

# KONTRIBUSI PROGRAM WIRAUSAHA MERDEKA TERHADAP INOVASI DAN KREATIVITAS MAHASISWA UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA

Oriana Amelia Widyatama, Drs. Suyatmin Waskito Adi, M.Si.  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Muhammadiyah Surakarta

## Abstrak

Program Wirausaha Merdeka merupakan program yang diinisiasi oleh Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi Republik Indonesia yang bertujuan untuk mendorong semangat kewirausahaan di kalangan mahasiswa. Program ini memberikan kesempatan bagi mahasiswa untuk mengembangkan ide bisnis mereka dengan bimbingan dari dosen pembimbing dan mentor dari UMKM. Program Wirausaha Merdeka memberikan kontribusi positif dalam meningkatkan inovasi dan kreativitas mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta. Melalui program ini, mahasiswa dilatih untuk mengembangkan ide dan merancang produk/jasa yang inovatif. Mereka juga belajar memecahkan masalah secara kreatif. Kendala dalam menjalankan bisnis melatih mahasiswa berpikir out of the box. Interaksi dengan konsumen dan pesaing mempertajam mahasiswa dalam berinovasi. Faktor pendukung utama adalah lingkungan yang mendorong pengembangan ide tanpa rasa takut gagal. Selain itu dalam Program Wirausaha Merdeka Universitas Muhammadiyah Surakarta membahas mengenai seluruh kegiatan yang dilakukan penulis pada saat melaksanakan program yang dilakukan selama 5 (lima) bulan. Program ini direkomendasikan untuk terus dikembangkan dengan penyempurnaan strategi pelaksanaan.

**Kata Kunci :** wirausaha merdeka, inovasi, kreativitas, mahasiswa, universitas muhammadiyah surakarta, mbkm, ide bisnis, pelatihan

## Abstract

The Independent Entrepreneurship Program is a program initiated by the Ministry of Education, Culture, Research and Technology of the Republic of Indonesia which aims to encourage an entrepreneurial spirit among students. This program provides opportunities for students to develop their business ideas with guidance from supervisors and mentors from UMKM. The Independent Entrepreneurship Program makes a positive contribution in increasing the innovation and creativity of Muhammadiyah University Surakarta students. Through this program, students are trained to develop ideas and design innovative products/services. They also learn to solve problems creatively. Obstacles in running a business train students to think outside the box. Interaction with consumers and competitors sharpens students' ability to innovate. The main supporting factor is an environment that encourages the development of ideas without fear of failure. Apart from that, the Independent Entrepreneurship Program at the Muhammadiyah University of Surakarta discusses all the activities carried out by the author while implementing the program which was carried out for 5 (five) months. It is recommended that this program continue to be developed by improving implementation strategies.

**Keywords:** independent entrepreneurship, innovation, creativity, students, muhammadiyah university of surakarta, mbkm, business ideas, training

## 1. PENDAHULUAN

Memasuki era globalisasi atau era digital saat ini ditandai oleh adanya kegiatan dalam kehidupan sehari-hari masyarakat Indonesia yang serba digitalisasi dan otomatis. Era globalisasi dapat meningkatkan kehidupan ekonomi Indonesia menjadi lebih baik, namun datangnya era globalisasi pada bidang ekonomi merupakan tantangan masyarakat Indonesia khususnya para generasi milenial yang harus mempersiapkan diri dalam menghadapi persaingan global saat ini, perkembangan teknologi dan komunikasi di era digital saat ini membuat bisnis di Indonesia memiliki kemajuan dalam hal persaingan pasar global. Generasi milenial mempunyai pemikiran yang lebih inovatif, dan kreatif. Pertumbuhan generasi milenial Indonesia menjadi sebuah kekuatan untuk membentuk masyarakat Indonesia menjadi lebih maju, mulai dari kemajuan ekonomi, teknologi, *E-commerce* dan berbagai bidang lainnya. (Coloumn, 2019)

Wirausaha adalah upaya seseorang untuk berusaha secara berani dan mandiri dalam memanfaatkan sumber daya yang sudah ada dengan merancang produk baru, memikirkan cara memproduksinya, membuat rencana pemasaran, dan mengelola modal operasional untuk menghasilkan sesuatu yang bernilai lebih tinggi. (Ninla Elmawati Falabiba et al., 2014). Kewirausahaan merupakan Seseorang yang menggunakan kemampuan dan potensinya untuk memenuhi kebutuhan hidup atas dasar kemampuan dan potensi usaha yang dimiliki seorang individu dengan memanfaatkan penggunaan seluruh sumber daya, bakat, dan keterampilan yang dimiliki untuk menciptakan sesuatu yang bermanfaat bagi diri sendiri dan orang lain.

Proses menerapkan ide-ide baru ke dalam praktik merupakan salah satu definisi dari inovasi (Deleri, 2015). Sebelum inovasi dilakukan, perlu terjadi penemuan ilmu-ilmu yang selanjutnya dapat diterapkan dalam inovasi. Diantara penemuan dan inovasi, dapat terjadi jeda waktu yang bervariasi dari waktu yang lama atau bertahun-tahun. Penemuan sendiri selain dapat terjadi di dalam perusahaan juga dapat terjadi di luar perusahaan yang melakukan inovasi kemudian dapat menerapkan penemuan dari perusahaan lain tersebut dari kegiatan akuisisi dalam produk atau layanan baru miliknya sendiri. Kedua hal tersebut, yaitu inovasi dan penemuan sangatlah penting karena tanpa penemuan sebuah inovasi tidak akan bisa terjadi. Terdapat empat kategori inovasi, yaitu inovasi proses, inovasi organisasi, inovasi pemasaran, dan inovasi produk (Anonim, 2016). Inovasi proses berarti bahwa suatu kegiatan inovasi berfokus pada perubahan metode produksi atau distribusi yang lebih baik dari sebelumnya, inovasi organisasi berfokus pada perubahan sistem organisasi untuk

meningkatkan efisiensi dan kinerja. Inovasi pemasaran berarti strategi pemasaran baru yang diterapkan ditujukan untuk meningkatkan angka penjualan perusahaan. Terakhir adalah inovasi produk, yang berfokus pada penciptaan produk baru atau layanan baru yang lebih berkualitas dan diminati oleh konsumen.

(Suryana, 2003) Mengartikan Kreativitas sebagai kemampuan mengembangkan ide-ide baru dan untuk menemukan cara-cara baru dalam memecahkan persoalan dalam menghadapi peluang. Kemampuan memulai ide, melihat hubungan yang baru, atau tak diduga sebelumnya. Kemampuan memformulasikan konsep yang tak sekedar menghafal, menciptakan jawaban baru untuk soal-soal yang ada, dan mendapatkan pertanyaan baru yang perlu dijawab. Kreatif juga berhubungan dengan penemuan sesuatu, mengenai hal yang menghasilkan sesuatu yang baru dengan menggunakan sesuatu yang telah ada. Untuk menjadi seorang wirausaha yang sukses dan produk yang dia buat dapat memenuhi permintaan konsumen, wirausaha harus memperhatikan kualitas barang dan jasa yang dia buat. Kreatifitas dan inovasi diperlukan untuk meningkatkan kualitas produk. Kreativitas menurut(M. Nur Ghufron & Riini Risnawita S, 2016), ialah kemampuan seorang individu untuk mengembangkan kemampuan kreatifnya guna menghasilkan suatu hal baru. Dalam kehidupan sehari-hari, kreativitas selalu dikaitkan dengan pencapaian khusus untuk menghasilkan hal yang baru, menemukan cara, gagasan dan melihat macam- macam kemungkinan yang berbeda Kreativitas adalah menemukan ide-ide baru untuk mengembangkan usaha seseorang, dan inovasi adalah bagaimana kreativitas dapat dimanfaatkan untuk membuat produk dan jasa. Bersama- sama, diharapkan para wirausaha mampu memanfaatkan peluang yang ada dan menghasilkan keuntungan yang layak.dapat disimpulkan bahwa kreativitas ialah kemampuan menciptakan ide dan pemikiran baru dengan melihat peluang dan memecahkan masalah.

Program Wirausaha Merdeka sebagai bagian dari implementasi Kampus Merdeka merupakan program strategis unggulan kemendibudristek yang bermanfaat bagi mahasiswa dalam mengembangkan potensi dan jiwa kewirausahaan. Program Wirausaha Merdeka menghadirkan pembelajaran kepada mahasiswa dalam pengembangan kewirausahaan terutama untuk meningkatkan kompetensi manajerial, finansial, adaptasi, teknologi, aktualisasi kreativitas, kemampuan beradaptasi hingga pengembangan kemampuan dalam menciptakan produk yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Mahasiswa juga secara aktif mengembangkan kreativitas dan inovasi kewirausahaan dengan mengikuti berbagai program terbaik yang telah direncanakan di Perguruan Tinggi Pelaksana. Melalui berbagai

kegiatan strategis, inovatif, dan kolaboratif tersebut diharapkan dapat meningkatkan kemampuan mahasiswa dalam *leadership, problem solving, critical thinking*, kerja sama, dan *soft skills* lainnya yang sangat dibutuhkan di masa depan. (Pendidikan & Teknologi, 2023).

Dalam Laporan Akhir Wirausaha Merdeka Program Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM) ini mengulas terkait dengan **Kontribusi Program Wirausaha Merdeka Terhadap Inovasi dan Kreativitas Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta**, yang diterapkan oleh praktikan, dengan melaksanakan Program Kegiatan selama 5 Bulan mulai dari 05 Agustus 2023 s/d 15 Desember 2023.

## 2. METODE

Program Wirausaha Merdeka dilaksanakan selama 1 (satu) semester atau selama 5 (lima) bulan terhitung mulai tanggal 5 Agustus 2023 sampai dengan 15 Desember 2023. Bertempat di Perusahaan Cake & Bakery yang bernama PT. Boga Talenta Indonesia (Halal Bakery Tsabita) Cabang Mayang. Beralamat di Jl. Mangesti Raya No. 88 Mayang, Gatak, Sukoharjo, khususnya dibagian costumer sales & marketing. Keegiatannya berupa workshop, magang, proposal pitching dan expo kewirausahaan.

## 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

### 3.1 Deskripsi Data Penelitian

**Tabel 1. Seminar dan Workshop**

No	Waktu		Lokasi	Materi	Pemateri
1	Sabtu, 5 Agst 2023	10.00-12.00	Ruang Meeting Edutorium UMS (Lt.2)	Studium General Bisnis (membangun mental & motivasi bisnis)	Wahyu Lies ada Ide aja, S.Si
		13.00-15.00		Studium General Bisnis (Spiritual Bisnis)	Andi Kusuma Brata, M.M
2	Senin, 7 Agst 2023	07.00-12.00	Ruang Meeting Edutorium UMS (Lt.2)	Test Potensi (Psikolog)	Team Psikolog
		13.00-15.00		Pengenalan Potensi dan Bakat Bisnis Mendukung Wirausaha	Rizqi Zulfa, S.Psi., M.Psi
		13.00-15.00		Pengenalan Potensi dan Bakat Bisnis	Rizqi Zulfa, S.Psi., M.Psi
3	Selasa, 8 Agst 2023	07.00-12.00	Ruang Meeting	Test Potensi (Psikolog)	Team Psikolog
		13.00-15.00	Edutorium UMS (Lt.2)	Pentingnya Leadership Wirausaha	Gugun Bimantara, S.Psi

4	Rabu, 9 Agst 2023	08.00-10.00	Ruang Meeting Edutorium UMS (Lt.2)	Strategi Mengenal Pasar Bisnis dan UMKM	Bambang Nugroho, S.Sn
		10.00-12.00		Memulai Bisnis: Marketing Langit	Kusnadi Ikhwani. Ir
		13.00-15.00		Hak Cipta dan cara Mendaftar HKI	Prof. Kun Harismah. Ph.D
5	Senin, 14 Agst 2023	08.00-10.00	Ruang Meeting Edutorium UMS (Lt.2)	SWOT- BMC dan Business Plan	Edwin Indarto. M.P
		10.00-12.00		Praktek SWOT – BMC dan Business Plan	Edwin Indarto. M.P
		13.00-15.00		Penentuan HP- Produk dan HP Penjualan	Edwin Indarto. M.P
6	Selasa, 15 Agst 2023	08.00-10.00	Ruang Meeting Edutorium UMS (Lt.2)	Strategi Pemasaran Usaha	Priyo Wijokongko ,S.E, M.M.
		10.00-12.00		Produk Halal & Pendaftaran Produk Halal	Nanung Dandar Dono, Ph.D.
		13.00-15.00		Komersialisasi Produk UKM - UMKM	Ari Yeppi K, M.Si.
7	Selasa, 16 Agst 2023	08.00-10.00	Ruang Meeting Edutorium UMS (Lt.2)	Praktek Digital dan Sosial Media	Layli Lady. ST
		10.00-12.00		Praktek Digital dan Sosial Media	Arnold Meka. S.Sos
		13.00-15.00		Praktek Digital dan Sosial Media	Gus Anwar. S.Kom
8	Sabtu, 19 Agst 2023	08.00-10.00	Ruang Meeting Edutorium UMS (Lt.2)	Praktek Digital dan Sosial Media	Layli Lady, S.T
		10.00-12.00		Praktek Digital dan Sosial Media	Arnold Meka, S.sos
		13.00-15.00		Praktek Digital dan Sosial Media	Gus Anwar, S.Kom
9	Senin, 21 Agst 2023	08.00-10.00	Auditorium Djazman Kampus 1 UMS	Pemetaan Potensi dan Bakat (Sukses S	Tri Wahyuni, S.T
		10.00-12.00		Success Story Usaha Jasa, kuliner, produk dll	Budiono Rohmadi, S.E
		13.00-15.00		Success Story & Industri Kreatif, Lembaga	Dr. Singgih Purnomo, MM
10	Selasa, 22 Agst 2023	08.00-10.00	Auditorium Djazman Kampus 1 UMS	Success Story & Desain,Teknologi Terapan	Agung Purnomo. Ir
		10.00-12.00		Success Story Usaha Jasa, Property, dll	Dr. Budiono. SE. M.M.
		13.00-15.00		Success Story & Desain Bidang Retail, Jasa	Herman W, S.H., M.M.
11	Rabu, 23	08.00-10.00	Auditorium	Kisah Inspiratof	Drs. Joko

	Agst 2023		Djazman Kampus 1 UMS	Menuju Sukses	Santosa, M.M.
		10.00-12.00		Kisah Inspiratif Menuju Sukses Lanjutan (Strategi mendrikan usaha dari NOL)	Suroto, S.E.
		13.00-15.00		Klinik: BMC, BP, SWOT, Prototipe, Desain, packaging	Team WMK UMS
12	Kamis, 24 Agst 2023	08.00-10.00	Ruang Meeting Edutorium UMS (Lt.2)	Bisnis Gigital, Memulai Bisnis Digital, Cara Membuat Pasar Digital	Team Yogyakarta
		10.00-12.00			

Berikut ini adalah cara mendapatkan ide kreatif untuk wirausaha diantaranya : (1) **Passion** yaitu dengan cara mengikuti kata hati/panggilan jiwa; (2) **Creative Habbit** dengan cara melihat sebuah permasalahan dari banyak sudut pandang, dan fokus untuk menciptakan solusi-nya (create); (3) **Adaptive** adalah kemampuan menyesuaikan diri dengan perubahan, bahkan menjadi orang yang merevolusi, membawa perubahan, menjadi trend setter.

**Spiritual Bisnis.** Dan katakanlah : "Bekerjalah kamu, maka Allah dan Rasul-Nya serta orang-orang mukmin akan melihat pekerjaanmu itu, dan kamu akan dikembalikan kepada (Allah) yang mengetahui akan yang ghaib dan yang nyata, lalu diberitakan-Nya kepada kamu apa yang telah kamu kerjakan" (QS.9, At Taubah 105). Dan aku tidak menciptakan jin dan manusia melainkan supaya mereka menyembah (mengabdikan) kepadaku (QS.51, Adz Dzariyat 56).

**Metode Pintar** terdiri dari (1) Spesifik : Kuantitatif/bukan kuantitatif; (2) Dapat Diukur : Hapus Nilai dan Volume/ secara digital; (3) Dapat Dicapai : Sesuatu yang bisa anda capai; (4) Realistis : Semuanya masuk akal; (5) Tepat waktu : Disiplin/Terjadwal.

**Pengenalan Potensi dan Bakat Bisnis.** "Tes minat bakat akan mempertimbangkan kemampuan (*ability*), aspek minat dan psikologis, kemudian akan memberikan sebuah rekomendasi minat bakat secara ilmiah menurut kaidah-kaidah ilmu psikologi".

Kemampuan ditentukan terutama oleh pengetahuan dan keterampilan. Pengetahuan yang sebaiknya dimiliki oleh mahasiswa wirausaha yaitu kenali diri sendiri, lingkungan, bidang usaha yang dimasuki, tahu apa yang harus dilakukan, dan mengenal proses dan sistem yang ditangani, apa yang di capai, bagaimana cara mencapainya, dan risiko, serta cara menanggulangi resiko ini. Dengan kata lain, seorang mahasiswa wirausaha perlu memiliki pengetahuan yang cukup untuk dapat mengarahkan dirinya,

memperoleh peluang usaha, menyusun konsep usaha, membuat perencanaan, masuk pasar, beroperasi (dalam organisasi/sendiri), dan dengan demikian menikmati nilai tambah dan mengembangkan diri. Keterampilan yang harus dimiliki oleh seorang mahasiswa wirausaha : (1) Mempunyai keterampilan konseptual dalam mengatur strategi dan memperhitungkan resiko; (2) Mempunyai keterampilan memimpin dan mengelola; (3) Mempunyai keterampilan teknis bidang usaha; (4) Mempunyai keterampilan berkomunikasi dan berinteraksi.

**Strategi Mengenal Pasar Bisnis.** Cara Mencari pasar saat mau memulai usaha meliputi Cari tahu apa yang paling dibutuhkan konsumen mengidentifikasi apa yang jadi kebutuhan, cari tahu dan tentukan produk sesuai profesi masyarakat, lakukan analisis pada permintaan, lakukan analisis pada penawaran, cari tahu waktu yang tepat untuk meluncurkan produk, identifikasi potensi pasar, lalu analisa SWOT Tipe-Tipe Pasar Bisnis ke Bisnis, industrial Market-Pasar ini umumnya terdiri atas perusahaan- perusahaan yang bergantung pada barang mentah atau barang baku dan kegiatan usahanya adalah produksi barang berwujud, reseller Market-sejenis dengan pada pengecer, pasar ini terdiri dari perusahaan yang membeli produk barang dan jasa untuk dijual langsung kembali kepada pelanggan sebagai pengguna akhir, government Market-untuk menjalankan fungsinya, lembaga pemerintahan juga perlu membeli barang dan jasa dari perusahaan swasta.

Strategi Pasar Tunggal. Dijalankan oleh bisnis yang baru atau kecil, memiliki keterbatasan sumber daya, mencari segmen pasar yang masih diabaikan dan kurang dilayani, memiliki resiko, apabila lingkungan berubah, terlebih jika selera pasar yang ada berubah.

Kepemimpinan dalam konteks bisnis mengacu pada kemampuan seseorang untuk mengarahkan, memotivasi, dan mengelola tim atau organisasi dengan tujuan mencapai tujuan bisnis yang telah ditetapkan. Kepemimpinan bisnis melibatkan berbagai aspek dalam mengarahkan aktivitas operasional dan strategis suatu perusahaan atau organisasi.

Ciri Kepemimpinan yang Efektif dalam Bisnis meliputi kemampuan mengambil keputusan, kemampuan komunikasi, delegasi, kemampuan memotivasi, kemampuan mengelola konflik.

Sukses itu kombinasi keyakinan hati, kejernihan berfikir, kesungguhan usaha, serahkan hasilnya kepada Allah.

Kekayaan Intelektual (KI) atau *Intellectual Property* (IP) dalam pengertian yang luas, diartikan sebagai sekumpulan hak-hak hukum yang dihasilkan dari aktivitas

intelektual di bidang industri, karya ilmiah, sastra, dan seni. (WIPO, 2004)

Hak Cipta hak eksklusif pencipta yang timbul secara otomatis berdasarkan prinsip deklaratif/ pengumuman atas karyanya di bidang seni, literatur, dan ilmu pengetahuan.

Langkah-Langkah Mengurus Hak Cipta secara Online :Masuk ke situs e-hakcipta.dgip.go.id; lakukan registasi untuk mendapatkan username dan password; login menggunakan username yang telah diberikan; mengunggah dokumen persyaratan; melakukan pembayaran setelah mendapatkan kode pembayaran pendaftaran hak cipta; menunggu proses pengecekan, pengecekan dokumen persyaratan formal, jika masuk kategori jenis ciptaan yang dikecualikan, dilakukan verifikasi, mengunggah dokumen persyaratan.

Analisa SWOT adalah suatu metode perencanaan strategis yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan (*Strengths*), Kelemahan (*Weakness*), peluang (*opportunities*), dan Ancaman (*threats*). Berikut penjelasan singkat mengenai masing-masing factor dalam analisis SWOT: *Strengths* (Kekuatan). *Weakness* (Kelemahan). *Opportunities* (Peluang). *Threats* (Ancaman).

*Business Model Canvas* yang sering disebut dengan BMC merupakan kerangka manajemen sebuah bisnis yang dibuat untuk merancang bagaimana strategi bisnis akan dijalankan. Perencanaan tersebut harus didasarkan oleh beberapa hal seperti infrastruktur, keuangan, pelanggan, nilai perusahaan, dan produk.

Aliran produk secara fisik dan ekonomik dari produsen ke konsumen. Suatu proses sosial dan manajerial yang membuat individu/kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan dan mempertukarkan produk yang bernilai kepada pihak lain. Tujuan pemasaran adalah untuk merancang strategi pemasaran dari gagasan produk yang telah dihasilkan pada hasil sebelumnya. Berikut adalah Tujuan dari sistem pemasaran : memaksimalkan konsumsi, memaksimalkan utilitas (kepuasan) konsumsi, memaksimalkan pilihan, memaksimalkan mutu hidup serta kualitas, kuantitas, ketersediaan, harga, lingkungan.

Efisiensi pemasaran adalah pengorbanan yang harus dikeluarkan dalam kegiatan pemasaran menunjang hasil yang bisa didapatkan dari kegiatan pemasaran tersebut. Efisiensi pemasaran dapat dicari dengan menghitung rasio "keluaran-masukan" dalam kegiatan pemasaran yang dilakukan. Semakin tinggi nilai rasio keluaran-masukan, maka pemasaran yang dilakukan semakin efisien.

Biaya pemasaran menunjukkan bagian dari pembayaran konsumen yang



diperlukan untuk menutup biaya yang dikeluarkan dalam proses pemasaran. Biaya tersebut diantaranya: Biaya pembuatan material promosi, biaya iklan, pajak, biaya transportasi.

Analisis strategi pemasaran adalah proses mengevaluasi situasi pemasaran saat ini dan merumuskan strategi pemasaran untuk mencapai tujuan perusahaan. Analisis strategi pemasaran mencakup: (1) Analisis lingkungan internal dan eksternal. Menganalisis kondisi internal perusahaan seperti sumber daya, kapabilitas, dan kinerja pemasaran saat ini. Serta analisis lingkungan eksternal seperti kondisi pasar, perilaku konsumen, pesaing dll. (2) Analisis segmen pasar. Mengidentifikasi dan memilih segmen pasar yang akan ditargetkan. Dilakukan berdasarkan variabel geografis, demografis, psikografis, dan perilaku konsumen. (3) Analisis posisi pasar. Menentukan posisi dan diferensiasi produk di benak konsumen sasaran dibandingkan pesaing. (4) Analisis keunggulan kompetitif. Mengidentifikasi keunggulan kompetitif perusahaan dibandingkan pesaing. (5) Analisis finansial. Memproyeksikan penjualan, biaya, laba/rugi berdasarkan rencana pemasaran yang diajukan.

Tujuannya adalah merumuskan strategi pemasaran terbaik untuk meningkatkan penjualan dan pangsa pasar perusahaan. Analisis ini membantu perusahaan memahami situasi pemasaran saat ini dan merencanakan strategi yang tepat sasaran.

*Selling skill* adalah kemampuan yang dimiliki oleh seseorang untuk menjual produk, baik itu berupa barang ataupun jasa. *Selling skills* ini sangat menentukan apa yang akan dapat anda raih kedepannya; sukses dan tidaknya dalam berbisnis secara tidak langsung dipengaruhi oleh bagaimana kemampuan dalam menjual produk yang anda miliki.

Halal dalam bahasa arab bermakna boleh atau diijinkan oleh syari'at islam untuk dilakukan, tanpa hukuman bagi pelakunya. Halal adalah terminologi islam untuk menunjukkan bahwa sesuatu (makanan, minuman, obat, dan kosmetika) itu diijinkan untuk dikonsumsi atau digunakan oleh konsumen muslim. Fatwa halal adalah keputusan formal atau deklarasi resmi dari majelis ulama yang menyatakan bahwa sesuatu (makanan, minuman, obat, kosmetika) itu boleh dikonsumsi oleh konsumen muslim. Berikut ini merupakan contoh produk haram : (1) Bangkai, darah, daging babi, dan seluruh produk turunannya. (2) Aneka macam produk yang memabukkan (*khamr*), termasuk di dalamnya miras dan narkoba. (3) Daging hewan halal yang tidak disembelih secara syar'i. (4) Berbagai jenis hewan (termasuk burung) karnivora. (5) Berbagai jenis hewan yang menjijikkan, hewan jalaalah.

Sertifikat Halal adalah fatwa tertulis yang menjamin bahwa sebuah produk (makanan) telah diperiksa oleh lembaga yang berwenang (yang memiliki kapabilitas) dan dipastikan bukan merupakan atau tidak dicampur dengan bahan haram.

Alur sertifikasi halal: (1) Buat akun melalui website [ptsp.co.id](http://ptsp.co.id). (2) Unduh dan lengkapi formulir pendaftaran. (3) Upload dokumen pendaftaran. (4) BPJPH (Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal) Mengecek dokumen dan menetapkan ke lembaga pemeriksa halal (LPH). (5) Menguji kehalalan produk. (6) Menetapkan kehalalan produk melalui sidang fatwa halal. (7) BPJPH (Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal) menerbitkan sertifikat halal.

Alur Pendaftaran Merek : (1) Cek merek melalui website [pdki-indonesia.dgip.go.id](http://pdki-indonesia.dgip.go.id). (2) Cari kelas merek pada website [skm.dgip.go.id](http://skm.dgip.go.id). (3) Buat akun melalui website [merek.dgip.go.id](http://merek.dgip.go.id). (4) Buat pemesanan nomer pembayaran melalui website [simpaki.dgip.go.id](http://simpaki.dgip.go.id). (5) Upload dokumen yang berisikan NIB, surat rekomendasi dinas, surat pernyataan UKM/IKM bermaterai, E-Ticket/Logo, Foto tanda tangan pada akun. (6) Langkah terakhir adalah menunggu pengumuman merek diterbitkan.

Alur pendaftaran SPP-IRT : (1) Buat akun OSS + NIB pada website [oss.go.id](http://oss.go.id). (2) Pilih menu PB-UMKU pada akun OSS ketik SPP-IRT. (3) Buat akun SPP-IRT Badan POM melalui website [spirt.pom.go.id](http://spirt.pom.go.id). (4) Lengkapi data usaha. (5) Upload dokumen pendukung seperti surat pernyataan dan desain label. (6) Langkah terakhir adalah menunggu pengumuman Badan POM diterbitkan.

Media sosial atau sering juga disebut sebagai sosial media adalah platform digital yang memfasilitasi penggunaannya untuk saling berkomunikasi atau membagikan konten berupa tulis, foto. Video merupakan platform digital yang menyediakan fasilitas untuk melakukan aktivitas sosial bagi setiap penggunaannya. Media sosial juga merupakan sebuah sarana satu sama lain dan dilakukan secara daring yang memungkinkan manusia untuk saling berinteraksi tanpa dibatasi ruang dan waktu.

Digital Marketing merupakan sebuah pemasaran yang dilakukan secara online dengan menggunakan bantuan internet. Menggunakan platform online untuk memasarkan sebuah bisnis, jasa maupun produk. Berikut beberapa hal yang perlu diketahui sebelum memasuki dunia penjualan melalui online. Kelebihan : lebih hemat biaya, tidak perlubanyak SDM penjualan, tim pemasaran tidak perlu terjun ke lapangan, proses branding produk lebih mudah, potensi pertumbuhan drastis. Kekurangan : yang lambat akan kalah dengan yang cepat, kepercayaan, tidak bersentuhan langsung dengan klien,

rentan kesalahan teknis

Pembesaran kolam tanah dan terpal Budidaya ikan lele berlokasi di kampoeng lele tegalrejo kec. Sawit Boyolali. Dengan luas cakupan area lebih dari 28ha dan menghasilkan output produksi 22 ton per hari Sistem rekayasa lingkungan, dengan memanfaatkan teknologi bioflok

Pengolahan ikan & Kuliner Pengolahan ikan lele menghasilkan produk abon lele, keripik lele, frozen food product. usaha dimulai sejak tahun 2007, sampai dengan saat ini dipasarkan secara nasional, melalui marketplace. kapasitas per hari 500 pc usaha kuliner dengan produk utama pempek dengan nama outlet boss pempek memiliki 32 varian produk dan 3 cabang. Mengapa memilih lele? Bahan baku melimpah, sumber daya alam tersedia, SDM terpenuhi Langkah membangun START UP yaitu Rantai bahan baku produksi, Perluasan jaringan, Sales revenue.

Sucess Story Bidang Jasa. Kunci Sukses : niat yang baik, ridho orang tua (berbakti kepada orang tua), tekun, jujur, berinovasi kolaborasi.

Sucess Story Industri Kreatif. “5 PILAR AGAR USAHA KITA TETAP EKSTENSIF” :

- (1) Manajemen Sumber Daya Manusia (SDM) Mengelola SDM dengan cara disiplin, kreatif, inovatif, cerdas, loyal, jujur, dan dedikasi.
- (2) Manajemen Keuangan dengan cara investasi uang untuk hal-hal produktif, meningkatkan efisiensi, Controlling atau evaluasi terhadap keuangan yang sedang berjalan agar terus bisa mengikuti permintaan konsumen.
- (3) Inovasi Produk. Ada beberapa cara yang dilakukan dalam inovasi sebuah produk diantaranya mengembangkan, memperbaiki, menyempurnakan, dan meningkatkan produk.
- (4) Pemasaran. Mencakup marketing, promosi/periklanan, penjualan, dan pengiriman produk kepada konsumen atau bisnis lain, baik secara offline maupun online.
- (5) Sedekah. Dengan membuat program perusahaan di bidang sosial yang dibutuhkan masyarakat

Sucess Story Bidang Lembaga. Motto Membangun bisnis pendidikan yang berkelanjutan : (1) Sebuah perjuangan butuh kerja keras, kerja cerdas, kerja berkah. (2) Manusia yang beriman selalu menyadari bahwa hanya Allah-lah pemilik segala kehidupan, kita pandai, kita punya sesuatu, semua berasal dari Allah SWT. (3) Tidak boleh sombong, dalam harta dan milik kita ada hak orang lain maka kita harus berbagi kepada orang lain.

Sucess Story bidang desain. Ilmu pengetahuan untuk membesarkan / knowledge :

- (1) Mengatur manajemen yang baik akan mempolakan manajemen hidup kita baik juga secara bisnis, dan hal ini dapat menjadi pengaruh besar kepada bisnis.
- (2) Belajar dari kesalahan

dan mengevaluasi diri. (3) Buat target dan scheduling jangka Panjang. (4) Memanfaatkan platform digital apapun untuk berkembang dan menambah profit. (5) terus belajar, evaluasi diri, dan jangan cepat puas.

Sucess Story Bidang Jasa, Property. Menentukan model bisnis : (1) Bisnis Franchise (Menggunakan konsep yg sudah ada dari brand populer) Secara sederhana model ini tidak mengharuskan seseorang untuk menciptakan konsep usaha sendiri dari awal. (2) Bisnis Marketplace (Melalui Web/Aplikasi) Merupakan jenis website bisnis yang mempertemukan penjual dan pembeli melalui internet atau online. (3) Bisnis Dropship (Mempromosikan) Hanya perlu mempromosikan barang dari produsen tertentu. Bisa dengan memperkenalkannya langsung kepada pelanggan atau memberikan foto foto produknya. (4) Bisnis Subscriptions (Jasa Iklan) Bisnis jenis ini akan membuat pelanggan menjadi customer tetap dan mengharuskannya mengeluarkan biaya berlangganan. (5) Bisnis Manufaktur. Bisnis jenis ini berfokus pada produksi massal barang dan produk dengan memanfaatkan sistem teknologi industri yang canggih.

Sucess Story Bidang Desain dan Retail. Dari Mu'az bin Jabal, Rasulullah SAW bersabda, “Sesungguhnya, sebaik-baik usaha adalah usaha perdagangan,” (HR Baihaqi) Rasulullah Muhammad SAW bersabda, “Hendaklah kamu berdagang, karena di dalamnya terdapat 90 persen pintu rezeki,” (HR Imam Ahmad).

Design Bisnis Retail merupakan definisi dari Retail (eceran) adalah sistem pemasaran produk yang mana transaksi penjualannya langsung ditujukan ke konsumen akhir (End User). Sedangkan Retailer (Pengecer) adalah pelaku yang melaksanakan semua kegiatan pemasaran dari penjualan hingga pendistribusian langsung kepada konsumen .

Kisah Inspirator Menuju sukses. Terdapat Lima tahap proses perubahan secara efektif yaitu Membangun kebutuhan untuk melakukan perubahan, Melakukan visi dan tujuan proses perubahan, Membangun dukungan untuk proses perubahan, Mengelola proses perubahan Memelihara momentum perubahan.

Memahami resistensi organisas ada 5 (lima) yaitu Ancaman terhadap alokasi sumber daya, Ancaman terhadap kekuasaan yang dimiliki Budaya yang berorientasi pada status quo 4. Fokus perubahan yang terbatas Kelompok yang konservatif.

Dasar Marketing Online. Unik adalah menciptakan ide kreatif dari sebuah produk dengan konsep produk yang lebih baik dan menarik. Dengan catatan bisa diproduksi secara kontinu dan tidak mudah ditiru.

SEO (Search Engine Optimization) adalah proses untuk meningkatkan peringkat

pencarian sebuah situs web di halaman hasil pencarian organik dari sebuah mesin pencari (Search Engine). SEM (Search Engine Marketing) adalah salah satu cara meningkatkan peringkat pencarian sebuah situs web dengan memasang iklan di mesin pencari.

### 3.2 Pembahasan

Kegiatan magang UMKM Wirausaha Merdeka dilaksanakan di salah satu perusahaan Cake & Bakery PT Boga Indonesia Talenta atau yang dikenal dengan sebutan Tsabita Halal Bakery. Produk Tsabita halal Bakery memiliki beberapa outlet yang tersebar di beberapa titik solo raya, mulai dari Kartasura, Yosodipuro, Mojosongo, Nusukan, Mayang, Sukoharjo, dan Solo Baru, Tsabita juga memiliki 2 outlet di Semarang. Kegiatan magang berlangsung selama 10 Minggu pada tanggal 28 Agustus sampai dengan 3 November 2023. Kegiatan magang dilakukan berdurasi 8 jam sehari selama lima hari dalam satu minggu kegiatan yang dilakukan di outlet Tsabita adalah *Sales Costumer* dan Marketing/pemasaran produk.

Yang dilakukan di minggu pertama adalah serah terima kepada pihak mitra magang di PT BOGA INDONESIA TALENTA. Selanjutnya pada minggu pertama penulis mempelajari berbagai macam Cake and Bakery yang di jual di Outlet Tsabita. Dalam kegiatan ini dilakukan untuk memberikan gambaran produk yang harus ditawarkan kepada customer seperti variasi dan jenis bakery yang ada di etalase. Di minggu kedua kegiatan penulis adalah belajar mendata produk yang ada di etalase dalam hal ini untuk mencocokkan barang yang masuk dan mengetahui progres produk yang laku. Penulis juga diajarkan bagaimana men-display produk pada etalase. Di minggu ketiga penulis diajarkan bagaimana cara mengoperasikan kasir, hal ini bertujuan untuk melayani pembayaran yang berupa uang tunai dan non-tunai. Di minggu keempat penulis diajarkan mengenai cara membuat laporanpenjualan dan merekap hasil penjualan. Laporan penjualan dibuat untuk mencatat banyaknya penjualan yang dilakukan oleh perusahaan setiap hari. Pada bulan oktober penulis melakukan pemasaran atau marketing produk, penulis diberikan target penjualan oleh Sales Manager Outlet yang harus dikerjakan agar penulis mendapatkan profit 10% dari hasil penjualan. Sasaranproduk Cake and Bakery yang kita jual secara langsung berada di (Universitas, SD, SMP, SMA, atau SMK, kantor, dan instansi). Berikut adalah Jadwal dan Aktivitas kegiatan Magang :

**Tabel 2. Jadwal dan Aktivitas Magang**

No	Waktu	Lokasi	Aktivitas
1	Senin, 28 Agst 2023	PT Boga Indonesia Talenta	Serah Terima Peserta oleh Manager Tsabita Halal Bakery, penyerahan

			Mahasiswa oleh DPL, Plottingan Peserta Magang
2	Selasa, 29 Agst 2023	PT Boga Indonesia Talenta	Pengenalan Outlet
3	Rabu, 30 Agst 2023	PT Boga Indonesia Talenta	Pengenalan Produk Cake & Bakery, Menghafal Macam dan Jenis Cake, Menghafal Price Tag, melayani Customer
4	Kamis, 31 Agst 2023	PT Boga Indonesia Talenta	Pengenalan Produk Cake & Bakery, Menghafal Macam dan Jenis Cake, Menghafal Price Tag, melayani Customer
5	Jumat, 1 Sept 2023	PT Boga Indonesia Talenta	Pengenalan Produk Cake & Bakery, Menghafal Macam dan Jenis Cake, Menghafal Price Tag, melayani customer
6	Senin, 4 Sept 2023	PT Boga Indonesia Talenta	Mendata Produk, mendisplay produk
7	Selasa, 5 Sept 2023	PT Boga Indonesia Talenta	Mendata Produk, mendisplay produk
8	Rabu, 6 Sept 2023	PT Boga Indonesia Talenta	Mendata Produk, mendisplay produk
9	Kamis, 7 Sept 2023	PT Boga Indonesia Talenta	Mendata Produk, mendisplay produk
10	Jumat, 8 Sept 2023	PT Boga Indonesia Talenta	Mendata Produk, mendisplay produk
11	Senin, 11 Sept 2023	PT Boga Indonesia Talenta	Pengoperasian kasir
12	Selasa, 12 Sept 2023	PT Boga Indonesia Talenta	Pengoperasian kasir
13	Rabu, 13 Sept 2023	PT Boga Indonesia Talenta	Pengoperasian kasir
14	Kamis, 14 Sept 2023	PT Boga Indonesia Talenta	Pengoperasian kasir
15	Jumat, 15 Sept 2023	PT Boga Indonesia Talenta	Pengoperasian kasir
16	Senin, 18 Sept 2023	PT Boga Indonesia Talenta	Pengoperasian kasir
17	Selasa, 19 Sept 2023	PT Boga Indonesia Talenta	Pengoperasian kasir
18	Rabu, 20 Sept 2023	PT Boga Indonesia Talenta	Pengoperasian kasir
19	Kamis, 21 Sept 2023	PT Boga Indonesia Talenta	Pengoperasian kasir
20	Jumat, 22 Sept 2023	PT Boga Indonesia Talenta	Membuat Laporan Penjualan
21	Senin, 25 Sept 2023	PT Boga Indonesia Talenta	Membuat Laporan Penjualan

22	Selasa, 26 Sept 2023	PT Boga Indonesia Talenta	Membuat Laporan Penjualan
23	Rabu, 27 Sept 2023	PT Boga Indonesia Talenta	Membuat Laporan Penjualan
24	Jumat, 29 Sept 2023	PT Boga Indonesia Talenta	Membuat Laporan Penjualan
25	Senin, 2 Oktober 2023	Kecamatan Gatak, Sukoharjo	Marketing Produk, Mencari Customer
26	Selasa, 3 Oktober 2023	SMK N 6 Sukoharjo	Marketing Produk, Mencari Customer
27	Rabu, 4 Oktober 2023	PT Boga Indonesia Talenta	Marketing Produk, Mencari Customer
28	Kamis, 5 Oktober 2023	Universitas Muhammadiyah Surakarta	Marketing Produk, Mencari Customer
29	Jumat, 6 Oktober 2023	SMA N 1 dan 2 Surakarta	Marketing Produk, Mencari Customer
30	Senin, 9 Oktober 2023	BKD Kab. Boyolali	Marketing Produk, Mencari Customer
31	Selasa, 10 Oktober 2023	SDN Cengklik Surakarta	Marketing Produk, Mencari Customer
32	Rabu, 11 Oktober 2023	Balai Pengelolaan SDA Kota Surakarta	Marketing Produk, Mencari Customer
33	Kamis, 12 Oktober 2023	SMP Batik Surakarta	Marketing Produk, Mencari Customer
34	Jumat, 13 Oktober 2023	SMA 1 dan 2 Batik Surakarta	Marketing Produk, Mencari Customer
35	Senin, 16 Oktober 2023	SMK N 3 Surakarta	Marketing Produk, Mencari Customer
36	Selasa, 17 Oktober 2023	SMK N 4 Surakarta	Marketing Produk, Mencari Customer
37	Rabu, 18 Oktober 2023	SMK N 2 Surakarta	Marketing Produk, Mencari Customer
38	Kamis, 19 Oktober 2023	Dinas Kepemudaan dan Olahraga Kota Surakarta	Marketing Produk, Mencari Customer
39	Jumat, 20 Oktober 2023	Balai Pengelolaan Jalan Kota Surakarta	Marketing Produk, Mencari Customer
40	Senin, 23 Oktober 2023	Dinas Koperasi UKM dan Menengah kota Surakarta	Marketing Produk, Mencari Customer
41	Selasa, 24 Oktober 2023	SMA N 5 Surakarta	Marketing Produk, Mencari Customer
42	Rabu, 25 Oktober 2023	SMA N 6 Surakarta	Marketing Produk, Mencari Customer
43	Kamis, 26 Oktober 2023	SMA N 3 Surakarta	Marketing Produk, Mencari Customer

44	Jumat, 27 Oktober 2023	Mako Brimob Solo Baru	Marketing Produk, Mencari Customer
45	Senin, 30 Oktober 2023	SMA N 2 Surakarta	Marketing Produk, Mencari Customer
46	Selasa, 31 Oktober 2023	PT Boga Indonesia Talenta	Pengoperasian Kasir, Melayani Customer.
47	Rabu, 1 November 2023	PT Boga Indonesia Talenta	Pengoperasian Kasir, Melayani Customer.
48	Kamis, 2 November 2023	PT Boga Indonesia Talenta	Pelepasan Magang di Outlet Mayang
49	Jumat, 3 November 2023	PT Boga Indonesia Talenta	Pelepasan Magang oleh Mitra Tsabita

### **Pembuatan prototype Usaha**

Prototype usaha ini bergerak pada bidang kuliner yang bernama KETESIN (Kerupuk Telur Asin). kerupuk pada umumnya dibuat dengan menggunakan bahan utama seperti ikan, udang, maupun kulit sapi atau kerbau. Namun kali ini kami membuat sebuah inovasi baru dimana bahan utamanya diganti menjadi telur asin. telur asin sendiri memiliki nilai gizi yang baik bagi kesehatan tubuh. Dalam telur asin kita bisa memperoleh protein, lemak, kalsium, fosfor, zat besi, vitamin A, B dan juga C yang sangat bermanfaat bagi tubuh kita. Selain sehat produk ini menawarkan berbagai varian rasa untuk dikonsumsi sebagai cemilan dan pendamping lauk makan dengan harga yang murah bagi semua kalangan masyarakat.

Selain itu, dalam pembuatan prototype usaha Ketesin ini adapun segmentasi dan target pasar, keunggulan, dan anggaran biaya yang sudah di rencanakan. Perencanaannya sebagai berikut :

Segmentasi Pasar. Ketesin mengelompokkan segmentasi pasar dan target audience sebagai berikut: (1) Segmentasi Demografis. Pada segmentasi demografis ini adalah dipasarkan ke semua orang yang berusia 5-60 tahun dari semua kalangan tanpa memandang tingkat ekonomi maupun pendidikan. (2) Segmentasi Geografis. Pada segmentasi geografis ini menyasar ke konsumen di wilayah perkotaan maupun pedesaan, terkhusus sekitar kampus, sekolah, pasar dan wilayah industri. (3) Segmentasi Psikografis. Pada segmentasi psikografis ini menargetkan ke orang yang suka bersantai atau melakukan pekerjaan ringan sambil menikmati makanan ringan yang mudah di dapatkan.

Target Pasar. Ketesin memilih target pasarnya yakni masyarakat dan mahasiswa sekitar kampus.



Keunggulan. Keunggulan kompetitif dan nilai tambah yang ditawarkan dari produk kerupuk telur asin ini adalah rasa yang khas pada telur asin menjadi daya tarik utama bagi konsumen, bahan baku yang berkualitas tinggi artinya kami menggunakan bahan baku yang memiliki kualitas yang sangat baik dan sesuai dengan standar yang ditetapkan. proses produksi yang higienis. Mencakup pencampuran bahan, pembentukan adonan, penggorengan, dan pengemasan. Menginovasikan sebuah produk dengan berbagai varian rasa seperti balado, barbeque, pedas daun jeruk, asin, gurih, dan extra pedas. Kemasan yang menarik dan berlogo membuat nilai tambah tersendiri pada produk ketesin.

Analisis SWOT. (1) Kekuatan (*Strengths*) : Kualitas rasa dan tekstur produk yang khas (beda dengan yang lain), Harga jual yang murah dan ramah di kantong, Kemasan menarik dan berlabel, Proses produksi yang higienis dan menggunakan bahan yang berkualitas, Produk bisa tahan lama, Terdapat varian rasa yang tidak di temukan pada kerupuk telur asin lain seperti : balado, barbeque, pedas daun jeruk, asin, gurih, dan extra pedas. (2) Kelemahan (*Weakness*): Harga bahan baku yang relatif tidak menentu (fluktuatif), Kesulitan dalam menjaga konsistensi rasa, Jika produk tidak disimpan dengan baik maka produk mudah bau, Peralatan produksi yang masih terbatas. (3) Peluang (*Opportunities*) : Belum ada kerupuk telur asin yang terdapat variasi rasa, Belum begitu banyak pesaing untuk snack yang berjenis kerupuk telur asin, Beragam segmen pasar kerupuk telur asin bisa menjadi camilan anak-anak, remaja dewasa, bahkan orang tua. Semua kalangan umur menyukainya. (4) Ancaman (*Threats*) : Banyaknya jenis snack keripik dan kerupuk di pasaran yang membuat persaingan semakin luas, Selera konsumen dan trend jajanan yang selalu berubah-ubah mempunyai pengaruh yang besar terhadap pembelian produk.

Berikut merupakan anggaran biaya yang diperlukan dalam pembuatan produk KETESIN (Kerupuk Telur Asin).

**Tabel 3. Anggaran Biaya dan Peralatan**

Aktivitas	Satuan	Kuantitas	Biaya Satuan	Sumber Pendanaan	
				Mandiri	WMK
<b>Bahan Habis Pakai</b>					
Pembelian Tepung Terigu	Kg	5	Rp 15.000		Rp 75.000
Pembelian Tepung Tapioka	Kg	10	Rp 12.000		Rp 120.000
Pembelian Telur Asin	Butir	100	Rp 3.000		Rp 300.000
Pembelian Bawang Putih	Sachet	20	Rp 1.000		Rp 20.000
Pembelian Baking Soda	Botol	1	Rp 7.000		Rp 7.000
Pembelian Penyedap Rasa	Sachet	20	Rp 1.000		Rp 20.000
Pembelian Garam Bubuk	Kg	1	Rp 5.000		Rp 5.000

Pewarna Makanan	Botol	1	Rp 6.500		Rp 6.500
Pembelian Bumbu Tabur Balado	Pack	2	Rp 8.000		Rp 16.000
Pembelian Bumbu Tabur Barbeque	Pack	2	Rp 8.000		Rp 16.000
Pembelian Bumbu Tabur Balado Extra Pedas	Pack	2	Rp 8.000		Rp 16.000
Pembelian Bumbu Tabur Asin Gurih	Pack	2	Rp 8.000		Rp 16.000
Pembelian Bumbu Tabur Keju	Pack	2	Rp 8.000		Rp 16.000
Pembelian Minyak Goreng	Lt	30	Rp 20.000		Rp 600.000
Pembelian kemasan Standing Pouch 150 gr	Pack	10	Rp 20.000		Rp 200.000
Pembelian kemasan Standing Pouch 100 gr	Pack	5	Rp 15.000		Rp 75.000
Pembelian Kantong Plastik	Pack	5	Rp 10.000		Rp 50.000
Pembelian Air Galon	Galon	5	Rp 10.000		Rp 50.000
Pembelian Sarung Tangan Plastik	Pack	1	Rp 8.000		Rp 8.000
Pembelian sabun Cuci Piring	lt	1	Rp 8.500		Rp 8.500
Pembelian Gas	Tabung	5	Rp 20.000		Rp 100.000
Pembelian Logo Sticker	Lembar A3	250	Rp 500		Rp 125.000
<b>Penyewaan Alat</b>					
Alat Pemotong Kerupuk	Unit	2	Rp 45.000		Rp 90.000
Timbangan Kue	Unit	1	Rp 30.000		Rp 30.000
Baskom stainless	Unit	5	Rp 45.000		Rp 225.000
Pisau	Unit	5	Rp 4.000		Rp 20.000
Tampah Bambu	Unit	5	Rp 15.000		Rp 75.000
Kaleng Toples Stainless	Unit	6	Rp 40.000		Rp 240.000
Spatula	Unit	2	Rp 20.000		Rp 40.000
Serok Penggorengan	Unit	2	Rp 15.000		Rp 30.000
Regulator	Unit	1	Rp 110.000		Rp 110.000
Wajan Penggorengan	Unit	2	Rp 200.000		Rp 200.000
<b>Biaya Sewa Alat penggorengan</b>					
Kompur 2 Tungku	Unit	1	Rp 125.000		Rp 225.000
<b>Biaya Sewa Alat Pembuatan Kerupuk</b>					
Mixer	Unit	1	Rp 250.000		Rp 250.000
Pengkukus	Unit	1	Rp 260.000		Rp 260.000
Blender	Unit	1	Rp 230.000		Rp 230.000
<b>Biaya Pemasaran</b>					
Biaya Iklan di Media Sosial	Paket	3	Rp 15.000		Rp 45.000
<b>Total Anggaran Biaya</b>					<b>Rp 3.920.000</b>

**Harga Pokok Penjualan** = Total Biaya Produksi : Jumlah Produk yang dihasilkan

$$= \text{Rp}3.920.000/400 \text{ pack} = \text{Rp}10.000$$

### **Keuntungan yang diinginkan**

Harga Jual = HPP Per Pcs + (HPP per Pcs x 50% )

= Rp10.000/Pcs + (Rp10.000/Pcs x 50%)

=Rp15.000/Pcs

### **Laba Kotor**

= Rp15.000 x 400 pack = Rp6.000.000

Laba Bersih = Rp10.000 x 400 pack = Rp4.000.000

Expo Kewirausahaan. Expo ini merupakan kegiatan terakhir dari rangkaian program Wirausaha Merdeka. Kegiatan ini dilaksanakan di CFD depan Edutorium UMS dan di D'Tjolomadoe. Expo kewirausahaan di UMS Terdapat 80 stand kuliner mulai dari usaha kuliner, fashion, jasa, industri, dll. Kegiatan ini dimeriahkan dengan adanya live music dan juga dorprize kupon undian. Para pembeli akan diberi nota dan nota tersebut bisa di tukarkan ke panitia untuk mendapatkan kupon hadiah dorprize jika beruntung. Expo Wirausaha Merdeka bertujuan untuk memberdayakan dan mendorong semangat kewirausahaan di kalangan generasi muda. Kegiatan yang diselenggarakan diharapkan dapat memacu semangat entrepreneurship dan mencetak wirausahawan muda yang tangguh dan kreatif. Selain itu, kegiatan ini diharapkan dapat menumbuhkan minat berwirausaha sehingga dapat mengurangi pengangguran di kalangan generasi muda.

Dampak Kegiatan Wirausaha Merdeka terhadap Inovasi dan Kreativitas Mahasiswa

- 1) Mendorong Mahasiswa untuk berfikir kreatif dan inovatif dalam menciptakan sebuah produk/ jasa dapat bersaing di pasar. Dengan terjun dalam dunia wirausaha mahasiswa dituntut untuk menemukan celah pasar dan memecahkan masalah dengan kreativitas tinggi.
- 2) Memberikan kesempatan kepada mahasiswa untuk mengimplementasikan sebuah ide dan gagasan inovatif mereka. Melalui program wirausaha merdeka ini mereka bisa langsung mencoba mendirikan *start up*/ mengembangkan produk baru tanpa harus menunggu lulus kuliah.
- 3) Melatih keberanian mahasiswa untuk berkreasi dan inovasi. Kegiatan wirausaha merdeka melatih mahasiswa mengasah soft skills seperti berfikir kritis, negosiasi, dan manajemen resiko serta tidak takut mengambil resiko dengan mencoba hal-hal baru di dunia wirausaha.
- 4) Memperluas wawasan dan jaringan mahasiswa. Dengan terjun langsung mahasiswa mendapat inspirasi baru dari para mentor dan teman teman sesama wirausahawan muda

untuk terus berinovasi.

- 5) Memberikan modal dan pengalaman berharga untuk mahasiswa yang ingin menjadi *entrepreneur* pengalaman merintis *start up* sejak masa kuliah dapat menjadi bekal lulus.

## **4. PENUTUP**

### **4.1 Kesimpulan**

Wirausaha Merdeka merupakan salah satu program kampus merdeka yang diinisiasi oleh kementerian pendidikan kebudayaan riset dan teknologi Republik Indonesia spesial bagi para mahasiswa yang memiliki ketertarikan terhadap dunia wirausaha. Program Wirausaha Merdeka menghadirkan pembelajaran kepada mahasiswa dalam pengembangan kewirausahaan terutama untuk meningkatkan kompetensi manajerial, finansial, adaptasi, teknologi, aktualisasi kreativitas, hingga pengembangan kemampuan dalam menciptakan produk yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Mahasiswa juga secara aktif mengembangkan kreativitas dan inovasi kewirausahaan dengan mengikuti berbagai program terbaik yang telah direncanakan di Perguruan Tinggi Pelaksana. Diharapkan dari program Wirausaha Merdeka ini dapat meningkatkan kemampuan mahasiswa dalam *leadership, problem solving, critical thinking*, kerja sama, dan *soft skills* lainnya yang sangat dibutuhkan di masa depan.

Selama mengikuti program Wirausaha Merdeka ini, penulis menghasilkan sebuah ide usaha yaitu pembuatan "KETESIN (Kerupuk Telur Asin)". Sekarang ini banyak pengusaha memilih bisnis kuliner dibandingkan dengan bisnis lain dengan alasan manusia membutuhkan makanan di setiap waktunya. Ketesin merupakan sebuah ide yang lahir dari inovasi telur asin yang dibuat dengan penambahan tepung tapioka serta rempah rempah pilihan.

Unik dan menarik kerupuk telur asin memiliki cita rasa yang unik dan menarik karena perpaduan telur asin yang gurih dan kerupuk yang renyah. Rasa ini jarang ditemukan di camilan lain. Usaha ini sangat menarik minat pembeli karena makanan ini mempunyai rasa yang berkualitas dan dapat dinikmati oleh semua kalangan dengan harga yang ekonomis sehingga dapat menjadikan usaha ini dapat cepat berkembang dan menyebar luas. Ketesin hadir dengan varian rasa yang bermacam-macam sehingga memiliki daya tarik tersendiri bagi konsumen

Banyak manfaat dan kesan yang didapat selama mengikuti Wirausaha Merdeka.

Mulai dari pelatihan dan pembekalan materi-materi terkait kewirausahaan, pengalaman tokoh pebisnis sukses, pendampingan mentor dalam mengembangkan usaha, kesempatan dalam memasarkan produk yang lebih luas, pengembangan jiwa kewirausahaan untuk melatih mental dan menumbuhkan jiwa *entrepreneurship*, serta mendapatkan modal untuk memulai atau mengembangkan usaha

## 4.2 Saran

Adapun saran bagi peneliti selanjutnya berdasarkan penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1) Bagi Mahasiswa. Diharapkan Kegiatan Wirausaha Merdeka selanjutnya mahasiswa lebih bersungguh-sungguh dalam mengikuti rangkaian kegiatan. Terutama lebih disiplin dalam mengisi logbook di website wirausaha merdeka serta lebih memperhatikan dalam mengikuti workshop dari rangkaian kegiatan lainnya sehingga terwujud tujuan dari dilaksanakannya program wirausaha merdeka. Selain itu, setelah mengikuti program wirausaha merdeka diharapkan mahasiswa dapat melanjutkan usaha yang sudah dimulai saat expo serta ada kontinuitas dan kebermanfaatannya program MBKM yang sudah dilakukan.
- 2) Bagi Perguruan Tinggi Pelaksana Program. Diharapkan panitia pelaksana program dapat merencanakan lebih matang lagi terkait teknis kegiatannya dan ditingkatkan lagi terkait komunikasi dengan peserta karena terkesan mendidik dalam penyampaian informasi. Selain itu, penyampaian informasi terkait pendanaan dapat lebih transparan.
- 3) Bagi Perguruan Tinggi Asal Mahasiswa. Diharapkan dapat memperbanyak lagi kuota mahasiswa yang dapat mengikuti wirausaha merdeka sehingga lebih banyak dalam memunculkan wirausahawan muda dalam kalangan mahasiswa.
- 4) Bagi Pemerintah. Diharapkan pemerintah untuk meningkatkan alokasi anggaran untuk program ini agar bisa menampung lebih banyak peserta tiap tahunnya, kemudian sosialisasikan di seluruh universitas di Indonesia agar informasi Program wirausaha merdeka dapat dijangkau seluruh mahasiswa. Libatkan tokoh dan praktisi wirausaha sukses untuk berbagi pengalaman dan memberi motivasi kepada peserta, Perluas akses pendanaan melalui kerja sama dengan BUMN, CSR, perusahaan, dan lembaga filantropi.

## DAFTAR PUSTAKA

- Alma, B. (2017). *Kewirausahaan untuk mahasiswa dan umum*. Alfabeta. Anonim. (2016). *Inovasi*. Direktorat Inovasi Dan Inkubator Bisnis. Universitas Indonesia.
- Bram Lesmana Bayumurti, & Ekky Sepriyanto. (2018). *Laporan Tugas Kewirausahaan Karakteristik dan Nilai-nilai Kewirausahaan*.
- Davila, & Tony. (2006). *Profit Making Inovation*. PT Bahuana Ilmu Populer.
- Denis Dilara Dereli. (2015). Innovation Management in Global Competition and Competitive Advantage. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 195, 1365–1370.
- Dwi Prasetyani. (n.d.). *kewirausahaan islami*. CV. Djiwa Amarta Press. Everett M. Rogers. (1983). *Diffusion of innovations*. The Free Press.
- Hurley, R. F., & G. Hult. (1998). Market Orientation, and Organizational Learning: An Integration and Empirical Examination. *Journal of Marketing*, 42–54.
- Keeh, Hean Tat, Mai Nguyen, & Ping. (2007). The Effects of Entrepreneurial Orientation and Marketing Information on the Performance of SMEs. *Journal Business Venturing*, 592–611.
- Lena Ellitan, & Lina Anatan. (2009). *Manajemen Inovasi, Transformasi menuju organisasi kelas dunia*. Alfabeta bandung.
- M. Nur Ghufron, & Riini Risnawita S. (2016). *Teori-Teori Psikologi (Cetakan III)*. Ar-Ruzz Media.
- Ninla Elmawati Falabiba, A. W. , Mayssara A. Abo Hassanin Supervised, A., Wiyono, B., Ninla Elmawati Falabiba, Zhang, Y. J., Li, Y., & Chen, X. (2014). Kewirausahaan. In Paper Knowledge . *Toward A Media History Of Documents*, 5(2).
- Pendidikan, K., & Teknologi, D. (2023). *WIRUSAHA MERDEKA ANGKATAN 2 Tahun 2023*.
- Rusdiana. (2014). *Kewirausahaan Teori dan Praktek*. Pustaka Pustaka. Staff Humas UMS. (2022). *UMS Resmi Buka Cabang di Korea Selatan*.
- Student's Coloumn. (2019). *Era globalisasi menuntut generasi milenial berjiwa entreprenur*.
- Suryana. (2003). *Kewirausahaan*. Salemba Empat.
- Suryana 2003. (2003). *Kewirausahaan, Pedoman Praktis, Kiat dan Proses Menuju Sukses (Edisi Revisi)*. Salemba Empat.
- Tanto Gatot Sumarsono, & H. Supardi, G. G. M. (2019). *Kewirausahaan Teori dan Praktik*.
- Thomas Zimmerer, & Norman M. Scarborough. (1996). *Entrepreneurship and New Venture Formation*. New Jersey: Prentice Hall International, Inc.