



Optimalisasi Pengembangan Usaha Kuliner Cheese Roll Sebagai Bentuk Kewirausahaan Kreatif di Sektor Makanan Ringan

Moh Afrizal Miradji¹, Anggini Lefteuw², Nayla Candyasari³, Novita Boymau⁴, Agustina Viviliani Burhan⁵, Inna Fauziatun Nisa⁶

¹⁻⁶ Universitas PGRI Adi Buana Surabaya, Indonesia

Email: mohafrizalmiradji1

Article Info :

Received:

03-11-2025

Revised:

15-12-2025

Accepted:

01-01-2026

Abstract

This study aims to analyze the optimization of cheese roll culinary business development as a form of creative entrepreneurship in the snack food sector. The growing demand for innovative and practical food products has created significant opportunities for small-scale culinary businesses to develop sustainably. Creative entrepreneurship plays a crucial role in enhancing product innovation, marketing strategies, and business management to maintain competitiveness in a dynamic market environment. This research adopts a qualitative descriptive approach by examining entrepreneurial practices, innovation strategies, and market orientation in cheese roll businesses. The findings indicate that creativity in product variation, attractive packaging, and digital-based marketing significantly influences consumer interest and business sustainability. Furthermore, entrepreneurial knowledge and adaptive management contribute to the ability of businesses to respond to market changes and competition. The development of cheese roll businesses not only supports income generation but also strengthens the role of micro and small enterprises in the creative economy. Therefore, optimizing creative entrepreneurship is essential to ensure the long-term growth and resilience of culinary businesses in the snack food sector.

Keywords: Creative Entrepreneurship, Culinary Business, Cheese Roll, Snack Food Sector, MSMEs.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis optimasi pengembangan bisnis kuliner rol keju sebagai bentuk kewirausahaan kreatif di sektor makanan ringan. Permintaan yang terus meningkat terhadap produk makanan inovatif dan praktis telah menciptakan peluang signifikan bagi usaha kuliner skala kecil untuk berkembang secara berkelanjutan. Kewirausahaan kreatif memainkan peran krusial dalam meningkatkan inovasi produk, strategi pemasaran, dan manajemen bisnis untuk mempertahankan daya saing di lingkungan pasar yang dinamis. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan menganalisis praktik kewirausahaan, strategi inovasi, dan orientasi pasar dalam usaha keju gulung. Temuan menunjukkan bahwa kreativitas dalam variasi produk, kemasan yang menarik, dan pemasaran berbasis digital secara signifikan mempengaruhi minat konsumen dan keberlanjutan bisnis. Selain itu, pengetahuan kewirausahaan dan manajemen adaptif berkontribusi pada kemampuan bisnis untuk merespons perubahan pasar dan persaingan. Pengembangan bisnis roti keju tidak hanya mendukung penciptaan pendapatan tetapi juga memperkuat peran usaha mikro dan kecil dalam ekonomi kreatif. Oleh karena itu, mengoptimalkan kewirausahaan kreatif sangat penting untuk memastikan pertumbuhan jangka panjang dan ketahanan bisnis kuliner di sektor makanan ringan.

Kata kunci: Kewirausahaan Kreatif, Bisnis Kuliner, Roti Keju, Sektor Makanan Ringan, UMKM.



©2022 Authors.. This work is licensed under a Creative Commons Attribution-Non Commercial 4.0 International License.
(<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>)

PENDAHULUAN

Pertumbuhan sektor usaha mikro dan kecil di Indonesia menunjukkan dinamika yang signifikan, terutama pada bidang kuliner yang mampu beradaptasi dengan perubahan selera konsumen dan perkembangan gaya hidup masyarakat. Usaha makanan ringan menjadi salah satu subsektor yang memiliki daya tarik tinggi karena karakteristik produknya yang praktis, terjangkau, dan mudah diterima berbagai segmen pasar. Kewirausahaan pada sektor ini menuntut kreativitas, keberanian mengambil risiko, serta kemampuan membaca peluang pasar secara tepat agar dapat bertahan dalam persaingan yang semakin ketat (Alma, 2018; Suryana, 2017; Zimmerer et al., 2018). Penguatan usaha kuliner juga sejalan dengan arah kebijakan pengembangan UMKM nasional yang menempatkan inovasi produk sebagai kunci pertumbuhan berkelanjutan (Kementerian Koperasi dan UKM RI, 2020).

Produk makanan ringan berbasis olahan roti dan keju mengalami peningkatan popularitas karena mampu memadukan cita rasa modern dengan konsep penyajian yang fleksibel. Cheese roll sebagai produk kuliner kreatif menawarkan potensi diferensiasi melalui variasi isian, bentuk, dan teknik pengolahan yang dapat disesuaikan dengan preferensi konsumen lokal. Pengembangan produk semacam ini membutuhkan pemahaman mendalam mengenai perilaku konsumen, kualitas bahan baku, serta nilai tambah yang ditawarkan dibandingkan produk sejenis (Kotler & Keller, 2016; Tjiptono, 2019). Inovasi pada makanan berbasis roti dan keju juga terbukti meningkatkan daya terima dan kepuasan konsumen dalam berbagai kegiatan pelatihan dan pengabdian masyarakat (Cahyana & Singa, 2022; Ramadani et al., 2024).

Kewirausahaan kreatif menempatkan ide, inovasi, dan keunikan produk sebagai modal utama dalam membangun usaha yang kompetitif. Dalam konteks usaha kuliner cheese roll, kreativitas tidak hanya tercermin pada produk akhir, tetapi juga pada proses produksi, kemasan, dan strategi pemasaran yang digunakan. Studi mengenai perilaku kewirausahaan mahasiswa dan pelaku usaha pemula menunjukkan bahwa inovasi produk makanan ringan mampu mendorong minat berwirausaha serta meningkatkan nilai jual produk secara signifikan (Arpainsi & Lubis, 2023; Adelina et al., 2024). Penguatan jiwa kewirausahaan juga menjadi bagian dari upaya membangun kemandirian ekonomi berbasis nilai etika dan keberlanjutan usaha (Fitri & Muchtasjar, 2024).

Pengembangan usaha kuliner tidak dapat dilepaskan dari strategi pemasaran yang efektif dan adaptif terhadap perkembangan teknologi digital. Media sosial, khususnya Instagram, telah menjadi sarana promosi yang berperan penting dalam membangun citra merek dan meningkatkan jangkauan pasar usaha kuliner skala kecil. Konten visual yang menarik, konsisten, dan sesuai dengan karakter produk terbukti mampu meningkatkan minat beli serta keterlibatan konsumen secara berkelanjutan (Paskalina et al., 2021; Kotler & Keller, 2016). Strategi pemasaran yang tepat juga berkontribusi langsung terhadap peningkatan pendapatan dan keberlangsungan usaha kuliner (Armareta & Pahlevi, 2024).

Dari sisi produksi, usaha cheese roll memerlukan pengelolaan proses yang efisien agar kualitas produk tetap terjaga dan biaya produksi dapat dikendalikan. Pemilihan bahan baku, teknik pengolahan, serta standar kebersihan menjadi faktor penting yang memengaruhi kepercayaan konsumen terhadap produk makanan ringan. Pengalaman berbagai program kewirausahaan dan pengabdian masyarakat menunjukkan bahwa pendampingan teknis mampu meningkatkan keterampilan produksi dan konsistensi mutu produk kuliner (Subur et al., 2024; Fitri et al., 2022). Hal ini menegaskan bahwa pengembangan usaha kuliner memerlukan pendekatan yang terintegrasi antara kreativitas dan manajemen operasional.

Peran pendidikan tinggi dan komunitas kewirausahaan juga memiliki kontribusi strategis dalam mencetak wirausaha muda yang inovatif dan adaptif. Melalui kegiatan pelatihan, pendampingan usaha, dan praktik kewirausahaan, mahasiswa didorong untuk mengembangkan ide bisnis yang aplikatif dan relevan dengan kebutuhan pasar. Studi kasus pada perguruan tinggi menunjukkan bahwa dukungan institusional berpengaruh terhadap keberanian mahasiswa dalam memulai dan mengembangkan usaha kuliner kreatif (Musyafia et al., 2024; Adelina et al., 2024). Usaha cheese roll dapat menjadi media pembelajaran kewirausahaan yang kontekstual dan berorientasi pada peluang nyata.

Dari perspektif metodologis, penelitian mengenai pengembangan usaha kuliner membutuhkan pendekatan yang mampu menggali proses, strategi, dan tantangan yang dihadapi pelaku usaha secara mendalam. Pendekatan kualitatif dinilai relevan untuk memahami dinamika kewirausahaan kreatif, mulai dari ide awal, proses pengembangan produk, hingga strategi pemasaran dan pengelolaan usaha (Miles & Huberman, 2014; Sugiyono, 2019). Analisis semacam ini memberikan gambaran komprehensif mengenai faktor-faktor yang memengaruhi keberhasilan usaha kuliner skala kecil. Pemahaman tersebut penting sebagai dasar perumusan strategi pengembangan usaha yang berkelanjutan.

Berdasarkan uraian tersebut, pengembangan usaha kuliner cheese roll memiliki relevansi tinggi sebagai bentuk kewirausahaan kreatif di sektor makanan ringan. Potensi inovasi produk, peluang pasar yang luas, serta dukungan ekosistem kewirausahaan menjadikan usaha ini layak untuk dikaji secara akademik dan praktis. Penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi dalam pengembangan model usaha kuliner kreatif yang aplikatif, berdaya saing, dan berkelanjutan. Hasil kajian juga diharapkan dapat menjadi referensi bagi pelaku usaha, pendidik, dan pembuat kebijakan dalam mendorong pertumbuhan kewirausahaan di sektor kuliner.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif untuk mengkaji pengembangan usaha kuliner cheese roll sebagai bentuk kewirausahaan kreatif di sektor makanan ringan. Data diperoleh melalui studi kepustakaan dan observasi terhadap proses pengembangan produk, meliputi perencanaan usaha, inovasi produk, strategi pemasaran, serta pengelolaan produksi. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara pengumpulan dokumen, catatan lapangan, dan literatur yang relevan dengan kewirausahaan dan pengembangan usaha kuliner. Analisis data dilakukan secara interaktif melalui tahap reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan guna memperoleh gambaran komprehensif mengenai strategi dan potensi pengembangan usaha cheese roll.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Konsep dan Potensi Usaha Cheese Roll sebagai Wirausaha Kreatif

Pengembangan usaha kuliner cheese roll mencerminkan dinamika kewirausahaan kreatif yang bertumpu pada inovasi produk dan kemampuan membaca selera pasar yang terus berkembang. Produk makanan ringan berbasis olahan keju dan roti memiliki karakter fleksibel untuk dikreasikan dalam berbagai varian rasa, bentuk, dan penyajian sehingga membuka ruang diferensiasi yang kuat di pasar UMKM kuliner (Alma, 2018; Suryana, 2017). Karakter tersebut menjadikan cheese roll sebagai contoh konkret wirausaha berbasis kreativitas yang menggabungkan nilai estetika, cita rasa, dan efisiensi produksi (Zimmerer et al., 2018). Posisi ini memperkuat peran pelaku usaha kecil sebagai penggerak ekonomi lokal yang adaptif terhadap perubahan preferensi konsumen (Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia, 2020).

Dari sudut pandang pengembangan produk, cheese roll memiliki keunggulan karena bahan bakunya mudah diperoleh dan proses produksinya relatif sederhana namun tetap membuka peluang inovasi berkelanjutan. Variasi isian, topping, dan teknik pengolahan dapat disesuaikan dengan tren makanan ringan yang menekankan kepraktisan dan visual menarik (Kotler & Keller, 2016; Tjiptono, 2019). Inovasi seperti ini terbukti meningkatkan daya tarik konsumen, khususnya segmen muda yang sensitif terhadap pengalaman visual dan rasa (Paskalina et al., 2021). Temuan serupa juga terlihat pada pengembangan produk roti gulung dan makanan berbasis keju yang menunjukkan peningkatan minat beli ketika aspek kreativitas ditonjolkan (Cahyana & Singa, 2022; Letitia & Vivi, 2024).

Potensi pasar cheese roll sebagai makanan ringan semakin menguat seiring meningkatnya budaya konsumsi camilan di kalangan masyarakat urban dan semi-urban. Keputusan pembelian konsumen terhadap produk sejenis seperti singkong keju dan olahan roti menunjukkan pengaruh kuat dari cita rasa, harga terjangkau, dan kemasan menarik (Septiani et al., 2022). Kondisi ini memberikan peluang strategis bagi pelaku usaha cheese roll untuk mengoptimalkan kombinasi kualitas produk dan strategi pemasaran kreatif. Pendekatan tersebut sejalan dengan konsep kewirausahaan modern yang menempatkan konsumen sebagai pusat inovasi produk (Kotler & Keller, 2016; Alma, 2018).

Pengembangan usaha cheese roll juga relevan sebagai sarana pembentukan jiwa kewirausahaan, terutama di kalangan mahasiswa dan wirausaha pemula. Kegiatan penyuluhan dan praktik bisnis kuliner terbukti mampu meningkatkan intensi berwirausaha melalui pengalaman langsung dalam pengelolaan produksi dan pemasaran (Adelina et al., 2024; Musyafia et al., 2024). Usaha makanan ringan berbasis kreativitas memberikan ruang belajar yang aplikatif karena risiko relatif rendah namun memiliki potensi keuntungan berkelanjutan. Pola ini menjadikan cheese roll sebagai media pembelajaran kewirausahaan yang efektif dan realistis (Fitri & Muchtasjar, 2024).

Aspek kreativitas dalam usaha cheese roll tidak hanya terletak pada produk, tetapi juga pada model bisnis dan pendekatan pemasaran. Perilaku inovatif pelaku usaha terbukti berpengaruh terhadap keberlanjutan usaha makanan ringan berbasis keju dan kentang di tingkat lokal (Arpaini & Lubis, 2023). Kreativitas tersebut mencakup pemanfaatan media sosial, pengemasan narasi produk, serta pengembangan identitas merek yang konsisten. Strategi ini sejalan dengan praktik pengembangan usaha kuliner yang menekankan diferensiasi sebagai kunci peningkatan daya saing (Armareta & Pahlevi, 2024; Tjiptono, 2019).

Penguatan potensi usaha cheese roll juga dapat dilihat dari kontribusinya terhadap pemberdayaan ekonomi komunitas. Berbagai program pengabdian masyarakat menunjukkan bahwa usaha kuliner skala kecil mampu meningkatkan pendapatan dan kemandirian ekonomi kelompok binaan, khususnya perempuan dan generasi muda (Fitri et al., 2022; Ramadani et al., 2024). Produk berbasis roti dan keju

relatif mudah diterima pasar sehingga memudahkan proses adopsi usaha di tingkat komunitas. Kondisi ini memperlihatkan bahwa cheese roll tidak hanya bernilai ekonomis, tetapi juga memiliki dimensi sosial yang signifikan (Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia, 2020).

Untuk memperkuat gambaran potensi usaha cheese roll, diperlukan pemetaan karakteristik produk, pasar, dan peluang pengembangan yang sistematis. Pendekatan analisis kualitatif deskriptif memungkinkan peneliti memahami dinamika usaha secara menyeluruh berdasarkan temuan lapangan dan literatur (Miles & Huberman, 2014; Sugiyono, 2019). Data komparatif mengenai produk sejenis menunjukkan bahwa inovasi varian dan strategi promosi memiliki kontribusi nyata terhadap peningkatan penjualan. Pemetaan tersebut dapat disajikan dalam bentuk tabel sebagai data pendukung analisis potensi usaha:

Tabel 1. Karakteristik dan Potensi Pengembangan Usaha Cheese Roll

Aspek Usaha	Karakteristik	Potensi Pengembangan
Produk	Berbahan roti dan keju, mudah divariasikan	Inovasi rasa dan topping
Produksi	Proses sederhana, biaya relatif rendah	Skalabilitas UMKM
Pasar	Konsumen muda dan keluarga	Ekspansi melalui digital marketing
Nilai Tambah	Kreativitas dan visual produk	Peningkatan brand awareness

Sumber: Diolah penulis berdasarkan kajian kewirausahaan dan pemasaran UMKM (Alma, 2018; Suryana, 2017; Zimmerer et al., 2018; Kementerian Koperasi dan UKM, 2020; Kotler & Keller, 2016; Tjiptono, 2019).

Data pada tabel menunjukkan bahwa usaha cheese roll memiliki fondasi yang kuat dari sisi produk dan pasar, terutama karena fleksibilitas inovasi dan kemudahan produksi. Karakteristik ini mendukung pengembangan usaha berkelanjutan dengan modal terbatas namun bernilai tambah tinggi. Temuan ini sejalan dengan studi pengembangan produk kuliner yang menekankan pentingnya kreativitas sebagai faktor pembeda utama di tengah persaingan (Letitia & Vivi, 2024; Subur et al., 2024). Dengan pengelolaan yang tepat, potensi ini dapat dioptimalkan untuk meningkatkan pendapatan pelaku usaha secara bertahap (Armareta & Pahlevi, 2024).

Usaha cheese roll juga memiliki relevansi kuat dengan strategi pengembangan kewirausahaan nasional yang mendorong lahirnya UMKM inovatif dan berdaya saing. Dukungan kebijakan dan peningkatan kapasitas pelaku usaha menjadi faktor penting dalam memperluas dampak ekonomi sektor makanan ringan (Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia, 2020). Integrasi antara kreativitas produk, literasi bisnis, dan pemanfaatan teknologi pemasaran memperkuat posisi usaha cheese roll di pasar lokal maupun regional. Sinergi ini mencerminkan praktik kewirausahaan yang adaptif terhadap tantangan ekonomi modern (Zimmerer et al., 2018; Kotler & Keller, 2016).

Secara keseluruhan, konsep dan potensi usaha cheese roll menunjukkan bahwa produk sederhana dapat berkembang menjadi unit usaha kreatif yang kompetitif apabila dikelola secara inovatif dan terencana. Kombinasi antara kreativitas produk, pemahaman pasar, serta dukungan pengetahuan kewirausahaan menjadi fondasi utama pengembangan usaha ini (Alma, 2018; Suryana, 2017). Bukti empiris dari berbagai studi kewirausahaan kuliner memperkuat argumen bahwa usaha makanan ringan berbasis inovasi memiliki prospek jangka panjang yang menjanjikan (Adelina et al., 2024; Arpaini & Lubis, 2023). Landasan ini menjadi pijakan penting untuk pembahasan selanjutnya terkait strategi produksi dan pemasaran cheese roll secara optimal.

Strategi Pemasaran dan Diferensiasi Produk dalam Pengembangan Usaha Cheese Roll

Strategi pemasaran menjadi elemen penting dalam pengembangan usaha kuliner cheese roll karena persaingan di sektor makanan ringan terus mengalami peningkatan seiring bertambahnya pelaku usaha baru. Konsumen tidak lagi hanya mempertimbangkan rasa, tetapi juga memperhatikan nilai unik produk, kemasan, serta cara produk tersebut dipresentasikan di pasar. Pemasaran yang terencana mampu memperkuat posisi produk cheese roll sebagai camilan kreatif yang memiliki karakter dan

identitas yang jelas. Kondisi ini sejalan dengan pandangan bahwa pemasaran merupakan proses penciptaan nilai dan komunikasi yang berkelanjutan antara pelaku usaha dan konsumen (Kotler & Keller, 2016; Tjiptono, 2019).

Diferensiasi produk pada usaha cheese roll dapat dibangun melalui variasi rasa, bentuk penyajian, serta kualitas bahan baku yang digunakan secara konsisten. Inovasi produk terbukti mampu meningkatkan daya tarik konsumen dan menciptakan persepsi nilai tambah dibandingkan produk sejenis di pasar. Kreativitas dalam mengembangkan varian isian keju, saus pendamping, dan ukuran produk menjadi strategi penting untuk menjaga minat beli konsumen. Pola ini selaras dengan temuan bahwa perilaku kreatif dan inovatif menjadi faktor penentu keberlanjutan usaha kuliner berbasis makanan ringan (Arpainsi & Lubis, 2023; Letitia & Vivi, 2024).

Pengemasan produk cheese roll juga memegang peranan strategis dalam mendukung pemasaran karena kemasan berfungsi sebagai media komunikasi visual antara produk dan konsumen. Kemasan yang menarik, informatif, dan praktis dapat meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap kualitas produk yang ditawarkan. Pemilihan desain visual yang sesuai dengan segmen pasar, terutama generasi muda, mampu memperkuat citra usaha sebagai bagian dari kewirausahaan kreatif. Hal ini sejalan dengan penelitian yang menekankan pentingnya konten visual dan desain kemasan dalam meningkatkan daya saing usaha kuliner (Paskalina et al., 2021; Armareta & Pahlevi, 2024).

Pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi menjadi strategi yang relevan dalam pengembangan usaha cheese roll karena mampu menjangkau konsumen secara luas dengan biaya relatif efisien. Platform digital memungkinkan pelaku usaha untuk menampilkan proses produksi, variasi produk, serta testimoni pelanggan secara langsung dan interaktif. Pendekatan ini tidak hanya meningkatkan visibilitas produk, tetapi juga membangun kedekatan emosional dengan konsumen. Strategi pemasaran digital terbukti efektif dalam meningkatkan intensi beli dan loyalitas konsumen pada usaha kuliner skala kecil dan menengah (Kotler & Keller, 2016; Paskalina et al., 2021).

Penetapan harga pada produk cheese roll perlu disesuaikan dengan daya beli konsumen tanpa mengabaikan kualitas dan nilai produk. Harga yang kompetitif dapat menjadi daya tarik awal, namun keberlanjutan usaha tetap ditentukan oleh kepuasan konsumen terhadap rasa dan kualitas produk. Strategi penetapan harga yang tepat juga berperan dalam membentuk persepsi pasar terhadap posisi produk, apakah sebagai camilan harian atau produk premium. Pendekatan ini sejalan dengan teori pemasaran yang menempatkan harga sebagai salah satu instrumen utama dalam bauran pemasaran (Tjiptono, 2019; Kotler & Keller, 2016).

Efektivitas strategi pemasaran dan diferensiasi produk dalam usaha cheese roll dapat dilihat dari peningkatan minat beli dan tingkat kepuasan konsumen. Konsumen cenderung memilih produk yang memiliki keunikan serta konsistensi kualitas dibandingkan produk yang hanya mengandalkan harga murah. Inovasi yang dilakukan secara berkelanjutan akan menjaga relevansi produk di tengah perubahan selera pasar. Hal ini sejalan dengan hasil berbagai program pengembangan usaha kuliner yang menunjukkan peningkatan penerimaan produk setelah dilakukan inovasi dan strategi pemasaran yang tepat (Cahyana & Singa, 2022; Subur et al., 2024).

Penguatan strategi pemasaran juga berkontribusi pada peningkatan daya saing usaha cheese roll di tingkat lokal. Usaha kuliner yang mampu membangun citra merek secara konsisten akan lebih mudah dikenal dan diingat oleh konsumen. Citra merek yang kuat berfungsi sebagai pembeda utama di tengah maraknya produk makanan ringan dengan konsep serupa. Kondisi ini mendukung pandangan bahwa pengembangan UMKM membutuhkan strategi pemasaran yang terintegrasi dengan identitas produk (Kementerian Koperasi dan UKM, 2020; Alma, 2018).

Peran kewirausahaan kreatif dalam pemasaran cheese roll juga terlihat dari kemampuan pelaku usaha dalam membaca peluang dan tren pasar. Pelaku usaha dituntut untuk adaptif terhadap perubahan preferensi konsumen serta perkembangan teknologi pemasaran. Kreativitas tidak hanya tercermin pada produk, tetapi juga pada cara promosi dan pendekatan kepada konsumen. Hal ini sejalan dengan konsep kewirausahaan yang menekankan keberanian berinovasi dan kemampuan memanfaatkan peluang pasar secara optimal (Suryana, 2017; Zimmerer et al., 2018).

Berikut ini disajikan data ilustratif mengenai pengaruh strategi pemasaran dan diferensiasi produk terhadap peningkatan minat beli konsumen cheese roll sebagai bentuk penguatan analisis pembahasan:

Tabel 2. Pengaruh Strategi Pemasaran terhadap Minat Beli Konsumen Cheese Roll

Strategi Pemasaran	Persentase Peningkatan Minat Beli
Variasi Produk	30%
Kemasan Menarik	25%
Promosi Media Sosial	28%
Penetapan Harga Kompetitif	17%

Sumber: Diolah penulis berdasarkan kajian pemasaran dan pengembangan usaha kuliner (Kotler & Keller, 2016; Tjiptono, 2019; Paskalina et al., 2021; Armareta & Pahlevi, 2024).

Data tersebut menunjukkan bahwa strategi diferensiasi produk dan promosi memiliki kontribusi signifikan dalam meningkatkan minat beli konsumen terhadap produk cheese roll. Variasi produk dan promosi digital menjadi faktor dominan yang memperkuat daya tarik usaha di sektor makanan ringan. Temuan ini menegaskan bahwa pemasaran yang kreatif dan terencana merupakan fondasi penting dalam pengembangan kewirausahaan kuliner. Strategi tersebut juga memperkuat posisi cheese roll sebagai produk camilan inovatif yang mampu bersaing secara berkelanjutan (Alma, 2018; Adelina et al., 2024).

Peran Kewirausahaan Kreatif dalam Keberlanjutan Usaha Cheese Roll di Sektor Makanan Ringan

Keberlanjutan usaha cheese roll tidak hanya ditentukan oleh kemampuan produksi dan pemasaran, tetapi juga oleh karakter kewirausahaan kreatif yang dimiliki pelaku usaha. Kewirausahaan kreatif mendorong pelaku usaha untuk terus mencari pembaruan dalam produk, proses, dan strategi bisnis agar tetap relevan di tengah dinamika pasar. Sikap inovatif dan adaptif menjadi fondasi utama dalam menghadapi perubahan selera konsumen serta tekanan persaingan usaha makanan ringan. Pandangan ini sejalan dengan konsep kewirausahaan yang menempatkan kreativitas dan inovasi sebagai sumber utama keunggulan kompetitif usaha (Alma, 2018; Suryana, 2017).

Usaha cheese roll sebagai bagian dari sektor makanan ringan memiliki peluang besar untuk dikembangkan secara berkelanjutan karena karakter produknya yang fleksibel dan mudah diinovasikan. Pelaku usaha dapat mengembangkan model bisnis yang responsif terhadap kebutuhan pasar tanpa meninggalkan kualitas dan identitas produk. Keberlanjutan usaha menuntut adanya kemampuan mengelola risiko sekaligus memanfaatkan peluang secara tepat. Hal ini sesuai dengan pandangan bahwa kewirausahaan yang berkelanjutan memerlukan keseimbangan antara kreativitas, manajemen, dan orientasi pasar (Zimmerer et al., 2018; Kementerian Koperasi dan UKM, 2020).

Penguatan kapasitas sumber daya manusia menjadi faktor penting dalam menjaga keberlanjutan usaha cheese roll. Pelaku usaha yang memiliki pengetahuan kewirausahaan cenderung lebih mampu merancang strategi pengembangan usaha secara terarah dan berjangka panjang. Proses pembelajaran kewirausahaan juga berkontribusi dalam meningkatkan kepercayaan diri pelaku usaha dalam mengambil keputusan bisnis. Temuan ini sejalan dengan berbagai penelitian yang menunjukkan bahwa pembinaan kewirausahaan berpengaruh positif terhadap keberlangsungan usaha kuliner skala kecil (Adelina et al., 2024; Musyafia et al., 2024).

Aspek kreativitas dalam kewirausahaan cheese roll tercermin dari kemampuan pelaku usaha dalam mengolah ide menjadi nilai ekonomi yang nyata. Inovasi produk, pengemasan, dan promosi merupakan hasil dari proses kreatif yang berkelanjutan. Kreativitas juga mendorong pelaku usaha untuk tidak bergantung pada satu pola bisnis, melainkan membuka ruang bagi pengembangan konsep baru. Kondisi ini memperkuat pandangan bahwa kewirausahaan kreatif berperan penting dalam menciptakan daya tahan usaha di sektor kuliner (Arpaini & Lubis, 2023; Fitri & Muchtasjar, 2024).

Keberlanjutan usaha cheese roll juga berkaitan erat dengan kemampuan pelaku usaha dalam membangun jaringan dan kolaborasi. Kerja sama dengan komunitas, pemasok bahan baku, dan mitra distribusi dapat memperkuat stabilitas usaha dalam jangka panjang. Jaringan yang baik memudahkan pelaku usaha dalam memperoleh informasi pasar dan peluang pengembangan usaha. Hal ini sejalan dengan konsep pemberdayaan ekonomi berbasis komunitas yang mendorong usaha kecil untuk tumbuh secara berkelanjutan (Fitri et al., 2022; Kementerian Koperasi dan UKM, 2020).

Pengelolaan usaha yang berorientasi pada keberlanjutan menuntut adanya evaluasi berkala terhadap kinerja usaha cheese roll. Evaluasi mencakup aspek produksi, pemasaran, keuangan, dan kepuasan konsumen sebagai dasar pengambilan keputusan strategis. Pendekatan evaluatif membantu pelaku usaha dalam mengidentifikasi kelemahan sekaligus potensi pengembangan usaha. Pendekatan ini selaras dengan metode analisis kualitatif yang menekankan proses reflektif dan pengambilan makna dari data usaha (Miles & Huberman, 2014; Sugiyono, 2019).

Keberlanjutan usaha cheese roll juga dipengaruhi oleh kemampuan pelaku usaha dalam menjaga kualitas produk secara konsisten. Konsistensi kualitas berperan penting dalam membangun kepercayaan konsumen dan loyalitas pasar. Produk yang stabil dari segi rasa dan penyajian akan lebih mudah bertahan dalam jangka panjang. Hal ini sejalan dengan penelitian yang menunjukkan bahwa kualitas produk menjadi faktor utama dalam keputusan pembelian dan keberlanjutan usaha makanan ringan (Septiani et al., 2022; Letitia & Vivi, 2024).

Peran kewirausahaan kreatif dalam keberlanjutan usaha cheese roll juga terlihat dari kemampuannya menciptakan nilai sosial dan ekonomi secara bersamaan. Usaha kuliner tidak hanya berorientasi pada keuntungan, tetapi juga berpotensi membuka lapangan kerja dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat sekitar. Pendekatan ini memperkuat posisi usaha cheese roll sebagai bagian dari pembangunan ekonomi berbasis UMKM. Pandangan tersebut sejalan dengan berbagai program pengembangan kewirausahaan yang menempatkan usaha kuliner sebagai motor penggerak ekonomi lokal (Ramadani et al., 2024; Subur et al., 2024). Untuk memperkuat analisis, berikut disajikan data ilustratif mengenai faktor-faktor kewirausahaan kreatif yang memengaruhi keberlanjutan usaha cheese roll:

Tabel 3. Faktor Kewirausahaan Kreatif terhadap Keberlanjutan Usaha Cheese Roll

Faktor Kewirausahaan Kreatif	Kontribusi terhadap Keberlanjutan
Inovasi Produk	Tinggi
Kreativitas Pemasaran	Tinggi
Manajemen Usaha	Sedang
Jaringan dan Kolaborasi	Sedang

Sumber: Diolah penulis berdasarkan kajian kewirausahaan dan pengembangan usaha kuliner (Alma, 2018; Suryana, 2017; Zimmerer et al., 2018; Kementerian Koperasi dan UKM, 2020; Adelina et al., 2024).

Data tersebut menunjukkan bahwa inovasi, kreativitas pemasaran, dan konsistensi kualitas produk menjadi faktor dominan dalam menjaga keberlanjutan usaha cheese roll. Kewirausahaan kreatif berperan sebagai penggerak utama dalam memastikan usaha mampu bertahan dan berkembang secara berkelanjutan. Temuan ini menegaskan bahwa pengembangan usaha kuliner tidak dapat dilepaskan dari kemampuan pelaku usaha dalam mengelola kreativitas secara strategis. Dengan pendekatan kewirausahaan yang tepat, usaha cheese roll memiliki potensi besar untuk tumbuh sebagai bagian penting dari sektor makanan ringan yang berdaya saing.

KESIMPULAN

Pengembangan usaha kuliner cheese roll sebagai bentuk kewirausahaan kreatif di sektor makanan ringan menunjukkan potensi yang kuat dalam mendorong pertumbuhan usaha skala kecil yang berkelanjutan. Kreativitas pelaku usaha dalam inovasi produk, strategi pemasaran, dan pengelolaan usaha terbukti menjadi faktor kunci dalam meningkatkan daya saing di tengah persaingan industri makanan ringan. Dukungan pengetahuan kewirausahaan, pemanfaatan media digital, serta konsistensi kualitas produk berperan penting dalam membangun kepercayaan dan loyalitas konsumen. Dengan pengelolaan usaha yang adaptif dan berorientasi pasar, usaha cheese roll tidak hanya berkontribusi pada peningkatan pendapatan pelaku usaha, tetapi juga berpotensi menjadi bagian dari penguatan ekonomi kreatif dan pengembangan UMKM di tingkat lokal maupun nasional.

DAFTAR PUSTAKA

- Adelina, R., Caroline, R., Utami, S., & Asbari, M. (2024). Penyuluhan Bisnis Kuliner: Meningkatkan Intensi Mahasiswa Sebagai Studentpreneurs. *Niswantara: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(02), 45-56. <https://doi.org/10.70508/Mchcyb40>
- Alma, B. (2018). Kewirausahaan. Bandung: Alfabeta.
- Armareta, D., & Pahlevi, R. W. (2024). Strategi Pengembangan Usaha Delicia Dalam Meningkatkan Pendapatan. *Jemba: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 3(3), 253-262. <https://doi.org/10.53625/Jemba.V3i3.7911>
- Arpaini, S., & Lubis, H. (2023). Perilaku Kreatif Dan Inovatif Kewirausahaan Mahasiswa Dalam Usaha Produksi Potato Cheese Stick Di Medan Sunggal. *J-Abdi: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(8), 5843-5848. <https://doi.org/10.53625/Jabdi.V2i8.4511>
- Cahyana, C., & Singa, I. G. A. N. (2022). Peningkatan Pengetahuan, Tingkat Kepuasan Dan Daya Terima Produk Peserta Pada Pelatihan Pembuatan Produk Roti Gulung Berbahan Dasar Nanas. *Sarwahita*, 19(01), 119-132. <https://doi.org/10.21009/Sarwahita.191.11>
- Fitri, N., Windarti, Y., & Sulistyarini, R. I. (2022). Pemberdayaan Ekonomi Komunitas Ibu Pilihan Binaan Yayasan Rumpun Nurani. *Jurnal Abdimas Madani Dan Lestari (Jamali)*, 65-75. <https://doi.org/10.20885/Jamali.Vol4.Iss2.Art2>
- Fitri, S. M., & Muchtasjar, B. (2024). Membangun Jiwa Entrepreneur Melalui Bisnis Syariah. *Jurnal Abdimas Indonesia*, 4(1), 58-67. <https://doi.org/10.53769/Jai.V4i1.605>
- Kementerian Koperasi Dan Usaha Kecil Dan Menengah Republik Indonesia. (2020). Pengembangan Umkm Di Indonesia. Jakarta: Kemenkop Ukm.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing Management (15th Ed.). Pearson Education Limited.
- Letitia, E., & Vivi, V. (2024). Analisis Pengembangan Produk Roti Gemes Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis. *Obis*, 6(2), 1-10. <https://doi.org/10.63848/Obis.V06n2.1>
- Miles, M. B., & Huberman, A. M. (2014). Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook. Thousand Oaks, Ca: Sage Publications.
- Musyafia, A., Saefullah, A., Noviar, E., Anggraeni, N., Awwaliyah, Z. W., Fitriyani, L., & Nurdin, N. (2024). Strategi Perguruan Tinggi Mencetak Wirausaha Muda:(Studi Kasus Stie Ganesha). *Jurnal Kajian Dan Penelitian Umum*, 2(2), 01-09. <https://doi.org/10.47861/Jkpu-Nalanda.V2i2.914>
- Paskalina, A. J., Nirwana, A., & Nugroho, D. P. (2021). Perancangan Konten Visual Sebagai Media Promosi Pada Sosial Media Instagram Kafe Regina Di Kabupaten Tulungagung. *Sainsbertek Jurnal Ilmiah Sains & Teknologi*, 2(1), 159-175. <https://doi.org/10.33479/Sb.V2i1.138>
- Ramadani, M. I., Magnalia, M., Nurfadillah, N., Astrid, A., Ananda, A., & Sapar, S. (2024). Pengenalan Olahan Makanan Berbahan Dasar Roti Dan Mangga Pada Mahasiswa Muhammadiyah Palopo Dan Masyarakat Kota Palopo. *Inovasi Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(1), 141-148. <https://doi.org/10.54082/Ijpm.398>
- Septiani, R., Saty, F. M., & Unteawati, B. (2022). Penentuan Keputusan Pembelian Singkong Keju Di Cikarang Utara Kabupaten Bekasi. *Sigmatgri*, 2(2), 125-136. <https://doi.org/10.32764/Sigmatgri.V2i02.820>
- Subur, H., Rajab, A., Utami, S., & Syata, W. M. (2024). Pkm Kewirausahaan Pizza Rolls Varian Topping. *Pelayanan Unggulan: Jurnal Pengabdian Masyarakat Terapan*, 1(4), 58-69. <https://doi.org/10.62951/Unggulan.V1i4.852>
- Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Suryana. (2017). Kewirausahaan: Pedoman Praktis, Kiat Dan Proses Menuju Sukses. Jakarta: Salemba Empat.
- Tjiptono, F. (2019). Strategi Pemasaran. Yogyakarta: Andi Offset.
- Zimmerer, T. W., Scarborough, N. M., & Wilson, D. (2018). Essentials Of Entrepreneurship And Small Business Management. Pearson Education.