

## BAB II DESKRIPSI PRODUK

### 2.1 Produk

Frizfodie merupakan usaha rintisan yang bergerak di bidang kuliner, menjual produk makanan fusion atau makanan dengan cita rasa gabungan dari berbagai negara. Dimsum merupakan makanan yang berasal dari daerah Tiongkok, secara harfiah “dimsum” memiliki arti "menyentuh hati," yang mencerminkan sifat hidangan ini yang sering disajikan dalam porsi kecil dan dimaksudkan untuk dinikmati bersama keluarga atau teman. Frizfodie menjual produk fusion yakni dimsum sebagai makanan khas Tiongkok yang kemudian dipadukan dengan selera nusantara. Produk yang di tawarkan antara lain :

1. Dimsum *shumai*
2. Dimsum *mentai* Original
3. Dimsum *mentai* Keju
4. Dimsum *mentai mix*

### 2.2 Orisinalitas Produk

Untuk menjaga keorisinalitasan produk, Frizfodie memberikan stiker untuk setiap kemasan, stiker ini berisikan informasi kontak Frizfodie serta logo untuk meningkatkan kesadaran merek bagi pembeli.

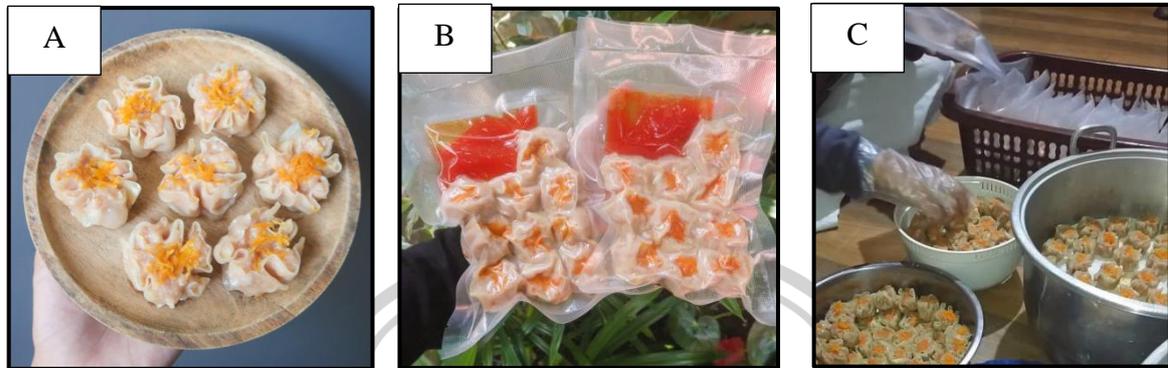


Gambar 2.1 Orisinalitas produk

Gambar dengan kode A merupakan kemasan dimsum *shumai* stiker produk terletak pada tutup sisi luar kemasan. Gambar dengan kode B merupakan kemasan untuk dimsum *mentai* varian original, keju dan *mix*. stiker produk terletak pada tutup sisi luar kemasan. Gambar dengan kode C merupakan pemberian orisinalitas produk tart yang mana produk tart lebih sering di foto ketika dikeluarkan dari *box* sehingga peletakan stiker diletakkan pada alas tart supaya konsumen lebih terfokus dan sekaligus mampu meningkatkan kesadaran merek Frizfodie. Gambar dengan kode D merupakan kemasan untuk bento *box*, kemasan ini biasanya digunakan untuk hampers atau pengganti tart *mentai* sebagai hadiah ulang tahun dan seringkali produk di foto dengan posisi kemasan terbuka, sehingga peletakan stiker diletakkan pada alas tart supaya konsumen lebih terfokus dan sekaligus mampu meningkatkan kesadaran merek Frizfodie.

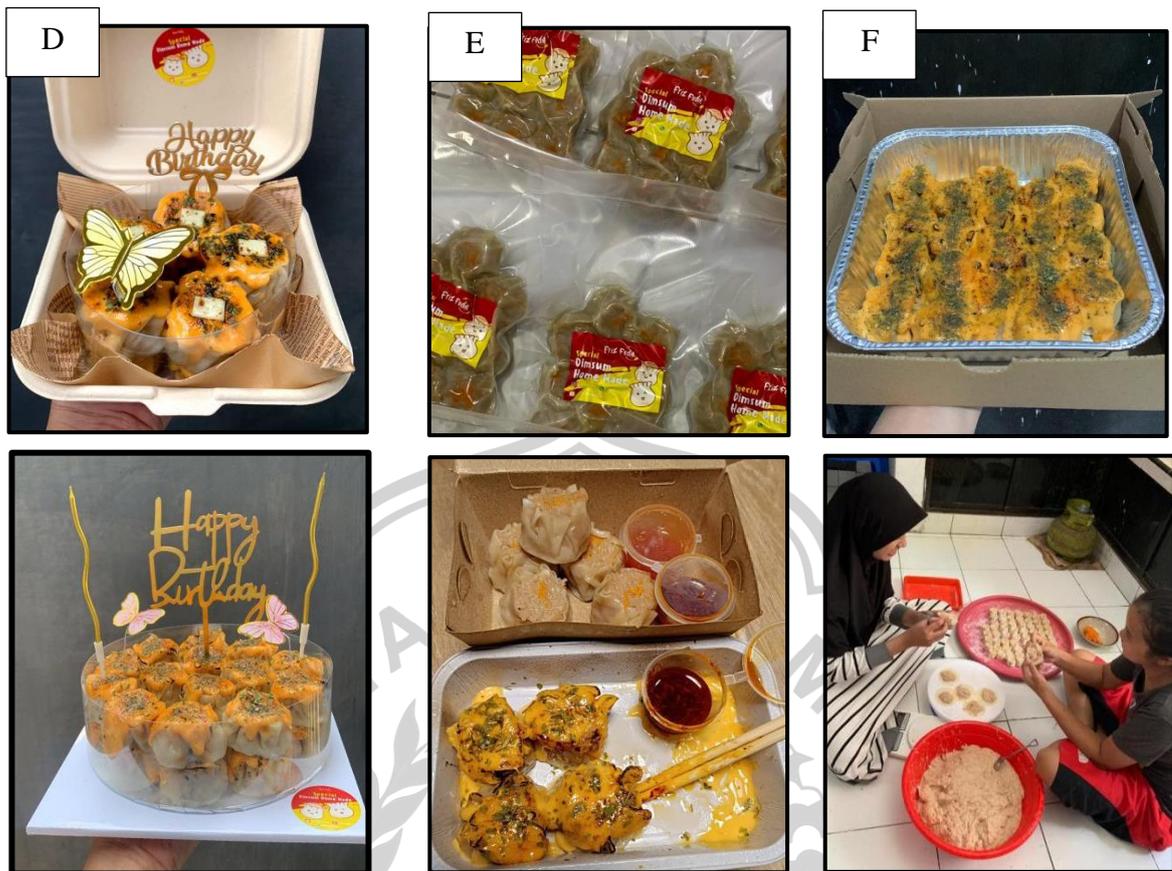
### 2.3 Inovasi Produk

Inovasi produk harus terus dilakukan guna menjaga eksistensi dan daya saing yang kompetitif pada industri sejenis. Dengan adanya inovasi dan diferensiasi sebuah brand akan lebih mudah dikenali oleh konsumen. Tingkat kesadaran merek yang tinggi akan meningkatkan keuntungan dari segi finansial dan lingkungan bisnis.



Gambar 2.2 Jenis Produk Dan Tahap Produksi Tahun 2022

Berdasarkan pada gambar di atas, gambar dengan kode A merupakan varian dimsum siomay yang penyajiannya bisa langsung di konsumsi atau *ready to eat*, pada mula-nya kemasan untuk siomay *ready to eat* hanya menggunakan mika dan menggunakan plastik *clip* sebagai wadah saus. Gambar dengan kode B merupakan kemasan *frozen food* Frizfodie pada tahun 2022 kemasan yang sederhana menggunakan plastik vakum tanpa ada keterangan *brand*. Gambar dengan kode C merupakan foto produksi dimsum Frizfodie pada tahun 2022.



Gambar 2.3 Inovasi Produk dan *Packaging* Produk Saat Ini

Berdasarkan pada gambar di atas, gambar dengan kode A merupakan varian dimsum *mentai* keju dengan kemasan bento yang cocok digunakan sebagai hadiah atau *hampers*. Gambar dengan kode B merupakan kemasan *Frozen food* Frizfoodie saat ini terlihat lebih menarik dan lengkap dengan keterangan *brand* Frizfodie. Gambar dengan kode C merupakan kemasan dimsum *mentai family pack* pilihan ini cocok untuk dimakan bersama-sama dengan keluarga, teman dan kerabat. Gambar dengan kode D merupakan tampilan dimsum *mentai* tart yang cocok sebagai pengganti kue jika merasa bosan dengan rasa manis dan ingin ulang tahun terlihat berbeda, cocok juga dijadikan sebagai kue *anniversary*. Gambar dengan kode E merupakan kemasan dari dimsum *original ready to eat* dan dimsum *mentai original* yang kini telah dilengkapi dengan *chili oil* dan dikemas menggunakan *cup* sehingga terkesan lebih *premium*. Gambar dengan kode F merupakan foto produksi dimsum Frizfodie saat ini. Mulai dari tampilan, resep dan kelengkapan alat produksi sudah jauh berbeda dibandingkan saat awal merintis usaha, hal ini dilakukan guna meningkatkan kualitas produk dan meningkatkan kepuasan konsumen.