

## BAB II

### GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

#### 2.1 Sejarah Singkat Perusahaan

Bah Oui didirikan pada tahun 2024 sebagai sebuah usaha daring dengan visi menjadi toko roti terkemuka di Jakarta. Nama "Bah Oui" sendiri terinspirasi dari bahasa Prancis, di mana "Bah" sering digunakan untuk mengekspresikan berbagai emosi seperti terkejut, ragu, atau kaget, sedangkan "Oui" berarti "iya". Nama ini mencerminkan semangat inovatif dan kejutan dalam setiap kreasi *pastry* yang dihadirkan oleh Bah Oui.

Sejak awal, Bah Oui mengusung konsep *inovatif, classy/simple, dan fusion*, dengan fokus pada penggabungan teknik *pastry* Prancis dan Korea. Perusahaan ini bertujuan untuk menciptakan pengalaman kuliner yang tidak hanya lezat tetapi juga berkesan bagi para pelanggan. Salah satu ciri khas Bah Oui adalah kemampuannya mengkombinasikan berbagai *pastry* tradisional dari berbagai negara, menghasilkan kreasi unik yang cocok untuk merayakan momen-momen spesial.

Meskipun awalnya beroperasi secara daring, Bah Oui memiliki rencana jangka panjang untuk memperluas bisnisnya dengan membuka toko fisik. Dengan dedikasi terhadap inovasi dan kualitas, Bah Oui berkomitmen untuk terus menghadirkan *pastry* yang menggugah selera serta memperkuat posisinya sebagai salah satu pelopor *bakery modern* di Jakarta.

##### 2.1.1 Logo



Gambar 2.1 Logo Bah Oui  
Sumber: Bah Oui (2024)

Logo Bah Oui dirancang untuk mencerminkan karakter brand yang ceria, ekspresif, dan ramah. Tipografi bergaya tulisan tangan yang mengalir memberikan kesan hangat serta kreatif, memperkuat identitas visual yang unik dan menarik. Salah satu elemen khas dalam desain logo ini adalah aksentasi di atas kata "Oui," yang menyerupai topi baret khas Prancis. Sentuhan visual ini memberikan nuansa *playful* sekaligus menghubungkan Bah Oui dengan tradisi kuliner Prancis, mencerminkan dedikasi dalam menciptakan pastry berkualitas dengan penuh ketelitian dan passion.

Melalui desain yang sederhana namun tetap berkarakter, logo Bah Oui menghadirkan perpaduan antara kesan modern dan kehangatan. Identitas visual ini tidak hanya mudah dikenali tetapi juga menggugah rasa penasaran, selaras dengan konsep brand yang menawarkan pengalaman kuliner inovatif dan menyenangkan.

### **2.1.2 Visi Misi Perusahaan**

Bah Oui memiliki visi untuk menjadi *bakery modern* terkemuka di Jakarta yang dikenal dengan inovasi *pastry* berkualitas tinggi. Dengan menggabungkan teknik Prancis dan Korea, Bah Oui bertujuan menciptakan pengalaman kuliner yang unik dan berkesan bagi pelanggan. Untuk mencapai visi tersebut, Bah Oui berkomitmen menghadirkan *pastry* inovatif dengan cita rasa premium yang mengkombinasikan elemen dari berbagai budaya kuliner. Identitas merek yang kuat juga menjadi perhatian utama, diwujudkan melalui desain, kemasan, dan strategi *branding* yang menarik. Selain itu, Bah Oui berfokus pada pemberian pengalaman pelanggan yang istimewa dengan layanan berkualitas dan produk yang menggugah selera. Inovasi akan terus menjadi bagian dari pengembangan produk agar dapat mengikuti tren pasar dan memenuhi kebutuhan pelanggan. Sebagai langkah strategis dalam pertumbuhan bisnis, Bah Oui juga berencana memperluas jangkauan dengan membuka toko fisik serta memperkuat kehadirannya di pasar daring.

### 2.1.3 SWOT Perusahaan

Bah Oui memiliki sejumlah keunggulan yang membedakannya dari kompetitor, salah satunya adalah konsep unik yang menggabungkan teknik *pastry* Prancis dan Korea. Pendekatan ini memungkinkan Bah Oui menciptakan produk inovatif yang menarik perhatian pelanggan, didukung oleh identitas merek yang kuat serta strategi *branding* yang khas. Namun, sebagai usaha yang masih baru dan beroperasi secara daring, Bah Oui menghadapi tantangan dalam membangun basis pelanggan yang loyal serta meningkatkan kesadaran merek di tengah persaingan yang ketat. Meskipun demikian, tren konsumsi *pastry* premium dan inovatif di Jakarta terus berkembang, membuka peluang besar bagi Bah Oui untuk memperluas jangkauan pasarnya. Rencana ekspansi dengan membuka toko fisik juga menjadi strategi penting dalam meningkatkan visibilitas dan aksesibilitas bagi pelanggan. Di sisi lain, persaingan dengan *bakery* yang lebih mapan serta perubahan tren konsumsi dapat menjadi ancaman yang perlu diantisipasi agar Bah Oui tetap relevan dan diminati oleh pasar.

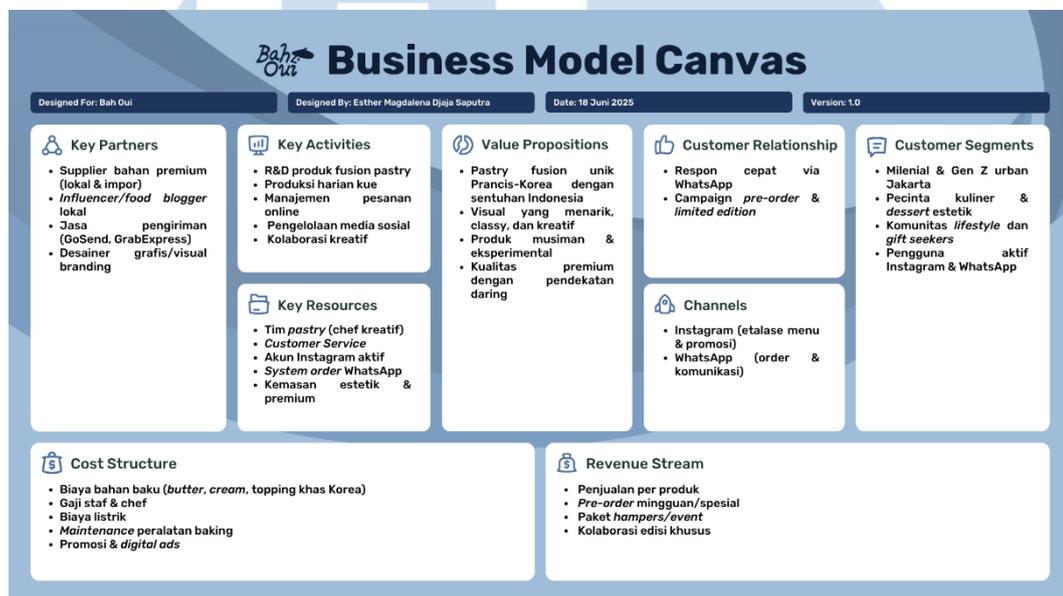
Tabel 2.1 SWOT Perusahaan

SWOT	Deskripsi
<i>Strength</i>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Konsep unik yang menggabungkan teknik <i>pastry</i> Prancis dan Korea.</li><li>• Produk inovatif yang menarik perhatian pelanggan.</li><li>• Identitas merek yang kuat dengan strategi <i>branding</i> yang khas.</li></ul>
<i>Weakness</i>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Usaha masih baru dan belum memiliki basis pelanggan yang loyal.</li><li>• Operasi yang masih berbasis daring, membatasi akses pelanggan yang lebih luas.</li><li>• Kesadaran merek yang masih perlu ditingkatkan di tengah persaingan ketat.</li></ul>
<i>Opportunity</i>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Tren konsumsi <i>pastry</i> premium dan inovatif yang terus berkembang di Jakarta.</li><li>• Potensi untuk memperluas jangkauan pasar dengan strategi pemasaran digital.</li><li>• Rencana ekspansi dengan membuka toko fisik untuk meningkatkan visibilitas dan aksesibilitas pelanggan.</li></ul>
<i>Threat</i>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Persaingan dengan <i>bakery</i> yang lebih mapan dan memiliki pelanggan setia.</li><li>• Perubahan tren konsumsi yang dapat memengaruhi permintaan produk.</li><li>• Tantangan dalam mempertahankan kualitas dan inovasi di tengah pertumbuhan bisnis.</li></ul>

Sumber: Dokumen Pribadi

## 2.1.4 Business Model Canvas Perusahaan

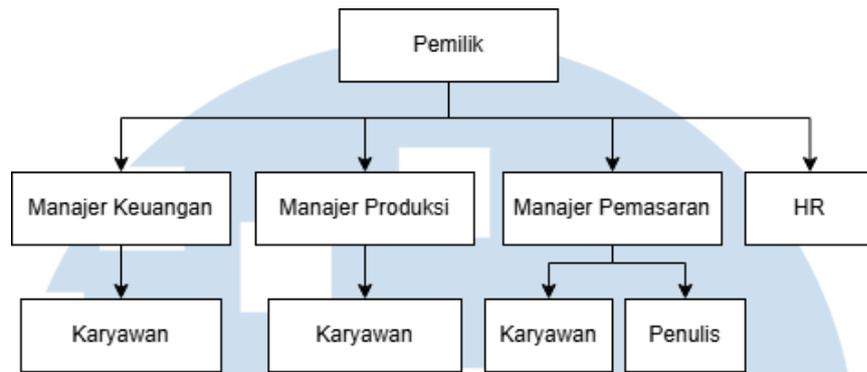
*Business Model Canvas* (BMC) membantu memetakan strategi dan arah pengembangan usaha secara menyeluruh. Berikut ini adalah BMC yang menggambarkan model bisnis Bah Oui:



Gambar 2.2 *Business Model Canvas* Bah Oui  
Sumber: Dokumen Pribadi

## 2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

Struktur organisasi Bah Oui dirancang secara sederhana, disesuaikan dengan skala perusahaan yang masih berkembang. Namun, struktur ini tetap dirancang untuk memastikan operasional berjalan efektif serta mendukung pencapaian visi dan misi Bah Oui dalam menghadirkan *pastry* inovatif yang memadukan teknik Prancis dan Korea di Jakarta. Setiap posisi dalam organisasi memiliki fungsi penting dan berkolaborasi secara terarah guna mencapai tujuan bersama, dengan menekankan kualitas produk, kepuasan pelanggan, serta pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan. Berikut merupakan bagan struktur organisasi Bah Oui.



Gambar 2.3 Struktur Perusahaan Bah Oui  
Sumber: Dokumen Pribadi

UMMN  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA