

PELAKSANAAN KEGIATAN MBKM KEWIRAUSAHAAN UNTUK MENGEMBANGKAN USAHA MAC & CHEESE

Maria Ricardona Puspita Dewi¹ & Sufiyati²

¹Fakultas Ekonomi Bisnis, Universitas Tarumanagara Jakarta

Email: maria.125220259@stu.untar.ac.id

²Program Studi Sarjana Manajemen, Universitas Tarumanagara Jakarta

Email: sufiyati@fe.untar.ac.id

ABSTRACT

The implementation of MBKM Entrepreneurship activities is an effort to develop entrepreneurial skills for students. This study explains the implementation of MBKM in understanding the development of the pasta food business with cheese sauce among the middle class. People basically like food with the image of delicious and unique taste with guaranteed quality. To create an advanced business, creative and innovative businesses are needed, so that people will be interested in buying the products offered. The implementation of MBKM includes business planning and operational implementation in product sales including promotions, online sales and offline sales such as bazaars. This product comes from Italy and was popularized by America. The main ingredients of this product are macaroni and cheese. There are many things that need to be considered in developing this business, marketing is one example that must be prioritized so that this product will be increasingly known to the outside community. Apart from that, product quality also plays an important role in it, if this product has high quality, more people will buy it. This business has been running for 1 month and the product has been well received by the people who bought it, the positive response from the community means that this product will continue and be developed. The result of implementing MBKM is to give students practical experience in running a business and improve soft skills. Apart from that, it can also train the mentality of students who want to enter the business world for the first time, so that later they will be brave in making decisions and taking risks.

Keywords: implementation of MBKM, macaroni and cheese

ABSTRAK

Pelaksanaan kegiatan MBKM Kewirausahaan yang dilakukan mejadi upaya pengembangan keterampilan kewirausahaan bagi para mahasiswa. Studi ini menjelaskan pelaksanaan MBKM dalam memahami perkembangan bisnis makanan pasta dengan saus keju di kalangan masyarakat menengah. Masyarakat pada dasarnya menyukai makanan dengan citra rasa enak serta unik dengan kualitas terjamin. Untuk mewujudkan usaha yang maju dibutuhkan usaha yang sifatnya kreatif dan inovatif, sehingga masyarakat akan tertarik untuk membeli produk yang ditawarkan. Pelaksanaan MBKM ini meliputi perencanaan bisnis dan pelaksanaan operasional dalam penjualan produknya termasuk promosi, penjualan online dan penjualan offline seperti bazar. Produk ini berasal dari Italia yang di populerkan oleh Amerika. Bahan utama dari produk ini adalah makaroni dan keju. Banyak hal yang perlu diperhatikan dalam mengembangkan usaha ini, pemasaran menjadi salah satu contoh yang harus diutamakan agar produk ini akan semakin dikenal oleh masyarakat luar. Selain itu kualitas produk juga berperan penting didalamnya, jika produk ini memiliki kualitas yang tinggi akan semakin banyak orang yang akan membeli. Usaha ini sudah berjalan selama 1 bulan dan produknya sudah diterima baik oleh para masyarakat yang membelinya, respon positif dari masyarakat yang nantinya produk ini akan terus berlanjut dan dikembangkan. Hasil dari pelaksanaan MBKM ini adalah memberikan mahasiswa pengalaman praktis dalam menjalankan bisnis dan meningkatkan soft skill. Selain itu juga dapat melatih mental seorang mahasiswa yang ingin terjun pertama kali dalam dunia bisnis, agar nantinya mereka akan berani dalam mengambil keputusan serta risiko yang ada.

Kata kunci: pelaksanaan MBKM, makaroni dan keju

1. PENDAHULUAN

Menurut Aisha (2024) salah satu usaha mikro kecil menengah (UMKM) yang berkembang dan masih bertahan adalah bisnis makanan ringan. Jumlah penduduk Indonesia yang banyak memiliki potensi untuk menjadi pelanggan. Makanan ringan dapat dikonsumsi saat bersama keluarga dan teman. Kondisi ini menjadi peluang bisnis. Program MBKM ini bertujuan untuk mengembangkan minat usaha dan meningkatkan *hard skill dan soft skill* dalam mengembangkan usaha. Dalam mengembangkan usaha diperlukan adanya pengenalan produk, agar produk yang dijual dapat dikenaldan diterima oleh masyarakat. Permasalahan yang harus dipecahkan, karena para pesaing

juga tentunya memiliki strategi pasar yang sangat baik, maka dari itu harus ada inovasi dan kreativitas yang dimiliki oleh pembisnis.

Untuk dapat bersaing, penjual harus fokus pada bauran pemasaran. Bauran pemasaran mempunyai peran penting dalam menarik minat beli konsumen. Bauran pemasaran juga dilakukan agar dapat memenuhi target pasar yang diinginkan. Menurut Wahyuni (2021), bauran pemasaran merupakan segala sesuatu yang bisa dilakukan oleh suatu perusahaan dengan tujuan untuk memperbanyak permintaan terhadap barang dan jasa yang dihasilkan, dan juga merupakan konsep yang diutamakan dalam pemasaran. Menurut Manumpil (2021), karena saat ini perkembangan di dunia usaha semakin luas dan menyebabkan persaingan semakin meningkat, maka para pebisnis harus memikirkan segala cara agar para pelanggan merasa puas dengan produk yang mereka inginkan, agar dan pada akhirnya pelanggan akan melakukan pembelian secara berkala dan akan menciptakan loyalitas antar pelanggan. Menurut Hidayah (2021), bauran pemasaran terdapat “empat P”, yang berisikan : jenis barang yang dihasilkan dan akan dijual (*product*), harga jual yang sudah ditentukan (*price*), tempat dimana produk itu dipasarkan (*place*), dan yang terakhir adalah produk itu akan dikenal oleh konsumen (*promotion*). Menurut Haryanto (2019), salah satu cara yang tepat untuk memperkenalkan produk kepada konsumen, agar produk tersebut akan diingat dan dibeli oleh konsumen adalah dengan cara mempromosikan produksi tersebut.

Untuk mewujudkan usaha yang maju dibutuhkan suatu kegiatan usaha yang sifatnya kreatif dan inovatif, sehingga masyarakat akan tertarik untuk membeli produk yang ditawarkan. Banyak dari masyarakat Indonesia menyukai makanan ringan dari luar negaranya. Salah satu makanan yang disenangi oleh masyarakat Indonesia adalah sejenis pasta. Menurut Santoso (2019), pasta adalah sebutan untuk berbagai jenis masakan dengan bahan utama salah satu jenis pasta yang diberi bumbu dan saus. Dalam program MBKM kewirausahaan, produk yang dijual adalah mac and cheese. Produk ini berasal dari Italia yang dipopulerkan oleh Amerika yang cocok dengan lidah orang Indonesia. Bahan utama dari produk kami ini adalah makaroni dan keju. Produk ini cocok sebagai pengganti makanan utama. Target pembeli dalam menawarkan produk ini ke kalangan masyarakat menengah dengan harga yang jauh lebih terjangkau. Menurut Aryon (2024), kegiatan kewirausahaan bukan hanya sekedar seseorang yang sedang melakukan bisnis, melainkan kewirausahaan yang dapat mendorong sikap mental seseorang untuk berani dalam mengambil keputusan, mengambil risiko, serta dapat mengidentifikasi peluang untuk mengubah sebuah ide menjadi sesuatu hal yang dapat diwujudkan.

2. METODE PELAKSANAAN PKM

Dalam melakukan pemasaran terhadap produk ini melalui media sosial seperti whatsapp dan instagram dengan nama @mache_id dengan tujuan agar produk ini semakin dikenal oleh masyarakat sekitar serta dapat memperbanyak pelanggan yang akan menjadi pembeli produk. Harga jual dari produk ini dengan harga Rp. 10.000. Dengan harganya yang terjangkau, diharapkan dapat meningkatkan penjualan. Penjualan produk ini dilaksanakan secara *online* yang berlangsung dari pukul 10.00 - 20.00 dan *offline* yang berlangsung pada pukul 10.00 – 13.00 (kecuali hari minggu pada pukul 15.00 – 19.00). Total penjualan online tiap hariya 10 cup, sedangkan penjualan offline mendapatkan 20 cup.

Tabel 1

Jadwal Kerja Mache

Hari dan Jam Operasional	Sistem Offline	Sistem Online
Senin (10.00 - 13.00)	V	
Selasa (10.00 - 20.00)		V
Rabu (10.00 - 20.00)		V
Kamis (10.00 - 20.00)		V
Jumat (10.00 - 13.00)	V	
Sabtu (10.00 - 13.00)	V	
Minggu (15.00 - 19.00)	V	

Tujuan dari kegiatan usaha ini, agar produk ini dapat dikenal oleh masyarakat sekitar. Oleh karena itu dibuatlah logo dari produk ini yaitu makaroni keju. Karena nama ini sudah terlalu banyak digunakan maka disingkat menjadi mache (*mac & cheese*). Logo yang dibuat terdapat gambar makaroni serta lelehan keju dengan latar belakang berwarna seperti keju.

Gambar 1

Logo Produk



Dalam menjalankan usaha, ada berbagai hal macam ide agar produk ini dapat dikenal oleh masyarakat sekitar dan tentunya akan menarik orang itu untuk membeli. Pada akhirnya dibuatlah flyer produk untuk dijadikan *banner* serta poster yang akan dipasangkan pada saat dilakukan penjualan. *Banner* yang akan digunakan pada saat penjualan secara *offline*, sedangkan poster akan digunakan untuk penjualan *online* yang akan ditempelkan di depan rumah dimana produk itu dibuat.

Gambar 2

Flyer Produk



Produk yang ditawarkan adalah makaroni pasta yang dilumuri dengan lelehan saus keju yang *creamy*. Kemasan yang digunakan adalah *cup papper bowl* dengan tujuan untuk mengurangi sampah plastik. Ukuran kemasan yang digunakan untuk menjual produk ini adalah 10 oz dengan harga Rp. 10.000 . Selain itu, logo ini dibuat untuk dijadikan stiker yang akan ditempelkan pada kemasan produk, yang bertujuan agar dapat menarik para pembeli.

Gambar 3
Produk Mache



Kegiatan usaha offline ini dilakukan di Jl. Cempaka Putih Barat IX A, Jakarta Pusat. Lokasi tempat penjualan cukup strategis untuk usaha ini, karena disekitar tempat berjualan terdapat warung makan yang biasanya dikunjungi para masyarakat untuk makan siang. Pada saat *weekday* , sekitar lokasi penjualan banyak orang yang lalu lalang untuk pergi atau pulang sekolah dan kerja. Pada saat *weekend* disore hari banyak orang yang sedang berolahraga di komplek sekitar tempat berjualan. Pembeli yang membeli produk ini mulai dari anak sekolah, mahasiswa, dan para pedagang yang lewat.

Gambar 3
Kegiatan Penjualan



Secara keseluruhan proses produksi yang dilakukan untuk membuat mac & cheese terdiri dari persiapan bahan baku, proses pembuatan produk, proses pengemasan, dan penyerahan produk kepada pembeli. Bahan baku yang digunakan adalah bahan baku yang berkualitas sehingga produk

yang dihasilkan juga dapat diterima baik oleh para pelanggan. Selain itu, penting untuk menjaga kebersihan untuk menjaga kualitas produk yang dijual dengan menggunakan alat- alat yang selalu dibersihkan sebelum digunakan.

Gambar 4
Proses Produksi



3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan kegiatan usaha *mac & cheese* ini telah membuktikan dan menjadi salah satu contoh penerapan MBKM yang berhasil dalam menjalankan kegiatan usahanya. Usaha ini mulai dilakukan setelah mendapatkan persetujuan dari dosen pembimbing. Pertama kali yang dilakukan adalah pembelian bahan baku, peralatan, serta kebutuhan lainnya yang diperlukan. Jika pada hari itu dilakukan penjualan secara online, maka pembuatan dilakukan ketika ada pesanan yang sudah ditargetkan minimal 10 porsi/ hari. Ketika pada hari itu dilakukan penjualan offline, maka pembuatan dilakukan sebelum dilakukannya penjualan. Terdapat perbedaan hasil antara penjualan online dan offline, dimana penjualan online jauh lebih tinggi hasil yang didapatkannya. Penjualan offline memiliki kekurangan ketika cuaca hujan maka pembeli tidak banyak yang datang. Tetapi pada akhirnya penjualan tetap dilakukan dengan solusi menjual secara online yang kami tawarkan kepada pelanggan kami dan pengiriman dilakukan dengan baik.

Usaha yang telah dijalankan telah mendapatkan keuntungan serta tanggapan yang baik dari setiap pembeli. Usaha *mac & cheese* ini sudah berhasil menjual 10-20 cup per harinya dan sudah memiliki pelanggan tetap yang selalu *repeat order*. Program MBKM kewirausahaan ini memiliki banyak manfaat bagi para mahasiswa agar dapat belajar untuk melakukan bisnis dengan baik, bagaimana cara menarik pelanggan agar membeli produk ini.

Dengan ini penulis berharap agar apa yang telah dilakukan oleh penulis akan menjadi inspirasi bagi para pembaca yang ingin memulai di dunia wirausaha. Diharapkan juga dengan adanya MBKM kewirausahaan ini menjadi dampak baik bagi para mahasiswa yang ingin memulai bisnis. Dengan hal ini juga dapat mengembangkan para wirausahawan muda yang dapat menciptakan lapangan kerja yang pada akhirnya akan menumbuhkan perekonomian negara.

4. KESIMPULAN

Bauran produk merupakan hal yang penting untuk mengembangkan usaha ini, agar produk yang ditawarkan dapat dikenal oleh para masyarakat sehingga dapat menciptakan pelanggan -pelanggan yang menjadi suatu keuntungan tersendiri bagi usaha ini. Meskipun ada para pesaing diluar sana,

jika usaha ini memiliki inovasi dan kreativitas yang terus berkembang maka produk ini akan tetap dikenal dan diingat oleh para masyarakat.

Pelaksanaan kegiatan usaha ini menyimpulkan bahwa bisnis makaroni keju ini memiliki peluang besar untuk terus berkembang di masa depan. Dengan cara pelaku usaha harus memahami apa yang terjadi di pasar dan terus menambah kreativitas dan inovasi agar dapat memenuhi apa yang konsumen butuhkan dan inginkan. Kegiatan usaha ini telah dilakukan dan berjalan sesuai dengan apa yang diharapkan, tetapi seiring perkembangan zaman pelaku usaha harus lebih mengenal keadaan pasar kedepannya. Setelah melakukan kegiatan usaha ini yang dimulai dari perencanaan ide kegiatan usaha, pelaksanaan kegiatan usaha, serta pembuatan laporan hasil akhir dari kegiatan usaha ini. Dengan terpilihnya wirausaha dalam kegiatan MBKM ini dapat menambah pengalaman yang belum pernah didapatkan di dunia bisnis.

Saran untuk para mahasiswa yang ingin membuka usaha makaroni keju ini harus memperhatikan kualitas produk seperti menjaga cita rasa dari produk ini agar tetap sama saat dinikmati para pelanggan serta selalu menjaga kebersihan saat memproduksi makanan tersebut. Pelaku usaha juga harus memiliki ide untuk menarik pelanggan agar membeli produk yang dijual. Hal itu dapat dilakukan dengan cara membuat desain produk yang menarik dan kreatif, disamping itu juga desain produk harus sesuai dengan identitas produk yang akan dijual.

Ucapan Terima Kasih (Acknowledgement)

Puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena rahmat-Nya dapat menyelesaikan makalah ini dengan baik. Tujuan utama dari kegiatan wirausaha ini adalah salah satu syarat kelulusan mata kuliah kegiatan wirausaha serta untuk mendalami teori dan praktik yang akan diterapkan dalam wirausaha yang akan dijalankan. Dalam proses pembuatan makalah ini tak lupa mengucapkan terima kasih kepada orang tua yang senantiasa memberikan dukungan dari awal hingga makalah ini selesai dan segala hormat mengucapkan terima kasih kepada pihak Universitas Taruamngara yang telah menyelenggarakan dan membimbing dalam membuat proyek ini.

REFERENSI

- Aisha, Novi. (2024). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Makanan Ringan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM). *Jurnal Riset Manajemen*, 2(1). 19-28.
- Aryon, Debora. (2024). Pelaksanaan kegiatan mbkm kewirausahaan terhadap usaha paw party. *Jurnal Serina Abdimas*, 2(3), 896-904.
- Haryanto, Mozes. (2019). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Peningkatan Volume Penjualan. *Jurnal of Management*, 5(1). 222-237.
- Hidayah, Ida. (2021). Analisis Strategi Bauran Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan. *Jurnal Ilmiah Bidang Ilmu Ekonomi*, 19(1). 76-82.
- Manumpil, Anggraini. (2021). Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Minat Beli Ulang Produk Geprek Benu Mando. *Jurnal EMBA*, 9(3). 1808-1818.
- Santoso, Agus. (2019). Trend Wisata Kuliner Halal
- Aisha, Novi. (2024). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Makanan Ringan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM). *Jurnal Riset Manajemen*, 2(1). 19-28.
- elalui Olehan Produk Pasta. *Jurnal Media Wisata*, 17(1).
- Wahyuni, Arum. (2021). Efektivitas Bauran Pemasaran Pada Keputusan Pembelian Konsumen Indomaret. *Jurnal Sains Manajemen*, 7(1).