



KEGIATAN WIRAUUSAHA 34 KULINER KHAS INDONESIA MAHASISWA PENDIDIKAN AKUNTANSI UNIVERSITAS PGRI PALEMBANG

Nova Pratiwi, Chandra Kurniawan

Universitas PGRI Palembang. e-mail : vhapратиwi@gmail.com

naskah diterima : 15/04/2020, direvisi : 25/04/2020, disetujui : 27/04/2020

Abstract

This study examines entrepreneurial activities among university students, aligned with the need to prepare students in solving contemporary work and environmental development. This study aims to explore the entrepreneurial activities of 34 Indonesian culinary university students of Accounting Education at University of PGRI Palembang in the fourth semester of the academic year 2018/2019. This research is a qualitative study using interview and observation techniques. The result shown 4 themes discussed; they were small business management, buyer response, opportunities and challenges for business development. These four themes are useful for understanding how to start a business with small capital, especially among university students optimally.

Keywords: *Entrepreneur, Indonesian Cullinary*

Abstrak

Studi ini mengkaji tentang kegiatan wirausaha dikalangan mahasiswa, selaras dengan kebutuhan mempersiapkan mahasiswa untuk mengatasi pekerjaan kontemporer dan perkembangan lingkungan hidup. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi kegiatan wirausaha 34 kuliner khas Indonesia mahasiswa Pendidikan Akuntansi Universitas PGRI Palembang semester IV Tahun akademik 2018/2019. Penelitian ini merupakan studi kualitatif dengan teknik pengumpulan data wawancara dan observasi. Hasil analisis memunculkan empat tema yang dibahas di sini; manajemen usaha kecil, respon pembeli, peluang dan tantangan pengembangan usaha. Keempat tema tersebut sangat berguna untuk memahami cara optimal memulai usaha dengan modal kecil, terutama dikalangan mahasiswa.

Kata-kata Kunci: Wirausaha, Kuliner Khas Indonesia

PENDAHULUAN

Arus globalisasi memberi dampak besar bagi Negara berkembang, tidak dipukiri saat ini Indonesia menghadapi masalah keterbatasan kesempatan kerja bagi para lulusan perguruan tinggi dengan semakin meningkatnya jumlah pengangguran intelektual. Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik Tahun 2018 tentang pengangguran terbuka menurut pendidikan tertinggi yang ditamatkan menunjukkan angka pengangguran pada usia angkatan kerja yang memiliki gelar akademi akademi/diploma dan lulusan Universitas mencapai 14 % dari jumlah total dan mengalami peningkatan 2 % dari Tahun 2017 (BPS, 2018).

Kondisi yang dihadapi semakin diperburuk dengan situasi persaingan global (seperti adanya pemberlakuan Masyarakat Ekonomi ASEAN atau yang lebih dikenal dengan sebutan MEA, yang menyandingkan lulusan perguruan tinggi Indonesia dengan tenaga kerja asing

bersaing secara bebas dalam kompetisi kesempatan kerja. Disamping maraknya kedatangan tenaga kerja asing secara legal ke Indonesia, kompetisi di dunia kerja diperketat dengan hadirnya Revolusi Industri 4.0, kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi sebagai pemicu terjadinya revolusi industri diikuti dengan implikasi kompetisi manusia vs mesin, dan tuntutan kompetensi yang semakin tinggi (Rosyadi, 2018). Oleh sebab itu, sarjana lulusan perguruan tinggi perlu diarahkan dan difasilitasi untuk tidak hanya berorientasi sebagai pencari kerja (*job seeker*) namun memiliki kompetensi dan siap menjadi pencipta pekerjaan (*job creator*).

Sebagai salah satu wujud tanggungjawab dan dukungan terhadap pembangunan ekonomi Negara, mata kuliah kewirausahaan sudah dimasukkan dalam kurikulum paling sedikit dua SKS, wajib ditempuh oleh mahasiswa hampir di semua Universitas di Indonesia. Sama halnya dengan Universitas PGRI Palembang, pendidikan kewirausahaan dimasukkan pada kurikulum tiap program studi, dua sampai lima SKS kewirausahaan wajib ditempuh oleh semua mahasiswa. Mata kuliah kewirausahaan tidak hanya memberikan wawasan seputar konsep kewirausahaan kepada mahasiswa, namun bertujuan untuk membentuk sikap, perilaku, dan pola pikir seorang wirausahawan melalui praktek kegiatan usaha mahasiswa.

Pengalokasian SKS khusus yang membahas tentang kewirausahaan di Universitas bukan hanya pada tahap pengenalan konsep-konsep wirausaha, namun sampai pada tahap praktek berwirausaha dan mengembangkan usaha. Kegiatan wirausaha mahasiswa pada tiap program studi di Universitas PGRI Palembang terbilang beragam, seperti halnya pada program studi pendidikan akuntansi, kegiatan wirausaha yang dirintis mahasiswa mengusung tema kuliner khas Indonesia, kegiatan ini bertujuan untuk melatih mahasiswa dalam memulai dan mengelola usaha serta melestarikan kearifan budaya Indonesia.

Kegiatan wirausaha ini merupakan investasi masa depan mahasiswa dalam berbisnis, melalui integrasi pengalaman, keterampilan, dan pengetahuan penting untuk mengembangkan dan memperluas sebuah bisnis. Kegiatan kewirausahaan juga dapat meningkatkan minat para mahasiswa untuk memilih dunia wirausaha sebagai salah satu pilihan karir selain menjadi pegawai.

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka rumusan masalah penelitian sebagai berikut,

1. Bagaimana gambaran pelaksanaan kegiatan wirausaha 34 kuliner Indonesia mahasiswa Pendidikan Akuntansi Universitas PGRI ?
2. Bagaimana respon pembeli terhadap 34 kuliner Indonesia yang dijual ?
3. Bagaimana peluang usaha 34 kuliner khas Indonesia ?
4. Apa saja tantangan yang dihadapi mahasiswa selama kegiatan wirausaha ?

Tujuan dari penelitian ini ialah untuk mengeksplorasi kegiatan wirausaha 34 kuliner khas Indonesia mahasiswa Pendidikan Akuntansi Universitas PGRI Palembang semester IV Tahun Akademik 2018/2019, menggambarkan kegiatan wirausaha mahasiswa, untuk mengetahui respon pembeli, serta peluang pengembangan usaha dan tantangan yang dihadapi mahasiswa selama kegiatan wirausaha.

TINJAUAN PUSTAKA

1. Wirausaha

Wirausaha secara luas dikenal sebagai katalis utama pertumbuhan ekonomi suatu negara, di era globalisasi, kewirausahaan dan pengusaha telah dinyatakan sangat esensial. Suatu bangsa akan mendefinisikan kekuatan kompetitif dengan semangat kewirausahaan dan inovasi (Mat, 2015: 1016). Berbagai perhatian khusus oleh pemerintah telah diberikan kepada pengembangan wirausaha, dengan menyediakan banyak program pendanaan, strategi dan pendampingan usaha

yang disarankan melalui lembaga pemerintah pusat ataupun daerah. Dikatakan bahwa pendidikan kewirausahaan adalah cara yang efektif untuk mempromosikan dan mengembangkan minat kewirausahaan di kalangan mahasiswa (Denanyoh et al., 2015: 19) Lulusan perguruan tinggi yang telah dididik dan diarahkan untuk memiliki jiwa wirausaha tersebut diharapkan dapat menjadi wirausahawan muda terdidik yang mampu merintis usahanya sendiri. Zimmerer (Ranto, 2016 : 79) salah satu faktor pendorong pertumbuhan kewirausahaan disuatu negara terletak pada peranan universitas melalui penyelenggaraan pendidikan kewirausahaan. Pihak universitas bertanggung jawab dalam mendidik dan memberikan kemampuan wirausaha bagi para lulusannya serta memberikan motivasi untuk berani memilih berwirausaha sebagai karir.

Secara sederhana arti wirausahawan (*entrepreneur*) yang ingin ditanamkan pada diri tiap lulusan adalah menjadi seseorang yang memiliki jiwa berani dalam mengambil resiko untuk membuka suatu usaha dalam berbagai kesempatan. Memiliki jiwa yang berani mengambil resiko artinya seseorang telah memiliki mental untuk berlaku mandiri dan berani dalam memulai usaha, tanpa diliputi rasa cemas dan takut dengan kegagalan dan jatuh dalam keadaan terburuk sekali pun (Kasmir, 2016: 19). Disamping memiliki keberanian, seorang wirausahawan harus memiliki kemampuan yang kreatif dan inovatif dalam menemukan ide gagasan yang luar biasa, maka tidak heran bila dikatakan bahwa setiap pikiran dan langkah seorang wirausahawan (*entrepreneur*) merupakan sebuah bisnis, karena dalam proses pengembangan kewirausahaan melibatkan lebih dari sekedar penyelesaian masalah dalam suatu posisi manajemen. Seorang pengusaha harus menemukan, mengevaluasi, dan mengembangkan sebuah peluang dengan mengatasi kekuatan yang menghalangi terciptanya suatu yang baru. Proses ini memiliki empat tahap yang berbeda: 1) Identifikasi dan evaluasi peluang 2) Pengembangan rencana bisnis 3) Penetapan sumber daya yang dibutuhkan 4) Manajemen perusahaan yang dihasilkan (Rosmiati, 2015; 23).

2 Kuliner Khas Indonesia

Makanan tradisional merupakan wujud budaya yang berciri kedaerahan, spesifik, beraneka macam dan jenis yang mencerminkan potensi alam daerah masing-masing. Makanan tidak hanya sebagai sarana untuk pemenuhan kebutuhan gizi seseorang. Makanan juga berguna untuk mempertahankan hubungan antar manusia, simbol identitas suatu masyarakat tertentu, dan dapat pula dijual dan dipromosikan untuk menunjang pariwisata yang dapat mendukung pendapatan suatu daerah (Nurhayati, dkk. 2013; 2). Dalam pembuatan makanan tradisional peranan budaya manusia sangat penting, yaitu bentuk ketrampilan, kreativitas, sentuhan seni, tradisi dan selera. Makin tinggi budaya manusia, makin luas variasi bentuk makanan dan makin kompleks cara pembuatannya serta makin rumit liku-liku cara penyajiannya (Soekarto, dalam Eliazer, dkk. 2013; 88).

Indonesia memiliki aneka ragam masakan daerah, mulai dari sabang sampai merauke, berikut 34 masakan khas dari 34 provinsi di Indonesia, menurut Chandra (2019);

Aceh (Mie Aceh), Sumatera Selatan (Pempek), Sumatera Barat (Rendang), Nusa Tenggara Barat (Ayam bakar Taliwang), Riau (Gulai Belacan), Jawa Tengah (Lumpia), Kepulauan Riau (Otak-Otak), Banten (Sate bandeng), Nusa Tenggara Timur (Catemek Jagung), Kalimantan Barat (Bubur Pedas Sambas), Papua Timur (papeda), Sulawesi Tengah (Sup Ikan Jantung Pisang), Kalimantan Tengah (Juhu Singkah), Gorontalo (Binte Biluhuta), Jakarta (Kerak Telor), Jawa Barat (Serabi), Papua Tengah (Bagea), Kalimantan Utara (Kepiting Soka), Sulawesi Utara (Bubur Manado), Kalimantan Selatan (Soto Banjar), Yogyakarta (Nasi Gudeg), Jawa Timur (Rujak Cingur), Sulawesi Selatan (Sup Konro), Kalimantan Timur (Ayam Cicane), Maluku (Ikan Asar Cakalang), Maluku Utara (Gohu

Ikan), Sumatera Utara (Bika Ambon), Lampung (Seruit), Jambi (Gulai Ikan Patin), Bengkulu (Pendap), Bali (AYam Betutu), Bangka Belitung (Mie Bangka), Sulawesi Tenggara (Lapa-lapa) dan Papua Barat (Ikan Bakar Manokwari).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan studi kualitatif, penelitian yang berlandaskan pada filsafat postpositivisme, dilakukan untuk menggambarkan dan menginterpretasikan objek sesuai adanya tanpa membandingkan atau menghubungkan (Sugiyono, 2011:9). Variabel penelitian merupakan variabel tunggal yaitu : kegiatan wirausaha mahasiswa. Definisi variabel kegiatan wirausaha mahasiswa yang akan dikaji dalam penelitian ini ialah kegiatan usaha yang direncanakan, dijalankan dan dikembangkan oleh mahasiswa. Sampel penelitian adalah mahasiswa pendidikan akuntansi yang mengambil mata kuliah kewirausahaan Tahun Pelajaran 2018/2019 Universitas PGRI Palembang. Teknik pengumpulan data penelitian yang digunakan adalah wawancara dan observasi, wawancara digunakan untuk mengetahui tanggapan, peluang dan tantangan yang dihadapi mahasiswa selama kegiatan wirausaha 34 kuliner khas Indonesia dan serta mengetahui bagaimana respon pembeli, observasi digunakan untuk mengumpulkan informasi tentang kegiatan perencanaan, pelaksanaan dan tindak lanjut usaha. Teknik analisis data lapangan menggunakan model Miles and Huberman, melalui prosedur (1) *Data Reduction* (Reduksi Data), (2) *Data Display* (Penyajian Data) (3) *Conclusion Drawing/Verification* (Kesimpulan/verifikasi) (Sugiyono, 2011:246).

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Hasil

a. Deskripsi Kegiatan Wirausaha 34 Kuliner Khas Indonesia

Kegiatan wirausaha 34 kuliner khas Indonesia ini merupakan bagian dari rangkaian rencana pembelajaran kewirausahaan dengan bobot 2 SKS. Kegiatan wirausaha dirancang oleh tim peneliti, mulai dari pembagian kelompok, tugas-tugas, referensi masakan, biaya modal, rencana dan proses produksi, tempat pemasaran sampai tahap pelaporan. Pada tabel berikut disajikan ringkasan dari rancangan usaha, proses produksi, pemasaran, laporan keuangan kegiatan.

Tabel 1. Rancangan Usaha, Proses Produksi, Pemasaran, Laporan Keuangan Kegiatan

Rancangan Usaha		Proses Produksi		Pemasaran	Laporan Keuangan
Kelompok 1 : 8 orang	Masakan Khas: Aceh, Sumatera Selatan, Sumatera Barat, NTB, Riau , Jawa Tengah, Kepulauan Riau	Modal Bahan Baku : Rp. 1.050.000	Produksi Proses produksi dilakukan di rumah salah satu mahasiswa, dengan didampingi dosen	1. Bazar palaspa di Universitas PGRI Palembang 2. <i>Car Free Day</i> Kambang Iwak Palembang 3. Pasar 16 Ilir Palembang 4. Stadion Jakabaring Palembang 5. Pendestrian Jln. Jenderal Sudirman	Penjualan : Rp. 1.750.000 HPP : Rp. 1.200.000 Laba : Rp. 550.000
Kelompok 2 : 8 orang	Masakan Khas: Banten, NTT, Kalimantan Barat, Papua Timur, Sulawesi Tengah, Kalimantan Tengah, Gorontalo	Sewa alat produksi : Rp. 100.000			Penjualan : Rp. 1.400.000 HPP : Rp. 1.200.000 Laba : Rp. 200.000
Kelompok 3 : 7 orang	Masakan Khas: Jakarta, Jawa Barat, Papua Tengah, Kalimantan Utara, Sulawesi Utara, Kalimantan Selatan	Biaya Kemasan : Rp. 50.000	pengampuh mata kuliah		Penjualan : Rp. 1.475.000 HPP : Rp. 1.200.000 Laba : Rp. 275.000
Kelompok 4 : 8 orang	Masakan Khas: Yogyakarta, Jawa Timur, Sulawesi Selatan, Kalimantan Timur, Maluku, Maluku Utara, Sumatera Utara	Total Modal : Rp. 1.200.000			Penjualan : Rp. 1.620.000 HPP : Rp. 1.200.000 Laba : Rp. 420.000
Kelompok 5 : 8 orang	Masakan Khas: Lampung, Jambi, Bengkulu, Bali, Bangka Belitung, Sulawesi Tenggara, Papua Barat				Penjualan : Rp. 1.582.000 HPP : Rp. 1.200.000 Laba : Rp. 382.000

Sumber : olah data penelitian

Sebagai wujud dari tanggung jawab untuk ikut serta memperkuat perekonomian bangsa, melalui mata kuliah kewirausahaan Universitas PGRI Palembang membentuk dan melatih kader-kader *entrepenuer* muda masa depan. Melalui kegiatan wirausaha 34 kuliner khas Indonesia ini dosen pengampuh mata kuliah memfasilitasi proses penemuan minat wirausaha mahasiswa, yang tentu akan menjadi salah satu pilihan karir setelah mereka lulus. Keterbatasan waktu 2 SKS tatap muka pun yang menjadi motif digagasnya kegiatan seperti wirausaha 34 kuliner khas Indonesia ini, sehingga mahasiswa punya kesempatan untuk menggali lebih jauh konsep seputar dunia wirausaha dan merasakan sendiri bagaimana menjadi wirausahawan muda, dengan gagasan dan ide kreatifnya.

Kegiatan wirausaha dirancang oleh tim peneliti, pembagian kelompok menggunakan sistem random tanpa ada melihat gender atau pun nilai. Mahasiswa dibagi menjadi lima kelompok, masing-masing berjumlah 7-8 orang, pembagian tugas dalam kelompok dilakukan secara mandiri oleh mahasiswa. Selanjutnya refekrensi bahan baku masakan serta cara pembuatannya tim peneliti menyediakan dua buah majalah masakan nusantara sebagai acuan bagi mahasiswa dalam proses produksi, jika dirasa referensi yang disediakan kurang, maka mahasiswa diperbolehkan untuk mencari referensi lain seperti buku resep, tabloid dan majalah atau mencari informasi melalui internet dan youtube.

Setiap kelompok mahasiswa diberikan modal awal usaha 34 kuliner khas Indonesia, yang untuk selanjutnya harus dikelola secara mandiri oleh kelompok mahasiswa masing-masing. Adapun modal yang diberikan dikelola untuk keperluan pembelian bahan baku, sewa peralatan memasak dan perlengkapan pengemasan produk, sedangkan untuk tempat, transport dan perlengkapan pemasaran (bazaar) difasilitasi oleh tim peneliti. Selanjutnya untuk proses pembelian bahan baku dilakukan mandiri oleh mahasiswa, dan untuk proses produksi dilakukan ditempat kediaman salah satu anggota kelompok dengan didampingi oleh tim peneliti. Kegiatan pembelian bahan baku dan proses produksi 34 kuliner khas Indonesia ini dikondisikan pada setiap akhir pekan saja, sehingga tidak mengganggu kegiatan perkuliahan lainnya.



Gambar 1. Bahan Baku Catemek Jagung



Gambar 2. Catemek Jagung Khas NTT



Gambar 3. Foto Bersama Kelompok 3



Gambar 4. Ketua dan Anggota Peneliti

34 kuliner khas Indonesia dipasarkan langsung oleh mahasiswa didampingi oleh tim peneliti pada beberapa event yang ada di Kampus Universitas PGRI Palembang seperti bazaar kegiatan organisasi mahasiswa pada event-event besar di kota Palembang seperti *car free day* Kambang Iwak dan *Satnight* di Pendestrian Jalan Sudirman dan di dua titik keramaian kota Palembang seperti pasar 16 ilir dan Stadion Jakabaring Palembang. Kelima event dan tempat ini

dipilih oleh tim peneliti berdasarkan pertimbangan banyaknya pengunjung pada akhir pekan, rentang umur pengunjung yang bervariasi dan kegiatannya wirausaha ini dilakukan pada akhir pekan agar tidak mengganggu kegiatan perkuliahan lainnya.



Gambar 5. Bazar Kambang Iwak



Gambar 6. Bazar di Pasar 16 Ilir



Gambar 7. Bazar Stadion Jakabaring



Gambar 8. Bazar Pendestrian Sudirman

b. Respon Dan Tanggapan Pembeli Tentang 34 Kuliner Khas Indonesia

Berdasarkan hasil observasi pada saat kegiatan pemasaran, 34 kuliner khas Indonesia terdapat beberapa item masakan yang paling banyak terjual, bahkan ada satu masakan yang hanya terjual satu porsi saja selama periode pemasaran berlangsung. Pada diagram berikut disajikan persentase penjualan masakan dari 34 kuliner Indonesia pada tiap kelompok mahasiswa selama kegiatan pemasaran,

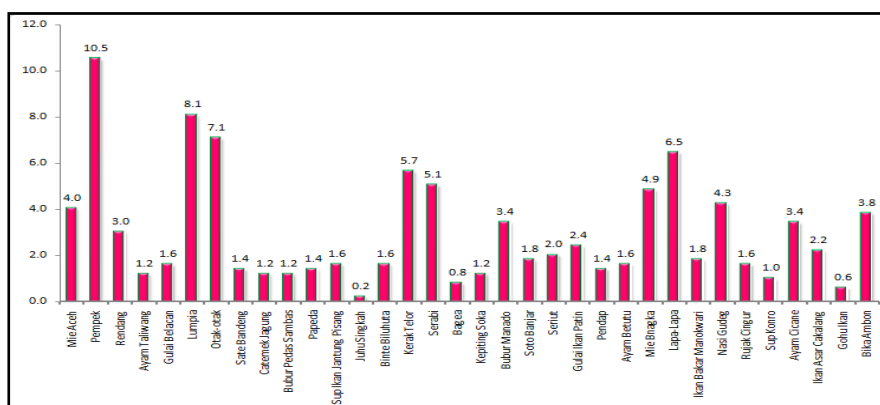


Diagram 1. Persentase Penjualan 34 Kuliner Khas Indonesia

Berdasarkan hasil wawancara dengan beberapa pembeli pada situasi dan tempat pemasaran yang berbeda, didapati alasan yang diberikan oleh pembeli sangat beragam, mulai dari sudah familiar dengan masakan tersebut, cita rasanya unik, pembeli hanya penasaran dengan rasanya sampai ke sangat antusias dengan konsep wirausaha yang usung mahasiswa.

Pada akhir kegiatan wirausaha, mahasiswa diminta untuk membuat laporan keuangan sederhana terkait modal, hasil penjualan dan jumlah keuntungan yang didapat. Berdasarkan laporan yang dituliskan mahasiswa keuntungan yang diperoleh relatif rendah, dengan rentang yang cukup bervariasi antar kelompok. Laba tertinggi diperoleh oleh kelompok 1 yang menjual mie aceh, pempek dan lumpia sebagai salah satu makanan khas Nusantara yang sudah sangat

familiar di masyarakat kota Palembang. Sedangkan laba terendah diperoleh kelompok 2, dengan enam masakan khas dari Indonesia bagian timur yang belum cukup terkenal di Sumatera, hal inilah yang mungkin jadi pemicu kurangnya minat masyarakat untuk membeli masakan dari kelompok 2.

Masakan yang paling digemari pembeli selama proses pemasaran kuliner khas Indonesia pada lima tempat bazaar yang berbeda ;

- 1) Pempek, tetap menjadi kuliner Indonesia yang paling digemari pembeli selama kegiatan wirausaha 34 kuliner khas Indonesia, pempek merupakan makanan khas Sumatera selatan khususnya kota Palembang, tentu makanan ini sangat familiar dan dekat dengan selera bagi masyarakat,
- 2) Lumpia, Masakan khas Jawa Tengah dengan kulit yang krispi dan memiliki cita rasa gurih menjadi salah satu masakan khas Indonesia yang sangat digemari, lumpia termasuk makanan ringan yang nikmat bila dinikmati dalam keadaan hangat denganocolan sambal cabe pedas atau dinikmati dengan cabe rawit muda.
- 3) Otak-otak, makanan ringan khas Riau terbuat dari ikan giling dan sedikit cumi-cumi memiliki cita rasa laut yang sangat kuat, sebenarnya beberapa kota di Indonesia memiliki makanan khas yang hampir mirip dengan otak-otak khas Riau ini, mungkin hal ini juga yang mendorong masyarakat untuk membeli otak-otak pada saat bazaar.
- 4) Lapa-lapa, merupakan masakan khas Sulawesi Tenggara memiliki tampilan yang mirip dengan makanan yang biasa ditemui di jajanan pasar Palembang, masyarakat sering menyebutnya dengan bongkol. Lapa-lapa terbuat dari campuran beras ketan dan parutan kelapa muda, memiliki rasa gurih dan mengenyangkan, cita rasanya yang sangat mirip dengan bongkol membuat lapa-lapa disambut baik oleh masyarakat.
- 5) Kerak telur, sudah sangat familiar bagi masyarakat kota Palembang, makanan ini sering kali di jajakan oleh pedagang di Benteng Kuto Besak. Masakan yang familiar dipadu dengan penyajian yang lebih higienis membuat pemasaran kerak telur pada saat bazaar mendapatkan respon yang cukup baik dari pembeli.

Disamping lima masakan terlaris dipasarkan, berikut ada lima masakan yang paling jarang dibeli selama proses pemasaran kuliner khas Indonesia; juhu singkah, gohu ikan, bagea, sup konro, ayam taliwang kelima masakan ini jarang dibeli atau cenderung tidak digemari karena belum familiar bagi masyarakat kota Palembang. Berkat tampilannya yang sedikit berbeda dari masakan yang sering dijumpai di kota ini, ke lima masakan cenderung tidak laku terjual pada saat kegiatan bazaar 34 kuliner khas Indonesia.

c. Peluang Pengembangan Usaha

Berdasarkan kajian terhadap pelaksanaan kegiatan pemasaran dan komentar dari konsumen, penelitian dan mahasiswa mencermati beberapa hal penting yang mungkin dapat menjadi titik pengembangan usaha kedepan. Pada diagram berikut disajikan persentase peluang pengembangan usaha 34 kuliner khas Indonesia;

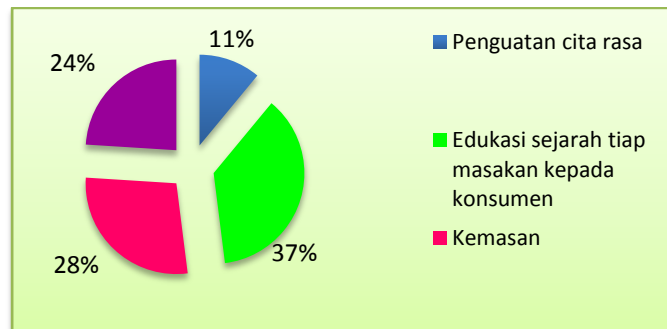


Diagram 2. Persentase Peluang Pengembangan Usaha

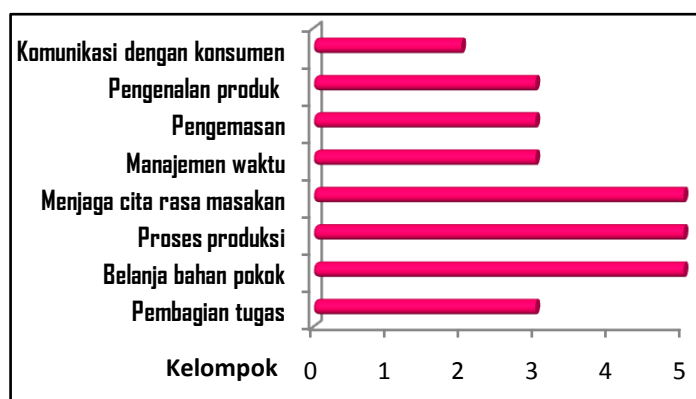
Dari data di atas, satu point terpenting yang menjadi titik peluang pengembangan usaha 34 kuliner khas Indonesia yang perlu peneliti cermati, yaitu edukasi konsumen tentang masakan khas Indonesia yang penuh cita rasa asli rempah Nusantara. Cara ini dapat diambil sebagai langkah awal pengenalan produk 34 kuliner khas Indonesia kepada calon konsumen, penjualan produk diiringi dengan edukasi sejarah kulinernya juga akan menjadi citra baik tersendiri pada kegiatan usaha yang bertemakan kuliner nusantara.

Peluang Pengembangan Usaha yang dapat dicermati dari hasil kegiatan wirausaha 34 kuliner khas Indonesia adalah upaya mengedukasi masyarakat mengenai masakan khas Indonesia sejak masa perencanaan usaha sampai pada saat pemasaran atau dengan kata lain membuat kuliner khas Indonesia ini menjadi *trend center* dalam dunia kuliner. Makanan disajikan dalam satu kemasan cepat saji lengkap dengan alat makan (seperti; sendok garpu plastik) sehingga memudahkan konsumen untuk menikmatinya selagi hangat. Penyediaan layanan pesan antar sudah menjamur di berbagai kota besar Indonesia, akan menjadi satu peluang yang cukup menjanjikan jika produk dipasarkan melalui layanan pesan antar, sehingga pemasaran produk akan lebih efisien. Peluang terbesar bagi wirausaha kuliner yang mengusung tem Nusantara ialah menjaga kekuatan cita rasa rempah khas Indonesia yang membuat masakannya berbeda dari usaha lain.

d. Tantangan Yang Dihadapi Mahasiswa Selama Kegiatan Wirausaha

Berdasarkan hasil wawancara dengan tiap kelompok mahasiswa pada kegiatan wirausaha 34 kuliner khas Indonesia. Setiap kelompok mengemukakan tantangan atau kendala yang berbeda-beda pada saat persiapan usaha, proses produksi sampai dengan proses pemasaran. Pada tabel berikut disajikan beberapa tantangan yang dihadapi mahasiswa selama kegiatan wirausaha;

Diagram 3. Tantangan Yang Dihadapi Tiap Kelompok Mahasiswa



Sumber : olah data penelitian

Peneliti menyimpulkan ada delapan garis besar tantangan yang dihadapi tiap kelompok mahasiswa selama kegiatan, tantangan terbesar yang dihadapi tiap kelompok adalah dalam hal mencari bahan pokok, cara memasak dan menjaga cita rasa masakan agar sesuai dengan referensi.

Tantangan yang dihadapi mahasiswa selama kegiatan wirausaha, semua kelompok mahasiswa mengalami tantangan dalam hal ; menjaga cita rasa masakan, proses produksi dan belanja bahan pokok, hal ini terjadi dikarenakan mahasiswa belum familiar dengan berbagai macam rempah yang diperlukan, tidak begitu faham dengan cita rasa asli dan cara memasaknya sesuai dengan masakan khas yang dibuat di daerah asalnya. Kelompok 2, 3 dan 4 menghadapi tantangan dalam hal pengenalan produk dan pengemasan, hal ini terjadi karena produk kuliner yang kelompok tersebut sajikan adalah makanan berat berkuah, sehingga mahasiswa harus mencari cara cerdas dalam mengemas masakan agar tetap higienis, menarik dan mudah dikonsumsi. Selanjutnya kelompok 2 dan 3 merasa tertantang dalam hal mengkomunikasikan masakan yang dijual kepada masyarakat, karena beberapa masakan yang dijual oleh kelompok mereka, cukup jarang ditemui di kota Palembang dan sekitarnya.

PENUTUP

1. Simpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan, maka simpulan penelitian sebagai berikut;

- a. Kegiatan wirausaha 34 kuliner khas Indonesia merupakan kegiatan yang dirancang oleh peneliti untuk meningkatkan minat berwirausaha mahasiswa
- b. Proses produksi dilakukan mahasiswa secara berkelompok dan didampingi tim peneliti, dipasarkan di lima titik keramaian kota Palembang dengan keuntungan usaha masih rendah, namun mendapat respon yang cukup baik
- c. Peluang pengembangan usaha yaitu edukasi kepada masyarakat tentang kuliner khas Indonesia, memperbaiki pengemasan, menyediakan layanan pesan antar, serta memperhatikan kekuatan cita rasa rempah khas Indonesia
- d. Tantangan yang dihadapi semua kelompok mahasiswa selama kegiatan wirausaha ; menjaga cita rasa masakan, proses produksi, belanja bahan pokok

2. Saran

Berdasarkan simpulan penelitian, maka peneliti memberikan saran ;

- a. Untuk penelitian lanjutan hendaknya memperbaiki rancangan usaha, target pasar yang lebih spesifik dan frekuensi kegiatan pemasaran lebih banyak.
- b. Pelaku kegiatan wirausaha ini adalah mahasiswa yang notabennya belum terlalu familiar dengan bahan masakan akan lebih baik jika kuliner khas Indonesia yang diangkat adalah makanan yang lebih ringan.

DAFTAR PUSTAKA

- Chandra. 2019. Makanan Khas 34 Provinsi. Diambil pada Juli 2019 dari situs ; <https://makananoleholeh.com/makanan-khas-34-provinsi/>
- Denanyoh, R., Adjei, K., & Nyemekye, G. E. 2015. Factors that impact on entrepreneurial intention of tertiary students in Ghana. *International Journal of Business and Social Research*, 5(3), 19-29 Diambil pada 01 September 2019 dari sumber : <https://thejournalofbusiness.org/index.php/site/article/viewFile/693/506>
- Eliazer, dkk. 2013. *Pembuatan Buku Makanan Tradisional Surabaya Sebagai Upaya Pelestarian Produk Lokal*. *Jurnal Desain Komunikasi Visual*. Online diakses pada 16 Agustus 2019.

- <http://jurnal.stikom.edu/index.php/ArtNouveau/article/view/201/174>
- Kasmir. 2016. *Kewirausahaan, Edisi Revisi*. Jakarta; PT Raja Grafindo Persada
- Mat, S. C., Maat, S. M., & Mohd, N. 2015. Identifying factors that affecting the entrepreneurial intention among engineering technology students. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 211, 1016-1022.
- Nurhayati, E. D., Mulyana, V. I. E., & Meilawati, A. (2013). Inventarisasi Makanan Tradisional Jawa Serta Alternatif Pengembangannya. *Penelitian Guru Besar. Universitas Yogyakarta. Yogyakarta*. Diakses Online pada 15 Agustus 2019. <http://staffnew.uny.ac.id/upload/198305022009122003/penelitian/B.2.INVENTARISASI%20MAKANAN%20TRADISIONAL%20JAWA%20SERTA%20ALTERNATIF%20PENGE MBANGANNYA.pdf>
- Ranto, D. W. P. 2016. Membangun Perilaku Entrepreneur Pada Mahasiswa Melalui Entrepreneurship Education. *Jurnal Bisnis, Manajemen, dan Akuntansi*, 3(1). Diambil pada 01 September 2019 dari sumber : <http://jurnal.amaypk.ac.id/index.php/jbma/article/view/42/39>
- Rosmiati, R., Junias, D. T. S., & Munawar, M. (2015). Sikap, Motivasi, dan Minat Berwirausaha Mahasiswa. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 17(1), 21-30.
- Rosyadi, S. 2018. Revolusi Industri 4.0: Peluang dan Tantangan bagi Alumni Universitas Terbuka. Diambil pada 01 September 2019 dari sumber : <https://www.researchgate.net/publication/revolusi-industri-4.0>