

PELAKSANAAN KEGIATAN KEWIRAUSAHAAN TERHADAP USAHA *POTLUCK – PIRING MANGKOK SHOP*

Tedrick Soetedjo¹ & Vidyarto Nugroho²

¹Program Studi Sarjana Akuntansi, Universitas Tarumanagara Jakarta

Email: tedrick.125220037@stu.untar.ac.id

²Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Tarumanagara Jakarta

Email: vidyarton@fe.untar.ac.id

ABSTRACT

Ceramic tableware is a very useful and beneficial equipment in the lives of every society globally, especially in Indonesia. These benefits arise from the need for food as one of the primary needs that must be obtained by every living human being. For these food needs, both eating and drinking require various ceramic tableware as container to keep them. With this background, the Author realized the great market opportunity from the ceramic tableware segment and established the Potluck business. In this business activity, the Author has succeeded in innovating and implementing it from production to sales. In the early stages of planning, the Author used the Lean Model Canvas tool to identify the great business opportunities from Potluck. The Author innovated by presenting new tableware variants, namely mugs along with plates and bowls of new and unique shapes. Through the Potluck business flag, the Author established a supermarket specifically for ceramic tableware to target the Retail segment and attract potential distributors. Establishing a supermarket certainly has its own problems and challenges. One of the challenges faced by the Author is the difficulty of administration because Potluck's products vary with more than 100 Stock Keeping Units (SKUs). To overcome administrative problems, the Author uses the Moka POS program equipped with a Barcode Scanner to prevent input errors, so that the Potluck supermarket is administratively orderly. To face marketing challenges, the Author strategizes to provide vouchers that are expected to attract customers for the Potluck supermarket. From this entrepreneurial activity, the Author has succeeded in establishing the Potluck supermarket, as a business that will be focused on and developed further in the future.

Keywords: Entrepreneurship, innovation, MBKM program, ceramics tableware production, ceramics tableware sales and marketing

ABSTRAK

Peralatan makan keramik adalah peralatan yang sangat berguna dan bermanfaat dalam kehidupan setiap masyarakat secara global khususnya di Indonesia. Manfaat tersebut timbul dari kebutuhan pangan sebagai salah satu kebutuhan primer yang harus diperoleh setiap manusia yang hidup. Untuk kebutuhan pangan tersebut, baik makan dan minum memerlukan berbagai peralatan makan keramik sebagai wadah yang menampung mereka. Berlatar belakang tersebut, penulis menyadari peluang pasar yang besar dari segmen peralatan makan keramik dan mendirikan usaha *Potluck*. Dalam kegiatan usaha tersebut, penulis telah berhasil melakukan inovasi dan mengimplementasikannya mulai dari kegiatan produksi sampai dengan penjualan. Pada tahap awal perencanaan, penulis menggunakan alat bantu *Lean Model Canvas* untuk mengidentifikasi peluang usaha yang besar dari *Potluck*. Penulis melakukan inovasi dengan menghadirkan varian peralatan makan baru, yakni mug serta piring serta mangkok berbentuk baru dan unik. Melalui bendera usaha *Potluck*, penulis mendirikan supermarket khusus peralatan makan keramik untuk menargetkan segmen *retail* dan menggaet distributor-distributor berpotensi. Mendirikan sebuah supermarket tentunya memiliki permasalahan dan tantangannya tersendiri. Salah satu tantangan yang dihadapi penulis adalah sulitnya administrasi lantaran produk dari *Potluck* yang bervariasi dengan lebih dari 100 *Stock Keeping Unit* (SKU). Untuk mengatasi masalah administrasi, penulis menggunakan program POS Moka yang dilengkapi dengan *Barcode Scanner* untuk mencegah terjadinya kesalahan input, sehingga supermarket *Potluck* tertib secara administrasi. Untuk menghadapi tantangan pemasaran, penulis berstrategi untuk memberikan *voucher-voucher* yang diharapkan dapat menarik pelanggan bagi supermarket *Potluck*. Dari kegiatan kewirausahaan ini, penulis telah berhasil mendirikan supermarket *Potluck*, sebagai suatu usaha yang akan difokuskan dan dikembangkan lebih lanjut di kemudian hari.

Kata kunci: kewirausahaan, inovasi, program MBKM, produksi keramik *tableware*, penjualan dan pemasaran keramik *tableware*

1. PENDAHULUAN

Indonesia Emas 2045 merupakan visi dengan tujuan untuk menjadikan Indonesia sebagai negara adidaya dan mengeluarkan Indonesia dari *middle income trap*. Visi yang ditargetkan pada tahun 2045 tersebut bertepatan dengan usia 100 tahun berdirinya Negara Kesatuan Republik Indonesia

(NKRI). Sebagai negara yang sudah 100 tahun berdaulat, Indonesia harus memiliki ambisi dan semangat perubahan dalam menjadi negara yang tangguh, maju, adil, dan sejahtera (Anjani et al, 2023). Dalam rangka mewujudkan visi besar tersebut, seluruh elemen bangsa dimulai dari pemerintah, rakyat, pelaku usaha, pekerja, asosiasi, dan akademisi harus bersatu dengan semangat “gotong royong” dan “Bhinneka Tunggal Ika.”

Salah satu indikator esensial dalam mengukur tingkat kemajuan suatu negara dapat dilihat dari rasio kewirausahaannya. Rasio kewirausahaan tersebut dapat memberikan gambaran mengenai situasi perekonomian suatu negara. Dengan rasio kewirausahaan yang tinggi, maka suatu perekonomian akan lebih sejahtera. Kerangka berpikir tersebut muncul dari logika bahwa banyaknya pelaku usaha yang ada akan menciptakan banyak lapangan pekerjaan. Berdasarkan hukum penawaran dan permintaan, dengan banyaknya lapangan pekerjaan dibandingkan tenaga kerja yang ada, maka suatu pekerjaan akan lebih dihargai. Dalam situasi yang demikian, pekerja pun satu dengan yang lainnya akan lebih didorong untuk bersifat kompetitif secara sehat. Kompetisi sehat tersebut diharapkan akan mengembangkan kemampuan dan keterampilan mereka menjadi profesional-profesional yang andal dalam bidangnya. Ujung akhir benang merah dari uraian tersebut tidak lain dari terwujudnya suatu perekonomian yang terdorong maju secara cepat dan eksponensial.

Indonesia sebagai suatu negara sendiri memiliki rasio kewirausahaan yang masih terlampau jauh dari rasio idealnya. Hal ini tentu menjadi PR tersendiri bagi para pemangku kepentingan khususnya negara melalui pemerintah untuk memikirkan dan merealisasikan strategi-strategi untuk menghadapi persoalan tersebut. Arif Rahman Hakim (2023) selaku Sekretaris Menteri Koperasi dan UKM menyatakan bahwa rasio kewirausahaan di Indonesia untuk saat ini masih di angka 3,47%, jauh dari target rasio idealnya di 12%. Rasio tersebut menunjukkan kondisi kewirausahaan Indonesia yang masih sangat jauh dari kata baik, dengan membutuhkan tambahan 8,53% yang ekuivalen dengan membutuhkan kenaikan sebesar 346% dari angka saat ini. Fenomena tersebut menunjukkan adanya urgensi bagi negara melalui pemerintah untuk lebih memperhatikan dan mendorong jiwa kewirausahaan (*entrepreneurship*) di kalangan masyarakat. Untuk meningkatkan *entrepreneurship* sendiri tidaklah cukup apabila hanya bergantung dengan pemerintah, melainkan dibutuhkan suatu sinergi yang erat di antara pemerintah, lembaga pendidikan, dan masyarakat untuk menyadari betul betapa pentingnya *entrepreneurship* di dunia modern ini.

Pemerintah melalui Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi (Kemendikbud) telah bekerjasama dengan universitas-universitas untuk mengadakan program Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM) dengan Wirausaha Merdeka (WMK) sebagai salah satu kategori yang difokuskan. Secara etimologi istilah kewirausahaan memiliki unsur kata “wira” dan “usaha.” “Wira” berarti pahlawan, manusia unggul, teladan, dan berbudi luhur dan “usaha” berarti perbuatan untuk meraih suatu tujuan. Bila digabungkan, maka kewirausahaan adalah karakter seorang pejuang untuk melakukan rangkaian perbuatan dalam rangka mencapai tujuannya. Menurut pandangan Thomas W. Zimmerer, kewirausahaan merupakan suatu penjelmaan dari inovasi dan pikiran kreatif dalam rangka pemecahan masalah dan mempergunakan peluang yang dihadapi oleh orang lain setiap harinya (Rosyda, 2024). Berangkat dari definisi tersebut, maka seorang wirausaha harus memiliki karakter-karakter antara lain: kelincahan untuk menentukan arah bisnis, keberlangsungan usaha, kecepatan mengambil peluang, kemampuan beradaptasi terhadap lingkungan, dan kegigihan meraih tujuan.

Inisiasi kegiatan kewirausahaan melalui program MBKM merupakan langkah yang visioner baik dari pihak Kemendikbud maupun universitas untuk menanamkan jiwa kewirausahaan di dalam masyarakat sejak dini sebelum masuk ke dalam dunia kerja. Dengan konsepsi MBKM, mahasiswa diharapkan untuk menjadi agen perubahan untuk bangsa dan negara melalui pembelajaran dan praktik yang mereka lakukan secara mandiri. Kegunaan kegiatan ini sendiri tidak hanya terbatas pada orang yang akan memulai usahanya sendiri, tetapi juga bagi para pekerja potensial. Hal ini dikarenakan kegiatan kewirausahaan ini akan memberikan pembelajaran praktik mengenai konsep-konsep dasar yang esensial sebagaimana diuraikan sebelumnya, yang dapat mendorong kinerja perusahaan tempatnya bekerja melalui berbagai inovasi-inovasi yang menarik dengan risiko yang terukur. Sebagai lulusan yang unggul, mahasiswa-mahasiswa harus memiliki kemampuan yang jeli untuk melihat situasi masyarakat yang dinamis, sehingga dapat mengidentifikasi peluang-peluang usaha yang berpotensi baik untuk dirinya sendiri maupun untuk perusahaan tempatnya bekerja. Besar harapannya lulusan yang dihasilkan MBKM Wirausaha Merdeka dapat merubah bangsa dan negara dimulai dari lingkungan di sekitarnya. Salah satu perwujudan nyata dari MBKM Wirausaha Merdeka dilakukan oleh penulis melalui usahanya “*Potluck*”.

Makan dan minum merupakan kebutuhan pokok dari setiap insan di dunia ini, yang memiliki fungsi sebagai sumber energi utama bagi manusia untuk melaksanakan semua kegiatannya. Dengan kata lain, manusia tidak akan mampu bertahan hidup tanpa asupan makanan dan minuman. Landasan sosiologis tersebut merupakan filosofi dari keyakinan penulis dengan keberlangsungan usaha di industri peralatan makan keramik. Usaha makanan dan minuman yang paling umum ditemukan tidak lain dari restoran, kafe, *food court*, dan sejenisnya. Walaupun terkesan mudah untuk membuat makanan dan minuman dalam suatu restoran, usaha yang demikian tidak lepas dari ciri khas persaingan yang ketat dan tingkat kesuksesan yang rendah. Menurut hasil penelitian *National Restaurant Association*, 60% restoran akan gagal pada tahun pertamanya beroperasi dan 80% akan gagal dalam waktu 5 tahun sejak beroperasi. Berpijak dari risiko yang sangat besar tersebut, penulis beralih fokus pada usaha “pendukung” industri makanan dan minuman, yang tidak lain adalah industri peralatan makan keramik.

Masyarakat zaman modern ini tidak hanya mencari santapan yang enak, akan tetapi juga mencari santapan dengan presentasi yang elegan, menarik, dan estetik. Fenomena ini menjadikan peralatan makan keramik sebagai suatu komponen yang tidak terpisahkan dari hidangan makanan dan minuman yang disajikan. Perpaduan tersebut akan memberikan pengalaman indah dan elegan dari suatu hidangan yang tidak terlupakan oleh konsumen. Kesan tersebut akan menjadi bahan bagi pengunjung untuk menyebarkan pengalamannya menyantap hidangan yang enak dan estetik di waktu yang bersamaan. Dengan globalisasi, penyebaran tersebut baik melalui media sosial maupun dari mulut ke mulut telah terbukti menjadi strategi *marketing* yang paling efektif dan efisien. Modernisasi tersebut telah menggeser paradigma industri peralatan makan keramik menjadi industrialisasi dengan sentuhan artistik. Maksud dari pernyataan tersebut adalah sentuhan artistik tersebut akan diimplementasikan kepada pembuatan peralatan makan keramik yang akan diproduksi dalam skala industri. Uraian di atas telah menjadi katalis yang valid dalam mendorong kemajuan bisnis penulis dalam industri peralatan makan keramik sampai dengan saat ini dan untuk kedepannya.

Peluang bisnis dalam industri peralatan makan keramik sebagaimana diuraikan di atas juga divalidasi dari hasil penelitian yang dilakukan oleh *Global Market Insights*, yang menunjukkan ukuran pasar peralatan makan keramik adalah senilai USD 11,9 miliar pada tahun 2023 dan diperkirakan akan memiliki *Compound Annual Growth Rate* (CAGR) sebesar 5,7% per tahunnya dalam kurun waktu 2024 sampai 2032. Jumlah perusahaan manufaktur dalam skala industri

peralatan makan keramik di Indonesia sendiri bisa dihitung dalam hitungan jari, sehingga kompetisi yang ada pun relatif sedikit dibandingkan dengan sektor industri lainnya. Kompetisi tersebut pun diperkecil dengan adanya orientasi tujuan pasar dari hasil produksi peralatan makan keramik tersebut, yakni untuk pasar ekspor atau pasar dalam negeri. Untuk sekarang, penulis sendiri memiliki fokus pada pasar dalam negeri, dengan jumlah persaingan yang lebih sedikit dibandingkan pasar ekspor. Walaupun pelaku industrinya relatif sedikit, akan tetapi pangsa pasarnya sangat berbanding terbalik dengan jangkauan ke seluruh Indonesia dari Sabang sampai Merauke.

Masyarakat global dan khususnya di Indonesia sangat menggemari produk peralatan makan berbahan dasar keramik, baik *stoneware*, *earthen ware*, *porcelain*, atau *bone china*. Peralatan makan keramik tersebut sudah melekat menjadi bagian dari kebudayaan di Indonesia, yang mana semua makanan adalah paling tepat disajikan dengan bahan keramik. Salah satu hal ini dapat kita temukan pada fenomena para pedagang bakso yang pasti menggunakan mangkok ayam jago. Penggunaan mangkok ayam tersebut salah satunya didorong dengan strategi pemasaran dari pabrik penyedap rasa MSG di Indonesia, yang harus menjual produknya dengan didampingi oleh mangkok ayam jago yang cantik dan khas. Hal tersebut menunjukkan budaya penggunaan peralatan makan keramik yang tertanam dalam di hati masyarakat Indonesia. Di samping itu, terdapat beberapa alternatif dari bahan peralatan makan keramik, yakni yang berbahan gelas dan melamin. Akan tetapi, peralatan makan keramik tetap memiliki *competitive advantage* ketika dibandingkan dengan bahan lainnya tersebut, yakni penampilan yang lebih menarik dengan kilapan yang khas dan harganya yang relatif lebih murah. Selain itu, bahan keramik pun juga tahan panas walaupun bila terjatuh lebih mudah pecah dibandingkan melamin. Akan tetapi peralatan keramik yang sudah melalui proses pembakaran dalam suhu mencapai 1.300°C tetap menjadi pilihan yang awet dan diminati dalam kalangan masyarakat.

Potluck sendiri merupakan sebuah supermarket yang memiliki fokus untuk menjual peralatan makan keramik dengan berbagai variasi. Beberapa model dan bentuk baru peralatan makan keramik yang berhasil dihadirkan oleh penulis. Selain bentuk-bentuk tersebut, penulis juga memasukkan barang *existing* dalam *Potluck*, untuk memperluas variasi yang ada di supermarket tersebut. Peralatan makan keramik yang dipasarkan tersebut pun adalah produk pilihan yang sudah tidak diragukan lagi kualitasnya yang berstandar Standar Nasional Indonesia (SNI) dengan harga yang relatif terjangkau.

Flagship store dari *Potluck* sendiri berada di Gedung Velvet Lantai 3B Tanjung Duren, Jakarta Barat. Pendirian supermarket ini mencoba untuk merubah paradigma klasik yang berpikiran bahwa peralatan makan keramik lebih sering berada di pasar tradisional. Selain itu, pemilihan lokasi dari *flagship store* tersebut sangatlah strategis yang berada di dalam suatu *commercial center*, yang di Lantai 1-nya ada restoran dan Lantai 2-nya ada biliar dan kafe. Pemilihan lokasi tersebut sangatlah berbeda dari lokasi yang konvensional, yang mana pada umumnya pelaku usaha lebih cenderung untuk membuka usahanya di bangunan *stand-alone building* seperti ruko yang berdiri sendiri. Akan tetapi berdasarkan dinamika situasi sekarang, konsep *stand-alone* untuk *retail* tidak memberikan kemajuan yang signifikan. Konsepsi penulis yang demikian berpijak pada adanya *existing community* di gedung tempat penulis mendirikan *flagship store*-nya, sehingga yang menjadi PR bagi penulis adalah bagaimana cara penulis membuat pengunjung tersebut naik ke *Potluck*. Konsep tersebut sangatlah berbeda dari *stand-alone building*, yang mana usaha tersebut memiliki PR tambahan dan jauh lebih berat untuk menggaet pengunjung untuk parkir dan masuk ke dalam toko mereka.

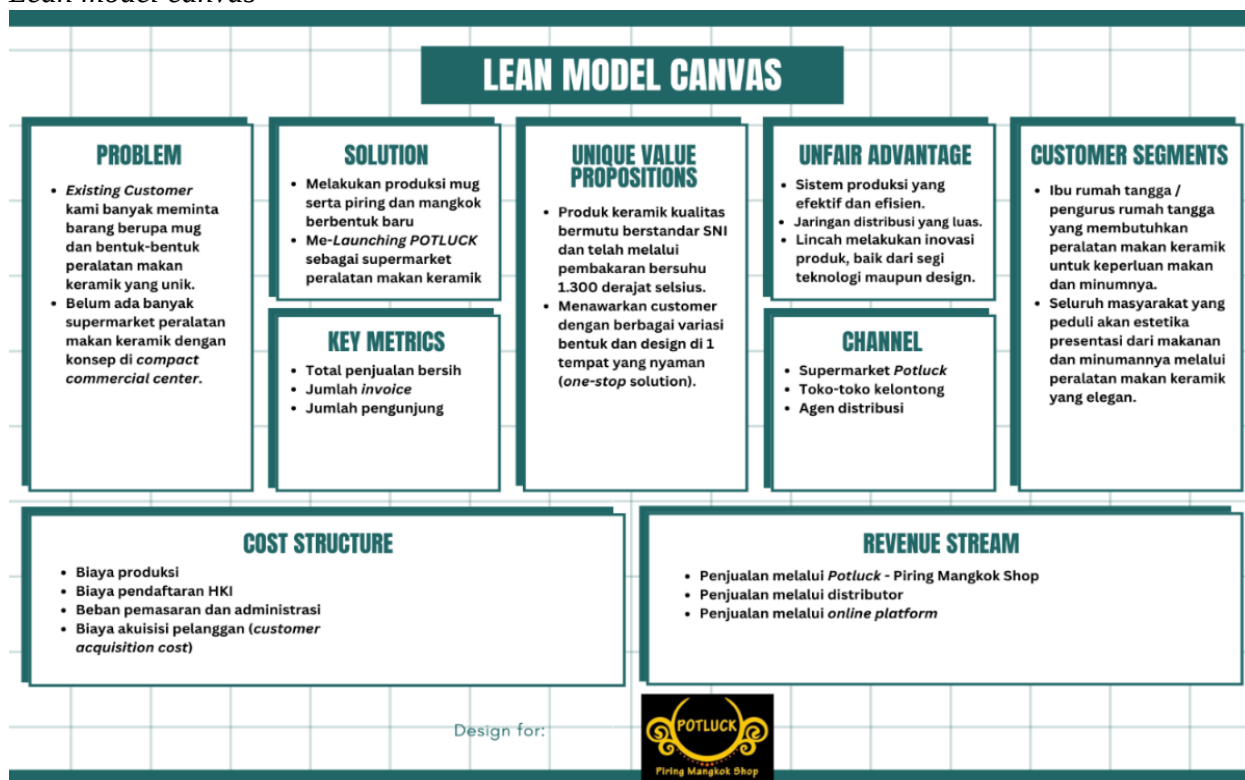
Penulis melihat supermarket peralatan makan keramik masih sangat sulit ditemukan dan jumlahnya bisa terhitung dalam hitungan jari. Fenomena tersebut pun menggeser dan membuat para *customer* peralatan makan keramik untuk membeli peralatan tersebut melalui *online*. Padahal kebanyakan *customer* dari industri ini adalah ibu-ibu, yang kebanyakan dari mereka lebih cenderung untuk berbelanja secara konvensional. Kecenderungan tersebut adalah sifat inheren dari para ibu-ibu yang lebih suka melihat langsung kondisi barang tersebut secara fisik dan bertanya-tanya seputar barang tersebut ke sales di toko tersebut. Melihat secara langsung sangatlah penting untuk menghindari permainan-permainan yang dilakukan pelaku usaha terhadap kualitas dari peralatan makan tersebut. Tidak hanya mengenai kualitas, *customer* peralatan makan keramik juga sangat memperhatikan aspek artistik dari peralatan makan keramik yang dipilihnya. Dengan datang langsung ke supermarket dengan varian yang lengkap, *customer* akan dengan mudah memilih peralatan makan yang tepat sesuai dengan selera artistik mereka tersendiri. Selain itu *customer* pun juga dapat bertanya-tanya kepada sales yang akan dengan sendirinya membangun kepercayaan di antara mereka dengan supermarket penulis. Untuk mengatasi permasalahan dalam situasi pasar tersebut, *Potluck* mencoba untuk menghadirkan supermarket peralatan makan keramik yang menghadirkan banyak varian dengan kualitas yang terjaga dan terjamin serta memberikan pelayanan yang ramah untuk menciptakan lingkungan berbelanja yang nyaman bagi para *customer* khususnya ibu-ibu dalam mencari kebutuhan rumah tangga mereka.

2. METODE PELAKSANAAN MBKM WIRAUSAHA MERDEKA

Berikut merupakan *Lean Model Canvas* yang dapat dilihat pada Gambar 1.

Gambar 1

Lean model canvas



Sebelum didirikannya *Potluck*, penulis telah menyusun *Lean Model Canvas*, yang sangatlah berguna bagi penulis untuk menyusun dan merumuskan model bisnis dari usaha tersebut. *Lean Model Canvas* merupakan langkah pertama dari seorang pelaku usaha untuk mengkonkretisasi ide bisnis yang dimilikinya menjadi suatu kenyataan. *Lean Model Canvas* akan berperan sebagai

validasi terhadap suatu ide bisnis, dengan memastikan ide tersebut sejalan dengan apa yang diinginkan *customer*. *Lean Model Canvas* juga merupakan alat bantu bagi pelaku usaha untuk mengkonstruksikan model bisnis mereka yang berorientasi pada *customer* dan bukan pada perusahaan. Selain itu *Lean Model Canvas* juga membantu pelaku usaha untuk menyusun perencanaan aktivitas usahanya, sehingga dapat berjalan dengan lebih mulus. Adapun *Lean Model Canvas* dari bisnis *Potluck* adalah sebagaimana diuraikan di atas.

Cikal bakal dari usaha *Potluck* sendiri bermula dari keikutsertaan penulis dalam program MBKM Wirausaha Merdeka. penulis sendiri dalam mendirikan usaha tersebut dibimbing oleh Bapak Vidyarto Nugroho, S.E., M.M., Ak., CA. Melalui diskusi yang komprehensif dalam rangka memajukan usaha penulis secara konstruktif, akhirnya terbentuklah suatu supermarket peralatan makan keramik modern minimalis dengan bendera usaha *Potluck*. Penulis lalu mengambil langkah-langkah strategis, mulai dari tahap desain, *sampling*, sampai dengan produksi produk-produk baru yang sebelumnya belum pernah diproduksi. Produk-produk beserta harga jualnya yang berhasil diinovasi oleh penulis adalah sebagaimana digambarkan dalam Tabel 1 berikut:

Tabel 1
Model dan bentuk peralatan makan keramik yang baru

No.	Barang	Harga (termasuk PPN)
1	 Mug 11 Oz Coating Colored Handle	Rp 15.000
2	 Triangle Plate 8"	Rp13.875
3	 Triangle Plate 9"	Rp16.650

4	 <i>Triangle Plate 10,5"</i>	Rp22.200
5	 <i>S Shape Bowl 7"</i>	Rp14.985
6	 <i>S Shape Bowl 8"</i>	Rp20.535
7	 <i>S Shape Plate 9"</i>	Rp16.650
8	 <i>Triangle Soup Plate 9"</i>	Rp16.850

Lalu penulis mulai membuka supermarket *Potluck* di Gedung Velvet Lantai 3B Tanjung Duren, Jakarta Barat. Pengoperasian *Potluck* tidak bersifat sementara mengikuti program MBKM Wirausaha Merdeka ini melainkan bersifat permanen, sehingga besar harapannya bisa terus menerus mengembang. Gedung Velvet sendiri adalah suatu *compact commercial center* dengan adanya restoran di Lantai 1 dan biliar di Lantai 2. Hal ini menempatkan *Potluck* pada posisi yang strategis dengan mudahnya diakses oleh pengunjung *existing* dari Gedung Velvet. Faktor tersebut pun tentunya dapat minimalis biaya akuisisi *customer* (*customer acquisition cost*) untuk membeli produk *Potluck*.

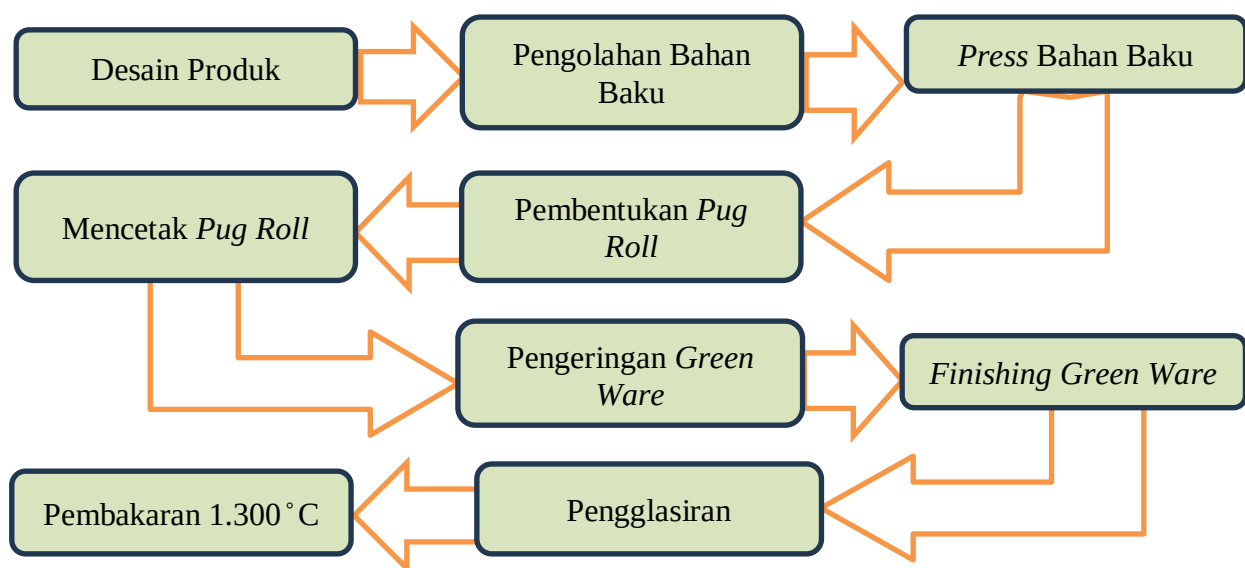
Mengikuti waktu puncak kesibukan dari restoran dan biliar di hari Sabtu dan Minggu, *Potluck* pun menunjukkan tren yang sama dengan penjualan tertinggi pada saat *weekend*. Hal ini juga didukung dengan banyaknya keluarga-keluarga yang meluangkan waktunya beristirahat dan berekreasi ketika *weekend*, sehingga merupakan waktu yang lebih pas untuk mengunjungi supermarket *Potluck*. Melihat potensi lebih ramainya pengunjung di hari Sabtu dan Minggu, maka penulis memutuskan untuk memperpanjang waktu operasi supermarket *Potluck* dari jam 9.00 sampai jam 21.00. Jadwal pengoperasian supermarket *Potluck* diuraikan pada Tabel 2.

Tabel 2
Jadwal pengoperasian Potluck

Waktu	Nama	Tim
Senin (09.00 – 17.00)	Tedrick Soetedjo	Tim <i>Potluck</i>
Selasa (09.00 – 17.00)	Tedrick Soetedjo	Tim <i>Potluck</i>
Rabu (09.00 – 17.00)	Tedrick Soetedjo	Tim <i>Potluck</i>
Kamis (09.00 – 17.00)	Tedrick Soetedjo	Tim <i>Potluck</i>
Jumat (09.00 – 17.00)	Tedrick Soetedjo	Tim <i>Potluck</i>
Sabtu (09.00 – 21.00)	Tedrick Soetedjo	Tim <i>Potluck</i>
Minggu (09.00 – 21.00)	Tedrick Soetedjo	Tim <i>Potluck</i>

Untuk menghasilkan peralatan makan keramik berupa piring, mangkok ataupun mug haruslah melalui proses produksi yang secara sederhana digambarkan dalam bagan pada Gambar 2 berikut:

Gambar 2
Proses produksi peralatan makan keramik



3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Potluck merupakan bisnis yang cikal bakalnya dibentuk melalui proses MBKM Wirausaha Kreatif dan telah berhasil pelaksanaannya. Keberhasilan ini ditandai dengan diterimanya keuntungan dari bisnis ini dan tingkat kepuasan pelanggan yang membeli produk *Potluck*. Kesimpulan dari kepuasan tersebut terutama adalah mengenai kualitas dari produk *Potluck* yang ditawarkan dengan harga yang relatif terjangkau. *Potluck* telah berhasil menjual sekitar 120 *pieces (pcs)* peralatan makan keramik cantik selama periode 1 minggu tersebut. Angka tersebut menunjukkan awal yang baik bagi usaha *Potluck* dan harapannya dapat menjadi fondasi yang kokoh bagi perkembangan-perkembangan di kemudian hari. Besar harapan penulis *Potluck* dapat terus menerus berkembang dan menarik perhatian masyarakat sekitar untuk menjadi pelanggan di supermarket ini.

Adapun beberapa strategi yang penulis implementasikan untuk mengakuisisi *customer*. Salah satunya adalah dengan menerbitkan *voucher* kepada pengunjung restoran “Wing Heng” yang berada di Lantai 1 Gedung Velvet. Dalam memasarkan produk-produk yang artistik, penulis juga memerhatikan tata letak produk-produknya dengan memadukan meja-meja dan rak-rak supermarket yang ditata sedemikian rupa untuk menarik perhatian pengunjung yang datang. Setelah menjalani kegiatan wirausaha ini, penulis juga berhasil menemukan produk-produk mana yang menjadi *best-seller* dan produk-produk mana yang kurang laku. Hasil tersebut sangatlah berguna dalam rangka perencanaan stok terhadap barang-barang tersebut di masa mendatang. Dokumentasi penulis di dalam supermarket *Potluck* dapat dilihat pada Gambar 3.

Gambar 3.
Supermarket Potluck



Selain itu, penulis juga telah melakukan administrasi supermarket *Potluck* dengan baik dan teratur melalui *device* POS Moka. Sistem POS tersebut membantu penulis untuk mencatat penjualan, membuat laporan hasil penjualan harian, dan mencatat *stock* barang dari *Potluck*. POS Moka

sendiri telah terbukti memberikan kemudahan bagi penulis untuk melakukan *stock opname* ataupun pengecekan stok barang melalui satu *device* dan aplikasi yang terpadu. Selain itu, untuk mencegah terjadinya kesalahan *input* barang, penulis menggunakan *barcode lable* pada setiap barang. *Barcode* pertama akan dicetak melalui printer *barcode* dan ditempel kepada barang *Potluck*. Ketika barang tersebut dibeli oleh pelanggan, bagian kasir hanya sisa *scan barcode* tersebut dengan *barcode scanner* yang langsung terintegrasi dengan POS Moka. Barang akan langsung tertampil pada POS Moka, sehingga mencegah terjadinya *human error* dalam mengidentifikasi barang yang dibeli oleh pelanggan. Di samping itu, *Potluck* juga menerima pembayaran *online* (*online payment*) melalui mesin POS Moka dan mesin *Electric Data Capture* (EDC). Pembayaran *online* tersebut membantu meningkatkan kepuasan pelanggan yang kebanyakan dari mereka menggunakan *e-wallet*, serta mengamankan transaksi supermarket *Potluck*. Strategi tersebut telah terbukti efektif dan efisien dalam menjalankan supermarket *Potluck*, sehingga transaksi dan kegiatannya pun dapat berjalan secara mulus dan terkendali. Perlengkapan penunjang supermarket *Potluck* dapat dilihat pada Gambar 4 hingga Gambar 6.

Gambar 4
Alat POS Moka



Gambar 5
Barcode Scanner



Gambar 6
Mesin EDC Bank BCA



Penulis memandang bahwa hasil dari MBKM ini tidak hanya sebagai pelaksanaan program pemerintah dan universitas belaka, akan tetapi memandang program ini sebagai fasilitator dan wadah dari jiwa kewirausahaan penulis. Penulis berharap usaha *Potluck* dapat berkembang dan bermanfaat bagi lingkungan sekitar. Manfaat tersebut paling mudah terwujud dari tersedianya lapangan pekerjaan yang meningkat bagi penduduk sekitar. Seiring berkembangnya usaha *Potluck*, penulis pasti juga akan berencana untuk menambah pekerjaannya dari yang awalnya hanya 1 karyawan, yakni penulis. Selain itu, *Potluck* juga memiliki *tagline* untuk mengutamakan kepuasan *customer*, sehingga mereka dapat merasa manfaatnya dari kehadiran *Potluck* sebagai suatu supermarket.

Selain dari segi bisnis, penulis pun telah meraih banyak sekali manfaat berupa *soft-skill* maupun *hard-skill* dari pelaksanaan usaha *Potluck*. *Soft-skill* yang didapatkan adalah berupa kelincahan dan keberanian dalam mengambil peluang bisnis yang ada, melakukan pemasaran yang efektif dan efisien, serta *manage* kegiatan usaha *Potluck* agar dapat berjalan dengan mulus. Istilah *manage* tersebut seringkali dianggap sepele, akan tetapi nyatanya perlu betul-betul ketelitian dan ketekunan yang dituangkan oleh penulis. Salah satu contohnya adalah perlunya kejelian dari penulis dalam mengawasi pengunjung yang datang. Walaupun penulis tidak berprasangka buruk terhadap pengunjung, akan tetapi selama operasi *Potluck* sendiri sudah ada kehilangan beberapa barang yang tidak terduga. Kehilangan tersebut terjadi walaupun supermarket *Potluck* sudah dilengkapi dengan kamera CCTV hampir di semua sudut. Hal tersebut juga menjadi perhatian bagi penulis untuk perbaikan di kemudian hari. Selain itu, *hard-skill* yang didapatkan tidak kalah manfaatnya dari *soft-skill* tersebut. Salah satu wujudnya adalah penulis mencoba untuk melaporkan pajak kegiatan usahanya sendiri melalui *platform* DJP *online*. Hal tersebut tentunya akan bermanfaat bagi penulis dalam rangka pengelolaan pajaknya nantinya, baik untuk dirinya sendiri ataupun untuk perusahaan tempatnya bekerja.

4. KESIMPULAN

Aktivitas usaha dari *Potluck* merupakan konkretisasi dari kegiatan MBKM Wirausaha Merdeka. Usahanya pun berjalan dengan lancar dengan dibantu perencanaan, persiapan, dan pelaksanaan usaha yang terstruktur. Tidak lupa segala tahapan tersebut bisa berjalan dengan lancar adalah karena masukan dan arahan yang sistematis dan mendetil dari dosen pembimbing penulis, Bapak Vidyarto Nugroho, S.E., M.M., Ak., CA. Penulis sendiri telah berhasil melakukan inovasi dengan memproduksi produk baru dan membuka supermarket peralatan makan keramik dengan bendera usaha *Potluck*. Penulis telah mengimplementasikan berbagai strategi pemasaran, yang salah satunya dengan pemberian *voucher* kepada restoran *Wing Heng* yang berada di Lantai 1 Gedung Velvet, tempat usaha *Potluck*. Penulis pun juga telah berhasil merintis suatu supermarket yang tertib secara administrasi dan bebas dari kesalahan (*free from error*). Upaya tersebut dilakukan penulis melalui *device* POS Moka yang terintegrasi dengan *barcode scanner*, untuk mencegah terjadinya kesalahan input barang dan melakukan administrasi secara lebih tertib. Selain itu, penulis juga telah menerapkan pembayaran berbasis *online* yang dibantu dengan POS Moka dan mesin *Electric Data Capture* (EDC). Pembayaran *online* tersebut diharapkan dapat meningkatkan tingkat kepuasan dari pelanggan sekaligus memastikan keamanan transaksi dari supermarket *Potluck*. *Potluck* pun telah berhasil membawa dampak positif kepada masyarakat. Salah satu wujud manfaat yang paling mudah dimulai oleh *Potluck* adalah dengan memberikan lapangan pekerjaan tambahan bagi masyarakat lingkungan sekitar. Seiring dengan kemajuan *Potluck*, maka penulis akan memerlukan tenaga kerja lebih untuk mendukung kegiatan operasionalnya. Selain itu, dengan SOP pelayanan kami yang ramah dan atentif terhadap pengunjung, penulis telah mendapatkan banyak tanggapan positif dari para *customer*. Hal ini tentu memberikan dampak yang positif bagi mereka yang sedang mencari peralatan makan untuk melengkapi koleksi dapurnya.

Penulis melalui kegiatan MBKM ini tidak hanya memperoleh manfaat bisnis belaka, melainkan juga merasa telah menjadi pribadi yang lebih unggul dan siap menghadapi dunia bisnis ataupun kerja nantinya. Hal ini karena bisnis usaha *Potluck* telah banyak memberikan bekal pelajaran bagi kehidupan penulis. Pertama tentunya *Potluck* telah memberikan penulis suatu fondasi jiwa kewirausahaan yang kokoh melalui analisa tren pasar, risiko yang diambil, potensi pertumbuhan, *budgeting*, dan lainnya. Selain berbicara mengenai kewirausahaan, penulis juga telah didorong untuk berpikir kreatif dalam rangka mengembangkan bisnis yang dirintisnya. Kreativitas tersebut sangatlah diperlukan dalam dunia kerja nantinya. Pelaku usaha telah cenderung mencari pekerja-pekerja yang visioner dan dapat berkontribusi memberikan masukan dalam rangka mengarahkan kebijakan perusahaan di kemudian hari. Keperluan tersebut dilandaskan dari judul buku “*Working Hard is Not Good Enough*” (Prasad, 2013). Untuk dapat meraih kesuksesan, seseorang harus memiliki visi dan tujuan yang diimplementasikannya melalui serangkaian misi-misi, maka dari itu untuk merumuskan hal-hal tersebut seseorang haruslah bekerja dengan cerdas (*work smart*). Yang mana apabila seseorang hanya bekerja keras, maka ia tidak akan sampai pada tujuannya dan bahkan berujung tidak mencapai apapun.

Ucapan Terima Kasih (Acknowledgement)

Penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada seluruh pihak yang telah mendukung dan membantu penulis dalam merintis usaha *Potluck*. Pertama penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada orang tua penulis yang telah mensponsori dan mendukung penuh usaha rintisan penulis ini. Karena tanpa dukungan dari mereka usaha ini hanyalah sebatas proposal diatas secarik kertas. Selanjutnya penulis juga ingin memberikan terima kasih dan apresiasi kepada Bapak Vidyarto Nugroho, S.E., M.M., Ak., CA., yang telah memberikan masukan dan arahan yang konstruktif dan mendalam kepada seluruh tahapan kegiatan kewirausahaan penulis dari awal sampai akhir. Terakhir dan tidak kalah pentingnya, penulis ingin memberikan terima kasih dan penuh apresiasi kepada Kemendikbud Universitas melalui perpanjangan tangan rektor Universitas Tarumanagara dan program studi melalui perpanjangan tangan Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara, Kepala Jurusan Program Studi S1 Akuntansi Universitas Tarumanagara, dan koordinator Wirausaha S1 Akuntansi Universitas Tarumanagara yang telah bersinergi dengan sangat baik dalam rangka memfasilitasi mahasiswa-mahasiswa untuk mengikuti program kewirausahaan ini dengan dibekali pengetahuan-pengetahuan yang mumpuni.

REFERENSI

- Anjani, I.E. (2023). Sosialisasi Pentingnya Pendidikan Bagi Generasi Muda Demi Mewujudkan Indonesia Emas 2045. *Journal of Human and Education*, 3(4), 2. <https://doi.org/10.31004/jh.v3i4.475>.
- Anonim. (2024, Agustus). *Ceramic Tableware Market Size - By Type (Dinnerware, Cookware, Beverageware, Serve ware, Others), By Shape (Round, Square, Rectangular), By Material, By Price Range, By End Use & Forecast, 2024 – 2032*. Global Market Insights. <https://www.gminsights.com/industry-analysis/ceramic-tableware-market>
- Prasad, T.G.C. (2013). *Working Hard is Not Good Enough*. New York: Random House.
- Rosyda. (2024). *Pengertian Kewirausahaan: Konsep, Tujuan, Sifat dan Jenis Wirausaha*. Gramedia. <https://www.gramedia.com/literasi/pengertian-kewirausahaan/>