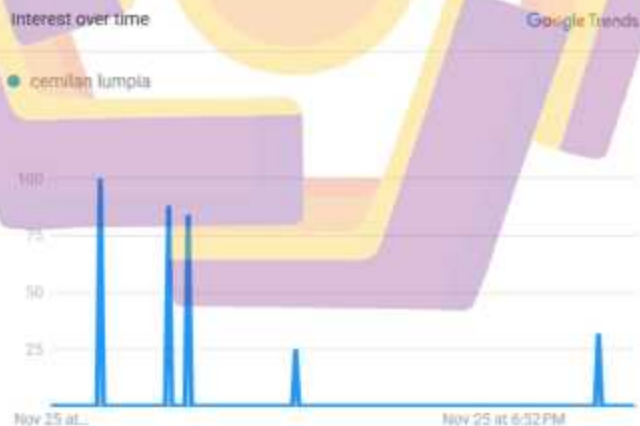


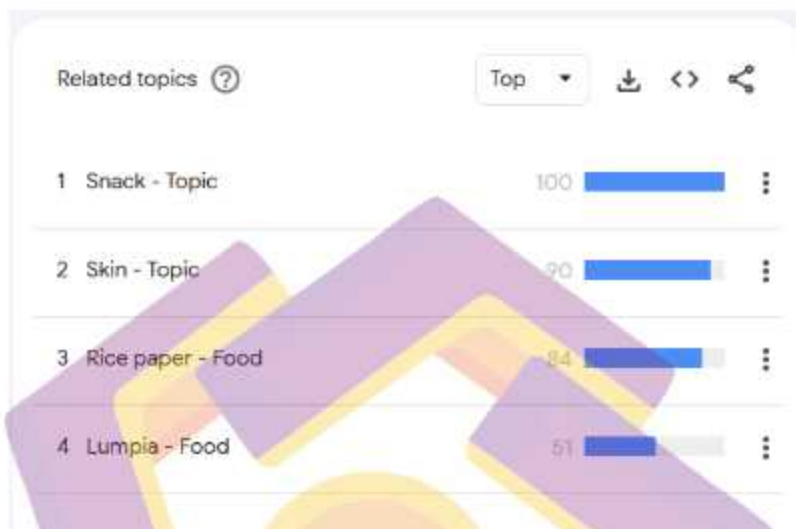
BAB I PENDAHULUAN

Industri makanan di Indonesia berkembang dengan cepat, terutama di sektor cemilan atau makanan siap santap yang memiliki rasa unik dan praktis untuk dikonsumsi. Berdasarkan Google Trends 2025, masyarakat Indonesia secara berkala masih mencari informasi seputar lumpia sebagai pilihan cemilan. Lumpia adalah salah satu produk yang mengalami peningkatan minat, sebuah makanan berbahan kulit tipis dan isian yang gurih yang telah lama menjadi bagian dari kuliner Nusantara. Dalam beberapa tahun terakhir, lumpia tidak hanya diposisikan sebagai makanan tradisional, tetapi juga berkembang menjadi cemilan kekinian dengan inovasi rasa, varian pedas, serta pengemasan modern yang menarik.



Gambar 1. 1 Trend Minat Cemilan Lumpia di Indonesia

Sumber: Data Google Trends 2025



Gambar 1.2 Topik yang Berkaitan dengan Cemilan Lumpia di Indonesia

Sumber: Data Google Trends 2025

Dapat dilihat dari Gambar 1.1 Trend Minat Cemilan Lumpia di Indonesia menunjukkan bahwa ada pola tidak stabil dengan beberapa lonjakan signifikan. Adanya puncak pencarian hingga mencapai nilai tertinggi (100) mencerminkan bahwa lumpia merupakan makanan yang relevan dan terus dicari oleh masyarakat pada periode tertentu. Pola fluktuasi ini juga mengidentifikasi bahwa lumpia bukan merupakan makanan musiman, melainkan bagian dari preferensi kuliner harian masyarakat Indonesia. Analisis lanjutan pada gambar 1.2 topik yang berkaitan dengan cemilan lumpia di Indonesia, pada gambar tersebut dapat memperkuat bahwa lumpia memiliki posisi penting dalam kategori kuliner. Topik "Lumpia Food" dalam daftar topik terkait semakin mempertegas bahwa lumpia tetap

memiliki eksistensi kuat di antara berbagai produk kuliner lainnya. Beragamnya minat pencarian menunjukkan bahwa masyarakat mengonsumsi lumpia dalam berbagai bentuk dan variasi, baik inovasi produk baru yang dapat merespon minat dan preferensi konsumen saat ini. Melihat peluang ini, penulis mendirikan bisnis kuliner LUDES pada 20 Desember 2024 dengan tujuan sebagai inovasi lumpia isi modern yang menggabungkan rasa khas lumpia tradisional dengan cita rasa pedas yang banyak diminati generasi muda. Produk ini diharapkan mampu memenuhi kebutuhan konsumen akan cemilan yang memiliki rasa unik, praktis, dan sesuai dengan tren kuliner kekinian. Hadirnya LUDES diharapkan dapat memberikan nilai tambah serta memperkaya ragam pilihan kuliner masyarakat Indonesia.

1.1 Permasalahan Konsumen

Beberapa permasalahan umum mulai muncul terhadap pengalaman konsumen dalam membeli atau mengonsumsi lumpia isi di pasaran. Terutama terkait produk lumpia yang tersedia di pasaran cenderung terlalu berminyak, memiliki cita rasa yang monoton, serta kurang memiliki variasi isi yang inovatif. Selain itu, porsi atau ukuran produk yang tidak konsisten sering kali menurunkan tingkat kepuasan konsumen. Permasalahan lain yang juga sering muncul adalah kurangnya daya tarik visual dan keunikan rasa yang membuat produk lumpia sulit bersaing dengan jajanan modern atau makanan cepat saji yang lebih bervariasi.

Permasalahan tersebut dapat memengaruhi tingkat kepuasan konsumen dan dampak pada keputusan pembelian. Tidak hanya mengidentifikasi masalah, konsumen juga menunjukkan keinginan kualitas lumpia, baik dari segi visual, rasa, dan inovasi yang dihadirkan.

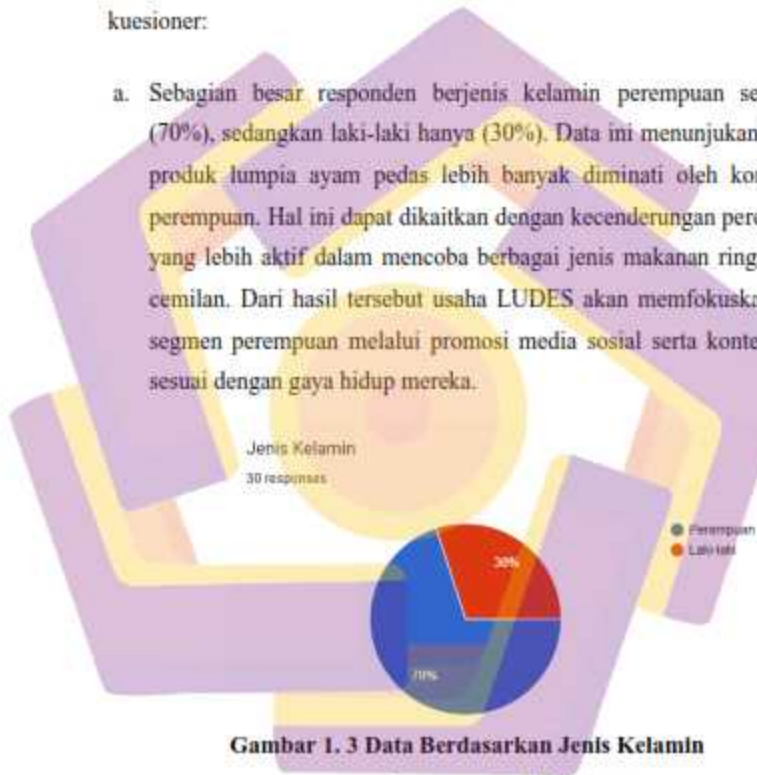
Penelitian ini dilakukan untuk mengumpulkan data yang dapat menjadi dasar dalam merumuskan strategi pengembangan produk, khususnya terkait peningkatan kualitas rasa, inovasi varian isi, dan konsistensi mutu produk Lumpia Ayam Pedas (LUDES). Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk merumuskan strategi pemasaran yang efektif melalui media digital agar selaras dengan kebutuhan dan preferensi konsumen saat ini. Melalui penelitian ini, LUDES diharapkan dapat memperoleh gambaran objektif mengenai preferensi dan perilaku konsumen, sehingga dapat menjadi acuan dalam pengambilan keputusan strategi terkait pengembangan produk, peningkatan kualitas pelayanan, serta penguatan posisi merek di pasar. Dengan demikian, hasil penelitian ini diharapkan mampu membantu LUDES meningkatkan daya saing, menciptakan nilai tambah bagi konsumen, dan mendukung keberlanjutan usaha dalam jangka panjang.

Pengumpulan data dilakukan pada periode November 2025 melalui penyebaran kuesioner berbasis digital menggunakan platform Google Form, yang ditujukan kepada konsumen di Kabupaten Sleman dengan keterkaitan permasalahan konsumen dan kebutuhan konsumen terhadap produk lumpia ayam pedas di pasaran. Total responden yang berhasil diperoleh sebanyak 30 responden. Instrumen kuesioner disusun menggunakan pilihan ganda untuk mengukur tingkat pilihan terbanyak terhadap sejumlah pertanyaan. Hasil data yang terkumpul selanjutnya akan diolah dan kemudian akan dianalisis secara deskriptif untuk menentukan hasil pernyataan dari responden. Berikut adalah hasil keseluruhan responden yang telah diperoleh berdasarkan kriteria target pasar sebagai berikut:

1.1.1. Identitas Responden

Berdasarkan hasil kuesioner yang melibatkan 30 responden mengenai bisnis Lumpia Ayam Pedas, diperoleh identitas responden serta perilaku konsumen dalam melakukan pembelian. Berikut data dari responden hasil kuesioner:

- a. Sebagian besar responden berjenis kelamin perempuan sebanyak (70%), sedangkan laki-laki hanya (30%). Data ini menunjukkan bahwa produk lumpia ayam pedas lebih banyak diminati oleh konsumen perempuan. Hal ini dapat dikaitkan dengan kecenderungan perempuan yang lebih aktif dalam mencoba berbagai jenis makanan ringan atau cemilan. Dari hasil tersebut usaha LUDES akan memfokuskan pada segmen perempuan melalui promosi media sosial serta konten yang sesuai dengan gaya hidup mereka.



Gambar 1. 3 Data Berdasarkan Jenis Kelamin

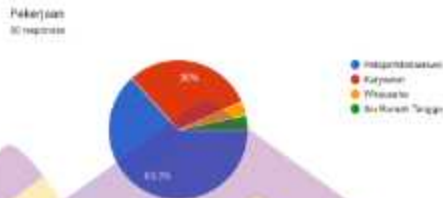
Sumber: Data primer diolah (2025)

- b. Ditinjau dari aspek usia, sebagian besar responden berada pada rentang 17-25 tahun dengan persentase sebesar 90%, sedangkan 10% dalam usia 26-35 tahun. Hal ini mengidentifikasi bahwa konsumen produk lumpia ayam pedas didominasi oleh kalangan muda, khususnya pelajar, mahasiswa, dan pekerja muda. Dari rentan usia tersebutlah yang akan menjadi acuan usaha LUDES sebagai target potensial pasarnya berdasarkan demografis untuk menentukan platform media pemasaran yang tepat sasaran dalam memasarkan produk lumpia yang sesuai kebutuhan dan permintaan.



- c. Berdasarkan pekerjaan sebagian besar responden merupakan mahasiswa dengan tingkat persentase (63,3%), dan (30%) bekerja sebagai karyawan, dan sisanya wirausaha dan ibu rumah tangga. Hal ini menunjukkan bahwa target pasar dari lumpia ayam pedas kebanyakan adalah mahasiswa dan pekerja muda yang mempunyai minat tinggi terhadap cemilan kekinian dan mau mencoba rasa baru. Dari hasil

tersebut LUDES akan menyediakan harga terjangkau, membuka sitem pre-order, serta memperkuat promosi digital melalui media sosial.



Gambar 1. 5 Data Berdasarkan Pekerjaan

Sumber: Data primer diolah (2025)

- d. Berdasarkan domisili, responden terbanyak berasal dari Sleman dengan jumlah 17 orang (56,7%), diikuti oleh kota Yogyakarta sebanyak 5 orang (16,7%), serta wilayah lain seperti Klaten (6,7%), Bantul, Batang, dan Medan, masing-masing sebesar (3,3%). Kondisi ini menunjukkan bahwa wilayah Sleman menjadi pusat konsentrasi terbesar konsumen. Berdasarkan data domisili, LUDES perlu memfokuskan strategi pemasaran dan distribusi di wilayah Sleman sebagai pasar utama, memperkuat promosi lokal melalui media sosial berbasis lokasi.



Gambar 1. 6 Data Berdasarkan Domisili

Sumber: Data primer diolah (2025)

- e. Berdasarkan frekuensi pembelian, sebagian besar responden menyatakan kadang membeli 1-2 kali per bulan sebanyak (46,7%), disusul oleh (23,3%) responden yang jarang membeli 1 kali dalam 2 bulan, (20%) yang sering membeli lebih dari 2 kali per bulan, serta (10%) yang baru pertama kali mencoba produk ini. Data ini menggambarkan bahwa sebagian besar responden sudah mengenal lumpia ayam pedas dan melakukan pembelian secara berkala, meskipun frekuensinya masih tergolong sedang, usaha LUDES akan meningkatkan strategi promosi yang mampu mendorong peningkatan penjualan dan mengikuti kegiatan penjualan seperti bazar kuliner.



- f. Berdasarkan tujuan pembelian, sebanyak 27 responden (90%) membeli produk untuk dikonsumsi sendiri, sementara 8 responden (26,7%) membeli untuk dikonsumsi bersama teman, dan 7 responden (23,3%) membeli untuk acara keluarga. Hasil ini menunjukkan bahwa produk lebih sering dikonsumsi secara pribadi sebagai cemilan sehari-hari dibandingkan digunakan untuk acara tertentu atau hadiah. Dari hasil tersebut LUDES

memperkuat *positioning* produk sebagai cemilan harian praktis untuk aktivitas sehari-hari.



Gambar 1. 8 Data Berdasarkan Tujuan Pembelian

Sumber: Data primer diolah (2025)

Untuk mengetahui permasalahan yang dialami oleh konsumen sebagai pembeli LUDES maupun sebagai pengonsumsi produk lumpia, pernyataan penelitian dibagi menjadi beberapa segmen, yaitu: Kurangi kadar minyak dalam proses penggorengan, Tambah isian dan standarisasi ukuran, Kembangkan varian rasa baru, Kurangnya variasi harga menu paket. Tujuannya untuk melakukan survei pelanggan guna memetakan perkembangan bisnis LUDES. Dari seluruh responden yang sudah diperoleh, ditemukan beberapa hal yang menjadi permasalahan. Permasalahan dari responden dapat dijabarkan sebagai berikut:

1.1.2. Kurangi Kadar Minyak dalam Proses Penggorengan

Hasil dari survei yang dilakukan terhadap 30 orang menunjukkan bahwa masalah utama yang paling sering dikeluhkan konsumen adalah "tingginya kadar minyak pada produk lumpia isi". 63 % dari responden (19 orang) mengatakan bahwa faktor utama ketidakpuasan terhadap produk di pasaran adalah lumpia yang terlalu berminyak. Temuan ini menunjukkan bahwa elemen proses penggorengan dan kualitas akhir produk sangat memengaruhi persepsi pelanggan, khususnya terkait kenyamanan konsumsi dan pertimbangan kesehatan. Akibatnya, pengembangan dan perbaikan produk harus menjadi perhatian utama. Hal itu berdasarkan dari hasil permasalahan konsumen pada Gambar 1. 9 berikut:



Gambar 1. 9 Data Berdasarkan Kadar Minyak dalam Penggorengan

Sumber: Data primer diolah (2025)

1.1.3. Tambah Isian dan Standarisasi Ukuran

Hasilnya menunjukkan bahwa ada masalah dengan standarisasi ukuran lumpia isi dan perlunya menambah isian. Sebanyak 50% dari responden (15 orang) mengatakan bahwa ukuran lumpia di pasaran terkadang sesuai dan terkadang tidak, dan 40% dari responden (12 orang) mengatakan bahwa meskipun lumpia terlihat besar, isiannya sedikit atau kopong. Hasil menunjukkan bahwa ukuran dan komposisi isian produk tidak seragam, yang berpotensi menurunkan persepsi nilai dan kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, standarisasi ukuran produk dan penambahan isian diperlukan agar kualitasnya lebih seragam dan sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Hasil ini berdasarkan Gambar 1. 10 berikut:



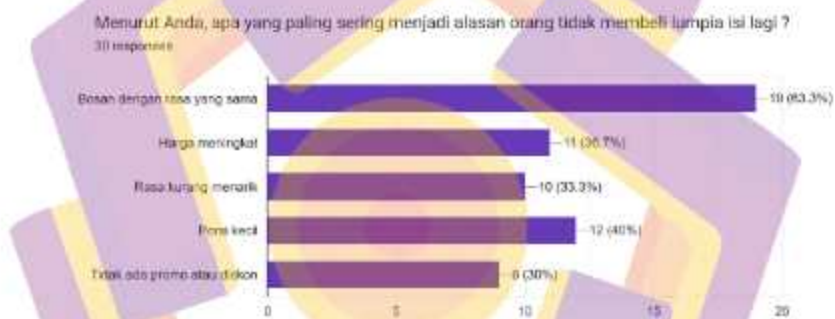
Gambar 1. 10 Data Berdasarkan Isian dan Standarisasi Ukuran

Sumber: Data primer diolah (2025)

1.1.4. Kembangkan Varian Rasa Baru

Hasilnya menunjukkan bahwa alasan konsumen tidak membeli lumpia isi lagi adalah bosan dengan rasa yang sama, yang diperoleh oleh 19 respon (63,3%), menjadikannya faktor yang paling dominan. hal ini menunjukan

kurangnya variasi rasa menjadi penyebab utama menurunkannya minat beli ulang. Secara keseluruhan, kembangkan varian rasa baru diperlukan agar dapat mengurangi kejenuhan konsumen serta meningkatkan daya tarik produk. Selain itu, inovasi rasa juga berpotensi memperbaiki persepsi terhadap kualitas kelezatan lumpia yang sebelumnya dianggap tidak menarik. Hasil ini berdasarkan permasalahan konsumen pada Gambar 1.11 berikut:



Gambar 1. 11 Data Berdasarkan Varian Rasa

Sumber: Data primer diolah (2025)

1.1.5. Kurangnya Variasi Harga Menu Paket

Hasil survei dari 30 orang yang disurvei menunjukkan bahwa masalah utama dengan harga lumpia isi adalah "kurangnya variasi harga dan menu paket". 60% dari responden (18 orang) menyatakan bahwa pilihan harga pada lumpia di pasaran berdasarkan ukuran dan paket masih terbatas. Hasilnya menunjukkan bahwa pelanggan membutuhkan fleksibilitas harga yang lebih luas untuk menyesuaikan kebutuhan dan daya beli mereka. Oleh

karena itu, pengembangan variasi paket dan harga harus diprioritaskan.

Hasil ini berdasarkan permasalahan konsumen pada Gambar 1.12 berikut:

Bagaimana pendapat Anda tentang harga lumpia isi yang pernah dibeli ? (pilih maks 3)

30 responses

[Copy chart](#)



Gambar 1. 12 Data Berdasarkan Kurangnya Variasi Harga Paket

Sumber: Data primer diolah (2025)

1.2 Solusi dan Nilai Lebih yang Ditawarkan

Berdasarkan identifikasi permasalahan konsumen dari pengumpulan data berdasarkan survei melalui penyebaran kuesioner, LUDES memberikan solusi dan nilai lebih sebagai berikut:

1.2.1. Solusi

a. Kurangi Kadar Minyak dalam Proses Penggorengan

Peningkatan kualitas proses penggorengan, solusi ini bertujuan untuk mengurangi kadar minyak pada produk lumpia dengan mengontrol proses produksi dengan lebih baik. LUDES memastikan suhu minyak yang stabil selama proses penggorengan agar produk matang secara merata tanpa menyerap minyak berlebih. Selain itu, teknik penirisan ganda dengan media penyerap minyak memastikan

penirisan yang optimal. Dengan menggunakan solusi ini, lumpia akan menjadi lebih renyah, tidak berminyak, dan lebih nyaman dimakan. Ini akan meningkatkan kepuasan pelanggan dan persepsi kualitas produk.

b. Tambah Isian dan Standarisasi Ukuran

Standarisasi ukuran produk dan penambahan isian, solusi ini dicapai dengan menetapkan standar untuk ukuran dan jumlah isian pada setiap produk lumpia. Dalam proses pengisian, LUDES menggunakan alat ukur dan takaran yang sama untuk memastikan bahwa ukuran dan jumlah isian konsisten pada setiap produk. Jumlah isian juga ditingkatkan untuk membuat nilai produk lebih sebanding dengan harga yang dibayarkan oleh pelanggan. Diharapkan langkah ini akan meningkatkan kepercayaan konsumen, meningkatkan pemahaman tentang nilai produk, dan menghasilkan pengalaman konsumsi yang lebih memuaskan.

c. Kembangkan Varian Rasa Baru

Inovasi dan pengembangan varian rasa, LUDES melakukan inovasi produk dengan mengembangkan varian rasa baru yang mengikuti tren dan preferensi pasar. Seperti, lumpia ayam mozzarella pedas dan varian pedas dengan aroma unik dibuat untuk mengatasi keterbatasan variasi rasa. Tujuan dari solusi ini adalah untuk memberikan pilihan rasa yang lebih beragam, mengurangi kejenuhan pelanggan, dan meningkatkan

daya tarik produk di tengah persaingan yang semakin kompetitif di industri kuliner.

d. Kurangnya Variasi Harga Menu Paket

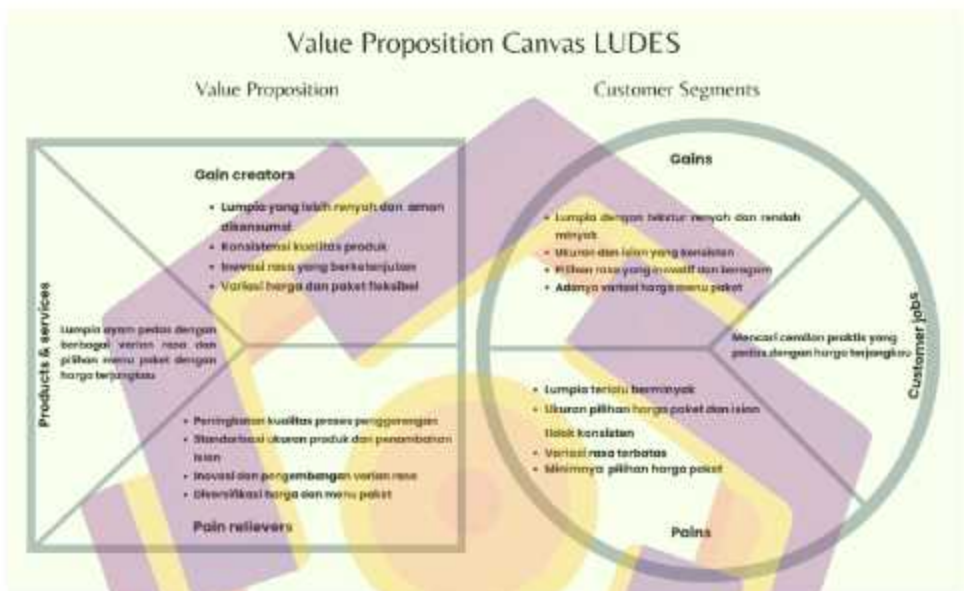
Diversifikasi harga dan menu paket, menyediakan berbagai pilihan menu paket untuk memenuhi kebutuhan dan kemampuan beli pelanggan menyelesaikan masalah keterbatasan variasi harga. Dengan harga yang lebih fleksibel daripada penjualan satuan, LUDES menawarkan paket lumpia ayam pedas dan paket lumpia mozzarella isi 5 pcs per paket. Melalui penawaran nilai yang lebih baik, strategi ini memudahkan pelanggan untuk memutuskan apa yang mereka ingin beli dan berpotensi meningkatkan volume penjualan dan frekuensi pembelian ulang.

1.2.2. Nilai

Untuk mempermudah dalam menentukan nilai tambah berdasarkan solusi yang sudah ditawarkan, maka diperlukan pemetaan dengan menggunakan *Value Proposition Canvas*. Menurut Alexander Osterwalder *Value Proposition Canvas* menjelaskan fitur dari proposisi nilai spesifik dalam model bisnis dengan cara yang lebih detail, memecahkan nilai produk dan layanan, solusi untuk mengatasi masalah dan faktor pendorong keuntungan [1].

Value Proposition Canvas (VPC) merupakan alat yang digunakan untuk memahami produk atau jasa dan perilaku konsumen serta menghubungkan dengan keinginan pasar sehingga menghasilkan produk dengan value yang dapat menjawab permasalahan yang ada [2]. Berikut adalah Gambar 1.13

Value Proposition Canvas Usaha LUDES adalah hasil pemetaan dari nilai tambah yang ditawarkan oleh LUDES:



Gambar 1. 13 Value Proposition Canvas Usaha LUDES

Sumber: Data primer diolah (2026)

Dari hasil pemetaan *Value Proposition Canvas* ditemukan *Gain Creator* sebagai nilai tambah yang ditawarkan LUDES sebagai berikut:

1. Lumpia yang lebih renyah dan aman dikonsumsi

LUDES menawarkan lumpia dengan tekstur yang lebih renyah dan kadar minyak yang lebih rendah, sehingga memberikan kenyamanan dalam konsumsi serta meningkatkan kualitas pengalaman pelanggan.

2. Konsistensi kualitas produk

Standar ukuran dan isian memastikan bahwa semua produk memiliki kualitas yang sama, menumbuhkan kepercayaan pelanggan terhadap kualitas produk yang ditawarkan.

3. Inovasi rasa yang berkelanjutan

Pengembangan varian rasa baru dilakukan secara berkelanjutan untuk menyesuaikan dengan tren dan preferensi pasar. Sekaligus mengurangi kejenuhan pelanggan konsumen dan memperkuat diferensiasi produk.

4. Variasi harga menu paket yang fleksibel

Variasi harga menu paket yang fleksibel menawarkan berbagai pilihan harga menu paket memudahkan pelanggan untuk memilih produk yang sesuai dengan kebutuhan dan daya beli konsumen, serta meningkatkan persepsi nilai produk.

1.3 Noble Purpose

LUDES mempunyai tujuan mulia untuk menghadirkan produk kuliner lokal yang tidak hanya memenuhi kebutuhan konsumen akan camilan yang lezat dan berkualitas, tetapi juga memberikan dampak sosial dan ekonomi yang positif bagi masyarakat. Usaha ini berkomitmen untuk mengangkat potensi kuliner tradisional Indonesia dengan inovasi rasa yang relevan dengan selera modern, sehingga mampu memperluas aspirasi masyarakat terhadap makanan lokal yang diolah secara higienis, aman dan berkualitas. Melalui pemanfaatan bahan baku dari pemasok UMKM sekitar serta pelibatan tenaga kerja lokal dalam proses produksi.

LUDES berupaya membuka peluang ekonomi baru yang dapat meningkatkan kesejahteraan lingkungan sekitar. Dengan demikian, LUDS tidak hanya bertujuan menjadi bisnis kuliner yang mengutamakan keuntungan, tetapi juga ingin berperan dalam memperkuat identitas kuliner lokal, menciptakan nilai sosial yang berkelanjutan, dan memberikan kontribusi nyata bagi tumbuhnya UMKM kuliner Indonesia.

1.4 Visi dan Misi

- a. Visi
Menjadi brand kuliner lokal yang unggul dan terpercaya dalam menghadirkan lumpia ayam pedas berkualitas dengan cita rasa inovatif, praktis, dan mampu menjadi pilihan utama bagi masyarakat.
- b. Misi
 1. Menyediakan produk lumpia ayam pedas yang konsisten berkualitas.
 2. Menjaga konsistensi rasa dan tekstur produk.
 3. Menciptakan variasi rasa dan inovasi baru.
 4. Memberikan pelayanan yang cepat, ramah kepada konsumen.
 5. Membangun citra brand sebagai pilihan utama yang berkualitas.

c. Logo



Gambar 1. 14 Logo Usaha LUDES

Sumber: Data primer diolah(2025)

Logo LUDES menampilkan gambar lumpia dengan latar belakang api yang menyala, mencerminkan karakter utama pada produk yaitu citra rasa pedas yang kuat, berani, dan menggugah selera. Api berwarna merah orange menunjukkan energi, keberanian, dan kualitas produk yang selalu disajikan fresh. Bentuk lumpia yang rapi melambangkan konsistensi kualitas dan ketelitian dalam proses produksi. Tulisan LUDES yang tegas memperkuat identitas brand sebagai makanan pedas yang cepat habis karena digemari konsumen.