

---

## PERAN *RICE WRAP* GEPREK DALAM MENDORONG KREASI BISNIS LOKAL PADA WIRAUSAHA MERDEKA UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA

Oleh:

Achmad Qowim Qolbi<sup>1</sup>

Ni Made Ida Pratiwi<sup>2</sup>

Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

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

Korespondensi Penulis: [achmadqowim07@gmail.com](mailto:achmadqowim07@gmail.com)

**Abstract.** *This study examines the role of Rice Wrap Geprek as a culinary innovation in encouraging local business development in the Independent Entrepreneurship program at the University of August 17, 1945 Surabaya, with the author directly involved as a business actor. Through the direct participation method, this study aims to deeply understand the dynamics of the development of the Rice Wrap Geprek culinary business from the perspective of business actors. Rice Wrap Geprek is a fusion food innovation that combines the concept of rice paper wrap with Indonesian geprek chicken. Data collection is carried out through the author's direct experience in running a business, market observation, interaction with consumers, as well as documentation of the product development process and marketing strategy. The results of the study show that direct involvement in the Rice Wrap Geprek business provides a comprehensive understanding of the challenges and opportunities in the development of innovative culinary businesses. Research reveals that this product innovation has succeeded in creating differentiation in the local food market, increasing consumer interest in fusion food, and providing valuable lessons in culinary business management. Involvement in the Independent Entrepreneurship program also facilitates the development of business networks and mentoring that supports business sustainability.*

# PERAN *RICE WRAP* GEPREK DALAM MENDORONG KREASI BISNIS LOKAL PADA WIRAUSAHA MERDEKA UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA

**Keywords:** *Independent Entrepreneurship, Rice Wrap Geprek, Culinary Innovation, Local Business Development, Independent Entrepreneurship Program.*

**Abstrak.** Penelitian ini mengkaji peran *Rice Wrap* Geprek sebagai inovasi kuliner dalam mendorong pengembangan bisnis lokal pada program Wirausaha Merdeka di Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, dengan penulis terlibat langsung sebagai pelaku usaha. Melalui metode partisipasi langsung, penelitian ini bertujuan untuk memahami secara mendalam dinamika pengembangan usaha kuliner *Rice Wrap* Geprek dari perspektif pelaku usaha. *Rice Wrap* Geprek merupakan inovasi fusion food yang menggabungkan konsep *rice paper wrap* dengan ayam geprek khas Indonesia. Pengumpulan data dilakukan melalui pengalaman langsung penulis dalam menjalankan usaha, observasi pasar, interaksi dengan konsumen, serta dokumentasi proses pengembangan produk dan strategi pemasaran. Hasil penelitian menunjukkan bahwa keterlibatan langsung dalam usaha *Rice Wrap* Geprek memberikan pemahaman komprehensif tentang tantangan dan peluang dalam pengembangan bisnis kuliner inovatif. Penelitian mengungkapkan bahwa inovasi produk ini berhasil menciptakan diferensiasi di pasar makanan lokal, meningkatkan minat konsumen terhadap fusion food, dan memberikan pembelajaran berharga dalam manajemen usaha kuliner. Keterlibatan dalam program Wirausaha Merdeka juga memfasilitasi pengembangan jaringan bisnis dan mentoring yang mendukung keberlanjutan usaha.

**Kata Kunci:** Wirausaha Merdeka, *Rice Wrap* Geprek, Inovasi Kuliner, Pengembangan Bisnis Lokal, Program Wirausaha Merdeka.

## LATAR BELAKANG

Industri kuliner Indonesia, khususnya di kota-kota besar seperti Surabaya, menunjukkan perkembangan yang pesat dalam beberapa tahun terakhir. Salah satu faktor yang mempengaruhi perkembangan ini adalah perubahan gaya hidup masyarakat yang semakin mengedepankan efisiensi dan kenyamanan. Masyarakat modern kini lebih memilih makanan yang tidak hanya praktis, tetapi juga memiliki rasa yang menggugah selera. Dalam konteks ini, *Rice Wrap* Geprek muncul sebagai inovasi kuliner yang menyajikan nasi dengan ayam geprek yang pedas, dibungkus dalam lembaran *wrap*. Inovasi ini tidak hanya menyuguhkan cita rasa yang khas, tetapi juga menawarkan

kemudahan konsumsi yang sesuai dengan tuntutan masyarakat (Mufidah, N. L, 2012). *Rice Wrap* Geprek, dengan kepraktisannya, menjadi pilihan ideal bagi konsumen yang menginginkan sajian cepat, namun tetap enak dan bergizi.

Di tengah perkembangan tersebut, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya sebagai institusi pendidikan turut memberikan kontribusi dalam mencetak wirausahawan muda melalui program Wirausaha Merdeka. Program ini memungkinkan mahasiswa untuk terlibat langsung dalam dunia bisnis dengan memanfaatkan kreativitas mereka. Mahasiswa tidak hanya dibekali dengan teori-teori kewirausahaan, tetapi juga diberikan kesempatan untuk mengembangkan ide bisnis yang dapat diaplikasikan dalam kehidupan nyata (Selamat, F., & Tunjungsari, H. K, 2019). Salah satu contoh nyata dari program ini adalah kehadiran *Rice Wrap* Geprek sebagai produk yang dikembangkan oleh mahasiswa yang terlibat dalam wirausaha merdeka. *Rice Wrap* Geprek tidak hanya menunjukkan potensi sebagai inovasi kuliner, tetapi juga membuka peluang bagi wirausahawan muda untuk menciptakan usaha lokal yang bisa berkembang di tengah persaingan yang semakin ketat.

Namun, meskipun *Rice Wrap* Geprek menawarkan peluang besar, tantangan yang dihadapi oleh wirausahawan muda di bidang kuliner tidaklah kecil. Persaingan yang ketat menjadi salah satu hambatan utama, terutama dengan banyaknya usaha serupa yang bermunculan di pasar kuliner Surabaya. Untuk dapat bertahan dan berkembang, setiap pelaku usaha dituntut untuk selalu berinovasi dan menciptakan produk yang memiliki ciri khas yang membedakan dari yang lain. Sebagai contoh, strategi branding yang kuat dan pemanfaatan pemasaran digital yang efektif menjadi faktor yang sangat penting untuk menciptakan keunggulan kompetitif (Fahriyah, A., & Yoseph, R. 2020). Oleh karena itu, penelitian ini akan mengeksplorasi lebih dalam mengenai bagaimana *Rice Wrap* Geprek dapat menjadi peluang bagi mahasiswa Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya untuk mendorong kreasi bisnis lokal yang tidak hanya bertahan, tetapi juga berkembang di tengah tantangan yang ada.

Di sisi lain, teknologi digital kini menjadi faktor penting yang mempengaruhi keberhasilan bisnis kuliner, termasuk dalam pemasaran produk. Dengan semakin berkembangnya teknologi dan penggunaan platform digital, para wirausahawan muda dapat lebih mudah memasarkan produk mereka kepada audiens yang lebih luas. Pemasaran online menjadi hal yang sangat krusial, terutama di masa pandemi yang

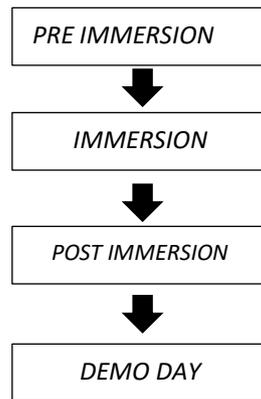
# **PERAN *RICE WRAP* GEPREK DALAM MENDORONG KREASI BISNIS LOKAL PADA WIRAUSAHA MERDEKA UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA**

mengubah kebiasaan konsumen dalam memilih dan membeli makanan. *E-commerce*, media sosial, dan aplikasi pemesanan makanan online telah menjadi alat yang sangat berguna untuk memperkenalkan dan mendistribusikan produk kepada konsumen (Trulline, P, 2021). Oleh karena itu, pemanfaatan teknologi digital dalam pemasaran *Rice Wrap* Geprek akan menjadi salah satu topik penting dalam penelitian ini, di mana akan dianalisis bagaimana teknologi dapat mendukung perkembangan usaha kuliner lokal di Surabaya.

Secara keseluruhan, penelitian ini bertujuan untuk memberikan gambaran yang lebih jelas tentang peran *Rice Wrap* Geprek dalam mendorong kreasi bisnis lokal pada mahasiswa Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. Penelitian ini juga akan menyoroti berbagai faktor yang mempengaruhi keberhasilan bisnis kuliner berbasis *Rice Wrap* Geprek, termasuk tantangan yang dihadapi oleh pelaku usaha, strategi pemasaran yang digunakan, serta peran teknologi dalam mendukung keberlanjutan bisnis tersebut (Murti, H. T., Puspita, V., & Ratih, P, 2021). Dengan fokus pada mahasiswa wirausaha, penelitian ini juga berupaya untuk mengidentifikasi potensi dan kendala yang mereka hadapi dalam mengembangkan bisnis kuliner, serta memberikan rekomendasi yang berguna untuk memajukan industri kuliner lokal.

## **METODE PENELITIAN**

Metode pelaksanaan program Wirausaha Merdeka yang melibatkan mahasiswa secara langsung dalam kegiatan usaha adalah pendekatan yang sangat efektif untuk mengasah kemampuan kewirausahaan mereka. Dalam hal ini, mahasiswa tidak hanya belajar tentang teori bisnis di bangku kuliah, tetapi mereka juga akan merasakan langsung bagaimana menjalankan usaha. Proses ini melibatkan berbagai tahap yang harus dilalui, antara lain :



### 1. *Pre-Immersion*

Tahap pertama dalam pelaksanaan program Wirausaha Merdeka adalah *pre-immersion* yang dilaksanakan pada tanggal 23 September 2024 sampai 18 Oktober 2024 menggunakan sistem *hybrid*, *pre-immersion* merupakan tahap persiapan sebelum mahasiswa benar-benar terjun langsung ke dalam dunia usaha. Pada tahap ini, mahasiswa akan mendapatkan berbagai materi yang berkaitan dengan kewirausahaan, seperti pengenalan tentang manajemen bisnis, teknik pemasaran, dan keuangan. Selain itu, mahasiswa juga akan diberikan pemahaman tentang analisis pasar untuk memastikan bahwa produk yang akan dikembangkan sesuai dengan kebutuhan konsumen.

Pada tahap *pre-immersion*, mahasiswa juga akan dibekali dengan keterampilan dalam mengidentifikasi peluang usaha dan melakukan riset untuk mengetahui kebutuhan pasar. mahasiswa akan belajar bagaimana mengembangkan ide bisnis yang dapat beradaptasi dengan tren pasar yang ada, serta mengenal konsep-konsep inovasi produk yang penting dalam meningkatkan daya tarik usaha. Selain itu, mereka akan diajarkan cara merancang business plan yang jelas dan efektif agar dapat mencapai tujuan usaha.

### 2. *Immersion*

Setelah tahap *pre-immersion* selesai, mahasiswa memasuki tahap kedua yaitu *immersion*, kelompok 9 diberikan kesempatan untuk melakukan kegiatan magang di UMKM Sego Njamoer. Pada tahap ini kelompok terlibat langsung dalam proses operasional bisnis *outlet* Sego Njamoer tersebut, mulai dari pengelolaan dapur, pembuatan menu, hingga pelayanan pelanggan. Pada tahap ini, kelompok tidak hanya belajar mengenai aspek praktis dalam menjalankan

# PERAN *RICE WRAP* GEPREK DALAM MENDORONG KREASI BISNIS LOKAL PADA WIRAUSAHA MERDEKA UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA

usaha kuliner, tetapi juga bagaimana beradaptasi dengan kebutuhan pasar, mengelola kualitas produk, serta mengoptimalkan pemasaran untuk meningkatkan daya tarik pelanggan. Pengalaman ini memberi kelompok wawasan mendalam tentang tantangan dan peluang di industri makanan, yang membantu kelompok mengembangkan keterampilan kewirausahaan yang dibutuhkan.

### 3. *Post-Immersion*

Tahap ketiga adalah *post-immersion*, yang dilaksanakan pada tanggal 4 November 2024 sampai 9 November 2024, *Post Immersion* merupakan fase evaluasi setelah mahasiswa mengimplementasikan kegiatan bisnisnya di tahap *immersion*. Pada tahap ini, mahasiswa akan melakukan evaluasi terhadap kinerja usaha mereka dengan melakukan refleksi terhadap hasil yang telah dicapai. mahasiswa akan mengevaluasi apakah tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya tercapai atau masih perlu perbaikan.

Mahasiswa juga akan menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi kesuksesan atau kegagalan usaha mereka, seperti respon konsumen, efektivitas strategi pemasaran, dan pengelolaan operasional yang dilakukan. Dengan melakukan evaluasi ini, mahasiswa dapat belajar untuk mengenali kekuatan dan kelemahan dalam usaha mereka, serta cara memperbaiki dan mengoptimalkan berbagai aspek bisnis yang telah dijalankan.

Selain itu, tahap *post-immersion* ini memberikan kesempatan bagi mahasiswa untuk mendiskusikan pengalaman yang telah didapat bersama dengan mentor atau pengusaha yang telah berpengalaman. Diskusi ini bertujuan untuk memberikan wawasan tambahan mengenai pengembangan usaha dan memberi mahasiswa kesempatan untuk mendapatkan masukan yang berguna bagi pengembangan usaha mereka di masa depan.

### 4. *Demo Day*

Kegiatan *Demo Day* yang diselenggarakan selama dua hari, yaitu pada tanggal 20 dan 21 November 2024, yang bertempat di lapangan parkir timur Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, menjadi salah satu ajang yang dinantikan oleh banyak pihak, baik mahasiswa, dosen, maupun para pelaku industri. Dengan lebih dari 400 mahasiswa yang terlibat, acara ini mencatatkan angka partisipasi yang sangat tinggi, mencerminkan antusiasme yang besar dari kalangan akademik

untuk terlibat langsung dalam dunia wirausaha. Selama dua hari tersebut, peserta diberikan kesempatan untuk mempresentasikan ide bisnis mereka di hadapan juri serta para pengunjung yang hadir. Tidak hanya mahasiswa Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya yang berpartisipasi, tetapi juga mahasiswa dari universitas lain, yang memperkaya acara dengan berbagai perspektif dan inovasi yang mereka bawa.

Kegiatan *Demo Day* ini bertujuan untuk memberikan platform bagi mahasiswa untuk menunjukkan potensi mereka dalam berwirausaha, mengasah keterampilan presentasi, serta memperkenalkan ide-ide kreatif yang mereka miliki. Selain itu, acara ini juga menjadi kesempatan untuk membangun jejaring antara mahasiswa dengan para pengusaha dan investor potensial yang hadir. Dengan 80 ide bisnis yang dipresentasikan, para peserta memiliki kesempatan untuk memperoleh umpan balik yang berguna, yang diharapkan dapat meningkatkan kualitas dan daya saing bisnis mereka di pasar. Berbagai kategori bisnis yang hadir, seperti *Food & Beverage*, *Jasa*, *Digital*, *Fashion*, dan *Kriya*, mencerminkan keragaman ide yang berkembang di kalangan mahasiswa. Setiap kategori bisnis ini memiliki karakteristik dan tantangan yang berbeda, yang memberikan ruang bagi peserta untuk berinovasi sesuai dengan minat dan keahlian masing-masing.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

*Rice Wrap* Geprek, yang merupakan inovasi kuliner hasil kreasi mahasiswa, telah terbukti memberikan kontribusi signifikan dalam mendorong kreasi bisnis lokal. Salah satu alasan utama mengapa *Rice Wrap* Geprek menjadi pilihan menarik bagi mahasiswa dalam program Wirausaha Merdeka adalah karena produk ini tidak hanya mengandalkan rasa, tetapi juga menawarkan kepraktisan dan keunikan. Sebagai makanan yang praktis, *Rice Wrap* Geprek memenuhi kebutuhan konsumen yang semakin mengutamakan kemudahan dalam memperoleh makanan yang enak dan praktis. *Rice Wrap* Geprek memiliki potensi besar untuk berkembang dalam pasar kuliner lokal, terutama di kalangan mahasiswa dan masyarakat urban yang sangat sibuk.

Dalam konteks Wirausaha Merdeka, program ini memberikan mahasiswa kesempatan untuk mengembangkan ide bisnis mereka secara mandiri, dengan dukungan

# PERAN *RICE WRAP* GEPREK DALAM MENDORONG KREASI BISNIS LOKAL PADA WIRAUSAHA MERDEKA UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA

dari perguruan tinggi dalam bentuk pembekalan, pelatihan, serta akses ke mentor dan jaringan bisnis. Beberapa mahasiswa yang terlibat dalam pengembangan *Rice Wrap* Geprek mengungkapkan bahwa mereka merasa lebih termotivasi untuk menciptakan produk yang dapat bersaing di pasar, serta merasa diberdayakan dengan kebebasan untuk mengembangkan ide bisnis mereka sendiri. Melalui produk seperti *Rice Wrap* Geprek, mahasiswa dapat menunjukkan kreativitas dan inovasi mereka dalam dunia kuliner, sekaligus menjawab kebutuhan pasar yang terus berkembang.

Meskipun *Rice Wrap* Geprek memiliki banyak potensi, *Rice Wrap* Geprek juga menghadapi beberapa tantangan yang signifikan dalam mengembangkan bisnis ini. Salah satunya adalah persaingan yang ketat di pasar kuliner, terutama dengan banyaknya pilihan makanan serupa yang muncul setiap saat. Untuk mengatasi hal ini, pengusaha *Rice Wrap* Geprek harus terus berinovasi baik dalam segi rasa maupun konsep penyajian.

### Grafik Tantangan yang Dihadapi Pengusaha *Rice Wrap* Geprek:

Tantangan	Persentase Pengusaha (%)
Persaingan Pasar yang Ketat	35%
Kesulitan Akses Bahan Baku Berkualitas	40%
Manajemen Operasional dan Keuangan	25%

Dari data di atas, dapat dilihat bahwa kesulitan dalam akses bahan baku berkualitas menjadi tantangan terbesar yang dihadapi oleh pengusaha *Rice Wrap* Geprek. Ini menunjukkan bahwa meskipun ada peluang pasar yang besar, *Rice Wrap* geprek perlu melakukan inovasi dan riset untuk mencari solusi bagi masalah pasokan bahan baku.

Pemasaran menjadi kunci penting dalam mempromosikan *Rice Wrap* Geprek ke khalayak yang lebih luas. Pengusaha memanfaatkan media sosial dan *platform digital* untuk menjangkau lebih banyak konsumen. Salah satu strategi yang digunakan adalah dengan mengunggah foto dan video menarik tentang proses pembuatan dan penyajian *Rice Wrap* Geprek di platform seperti Instagram dan TikTok. Dengan pendekatan ini, produk ini menjadi viral dan berhasil menarik perhatian pasar lokal, terutama kalangan mahasiswa.

Setelah melakukan riset mengenai pemasaran digital, hasil survei terhadap 150 konsumen yang menunjukkan bahwa 60% responden pertama kali mengetahui *Rice Wrap* Geprek melalui media sosial, terutama Instagram. Ini menunjukkan betapa efektifnya media sosial dalam memperkenalkan produk baru.

**Grafik Sumber Informasi tentang *Rice Wrap* Geprek:**

Sumber Informasi	Persentase Konsumen (%)
Media Sosial ( <i>Instagram, TikTok</i> )	60%
Rekomendasi dari Teman	30%
Pemasaran Langsung (Brosur, Spanduk)	10%

Dengan data ini, jelas bahwa media sosial berperan sangat penting dalam memperkenalkan *Rice Wrap* Geprek kepada konsumen yang lebih luas. Oleh karena itu, *Rice Wrap* Geprek sangat dianjurkan untuk terus mengoptimalkan penggunaan platform digital untuk memaksimalkan jangkauan pemasaran.

**KESIMPULAN DAN SARAN**

*Rice Wrap* Geprek, sebagai inovasi kuliner hasil kreasi mahasiswa, menunjukkan potensi besar dalam mendorong perkembangan bisnis lokal, khususnya dalam sektor kuliner. Keunikan dan kepraktisannya menjadikannya pilihan menarik bagi konsumen, terutama di kalangan mahasiswa dan masyarakat urban yang mengutamakan kemudahan dalam memperoleh makanan yang enak dan praktis. Dalam konteks program Wirausaha Merdeka, produk ini tidak hanya mencerminkan kreativitas mahasiswa, tetapi juga memberikan mereka peluang untuk mengembangkan ide bisnis secara mandiri dengan dukungan pelatihan, mentor, dan jaringan yang disediakan oleh perguruan tinggi.

Namun, meskipun memiliki potensi yang besar, *Rice Wrap* Geprek juga dihadapkan pada berbagai tantangan, terutama dalam hal persaingan pasar yang ketat dan kesulitan dalam akses bahan baku berkualitas. Untuk mengatasi hal ini, *Rice Wrap* Geprek perlu terus melakukan inovasi, baik dalam hal rasa maupun penyajian, serta mencari solusi untuk mengatasi tantangan pasokan bahan baku.

# **PERAN *RICE WRAP* GEPREK DALAM MENDORONG KREASI BISNIS LOKAL PADA WIRAUSAHA MERDEKA UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA**

Salah satu faktor utama yang mendorong kesuksesan *Rice Wrap* Geprek adalah strategi pemasaran yang efektif, terutama melalui penggunaan media sosial seperti Instagram dan TikTok. Berdasarkan survei yang dilakukan, sebagian besar konsumen pertama kali mengetahui tentang *Rice Wrap* Geprek melalui platform media sosial, yang menunjukkan bahwa pemasaran digital sangat berperan penting dalam memperkenalkan produk baru kepada khalayak yang lebih luas.

Dengan demikian, *Rice Wrap* Geprek memiliki potensi untuk terus berkembang di pasar kuliner lokal, terutama dengan mengoptimalkan penggunaan platform digital untuk memperluas jangkauan pasar dan mengatasi tantangan yang ada. Program Wirausaha Merdeka memberikan kontribusi yang signifikan dalam menciptakan peluang bagi mahasiswa untuk mengekspresikan kreativitas mereka dan mengembangkan bisnis yang berkelanjutan.

## **DAFTAR REFERENSI**

- Fahriyah, A., & Yoseph, R. (2020, July). Keunggulan kompetitif spesial sebagai strategi keberlanjutan UKM di Era New Normal. In *Prosiding Seminar Stiarni* (Vol. 7, No. 2, pp. 104-110)
- Handani, S. W., Saputra, D. I. S., & Hermawan, H. (2019). Pelatihan Kewirausahaan Pada Mahasiswa Stmik Amikom Purwokerto Sebagai Upaya Membangun Usaha Rintisan (Startup). *Jurnal Pengabdian Mitra Masyarakat (JPMM)*, 1(1), 31-41.
- Hasan, M., Noercahyo, A., Rani, A. E., Salsabilla, N. A., & Izzati, S. N. (2021). Pengembangan ekonomi kreatif sektor UMKM di masa pandemi covid-19. *Jurnal ekonomi pendidikan dan kewirausahaan*, 9(2), 125-138.
- Mufidah, N. L. (2012). Pola konsumsi masyarakat perkotaan: studi deskriptif pemanfaatan foodcourt oleh keluarga. *Jurnal Biokultur*, 2(2), 157-178.
- Murti, H. T., Puspita, V., & Ratih, P. (2021). Pemanfaatan Teknologi Informasi dan Manajemen Perubahan Organisasi dalam Mendukung Bisnis Berkelanjutan Pasca Covid-19 pada UMKM di Kota Bengkulu. *Jurnal Bisnis Dan Pemasaran Digital*, 1(1), 33-41.
- Selamat, F., & Tunjungsari, H. K. (2019). Pengembangan kewirausahaan untuk siswa SMA Saint John's Catholic School Meruya melalui peningkatan pemahaman identifikasi ide bisnis. *Jurnal Bakti Masyarakat Indonesia*, 2(1).

Trulline, P. (2021). Pemasaran produk UMKM melalui media sosial dan e-commerce.  
*Jurnal Manajemen Komunikasi*, 5(2), 259.