

MENGINTEGRASIKAN INOVASI DAN TRADISI: STIK KENCUR SEBAGAI SOLUSI KULINER MODERN DALAM KEGIATAN WMK UNTAG SURABAYA

Oleh:

Riko Tri Cahyono¹

Ni Made Ida Pratiwi²

Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Alamat: Jl. Semolowaru No.45, Menur Pumpungan, Kec. Sukolilo, Kota Surabaya,
Jawa Timur (60118).

Korespondensi Penulis: rikotricahyono11@gmail.com

Abstract. *Stik Kencur is an innovative product that integrates local culinary traditions with a modern touch, developed through the Independent Entrepreneurship program at the Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. This research aims to overcome the challenges faced by micro, small and medium enterprises in adapting to current developments and increasing their competitiveness through tradition-based innovation. The research results show that Stik Kencur has succeeded in attracting market interest with sales reaching 200 packs during market tests and demo days, with the original flavor variant being the best-selling. Consumer satisfaction surveys show an average score of 4.62 out of 5, indicating positive acceptance of this product. Stick Kencur also received the 1st Best Champion award in the product prototype competition and attracted the interest of business actors for collaboration. The marketing strategy implemented, including the use of social media and e-commerce platforms, was successful in reaching various market segments. With the support of the Independent Entrepreneurship program, Stik Kencur is clear proof that tradition-based innovation can produce modern culinary solutions that are relevant and sustainable. Through attractive packaging and maintained product quality, this product is expected to be able to compete in national and international markets, while strengthening the preservation of local Indonesian culture.*

MENINGTEGRASIKAN INOVASI DAN TRADISI: STIK KENCUR SEBAGAI SOLUSI KULINER MODERN DALAM KEGIATAN WMK UNTAG SURABAYA

Keywords: *Stik Kencur, Culinary Innovation, Tradition Modernity, Independent Entrepreneurs, Micro, Small, Medium Enterprises.*

Abstrak. Stik Kencur merupakan produk inovatif yang mengintegrasikan tradisi kuliner lokal dengan sentuhan modern, dikembangkan melalui program Wirausaha Merdeka di Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. Penelitian ini bertujuan untuk mengatasi tantangan yang dihadapi pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah dalam beradaptasi dengan perkembangan zaman dan meningkatkan daya saing mereka melalui inovasi berbasis tradisi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Stik Kencur berhasil menarik minat pasar dengan penjualan mencapai 200 pack selama tes pasar dan demo day, dengan varian rasa original menjadi yang terlaris. Survei kepuasan konsumen menunjukkan skor rata-rata 4,62 dari 5, mengindikasikan penerimaan positif terhadap produk ini. Stik Kencur juga memperoleh penghargaan Juara Terbaik 1 dalam kompetisi prototipe produk dan menarik minat pelaku usaha untuk kerja sama. Strategi pemasaran yang diterapkan, termasuk pemanfaatan media sosial dan platform *e-commerce*, berhasil menjangkau berbagai segmen pasar. Dengan dukungan program Wirausaha Merdeka, Stik Kencur menjadi bukti nyata bahwa inovasi berbasis tradisi dapat menghasilkan solusi kuliner modern yang relevan dan berkelanjutan. Melalui pengemasan yang menarik dan kualitas produk yang terjaga, produk ini diharapkan mampu bersaing di pasar nasional maupun internasional, sekaligus memperkuat pelestarian budaya lokal Indonesia.

Kata Kunci: Stik Kencur, Inovasi Kuliner, Tradisi, Modernitas, Wirausaha Merdeka, Usaha Mikro, Kecil dan Menengah.

LATAR BELAKANG

Food Solutions mengidentifikasi beberapa tren kuliner yang relevan dengan pasar Indonesia, seperti "*Flavor Shock*" dan "*Low-Waste Menu*." Tren "*Flavor Shock*" menekankan eksplorasi rasa melalui kombinasi bahan-bahan tak terduga, sementara "*Low-Waste Menu*" berfokus pada keberlanjutan dengan memanfaatkan bahan baku secara efisien. Hal ini mencerminkan bahwa konsumen muda semakin terbuka untuk mencoba variasi rasa yang unik dan tidak biasa, serta lebih peduli terhadap keberlanjutan dalam pilihan makanan mereka.

Perkembangan usaha kuliner tradisional di Indonesia menghadapi tantangan yang kompleks, termasuk adaptasi terhadap preferensi konsumen modern dan persaingan pasar yang semakin ketat. Salah satu solusi adalah inovasi berbasis tradisi, di mana pengembangan produk lokal dengan pengemasan yang menarik dan rasa yang disesuaikan dengan tren dapat meningkatkan daya saing. Strategi ini sejalan dengan inisiatif pemerintah untuk mendorong UMKM lokal melalui promosi nilai budaya dalam sektor kuliner (Antasalam Ajo, 2020). Dalam konteks ini, Stik Kencur muncul sebagai salah satu solusi kuliner yang menggabungkan elemen tradisional dengan pendekatan modern. Kencur, sebagai bahan dasar yang kaya akan khasiat, telah lama digunakan dalam masakan dan obat tradisional Indonesia. Namun, inovasi dalam penyajian dan pengemasan Stik Kencur memberikan nilai tambah yang signifikan, terutama bagi generasi muda yang semakin menghargai keberagaman rasa dan keunikan produk lokal.

Program Wirausaha Merdeka (WMK) di Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya berperan penting dalam mendorong mahasiswa untuk mengeksplorasi potensi inovasi kuliner ini. Dengan tema "Inovasi *Cultural Entrepreneurship* Pelajar Pancasila untuk Kelestarian Kebudayaan Lokal," program ini tidak hanya mengajarkan keterampilan bisnis tetapi juga menanamkan kesadaran akan pentingnya melestarikan budaya lokal melalui produk kuliner. Mahasiswa didorong untuk menciptakan produk yang tidak hanya menarik secara visual tetapi juga menggugah selera dengan tetap mempertahankan esensi tradisi.

Stik Kencur sebagai produk inovatif mencerminkan bagaimana tradisi dapat diadaptasi untuk memenuhi tuntutan zaman. Melalui modifikasi dan presentasi yang menarik, Stik Kencur dapat menjangkau generasi muda yang cenderung mencari pengalaman baru dalam konsumsi makanan. Ini menunjukkan bahwa dengan kreativitas dan pemahaman yang tepat, produk tradisional dapat diperkenalkan kembali ke masyarakat dengan cara yang lebih segar dan menarik.

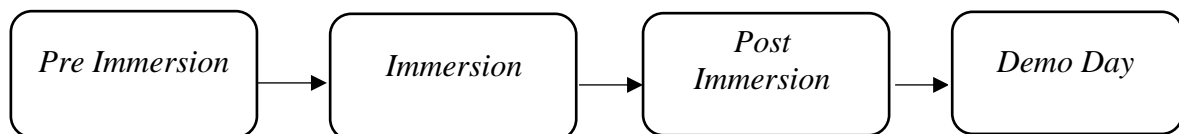
Tujuan dari integrasi inovasi dan tradisi dalam Stik Kencur adalah untuk menjawab tantangan yang dihadapi oleh pelaku UMKM dalam beradaptasi dengan perkembangan zaman. Dengan memberikan pengalaman langsung kepada mahasiswa dalam mengelola dan memasarkan produk berbasis kearifan lokal, program ini bertujuan menciptakan generasi muda yang tidak hanya kreatif tetapi juga mampu memberikan solusi nyata bagi permasalahan ekonomi masyarakat. Melalui kegiatan ini, diharapkan

MENINGTEGRASIKAN INOVASI DAN TRADISI: STIK KENCUR SEBAGAI SOLUSI KULINER MODERN DALAM KEGIATAN WMK UNTAG SURABAYA

Stik Kencur dapat menjadi salah satu ikon kuliner modern yang tetap menghormati akar budaya Indonesia.

METODE PENELITIAN

Kegiatan Wirausaha Merdeka di Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya dirancang untuk memberikan pengalaman praktis kepada mahasiswa dalam dunia kewirausahaan, dengan fokus pada pengembangan produk yang mengintegrasikan inovasi dan tradisi. Proses pelaksanaan program ini melibatkan serangkaian tahapan yang sistematis, dimulai dari persiapan hingga implementasi produk di pasar. Setiap tahapan dirancang untuk membekali mahasiswa dengan pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan untuk menjadi wirausahawan yang sukses, serta memahami dinamika pasar dan pentingnya pelestarian budaya lokal. Pelaksanaan kegiatan ini dibagi ke dalam beberapa tahapan yang disesuaikan dengan kondisi lapangan untuk mendukung optimalisasi keberlangsungan program serta memastikan tercapainya tujuan yang telah ditetapkan.



1. *Pre Immersion*

Tahap *Pre-Immersion* dilaksanakan pada tanggal 23 September 2024 hingga 18 Oktober 2024 dengan menggunakan metode pembelajaran secara *online dan hybrid*, dengan kehadiran mahasiswa yang dicatat melalui *platform e-learning* resmi Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. Tahap *Pre-Immersion* merupakan proses pembelajaran pengetahuan dasar yang bertujuan untuk membekali mahasiswa dengan keahlian dan kompetensi wirausaha. Dalam tahap ini, mahasiswa wajib mengikuti kelas yang dipandu oleh pemateri profesional di bidang wirausaha, yang berbagi pengalaman dan wawasan, mulai dari tantangan membangun usaha hingga kesuksesan mengelola cabang di berbagai kota. Proses pembelajaran ini dirancang menyerupai perkuliahan di kampus masing-masing, namun difokuskan pada penguasaan materi yang nantinya menjadi dasar bagi mahasiswa untuk merancang *prototype* produk pada tahap *post-immersion* dan *demo day*.

2. *Immersion*

Waktu pelaksanaan kegiatan *immersion* di Dapur Fizzul Surabaya dijadwalkan berlangsung dua kali dalam seminggu, yaitu setiap hari Selasa dan Kamis, dari pukul 4 sore hingga 6 sore. Selama kegiatan *immersion* di Dapur Fizzul, kelompok 16 melaksanakan berbagai kegiatan untuk mempelajari manajemen usaha kuliner. Bentuk kegiatan yang dilakukan mencakup konsultasi langsung dengan *owner*, observasi operasional, dan diskusi terkait pengelolaan bisnis UMKM. Materi yang diperoleh selama *immersion* mencakup analisis manajemen operasional, pemasaran digital, serta keuangan dengan menggunakan aplikasi Kasir Pintar. Kelompok juga mempelajari Standar Operasional Prosedur (SOP) dari persiapan bahan hingga penyajian makanan untuk menjaga kualitas produk Dapur Fizzul. Selain itu, kelompok menerima berbagai masukan terkait pengembangan produk mereka, seperti produk stick kencur, yang mencakup aspek rasa, tekstur, dan pengemasan. Pada tahap akhir *immersion*, kelompok juga diajak mencicipi hidangan khas Maluku sebagai pengalaman budaya tambahan.

3. *Post Immersion*

Tahap *Post-Immersion* atau *Bootcamp* dilaksanakan pada tanggal 4 hingga 9 November 2024. Pada tahap ini, kegiatan lebih banyak berfokus pada praktik untuk mempersiapkan mahasiswa menghadapi pasar dan *demo day*. Beberapa aktivitas yang dilakukan meliputi pembuatan poster promosi, fotografi produk, dan simulasi *pitching*. Pendampingan ini dirancang untuk memastikan mahasiswa mampu melakukan validasi produk dan analisis kelayakan usaha secara komprehensif. Proses ini melibatkan beberapa tahapan, mulai dari pengembangan ide, perbaikan desain produk, hingga simulasi strategi pemasaran. Selain itu, strategi pencapaian target kompetensi difokuskan pada penguasaan aspek teknis dan non-teknis, seperti inovasi produk, perencanaan bisnis, serta komunikasi bisnis.

4. *Demo Day*

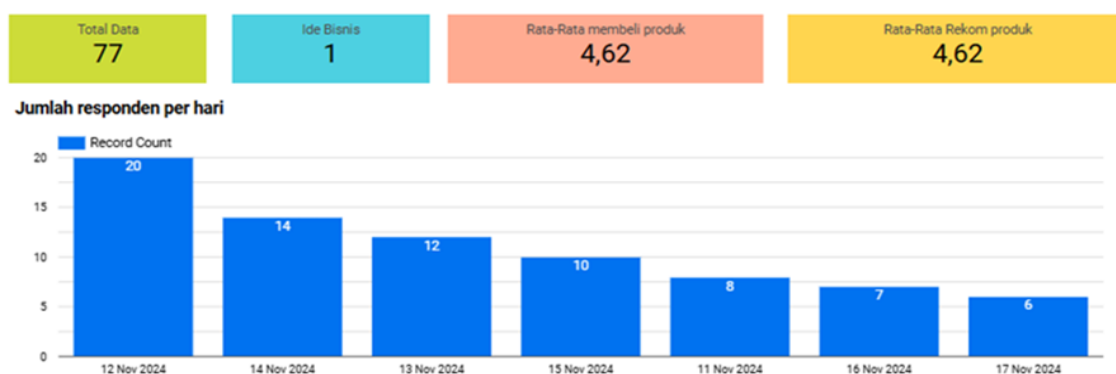
Tahap *demo day* diselenggarakan selama dua hari, yaitu pada tanggal 20 dan 21 November 2024, bertempat di lapangan parkir timur Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. Pada acara ini, mahasiswa menampilkan produk inovasi

MENINGTEGRASIKAN INOVASI DAN TRADISI: STIK KENCUR SEBAGAI SOLUSI KULINER MODERN DALAM KEGIATAN WMK UNTAG SURABAYA

mereka kepada khalayak luas, termasuk dosen, pelaku usaha, dan konsumen potensial. Kegiatan ini dirancang tidak hanya untuk menguji kelayakan produk di pasar, tetapi juga untuk melatih mahasiswa dalam menyampaikan ide bisnis secara profesional, membangun jejaring, dan memahami dinamika interaksi antara produsen dan konsumen.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengembangan produk Stick Kencur "Stickerrzz" sebagai inovasi kuliner modern telah berhasil menarik perhatian pasar selama proses tes pasar dan *demo day*. Pada acara tersebut, produk ini terjual sebanyak 200 pack, dengan rincian sebagai berikut: rasa original sebanyak 87 pack, rasa pedas daun jeruk 31 pack, rasa balado 55 pack, dan rasa BBQ 27 pack. Data ini menunjukkan bahwa variasi rasa yang ditawarkan dapat memenuhi preferensi konsumen yang beragam. Rasa original menjadi varian terlaris, mencerminkan apresiasi masyarakat terhadap cita rasa autentik yang tetap mempertahankan unsur tradisional.



Gambar Hasil Responden Stik Kencur

Antusiasme pasar terhadap Stick Kencur juga tercermin dari tingginya minat konsumen, baik dalam bentuk pembelian langsung maupun rekomendasi kepada orang lain. Hal ini diperkuat oleh hasil survei yang menunjukkan rata-rata skor 4,62 dari skala 5 untuk keinginan membeli dan merekomendasikan produk. Fakta ini menjadi indikator positif terhadap penerimaan pasar dan menegaskan potensi Stik Kencur untuk dikembangkan lebih lanjut.

Keberhasilan produk ini tidak hanya terbatas pada penjualan, tetapi juga mengundang perhatian dari kalangan pengusaha. Salah satu pelaku usaha bahkan menyatakan ketertarikan untuk menjalin kerja sama dengan tim pengembang produk. Kolaborasi ini diharapkan dapat memperluas jangkauan pemasaran dan meningkatkan kapasitas produksi, sehingga mampu memenuhi permintaan pasar yang semakin besar.

Dalam kompetisi prototipe produk, ide bisnis Stick Kencur berhasil meraih penghargaan Juara Terbaik 1. Penghargaan ini menjadi bukti pengakuan atas kualitas dan inovasi produk yang tidak hanya menawarkan cita rasa unik tetapi juga membawa nilai budaya lokal ke dalam pasar kuliner modern. Penghargaan ini juga menjadi motivasi bagi tim untuk terus mengembangkan produk dengan pendekatan kreatif dan inovatif.

Dari segi pemasaran, strategi yang diterapkan melibatkan penggunaan media sosial, *platform e-commerce*, serta partisipasi dalam kegiatan demo day. Pendekatan *hybrid* ini memungkinkan produk untuk menjangkau berbagai segmen pasar, baik di daerah perkotaan maupun pedesaan. Keberhasilan dalam menjangkau target pasar menunjukkan efektivitas strategi pemasaran yang diterapkan, sekaligus memperkuat posisi Stik Kencur sebagai camilan pilihan generasi muda.

Aspek operasional juga memberikan kontribusi signifikan terhadap keberhasilan produk. Dengan menggunakan peralatan modern seperti mesin cetak mie, sealer plastik, dan penggorengan besar, proses produksi dapat dilakukan secara efisien dan konsisten. Pengendalian kualitas yang ketat memastikan produk memenuhi standar yang diharapkan oleh konsumen. Kemasan yang menarik dan praktis semakin menambah daya tarik produk di pasar.

Secara keseluruhan, keberhasilan Stik Kencur "*Stickerrzz*" mencerminkan sinergi antara inovasi dan tradisi dalam menciptakan produk kuliner yang relevan dengan kebutuhan masyarakat modern. Dengan potensi pasar yang terus berkembang, produk ini diharapkan dapat menjadi salah satu ikon kuliner lokal yang mampu bersaing di tingkat nasional maupun internasional.

KESIMPULAN DAN SARAN

Pengembangan produk Stick Kencur "*Stickerrzz*" merupakan contoh nyata bagaimana inovasi dan tradisi dapat bersinergi untuk menciptakan solusi kuliner modern yang relevan dengan kebutuhan pasar. Keberhasilan produk ini tidak hanya terlihat dari

MENINGTEGRASIKAN INOVASI DAN TRADISI: STIK KENCUR SEBAGAI SOLUSI KULINER MODERN DALAM KEGIATAN WMK UNTAG SURABAYA

angka penjualan yang mencapai 200 pack selama tes pasar dan *demo day*, tetapi juga dari apresiasi konsumen terhadap cita rasa autentik serta inovasi yang ditawarkan. Pencapaian sebagai Juara Terbaik 1 dalam kompetisi prototipe produk, serta minat dari pengusaha untuk menjalin kerja sama, menunjukkan bahwa Stick Kencur memiliki daya tarik yang kuat sebagai camilan berbasis tradisional dengan pendekatan modern. Dengan strategi pemasaran *hybrid* yang efektif dan dukungan operasional yang terstruktur, Stick Kencur mampu memenuhi kebutuhan pasar yang beragam sekaligus memperluas jangkauannya. Produk ini tidak hanya berkontribusi pada pelestarian budaya lokal, tetapi juga memiliki potensi besar untuk menjadi salah satu ikon kuliner Indonesia yang dapat bersaing di pasar global.

DAFTAR REFERENSI

- Ajo, A. (2020). Mengatasi Permasalahan Usaha Kuliner Tradisional di Indonesia. *Jurnal Media Agribisnis*.
- Cipatujah. (2024, Juli). *Jajanan Tradisional Goes Modern: Inovasi dan Kreasi Baru untuk Menjaga Warisan Kuliner Nusantara*. Retrieved from <https://www.cipatujah-tasikmalaya.desa.id/>: <https://www.cipatujah-tasikmalaya.desa.id/jajanan-tradisional-goes-modern-inovasi-dan-kreasi-baru-untuk-menjaga-warisan-kuliner-nusantara/>
- Kokikit. (2024, September). *Inovasi Produk Makanan Lokal: Mengubah Rasa Tradisional Jadi Tren Modern*. Retrieved from <https://news.kokikit.com/>: <https://news.kokikit.com/inovasi-produk-makanan-lokal/>
- Lestari, I., Astuti, M., & Ridwan, H. (2019). Pengaruh Inovasi dan Orientasi Kewirausahaan terhadap Keunggulan Bersaing UMKM Kuliner. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*.
- Nabila, M. (2024, November). *Ketahui Tren Kuliner Sepanjang Tahun, Unilever Luncurkan Future Menu 2024*. Retrieved from <https://lifestyle.bisnis.com/>: <https://lifestyle.bisnis.com/read/20241104/223/1813208/ketahui-tren-kuliner-sepanjang-tahun-unilever-luncurkan-future-menu-2024>

- Putra, D. T., Wahyudi, I., Megavitry, R., & Supriadi, A. (2023). Pemanfaatan E-Commerce dalam Pemasaran Hasil Pertanian: Kelebihan dan Tantangan di Era Digital. *Jurnal Multidisiplin West Science* .
- Renata, A. D. (2024, Juni). *Menggugah Selera dengan Akulturasi Makanan Tradisional dan Modern Indonesia*. Retrieved from <https://retizen.republika.co.id/https://retizen.republika.co.id/posts/313804/menggugah-selera-dengan-akulturasi-makanan-tradisional-dan-modern-indonesia>