

## STUDI KELAYAKAN INOVASI PRODUK PISANG GORENG BLACK SESAMO SEBAGAI USAHA KULINER KREATIF

### [Feasibility Study Of The Black Sesamo Fried Banana Product Innovation As A Creative Culinary Business]

Martupa Roganda sinambela<sup>1)\*</sup>, Jesika<sup>2)</sup>, Mesriris Wana Zai<sup>3)</sup>, Ice Monika<sup>4)</sup>

Universitas Palangka Raya

*[martupasinambela1@gmail.com](mailto:martupasinambela1@gmail.com) (corresponding)*

#### ABSTRAK

Perkembangan industri kuliner di Indonesia menunjukkan peningkatan signifikan seiring dengan perubahan gaya hidup dan preferensi konsumen yang semakin beragam. Dalam menghadapi dinamika tersebut, pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) dituntut untuk berinovasi agar mampu bersaing di pasar yang kompetitif. Penelitian ini menganalisis kelayakan inovasi produk *Black Sesamo* pisang goreng dengan tambahan wijen hitam dan bubuk kayu manis yang dikembangkan melalui penerapan konsep Amati, Tiru, dan Modifikasi (ATM). Metode penelitian yang digunakan ialah deskriptif kualitatif dengan teknik observasi lapangan, eksperimen formulasi produk, analisis finansial, dan kajian literatur. Hasil penelitian menunjukkan bahwa konsep ATM efektif dalam menciptakan diferensiasi produk yang unik dan berkelanjutan. Inovasi pada bahan menghasilkan cita rasa khas, tampilan estetis, serta nilai gizi tinggi melalui kandungan antioksidan dan mineral alami dari wijen hitam dan kayu manis. Dari aspek ekonomi, hasil analisis finansial memperlihatkan bahwa modal awal sebesar Rp127.000 mampu menghasilkan potensi laba bersih harian sebesar Rp73.000 dengan margin keuntungan 57,5%. Produk *Black Sesamo* dinilai memiliki prospek keberlanjutan karena bahan baku mudah diperoleh di pasar lokal serta sejalan dengan tren kuliner modern yang menekankan aspek sehat, alami, dan estetis. Secara keseluruhan, inovasi ini layak dikembangkan sebagai bentuk kreativitas kuliner berbasis tradisi lokal yang tidak hanya bernilai ekonomis, tetapi juga memiliki daya saing tinggi dan relevan dengan kebutuhan pasar masa kini.

**Kata kunci:** Inovasi Kuliner; Pisang goreng; Wijen hitam; Kayu Manis; Konsep ATM; Studi Kelayakan Bisnis; UMKM kreatif.

#### ABSTRACT

The development of the culinary industry in Indonesia has shown a significant increase in line with changing lifestyles and increasingly diverse consumer preferences. In facing this dynamic environment, micro, small, and medium enterprises (MSMEs) are required to innovate in order to remain competitive in the market. This study analyzes the feasibility of the Black Sesamo product innovation fried bananas with the addition of black sesame and cinnamon powder developed through the application of the Observe, Imitate, and Modify (OIM) concept. The research employed a descriptive qualitative method combining field observation, product formulation experiments, financial analysis, and literature review. The results indicate that the OIM concept is effective in creating unique and sustainable product differentiation. Innovation in ingredients produces a distinctive flavor, aesthetic presentation, and high nutritional value through the antioxidant and mineral content found in black sesame and cinnamon. From an economic perspective, financial analysis reveals that an initial capital of IDR 127,000 can generate a potential daily net profit of IDR 73,000, with a profit margin of 57.5%. The Black Sesamo product demonstrates sustainability potential due to the availability of local raw materials and alignment with modern culinary trends emphasizing health, natural ingredients, and aesthetics. Overall, this innovation is considered feasible for development as a form of creative culinary entrepreneurship based on local traditions, offering not only economic value but also strong competitiveness and relevance to current market demands.

**Keywords:** Culinary Innovation; Fried Banana; Black Sesame; Cinnamon; ATM Concept; Business Feasibility Study; Creative MSMEs

## PENDAHULUAN

Industri kuliner di Indonesia terus berkembang seiring menguatnya peran ekonomi kreatif yang mendorong masyarakat untuk melihat makanan bukan lagi sekedar kebutuhan dasar, tetapi juga bagian dari identitas budaya dan gaya hidup modern. Tren ini memicu transformasi berbagai makanan tradisional menjadi produk kuliner inovatif yang bernilai tambah, terutama karena generasi muda semakin mengutamakan cita rasa unik, tampilan menarik, dan nilai kesehatan dalam konsumsi sehari-hari. Pisang goreng, sebagai salah satu kuliner tradisional paling populer, memiliki potensi besar untuk dikembangkan menjadi camilan modern bernilai jual tinggi melalui pengolahan kreatif, inovasi bahan, serta strategi pemasaran yang sesuai preferensi konsumen masa kini. Berbagai penelitian menunjukkan bahwa subsektor kuliner dalam ekonomi kreatif memberikan kontribusi signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi lokal dan penciptaan peluang wirausaha, sekaligus menjaga minat kuliner tradisional agar tetap relevan di era modern (Artiyani et al., 2024).

Perubahan perilaku konsumen di era digital telah membentuk pola konsumsi baru yang fokus pada keunikan, kesehatan, dan estetika visual. Konsumen muda berusia 15–35 tahun menunjukkan kecenderungan memilih produk kuliner yang tidak hanya lezat, tetapi juga memberikan pengalaman emosional dan sosial, misalnya tampilan yang menarik untuk media sosial atau citra produk yang memiliki cerita autentik. Dinamika ini menuntut pelaku UMKM untuk menghadirkan inovasi sebagai strategi bertahan dalam persaingan yang semakin ketat, khususnya di sektor kuliner yang sensitif terhadap tren dan preferensi pasar (Aini et al., 2024).

Salah satu inovasi strategi yang banyak digunakan adalah pendekatan Amati, Tiru, dan Modifikasi (ATM), yakni metode sederhana yang memungkinkan pelaku usaha mengamati produk yang sudah terbukti sukses, meniru elemen positifnya, kemudian memodifikasi agar memiliki ciri khas dan keunggulan baru. Pendekatan ini dianggap efektif karena tidak memerlukan investasi teknologi yang besar, melainkan kreativitas memberdayakan dan kemampuan membaca kebutuhan konsumen secara tepat. Dalam konteks kuliner kreatif, strategi ATM memberikan ruang luas bagi pelaku usaha untuk menciptakan variasi produk tradisional yang lebih modern, relevan, dan menarik bagi generasi digital, menjaga keseimbangan antara inovasi dan pelestarian nilai budaya.

Berdasarkan pengamatan terhadap produk *Pisang Keju 7 Rasa H. Hadap* yang cukup populer di Kota Palangka Raya, muncul inspirasi untuk mengembangkan varian baru yang tidak hanya menawarkan rasa manis dan tekstur renyah, tetapi juga membawa nilai kesehatan dan keunikan visual. Dari ide tersebut lahirlah inovasi *Black Sesamo*, yaitu pisang goreng dengan tambahan wijen hitam dalam adonan dan bubuk kayu manis sebagai topping utama. Penggunaan wijen hitam memberikan warna hitam eksotis pada adonan, meningkatkan nilai gizi melalui kandungan kalsium, zat besi, dan antioksidan, sementara kayu manis menambah aroma khas serta manfaat kesehatan bagi konsumen. Dengan modal produksi yang terjangkau, ketersediaan bahan baku yang stabil, dan tren kuliner 2024–2025 yang mengarah pada makanan sehat dan estetik, penelitian ini dilakukan untuk menganalisis kelayakan *Black Sesamo* sebagai usaha kuliner kreatif berbasis konsep ATM.

Penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan kontribusi empiris bagi pengembangan inovasi UMKM lokal agar mampu menciptakan produk yang tidak hanya bernilai ekonomi tinggi, tetapi juga berdaya saing di pasar modern. Oleh karena itu, penelitian ini melakukan studi kelayakan untuk *Black Sesamo* agar bukan sekedar inovasi kreatif, tetapi juga memiliki fondasi bisnis yang kuat dan berkelanjutan (Elex Sarmigi<sup>1</sup>, Lia Angela<sup>2</sup>, 2020).

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan tujuan menelaah secara mendalam kelayakan inovasi produk *Black Sesamo* sebagai usaha kuliner kreatif di Kota Palangka Raya. Pendekatan kualitatif dipilih karena mampu menangkap dinamika proses inovasi produk, perilaku konsumen, serta kondisi pasar secara lebih kontekstual dan alami tanpa bergantung pada analisis statistik yang rumit. Metode ini sangat relevan untuk mengkaji fenomena usaha kreatif berbasis kuliner, sebab data yang diperoleh melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi memungkinkan peneliti memahami pengalaman, persepsi, serta strategi adaptasi pelaku usaha secara komprehensif. Berbagai penelitian sebelumnya juga menunjukkan bahwa pendekatan kualitatif

efektif digunakan dalam analisis usaha kuliner inovatif, terutama ketika fokus penelitian berada pada pemaknaan, proses kreatif, dan dinamika pasar yang sedang berkembang (Citra Oktavina Eka Lidyawati et al., 2024). Dengan demikian, metode ini memberikan landasan yang kuat untuk menilai kelayakan inovasi Black Sesamo sebagai produk kuliner yang tidak hanya berpotensi secara ekonomi, tetapi juga relevan dengan perkembangan tren konsumsi masyarakat perkotaan.

Penelitian dilaksanakan pada bulan September 2025 di lingkungan usaha kuliner Kota Palangka Raya, dengan objek kajian utama berupa transformasi produk *Pisang Keju 7 Rasa H. Hadap* menjadi inovasi baru bernama *Black Sesamo*. Subjek penelitian meliputi pelaku usaha kuliner, konsumen potensial, serta lingkungan pasar lokal sebagai sumber data observasi. Pengumpulan data dilakukan melalui empat teknik utama. Pertama, observasi langsung, yaitu pengamatan sistematis terhadap produk kompetitor untuk mengetahui aspek yang dapat diadaptasi dan dimodifikasi. Kedua, eksperimen formulasi produk, yakni proses uji coba pembuatan pisang goreng dengan kombinasi wijen hitam dan bubuk kayu manis guna memperoleh hasil tekstur dan rasa terbaik. Ketiga, analisis finansial, yang mencakup perhitungan kebutuhan modal awal, biaya produksi, dan estimasi keuntungan berdasarkan skenario penjualan harian. Keempat, studi literatur, yaitu penelusuran berbagai sumber ilmiah tentang inovasi produk kuliner, perilaku konsumen, dan strategi pemasaran digital terkini sebagai landasan teoretis penelitian.

Proses analisis data dilakukan secara tematik dengan menelaah tiga aspek utama kelayakan, yaitu aspek produk, aspek pasar, dan aspek finansial. Pada aspek produk, analisis difokuskan pada penerapan konsep *Amati, Tiru, dan Modifikasi (ATM)* dalam menghasilkan inovasi yang memiliki nilai jual tinggi. Pada aspek pasar, penelitian meninjau karakteristik konsumen, tren preferensi terhadap makanan sehat dan estetik, serta potensi penerimaan produk baru. Sementara itu, aspek finansial dianalisis melalui perbandingan antara biaya produksi dan proyeksi laba untuk menilai tingkat profitabilitas usaha. Pendekatan pemasaran dirancang menggunakan konsep STP (Segmenting, Targeting, Positioning) serta Marketing Mix 4P untuk memetakan strategi produk, harga, lokasi distribusi, dan promosi yang paling sesuai dengan perilaku konsumen muda perkotaan yang semakin dipengaruhi oleh media digital dan konten visual kuliner (Wirawan et al., 2025).

Dalam menjaga ketepatan temuan penelitian, teknik triangulasi sumber dan metode digunakan dengan cara membandingkan hasil observasi, wawancara informal, serta analisis dokumen agar data yang diperoleh lebih kuat dan tidak bergantung pada satu jenis informasi saja. Pendekatan ini sejalan dengan penjelasan (Luthfiyanti & Murhayati, 2024), yang menyatakan bahwa triangulasi merupakan strategi penting dalam penelitian kualitatif untuk meningkatkan validitas melalui pengecekan data dari berbagai perspektif dan teknik pengumpulan. Data hasil observasi dan eksperimen kemudian dianalisis secara naratif untuk menggambarkan proses inovasi produk serta dampaknya terhadap kelayakan usaha. Melalui langkah ini, penelitian mampu menyajikan gambaran yang lebih utuh mengenai potensi Black Sesamo sebagai produk kuliner kreatif yang tidak hanya menarik secara konsep, tetap

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Penerapan Konsep ATM dalam Inovasi Produk BLACK SESAMO

Penerapan konsep *Amati, Tiru, dan Modifikasi (ATM)* menjadi fondasi utama dalam proses pengembangan produk *Black Sesamo*. Tahap *Amati* dilakukan melalui observasi terhadap produk kompetitor, khususnya *Pisang Keju 7 Rasa H. Hadap* yang cukup populer di Palangka Raya. Dari hasil pengamatan, ditemukan bahwa produk tersebut memiliki keunggulan pada variasi rasa dan tekstur renyah yang disukai konsumen. Namun demikian, tampilan produk cenderung monoton dan belum memanfaatkan bahan alami yang memiliki nilai kesehatan. Celah ini menjadi peluang untuk melakukan inovasi pada aspek bahan dasar dan cita rasa. Pendekatan inovasi semacam ini selaras dengan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa inovasi produk tradisional — melalui perubahan komponen, proses, dan kemasan — dapat meningkatkan daya saing dan penerimaan pasar dalam industri makanan tradisional yang dikemas secara modern (Abdullah et al., 2024). Penerapan strategi inovatif pada sektor kuliner secara positif juga meningkatkan keunggulan kompetitif pelaku UMKM dalam industri kreatif (Hamdani & Rawita, 2023).

Tahap Tiru kemudian dilakukan dengan cara mengadopsi elemen positif dari produk yang sudah ada, seperti teknik penggorengan yang menghasilkan tekstur crispy dan konsep topping variatif yang disukai masyarakat. Proses peniruan ini tidak bersifat duplikasi, tetapi berfungsi sebagai dasar untuk melakukan modifikasi yang lebih kreatif dan sesuai kebutuhan pasar modern. Tahap Modifikasi menjadi inti dari inovasi *Black Sesamo*. Pada tahap ini, peneliti menambahkan wijen hitam ke dalam adonan untuk menciptakan warna hitam pekat yang eksotis sekaligus meningkatkan kandungan nutrisi. Selain itu, bubuk kayu manis digunakan sebagai topping pengganti keju atau cokelat, menghadirkan aroma khas dan manfaat kesehatan tambahan seperti membantu mengontrol kadar gula darah dan meningkatkan metabolisme tubuh. Hasil uji coba menunjukkan bahwa kombinasi dua bahan ini menghasilkan aroma gurih dan rasa seimbang antara manis dan rempah, yang menjadi ciri khas *Black Sesamo*.

### **Analisis Finansial dan Efisiensi Produksi**

Analisis finansial menunjukkan bahwa *Black Sesamo* termasuk usaha kuliner dengan tingkat efisiensi tinggi dan modal terjangkau. Total investasi awal yang dibutuhkan sebesar Rp127.000, mencakup bahan baku utama seperti pisang kepok (Rp30.000), tepung serbaguna (Rp30.000), wijen hitam (Rp10.000), minyak goreng (Rp15.000), kayu manis bubuk (Rp12.000), gula (Rp10.000), dan kemasan mika (Rp20.000). Dengan harga jual rata-rata Rp10.000 per kemasan dan proyeksi penjualan sebanyak 20 kemasan per hari, total pendapatan harian mencapai Rp200.000. Setelah dikurangi biaya operasional, keuntungan bersih yang diperoleh sebesar Rp73.000 per hari atau setara dengan margin keuntungan 57,5%. Angka ini berada di atas rata-rata margin industri makanan ringan yang umumnya berkisar 40–50%, sehingga menunjukkan potensi ekonomi yang menjanjikan untuk pelaku UMKM.

Dari sisi operasional, struktur biaya produksi yang sederhana membuat usaha ini mudah dikelola tanpa memerlukan peralatan mahal. Bahan baku tersedia melimpah di pasar lokal dan tidak bergantung pada musim, sehingga meminimalkan risiko fluktuasi harga. Selain itu, skema biaya yang fleksibel memungkinkan pelaku usaha untuk menyesuaikan skala produksi sesuai dengan tingkat permintaan. Apabila respons pasar positif, kapasitas produksi dapat ditingkatkan secara bertahap dengan penambahan peralatan sederhana dan tenaga kerja tambahan tanpa memerlukan modal besar.

### **Potensi Pasar dan Karakteristik Konsumen**

Hasil observasi dan analisis pasar menunjukkan bahwa *Black Sesamo* memiliki potensi besar untuk diterima oleh konsumen muda perkotaan di rentang usia 15–35 tahun, yang merupakan segmen utama dalam tren kuliner modern. Konsumen pada kelompok ini umumnya aktif di media sosial dan lebih memilih produk yang memiliki keunikan visual, nilai gizi, serta cita rasa yang autentik. Tampilan warna hitam pada adonan pisang goreng memberikan efek visual yang tidak biasa dan menarik perhatian, terutama dalam konteks budaya digital di mana makanan tidak hanya dinikmati tetapi juga dijadikan objek fotografi dan konten media sosial.

Selain itu, kecenderungan masyarakat terhadap pola makan sehat (*health-conscious consumption*) menjadi peluang penting bagi pengembangan *Black Sesamo*. Kandungan wijen hitam dan kayu manis yang memiliki manfaat kesehatan memberikan nilai tambah yang sejalan dengan tren gaya hidup sehat tahun 2024–2025. Berdasarkan wawancara informal dengan 15 responden potensial, sebanyak 86% menyatakan tertarik mencoba produk ini karena tampilannya unik dan terkesan lebih sehat dibandingkan pisang goreng biasa. Data ini memperkuat dugaan bahwa *Black Sesamo* dapat menempati posisi kompetitif di pasar kuliner kreatif lokal maupun regional.

### **Strategi Pemasaran Digital dan Peningkatan Daya Saing**

Dalam era digital, strategi pemasaran menjadi faktor penting dalam menentukan keberhasilan usaha kuliner kreatif. Pemasaran *Black Sesamo* dirancang dengan mengacu pada model STP (Segmenting, Targeting, Positioning) dan Marketing Mix 4P (Product, Price, Place, Promotion). Segmentasi pasar diarahkan pada konsumen muda urban dengan gaya hidup aktif dan minat tinggi terhadap inovasi kuliner. Targeting difokuskan pada kelompok mahasiswa, pelajar, dan pekerja muda di wilayah Palangka Raya yang sering mengonsumsi makanan cepat saji namun tetap memperhatikan aspek kesehatan. Positioning *Black Sesamo* ditetapkan sebagai “camilan modern sehat dengan rasa

unik dan tampilan menarik”, yang membedakannya dari produk pisang goreng konvensional (Zafir & Hidayat, 2023).

Strategi *Marketing Mix* diimplementasikan melalui empat unsur utama. Product menonjolkan keunikan bahan dan cita rasa khas dari wijen hitam dan kayu manis. Price ditetapkan pada kisaran Rp10.000–Rp12.000 per kemasan, cukup terjangkau bagi target pasar tetapi tetap mencerminkan kualitas produk. Place difokuskan pada area strategis seperti kantin kampus, kafe, dan pusat kuliner, serta memanfaatkan platform *ojek online* untuk distribusi yang lebih luas. Sedangkan Promotion mengandalkan strategi digital marketing melalui Instagram, WhatsApp Business, dan kolaborasi dengan *micro-influencer* lokal yang memiliki daya tarik tinggi di kalangan anak muda. Dengan strategi ini, promosi *Black Sesamo* dapat berjalan efisien, organik, dan mampu membangun *brand awareness* yang kuat di masyarakat.

## Pembahasan

### Efektivitas Konsep ATM sebagai Strategi Inovasi Kuliner

Penerapan konsep *Amati, Tiru, dan Modifikasi (ATM)* terbukti efektif sebagai pendekatan inovatif dalam pengembangan produk kuliner berbasis tradisional. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dengan menerapkan tiga tahapan tersebut, pelaku usaha dapat menghasilkan diferensiasi produk yang tidak hanya menarik dari segi rasa, tetapi juga memiliki nilai ekonomi dan keinginan jangka panjang (Nangoy, 2024). Tahap *Amati* memberikan pemahaman mendalam terhadap kebutuhan pasar dan perilaku konsumen. Melalui observasi terhadap produk kompetitor seperti *Pisang Keju 7 Rasa H. Hadap*, peneliti dapat mengidentifikasi keunggulan yang dapat dipertahankan dan kelemahan yang perlu diperbaiki. Tahap *Tiru* berfungsi sebagai proses adopsi elemen yang telah terbukti efektif di pasar, sedangkan tahap *Modifikasi* menjadi titik krusial di mana kreativitas dan inovasi benar-benar diuji.

Dalam konteks *Black Sesamo*, tahap modifikasi menghasilkan perubahan fundamental pada karakter produk. Penambahan wijen hitam pada adonan bukan sekadar variasi visual, melainkan transformasi yang memperkuat identitas produk dari segi cita rasa, aroma, dan kandungan nutrisi. Sementara itu, bubuk kayu manis yang digunakan sebagai topping menghadirkan aroma hangat dan memberikan kesan eksklusif yang jarang ditemukan pada produk sejenis. Inovasi sederhana ini menunjukkan bahwa kreativitas dalam usaha kuliner tidak selalu memerlukan teknologi tinggi, melainkan kemampuan membaca pasar, mengadaptasi tren, dan memodifikasi produk sesuai dengan kebutuhan konsumen. Dengan demikian, konsep ATM dapat dianggap sebagai model inovasi berkelanjutan yang relevan bagi pengembangan UMKM di bidang kuliner kreatif.

### Analisis Daya Saing dan Keunggulan Produk

Keunggulan kompetitif *Black Sesamo* terletak pada kombinasi unik antara nilai tradisional dan sentuhan modern. Pisang goreng yang sebelumnya identik dengan cita rasa klasik kini dikemas dalam bentuk yang lebih modern, sehat, dan estetis. Penggunaan wijen hitam memberikan visual eksotis sekaligus nilai kesehatan yang sejalan dengan tren konsumen 2024–2025, di mana masyarakat mulai beralih ke produk dengan klaim alami dan bernutrisi. Warna hitam pekat pada adonan juga menciptakan efek visual yang *Instagrammable*, menjadikan produk ini bukan sekadar camilan, melainkan juga objek gaya hidup yang mudah dipromosikan secara digital.

Keunggulan lainnya terletak pada aspek diferensiasi bahan yang sulit ditiru oleh kompetitor. Formulasi adonan yang mencampurkan wijen hitam membutuhkan pengetahuan dan uji coba untuk mendapatkan keseimbangan tekstur yang renyah dan rasa yang tidak pahit. Hal ini menjadi *barrier to entry* alami yang memperkuat posisi produk di pasar. Selain itu, penggunaan topping kayu manis juga memberi keunikan tersendiri karena jarang digunakan dalam varian pisang goreng di pasar lokal. Kombinasi ini menciptakan *signature taste* yang menjadi ciri khas *Black Sesamo*, membuatnya mudah diingat oleh konsumen dan meningkatkan loyalitas pelanggan.

### Kelayakan Finansial dan Keberlanjutan Bisnis

Analisis finansial yang menunjukkan margin keuntungan sebesar 57,5% memperlihatkan bahwa *Black Sesamo* termasuk dalam kategori usaha kuliner dengan tingkat profitabilitas tinggi.

Struktur biaya yang efisien, modal awal yang rendah, serta ketersediaan bahan baku lokal yang stabil memberikan peluang besar bagi pelaku UMKM untuk memulai usaha dengan risiko minimal. Jika dibandingkan dengan rata-rata margin industri kuliner ringan yang berkisar antara 40–50%, *Black Sesamo* memiliki performa finansial yang lebih unggul. Hal ini menunjukkan bahwa inovasi sederhana yang tepat sasaran dapat menghasilkan nilai ekonomi yang signifikan tanpa memerlukan modal besar.

Dari perspektif keberlanjutan, model bisnis *Black Sesamo* bersifat fleksibel dan dapat disesuaikan dengan skala permintaan. Produksi dapat dimulai dalam skala kecil menggunakan peralatan rumah tangga, lalu diperluas secara bertahap seiring peningkatan permintaan pasar. Keberlanjutan juga terlihat dari kemudahan akses bahan baku seperti pisang kepok, wijen hitam, dan kayu manis yang tersedia sepanjang tahun di pasar lokal. Stabilitas pasokan ini penting dalam menjaga konsistensi produksi dan kualitas produk. Selain itu, potensi pengembangan ke arah *franchise* atau kemitraan juga terbuka lebar, mengingat model produksinya mudah distandarkan dan dapat direplikasi oleh pelaku usaha lain.

### **Strategi Pemasaran Digital dan Pembangunan Brand**

Keberhasilan inovasi kuliner tidak hanya bergantung pada kualitas produk, tetapi juga pada strategi pemasaran yang efektif. Dalam penelitian ini, strategi promosi *Black Sesamo* mengadopsi pendekatan STP (Segmenting, Targeting, Positioning) dan Marketing Mix 4P (Product, Price, Place, Promotion). Target pasar utama adalah generasi muda yang aktif di media sosial dan memiliki ketertarikan terhadap produk unik dan estetik. Melalui segmentasi ini, promosi dapat dilakukan secara lebih terarah dan efisien.

Pemanfaatan media sosial seperti Instagram dan WhatsApp Business menjadi strategi yang sangat relevan pada era digital. Tampilan *Black Sesamo* yang fotogenik dengan warna adonan hitam kontras dan taburan kayu manis menjadi nilai jual visual yang kuat. Setiap unggahan foto konsumen dapat berfungsi sebagai bentuk promosi organik yang memperluas jangkauan pasar tanpa biaya besar. Kolaborasi dengan *micro-influencer* lokal juga mempercepat proses pembangunan *brand awareness* dan meningkatkan kredibilitas di kalangan konsumen muda. Strategi ini tidak hanya menciptakan hubungan emosional antara konsumen dan produk, tetapi juga memperkuat citra *Black Sesamo* sebagai camilan modern yang sehat dan bergaya.

### **Implikasi terhadap Pengembangan UMKM Kuliner**

Temuan penelitian ini memberikan kontribusi nyata bagi pengembangan UMKM kuliner di Indonesia. Pertama, inovasi tidak selalu identik dengan penggunaan teknologi mahal, melainkan dengan kreativitas dalam memodifikasi produk tradisional agar sesuai dengan kebutuhan pasar kontemporer. Kedua, pendekatan berbasis konsep ATM dapat dijadikan model pembelajaran bagi pelaku UMKM dalam mengembangkan ide usaha baru yang realistis dan efisien. Ketiga, penelitian ini menegaskan pentingnya *branding* dan pemasaran digital dalam memperluas jangkauan pasar, terutama di kalangan generasi muda yang menjadi motor penggerak ekonomi kreatif.

Selain itu, *Black Sesamo* membuktikan bahwa produk berbasis bahan lokal dapat bersaing di pasar modern jika dikemas dengan inovatif dan komunikatif. Dengan kombinasi antara diferensiasi produk, strategi pemasaran digital, dan efisiensi finansial, model ini dapat dijadikan acuan bagi pelaku usaha lain dalam menciptakan produk kuliner kreatif yang berkelanjutan. Pada akhirnya, penelitian ini menegaskan bahwa kekuatan utama ekonomi kreatif terletak pada kemampuan menggabungkan tradisi dan inovasi — dua hal yang menjadi fondasi keberhasilan *Black Sesamo* sebagai simbol evolusi kuliner lokal di era modern.

## **PENUTUP**

### **Simpulan**

Penelitian ini menegaskan bahwa inovasi produk *Black Sesamo*—pisang goreng dengan tambahan wijen hitam dan bubuk kayu manis—merupakan bentuk transformasi kuliner tradisional yang berhasil dikembangkan menjadi usaha kreatif bernilai ekonomi tinggi. Melalui penerapan konsep *Amati, Tiru, dan Modifikasi (ATM)*, produk ini mampu menghadirkan diferensiasi yang jelas

dari segi bahan, cita rasa, tampilan, serta nilai kesehatan. Penambahan wijen hitam tidak hanya memperkaya kandungan nutrisi seperti kalsium, zat besi, dan antioksidan, tetapi juga memberikan karakter visual yang unik dan eksotis. Sementara itu, penggunaan bubuk kayu manis sebagai topping utama menghadirkan aroma khas dan manfaat kesehatan yang relevan dengan tren kuliner sehat tahun 2024–2025.

Dari aspek finansial, hasil analisis menunjukkan bahwa usaha *Black Sesamo* memiliki tingkat profitabilitas tinggi dengan margin keuntungan sebesar 57,5%. Struktur biaya yang efisien dan modal awal yang rendah menjadikannya peluang usaha yang sangat layak bagi pelaku UMKM, terutama di sektor kuliner kreatif. Selain itu, ketersediaan bahan baku lokal yang stabil memperkuat potensi keberlanjutan bisnis dalam jangka panjang. Produk ini juga menunjukkan kemampuan adaptasi yang tinggi terhadap dinamika pasar dan preferensi konsumen muda yang cenderung memilih makanan sehat, praktis, serta memiliki nilai estetika visual.

Dari perspektif pemasaran, strategi berbasis digital melalui platform seperti Instagram dan WhatsApp Business terbukti efektif untuk memperluas jangkauan konsumen dan membangun *brand awareness* dengan biaya yang relatif rendah. Pendekatan *STP (Segmenting, Targeting, Positioning)* dan *Marketing Mix 4P (Product, Price, Place, Promotion)* mampu meningkatkan daya saing produk di pasar lokal. Dengan positioning sebagai “camilan modern sehat dengan rasa unik dan tampilan menarik,” *Black Sesamo* berhasil memadukan unsur tradisi dan modernitas dalam satu produk yang komunikatif dan mudah diterima oleh pasar.

Secara keseluruhan, penelitian ini membuktikan bahwa inovasi kuliner berbasis konsep ATM dapat menjadi strategi efektif bagi pengembangan UMKM kreatif di Indonesia. *Black Sesamo* bukan hanya produk yang layak secara ekonomi, tetapi juga memiliki nilai sosial dan budaya yang mendukung pelestarian kuliner lokal dalam format modern. Dengan mempertahankan konsistensi kualitas, memperkuat identitas merek, serta terus beradaptasi terhadap tren konsumen, *Black Sesamo* berpotensi berkembang menjadi ikon kuliner kreatif daerah yang berdaya saing di tingkat nasional.

## Saran

Berdasarkan temuan penelitian, beberapa rekomendasi dapat diberikan untuk pengembangan BLACK SESAMO dan riset lebih lanjut:

Pertama, dari aspek pengembangan produk, disarankan agar pelaku usaha melakukan *uji pasar* secara lebih luas dengan melibatkan berbagai segmen konsumen, baik pelajar, mahasiswa, maupun pekerja muda. Uji coba ini penting untuk memperoleh masukan nyata mengenai preferensi rasa, tekstur, tampilan kemasan, dan harga jual ideal di berbagai lapisan pasar. Selain itu, pengembangan varian rasa baru seperti *Black Sesamo Brown Sugar*, *Black Sesamo Matcha*, atau *Black Sesamo Almond* dapat dilakukan untuk memperluas jangkauan pasar sekaligus mempertahankan daya tarik konsumen terhadap produk. Upaya peningkatan kualitas kemasan juga perlu diprioritaskan agar sejalan dengan citra produk sehat, modern, dan ramah lingkungan.

Kedua, dari aspek strategi pemasaran, disarankan agar promosi digital terus diperkuat melalui kolaborasi dengan *micro-influencer* lokal dan konten kreatif yang mengedepankan *storytelling* produk. Cerita mengenai proses inovasi, manfaat bahan alami, dan visi pelestarian kuliner tradisional akan memberikan nilai emosional yang lebih kuat bagi konsumen. Selain itu, penerapan strategi *loyalty program* seperti sistem poin, promo berjenjang, atau *member card* dapat mendorong pembelian ulang dan memperkuat hubungan jangka panjang dengan pelanggan.

Ketiga, dari aspek operasional dan keuangan, pelaku usaha disarankan untuk melakukan pencatatan keuangan yang lebih sistematis guna memantau arus kas, biaya operasional, dan laba bersih secara akurat. Pemisahan antara keuangan pribadi dan usaha menjadi langkah penting dalam menjaga transparansi dan stabilitas bisnis. Selain itu, pelaku usaha perlu mempertimbangkan legalisasi usaha melalui perizinan seperti NIB dan PIRT agar produk *Black Sesamo* memiliki kredibilitas lebih tinggi dan dapat masuk ke pasar retail modern.

Keempat, untuk penelitian lanjutan, disarankan agar dilakukan studi kuantitatif dengan melibatkan jumlah responden yang lebih besar guna mengukur tingkat penerimaan konsumen secara statistik. Penelitian lanjutan juga dapat memperluas fokus ke aspek perilaku konsumen digital, analisis keberlanjutan bahan baku, serta potensi pengembangan model bisnis berbasis *franchise* atau

kemitraan. Dengan demikian, hasil penelitian tidak hanya memberikan gambaran kelayakan awal, tetapi juga berkontribusi pada penguatan daya saing UMKM kuliner dalam jangka panjang. Dengan menerapkan saran-saran tersebut, diharapkan produk *Black Sesamo* dapat terus berkembang menjadi ikon kuliner kreatif yang tidak hanya mengutamakan cita rasa dan tampilan, tetapi juga memperkuat nilai budaya lokal dan mendukung pertumbuhan ekonomi kreatif di Indonesia.

### Ucapan Terima Kasih

Ucapan terima kasih ditujukan kepada Ibu Dewi Rakhmawati S.Hum., Mm selaku Dosen Pengampu Mata Kuliah Studi Kelayakan Bisnis yang telah membimbing penelitian ini, serta semua pihak yang telah membantu dalam penyelesaian penelitian.

### DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, K. M., Putit, L., & Yulia, C. (2024). Innovation in the Malaysian Traditional Food Industry: A Conceptual Paper. *Advances in Social Sciences Research Journal*, 11(2.2), 199–211. <https://doi.org/10.14738/assrj.112.2.16419>
- Aini, A. N., Ahmad, D. A., Puspa, E., Putri, M., Muthmainnah, F. H., & Hurumatillah, Z. H. (2024). Peran Kuliner Tradisional Nusantara dalam Memengaruhi Kegiatan Ekonomi dan Bahasa di Indonesia. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 8(2), 22243–22252.
- Artiyani, M., Mukhtar, A., Studi Manajemen, P., & Tri Dharma Nusantara, S. (2024). Praktik Ekonomi Kreatif Makanan Kuliner Indonesia Dalam Mendukung Wirausaha Muda Siswa Smk. *Communnity Development Journal*, 5(3), 4776–4784.
- Citra Oktavina Eka Lidyawati, Febriansitas Eka Sasmita, Rahayu Mardikaningsih, Fayola Issalillah, Nelud Darajaatul Aliyah, Rafadi Khan Khayru, & Didit Darmawan. (2024). Inovasi Bisnis Keripik Pisang: Membangun Ekonomi Desa dengan Ide Kreatif. *Jurnal Kajian Dan Penelitian Umum*, 2(3), 185–194. <https://doi.org/10.47861/jkpu-nalanda.v2i3.1123>
- Elex Sarmigil, Lia Angela2, T. (2020). Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 4(2), 273–284.
- Hamdani, N. A., & Rawita, R. T. V. (2023). Applying Innovation Strategy and Its Effect on Competitive Advantage of Creative Industry: Spicy Culinary Subsector in Indonesia. *International Journal of Business, Economics, and Social Development*, 4(4), 332–340. <https://doi.org/10.46336/ijbesd.v4i4.468>
- Luthfiyani, P. W., & Murhayati, S. (2024). Strategi Memastikan Keabsahan Data Dalam Penelitian Kualitatif. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 8, 45315–45328.
- Nangoy, O. M. (2024). Penerapan Metode Amati-Tiru-Modifikasi (ATM) Dalam Studi Desain Furniture Kursi. *Jurnal Menara*, 12(2), 14.
- Wirawan, Y. R., Ardiyani, M., Berlianantiya, M., Sari, E., Studi, P., Ekonomi, P., & Madiun, U. P. (2025). *Peran Ekonomi Kreatif Bidang Kuliner dalam Meningkatkan Pertumbuhan Ekonomi Kabupaten Ngawi*. 9, 23552–23558.
- Zafir, M. D. A. N., & Hidayat, A. M. (2023). Analisis STP dan Marketing Mix 4P Dalam Upaya Meningkatkan... Analisis STP dan Marketing Mix 4P Dalam Upaya Meningkatkan Volume Penjualan Pada UMKM Kelompok Kuliner Pasca Pandemi Covid-19. *Economics and Digital Business Review*, 4(2), 347–362. <https://doi.org/10.37531/ecotal.v4i2.744>