

POTENSI PENGEMBANGAN USAHA MOCHIPS MOCHI DENGAN MEMANFAATKAN PLATFORM ONLINE FOOD DELIVERY

Dwi Cahyono¹, Moh Ilham Ramadhan², Maharani Pahlevi³, Jefri Ria Saputra⁴,
Moch Fahmi Andreanto⁵

dcahyono86@gmail.com¹, mohilrama@gmail.com², raniapahlevi10@gmail.com³,
jefririasaputra96@gmail.com⁴, fahmimochamed@gmail.com⁵

STIE Mahardhika Surabaya

ABSTRAK

Abstrak: Kemajuan zaman pada saat ini sudah tidak perlu diragukan lagi, tingkat persaingan bisnis di bidang kuliner pun juga semakin meningkat. Dengan begitu, tentu saja menjadi rintangan bagi pengusaha. Penciptaan kreativitas produk, kualitas produk, pelayanan konsumen sangat perlu diperhatikan agar dapat memenuhi kepuasan konsumen. Mochips Mochi hadir dengan sebuah inovasi dalam berbagai hal. Mulai dari rasa, bentuk serta kemasan dan harga yang disesuaikan relatif lebih murah. Apalagi Mochips Mochi ini dapat dipesan baik secara offline maupun online. Dari situ, banyak sekali konsumen yang telah melakukan pembelian ulang (repeat order). Pada penelitian ini bertujuan untuk mengetahui potensi pengembangan usaha Mochips Mochi dengan memanfaatkan platform online food delivery menggunakan analisa deskriptif kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dampak dari berjualan online terutama memanfaatkan platform food delivery sangat menguntungkan. Hal ini menunjukkan bahwa Mochips Mochi dapat diterima oleh masyarakat dengan optimal dan banyak disukai oleh konsumen serta memiliki potensi untuk terus berlanjut usaha serta meningkatkan inovasi yang lebih baik lagi.

Kata Kunci: Kreativitas produk, Kualitas produk, Pelayanan konsumen.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi mengambil peranan sangat penting, karena mempermudah masyarakat dalam melakukan berbagai aktivitas. Hal tersebut, menyebabkan masyarakat menyukai hal-hal yang praktis atau instan untuk memudahkan mereka memenuhi kebutuhan sehari-hari. Hal yang praktis tersebut mampu mengubah perilaku konsumen menjadi hal penting untuk diperhatikan oleh kalangan pembisnis guna melihat tujuan konsumen dalam memenuhi kebutuhan dan keinginannya.

Kepuasan konsumen merupakan tingkat perasaan seseorang yang menyatakan hasil perbandingan atas kinerja produk atau jasa yang diterima dan yang diharapkan (Ratna, 2017). Tingginya tingkat kepuasan terhadap pelanggan dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor diantaranya yaitu kualitas suatu produk, kualitas pelayanan, emosional, harga, serta biaya. Kepuasan konsumen berperan penting dalam sebuah metode untuk menganalisis apa yang diinginkan serta dibutuhkan konsumen dalam melakukan pembelian (konsumsi) suatu produk maupun jasa. Ketika kepuasan berhasil diraih oleh konsumen maka hal tersebut akan berdampak perilaku pembelian ulang (repeat order) untuk masa yang akan datang.

Dewasa ini, kebutuhan masyarakat yang meningkat mempengaruhi tingginya permintaan konsumen. Pada era modern saat ini, tentunya mempengaruhi pertumbuhan kecanggihan teknologi. Banyak usaha yang saat ini, sudah memanfaatkan platform online. Seperti ShopeeFood, GoFood, GrabFood yang sedang trend saat ini. Platform tersebut sangat dimanfaatkan dengan baik oleh para pengusaha yang awalnya berjualan langsung ke konsumen secara offline, kini akhirnya juga memanfaatkan layanan online.

Kualitas produk bukan menjadi satu – satunya fokus yang harus ditekuni sebuah

perusahaan. Kualitas Layanan juga tidak kalah pentingnya berguna untuk memuaskan konsumen. Untuk meningkatkan pelayanan, perusahaan wajib berorientasi terhadap konsumen, meneliti kemauan serta kebutuhan agar dapat mencapai target yang diinginkan.

Beragam inovasi dan kreasi produk yang diciptakan oleh penjual, salah satunya pada bidang makanan. Kini hadir kue yang tengah viral di era kaum remaja yaitu kue Mochi. Mochi adalah makanan khas Jepang. Teksturnya yang unik serta rasa manis yang lezat, menjadikan Mochi sebagai camilan dan juga dapat dijadikan sebagai makanan penutup (dessert). Di Indonesia, Mochi maraknya terkenal di wilayah Jawa Barat. Namun dari segi harga masih terbilang relatif mahal. Dari ketertarikan masyarakat terhadap Mochi inilah yang pada akhirnya membuat Mochi mempunyai potensi pengembangan usaha yang besar dan pesat.

Mochips Mochi hadir sebagai produk Mochi yang disesuaikan seperti dari segi rasa yang lebih bersahabat dengan lidah orang Indonesia, harga yang relatif ekonomis dari produk sejenis, varian rasa yang bermacam menjadi pilihan masyarakat Indonesia guna menikmati kelezatan kue Mochi yang beragam rasa, seperti strawberry, coklat, keju dan pandan.

METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan analisa deskriptif kualitatif. Penelitian menggunakan metode kualitatif ditujukan untuk memahami fenomena sosial dari sudut atau perspektif partisipan. Penelitian kualitatif mengkaji perspektif partisipan dengan multi strategi yang bersifat interaktif, seperti observasi langsung, observasi partisipatif, wawancara mendalam, dokumen-dokumen dan lain-lain (Sukmadinata, 2005: 95).

Pada penelitian ini juga menggunakan metode penelitian deskriptif. Ditujukan untuk mendeskripsikan atau menggambarkan fenomena-fenomena yang ada, baik itu fenomena yang bersifat alami maupun rekayasa manusia. Penelitian ini mengkaji bentuk aktivitas, karakteristik, perubahan, hubungan, kesamaan dan perbedaannya dengan fenomena lain (Sukmadinata, 2005 : 72).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Potensi pengembangan Mochips Mochi cukup signifikan. Hal ini dapat dibuktikan dengan adanya data penjualan dari bulan November-Desember berikut ini :

Hari	Tanggal	Keterangan Penjualan	Terjual (pcs)	Harga Jual	Jumlah
Sabtu	11-11-2023	Penjualan di Lokakarya	77	Rp 8.000	Rp 616.000
Senin	13-11-2023	Penjualan ASM	42	Rp 10.000	Rp 420.000
Rabu	15-11-2023	Penjualan offline	30	Rp 5.000	Rp 150.000
Senin	20-11-2023	Penjualan offline	50	Rp 5.000	Rp 250.000
Sabtu	25-11-2023	Penjualan offline	40	Rp 5.000	Rp 200.000
Senin	04-12-2023	Penjualan offline	3	Rp 5.000	Rp 15.000
Senin	04-12-2023	Penjualan di ShopeeFood	3	Rp 9.500	Rp 28.500
Rabu	06-12-2023	Penjualan offline	16	Rp 6.000	Rp 96.000

Rabu	06-12-2023	Penjualan di Grab	3	Rp 8.000	Rp 24.000
Selasa	11-12-2023	Penjualan offline	12	Rp 5.000	Rp 60.000
Rabu	12-12-2023	Penjualan di ShopeeFood	5	Rp 8.472	Rp 42.360
Jumat	14-12-2023	Penjualan di ShopeeFood	3	Rp 5.295	Rp 15.885
Sabtu	15-12-2023	Penjualan di ShopeeFood	2	Rp 8.472	Rp 16.944
Minggu	16-12-2023	Penjualan di Gojek	7	Rp 6.800	Rp 47.600

Pada data tersebut, potensi pengembangan usaha mochi dapat berkembang menjadi lebih baik lagi jika mengutamakan kualitas produk, marketing yang baik dan segi komunikatif dengan konsumen secara baik pada sistem offline. Selain itu, dapat bekerjasama dengan perusahaan-perusahaan makanan atau minuman yang lain agar dapat meningkatkan penjualan. Banyak mengikuti event yang berpotensi untuk produk Mochips Mochi dapat dikenal oleh masyarakat luas.

Pada sistem online, harus diadakan promo-promo yang menarik, seperti voucher gratis ongkir setiap pembelian minimal Rp 50.000, diskon pada tanggal cantik seperti 10.10, 11.11, 12.12. Penggunaan sosial media juga sangat diperlukan guna branding produk Mochips Mochi dan juga dapat mengiklankan produk tersebut supaya jangkauan penjualan lebih luas lagi.

Pengembangan produk mochi dengan bahan utama berupa tepung ketan putih dan tepung maizena. Untuk isian seperti coklat, strawberry, pandan dan keju yang tanpa perlu diolah karena sudah ada dalam bentuk filling pasta. Untuk adonan Mochips Mochi, cukup dengan menyiapkan mangkuk, masukkan adonan seperti tepung ketan, garam, gula, pewarna makanan, minyak, vanilla bubuk dan air kemudian aduk hingga rata. Setelah itu, pindahkan ke dalam wadah tahan panas baskom stainless lalu tutup dengan aluminium foil, kukus selama 35 menit. Untung tepung pelapis, dapat disangrai tepung maizena dengan pandan sampai aroma wangi.

Kemudian angkat mochi dari kukusan lalu uleni adonan, bentuk menjadi panjang dan dibagi kurang lebih menjadi 26 bagian. Uleni adonan mochi hingga lembut. Selanjutnya, masukkan filling rasa untuk mochi sesuai dengan selera. Lalu taburi mochi dengan tepung pelapis yang sudah disangrai agar tidak lengket. Setelah itu, mochi siap untuk dinikmati.

Pengembangan produk Mochi dengan berbagai varian yaitu coklat, strawberry, pandan dan keju guna untuk konsumen dapat membeli mochi sesuai dengan varian yang disukai. Tidak hanya itu, bahan-bahan yang digunakan dalam pembuatan Mochips Mochi ini juga premium. Banyak konsumen yang akhirnya memesan banyak Mochips Mochi dan melakukan pembelian ulang (repeat order) dikarenakan memang rasa yang unik, kualitas premium namun harga terbilang relatif murah.

Selain itu, segi aroma, tekstur, rasa dan warna juga menjadi penentu keberhasilan suatu produk laku di pasaran.

1. Aroma

Aroma merupakan salah satu parameter yang menentukan rasa enak dari suatu produk bahan pangan, perubahan nilai aroma disebabkan oleh perubahan sifat-sifat pada bahan pangan yang pada umumnya mengarah pada penurunan mutu. (Soekarto, 1990). Aroma Mochips Mochi tentunya dapat membuat konsumen ingin makan dan makan terus menerus, karna wangi varian mochi nya benar-benar terasa.

2. Rasa

Rasa merupakan faktor yang menentukan keputusan akhir konsumen untuk membeli atau tidak suatu makanan. Walaupun penilai lain lebih baik, namun jika rasa suatu makanan tidak lezat atau tidak disukai, maka kemungkinan besar akan ditolak oleh konsumen. Rasa Mochips Mochi terbilang lezat, hal tersebut dilihat pada rating konsumen pada ShopeeFood, GoFood dan GrabFood yang memberikan bintang 4-5.

3. Warna

Warna merupakan salah satu parameter fisik suatu bahan pangan yang penting, warna sebagai penentu konsumen menyukai dan akhirnya membeli produk. Mochips Mochi memiliki warna yang tidak terlalu mencolok sehingga aman untuk dikonsumsi. Karena warna yang terlalu mencolok termasuk ke dalam kategori makanan yang dapat membuat sakit tenggorokan

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian diperoleh kesimpulan sebagai berikut.

1. Mochips Mochi diterima baik oleh masyarakat baik dari segi offline maupun online. Banyak yang menyukai Kue Mochips Mochi karena kualitas produk dan harga yang relatif murah.
2. Mochips Mochi sebagai alternatif kue atau dessert yang unik namun membuat masyarakat ketagihan akan rasanya sehingga memiliki potensi dalam keberlanjutan usaha.
3. Varian rasa yang banyak, membuat konsumen yang melakukan pembelian ulang (repeat order)

DAFTAR PUSTAKA

- Zahra, N. H. 2022. Dampak Keberadaan Shopee Food Terhadap Peningkatan Penjualan Usaha Kuline. Electronic Theses of IAIN
- Nur, F. R. 2015. Efektivitas Penggunaan Alat Bantu Reaksi Gerakan Tangan Bagi Kaum Disabilitas. Universitas Pendidikan Indonesia
- Utomo, A, et all. 2019. Peningkatan Hasil Bisnis Mochi Mitra (Mochi 3R) dengan Melakukan Sub-Branding. Volume 01, Nomor 01
- Ayomakan. 2023. Mengungkap Sejarah Mochi, Santapan yang Nyaris Dicintai Seluruh Dunia!. Dilansir pada 02 Agustus 2023
- Perpustakaan Panca Budi. Pengembangan Usaha. Universitas Panca Budi
- Kenneth, C, et all. 2010. Manajemen Information System : Managing the digital system firm, New Jersey: Prentice Hall. IAIN Kudus