

## PENGENALAN KULINER KHAS JEPANG BERUPA TAKOYAKI PADA MASYARAKAT DI DESA LAWANG, JURUK, MOJOSONGO, BOYOLALI

Azis Fajar Saputro<sup>1</sup>, Rizal Fakihan<sup>2</sup>, Redika Fajar Cahyono<sup>3</sup>, Ardi Febriawan<sup>4</sup>, Unna Ria Safitri<sup>5</sup>

<sup>1,2,3,4,5</sup>Fakultas Ekonomika Dan Bisnis Program Studi Manajemen Universitas Boyolali  
Email : Azisfajar243@gmail.com, rizalfakihan1224@gmail.com, redikacahyono@gmail.com, ardifebri863@gmail.com, unnaria68@gmail.com

### ABSTRACT

*Food is the most important basic element in human life, therefore food functions as a driver of the growth system and as a substitute for energy sources for daily activities. Food as the main source for humans that can be found anywhere and anytime, "The definition of food according to WHO (World Health Organization) is all substances needed by the body, except water and medicines and substances used for treatment." One of the food ingredients that is also needed for body health is flour, because it contains protein and fiber. However, consuming types of flour excessively is also not good for body health. Types of food processing made from flour can also be found in many roadside stalls, such as Takoyaki. Takoyaki is a typical Japanese snack that is very popular in Indonesia, this snack is usually sold on the side of the road to around schools. Some people may be familiar with this food with its round shape like a ball, this food is made from flour baked using a mold and filled with shredded chicken, sausage, and cheese.*

**Keywords:** *Food, Flour, and Takoyaki*

### ABSTRAK

Makanan merupakan unsur pokok paling penting dalam kehidupan manusia oleh karena itu makanan mempunyai fungsi sebagai pendorong sistem pertumbuhan serta sebagai pengganti sumber energi untuk beraktivitas sehari-hari. Makanan sebagai sumber utama bagi manusia yang bisa ditemukan dimana saja dan kapanpun, "Adapun pengertian makanan menurut WHO (World Health Organization) yaitu semua substansi yang diperlukan tubuh, kecuali air dan obat-obatan dan substansi-substansi yang dipergunakan untuk pengobatan." Salah satu bahan pangan yang juga diperlukan bagi kesehatan tubuh antara lain yaitu seperti tepung-tepungan, karena mengandung protein dan serat. Namun jika mengkonsumsi jenis-jenis tepung secara berlebihan juga tidak baik untuk kesehatan tubuh. Jenis pengolahan pangan yang berbahan dasar dari tepung juga bisa banyak dijumpai di kedai-kedai pinggir jalan, seperti Takoyaki. Takoyaki merupakan jajanan khas Jepang yang sangat populer di Indonesia, jajanan ini biasanya dijual di pinggir jalan hingga di sekitar sekolah-sekolahan. Sebagian masyarakat mungkin tidak asing dengan makanan ini dengan bentuknya bulat seperti bola, makanan ini terbuat dari tepung dipanggang menggunakan cetakan dan diberikan isian berupa ayam suir, sosis, dan keju.

**Kata kunci:** Makanan, Tepung, dan Takoyaki.

## PENDAHULUAN

Jajanan khas dari Jepang ini yang biasa disebut dengan Takoyaki merupakan makanan berbahan dasarnya dari tepung, dengan cara pembuatannya melalui proses pemanggangan lalu dibolak-balik sehingga mencapai tingkat kematangan yang sempurna, dengan cara dipanggang seperti ini menggunakan cetakan yang berlubang banyak dan berbentuk setengah bulatan (Maulidar dkk., 2024). Penggunaan tepung terigu pada pengolahan makanan tidak semua bisa digantikan dengan bahan lainnya, karena tepung terigu mempunyai karakter pengikat pada gluten nya yang tidak ada pada kandungan bahan pangan lain (Maulidar dkk., 2024). Meskipun berasal dari Jepang jajanan ini sudah sangat populer di Indonesia dan sangat digemari dari berbagai kalangan, jajanan ini sangat populer di Indonesia akan tetapi di Jepang Takoyaki biasanya dihidangkan bersama dengan nasi akan tetapi pada era modern saat ini Takoyaki justru dikonsumsi oleh konsumen sebagai pengganti nasi, karena kandungan protein yang cukup tinggi dibandingkan dengan nasi (Utami dkk., 2024).

Di Indonesia Takoyaki ini biasanya diberi isian seperti sosis, keju, dan ayam suir, serta disajikan dengan topping mayones, saus tomat, dan saus pedas. Isian yang bisa digunakan tidak hanya itu saja melainkan bisa diberi isian seperti seafood, akan tetapi untuk meminimalkan modal yang digunakan bisa diberi isian sesuai dengan modal dan bahan yang relatif mudah untuk kita dapatkan (4.pdf, t.t.). Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui sistem penjualan yang kami lakukan apakah terjadi laba maupun rugi yang kami alami, selain itu juga bisa mengetahui apa yang disukai oleh konsumen terhadap jajanan khas Jepang ini. Secara umum tingkat konsumsi dari segi usia yang ada di Indonesia itu berbeda-beda, bagi kelompok muda-mudi biasanya cenderung memilih makanan yang cepat saji sedangkan bagi orang yang lebih tua biasanya lebih memilih makanan yang lebih bergizi dibandingkan dengan cepat saji. Oleh karena itu seorang konsumen memiliki hak untuk memilih produk yang diinginkan yang dipasarkan oleh pengusaha-pengusaha (Jasmadeti & Nadidah, 2024).

Setiap pengusaha pasti melakukan bisnisnya dengan mempunyai tujuan untuk memperoleh keuntungan secara maksimal, oleh karena itu seorang pengusaha bisa memenuhi kebutuhan konsumen, serta bisa menciptakan peluang lapangan pekerjaan bagi masyarakat yang membutuhkan (Yolanda, 2024). Karena dimana banyaknya pengusaha industri yang bermunculan dimana-mana sehingga menyebabkan persaingan antar pengusaha semakin meningkat, para pengusaha mulai menciptakan inovasi dari ide kreatif masing-masing. Salah satunya dengan menciptakan produk yang menarik daya beli para konsumen, serta memberikan kualitas yang terjamin dan biaya yang cukup efektif dan efisien (7.pdf, t.t.). Persaingan bisnis seperti ini tidak hanya terjadi pada perusahaan besar saja, akan tetapi pada skala UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah). UMKM merupakan salah satu usaha untuk mengurangi tingkat pengangguran walaupun tidak secara keseluruhan (Azizah dkk., t.t.). Maka seorang pengusaha UMKM hingga saat ini masih melakukan persaingan antar bisnis supaya menjadi usaha ternama di lingkungan pemasaran, dengan bertujuan untuk meningkatkan keuntungan dan menjadikan usaha sampingan menjadi peluang usaha bagi masyarakat. Usaha Mikro Kecil Menengah dapat mengendalikan modal dengan nominal kecil tetapi memiliki profit yang besar (Sakasiswara dkk., 2024).

Namun UMKM pada saat ini sedang mengalami berbagai hambatan dari segi internal dan eksternal yang memiliki resiko dalam pertumbuhan dan perkembangannya, UMKM merupakan sebuah ujung tombak dalam era pembangunan ekonomi karena mempunyai kemampuan dalam menyerap suatu tenaga kerja yang dapat menunjukkan hasil dari sebuah usaha terhadap pengembangan suatu produk (Fitriyatus Sholichah & Mardikaningsih, 2024). Pengembangan ekonomi adalah suatu upaya untuk meningkatkan kesejahteraan di lingkungan masyarakat guna memenuhi kehidupan masyarakat (11.pdf, t.t.). Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro Kecil Menengah bahwasanya Usaha Mikro adalah usaha produktif yang dimiliki

oleh seseorang atau badan usaha perorangan yang sudah memenuhi kriteria dalam suatu Usaha Mikro sebagaimana telah diatur dengan Undang-Undang ini (Piliang, 2024). Undang-Undang ini memiliki peraturan kerja yang jelas sehingga dapat memberi gambaran tentang UMKM dengan berdasarkan status kepemilikan (Bakrie dkk., 2024). Berdasarkan Badan Pusat Statistik mendefinisikan dengan jelas bahwa UMKM dengan berbagai jumlah tenaga kerja antara lain, usaha kecil dengan jumlah tenaga kerja hanya berkisar antara 4 hingga 19 orang sedangkan usaha menengah biasanya memiliki tenaga kerja sebanyak 20 hingga 100 orang. Definisi ini menjelaskan bahwa UMKM bisa diukur dari segi jumlah ketenaga kerjanya (Wati dkk., 2024). Kemampuan dari suatu UMKM dalam menarik jumlah tenaga kerja bisa mencapai 97% dari keseluruhan tenaga kerja nasional (Naysilla Chairani dkk., 2025).

## METODE

Pada pelaksanaan pengenalan produk Takoyaki ini dimulai pada pertengahan bulan Mei 2025, proses pengenalan yang kami laksanakan ini berada di Jl. Sonolayu-Ngangkruk, Lawang, Karangnongko, Kec. Mojosongo, Kabupaten Boyolali. Ada 2 tahapan pengenalan yang kami lakukan sebagai berikut;

1. Pada pelaksanaan ini kami menggunakan metode mengenalkan langsung tentang makanan khas Jepang ini, terkait dengan apa saja bahan dan alat yang dibutuhkan selama proses pembuatan. Kami juga membuat perkiraan dana yang bisa dibuat menjadi patokan modal awal dengan bertujuan sebagai peluang UMKM jika diperlukan suatu saat nanti.
2. Selanjutnya kami memberikan langkah-langkah proses pembuatan takoyaki.



Gambar 1. Sosialisasi UMKM Desa Lawang.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### 1.1 Alat dan Bahan Yang Diperlukan

Berdasarkan pengamatan dan pencatatan kami selama proses produksi takoyaki, modal yang dibutuhkan untuk memulai sebuah usaha meliputi pembelian alat, bahan baku, serta perlengkapan promosi. Berikut adalah rincian modal awal:

	Nama barang	Jumlah	Harga
1	kompur	1	Rp 240,000.00
2	Cetakan takoyaki	2	Rp 220,000.00
3	Toples besar	1	Rp 16,000.00
4	Toples kecil	4	Rp 12,000.00
5	Sendok teh	2	Rp 4,000.00
6	Penghalah api	2	Rp 19,000.00
7	Saringan	1	Rp 15,000.00
8	Botol saus	3	Rp 33,000.00
9	Botol adonan	2	Rp 27,000.00
10	Pisau	1	Rp 8,000.00
11	Telenan	1	Rp 14,000.00
12	Centong sayur	1	Rp 6,000.00
	Total		Rp 614,000.00



Gambar 2. Tanya Jawab Tentang Kuliner Khas Jepang Berupa Takoyaki.

## 2.1 Langkah-Langkah Proses Pembuatan Takoyaki

### 1. Pembuatan Adonan

- Campurkan tepung terigu, telur, kaldu, dan air dalam jumlah yang tepat untuk menghasilkan adonan yang cukup cair dan lembut. Adonan ini adalah dasar dari takoyaki.
- Aduk hingga semua bahan tercampur rata dan menghasilkan adonan yang cair namun tidak terlalu encer
- Pastikan tidak ada gumpalan tepung, agar takoyaki matang merata dan lembut didalam.



## 2. Pemanasan Panci Takoyaki

- Gunakan panci khusus takoyaki yang memiliki lubang-lubang kecil untuk membentuk bola-bola takoyaki. Pemanasan panci dilakukan dengan api sedang hingga panas merata.
- Panaskan panci dengan api sedang selama beberapa menit, pastikan seluruh permukaan panas merata.



## 3. Pencetakan Takoyaki

- Oleskan sedikit minyak pada setiap lubang di panci takoyaki untuk mencegah takoyaki menempel.
- Tuang adonan ke dalam setiap lubang, kemudian masukkan potongan gurita atau isian pilihan di atas adonan.
- Tambahkan sedikit lagi adonan untuk menutupi isian.



## 4. Memasak Takoyaki

- Masak takoyaki selama beberapa menit, hingga bagian luar mulai mengeras dan berwarna keemasan.
- Gunakan tusuk bambu atau alat takoyaki khusus untuk membolak balik bola bola adonan secara hati hati, proses pembalikan dilakukan beberapa kali sambil memutar agar seluruh permukaan matang merata dan membentuk bola sempurna.



## 5. Penyajian

- Setelah matang, angkat takoyaki dari panci dan letakkan di piring atau wadah saji.
- Tambahkan topping seperti saus takoyaki, mayones, bonito flakes, dan taburan nori sesuai selera.



## 6. Pengemasan

- Untuk bisnis yang melayani pengiriman atau take-away, takoyaki dapat dikemas dalam kotak atau wadah styrofoam dan dilapisi menggunakan kertas minyak agar wadah styrofoam tidak meleleh dan agar tetap hangat dan aman sampai ke konsumen.



## 7. Pemasaran dan Penjualan

- Setelah takoyaki siap, langkah berikutnya adalah memasarkan dan menjualnya melalui secara langsung kepada konsumen.

### 3.1 Strategi Pemasaran

Dalam proses pemasaran yang kami sarankan pada masyarakat menggunakan 2 metode pemasaran secara offline dan online. Pemasaran secara online kami menggunakan mediasosial seperti WhatsApp dan Instagram, dengan memposting foto produk yang menarik agar memberikan nilai estetika produk yang baik, selain itu kami juga memberikan promosi seperti bonus topping dan potongan harga, dan nantinya juga akan diberikan pelayanan yang cukup baik kepada pelanggan. Yang kedua pemasaran secara offline kami lakukan dengan menyewa gerobak dan menjualnya secara langsung kepada konsumen, strategi ini bertujuan untuk menjangkau pembeli secara langsung dan meningkatkan interaksi kepada konsumen. Dengan penjualan secara langsung kami dapat menjelaskan produk yang kami tawarkan dan menawarkan berbagai pilihan isian serta topping takoyaki. Selain itu kami juga bisa melihat langsung respons dan kepuasan pelanggan terhadap produk yang kami tawarkan.

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, usaha pembuatan takoyaki memiliki potensi yang baik dengan modal relatif kecil dan keuntungan yang cukup besar. Proses produksi yang sederhana, bahan mudah didapat, serta strategi pemasaran yang tepat menjadi kunci keberhasilan dalam usaha ini. Kegiatan kewirausahaan ini juga mendukung pengembangan keterampilan berwirausaha mahasiswa. Proses pembuatan produk olahan makanan berupa takoyaki, dapat disimpulkan beberapa hal penting sebagai berikut:

### 1. Modal Usaha:

Modal awal yang dibutuhkan untuk memulai usaha takoyaki tergolong terjangkau dan dapat disesuaikan dengan skala usaha. Modal digunakan untuk pembelian bahan baku utama (tepung, telur, gurita atau pengganti seperti sosis), perlengkapan masak (cetakan takoyaki, kompor, spatula), serta peralatan pendukung (kemasan, banner, dll).

### 2. Proses Pembuatan:

Pembuatan takoyaki melibatkan proses pencampuran adonan, pemanggangan dalam cetakan khusus, pengisian bahan isi, pembalikan secara berkala, dan penyajian dengan topping seperti saus, mayones, dan katsuobushi. Proses ini relatif mudah dipelajari dan dapat dilakukan dengan efisien jika dikelola dengan baik.

### 3. Pemasaran Produk:

Strategi pemasaran dilakukan secara langsung (jualan di depan rumah, stand kaki lima, atau bazar) maupun secara digital melalui media sosial seperti Instagram, WhatsApp, dan TikTok. Promosi yang menarik serta pelayanan yang ramah menjadi kunci dalam menarik minat pelanggan.

Secara keseluruhan, usaha pembuatan takoyaki merupakan peluang bisnis kuliner yang menjanjikan, terutama jika dijalankan dengan perencanaan modal yang tepat, proses produksi yang konsisten, pemasaran yang kreatif, serta pengelolaan keuangan yang transparan.

### DAFTAR PUSTAKA

- Azizah, W., Ani, S. M., & Mandagie, Y. R. O. (t.t.). *APLIKASI LAMIKRO : PENINGKATAN KETERAMPILAN PENCATATAN KEUANGAN UMKM*.
- Bakrie, R. R., Atikah Suri, S., Nabila, Sahara, A., H Pratama, V., & Firmansyah. (2024). Pengaruh Kreativitas UMKM Serta Kontribusinya Di Era Digitalisasi Terhadap Perekonomian Indonesia. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 16(2), 82–88. <https://doi.org/10.55049/jeb.v16i2.308>
- Fitriyatus Sholichah, L., & Mardikaningsih, R. (2024). ANALISIS PENGARUH PROMOSI DIGITAL, CITRA MEREK, DAN KEBERAGAMAN PRODUK TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA PRODUK SANDAL DAN SEPATU DI KEPUH KIRIMAN WARU. *INVESTI: Jurnal Investasi Islam*, 5(1), 617–636. <https://doi.org/10.32806/ivi.v5i1.196>
- Jasmadeti, J., & Nadidah, N. (2024). Pendampingan Perhitungan Harga Pokok Produksi Dan Penentuan Harga Jual Produk Umkm Nisda Cemilan Pangan Lokal. *Jurnal Abdimas Dedikasi Kesatuan*, 5(1), 43–56. <https://doi.org/10.37641/jadkes.v5i1.2443>
- Maulidar, M., Nahya Fadillah, Aprillia, R., Dian, N., Ilhamsyah, I., & Rizal, T. A. (2024). Mengembangkan Kreativitas Masyarakat dalam Inovasi Produk UMKM Melalui Pelatihan Pembuatan Takoyaki sebagai Upaya Peningkatan Ekonomi Masyarakat di Desa Mata Ie Kecamatan Blangpidie Kabupaten Aceh Barat Daya. *Journal Of Human And Education (JAHE)*, 4(6), 155–160. <https://doi.org/10.31004/jh.v4i6.1757>
- Naysilla Chairani, Nisrina Zasmin, Rahman Raisuli, & Akhmad Rasyid Rosidi. (2025). Peran Sektor UMKM dalam Menekan Inflasi dan Menyerap Tenaga Kerja di Surabaya. *Sammajiva: Jurnal Penelitian Bisnis dan Manajemen*, 3(1), 57–66. <https://doi.org/10.47861/sammajiva.v3i1.1651>
- Piliang, L. H. (2024). *UMKM PENGGERAK RODA PEREKONOMIAN NASIONAL*. 8(1).
- Sakasiswara, D. L., Widajati, E., & Sulistyowati, E. (2024). Hubungan Kebiasaan Konsumsi Fast Food, Densitas Energi, Zat Gizi Makro dan Mikro Dengan Status Gizi Pada Remaja SMAN 1 Tanjunganom. *NUTRITURE JOURNAL*, 3(1), 1. <https://doi.org/10.31290/nj.v3i1.4058>
- Utami, I. T., Roeswidiah, R., Irawati, R., Pradipta, A. P., Khalid, Z., & Sartana, B. T. (2024). Program Volunteer: Pelatihan Membuat Takoyaki, Paper Doll, Furin dan Shadoo Bagi Siswa-Siswi Tingkat Sekolah Menengah Atas. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bangsa*, 2(9), 3746–3751. <https://doi.org/10.59837/jpmba.v2i9.1552>
- Wati, D. L., Septianingsih, V., Khoeruddin, W., & Al, Z. Q. (2024). *Peranan UMKM (Usaha Mikro, Kecil dan Menengah) dalam Meningkatkan Perekonomian Indonesia*. 3(1).

# KRIDA CENDEKIA

VOL 3 NO 4 APRIL - JULI 2025

E-ISSN 2797 006X

Yolanda, C. (2024). Peran Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM) Dalam Pengembangan Ekonomi Indonesia. *JURNAL MANAJEMEN DAN BISNIS*, 2(3), 170–186.  
<https://doi.org/10.36490/jmdb.v2i3.1147>