

# Pengembangan produk puding karakter lucu: inovasi, distribusi, dan analisis kelayakan usaha

Fayyadhoh Tahta Alfina<sup>1</sup>, Hawa Arini Dina Yasmin<sup>2</sup>, Ima Salsabillah<sup>3</sup>

Program Studi Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang  
e-mail: [230102110130@student.uin-malang.ac.id](mailto:230102110130@student.uin-malang.ac.id), [230102110018@student.uin-malang.ac.id](mailto:230102110018@student.uin-malang.ac.id),  
[230102110122@student.uin-malang.ac.id](mailto:230102110122@student.uin-malang.ac.id)

## Kata Kunci:

Pengembangan;  
kewirausahaan; produk;  
pudding; usaha.

## Keywords:

Development;  
entrepreneurship; product;  
pudding; business.

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji bagaimana inovasi dalam desain dan bahan dapat meningkatkan nilai jual produk puding karakter, mengidentifikasi tantangan utama dalam produksi dan distribusinya, serta menganalisis biaya dan keuntungan dalam pengembangan usaha ini. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif deskriptif dengan observasi dan dokumentasi sebagai teknik pengumpulan data. Hasil penelitian menunjukkan bahwa inovasi desain seperti penggunaan karakter populer dan bahan berkualitas tinggi mampu meningkatkan minat beli

konsumen. Tantangan utama yang dihadapi adalah konsistensi bentuk produk, ketahanan saat distribusi, dan efisiensi biaya produksi. Dari sisi finansial, usaha puding karakter memiliki potensi keuntungan yang baik apabila dikelola dengan strategi pemasaran yang efektif dan pengendalian biaya yang tepat. Penelitian ini memberikan kontribusi dalam memahami dinamika usaha kuliner kreatif, khususnya di kalangan pelaku UMKM.

## ABSTRACT

This study aims to examine how innovations in design and materials can increase the selling value of character pudding products, identify the main challenges in production and distribution, and analyze the costs and benefits in developing this business. The research method used was a descriptive qualitative approach with observation and documentation as data collection techniques. The results showed that design innovations such as the use of popular characters and high-quality materials were able to increase consumer buying interest. The main challenges faced are product shape consistency, durability during distribution, and production cost efficiency. From a financial perspective, the character pudding business has good profit potential if managed with effective marketing strategies and proper cost control. This research contributes to understanding the dynamics of creative culinary businesses, especially among MSME players.

## Pendahuluan

Industri kuliner di Indonesia mengalami perkembangan pesat, terutama dengan munculnya berbagai inovasi produk yang mengandalkan kreativitas dan keunikan. Salah satu inovasi tersebut adalah produk "puding karakter", yakni puding dengan desain lucu dan menarik seperti tokoh kartun, hewan, atau ikon populer yang dikemas secara menarik untuk meningkatkan daya tarik visual. Produk ini tidak hanya menyasar pasar anak-anak, tetapi juga remaja dan dewasa yang mencari pilihan makanan ringan yang estetik dan lezat. (Giyatmi et al., 2022). Dalam konteks kewirausahaan, penting untuk mengkaji bagaimana aspek inovasi dapat menjadi nilai tambah dalam pemasaran produk, sekaligus mengenali tantangan produksi dan distribusi yang mungkin dihadapi.



This is an open access article under the [CC BY-NC-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/) license.

Copyright © 2023 by Author. Published by Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.

Usaha puding karakter yang dijalankan sebagai bagian dari praktik kewirausahaan mahasiswa juga menjadi peluang untuk belajar tentang pengelolaan biaya, penentuan harga jual, dan strategi keuntungan.

Penelitian ini merumuskan tiga masalah utama:

1. Bagaimana inovasi dalam desain dan bahan dapat meningkatkan nilai jual produk puding karakter?
2. Apa tantangan utama dalam produksi dan distribusi puding karakter sebagai bisnis kuliner?
3. Bagaimana analisis biaya dan keuntungan dalam pengembangan usaha puding karakter?

## Hasil Penelitian

### Inovasi Desain dan Bahan:

Puding karakter yang dikembangkan menggunakan cetakan berbagai tokoh kartun populer seperti Hello Kitty, Doraemon, hingga karakter hewan lucu seperti beruang atau kelinci. Selain itu, digunakan bahan makanan tambahan seperti jelly, oreo crumble, dan topping cokelat. Inovasi bahan juga dilakukan dengan menambahkan susu full cream, ekstrak buah asli, dan pewarna makanan alami agar aman dikonsumsi anak-anak.

### Tantangan Produksi dan Distribusi:

Produksi: Kesulitan menjaga konsistensi bentuk puding karena proses pembekuan yang tidak merata. Selain itu, beberapa bahan memiliki masa simpan pendek sehingga harus dikelola secara tepat. (Zillah et al., 2018). Distribusi: Produk mudah rusak jika tidak didinginkan dengan baik. Wadah khusus dan cold box diperlukan untuk menjaga kualitas selama proses pengiriman.

### Analisis Biaya dan Keuntungan:

- a) Modal awal: Rp 300.000 untuk cetakan karakter, bahan baku awal, dan perlengkapan produksi.
- b) Biaya produksi per porsi: Rp 2.000 – Rp 2.500 (tergantung bahan dan topping).
- c) Harga jual: Rp 5.000 – Rp 7.000 per porsi.
- d) Keuntungan rata-rata per minggu: Rp 150.000 – Rp 200.000 dengan skala penjualan 50–80 porsi/minggu.

## Pembahasan

### Inovasi sebagai Penentu Daya Saing

Dalam industri makanan ringan, tampilan visual menjadi elemen utama yang mempengaruhi keputusan pembelian. Desain karakter pada puding tidak hanya menarik dari sisi estetika, tetapi juga menciptakan kesan eksklusif dan personal. Inovasi ini menjadikan puding karakter berbeda dari produk sejenis yang hanya fokus pada

rasa(Jumrodah et al., 2023). Di tengah tren konsumsi makanan instan dan cepat saji, konsumen khususnya anak muda dan anak-anak lebih tertarik pada produk yang menarik secara visual. Selain dari sisi bentuk, bahan yang digunakan juga berperan penting. Konsumen kini lebih sadar terhadap kesehatan, sehingga produk puding dengan bahan alami dan tanpa pengawet menjadi nilai tambah yang signifikan. Penambahan topping premium juga memberi kesan mewah dan meningkatkan persepsi konsumen terhadap nilai produk.

### **Produksi dan Distribusi: Antara Kreativitas dan Efisiensi**

Produksi puding karakter memerlukan ketelitian tinggi. Bentuk karakter harus konsisten agar citra produk tetap terjaga. Penggunaan cetakan silikon membantu mencetak bentuk yang presisi, namun tetap dibutuhkan keterampilan dalam pengisian agar detail karakter tidak hilang. Di sisi lain, distribusi produk menjadi tantangan tersendiri. Karena puding bersifat mudah rusak, diperlukan cold chain (rantai distribusi dingin) untuk menjaga kualitas. Investasi dalam perlengkapan seperti cooler box atau lemari pendingin menjadi hal penting dalam mendukung distribusi. Selain itu, pemesanan dalam skala besar seperti untuk acara ulang tahun atau hajatan keluarga membutuhkan manajemen produksi dan logistik yang baik agar produk sampai dalam kondisi sempurna.(Ishak & Somadi, 2019)

### **Analisis Finansial: Menakar Potensi Usaha**

Berdasarkan perhitungan, usaha puding karakter cukup menjanjikan secara finansial. Dengan margin keuntungan sekitar 50% dari harga jual, produk ini mampu memberikan arus kas positif dalam skala kecil hingga menengah. Namun, ada beberapa biaya tidak terduga seperti kerusakan produk saat distribusi atau bahan yang rusak sebelum dipakai yang perlu diantisipasi dalam perencanaan anggaran.(Manajemen & Ega, 2022). Selain itu, faktor pemasaran juga berpengaruh terhadap keuntungan. Penjualan secara langsung di sekolah, kampus, atau bazar terbukti lebih efektif dibandingkan penjualan online, kecuali jika pengiriman sudah didukung sistem yang baik.

### **Sub Pembahasan**

Usaha puding karakter yang dikembangkan oleh kelompok mahasiswa ini merupakan contoh nyata penerapan inovasi kreatif dalam sektor kuliner rumahan. Inovasi menjadi fondasi utama dalam membangun keunikan produk, yang tidak hanya berfokus pada rasa, tetapi juga tampilan visual. Dalam era digital saat ini, estetika makanan memiliki nilai jual tinggi karena berkaitan langsung dengan daya tarik visual konsumen, terutama di media sosial seperti Instagram dan TikTok. Inovasi pada produk puding karakter dilakukan melalui bentuk dan desain yang lucu serta menarik, seperti tokoh kartun, hewan, hingga karakter viral yang sedang tren(Giyatmi et al., 2022). Dengan menggunakan cetakan silikon bermacam bentuk serta perpaduan warna cerah dari pewarna alami (seperti pandan, stroberi, atau wortel), puding menjadi lebih menarik, terutama bagi anak-anak dan kalangan remaja. Estetika ini memberikan nilai tambah yang membedakan produk dari puding biasa yang hanya fokus pada rasa dan bentuk standar.

Dari segi bahan, inovasi juga menyentuh aspek kesehatan dan keamanan. Kelompok usaha memilih menggunakan susu murni dan agar-agar tanpa bahan pengawet. Topping seperti buah, oreo, dan coklat ditambahkan untuk meningkatkan rasa dan nilai gizi. Kombinasi ini tidak hanya menghasilkan rasa yang lezat, tetapi juga memberi kesan bahwa produk ini layak dikonsumsi oleh anak-anak tanpa rasa khawatir terhadap kandungan bahan kimia (Wahidah et al., 2023). Namun, dalam pelaksanaannya, inovasi tersebut membawa tantangan tersendiri. Tantangan terbesar datang dari aspek produksi dan distribusi. Produksi puding karakter membutuhkan ketelitian tinggi agar bentuknya tetap konsisten dan tidak rusak saat dicetak atau dikemas. Kesalahan kecil seperti suhu agar-agar yang terlalu panas atau pendinginan yang tidak merata bisa membuat puding gagal membentuk karakter dengan sempurna, yang pada akhirnya mengurangi nilai jualnya.

Selain itu, faktor ketahanan produk menjadi isu penting. Puding berbasis susu memiliki masa simpan yang pendek dan sangat rentan terhadap suhu lingkungan. Produk harus disimpan di suhu dingin agar tidak cepat basi, dan hal ini menjadi tantangan dalam proses distribusi, terutama jika jangkauan pasar meluas. Saat mengantar pesanan dalam jumlah besar atau ke lokasi yang cukup jauh, kelompok usaha harus menggunakan cooler box dengan es batu untuk menjaga kualitas produk. Metode ini cukup efektif untuk distribusi skala kecil, tetapi membutuhkan peningkatan sistem jika usaha berkembang lebih besar. Dalam upaya memastikan keberlanjutan usaha, dilakukan pula analisis biaya dan keuntungan. Biaya produksi setiap 50 cup puding berkisar antara Rp 100.000 hingga Rp 110.000, mencakup bahan utama, topping, kemasan, dan biaya operasional seperti listrik dan gas. Harga jual puding ditetapkan pada Rp 5.000 per cup, sehingga jika seluruhnya terjual, omzet mencapai Rp 250.000. Dengan demikian, keuntungan kotor per produksi adalah sekitar Rp 140.000 – Rp 150.000, atau sekitar 55–60% dari total penjualan. Ini menunjukkan bahwa usaha ini cukup potensial secara ekonomi, terutama jika produksi dilakukan rutin 3–4 kali seminggu. Dalam jangka waktu satu bulan, pendapatan bersih dapat mencapai Rp 500.000 hingga Rp 700.000, tergantung jumlah produksi dan efektivitas distribusi.

Dari hasil evaluasi tersebut, strategi pengembangan usaha menjadi langkah berikutnya yang penting. Usaha puding karakter memiliki potensi besar untuk dikembangkan lebih lanjut, terutama melalui diversifikasi varian rasa dan bentuk. Misalnya, menghadirkan puding karakter musiman seperti edisi Ramadan, hari kemerdekaan, atau ulang tahun. Ini akan meningkatkan daya tarik konsumen karena produk terus berubah dan mengikuti momen-momen khusus. Di sisi pemasaran, penggunaan media sosial terbukti sangat efektif. Konten berupa video proses pembuatan puding, testimoni pelanggan, dan foto produk dengan desain menarik berhasil menarik minat pembeli (Mikro & Menengah, 2024). Bahkan, beberapa pembeli melakukan repeat order setelah melihat dokumentasi produk yang diposting secara rutin.

Peluang kerja sama dengan mitra lokal juga menjadi strategi pengembangan potensi (Marjumuawwin, 2022). Kelompok usaha dapat menjalin kerja sama dengan pihak sekolah, tempat les, atau toko kue lokal untuk menyediakan puding karakter sebagai snack reguler atau paket ulang tahun. Dengan model kemitraan ini, usaha dapat

berkembang tanpa harus menanggung seluruh beban distribusi sendiri. Secara keseluruhan, usaha puding karakter ini bukan hanya tentang menjual makanan ringan, tetapi juga menghadirkan pengalaman visual dan rasa yang menyenangkan. Kombinasi antara inovasi produk, strategi distribusi yang efisien, dan pengelolaan keuangan yang baik menjadi kunci dalam menciptakan usaha yang berkelanjutan dan kompetitif. Tantangan yang ada justru mendorong kreativitas dan kolaborasi antaranggota kelompok, yang berujung pada terbentuknya model bisnis kuliner mikro yang inspiratif dan layak dikembangkan lebih lanjut.

## Kesimpulan

Puding karakter merupakan produk kuliner yang memiliki nilai jual tinggi apabila dikelola dengan inovasi dalam desain dan bahan. Inovasi tersebut berperan penting dalam meningkatkan minat beli konsumen dan membedakan produk dari kompetitor. Meskipun terdapat tantangan dalam produksi dan distribusi, seperti kesulitan menjaga bentuk dan ketahanan produk selama pengiriman, hal ini dapat diatasi dengan perencanaan dan alat yang tepat. Dari sisi finansial, usaha ini menunjukkan potensi keuntungan yang signifikan, terutama jika dipadukan dengan strategi pemasaran yang efektif.

## Saran

1. Pengembangan produk : disarankan untuk terus mengembangkan varian desain dan rasa untuk menarik lebih banyak segmen pasar.
2. Manajemen produksi : perlu pelatihan keterampilan produksi bagi anggota tim agar hasil puding lebih konsisten dan efisien.
3. Distribusi dan promosi : investasi pada alat pendingin dan sistem distribusi yang baik perlu dipertimbangkan, serta aktif memanfaatkan media sosial untuk promosi visual.
4. perluasan pasar : menjalin kerja sama dengan sekolah, taman kanak-kanak, atau event organizer dapat memperluas jangkauan pasar.

## Daftar Pustaka

- Cahyadi, A. (2021). "Inovasi Produk dalam Industri Makanan Ringan: Studi Kasus pada UMKM." *Jurnal Manajemen & Kewirausahaan*, 9(2), 113–120.
- Damayanti, R., & Rachmawati, D. (2020). "Strategi Pemasaran Produk Makanan Ringan untuk Meningkatkan Daya Saing." *Jurnal Ekonomi Kreatif dan Digital*, 3(1), 45–52.
- Giyatmi, G., Zakiyah, D., & Hamidatun, H. (2022). Karakteristik Mutu Puding Pada Berbagai Perbandingan Tepung Agar-Agar Dan Jus Okra. *Jurnal Teknologi Pangan Dan Kesehatan (The Journal of Food Technology and Health)*, 4(1), 11–19. <https://doi.org/10.36441/jtepakes.v4i1.829>
- Ishak, R. F., & Somadi, S. (2019). Analisis Efisiensi Industri Kreatif Unggulan Kota Bandung Dengan Pendekatan Data Envelopment Analysis. *Competitive*, 14(1), 1–13.

<https://doi.org/10.36618/competitive.v14i1.503>

- Jumrodah, J., Maharani, S. P., Najwa, F., Ihsan, A. R., Putri, A. T., & Damayanti, D. (2023). Inovasi Spirulina Sp Dalam Pembuatan Puding Menuju Ekonomi Kreatif. *Jurnal Industri Kreatif Dan Kewirausahaan*, 6(2), 242–251. <https://doi.org/10.36441/kewirausahaan.v6i2.1942>
- Manajemen, P. S., & Ega, M. B. (2022). MENINGKATKAN PENJUALAN PRODUK ( Studi Kasus Cokopuding Yogyakarta ) SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI “ PARIWISATA API ” ( STIE “ PARIWISATA API ”) YOGYAKARTA.
- Marjumuawwin. (2022). Penerapan Akad Musyarakah Terhadap Kerja Sama Warung Makan dengan Go Food dalam Perspektif Hukum Ekonomi Syariah di Kota Palopo. *Institut Agama Islam Negeri Palopo*.
- Mikro, P. U., & Menengah, K. (2024). Strategi Pemasaran Produk Makanan Khas Tradisional. 5(2), 119–129.
- Wahidah, M. N., Prawiswati, K. T., Kusuma, D. S., & Felda, N. E. (2023). Pemanfaatan Inovasi Olahan Puding Alami Guna Meningkatkan Tumbuh Kembang Balita di Desa Kalisalam. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara*, 4(3), 1873–1878.
- Yuliani, S. (2021). “Distribusi Produk Makanan Dingin dalam Skala Kecil.” *Jurnal Teknologi Pangan dan Industri Rumah Tangga*, 5(2), 19–26.
- Zillah, I. A., Akbar, M., Hermisya, N. I., Nia, S. T., & ... (2018). *Perencanaan Pendirian Usaha BAPER PUDDING*. 1709617088.