | Keterangan                                                                                                                                                                                                                                                                                                | Harga                      |
|----|-------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------|
| 1. |  <p>Kue kering</p> | Dydy's Kitchen menghadirkan kue kering dengan tekstur yang lebih renyah di luar namun tetap lembut di dalam. Setiap gigitan memiliki perpaduan rasa manis yang pas, dibuat dari mentega premium dan bahan berkualitas, sehingga memberikan pengalaman rasa yang lebih kaya dibandingkan kue kering biasa. | Rp.130.000 –<br>Rp.215.000 |

2.

*Milk bun*

Roti susu Dydy's Kitchen memiliki tekstur yang super *fluffy* dengan isian susu *creamy* yang meleleh di mulut. Dibuat menggunakan teknik fermentasi alami untuk menghasilkan rasa lebih kompleks dan aroma yang khas.

Vanilla:  
Rp.50.000

Tiramisu:  
Rp.55.000

Belgian Choco:  
Rp.60.000

3.

*Dessert box*

Dessert box Dydy's Kitchen tidak hanya sekadar kombinasi krim dan biskuit, tetapi dibuat dengan lapisan *mousse* lembut, saus *homemade*, serta topping yang dipilih dengan cermat agar memberikan pengalaman *dessert* premium dalam setiap sendokannya.

Rp.60.000

4.

*Regal pudding*

*Pudding* lembut berbasis susu, saus karamel yang meresap ke dalam, dan biskuit Regal yang tetap renyah meskipun disimpan dalam lemari pendingin. Setiap lapisannya menyatu sempurna untuk menciptakan keseimbangan tekstur dan rasa.

Rp. 40.000



- 
5.  *Mini burnt cheesecake*
- Cheesecake* berukuran mini ini memiliki tekstur yang *creamy* di dalam namun tetap dengan bagian luar yang *caramelized* dan sedikit *smoky*. Dibuat dengan teknik *slow baking* untuk menghasilkan rasa keju yang lebih intens dan tidak terlalu manis dengan sentuhan rasa artisan. Rp. 65.000
- 
6.  *Cinnamon rolls*
- Cinnamon rolls* Dydy's Kitchen berbeda dengan yang lain karena adonannya dibuat dengan teknik *overnight proofing*, menghasilkan tekstur yang lebih lembut dan *airy*. Dipadukan dengan berbagai *topping* yang dapat dipilih sesuai selera. Original: Rp.8.000  
Matcha/chocomalt : Rp.10.000  
Cheese: Rp.12.000
- 
7.  *Cream puff*
- Dibuat dengan *choux pastry* yang lebih renyah di luar dan *creamy* di dalam. Isian krimnya bukan sekadar *custard*, tetapi dibuat dari campuran *fresh cream* yang memberikan rasa lebih mendalam. Isi 6 : Rp.52.000  
Isi 9: Rp.70.000
- 
8.  *Cheese tart*
- Tart keju dengan keju premium untuk mendapatkan rasa gurih dan lumer yang sempurna. Tekstur tart yang renyah dan isian yang *creamy* dengan sedikit sentuhan madu menjadikannya lebih istimewa dibandingkan *cheese tart* lainnya. Isi 6: Rp.50.000  
Isi 9: Rp.70.000
-

9.

*Lasagna*

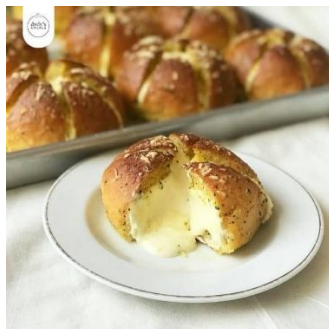
*Lasagna* Dydy's Kitchen Rp.45.000  
dibuat dengan saus bolognese yang dimasak perlahan selama 6 jam untuk menghasilkan rasa yang lebih kaya. Ditambah dengan *bechamel sauce* yang *creamy* dan lapisan pasta yang *homemade*, memberikan tekstur lembut serta rasa gurih yang autentik seperti buatan restoran Italia.

10.

*Spaghetti brulee*

Dibuat dengan perpaduan Small:  
saus *carbonara creamy* Rp.30.000  
dan lapisan keju yang dibakar hingga Medium:  
menghasilkan lapisan Rp.100.000  
*brulee* yang renyah di atasnya. Keju yang dipanggang memberikan tekstur garing yang kontras dengan pasta yang lembut di dalamnya.

11.

*Garlic bread*

Roti dengan olesan mentega bawang putih yang dibuat dengan campuran *butter herb homemade* yang diinfus selama 24 jam untuk menghasilkan aroma bawang putih yang dalam. Ditambah keju parmesan yang meleleh di atasnya, menciptakan cita rasa gurih.

Isi 1: Rp.25.000  
Isi 2: Rp.46.000  
Isi 3: Rp.65.000

## 2.7 Identitas Responden

Karakteristik responden dijabarkan pada penelitian ini dengan tujuan untuk mengetahui informasi mengenai responden yang dikaitkan dengan objek penelitian. Informasi mengenai identitas responden didapatkan dari kuesioner yang telah disebar oleh penulis. Konsumen yang telah melakukan pembelian *online* dari produk Dydy's Kitchen setidaknya dua kali dianggap sebagai responden dalam penelitian ini. Data yang dikumpulkan mencakup berbagai elemen seperti usia, tingkat pendidikan, lokasi tempat tinggal, pendapatan perbulan, dan sebagainya. Data responden menampilkan heterogenitas karakter dan menghasilkan persepsi yang beragam terkait dengan variabel yang diteliti.

### 2.7.1 Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Terdapat dua kategori dalam karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin, yakni perempuan dan laki-laki. Tujuannya untuk membandingkan jumlah antara konsumen perempuan dan laki-laki. Data berdasarkan jenis kelamin disajikan dalam tabel berikut:

**Tabel 2. 2 Jenis Kelamin Responden**

| No. | Jenis Kelamin | Frekuensi | Persentase (%) |
|-----|---------------|-----------|----------------|
| 1   | Perempuan     | 67        | 69.07          |
| 2   | Laki-laki     | 30        | 30.93          |
|     | Jumlah        | 97        | 100            |

*Sumber: Data primer yang diolah, 2024*

Data pada tabel 2.2 menunjukkan bahwa dalam penelitian ini, mayoritas responden berjenis kelamin perempuan dengan jumlah 67 responden (69,07%),

sedangkan sisanya adalah laki laki dengan jumlah 30 responden (30,93%). Melalui data tersebut, diketahui bahwa dominasi konsumen Dydy's Kitchen di Kota Semarang adalah perempuan.

### 2.7.2 Identitas Responden Berdasarkan Usia

Tingkat kesiapan seseorang dalam memberikan reaksi terhadap pertanyaan yang ada di kuesioner dapat dilihat melalui usia. Penelitian ini melibatkan responden dengan usia minimal 17 tahun yang telah dianggap sebagai usia dewasa. Data berdasarkan kelompok usia disajikan dalam tabel berikut:

**Tabel 2. 3 Usia Responden**

| No.    | Rentang Usia  | Frekuensi | Persentase (%) |
|--------|---------------|-----------|----------------|
| 1      | 17 – 21 tahun | 25        | 25.77          |
| 2      | 22 – 26 tahun | 63        | 64.95          |
| 3      | 27 – 30 tahun | 7         | 7.22           |
| 4      | > 30 tahun    | 2         | 2.06           |
| Jumlah |               | 97        | 100            |

*Sumber: Data primer yang diolah, 2024*

Data pada tabel 2.3 menunjukkan bahwa kelompok usia terbanyak adalah 22 – 26 tahun dengan jumlah 63 responden (64,95%). Sementara itu, kelompok usia 17 – 21 tahun berjumlah 25 responden (25,77%), kelompok usik 27 – 30 tahun berjumlah 7 responden (7,22%), dan kelompok usia >30 tahun berjumlah 2 responden (2,06%).

### 2.7.3 Identitas Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Pendidikan terakhir yang dimaksud dalam pengumpulan data ini adalah jenjang pendidikan tertinggi yang telah responden selesaikan saat mengisi kuesioner penelitian ini. Data berdasarkan pendidikan terakhir disajikan dalam tabel berikut:

**Tabel 2. 4 Pendidikan Terakhir Responden**

| No. | Pendidikan Terakhir | Frekuensi | Persentase (%) |
|-----|---------------------|-----------|----------------|
| 1   | SD                  | -         | -              |
| 2   | SMP                 | -         | -              |
| 3   | SMA/SMK             | 40        | 41.24          |
| 4   | Diploma             | 16        | 16.49          |
| 5   | Sarjana             | 41        | 42.27          |
|     | Jumlah              | 97        | 100            |

*Sumber: Data primer yang diolah, 2024*

Data pada tabel 2.5 menunjukkan bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini merupakan sarjana sebanyak 41 responden (42,27%). Disusul oleh responden lulusan SMA/SMK sebanyak 40 responden (41.24%), dan diploma sebanyak 16 responden (16.49%).

### 2.7.4 Identitas Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan

Terdapat lima kategori jenis pekerjaan sebagai aktivitas utama yang dilakukan individu untuk memenuhi kebutuhan hidup responden yang akan mempengaruhi bagaimana cara mereka dalam membuat keputusan pembelian terhadap produk Dydy's Kitchen.

**Tabel 2. 5 Jenis Pekerjaan Responden**

| No. | Jenis Pekerjaan   | Frekuensi | Persentase (%) |
|-----|-------------------|-----------|----------------|
| 1   | Pelajar/Mahasiswa | 44        | 45.36          |
| 2   | Karyawan swasta   | 34        | 35.05          |
| 3   | Karyawan BUMN     | 10        | 10.31          |
| 4   | Ibu Rumah Tangga  | 4         | 4.12           |
| 5   | TNI/Polri/PNS     | 1         | 1.03           |
| 6   | Lainnya           | 4         | 4.12           |
|     | Jumlah            | 97        | 100            |

*Sumber: Data primer yang diolah, 2024*

Data pada tabel 2.6 menunjukkan bahwa responden berdasarkan jenis pekerjaan didominasi oleh pelajar/mahasiswa sejumlah 44 responden (45,36%) dan jenis pekerjaan paling sedikit adalah TNI/Polri/PNS sejumlah 1 responden (1,03%). Melalui data tersebut, diketahui bahwa konsumen Dydy's Kitchen banyak yang merupakan pelajar/mahasiswa.

### 2.7.5 Identitas Responden Berdasarkan Penghasilan

Tingkat pendapatan digunakan untuk mengetahui besarnya pendapatan yang diterima responden setiap bulannya. Informasi ini berkaitan dengan pemilihan kebutuhan responden, gaya hidup, dan daya beli responden.

**Tabel 2. 6 Penghasilan Responden**

| No. | Penghasilan Per Bulan     | Frekuensi | Persentase (%) |
|-----|---------------------------|-----------|----------------|
| 1   | $\leq 1.000.000$          | 21        | 21.65          |
| 2   | $> 1.000.000 - 2.500.000$ | 28        | 28.87          |
| 3   | $> 2.500.000 - 4.000.000$ | 23        | 23.71          |
| 4   | $> 4.000.000 - 5.500.000$ | 16        | 16.49          |
| 5   | $> 5.500.000$             | 9         | 9.28           |
|     | Jumlah                    | 97        | 100            |

*Sumber: Data primer yang diolah, 2024*

Data pada tabel 2.7 menunjukkan bahwa sebagian besar responden mendapatkan penghasilan perbulan dalam rentang >Rp1.000.000 – Rp2.500.000 dengan jumlah 28 responden (28,87%) dan hanya 9 responden (9,28%) yang berpenghasilan perbulan >5.500.000.

#### 2.7.6 Identitas Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian Selama Tiga Bulan Terakhir

Data responden berdasarkan frekuensi pembelian diperlukan untuk mengetahui jumlah presentase frekuensi yang dilakukan oleh responden dalam melakukan pembelian berulang pada produk Dydy's Kitchen. Data berdasarkan penghasilan responden disajikan dalam tabel berikut:

**Tabel 2. 7 Frekuensi Pembelian Responden**

| No. | Frekuensi Pembelian | Frekuensi | Persentase (%) |
|-----|---------------------|-----------|----------------|
| 1   | 2 – 4 kali          | 69        | 71.13          |
| 2   | 5 – 7 kali          | 23        | 23.71          |
| 3   | 8 – 10 kali         | 2         | 2.06           |
| 4   | > 10 kali           | 3         | 3.09           |
|     | Jumlah              | 97        | 100            |

*Sumber: Data primer yang diolah, 2024*

Data pada tabel 2.8 menunjukkan bahwa frekuensi pembelian terbanyak adalah sebanyak 2 – 4 kali dengan persentase 71,13% yang dilakukan oleh 69 responden. Sementara itu, terdapat 2 responden (2,06%) yang telah melakukan pembelian sebanyak 8 – 10 kali dan 3 responden (3,09%) yang melakukan pembelian di atas 10 kali.

### 2.7.7 Identitas Responden Berdasarkan Pemberi Rekomendasi

Data responden berdasarkan pemberi rekomendasi bertujuan untuk memperoleh informasi mengenai jumlah persentase siapa yang menjadi perekomendasi produk Dydy's Kitchen pada tiap responden.

**Tabel 2. 8 Pemberi Rekomendasi Responden**

| No. | Perekomendasi | Frekuensi | Persentase (%) |
|-----|---------------|-----------|----------------|
| 1   | Teman         | 68        | 70.10          |
| 2   | Keluarga      | 18        | 18.56          |
| 3   | Komunitas     | 9         | 9.28           |
| 4   | Konsumen lain | 2         | 2.06           |
|     | Jumlah        | 97        | 100            |

*Sumber: Data primer yang diolah, 2024*

Data pada tabel 2.9 menunjukkan bahwa mayoritas responden mendapatkan rekomendasi dari teman terkait produk Dydy's Kitchen yakni sebesar 68 responden dengan persentase sebesar 70,10% dan terdapat 2 responden (2,06%) yang mendapat rekomendasi dari konsumen lain.