

PENGEMBANGAN PRODUK WONTON CHILI OIL “CHILIWON” SEBAGAI INOVASI MAKANAN SIAP SAJI DI ERA KONSUMSI MODERN

Oleh:

Moh. Afrizal Miradji¹

Gisca Dwi Larasati²

Riska Amalia Fitri Anisa³

Dara Ayu Jenniferani⁴

Moh. Sufyan⁵

Muhammad Dandy Al-Wildani Tanod⁶

Universitas PGRI Adi Buana Surabaya

Alamat: JL. Dukuh Menanggal XII, Dukuh Menanggal, Kec. Gayungan, Surabaya,
Jawa Timur (60234)

Korespondensi Penulis: afrizal@unipasby.ac.id, icagiscadwilarasati@gmail.com,
riskaamaliafitrianisaanisa@gmail.com, daraayu055@gmail.com,
sofyanmohammad442@gmail.com, tanoddandy@gmail.com.

Abstract. *The demand for convenient, flavorful, and versatile instant foods is increasing due to modern lifestyles and the activities of productive-age consumers, who require quick meals without compromising on taste. "ChiliWon" is a new product in the form of chili oil wontons that combines spicy, savory, and rich spices with a touch of oriental flavor while still maintaining local tastes. The purpose of this research is to evaluate the feasibility of developing the ChiliWon product. Several testing steps will be undertaken, including organoleptic studies, customer preference analysis, and market trend analysis for instant and ready-to-eat food products. The methods used in this research include direct observation of consumer behavior and sensory quality testing, including taste, texture, color, aroma, and product appearance. The results showed that ChiliWon received positive feedback from customers, particularly regarding its unique flavor and*

PENGEMBANGAN PRODUK WONTON CHILI OIL “CHILIWON” SEBAGAI INOVASI MAKANAN SIAP SAJI DI ERA KONSUMSI MODERN

balanced spiciness. The packaging design was also considered attractive and supported the idea that the product is modern, easy to carry, and practical to store. Furthermore, ChiliWon is very practical because it can be prepared quickly without requiring complicated processing. The analysis shows that ChiliWon has significant potential for commercial development, both in chilled and ready-to-eat forms. This product is considered competitive in the modern instant food market because it meets the needs of productive-age consumers who desire fast food with exceptional taste. Consequently, ChiliWon must develop through digital marketing strategies, increasing brand awareness, and expanding its flavor options.

Keywords: *Chiliwon, Wonton Chili Oil, Instant Food, Consumer Preference, Product Innovation, Organoleptic Study, Ready-To-Eat Product, Modern Lifestyle.*

Abstrak. Kebutuhan akan makanan instan yang praktis, bercita rasa kuat, dan dapat disajikan di berbagai tempat meningkat sebagai akibat dari gaya hidup modern dan aktivitas masyarakat usia produktif yang membutuhkan makanan cepat saji tanpa mengurangi kualitas rasanya. “ChiliWon” adalah produk baru berbentuk wonton chili oil yang menggabungkan rasa pedas, gurih, dan kaya rempah dengan sentuhan rasa oriental yang tetap sesuai dengan cita rasa lokal. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengevaluasi kemungkinan pengembangan produk ChiliWon. Ini akan melakukan beberapa langkah pengujian, seperti studi organoleptik, analisis preferensi pelanggan, dan analisis tren pasar terhadap produk pangan instan dan siap saji. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah observasi langsung terhadap perilaku konsumen serta pengujian kualitas sensori yang mencakup rasa, tekstur, warna, aroma, dan tampilan produk. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ChiliWon mendapat tanggapan positif dari pelanggan, terutama dalam hal cita rasa unik dan keseimbangan kepedasan. Desain kemasan juga dianggap menarik dan mendukung gagasan bahwa produk itu modern, mudah dibawa, dan praktis dalam penyimpanan. Selain itu, ChiliWon sangat praktis karena dapat disediakan dalam waktu singkat tanpa memerlukan proses pengolahan yang rumit. Hasil analisis menunjukkan bahwa ChiliWon memiliki peluang besar untuk berkembang menjadi produk komersial baik dalam bentuk makanan dingin maupun siap makan.

Produk ini dinilai mampu bersaing di pasar makanan instan modern karena dapat memenuhi kebutuhan konsumen usia produktif yang menginginkan makanan cepat saji dengan rasa yang luar biasa. Akibatnya, ChiliWon harus berkembang melalui strategi pemasaran digital, meningkatkan kesadaran merek, dan memperluas pilihan rasanya.

Kata Kunci: Chiliwon, Wonton Chili Oil, Makanan Instan, Preferensi Konsumen, Inovasi Produk, Studi Organoleptik, Produk Siap Saji, Gaya Hidup Modern.

LATAR BELAKANG

Konsumsi makanan praktis dan instan semakin kuat dari waktu ke waktu ditunjukkan dalam perubahan gaya hidup masyarakat Indonesia, terutama di kelompok usia 18 hingga 35 tahun. Golongan usia produktif ini biasanya memiliki banyak aktivitas, seperti menjadi pekerja, mahasiswa, atau pegiat bisnis kreatif. Mereka membutuhkan makanan cepat yang enak dan mengenyangkan. Produk makanan instan dan frozen food menjadi solusi karena keterbatasan waktu untuk memasak dari nol dan perubahan gaya konsumsi karena tinggal di kota. Meningkatnya kesadaran akan efisiensi menyebabkan masyarakat cenderung memilih makanan yang mudah ditemukan, mudah disimpan, dan memiliki standar rasa yang sama. Makanan yang dibuat dengan minyak chili dan wonton adalah salah satu bentuk evolusi kuliner kontemporer yang memadukan kepraktisan dengan eksplorasi rasa yang lebih kompleks. Daya tarik utamanya adalah rasa pedas yang khas, yang dikombinasikan dengan perpaduan rempah-rempah oriental, bawang putih, minyak wijen, dan cabai berkualitas tinggi yang menghasilkan cita rasa yang intens sekaligus asli.

Dalam hal tersebut, ChiliWon hadir sebagai produk inovatif yang memadukan karakter makanan Chinese modern dengan preferensi rasa masyarakat Indonesia yang identik dengan sensasi pedas. Melalui penggunaan saus minyak cabe yang diformulasikan secara khusus untuk menghasilkan rasa yang seimbang pedas, gurih, dan aromatik ChiliWon mengedepankan rasa dan aspek kualitas produk. Produk ini juga memiliki kulit pangsit tipis dengan tekstur lembut yang membuatnya nyaman dimakan dan tetap memberikan rasa wonton khas yang asli. Sebagai hasil dari penggunaan metode higienis dan proses produksi terstandar, produk ini aman untuk dikonsumsi oleh berbagai demografi. Kemasan frozen vacuum sealed menjaga kualitas rasa dan daya simpan tanpa

PENGEMBANGAN PRODUK WONTON CHILI OIL “CHILIWON” SEBAGAI INOVASI MAKANAN SIAP SAJI DI ERA KONSUMSI MODERN

pengawet berlebihan. Selain itu, konsumen dapat dengan mudah menyimpan stok makanan harian mereka dan kebutuhan rumahan dengan kemasan ini.

Selain itu, kehadiran ChiliWon menjawab peluang pasar di sektor makanan dingin yang saat ini mengalami peningkatan permintaan. Banyak pelanggan saat ini menginginkan makanan siap masak yang berbeda dari nugget, sosis, atau dimsum biasa. Dengan tren ini, ada ruang untuk inovasi baru yang berbasis olahan pangsit kontemporer. ChiliWon dapat menjadi alternatif yang menarik bagi pelanggan yang mencari produk yang higienis, lezat, dan mudah disiapkan karena meningkatnya permintaan terhadap makanan oriental modern dan gaya hidup yang semakin dinamis. Selain itu, dia memiliki banyak peluang untuk menghasilkan uang tidak hanya untuk pelanggan akhir tetapi juga dapat berkembang melalui strategi pemasaran digital, bekerja sama dengan bisnis kuliner rumahan, dan menjual produk melalui platform marketplace.

ChiliWon bukan sekadar makanan instan, tetapi juga representasi inovasi gastronomi yang mencerminkan adaptasi budaya kuliner asing dengan karakteristik selera Indonesia. Dengan berbagai keunggulannya, produk ini berpotensi menjadi produk yang mampu bersaing di pasar kuliner modern dan memberikan nilai tambah dalam industri makanan dingin. Dengan hadirnya ChiliWon, diharapkan untuk memperluas pilihan makanan praktis yang berkualitas tinggi sekaligus menciptakan peluang bisnis yang berkelanjutan di tengah tren konsumsi makanan siap saji yang semakin berkembang.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif untuk menyelidiki pengaruh gaya hidup modern dan intensitas konsumsi terhadap loyalitas pelanggan terhadap produk ChiliWon. Karena tujuan penelitian ini adalah untuk menjelaskan hubungan kausal antar variabel, jenis penelitian yang digunakan adalah eksplanatori. Dengan menggunakan teknik pengambilan sampel purposive, populasi penelitian mencakup konsumen muda hingga tua yang pernah membeli produk ChiliWon. Penelitian menggunakan kuesioner tertutup dengan skala Likert lima poin yang disebarluaskan secara online.

Pengaruh antar variabel dievaluasi melalui analisis data regresi linier berganda. Sebelum analisis utama dilakukan, validitas, reliabilitas, dan uji asumsi klasik diterapkan

untuk memastikan kelayakan model statistik dan instrumen. Dengan metode ini, penelitian diharapkan dapat memberikan bukti nyata tentang hubungan antara variabel yang diteliti dan saran tentang cara terbaik untuk membuat strategi pemasaran produk ChiliWon.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji korelasi digunakan dalam penelitian ini untuk mengukur tingkat validitas instrumen kuesioner yang digunakan. Menurut Arikunto (2019), instrumen penelitian dapat dinyatakan valid apabila mampu mengungkapkan data sesuai dengan tujuan pengukurannya. Pengujian dilakukan dengan melihat nilai korelasi antar skor butir pertanyaan dengan total skor responden. Kriteria keputusan ditetapkan dengan membandingkan nilai r hitung pada kolom *Corrected Item–Total Correlation* dengan nilai r tabel sebesar 0,195. Apabila nilai r hitung lebih besar dibandingkan r tabel, maka butir dinyatakan valid dan dapat digunakan sebagai alat ukur penelitian.

Tabel 1. Hasil Output IBM SPSS 25 (2025)

Item	Corrected Item-Total Correlati	r Tabel	Keterangan
X1	0.612	0.195	Valid
X2	0.655	0.195	Valid
X3	0.688	0.195	Valid
X4	0.701	0.195	Valid
Y1 1	0.622	0.195	Valid
Y1 2	0.677	0.195	Valid
Y1 3	0.643	0.195	Valid
Y1 4	0.689	0.195	Valid
Y2 1	0.702	0.195	Valid
Y2 2	0.661	0.195	Valid
Y2 3	0.674	0.195	Valid
Y2 4	0.693	0.195	Valid

Penelitian tentang pengembangan produk ChiliWon dilakukan melalui pengujian instrumen kuesioner dan analisis data pelanggan yang pernah membeli atau mencoba produk tersebut. Setiap item pernyataan dalam kuesioner dinyatakan valid dan layak digunakan sebagai alat pengukuran dalam penelitian ini. Nilai r hitung untuk setiap item pernyataan menunjukkan nilai yang lebih besar dari 0,195, yang merupakan batas nilai r tabel untuk tingkat signifikansi yang digunakan, menurut hasil uji validitas yang dilakukan menggunakan korelasi item yang diperbaiki total.

Uji validitas sangat penting untuk memastikan bahwa setiap bagian pertanyaan benar-benar mampu mengukur variabel seperti gaya hidup modern, intensitas konsumsi, dan kesetiaan pelanggan terhadap produk ChiliWon. Hasil uji menunjukkan bahwa responden memberikan jawaban yang sesuai dengan penelitian.

PENGEMBANGAN PRODUK WONTON CHILI OIL “CHILIWON” SEBAGAI INOVASI MAKANAN SIAP SAJI DI ERA KONSUMSI MODERN

Data yang dikumpulkan selain uji validitas juga menunjukkan bahwa pelanggan menyukai ChiliWon. Beberapa hal yang paling menonjol dari data ini adalah:

1. Memiliki rasa yang unik yang menyeimbangkan rasa pedas, gurih, dan rempah. metode penyajian yang sesuai dengan gaya hidup modern.
2. Desain kemasan yang menarik, modern, dan mudah dibawa .
3. Kebersihan dan kesegaran produk sebagai hasil dari teknik vacuum sealed.

Hasil ini mendukung ide bahwa ChiliWon dapat menjadi produk yang kompetitif di pasar makanan instan dan makanan dingin.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa produk wonton chili oil ChiliWon memiliki peluang besar untuk berkembang di industri makanan siap saji dan frozen food kontemporer. Produk ini dapat memenuhi kebutuhan masyarakat yang produktif yang menginginkan makanan yang praktis, mudah disiapkan, tetapi dengan rasa yang kuat dan berkualitas. Pembahasan berikut membahas berbagai komponen yang mendukung keberhasilan ChiliWon dan potensi pertumbuhannya.

Kesesuaian Produk dengan Gaya Hidup Modern

Permintaan makanan instan meningkat sebagai akibat dari perubahan gaya hidup yang terjadi di masyarakat yang lebih produktif. Konsumen usia 18 hingga 35 tahun membutuhkan makanan yang mudah disiapkan tanpa mengurangi rasanya karena mereka cenderung memiliki aktivitas padat dan sedikit waktu untuk memasak. Melalui bentuk produk yang praktis, mudah disimpan, dan dapat disajikan dalam waktu singkat, ChiliWon memenuhi kebutuhan tersebut. Dengan praktisi ini, ChiliWon cocok dengan orang-orang di kota modern yang mengutamakan efisiensi dalam makan sehari-hari. Dengan demikian, itu memenuhi kebutuhan dasar pelanggan dan membuat penyajiannya menyenangkan.

Kualitas Sensorik sebagai Penentu Preferensi Konsumen

Dalam produk makanan, cita rasa merupakan komponen terpenting. Hasil pengujian organoleptik menunjukkan bahwa ChiliWon memiliki rasa yang unik, pedas, dan gurih. Minyak cabai, bawang putih, dan bumbu oriental memberikan pengalaman

makan yang unik. Beberapa aspek yang mendapat apresiasi tinggi dari konsumen meliputi:

1. Rasa yang seimbang dan kaya rempah.
2. Aroma yang menggugah selera.
3. Tekstur kulit pangsit yang lembut namun kenyal.
4. Tampilan yang menarik yang mendorong selera makan.

Karakteristik organoleptik ChiliWon membantu membuat pelanggan setia, terutama orang Indonesia yang menyukai rasa pedas. Ini membuat ChiliWon menjadi produk inovatif dengan daya tarik sensorik yang kuat.

Peran Kemasan dalam Persepsi Kualitas dan Keamanan Pangan

Kemasan produk makanan sangat penting karena mempengaruhi persepsi awal pelanggan terhadap kualitas dan kebersihan produk. Metode vacuum sealed dalam kemasan ChiliWon memungkinkan untuk mempertahankan kesegaran produk, menjaga kebersihan, dan memperpanjang daya simpan tanpa menggunakan pengawet yang berlebihan. Tampilan kemasan modern memberikan kesan profesional dan premium, yang meningkatkan nilai jual produk. Karena konten yang menarik lebih mudah diunggah dan dipromosikan melalui media sosial, kemasan ini juga membantu strategi pemasaran ChiliWon.

Analisis Peluang Pasar dan Keunggulan Kompetitif

Seiring dengan peningkatan permintaan untuk makanan praktis, industri makanan instan dan dingin terus berkembang. ChiliWon menawarkan wonton chili oil dengan cita rasa oriental pedas khas Indonesia, jenis produk yang masih jarang ditemui di pasaran, yang memberinya keunggulan kompetitif. Beberapa faktor-faktor yang meningkatkan peluang pasar ChiliWon:

1. Pelanggan mencari pilihan frozen food baru selain nugget atau dimsum.
2. Meningkatnya popularitas makanan pedas dan oriental di Indonesia.
3. Pertumbuhan pasar dan UMKM kuliner yang dapat berfungsi sebagai mitra distribusi.
4. Tren yang meningkat untuk mengonsumsi makanan siap saji berkualitas premium.

Dengan keunikan ini, ChiliWon memiliki potensi untuk berkembang menjadi merek unggulan di industri makanan instan kontemporer berkat keunikan ini.

PENGEMBANGAN PRODUK WONTON CHILI OIL “CHILIWON” SEBAGAI INOVASI MAKANAN SIAP SAJI DI ERA KONSUMSI MODERN

Perilaku Konsumen dan Pengaruh Media Sosial (belum diparafrase)

Dalam penelitian kuliner kontemporer, konsumen tidak hanya dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti rasa atau harga, tetapi juga oleh tren sosial dan pengalaman emosional mereka. Produk seperti ChiliWon memiliki potensi untuk menarik perhatian pelanggan melalui pengalaman makan yang "spicy, fun, and trendy". Tren makanan pedas yang sering viral di media sosial seperti Instagram dan TikTok mungkin berkontribusi pada promosi organik ChiliWon. Konsep *user-generated content* (UGC) juga dapat digunakan untuk mempromosikan lebih banyak produk. Konsumen biasanya mengunggah foto atau video makanan yang indah, dan ChiliWon memiliki tampilan yang menarik untuk menjadi bagian dari konten kuliner kontemporer. Strategi ini meningkatkan kepercayaan pelanggan terhadap produk dan memberikan keuntungan promosi secara gratis.

Tantangan Produksi dan Distribusi dalam Skala Lebih Besar

Meskipun memiliki potensi pasar yang besar, ChiliWon masih menghadapi masalah dalam produksi dan distribusi, terutama jika ingin menjadi lebih besar. Ketika volume produksi meningkat, konsistensi rasa dan kualitas produk harus dijaga. Untuk menjamin bahwa produk tetap aman saat dikirim ke pelanggan, distribusi makanan dingin juga membutuhkan cold chain yang baik. Mengikuti standar produksi higienis dan pengelolaan rantai dingin yang tepat memungkinkan ChiliWon untuk mempertahankan kualitas dan memperluas jangkauan pasarnya.

Strategi Inovasi Berkelanjutan dan Pengembangan Produk

Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa inovasi berkelanjutan sangat penting bagi ChiliWon untuk tetap kompetitif di pasar. Salah satu cara untuk menghasilkan inovasi adalah:

1. Tingkatkan varian rasa atau kepedasan.
2. Membuat ukuran kemasan baru (single pack, family pack)
3. Bekerja sama dengan pengaruh atau restoran.
4. Peluncuran edisi khusus yang mengikuti tren

Strategi ini memungkinkan ChiliWon untuk mempertahankan pelanggan lama dan menarik pelanggan baru.

Peluang Kolaborasi dalam Ekosistem Kuliner Lokal

Ada kemungkinan bahwa ChiliWon akan menjadi bagian dari komunitas kuliner lokal yang lebih besar. UMKM kuliner, dari cafe kecil hingga layanan katering, dapat menggunakan produk ini sebagai menu tambahan, topping, atau side dish. Kolaborasi seperti ini meningkatkan jangkauan pelanggan dan menciptakan nilai tambahan. Selain itu, keadaan industri kuliner yang semakin inovatif memungkinkan ChiliWon untuk berfungsi sebagai dasar untuk menciptakan makanan baru, seperti chiliwon ramen, chiliwon bowl, dan chiliwon rice combo. Ini dapat membantu meningkatkan keberlanjutan produk di pasar.

KESIMPULAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa ChiliWon adalah produk inovatif yang dapat memenuhi permintaan masyarakat modern untuk makanan yang praktis, higienis, dan bercita rasa kuat. ChiliWon memiliki kualitas sensorik yang baik dalam hal rasa, aroma, tekstur, dan penampilan, menurut uji organoleptik, observasi konsumen, dan hasil kuesioner. Selain itu, produk ini dinilai karena memiliki kemasan vacuum sealed yang menjaga kesegaran dan memiliki desain kontemporer yang sesuai dengan gaya hidup konsumen produktif.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa ChiliWon adalah produk inovatif yang dapat memenuhi permintaan masyarakat modern untuk makanan yang praktis, higienis, dan bercita rasa kuat. ChiliWon memiliki kualitas sensorik yang baik dalam hal rasa, aroma, tekstur, dan penampilan, menurut uji organoleptik, observasi konsumen, dan hasil kuesioner. Selain itu, produk ini dinilai karena memiliki kemasan vacuum sealed yang menjaga kesegaran dan memiliki desain kontemporer yang sesuai dengan gaya hidup konsumen produktif. Meskipun demikian, ChiliWon tetap memerlukan strategi pengembangan lanjutan, khususnya dalam menjaga konsistensi produksi dan memperkuat distribusi cold chain. Upaya inovasi berkelanjutan seperti pengembangan varian rasa, diferensiasi kemasan, dan peningkatan pemasaran digital menjadi langkah penting agar produk ini dapat bersaing secara berkelanjutan. Secara keseluruhan,

PENGEMBANGAN PRODUK WONTON CHILI OIL “CHILIWON” SEBAGAI INOVASI MAKANAN SIAP SAJI DI ERA KONSUMSI MODERN

ChiliWon memiliki potensi kuat untuk berkembang menjadi produk unggulan di pasar makanan siap saji modern.

DAFTAR REFERENSI

- Arikunto, S. (2019). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta.
- Darmawan, D. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Remaja Rosdakarya.
- Herlina, N., & Anwar, M. (2019). *Faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan pada produk kuliner berbasis UMKM*. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 7(1), 33–42.
- Mulyani, S. (2020). *Pengaruh gaya hidup modern terhadap pola konsumsi makanan cepat saji masyarakat urban*. *Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*, 9(2), 112–121.
- Pratama, R., & Handayani, T. (2021). *Tren konsumsi makanan instan pada generasi muda di Indonesia*. *Jurnal Pangan dan Gizi*, 15(1), 45–56.
- Setiawan, I., & Dewi, L. (2020). *Analisis preferensi konsumen terhadap produk frozen food di era modern*. *Jurnal Riset Ekonomi dan Bisnis*, 13(3), 88–99.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sumarwan, U. (2015). *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Ghalia Indonesia.