

**Hasil Riset
by Foodizz Academy**



Minat & Peluang
BISNIS BAKERY

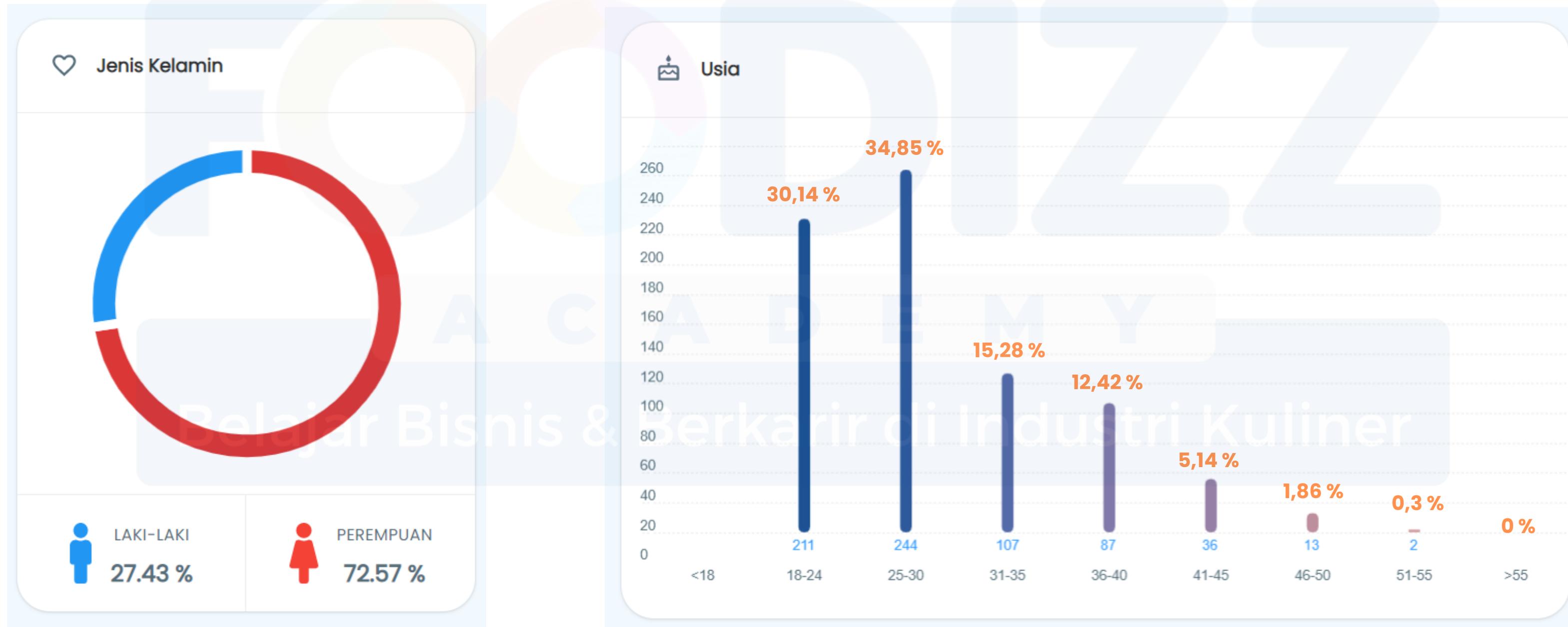
Februari 2023

INSIGHT
BISNIS
BAKERY
TERUPDATE!

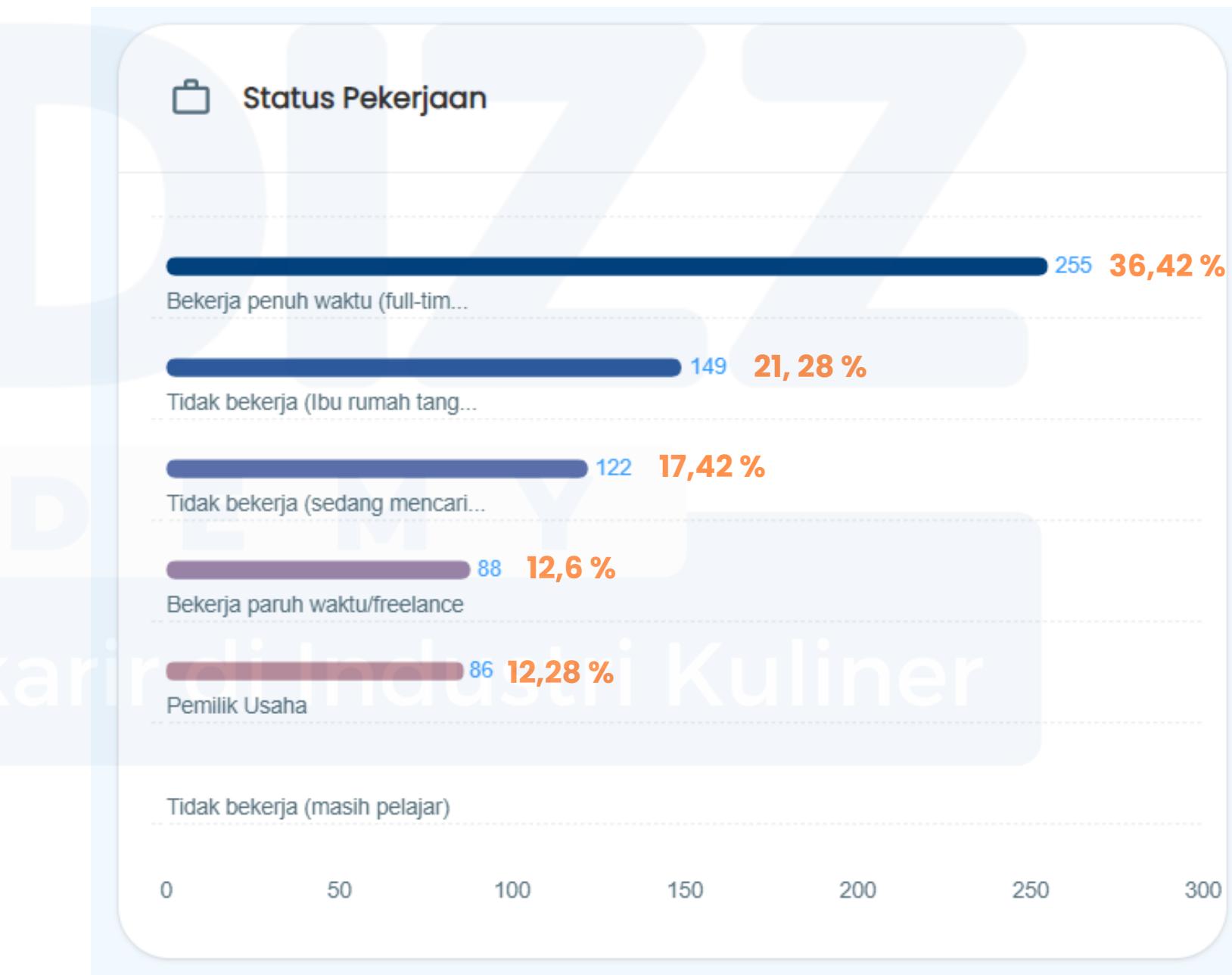


Detail Responden

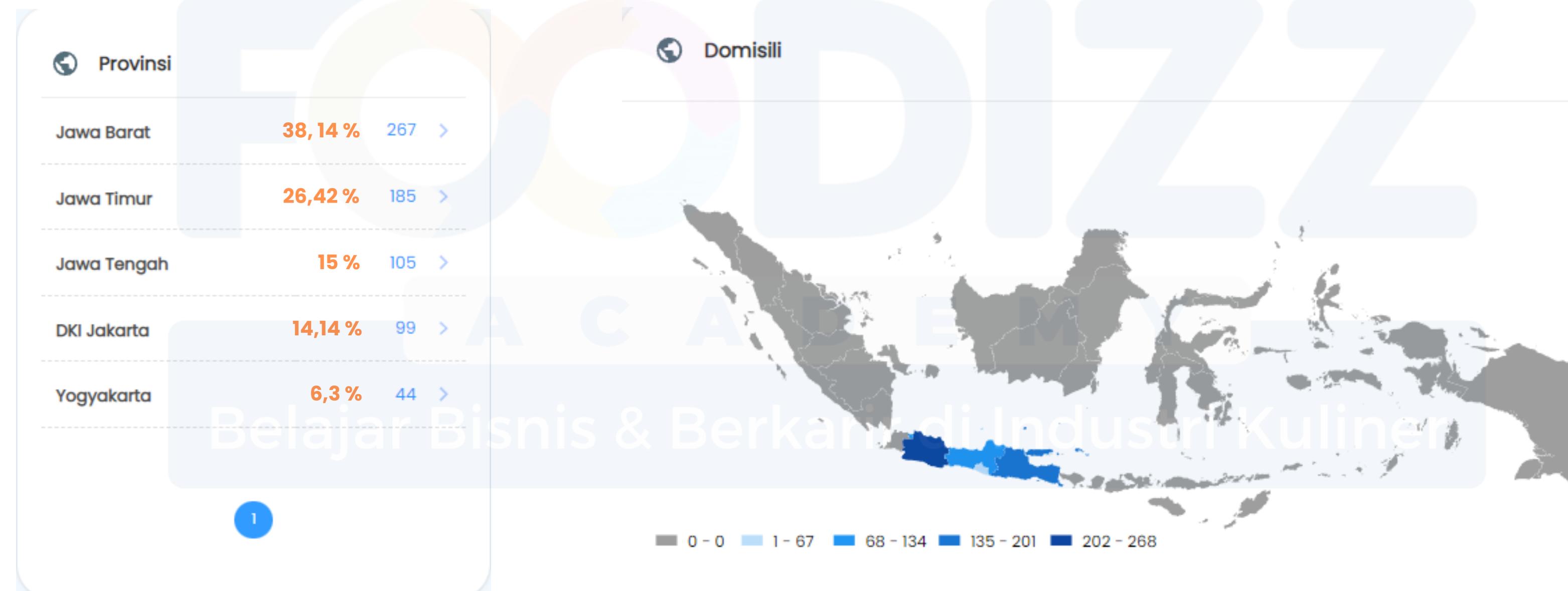
700 Responden | Laki-laki & Perempuan | Rentang Usia: 18-54 tahun



Profil Responden



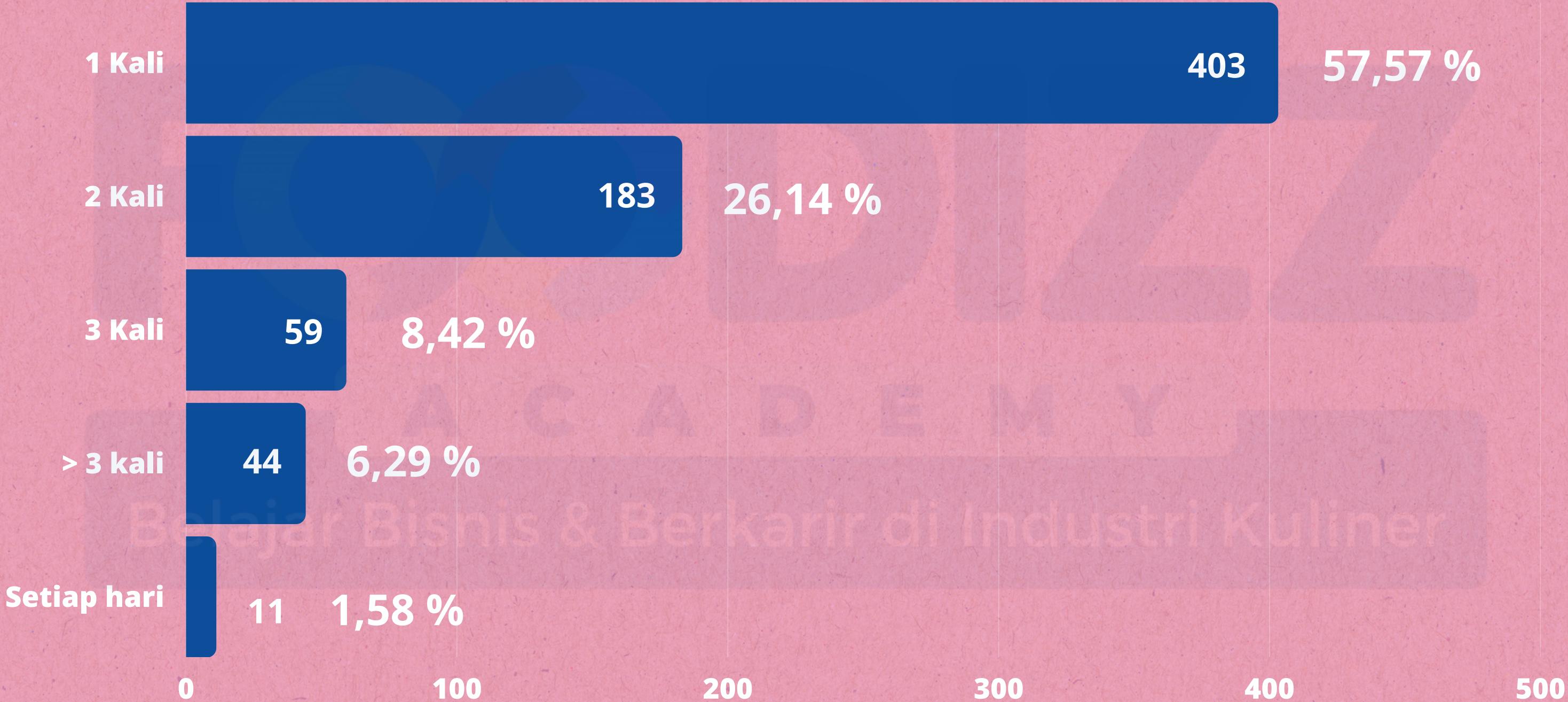
Profil Responden



3 Wilayah kontribusi tertinggi: 1 Jawa Barat | 2 Jawa Timur | 3 Jakarta

*Seberapa sering Anda
membeli produk Bakery &
Cakery dalam 1 minggu?*





Insight 1



- Sebanyak lebih dari separuh populasi survey **57,57%** membeli produk Bakery & Cakery dalam 1 minggu adalah sebanyak **1 Kali**
- Pembelian ini bisa mengindikasi bahwa secara keseluruhan, konsumen di 5 provinsi tadi sudah mulai rutin dalam mengkonsumsi produk Bakery & Cakery, walau secara frekuensi belum terlalu intens.

2

*Apa alasan Anda membeli
produk Bakery & Cakery?*



Sebagai asupan makanan utama

17 2,43 %

Sebagai cemilan (snack)

641 91,58 %

Sebagai makanan penutup

42 6 %

0

250

500

750



Insight 2

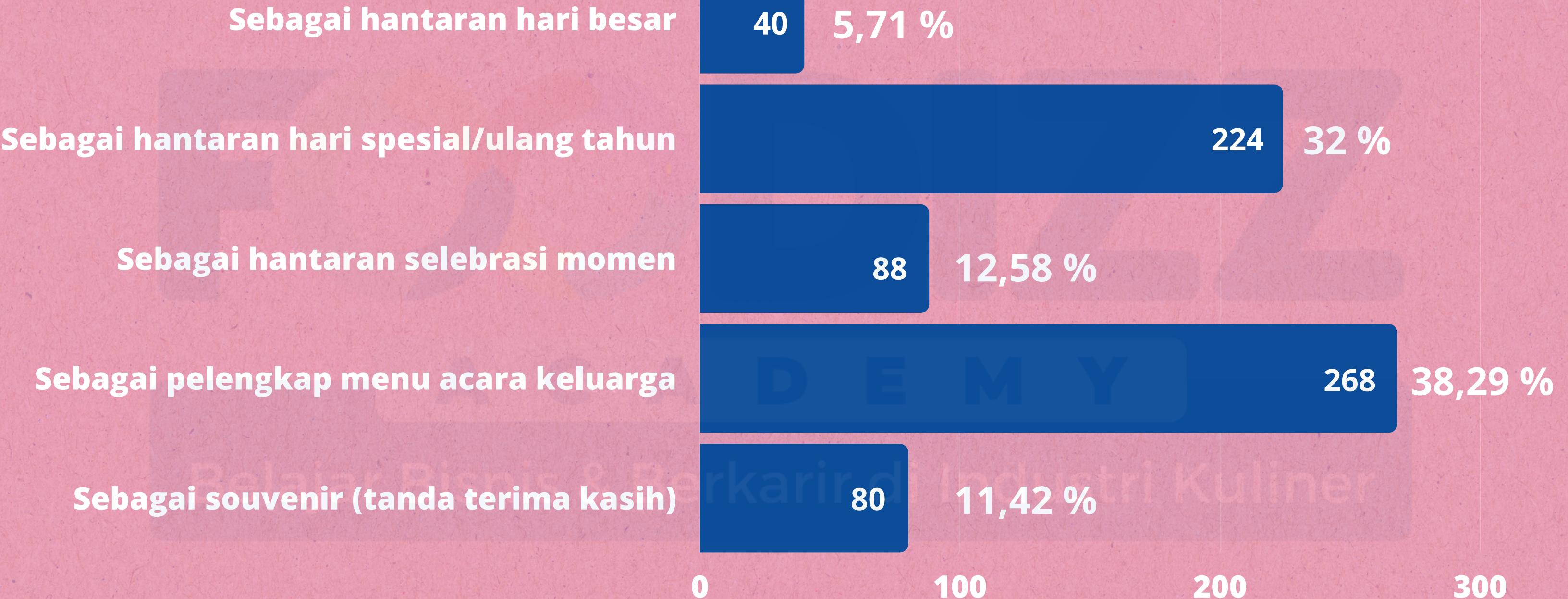
- Hampir seluruh dari populasi survey sebanyak 91,58 % membeli produk Bakery & Cakery sebagai **Cemilan (Snack)**
- Jawaban ini relevan dengan jawaban dari pertanyaan nomor satu, karena konsumsi asupan pokok tertinggi di Indonesia masih didominasi oleh nasi (Erlina, 2023).

Beda dengan di negara lain yang menjadikan roti atau produk gandum sebagai asupan pokok di keseharian. (Shilvina, 2022).

3

*Apa alasan Anda membeli
produk Bakery & Cakery selain
untuk konsumsi pribadi?*







Insight 3

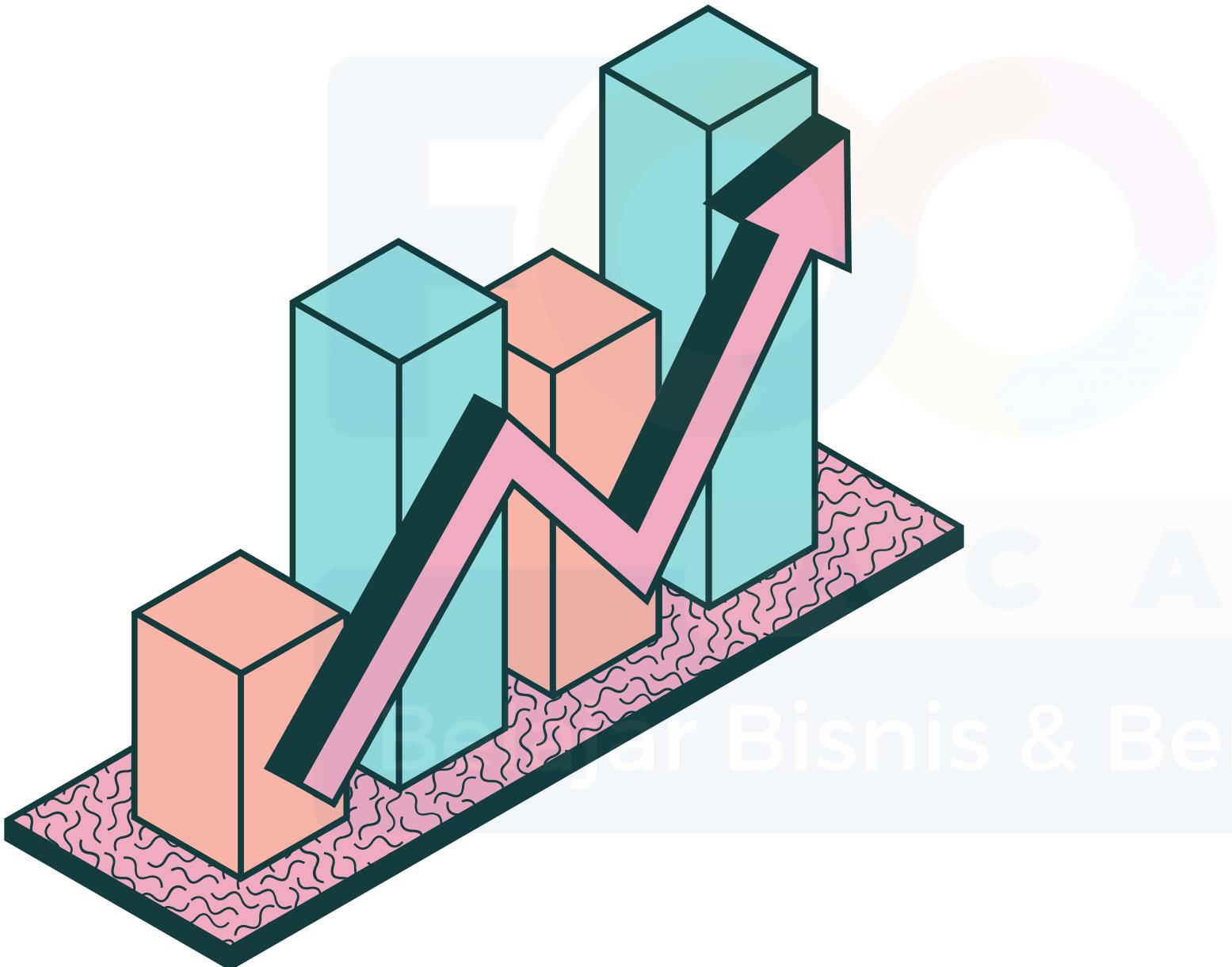
- Pilihan tertinggi sebanyak 38,29 % alasan responden membeli produk Bakery & Cakery selain untuk konsumsi pribadi adalah sebagai

Pelengkap menu acara keluarga

- Diikuti dengan alasan sebagai

**Hantaran hari
spesial/ulang tahun**

dengan persentase yang berbeda tipis saja di angka 32 %



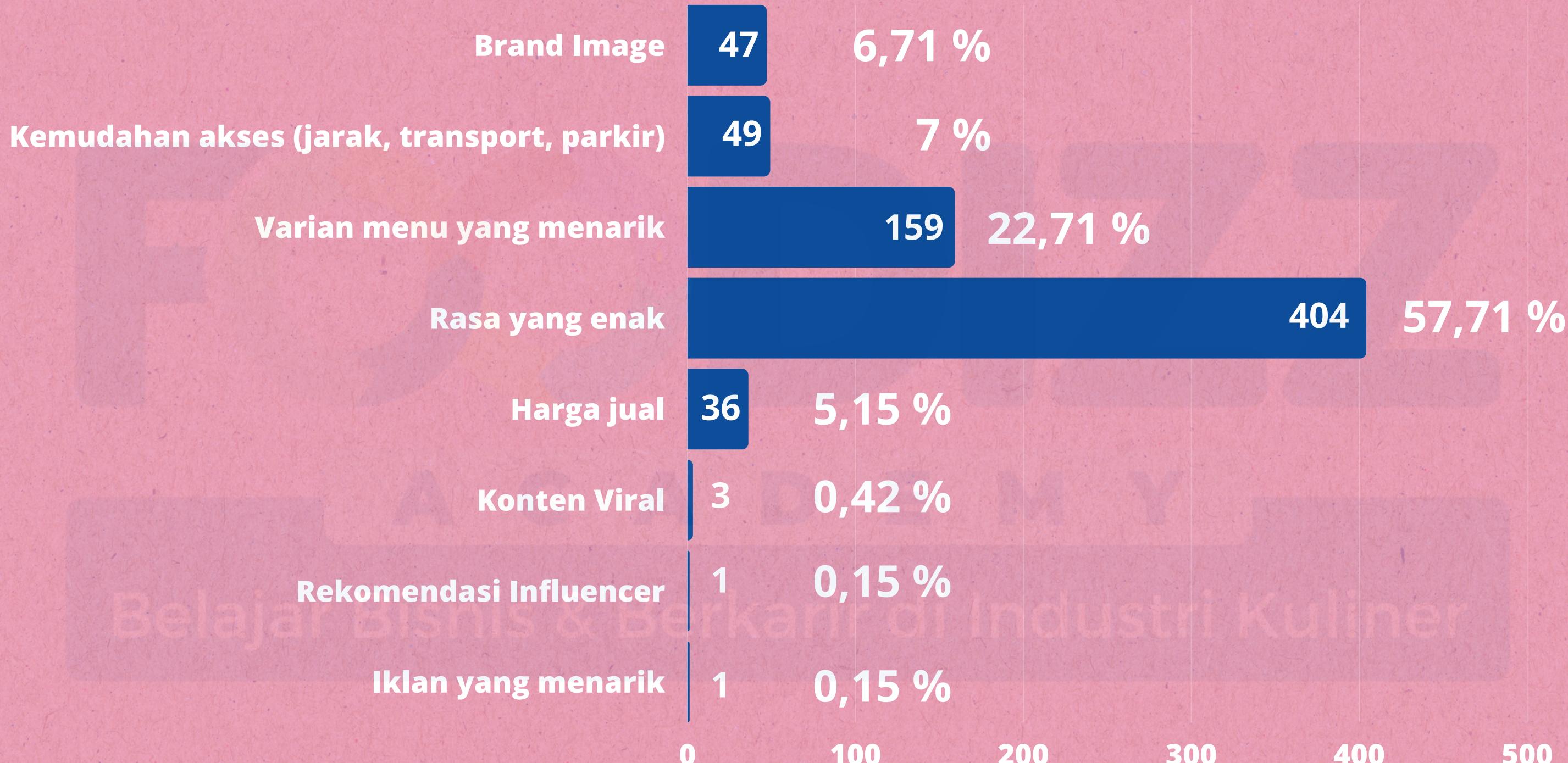
Insight 3

- Budaya mengirim hantaran berupa produk Bakery & Cakery bisa kita lihat, dimulai sejak pandemi dan PPKM diterapkan, sehingga mengirimkan hantaran produk Bakery & Cakery disimbolisasi sebagai bentuk perhatian selama belum bisa bertemu tatap muka.
- *New Habit* di era *New Normal* ini, justru menjadikan angin segar kepada pebisnis kuliner Bakery & Cakery, karena peluang *demandnya* akan meningkat dan semakin banyak referensi Bakery & Cakery. Pembeli juga akan bisa merasakan *experience* yang lebih variatif lagi terhadap produk Bakery & Cakery.

4

*Apa alasan Anda mengunjungi
dan membeli produk dari
sebuah outlet Bakery &
Cakery?*







Insight 4

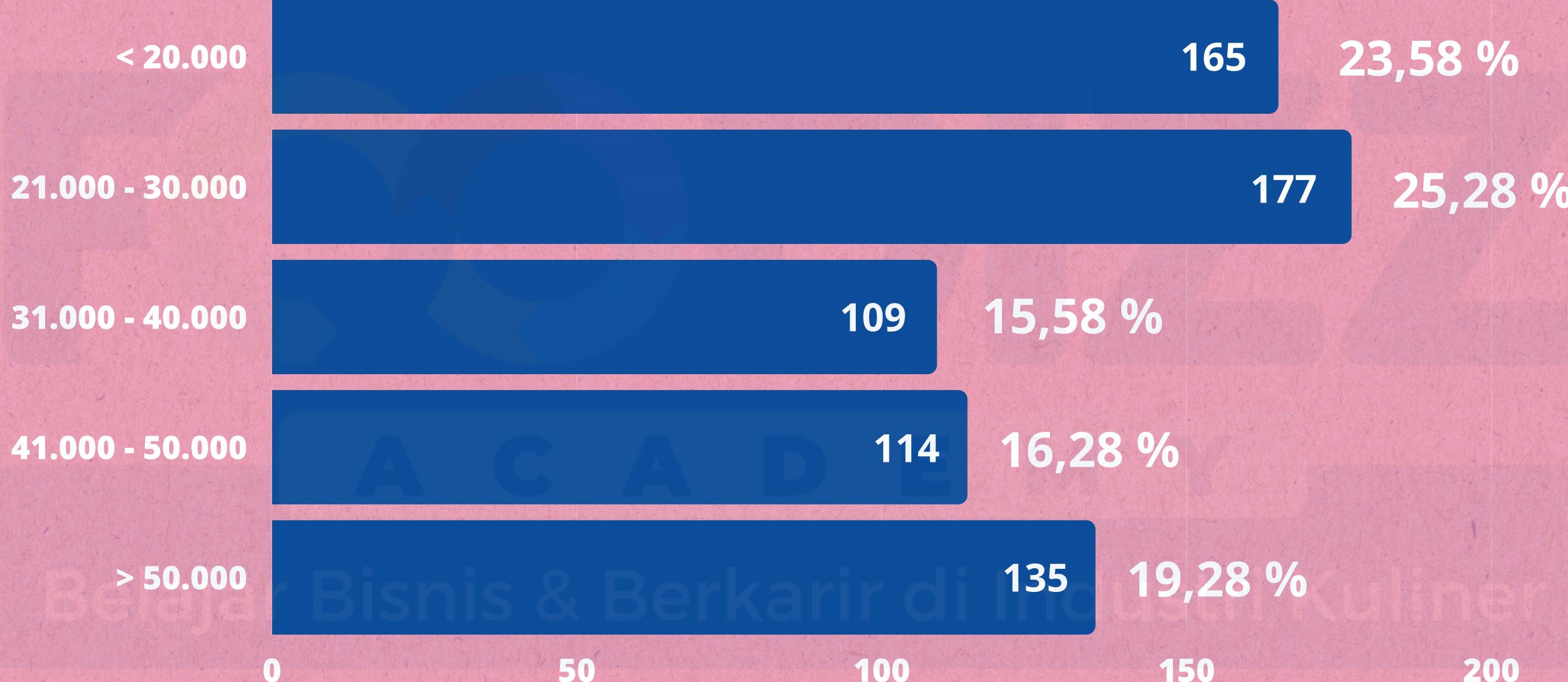
- Sebanyak lebih dari separuh populasi survey **57,71 %** akan mengunjungi dan membeli produk Bakery & Cakery didasari karena **rasanya yang enak**
- Hal ini menandakan bahwa, Brand Image atau Inovasi Produk yang UNIK saja tidak cukup untuk mendapatkan TRUST dari konsumen. Melainkan, rasa yang bikin senang mengkonsumsi produk Bakery & Cakery itu lah yang diharapkan dari para konsumen.

Hal ini perlu diperhatikan agar konsumen Sahabat Foodizz, mau *repeat order* untuk produk *brand bakery* Anda.

5

*Berapa budget yang
dialokasikan untuk membeli
produk Bakery (roti dan pastri)
per produk (dalam rupiah)?*





Insight 6

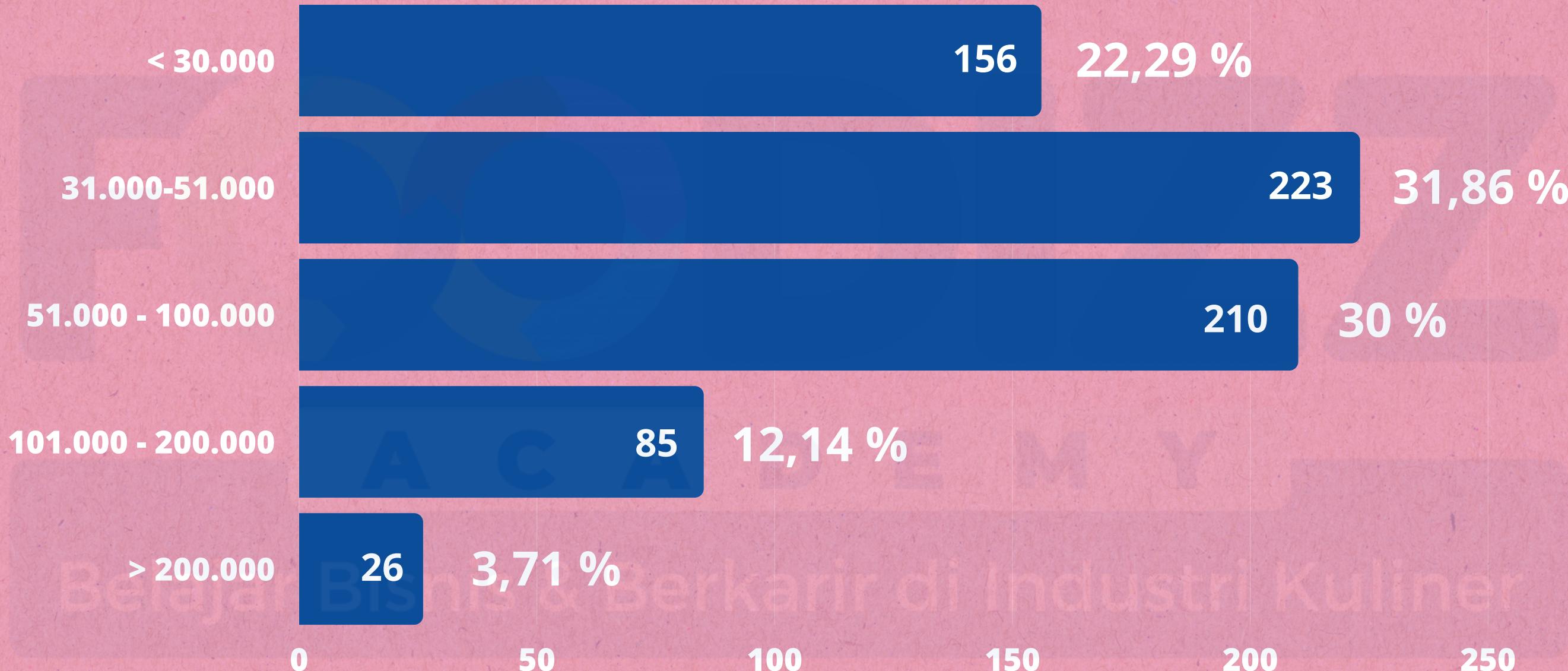


- Sebanyak **25,28 %**, adalah persentase tertinggi yang merelakan budgetnya sebesar **Rp. 21.000–30.000,-** untuk 1 produk roti.
- Diikuti oleh budget di bawah Rp. 20.000,- sebanyak 23,58 %
- Perkiraan rata-rata budget ini sangat masuk akal, mengingat bahan baku produk Bakery yang memang punya HPP yang lebih tinggi dibandingkan dengan cemilan tradisional.

6

Berapa budget yang dialokasikan untuk membeli produk Cakery (sliced cake, whole cake, dan produk sejenis) per produk (dalam rupiah)?







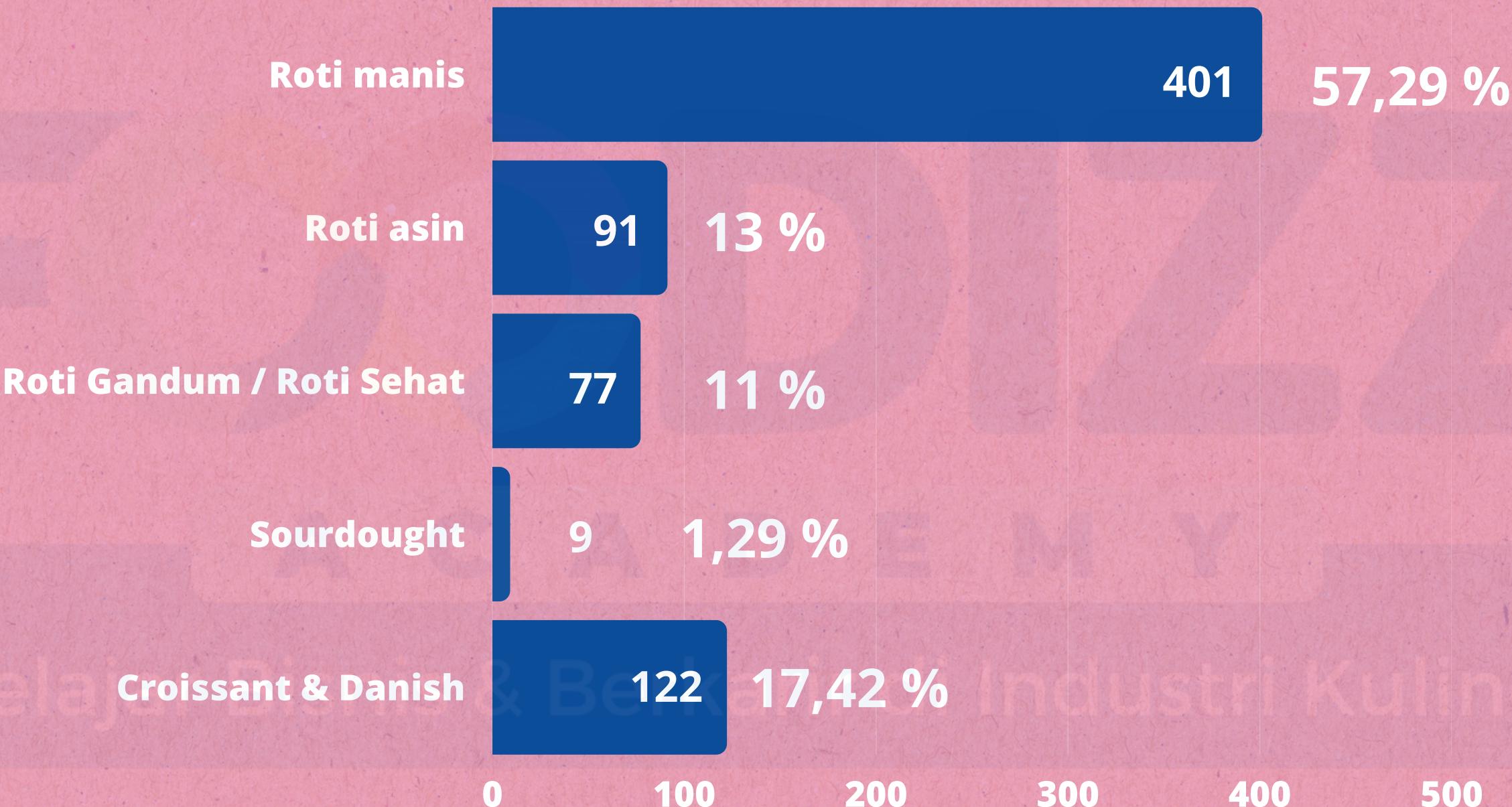
Insight 6

- Sebanyak **31,86 %**, adalah persentase tertinggi yang merelakan budgetnya sebesar **Rp. 31.000–50.000,-** untuk 1 produk kue (cake).
- Diikuti oleh budget di bawah Rp. 51.000–100.000,- sebanyak 30%
- Perkiraaan budget ini sangat masuk akal, mengingat bahan baku produk Cakery yang memang punya HPP yang lebih tinggi lagi dibandingkan dengan cemilan tradisional dan roti.

Ditambah dengan pemakaian topping yang lebih banyak, variatif, dan mahal, agar visual yang ditampilkan pun lebih cantik dan menarik.



*Apa menu Bakery favorite
Anda?*





Insight 7

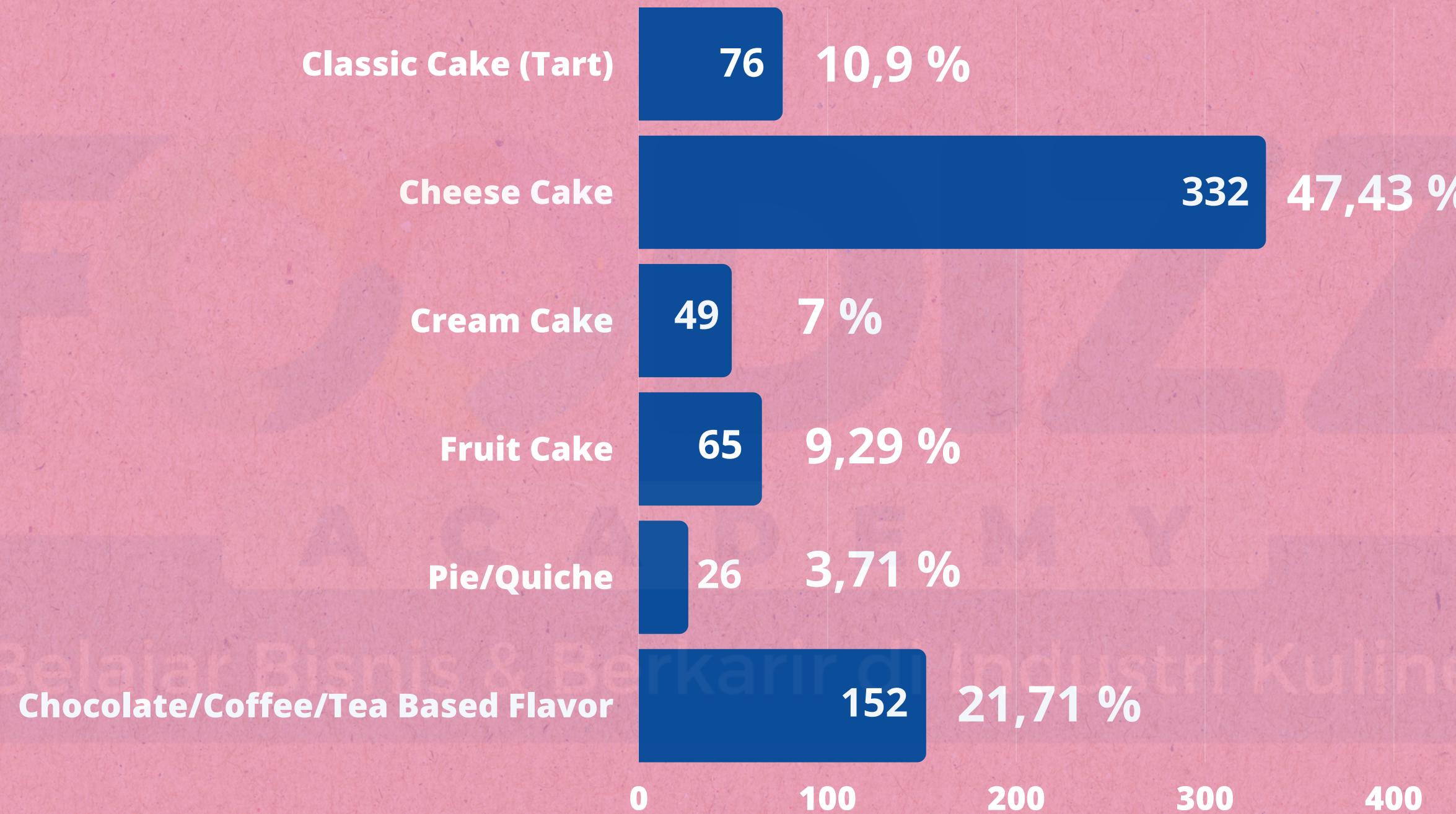
- Pilihan tertinggi sebagai menu yang paling disukai oleh responden, sebanyak **57,29 %** adalah **Roti Manis**
- Roti manis termasuk kategori roti yang empuk, dengan rasa yang manis dan gurih, sehingga peminatnya pun bisa menjangkau market yang luas dari anak kecil hingga lansia.

Roti manis juga bisa diisi dengan *filling* dan *topping* yang sangat beragam. Sehingga tidak akan membuat penikmatnya merasa bosan dengan pilihan rasa yang itu-itu saja.

8

*Apa menu Cakery favorite
Anda?*







Insight 8

• Cheese Cake

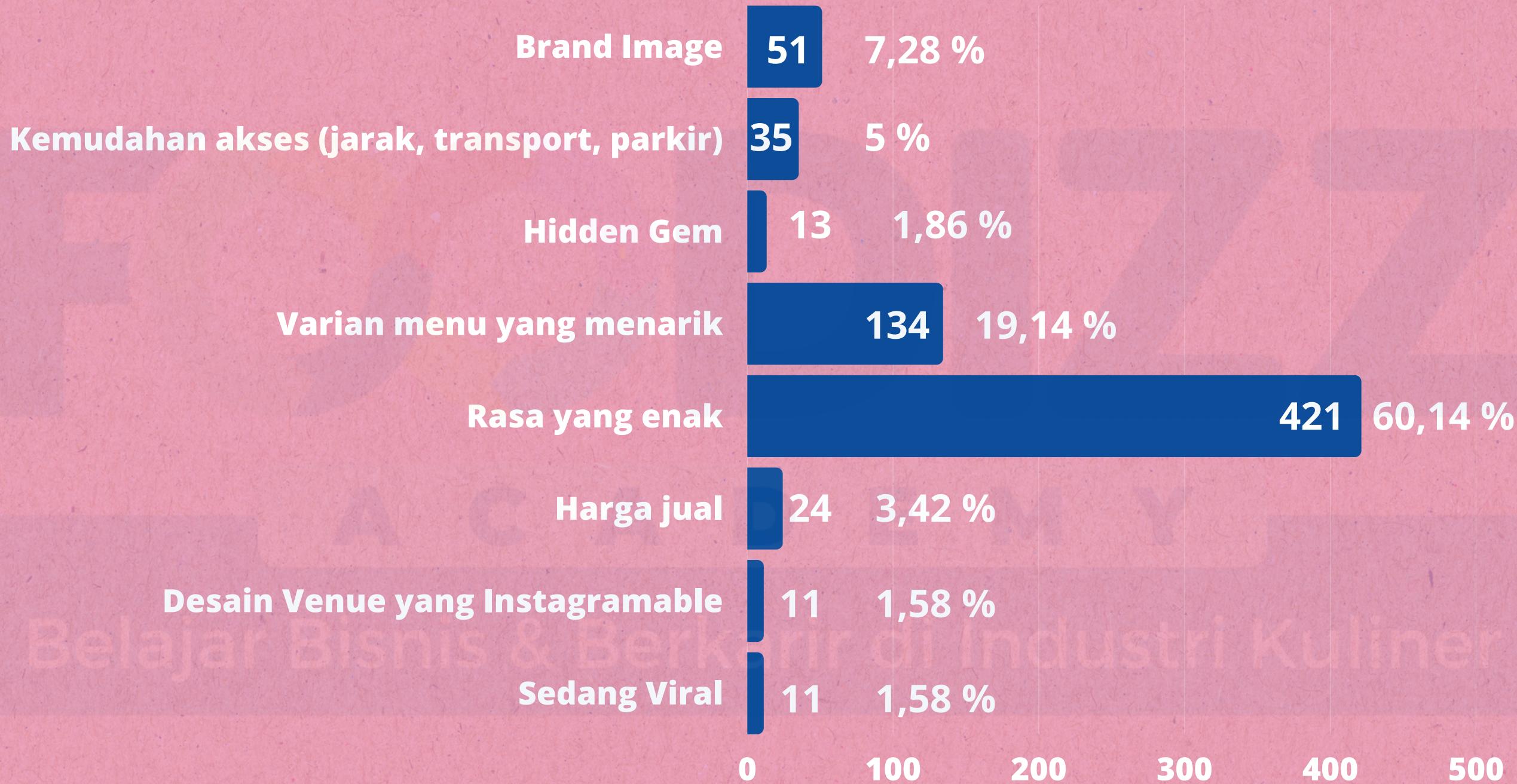
ternyata menjadi Menu Favorite konsumen Indonesia dengan persentase sebanyak **47,43 %**

- Diikuti oleh Chocolate/Coffee/Tea Based Cake seperti Black Forest, Tiramisu, dan Matcha Cake yang sampai saat ini memang selalu tersedia di Cakery manapun.
- Dari data ini, para pebisnis Bakery & Cakery bisa menetapkan Cheese Cake sebagai menu tetap yang tersedia di outlet, dengan inovasi khas dari *Brand* agar bisa memberikan *value* lebih dan memenangkan hati para penikmat setianya.

*Apa alasan Anda dengan
sukarela merekomendasikan
sebuah brand Bakery & Cakery
melalui Social Media
(Instagram Feed, Story, Reels –
Tiktok Video)?*

9







Insight 9

- **Social Media**

sudah menjadi *platform* wajib yang digunakan sebagai media marketing sebuah Brand termasuk Bakery & Cakery, terutama jika ada KOL yang meliput *brand outlet* kita, akan menjadi kesempatan untuk *brand* kita agar cepat dikenal oleh calon konsumen.

- **Rasa yang Enak**

adalah faktor utama sebanyak **60,14%** yang dijadikan alasan untuk konsumen mau merekomendasikan *brand* Bakery & Cakery melalui *social media*. Maka dari itu, komponen dan kombinasi rasa yang akan "terliput" di *social media*, harus terbukti benar enak ketika pembeli merasakan produk dari outlet Anda.

Referensi



- Santika, E. F., (2023). "Konsumsi Sumber Karbohidrat di Indonesia, Peneliti Ingatkan Dampak Dominasi Nasi". Databoks Katadata. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/01/30/konsumsi-sumber-karbohidrat-di-indonesia-peneliti-ingatkan-dampak-dominasi-nasi>. (diakses tanggal 21 Februari 2023)
- Widi, S., (2022). "8 Negara Ini Catat Konsumsi Gandum Terbesar di Dunia pada 2021." Data Indonesia. <https://dataindonesia.id/sektor-riil/detail/8-negara-ini-catat-konsumsi-gandum-terbesar-di-dunia-pada-2021> (diakses tanggal 21 Februari 2023)

Thank
you!

Belajar Bisnis & Berkarir di Industri Kuliner

