MUSYTARI
ISSN: 3025-9495

Neraca Manajemen, Ekonomi
Vol 25 no. 2 Tahun 2026
Prefix DOI : 10.8734/mnmae.v1i2.359

PENGEMBANGAN USAHA PRODUK *DESSERT* TIRAMISU KLASIK DAN DONAT MOCHI SEBAGAI INOVASI MAKANAN POPULER KEKINIAN

Aisyah Rahmah Maulidyah[1], Siti Amanda Novita Aulia[2], Nur Mardhiyyah[3], Mursyidatul Auliya[4], Fadia Dwi Agustin[5]
[1,2,3,4,5]Universitas PGRI Adi Buana Surabaya
JL. Dukuh Menanggal XII, Dukuh Menanggal, Kec. Gayungan, Surabaya, Jawa Timur (60234)
[1]maulidiyah057@gmail.com, [2]amandanovitaaulia@gmail.com, [3]nurmadhiya123@gmail.com, [4]auliyamursyidatul@gmail.com, [5]agustinfadia08@gmail.com

Abstract

Indonesia's culinary industry has experienced rapid growth, particularly in trendy popular food products that emphasize innovation in both flavor and presentation. This article aims to examine the business development of classic tiramisu dessert products and mochi donuts as innovative foods that appeal to various consumer groups, especially young people. Classic tiramisu is developed by maintaining its authentic taste while being adapted to local preferences, whereas mochi donuts offer a distinctive chewy texture as their main attraction. This study employs a descriptive qualitative approach by analyzing market opportunities, product development strategies, and the business's competitive potential. The data were collected through observations of the production and marketing processes, as well as brief interviews with business owners and consumers, to capture market responses to the developed product innovations. The results indicate that a combination of product innovation, high-quality raw materials, and appropriate marketing strategies can increase consumer purchase intention and create sustainable business opportunities. The development of classic tiramisu desserts and mochi donuts is considered to have promising prospects as an alternative creative culinary business amid competition in the modern food market. This article is expected to serve as a reference for business practitioners in developing innovative dessert products that align with current market trends

***Keywords**: Business development, Product innovation, Trendy desserts, Classic tiramisu, Mochi donuts.*

Article History
Received: January 2026
Reviewed: January 2026
Published: January 2026

Plagirism Checker No 234
Prefix DOI :
10.8734/Musytari.v1i2.365
Copyright : Author
Publish by : Musytari

This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License

MUSYTARI
ISSN: 3025-9495
Neraca Manajemen, Ekonomi
Vol 25 no. 2 Tahun 2026
Prefix DOI : 10.8734/mnmae.v1i2.359

Abstrak

Perkembangan industri kuliner di Indonesia menunjukkan pertumbuhan yang pesat, khususnya pada produk makanan populer kekinian yang mengedepankan inovasi rasa dan tampilan. Artikel ini bertujuan untuk mengkaji pengembangan usaha produk *dessert* tiramisu klasik dan donat mochi sebagai bentuk inovasi makanan yang diminati oleh berbagai kalangan, terutama generasi muda. Tiramisu klasik dikembangkan dengan mempertahankan cita rasa autentik namun disesuaikan dengan selera lokal, sedangkan donat mochi menghadirkan tekstur kenyal yang unik sebagai daya tarik utama. Metode penulisan menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan analisis peluang pasar, strategi pengembangan produk, serta potensi daya saing usaha. Data diperoleh melalui observasi proses produksi dan pemasaran serta wawancara singkat dengan pelaku usaha dan konsumen untuk menangkap respons pasar terhadap inovasi produk yang dikembangkan. Hasil pembahasan menunjukkan bahwa kombinasi inovasi produk, kualitas bahan baku, dan strategi pemasaran yang tepat mampu meningkatkan minat beli konsumen serta membuka peluang usaha yang berkelanjutan. Pengembangan *dessert* tiramisu klasik dan donat mochi dinilai memiliki prospek yang baik sebagai alternatif bisnis kuliner kreatif di tengah persaingan pasar makanan modern. Artikel ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi pelaku usaha dalam mengembangkan produk *dessert* yang inovatif dan sesuai dengan tren pasar.

Kata Kunci: Pengembangan usaha, Inovasi produk, *Dessert* kekinian, Tiramisu klasik, Donat mochi.

LATAR BELAKANG

Perkembangan industri kuliner di Indonesia mengalami pertumbuhan yang sangat pesat seiring dengan perubahan gaya hidup masyarakat dan meningkatnya minat terhadap makanan populer kekinian. Konsumen tidak hanya mempertimbangkan cita rasa, tetapi juga memperhatikan inovasi produk, tampilan visual, serta keunikan yang membedakan suatu produk dari kompetitor. Kondisi ini mendorong pelaku usaha untuk terus melakukan pengembangan produk agar mampu bertahan dan bersaing di pasar yang semakin kompetitif. Produk *dessert* menjadi salah satu segmen kuliner yang memiliki peluang besar karena digemari oleh berbagai kalangan, terutama generasi muda. Tiramisu klasik merupakan *dessert* internasional yang telah dikenal luas dan memiliki cita rasa khas. Namun, dalam konteks pengembangan usaha, produk ini perlu dikemas dan disesuaikan dengan selera pasar lokal tanpa menghilangkan karakter autentiknya. Di sisi lain, donat mochi hadir sebagai inovasi makanan kekinian yang menawarkan tekstur kenyal dan sensasi berbeda dibandingkan donat konvensional, sehingga memiliki daya tarik tersendiri bagi konsumen.

Penggabungan pengembangan usaha pada produk tiramisu klasik dan donat mochi menjadi strategi yang menarik karena mengombinasikan *dessert* berkonsep klasik dengan produk inovatif modern. Kombinasi ini tidak hanya memperluas segmen pasar, tetapi juga meningkatkan nilai jual produk melalui diferensiasi rasa, tekstur, dan tampilan. Selain itu, pemanfaatan strategi pemasaran yang tepat, khususnya melalui media sosial, dapat memperkuat daya saing usaha dan meningkatkan minat beli konsumen. Berdasarkan kondisi

tersebut, diperlukan kajian mengenai pengembangan usaha produk *dessert* tiramisu klasik dan donat mochi sebagai inovasi makanan populer kekinian. Artikel ini diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai peluang usaha, strategi pengembangan produk, serta potensi keberlanjutan bisnis di tengah dinamika industri kuliner yang terus berkembang.

Berdasarkan uraian tersebut, fokus tulisan ini diarahkan untuk menjawab dua hal yakni bagaimana strategi pengembangan produk tiramisu klasik dan donat mochi dilakukan agar tetap relevan dengan selera pasar kekinian, dan bagaimana peluang pasar serta strategi pemasaran digital dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan daya saing usaha. Dengan demikian, artikel ini bertujuan memberikan gambaran praktis sekaligus analitis mengenai langkah pengembangan usaha dessert yang dapat diterapkan oleh pelaku UMKM kuliner

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif yang bertujuan untuk menganalisis pengembangan usaha produk *dessert* tiramisu klasik dan donat mochi sebagai inovasi makanan populer kekinian. Pendekatan ini dipilih karena mampu memberikan gambaran mendalam mengenai proses pengembangan produk, peluang pasar, serta strategi usaha yang diterapkan dalam industri kuliner. Objek penelitian adalah usaha *dessert* yang mengembangkan produk tiramisu klasik dan donat mochi. Data penelitian terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui observasi langsung terhadap proses produksi, inovasi produk, dan strategi pemasaran, serta wawancara informal dengan pelaku usaha dan konsumen untuk mengetahui persepsi, minat beli, dan tingkat kepuasan terhadap produk. Sementara itu, data sekunder diperoleh dari studi pustaka, seperti jurnal ilmiah, buku kewirausahaan, artikel terkait industri kuliner, serta sumber daring yang relevan.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Observasi digunakan untuk mengamati kualitas produk, variasi menu, dan penyajian *dessert*. Wawancara dilakukan secara semi terstruktur untuk menggali informasi terkait strategi pengembangan usaha, inovasi produk, dan tantangan yang dihadapi. Dokumentasi digunakan untuk melengkapi data berupa foto produk, catatan penjualan, serta materi promosi. Analisis data dilakukan dengan cara reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Data yang telah dikumpulkan diseleksi dan dikategorikan sesuai dengan fokus penelitian, kemudian dianalisis secara deskriptif untuk menarik kesimpulan mengenai potensi pengembangan usaha, daya saing produk, serta peluang keberlanjutan bisnis *dessert* tiramisu klasik dan donat mochi di pasar makanan kekinian.

Pengumpulan data dilakukan pada periode pelaksanaan usaha (disesuaikan dengan jadwal produksi dan penjualan) dengan mengamati aktivitas produksi, penyajian, serta promosi digital yang digunakan. Keabsahan temuan diperkuat melalui triangulasi sederhana, yaitu membandingkan hasil observasi, ringkasan wawancara konsumen/pelaku usaha, dan dokumentasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara yang dilakukan, pengembangan usaha produk *dessert* tiramisu klasik dan donat mochi menunjukkan respons positif dari konsumen. Produk tiramisu klasik dinilai memiliki cita rasa yang seimbang antara manis dan pahit dengan tekstur lembut, sehingga mampu mempertahankan karakter autentik namun tetap dapat diterima oleh selera pasar lokal. Sementara itu, donat mochi menarik perhatian konsumen melalui teksturnya yang kenyal dan variasi topping yang beragam, menjadikannya sebagai produk *dessert* yang unik dan sesuai dengan tren makanan kekinian. Dari sisi minat beli, sebagian besar konsumen menunjukkan ketertarikan untuk melakukan pembelian ulang. Hal ini dipengaruhi oleh kualitas

MUSYTARI
ISSN: 3025-9495
Neraca Manajemen, Ekonomi
Vol 25 no. 2 Tahun 2026
Prefix DOI : 10.8734/mnmae.v1i2.359

bahan baku, tampilan produk yang menarik, serta harga yang dianggap terjangkau dan sebanding dengan kualitas yang ditawarkan. Selain itu, penggunaan media sosial sebagai sarana promosi terbukti efektif dalam meningkatkan jangkauan pasar dan menarik konsumen baru, khususnya dari kalangan generasi muda. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa pengembangan variasi rasa dan inovasi penyajian mampu meningkatkan nilai jual produk. Kombinasi antara *dessert* klasik dan modern memberikan keunggulan kompetitif bagi usaha, karena mampu menjangkau segmen konsumen yang lebih luas dan beragam.

Secara praktis, temuan lapangan menunjukkan bahwa faktor yang paling cepat menarik perhatian konsumen adalah tampilan visual produk (lapisan tiramisu yang rapi serta topping donat mochi yang variatif) dan kemudahan pemesanan melalui kanal digital. Konsumen juga cenderung merespons positif ketika tersedia pilihan ukuran/kemasan (misalnya kemasan satuan dan paket) karena memudahkan pembelian untuk konsumsi pribadi maupun berbagi. Temuan ini menegaskan bahwa inovasi tidak hanya berada pada rasa, tetapi juga pada penyajian, kemasan, dan akses pembelian

Pembahasan

Pengembangan usaha produk *dessert* tiramisu klasik dan donat mochi mencerminkan pentingnya inovasi dalam industri kuliner yang kompetitif. Tiramisu klasik berperan sebagai produk dengan nilai kepercayaan dan kualitas rasa yang stabil, sementara donat mochi menjadi representasi inovasi tekstur dan visual yang diminati pasar kekinian. Strategi ini sejalan dengan tren konsumen yang cenderung mencari pengalaman baru tanpa meninggalkan cita rasa yang familiar. Temuan penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk merupakan faktor utama yang memengaruhi minat beli konsumen. Penggunaan bahan baku berkualitas serta proses produksi yang konsisten memberikan dampak positif terhadap kepuasan konsumen dan potensi pembelian ulang. Selain itu, inovasi pada tampilan dan variasi rasa berkontribusi dalam menciptakan diferensiasi produk di tengah persaingan pasar *dessert* yang semakin ketat. Pemanfaatan media sosial sebagai alat pemasaran juga berperan penting dalam pengembangan usaha. Konten visual yang menarik dan interaksi dengan konsumen mampu meningkatkan brand awareness serta memperkuat citra produk sebagai *dessert* kekinian. Hal ini mendukung keberlanjutan usaha dengan memperluas jangkauan pasar secara efektif dan efisien. Secara keseluruhan, hasil dan pembahasan menunjukkan bahwa pengembangan usaha *dessert* tiramisu klasik dan donat mochi memiliki prospek yang menjanjikan apabila didukung oleh inovasi berkelanjutan, strategi pemasaran yang tepat, serta konsistensi kualitas produk. Dengan demikian, usaha ini berpotensi menjadi salah satu alternatif bisnis kuliner kreatif yang mampu bersaing di pasar makanan modern.

Analisis Peluang Usaha

Peluang usaha *dessert* tiramisu klasik dan donat mochi sangat terbuka seiring meningkatnya tren konsumsi makanan manis sebagai bagian dari gaya hidup masyarakat urban. Konsumen saat ini tidak hanya mencari makanan untuk kebutuhan dasar, tetapi juga sebagai sarana hiburan dan pengalaman (*food experience*). *Dessert* dengan tampilan menarik dan cita rasa unik memiliki nilai tambah yang tinggi, terutama di kalangan generasi muda dan pengguna aktif media sosial.

Tiramisu klasik memiliki keunggulan sebagai produk *dessert* internasional yang sudah dikenal luas dan memiliki citra premium. Hal ini memberikan peluang *positioning* produk sebagai *dessert* berkualitas dengan harga terjangkau. Sementara itu, donat mochi hadir sebagai produk inovatif yang mengikuti tren makanan kekinian dengan tekstur kenyal yang unik. Kombinasi kedua produk ini menciptakan peluang diferensiasi usaha yang kuat dibandingkan kompetitor yang hanya fokus pada satu jenis *dessert*.

MUSYTARI
ISSN: 3025-9495
Neraca Manajemen, Ekonomi
Vol 25 no. 2 Tahun 2026
Prefix DOI : 10.8734/mnmae.v1i2.359

Selain itu, perkembangan platform digital dan layanan pesan antar makanan turut membuka peluang distribusi yang lebih luas tanpa memerlukan biaya operasional toko fisik yang besar. Dengan strategi pemasaran digital yang tepat, usaha *dessert* ini berpotensi menjangkau pasar lokal hingga regional secara efektif.

Analisis SWOT Usaha

Analisis SWOT digunakan untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dalam pengembangan usaha *dessert* tiramisu klasik dan donat mochi. Untuk memetakan posisi usaha secara ringkas, analisis SWOT berikut digunakan sebagai dasar melihat kesiapan internal dan tantangan eksternal dalam pengembangan produk:

a. *Strengths* (Kekuatan):
   - Produk memiliki keunikan dari segi rasa, tekstur, dan tampilan.
   - Mengombinasikan *dessert* klasik dan modern dalam satu lini usaha
   - Bahan baku relatif mudah diperoleh.
   - Daya tarik visual tinggi dan cocok untuk promosi media sosial.

b. *Weaknesses* (Kelemahan):
   - Produk *dessert* memiliki daya simpan terbatas.
   - Membutuhkan kontrol kualitas yang ketat agar rasa tetap konsisten.
   - Ketergantungan pada tren pasar yang cepat berubah.

c. *Opportunities* (Peluang):
   - Tren makanan kekinian terus berkembang.
   - Pasar generasi muda yang besar dan aktif di media sosial.
   - Dukungan platform digital dan layanan pesan antar.
   - Potensi pengembangan varian rasa dan produk baru.

d. *Threats* (Ancaman):
   - Persaingan usaha *dessert* yang semakin ketat.
   - Fluktuasi harga bahan baku.
   - Perubahan selera konsumen dalam waktu singkat.

Analisis SWOT ini menunjukkan bahwa usaha *dessert* tiramisu klasik dan donat mochi memiliki peluang berkembang yang besar apabila mampu memaksimalkan kekuatan dan peluang serta meminimalkan kelemahan dan ancaman.

Berdasarkan pemetaan tersebut, strategi pengembangan sebaiknya diarahkan pada penguatan diferensiasi produk, konsistensi kualitas, serta adaptasi inovasi pemasaran agar usaha tetap relevan meskipun tren berubah cepat

Pengembangan Usaha

Pengembangan usaha produk *dessert* tiramisu klasik dan donat mochi dilakukan untuk meningkatkan daya saing serta keberlanjutan bisnis di tengah persaingan industri kuliner yang semakin ketat. Strategi pengembangan usaha difokuskan pada peningkatan kualitas produk, perluasan pasar, efisiensi operasional, dan penguatan pemasaran.

1. Pengembangan Produk dan Kualitas

Pengembangan usaha dimulai dengan menjaga konsistensi kualitas rasa, tekstur, dan tampilan produk. Penggunaan bahan baku berkualitas serta standar operasional produksi yang jelas diterapkan untuk memastikan produk yang dihasilkan tetap stabil. Selain itu, dilakukan pengembangan varian rasa dan ukuran produk secara berkala guna menyesuaikan dengan tren dan preferensi konsumen.

2. Pengembangan Pasar

Perluasan pasar dilakukan dengan menargetkan segmen konsumen yang lebih luas, seperti pelajar, mahasiswa, pekerja, dan keluarga. Strategi ini didukung dengan sistem pemesanan *online* melalui media sosial dan platform pesan antar makanan. Dengan memanfaatkan

MUSYTARI
ISSN: 3025-9495
Neraca Manajemen, Ekonomi
Vol 25 no. 2 Tahun 2026
Prefix DOI : 10.8734/mnmae.v1i2.359

teknologi digital, usaha dapat menjangkau konsumen di luar area penjualan langsung dan meningkatkan volume penjualan.

3. Strategi Pemasaran

Pengembangan usaha juga didukung oleh strategi pemasaran yang kreatif dan berkelanjutan. Promosi dilakukan melalui media sosial dengan menampilkan konten visual menarik, testimoni pelanggan, serta informasi produk terbaru. Selain itu, diterapkan strategi promosi seperti diskon pada periode tertentu, paket *bundling*, dan peluncuran produk edisi terbatas untuk meningkatkan minat beli konsumen.

4. Pengembangan Sumber Daya Manusia

Peningkatan kualitas sumber daya manusia menjadi bagian penting dalam pengembangan usaha. Pelaku usaha dan tenaga kerja diberikan pelatihan terkait proses produksi, pelayanan pelanggan, dan pengelolaan usaha. Hal ini bertujuan untuk meningkatkan profesionalisme kerja serta menjaga kualitas pelayanan kepada konsumen.

5. Pengembangan Operasional dan Keberlanjutan Usaha

Pengembangan usaha dilakukan dengan memperhatikan efisiensi biaya produksi dan pengelolaan keuangan yang baik. Pencatatan keuangan secara rutin dan evaluasi usaha dilakukan untuk mengetahui perkembangan bisnis dan menentukan strategi selanjutnya. Selain itu, penggunaan kemasan ramah lingkungan menjadi upaya untuk mendukung keberlanjutan usaha dan meningkatkan citra positif di mata konsumen.

Inovasi Produk

Inovasi produk menjadi faktor penting dalam pengembangan usaha *dessert* tiramisu klasik dan donat mochi agar mampu bersaing di pasar makanan populer kekinian. Inovasi tidak hanya dilakukan pada rasa, tetapi juga pada bahan, tampilan, kemasan, dan cara penyajian produk.

1. Inovasi Produk Tiramisu Klasik

   Pengembangan tiramisu klasik dilakukan dengan tetap mempertahankan cita rasa autentik, namun dikombinasikan dengan sentuhan modern yang sesuai dengan selera pasar lokal. Inovasi produk meliputi:

   - Variasi rasa seperti classic tiramisu, matcha tiramisu, oreo tiramisu, untuk menambah pilihan bagi konsumen.
   - Ukuran dan bentuk penyajian yang lebih praktis, seperti tiramisu cup, mini box, dan *slice*, sehingga mudah dikonsumsi dan dibawa.
   - Penggunaan bahan baku berkualitas dengan pengurangan kadar gula agar lebih ramah bagi konsumen yang peduli kesehatan.
   - Tampilan visual modern, dengan lapisan yang rapi dan topping minimalis agar menarik secara estetika dan sesuai tren media sosial.

2. Inovasi Produk Donat Mochi

   Donat mochi dikembangkan sebagai *dessert* kekinian dengan keunggulan pada tekstur yang kenyal dan unik. Inovasi yang diterapkan antara lain:

   - Tekstur mochi yang lebih lembut dan elastis melalui kombinasi tepung khusus sehingga memberikan sensasi berbeda dari donat biasa.
   - Variasi topping dan isian, seperti glaze cokelat premium, matcha, tiramisu yang menyesuaikan selera konsumen.
   - Konsep donat mochi dengan isian coklat, matcha, tiramisu yang asli dengan bentuk lembut untuk meningkatkan nilai jual dan pengalaman rasa.
   - Bentuk donat yang unik dan menarik, seperti bentuk bulat kecil (*bite-size*) atau donat karakter untuk menarik perhatian konsumen muda.

MUSYTARI
ISSN: 3025-9495
Neraca Manajemen, Ekonomi
Vol 25 no. 2 Tahun 2026
Prefix DOI : 10.8734/mnmae.v1i2.359

3. Inovasi Kemasan dan Penyajian
   Selain inovasi pada produk, pengembangan juga dilakukan pada aspek kemasan dan penyajian, antara lain:
   - Kemasan ramah lingkungan yang praktis dan aman bagi produk *dessert*.
   - Desain kemasan modern dan estetik yang mencerminkan konsep *dessert* klasik dan kekinian.
   - Informasi produk yang jelas, seperti komposisi bahan dan tanggal kedaluwarsa untuk meningkatkan kepercayaan konsumen.
4. Inovasi Pemasaran Produk
   Inovasi produk didukung oleh strategi pemasaran kreatif, seperti:
   - Peluncuran menu edisi terbatas (*limited edition*) untuk meningkatkan rasa penasaran konsumen.
   - *Bundling* produk tiramisu dan donat mochi dengan harga promo.
   - Promosi digital melalui media sosial dengan konten visual menarik dari testimoni pelanggan.

Dampak Sosial dan Ekonomi

Pengembangan usaha *dessert* tiramisu klasik dan donat mochi tidak hanya memberikan manfaat ekonomi bagi pelaku usaha, tetapi juga berdampak positif secara sosial. Usaha ini berpotensi membuka lapangan pekerjaan, terutama bagi masyarakat sekitar dan generasi muda yang tertarik di bidang kuliner.

Selain itu, usaha *dessert* kreatif dapat mendorong munculnya wirausaha baru dan meningkatkan semangat kewirausahaan. Pemanfaatan bahan baku lokal dan kemasan ramah lingkungan juga dapat memberikan kontribusi terhadap keberlanjutan lingkungan dan ekonomi lokal.

KESIMPULAN

Bisnis donat mochi dan dessert tiramisu klasik menunjukkan potensi yang kuat dalam industri kuliner makanan kekinian. Penggabungan dessert klasik bercita rasa autentik dengan produk inovatif bertekstur unik mampu membentuk diferensiasi di pasar, terutama karena sesuai dengan preferensi konsumen muda terhadap pengalaman rasa dan daya tarik visual. Temuan pada *paper* ini menunjukkan bahwa faktor yang memengaruhi minat beli dan kepuasan konsumen meliputi kualitas bahan baku, konsistensi rasa, inovasi produk, serta tampilan produk. Di sisi lain, pemanfaatan media sosial dan platform daring terbukti mendukung perluasan jangkauan pasar dan penguatan kesadaran merek. Secara keseluruhan, usaha donat mochi dan tiramisu klasik berpeluang berkembang apabila didukung inovasi berkelanjutan, strategi pemasaran yang tepat, serta pengelolaan bisnis yang tertata

Hasil penelitian menunjukkan bahwa beberapa faktor utama yang memengaruhi minat beli dan kepuasan pelanggan adalah kualitas bahan baku, konsistensi rasa, inovasi produk, dan penampilan yang menarik. Selain itu, telah terbukti bahwa penggunaan media sosial dan *platform online* sebagai strategi pemasaran efektif dalam meningkatkan jangkauan pasar dan meningkatkan kesadaran merek. Secara keseluruhan, bisnis yang menjual donat mochi dan tiramisu klasik memiliki peluang untuk berkembang jika didukung oleh inovasi terus-menerus, strategi pemasaran yang tepat, dan manajemen bisnis yang baik. Bisnis ini dapat mendorong kewirausahaan dan inovasi di industri kuliner selain menghasilkan keuntungan finansial

MUSYTARI
ISSN: 3025-9495
Neraca Manajemen, Ekonomi
Vol 25 no. 2 Tahun 2026
Prefix DOI : 10.8734/mnmae.v1i2.359

DAFTAR REFERENSI

Alma, B. (2018). Kewirausahaan. Alfabeta.

Hadiyati, E. (2012). Kreativitas dan inovasi berpengaruh terhadap kewirausahaan usaha kecil. Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan, 14(1), 8–16.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing management (15th ed.). Pearson Education.

Kurniawan, D., & Sari, P. (2020). Pengaruh inovasi produk terhadap minat beli konsumen pada usaha kuliner. Jurnal Ekonomi dan Bisnis, 5(2), 45–52.

Putri, L. R., & Prasetyo, A. (2021). Strategi pemasaran digital pada usaha makanan dan minuman. Jurnal Ilmu Manajemen, 9(3), 112–120.

Rangkuti, F. (2015). Analisis SWOT: Teknik membedah kasus bisnis. PT Gramedia Pustaka Utama.

Sagita, S. A., Fadiah, P. S., et al. (2025). Strategi perencanaan dan pengembangan portofolio produk pada bisnis mochi untuk meningkatkan daya saing di pasar.

Suryana. (2017). Kewirausahaan: Kiat dan proses menuju sukses. Salemba Empat.

Tjiptono, F. (2019). Strategi pemasaran: Prinsip dan penerapan. Andi Offset.