

## STRATEGI INOVASI DAN PENGEMBANGAN PRODUK PUDING UNTUK MENINGKATKAN KEPUASAN PELANGGAN

Kesia Olivia<sup>1</sup> & Sufiyati<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Program Studi Sarjana Akuntansi, Universitas Tarumanagara Jakarta

Email: kesia.125220194@stu.untar.ac.id

<sup>2</sup>Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Tarumanagara Jakarta

Email: sufiyati@fe.untar.ac.id

### ABSTRACT

*The rapid development of the food industry encourages business actors to continue to innovate, especially in dessert products such as pudding. Pud Me Up focuses on creating pudding with a soft texture and distinctive sweet taste, while offering unique and innovative flavor variations. Amidst the current food trends, consumers are increasingly choosing desserts that are not only delicious, but also visually appealing and healthy. Therefore, product development does not only focus on taste, but also on presentation and the overall experience felt by consumers. One of the problems faced is the limited variety of flavors and the lack of innovation in presentation, which can lead to decreased consumer interest. This implementation aims to design an innovative strategy in developing Pud Me Up pudding products to increase customer satisfaction. The approach method used is qualitative with case studies and social media content analysis to observe market trends. The results of this PKM show that innovation in taste, unique toppings, attractive packaging, and different presentation methods can increase product appeal. Customer responses and input through social media are also important factors in directing innovation. In conclusion appropriate and flexible innovation supported by creative marketing strategies is the key to creating pudding products that meet customer expectations, as well as strengthening loyalty and opening up new market opportunities.*

**Keywords:** product innovation, pudding product development, customer satisfaction

### ABSTRAK

Perkembangan industri makanan yang pesat mendorong pelaku usaha untuk terus berinovasi, terutama dalam produk makanan penutup seperti puding. *Pud Me Up* berfokus untuk menciptakan puding dengan tekstur lembut dan rasa manis yang khas, sambil menawarkan variasi rasa yang unik dan inovatif. Di tengah maraknya tren makanan kekinian, konsumen semakin cenderung memilih makanan penutup yang tidak hanya enak, tetapi juga menarik secara visual dan menyehatkan. Oleh karena itu, pengembangan produk tidak hanya berfokus pada rasa, tetapi juga pada penyajian dan pengalaman yang dirasakan konsumen secara menyeluruh. Salah satu permasalahan yang dihadapi adalah terbatasnya variasi rasa dan kurangnya inovasi dalam penyajian, yang dapat berujung pada menurunnya minat konsumen. Pelaksanaan ini bertujuan untuk merancang strategi inovatif dalam pengembangan produk puding *Pud Me Up* guna meningkatkan kepuasan pelanggan. Metode pendekatan yang digunakan adalah kualitatif dengan studi kasus dan analisis konten media sosial untuk mengamati tren pasar. Hasil dari PKM ini menunjukkan bahwa inovasi dalam rasa, topping unik, kemasan menarik, dan cara penyajian yang berbeda dapat meningkatkan daya tarik produk. Respons dan masukan pelanggan melalui media sosial juga menjadi faktor penting dalam mengarahkan inovasi. Kesimpulannya, inovasi yang tepat dan fleksibel, didukung oleh strategi pemasaran kreatif menjadi kunci dalam menciptakan produk puding yang memenuhi harapan pelanggan, serta memperkuat loyalitas dan membuka peluang pasar baru.

**Kata kunci:** inovasi produk, pengembangan produk puding, kepuasan pelanggan

### 1. PENDAHULUAN

Di era modern ini, industri makanan penutup, khususnya puding, terus berkembang seiring meningkatnya minat konsumen terhadap produk yang tidak hanya lezat, tetapi juga menarik secara visual. Puding dikenal dengan teksturnya yang lembut dan rasa yang menyegarkan. Makanan penutup ini telah menjadi favorit banyak orang. Dalam persaingan pasar yang semakin ketat, pelaku usaha makanan dituntut untuk terus menghadirkan inovasi baru mampu memenuhi selera konsumen yang dinamis dengan mempertahankan kualitas dan daya tarik produk.

Konsumen saat ini tidak hanya mempertimbangkan rasa, tetapi juga mengharapkan pengalaman yang menyeluruh, mulai dari desain produk, kemasan, hingga penyajian yang estetik. Oleh karena itu, pengembangan produk makanan penutup perlu terus diarahkan pada penciptaan nilai tambah dimana tidak hanya memenuhi selera konsumen tetapi juga memberikan kesan menarik dan sesuai dengan tren pasar. Upaya untuk menghadirkan ide yang kreatif, visual dan memikat, cita rasa yang konsisten menjadi faktor penting dalam mempertahankan relevansi produk di tengah industri makanan yang terus berkembang. Kepuasan pelanggan pun menjadi tujuan utama, karena produk yang mampu memberikan ekspektasi secara menyeluruh hingga kemudahan dalam konsumsi berpeluang besar untuk loyalitas jangka panjang dan memperkuat daya saing di pasar.

Menurut Setiawan dan Lestari (2023), keberhasilan produk makanan penutup tidak hanya ditentukan oleh cita rasa, tetapi juga oleh daya tarik visual dan kemudahan dalam penyajian. Hal ini menunjukkan bahwa pengembangan tidak hanya dipengaruhi oleh cita rasa, tetapi juga oleh desain kemasan yang mampu memberi nilai tambah bagi konsumen. Zeithaml, Bitner, dan Gremler (2018) juga menyatakan bahwa kemampuan produk untuk beradaptasi dengan tren dan preferensi yang terus berubah-ubah dapat berdampak langsung pada kepuasan dan loyalitas pelanggan. Pelaku usaha di bidang makanan penutup perlu menciptakan kreativitas produk yang tidak hanya menarik secara estetika, tetapi juga kualitas produk dan menarik lebih banyak konsumen.

*Pud Me Up* merupakan salah satu pelaku usaha pada industri ini, hadir dengan konsep yang unik melalui dua varian produk utama. Produk pertama adalah puding dalam cup yang dibentuk menyerupai karakter-karakter yang lucu dan unik. Desain visualnya tidak hanya menarik tetapi juga memberikan kesan yang menyenangkan dan cocok untuk berbagai kalangan mulai dari anak-anak hingga remaja. Tidak hanya sebagai makanan penutup, produk ini juga tampil sebagai bagian dari gaya hidup yang estetik dan kekinian. Selain itu *Pud Me Up* juga memiliki varian *splash silky pudding*, yakni minuman puding sedot yang memadukan tekstur lembut puding dengan soda yang menyegarkan, dan disajikan dalam botol kemasan yang praktis. Dengan demikian, produk ini membuat produk mudah dibawa dan tetap menarik secara visual. Baik bentuk, rasa, maupun kemasan, seluruh varian *Pud Me Up* ini dirancang untuk menarik perhatian konsumen sekaligus mempertahankan kepuasan pelanggan.

Namun, di tengah banyak tren makanan yang terus berubah, *Pud Me Up* juga menghadapi tantangan dalam mempertahankan minat konsumen, seperti terbatasnya varian rasa sehingga terkesan monoton. Situasi seperti ini dapat menyebabkan berkurangnya minat pelanggan. Dalam mengatasi tantangan ini, *Pud Me Up* mengembangkan inovasi dengan menghadirkan varian rasa yang baru. Hal ini sangat penting untuk memastikan kelangsungan usaha dan mempertahankan daya saing di tengah persaingan yang pesat.

Menurut Mulyani (2022), inovasi produk memiliki peran yang sangat besar dalam meningkatkan kepuasan pelanggan dalam bisnis kuliner. Hal ini menunjukkan bahwa inovasi produk yang melibatkan peningkatan kualitas rasa, variasi produk, desain kemasan yang menarik, dapat meningkatkan daya tarik produk bagi konsumen. Inovasi yang diterapkan secara tepat tidak hanya memenuhi ekspektasi konsumen, tetapi juga dapat menciptakan pengalaman baru yang lebih memuaskan bagi pelanggan. Selain itu, Mulyani (2022) juga menekankan pentingnya pengembangan produk yang terus-menerus. Usaha kuliner yang secara rutin memperkenalkan inovasi produk dapat menjaga kepuasan pelanggan tetap tinggi, dengan menyediakan variasi dan karakter baru yang tidak hanya sekedar memperkaya produk tetapi juga menciptakan nilai tambah. Inovasi dalam produk juga berperan dalam menciptakan

diferensiasi yang lebih kuat di pasar yang kompetitif, meningkatkan loyalitas pelanggan, dan mendorong konsumen untuk melakukan pembelian ulang.

## 2. METODE PELAKSANAAN PKM

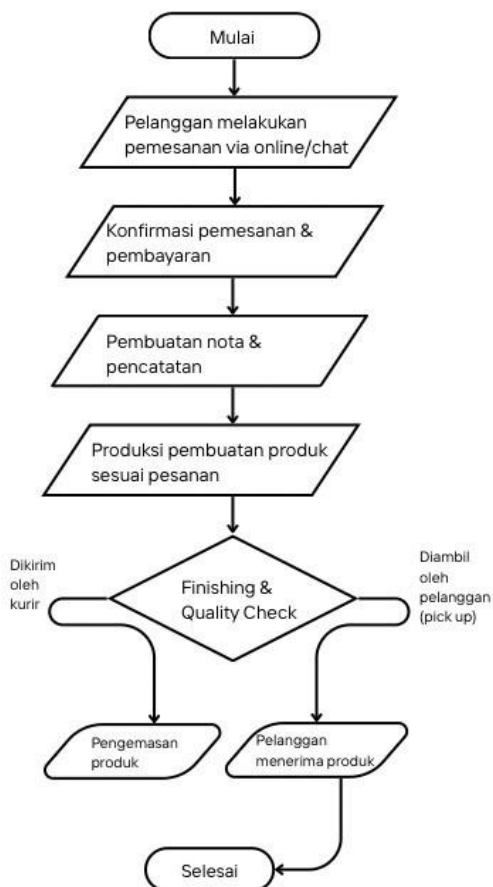
Usaha *Pud Me Up* yaitu usaha industri makanan penutup yang menyajikan puding berkarakter lucu dan minuman *splash silky pudding*.

### Proses Usaha

Proses Usaha *Pud Me Up* ini dimulai dari penerimaan orderan hingga pengiriman produk ke konsumen.

#### Diagram 1.

Flowchart Proses Usaha

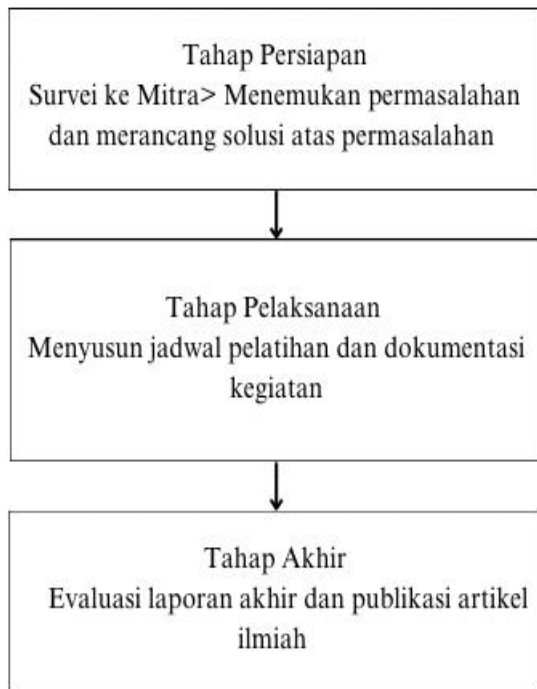


Pelaksanaan ini menggunakan pendekatan kualitatif yang mencakup observasi langsung dan analisis konten media sosial untuk mengidentifikasi tren yang sedang berkembang sebagai landasan dalam merumuskan inovasi. Selain itu, metode pelaksanaan juga wawancara dengan pelanggan.

Wawancara difokuskan pada penggalian kebutuhan, harapan, serta pengalaman pelanggan terhadap produk atau layanan yang ada, sementara survei digunakan untuk memperoleh data mengenai preferensi, fitur yang diinginkan, dan potensi perbaikan dalam pengembangan produk. Selain sebagai alat pengumpulan data, survei dan wawancara ini juga bertujuan untuk memahami perilaku konsumen, mengidentifikasi permasalahan yang dihadapi, serta menggali peluang inovasi berdasarkan sudut pandang pengguna.

## Diagram 2.

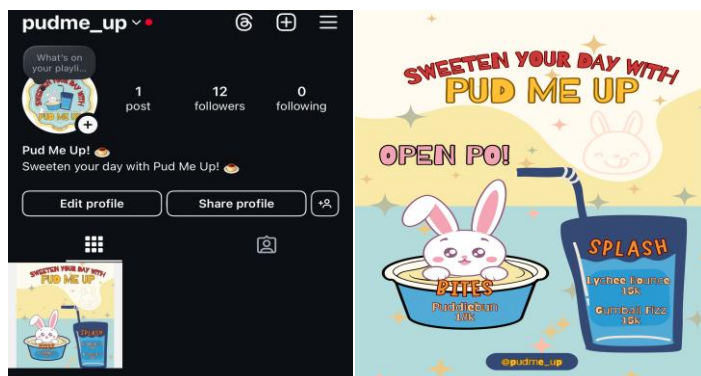
Alur Pelaksanaan PKM:



## 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

### Gambar 1

Melakukan promosi produk melalui media sosial instagram dan membuka Pre-Order



### Gambar 2

Proses pendinginan produk pesanan pelanggan dan pengemasan produk



### Gambar 3

*Produk siap dikirim / di pick up dan diterima oleh pelanggan*



Hasil dari pelaksanaan PKM ini menunjukkan bahwa *Pud Me Up* berhasil menarik perhatian konsumen melalui inovasi produk, khususnya *puding karakter* dan *splash silky pudding* yang praktis. Pengamatan terhadap *feedback* pelanggan, baik dari media sosial maupun interaksi langsung, membuktikan adanya respon positif terutama terhadap keunikan bentuk, kemasan, dan elemen visual yang sesuai tren, yang secara signifikan dapat meningkatkan daya tarik produk. Hal ini menunjukkan bahwa produk tersebut tidak hanya menarik bagi anak-anak tetapi juga orang dewasa. Selain itu, kombinasi puding yang lembut dan tampilan produk yang lucu mendorong konsumen untuk membagikan pengalaman mereka di media sosial, yang secara tidak langsung dapat memperluas jangkauan pemasaran.

Salah satu tantangan yang dihadapi oleh *Pud Me Up* adalah keterbatasan dalam variasi rasa. Minimnya pilihan varian rasa dapat membuat konsumen cepat merasa bosan. Oleh karena itu, penting bagi *Pud Me Up* untuk terus berinovasi dengan mengembangkan varian rasa dan penyajian yang menarik. Langkah ini tidak hanya akan menjaga kelangsungan usaha, tetapi juga memperkuat loyalitas pelanggan dan meningkatkan daya saing di pasar yang semakin pesat.

Pelaksanaan PKM ini membawa dampak positif bagi *Pud Me Up* sebagai pelaku usaha. Setelah pendampingan dilakukan, *Pud Me Up* menunjukkan peningkatan dalam pemahaman strategi pemasaran dan pengembangan produk. Tim *Pud Me Up* menjadi lebih aktif dalam menanggapi *feedback* pelanggan, menyusun rencana inovasi rasa, dan meningkatkan kualitas tampilan produk. Perubahan ini menunjukkan bahwa PKM berhasil memberikan kontribusi nyata terhadap peningkatan kapasitas dan kesiapan *Pud Me Up* dalam menghadapi persaingan pasar. Oleh karena itu, kondisi *Pud Me Up* setelah pelaksanaan PKM menunjukkan peningkatan nyata dalam strategi bisnis, khususnya dalam kemampuan merespons kebutuhan pasar dan mengembangkan produk sesuai tren. Perubahan ini tidak hanya mencerminkan keberhasilan program PKM, tetapi juga menjadi fondasi penting bagi keberlanjutan dan daya saing usaha di tengah pasar yang kompetitif.

Secara keseluruhan, inovasi yang konsisten, strategi pemasaran yang efektif, dan pengembangan produk yang fleksibel, telah menunjukkan dampak positif terhadap kepuasan pelanggan dan memperluas potensi pertumbuhan bisnis.

Beberapa cara praktis yang dapat dilakukan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan melalui pengembangan produk meliputi:

- 1) Mengembangkan lebih banyak variasi rasa agar konsumen tidak cepat merasa bosan dan dapat terus menemukan pilihan rasa baru yang menarik;
- 2) Menjaga kualitas rasa dan tekstur puding agar konsisten setiap kali konsumen membeli produk, untuk menciptakan pengalaman yang memuaskan dan menjaga loyalitas pelanggan;
- 3) Meningkatkan kemasan produk agar lebih menarik dan praktis, sehingga mudah dibawa kemana saja dan memberikan kesan premium;
- 4) Mengikuti tren desain dan selera pasar dalam penyajian produk agar tetap relevan di mata konsumen;
- 5) Mengumpulkan *feedback* pelanggan secara lebih aktif untuk mengetahui apa yang mereka inginkan dan mengembangkan produk sesuai dengan harapan mereka.

Dengan demikian, strategi inovasi yang berkelanjutan, pengembangan produk yang adaptif terhadap *feedback* pelanggan, dan strategi pemasaran yang kreatif akan semakin memperkuat kepuasan pelanggan dan membuka peluang pertumbuhan bisnis yang lebih besar untuk *Pud Me Up*

#### 4. KESIMPULAN

*Pud Me Up* telah berhasil menemukan strategi yang efektif dalam memperoleh kepuasan pelanggan. Hal ini terbukti melalui pembelian ulang dari pelanggan yang berkontribusi pada peningkatan pendapatan, respon positif terhadap keunikan produk. Keberhasilan ini merupakan hasil dari kontribusi kegiatan PKM yang telah memberikan pendampingan dalam hal strategi pemasaran, pengembangan produk, dan peningkatan kualitas visual. Melalui PKM, tim *Pud Me Up* menjadi lebih aktif dalam merespons kebutuhan pasar dan mengoptimalkan potensi produk. Untuk mempertahankan keberhasilan ini, penting bagi *Pud Me Up* untuk terus menjaga konsistensi kualitas produk dan berinovasi dalam mengembangkan kreasi baru yang sesuai dengan tren, sehingga bisnis dapat terus berkembang dan maju.

#### Ucapan Terima Kasih (*Acknowledgement*)

Terima kasih kepada Tuhan Yang Maha Esa, Kaprodi S1 Akuntansi Universitas Tarumanagara atas dukungannya, kepada Dosen Pembimbing Kewirausahaan yang selalu memberikan arahan dan masukan, serta kepada rekan-rekan yang telah bekerja sama sehingga *Pud Me Up* ini dapat terlaksana dengan baik.

#### REFERENSI

- Fillayata, N., & Mukaram, M. (2020). Analisis dampak promosi dan inovasi menu terhadap kepuasan pelanggan. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 8(1), 15–25.  
[https://www.researchgate.net/publication/377515807\\_Analisis\\_Dampak\\_Promosi\\_dan\\_Inovasi\\_Menu\\_Terhadap\\_Kepuasan\\_Pelanggan](https://www.researchgate.net/publication/377515807_Analisis_Dampak_Promosi_dan_Inovasi_Menu_Terhadap_Kepuasan_Pelanggan)
- Mulyani, S. (2022). Inovasi produk dalam usaha kuliner. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 21(3), 101–112.
- Mustamu, E. J., & Ngatno. (2021). Pengaruh inovasi produk terhadap loyalitas konsumen dengan kepuasan konsumen sebagai variabel intervening pada KFC Srandol. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 10(1), 1–10. <https://doi.org/10.14710/jiab.2021.29650>
- Ningsih, T. F., Nasrah, R., & Arfimasri. (2023). Strategi inovasi dan kreativitas dalam meningkatkan kepuasan konsumen (Studi kasus pada Qiara Cake Cupak). *Serat Acitya: Jurnal Ilmiah UNTAG Semarang*, 13(2), 1–10. <https://doi.org/10.56444/sa.v13i2.2053>
- Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2018). *Services marketing: Integrating customer focus across the firm* (7th ed.). New York: McGraw-Hill.