

PENGEMBANGAN MAKANAN NUSANTARA MELALUI PROGRAM WIRUSAHA MERDEKA

Oleh:

M Rizki Reksa Daradjad¹

Ni Made Ida Pratiwi²

Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Alamat: JL. Bendul Merisi No.2, Jagir, Kec. Wonokromo, Surabaya, Jawa Timur
(60244).

Korespondensi Penulis: rizkireksa@gmail.com

Abstract. *Rice bowl is an innovative and varied product that integrates modern culinary traditions, developed through the Merdeka Entrepreneurship program with the theme of a menu of typical Indonesian cuisine variants at the University of 17 August 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 innovation based on Indonesian traditions. The results of the research show that rice bowls have succeeded in attracting market interest with sales reaching 300 bowls during market tests and demo days, with typical Indonesian flavor variants, namely chicken chili sauce being the best seller and also garlic chili meat with this. The consumer satisfaction survey shows an average score of 4.5 out of 5 for chicken and 4.4 out of 5 for onion chili meat, indicating positive acceptance of this product as well as visitors to the UNTAG SURABAYA Independent Entrepreneur Day demonstration event. Apart from the sambal matah menu, we also provide other menu variants such as black pepper sauce, from the information above the Indonesian menu is still available. It can really compete with similar ricebowl foods found on various innovative menus from other countries.*

Keywords: *Ricebowl, Product Innovation, Archipelago, Independent Entrepreneurs, umkm..*

PENGEMBANGAN MAKANAN NUSANTARA MELALUI PROGRAM WIRUSAHA MERDEKA

Abstrak. *Rice bowl* merupakan produk inovatif dan variatif yang mengintegrasikan tradisi kuliner modern, dikembangkan melalui program Wirausaha Merdeka dengan tema menu varian masakan khas Nusantara 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 nusantara. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *rice bowl* berhasil menarik minat pasar dengan penjualan mencapai 300 bowl selama tes pasar dan *demo day*, dengan varian rasa khas Nusantara yaitu sambal matah ayam menjadi yang terlaris dan juga daging sambal bawang dengan ini Survei kepuasan konsumen menunjukkan skor rata-rata 4,5 dari 5 Untuk ayam dan 4,4 dari 5 untuk daging sambal bawang, mengindikasikan penerimaan positif terhadap produk ini serta para pengunjung acara *demo day* wirausaha merdeka UNTAG SURABAYA selain menu sambal matah kami juga menyediakan varian menu lain seperti saus lada hitam, dari keterangan diatas menu nusantara masih sangat dapat bersaing dengan makanan *ricebowl* serupa yang ada di berbagai menu inovatif dari negara lain.

Kata Kunci: *Ricebowl*, Inovasi Produk, Nusantara, Wirausaha Merdeka, Umkm.

LATAR BELAKANG

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, *mr bowyum* muncul sebagai salah satu solusi kuliner yang menggabungkan elemen tradisional dengan pendekatan modern. Dengan sambal khas Nusantara sebagai bahan dasar yang kaya akan rasa, telah lama digunakan dalam masakan Namun, inovasi dalam penyajian dan pengemasan *mr bowyum* 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. *Mr Bowyum* sebagai produk inovatif mencerminkan bagaimana tradisi dapat diadaptasi untuk memenuhi tuntutan zaman. Melalui modifikasi dan presentasi yang menarik, *Mr Bowyum* dapat menjangkau generasi muda yang cenderung mencari pengalaman baru dalam konsumsi makanan. Ini menunjukkan bahwa dengan kreativitas dan pemahaman yang tepat, produk khas Nusantara dapat diperkenalkan kembali ke masyarakat dengan cara yang lebih segar dan modern.

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.

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

PENGEMBANGAN MAKANAN NUSANTARA MELALUI PROGRAM WIRAUSAHA MERDEKA

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*.

Immersion

Waktu pelaksanaan kegiatan immersion di Bullgrill resto Surabaya dijadwalkan berlangsung tiga kali dalam seminggu, yaitu setiap hari Senin, Rabu dan Jumat, dari pukul 4 sore hingga 7 sore. Selama kegiatan immersion di Bulgrill Resto, kelompok 13 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 di Bullgrill resto. Selain itu, kelompok menerima berbagai masukan terkait pengembangan produk mereka, seperti produk daging dan sambal, yang mencakup aspek rasa, tekstur, dan pengemasan. Pada tahap akhir immersion.

Post Immersion

Tahap *Post-Immersion* atau *Boot camp* 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.

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 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

1. Aspek Pemasaran Aspek pemasaran usaha *rice bowl* mencakup beberapa elemen penting. Pertama, segmentasi pasar sangat penting untuk menentukan target audiens, seperti anak muda atau pekerja. Kedua, variasi menu yang menarik dan sesuai tren dapat menarik lebih banyak pelanggan. *mr.bowyum* merupakan makanan *rice bowl* dengan citarasa khas nusantara dengan design yang cukup simple dan dapat diterima oleh banyak kalangan. Ketiga, strategi promosi yang efektif serta platform sosial yang bisa diakses oleh semua orang seperti contohnya instagram dan tiktok dapat meningkatkan visibilitas usaha. Keempat, lokasi yang strategis sangat berpengaruh terhadap jumlah pengunjung. Kami *mr.bowyum* lokasi event dan CFD untuk melaksanakan proses kegiatan usaha kami dan juga dengan dibantunya sistem pre-order di sosial media
2. Aspek operasional *Rice Bowl* mencakup berbagai elemen penting, mulai dari pengelolaan pasokan bahan baku berkualitas, proses produksi yang efisien, hingga pengaturan sistem distribusi yang memastikan pesanan sampai ke pelanggan dengan tepat waktu dan dalam kondisi terbaik. Selain itu, aspek manajemen sumber daya manusia, seperti pelatihan staf, juga menjadi kunci untuk menjaga konsistensi layanan dan kepuasan pelanggan

PENGEMBANGAN MAKANAN NUSANTARA MELALUI PROGRAM WIRAUSAHA MERDEKA

3. Aspek manajemen dan Sumber Daya Manusia (SDM) dalam usaha *mr.bowyuml* sangat penting untuk menciptakan operasional yang efisien dan menjaga kualitas layanan. Manajemen yang baik mencakup perencanaan keuangan, pengelolaan operasional, serta strategi pemasaran yang tepat untuk menarik pelanggan. Sementara itu, SDM yang berkualitas, melalui rekrutmen yang selektif, pelatihan yang kontinu, dan pengelolaan kinerja yang efektif, akan memastikan bahwa setiap aspek, mulai dari produksi hingga pelayanan, berjalan dengan lancar dan memenuhi ekspektasi pelanggan.

4. Aspek keuangan dalam usaha sangat krusial untuk memastikan kelangsungan dan pertumbuhan bisnis, meliputi perencanaan anggaran yang matang, pengelolaan biaya operasional yang efisien, serta pengawasan aliran kas yang baik agar pendapatan dapat mengimbangi pengeluaran. Selain itu, penetapan harga yang tepat dan pengelolaan margin keuntungan yang optimal akan mendukung stabilitas keuangan dan memungkinkan usaha *rice bowl* untuk berkembang secara berkelanjutan

KESIMPULAN DAN SARAN

Program ini juga menekankan pentingnya keberlanjutan, etika, dan tanggung jawab sosial dalam menjalankan bisnis. Pendekatan ini sejalan dengan visi MBKM untuk mencetak lulusan yang tidak hanya unggul secara akademik, tetapi juga memiliki kemampuan praktis yang mampu memberikan dampak positif bagi masyarakat. Fokus pada nilai-nilai ini memastikan bahwa keberhasilan bisnis yang dihasilkan oleh mahasiswa tidak hanya diukur dari segi ekonomi, tetapi juga dari kontribusinya terhadap pembangunan masyarakat dan lingkungan. Kesuksesan pelaksanaan program Wirausaha Merdeka Angkatan 3 di Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya menjadi bukti konkret keberhasilan kolaborasi antara pemerintah, perguruan tinggi, dan mahasiswa. Dalam program ini, mahasiswa berhasil menciptakan berbagai ide bisnis berkelanjutan yang memberikan dampak nyata terhadap pertumbuhan ekonomi lokal. Hal ini menunjukkan potensi besar program ini dalam membangun ekosistem kewirausahaan yang tangguh di perguruan tinggi. Sebagai penutup, program Wirausaha Merdeka membuktikan bahwa

pengembangan kewirausahaan di kalangan mahasiswa dapat mendorong terciptanya individu yang kreatif, inovatif, dan berdaya saing tinggi. Selain itu, program ini juga berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan. Dokumentasi pengalaman yang disajikan dalam laporan ini diharapkan dapat menjadi inspirasi bagi generasi muda lainnya untuk terus berinovasi dan berkontribusi dalam membangun masa depan yang lebih baik melalui kewirausahaan.

DAFTAR REFERENSI

- Tirto.id. (2022). "Menggali Potensi Kuliner Nusantara Sebagai Bisnis Unggulan." Diakses dari <https://www.tirto.id>.
- Subandi, A. H., & Widodo, R. (2020). "Peran Inovasi Produk dalam Meningkatkan Daya Saing UMKM Kuliner Tradisional." *Jurnal Manajemen UMKM*, 9(3), 120–130.
- Prabowo, D., & Rachmawati, R. (2021). "Strategi Pemasaran Kuliner Tradisional di Era Digital." *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia*, 36(2), 45–56.
- Setiadi, Nugroho J. (2003). *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen*. Jakarta: Prenada Media.
- Femina Online. (2023). "Strategi Sukses Membuka Bisnis Kuliner Lokal." Diakses dari <https://www.femina.co.id>.
- 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 Scienc*
- Wahyono, Teguh. (2017). *Mengelola Usaha Kuliner Tradisional: Dari Konsep Hingga Operasional*. Malang: Universitas Brawijaya Press.