



Mengembangkan Kreativitas Mahasiswa Universitas Sembilanbelas November Kolaka melalui Kegiatan Entrepreneurship Patnership Challenge (EPC) sebagai Upaya Menumbuhkan Jiwa Wirausaha

INFO PENULIS

Ummu Khusnul Khatimah
Universitas Sembilanbelas November Kolaka
Ummukhusnul06@gmail.com

Syahratul Jannah
Universitas Sembilanbelas November Kolaka
zahratuljannah702@gmail.com

Mutia Delmayana
Universitas Sembilanbelas November Kolaka
mutiadelma085@gmail.com

Listari Saman
Universitas Sembilanbelas November Kolaka
listarisaman@gmail.com

Abdul Razaq
Universitas Sembilanbelas November Kolaka
Abdulrazak992707@gmail.com

INFO ARTIKEL

ISSN: 2808-1307
Vol. 6, No. 2, Agustus 2026
<https://jurnal.ardenjaya.com/index.php/ajsh>

© 2026 Arden Jaya Publisher All rights reserved

Saran Penulisan Referensi

Khatimah, U. K., Jannah, S., Delmayana, M., Saman, L., & Razaq, A. (2026) Pengaruh Kepemimpinan Demokratis Ketua HIMA terhadap Civic Disposition Anggota HIMA PPPKn Universitas Pamulang. *Arus Jurnal Sosial dan Humaniora*, 6 (2), 2831-2845.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan pengembangan kreativitas mahasiswa Universitas Sembilanbelas November Kolaka melalui kegiatan Entrepreneurship Partnership Challenge (EPC) sebagai upaya menumbuhkan jiwa wirausaha. Kegiatan ini dilaksanakan melalui praktik pengembangan produk kuliner yang meliputi tahap identifikasi ide usaha, pemilihan bahan baku, proses produksi, penentuan cita rasa, penetapan harga, pengemasan, penentuan target konsumen, hingga pemasaran. Produk yang dikembangkan terdiri atas tiga jenis, yaitu basreng, jasuke, dan es kuwut timun. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa mahasiswa mampu mengembangkan ide sederhana menjadi produk yang memiliki nilai jual dengan mempertimbangkan kebutuhan, selera, dan kemampuan konsumen. Proses tersebut memberikan pengalaman kepada mahasiswa dalam mengelola kegiatan usaha secara langsung, mulai dari menghasilkan produk hingga memasarkannya melalui penjualan langsung dan media sosial. Kegiatan EPC juga memberikan pengalaman dalam melatih kreativitas, kerja sama, komunikasi, tanggung jawab, pengambilan keputusan, pengelolaan modal, serta kemampuan memecahkan masalah yang muncul selama kegiatan usaha. Berbagai kendala yang dihadapi, seperti persaingan produk, menarik minat konsumen, menjaga kualitas dan konsistensi produk, pembagian tugas, promosi, serta produk yang belum terjual, menjadi bagian dari proses pembelajaran kewirausahaan. Dengan demikian, kegiatan Entrepreneurship Partnership Challenge (EPC) dapat menjadi wadah pembelajaran berbasis praktik yang mendukung pengembangan kreativitas dan jiwa kewirausahaan mahasiswa serta memberikan bekal pengalaman untuk mengembangkan peluang usaha di masa mendatang.

Kata Kunci: kreativitas mahasiswa, Entrepreneurship Partnership Challenge, pengembangan produk, kewirausahaan, peluang usaha.

Abstract

This study aims to describe the development of creativity among Universitas Sembilanbelas November Kolaka students through the Entrepreneurship Partnership Challenge (EPC) program, an initiative designed to foster an entrepreneurial spirit. The program involved practical culinary product development, encompassing stages such as business idea identification, raw material selection, production, flavor profiling, pricing, packaging, target market identification, and marketing. Three types of products were developed: basreng (fried meatball chips), jasuke (corn, cheese, and condensed milk), and es kuwut timun (cucumber-based iced drink). The results demonstrate that students were able to transform simple ideas into marketable products by considering consumer needs, preferences, and purchasing power. This process provided students with hands-on experience in managing business operations, ranging from product creation to marketing via direct sales and social media. The EPC program also fostered skills in creativity, teamwork, communication, responsibility, decision-making, capital management, and problem-solving. Various challenges encountered-such as product competition, attracting consumer interest, maintaining product quality and consistency, task allocation, promotion, and unsold inventory-served as integral parts of the entrepreneurial learning process. Thus, the Entrepreneurship Partnership Challenge (EPC) serves as a platform for practice-based learning that supports the development of student creativity and entrepreneurial spirit, while equipping them with the experience needed to pursue future business opportunities.

Key Words: student creativity, Entrepreneurship Partnership Challenge, product development, entrepreneurship, business opportunities.

A. Pendahuluan

Mahasiswa merupakan generasi yang memiliki peluang besar dalam mengembangkan ide, gagasan, dan inovasi yang dapat memberikan nilai bagi diri sendiri maupun lingkungan sekitar. Kreativitas merupakan salah satu unsur yang mendukung pengembangan kompetensi kewirausahaan mahasiswa. Kreativitas tidak seharusnya dipandang hanya sebagai kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang berbeda, tetapi juga sebagai kemampuan dalam melihat peluang yang ada, menemukan alternatif penyelesaian masalah, serta mengembangkan gagasan menjadi sesuatu yang bermanfaat.

Li, Y., Cao, K., & Jenatabadi (2023) menjelaskan bahwa dalam pendidikan tinggi, kreativitas kewirausahaan dipandang sebagai faktor penting dalam meningkatkan kemampuan inovasi mahasiswa. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa pendidikan kewirausahaan dan kreativitas memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap niat berwirausaha mahasiswa.

Sebagai calon wirausaha, mahasiswa perlu memiliki kreativitas sebagai salah satu unsur penting dalam mengembangkan kemampuan kewirausahaan agar dapat mendukung keterkaitan berbagai aspek dalam proses kewirausahaan. Proses kewirausahaan dalam menciptakan nilai tidak dapat dipisahkan dari kreativitas karena kreativitas berperan dalam melahirkan dan mengembangkan gagasan yang bernilai. Namun, pada kenyataannya, pengembangan kreativitas bukanlah hal yang mudah karena setiap individu memiliki keterbatasan dalam meningkatkan dan mengembangkan kreativitas yang dimilikinya (Olivia dan Nuringsih, 2022).

Kewirausahaan menjadi salah satu bidang yang dapat digunakan sebagai sarana untuk mengembangkan kreativitas mahasiswa secara lebih nyata. Melalui kegiatan kewirausahaan, mahasiswa memperoleh kesempatan untuk belajar mengidentifikasi peluang, merancang produk, menentukan target konsumen, melakukan pemasaran, serta mengevaluasi hasil usaha. Pengalaman tersebut dapat membentuk keberanian, kemandirian, kemampuan berkomunikasi, kerja sama, dan kemampuan mengambil keputusan yang dibutuhkan dalam menjalankan usaha. Proses pembelajaran yang melibatkan praktik secara langsung juga memberikan ruang bagi mahasiswa untuk mengembangkan ide berdasarkan permasalahan dan kebutuhan yang ditemukan di lingkungan sekitar. Kegiatan kewirausahaan yang bersifat praktik memberikan kesempatan kepada mahasiswa untuk mengimplementasikan gagasan yang sebelumnya hanya berada pada tahap pemikiran. Mahasiswa dapat belajar mengidentifikasi kebutuhan konsumen, menentukan ide produk, memilih bahan, melakukan proses produksi, mengembangkan kemasan, menentukan harga, serta memasarkan produk. Proses tersebut secara tidak langsung melatih mahasiswa untuk berpikir kreatif sekaligus mengembangkan kemampuan dalam memecahkan berbagai permasalahan yang muncul selama kegiatan usaha. Dengan demikian,

kegiatan kewirausahaan tidak hanya berorientasi pada hasil penjualan, tetapi juga pada proses pembentukan pengalaman, keterampilan, dan sikap kewirausahaan mahasiswa.

Salah satu kegiatan yang dapat menjadi wadah untuk mengembangkan kemampuan tersebut adalah **Entrepreneurship Partnership Challenge (EPC)**. Kegiatan EPC memberikan ruang kepada mahasiswa untuk mengembangkan ide kreatif melalui proses penciptaan dan pengembangan produk yang memiliki nilai ekonomi. Kegiatan ini juga dapat menjadi media pembelajaran berbasis pengalaman karena mahasiswa terlibat secara langsung dalam proses merancang, memproduksi, mengemas, memasarkan, dan mengevaluasi produk. Keterlibatan secara langsung tersebut memberikan pengalaman kepada mahasiswa untuk memahami bahwa membangun suatu usaha membutuhkan kreativitas, kerja sama, komunikasi, kemampuan membaca peluang, serta keberanian dalam mengambil keputusan.

Pelaksanaan EPC di Universitas Sembilanbelas November Kolaka menjadi salah satu bentuk kegiatan yang dapat menghubungkan pengetahuan kewirausahaan dengan pengalaman praktik mahasiswa. Melalui kegiatan tersebut, mahasiswa diberikan kesempatan untuk mengembangkan produk berdasarkan ide dan kreativitas yang dimiliki. Produk yang dikembangkan dalam kegiatan ini meliputi **basreng, jasuke, dan es kuwut timun**. Ketiga produk tersebut dipilih dan dikembangkan dengan mempertimbangkan karakteristik konsumen yang cenderung menyukai makanan dan minuman yang praktis, terjangkau, memiliki cita rasa menarik, serta mudah dikembangkan sebagai produk usaha. Pengembangan ketiga produk tersebut menunjukkan bahwa ide sederhana yang berasal dari lingkungan sekitar dapat dikembangkan menjadi produk yang memiliki nilai jual apabila diikuti dengan kreativitas dan strategi pengembangan yang tepat.

Proses pengembangan produk dalam EPC memberikan pengalaman kepada mahasiswa untuk memahami berbagai tahapan dalam kegiatan kewirausahaan. Mahasiswa tidak hanya dituntut menghasilkan produk, tetapi juga perlu menentukan target konsumen, memperhatikan kualitas produk, mengembangkan kemasan, menentukan strategi pemasaran, memanfaatkan media sosial, serta melakukan evaluasi terhadap respons konsumen. Pengalaman tersebut dapat membantu mahasiswa memahami bahwa kreativitas dalam kewirausahaan tidak berhenti pada proses menciptakan produk, tetapi juga mencakup kemampuan menemukan cara baru dalam memperkenalkan, memasarkan, dan mengembangkan produk.

B. Metodologi

Tahap Identifikasi Ide Usaha

Tahap identifikasi ide usaha dilakukan dengan melihat kondisi dan kebutuhan konsumen di lingkungan sekitar, khususnya terhadap produk makanan ringan dan minuman yang praktis, memiliki harga terjangkau, serta mudah dikonsumsi dalam berbagai situasi. Pada tahap ini, tim tidak langsung menentukan produk, tetapi terlebih dahulu mempertimbangkan beberapa hal yang dapat mendukung keberlanjutan usaha, seperti minat masyarakat, ketersediaan bahan baku, biaya produksi, kemudahan proses pembuatan, dan peluang pemasaran.

Minat masyarakat terhadap makanan ringan dan minuman segar menjadi salah satu pertimbangan utama dalam menentukan ide usaha. Produk yang dipilih diusahakan memiliki rasa yang familiar bagi konsumen, tetapi tetap memiliki daya tarik dari segi penyajian maupun variasi rasa. Berdasarkan pertimbangan tersebut, tim memilih tiga jenis produk, yaitu **basreng, jasuke, dan es kuwut timun**. Ketiganya memiliki karakteristik yang berbeda, mulai dari rasa gurih dan pedas pada basreng, perpaduan manis dan gurih pada jasuke, hingga rasa segar pada es kuwut timun. Pemilihan variasi tersebut dilakukan agar produk dapat menjangkau selera konsumen yang beragam. Hal ini sejalan dengan rancangan usaha tim yang menempatkan ketiga produk tersebut sebagai produk utama dalam kategori bisnis kuliner.

Selain mempertimbangkan minat konsumen, ketersediaan bahan baku juga menjadi bagian penting dalam proses identifikasi ide usaha. Bahan yang digunakan untuk membuat ketiga produk relatif mudah diperoleh, seperti bakso ikan, bubuk cabai, jagung, susu, keju, timun, sirup, minuman soda, biji selasih, dan bahan pelengkap lainnya. Kemudahan memperoleh bahan tersebut menjadi pertimbangan agar kegiatan produksi dapat dilakukan tanpa mengalami kesulitan dalam penyediaan bahan. Selain itu, dalam pelaksanaannya tim juga bekerja sama dengan mitra produksi yang menyediakan berbagai kebutuhan bahan baku untuk produk yang dikembangkan.

Pertimbangan berikutnya adalah harga bahan baku dan biaya produksi. Ide usaha yang dipilih harus memungkinkan mahasiswa memulai kegiatan produksi dengan biaya yang masih dapat dijangkau. Basreng, jasuke, dan es kuwut timun dipandang sesuai dengan pertimbangan

tersebut karena bahan-bahannya relatif terjangkau dan dapat diolah menjadi produk yang memiliki nilai jual. Perhitungan modal awal dalam proposal menunjukkan bahwa kebutuhan produksi disesuaikan dengan jenis dan jumlah produk yang akan dipasarkan.

Kemudahan dalam proses pembuatan juga menjadi alasan pemilihan ketiga produk tersebut. Proses produksi tidak membutuhkan tahapan yang terlalu rumit sehingga dapat dilakukan oleh mahasiswa dengan pembagian tugas yang jelas. Basreng dibuat melalui proses pengirisan, pengeringan, penggorengan, pemberian bumbu, dan pengemasan. Jasuke dibuat dengan merebus jagung kemudian mencampurkannya dengan susu dan keju, sedangkan es kuwut timun dibuat dengan memarut timun dan mencampurkannya dengan bahan minuman lainnya. Perbedaan proses tersebut memberikan kesempatan kepada setiap anggota tim untuk terlibat dalam kegiatan produksi sesuai dengan pembagian peran yang telah ditentukan.

Pertimbangan terakhir berkaitan dengan peluang pemasaran. Produk yang dikembangkan dipilih karena dapat ditawarkan kepada berbagai kelompok konsumen, seperti mahasiswa, pelajar, karyawan, dan ibu rumah tangga. Selain dijual secara langsung melalui kegiatan Expo, produk juga direncanakan untuk dipasarkan melalui media sosial dan pemesanan secara daring. Oleh karena itu, ide usaha yang diperoleh tidak hanya mempertimbangkan kemampuan tim dalam membuat produk, tetapi juga melihat kemungkinan produk tersebut diterima dan dipasarkan kepada konsumen yang lebih luas.

Berdasarkan beberapa pertimbangan tersebut, tim menetapkan **basreng, jasuke, dan es kuwut timun** sebagai produk usaha yang dikembangkan dalam kegiatan Entrepreneurship Partnership Challenge (EPC). Tahap identifikasi ini menjadi langkah awal bagi mahasiswa untuk mengubah gagasan sederhana menjadi produk yang dapat diproduksi, dipasarkan, dan dikembangkan lebih lanjut. Proses tersebut sekaligus memberikan pengalaman kepada mahasiswa dalam melihat peluang usaha berdasarkan kondisi nyata di lingkungan sekitar.

Tahap Pengembangan Produk

Setelah ide usaha ditentukan, tahap berikutnya adalah pengembangan produk. Pada tahap ini, ide yang telah dipilih mulai diwujudkan menjadi produk yang dapat diproduksi dan ditawarkan kepada konsumen. Pengembangan dilakukan dengan mempertimbangkan bahan yang tersedia, kemudahan dalam proses pengolahan, cita rasa, harga yang sesuai dengan daya beli konsumen, serta kemasan yang dapat menjaga kualitas produk dan menarik perhatian pembeli.

Langkah pertama yang dilakukan adalah:

- a. **Menentukan jenis produk** yang akan dikembangkan. Berdasarkan hasil identifikasi ide usaha, tim menetapkan tiga produk kuliner, yaitu **basreng, jasuke, dan es kuwut timun**. Ketiga produk tersebut dipilih karena memiliki karakter rasa yang berbeda sehingga dapat memberikan pilihan kepada konsumen. Basreng dikembangkan sebagai makanan ringan dengan rasa gurih, renyah, dan pedas, jasuke sebagai camilan dengan perpaduan rasa manis dan gurih, sedangkan es kuwut timun dikembangkan sebagai minuman yang memberikan rasa segar.
- b. Setelah jenis produk ditentukan, tim kemudian **menentukan bahan baku** yang diperlukan dalam proses produksi. Bahan dipilih dengan memperhatikan kualitas, ketersediaan, serta harga yang dapat mendukung kegiatan produksi. Bakso ikan menjadi bahan dasar basreng, bubuk cabai, daun jeruk, dan minyak goreng. Jasuke menggunakan jagung, susu, dan keju sebagai bahan utama, sedangkan es kuwut timun menggunakan timun, minuman soda, sirup, biji selasih, lemon, dan es batu. Pemilihan bahan tersebut disesuaikan dengan karakter masing-masing produk dan kebutuhan produksi.
- c. Tahap selanjutnya adalah **menentukan proses pembuatan produk**. Setiap produk memiliki proses pengolahan yang berbeda. Basreng dibuat dengan bakso ikan yang diiris lebih tipis mengikuti bentuk bakso, kemudian digoreng dengan minyak yang banyak hingga kering atau garing setelah mendapatkan tekstur yang diinginkan, bakso yang digoreng kemudian diberi bubuk cabai serta daun jeruk yang diiris kecil-kecil. Jasuke dibuat dengan merebus jagung hingga matang, kemudian mengolahnya dengan mencampurkan susu dan keju dalam waktu yang bersamaan. Sementara itu, es kuwut timun dibuat dengan memarut timun, kemudian mencampurkannya dengan minuman soda, sirup, dan bahan pelengkap lainnya. Proses tersebut dilakukan dengan memperhatikan kebersihan bahan dan tempat pengolahan agar produk yang dihasilkan tetap layak dan nyaman dikonsumsi.
- d. Selain proses pembuatan, **cita rasa produk** menjadi bagian yang diperhatikan dalam pengembangan. Tim berusaha mempertahankan karakter rasa dari masing-masing produk agar mudah dikenali konsumen. Basreng diarahkan pada rasa gurih dan pedas dengan

tekstur renyah, jasuke mempertahankan perpaduan rasa manis, gurih, dan lembut, sedangkan es kuwut timun menonjolkan rasa manis dan segar. Perbedaan karakter tersebut menjadi salah satu cara untuk memberikan pilihan produk sesuai dengan selera konsumen.

- e. Selanjutnya, tim **menentukan harga jual** dengan mempertimbangkan biaya yang dikeluarkan dalam proses produksi serta kemampuan konsumen sebagai sasaran pemasaran. Harga yang direncanakan untuk basreng adalah **Rp15.000**, jasuke **Rp10.000**, dan es kuwut timun **Rp7.000**. Penetapan harga tersebut diharapkan dapat membuat produk tetap terjangkau sekaligus memberikan peluang keuntungan bagi usaha.
- f. Tahap terakhir adalah **menyiapkan kemasan produk**. Kemasan dipersiapkan agar produk lebih mudah dibawa, disimpan, dan ditawarkan kepada konsumen. Untuk basreng digunakan kemasan *standing pouch*, sedangkan jasuke dikemas menggunakan *cup* dan es kuwut timun disiapkan dalam kemasan yang sesuai untuk minuman, setiap kemasan produk disematkan stiker sebagai ciri khas dari tim yang memproduksi. Selain berfungsi sebagai wadah, kemasan juga menjadi bagian dari tampilan produk sehingga diusahakan tetap praktis dan menarik ketika dipasarkan secara langsung maupun melalui penjualan daring.

Melalui tahap pengembangan tersebut, mahasiswa tidak hanya belajar menghasilkan produk yang dapat dijual, tetapi juga belajar mengambil keputusan dalam menentukan bahan, mengatur proses produksi, menyesuaikan cita rasa, menetapkan harga, dan memikirkan cara produk dapat diterima oleh konsumen. Tahapan ini menjadi bagian penting dalam proses EPC karena mahasiswa memperoleh pengalaman langsung dalam mengubah ide menjadi produk usaha yang memiliki nilai ekonomi.

Tahap Pemasaran

Setelah produk selesai dikembangkan, tahap berikutnya adalah pemasaran. Tahap ini dilakukan untuk memperkenalkan produk kepada konsumen sekaligus melihat sejauh mana produk yang dibuat dapat diterima oleh pasar. Pemasaran dilakukan secara langsung maupun melalui media sosial dengan menyesuaikan karakteristik konsumen yang menjadi sasaran.

- a. Langkah pertama dalam tahap pemasaran adalah **menentukan target konsumen**. Produk yang dikembangkan ditujukan kepada berbagai kalangan, terutama mahasiswa, anak sekolah, karyawan, dan ibu rumah tangga. Pemilihan sasaran tersebut didasarkan pada karakter produk yang praktis, memiliki harga yang terjangkau, serta dapat dikonsumsi dalam berbagai kesempatan. Basreng dan jasuke dapat dijadikan makanan ringan, sedangkan es kuwut timun menjadi pilihan minuman yang menyegarkan, khususnya ketika cuaca panas.
- b. Selanjutnya, tim **menentukan lokasi dan sasaran pemasaran**. Kegiatan pemasaran dilakukan di lingkungan yang memungkinkan produk bertemu secara langsung dengan calon konsumen. Salah satu sasaran utama adalah kegiatan Expo kewirausahaan. Pada kegiatan tersebut, tim menyiapkan booth sebagai tempat untuk memperkenalkan dan menjual produk. Penataan produk dilakukan secara rapi agar pengunjung dapat melihat pilihan basreng, jasuke, dan es kuwut timun dengan mudah.
- c. **Harga Produk** juga menjadi pertimbangan dalam tahap pemasaran. Harga ditentukan dengan tetap memperhatikan biaya produksi dan kemampuan konsumen. Produk basreng ditawarkan dengan harga Rp15.000, jasuke Rp10.000, dan es kuwut timun Rp7.000. Harga tersebut diharapkan dapat menjangkau konsumen dari berbagai kalangan tanpa mengabaikan peluang memperoleh keuntungan dari hasil penjualan.
- d. **Proses pemasaran** dilakukan dengan **menawarkan produk secara langsung kepada konsumen** pada kegiatan Expo di lapangan kampus induk USN Kolaka. Selain penjualan langsung, tim juga **memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi**. Media yang digunakan meliputi Instagram, TikTok, WhatsApp, Facebook, dan YouTube. Promosi dilakukan dengan membagikan foto produk, video, serta informasi mengenai produk. Penggunaan media sosial dipilih untuk membantu memperluas jangkauan pemasaran sehingga produk tidak hanya dikenal oleh pengunjung Expo, tetapi juga dapat diketahui oleh calon konsumen di luar lokasi penjualan langsung.

Dengan memadukan pemasaran secara langsung dan promosi melalui media sosial, mahasiswa memperoleh pengalaman dalam mengenalkan produk, berkomunikasi dengan konsumen, serta menentukan cara yang tepat untuk menarik minat pembeli. Tahap pemasaran ini menjadi bagian dari proses pembelajaran kewirausahaan karena mahasiswa secara langsung berhadapan dengan konsumen dan belajar menyesuaikan strategi pemasaran berdasarkan kondisi yang ditemui di lapangan.

C. Hasil dan Pembahasan

Kreativitas Mahasiswa dalam Mengembangkan Ide Usaha Kuliner

Kegiatan Entrepreneurship Partnership Challenge (EPC) memberikan pengalaman kepada mahasiswa untuk mengembangkan sebuah gagasan yang pada awalnya sederhana menjadi produk yang dapat ditawarkan kepada konsumen. Kreativitas dalam kegiatan ini tidak hanya terlihat dari kemampuan mahasiswa dalam menentukan jenis makanan dan minuman, tetapi juga dari cara mahasiswa mempertimbangkan kebutuhan konsumen, mengolah bahan yang tersedia, menentukan harga, serta memikirkan bentuk produk yang dapat dipasarkan. Oleh karena itu, kreativitas mahasiswa terlihat melalui keseluruhan proses, mulai dari munculnya ide sampai pada tahap produk siap ditawarkan.

Proses pemilihan produk diawali dengan melihat jenis makanan dan minuman yang cukup dekat dengan kebiasaan masyarakat. Mahasiswa mempertimbangkan produk yang mudah diterima oleh konsumen, bahan bakunya mudah diperoleh, proses pembuatannya tidak terlalu sulit, dan dapat dijual dengan harga yang masih terjangkau. Berdasarkan pertimbangan tersebut, mahasiswa memilih tiga produk, yaitu **basreng, jasuke, dan es kuwut timun**. Ketiga produk tersebut memiliki karakter yang berbeda sehingga tidak hanya menawarkan satu pilihan kepada konsumen. Basreng dipilih sebagai makanan ringan dengan rasa gurih, renyah, dan pedas, jasuke menawarkan perpaduan rasa manis dan gurih, sedangkan es kuwut timun memberikan pilihan minuman dengan rasa yang segar. Pemilihan ketiga produk tersebut menunjukkan adanya upaya mahasiswa untuk melihat peluang dari produk yang sederhana dan mengembangkannya menjadi sesuatu yang memiliki nilai jual.

Pertimbangan terhadap selera konsumen menjadi salah satu bagian penting dalam proses pengembangan ide. Mahasiswa tidak hanya memikirkan produk yang mudah dibuat, tetapi juga mempertimbangkan siapa yang akan membeli dan mengonsumsi produk tersebut. Berdasarkan perencanaan usaha, sasaran konsumen meliputi mahasiswa, anak sekolah, karyawan, ibu rumah tangga, dan kelompok masyarakat lainnya dengan wilayah pemasaran utama di Kota Kolaka. Produk yang dipilih juga disesuaikan dengan kebutuhan konsumen yang menginginkan makanan ringan dan minuman yang praktis, enak, serta memiliki harga yang terjangkau.

Kreativitas mahasiswa juga tampak pada upaya **mengombinasikan beberapa jenis produk dengan karakter rasa yang berbeda**. Basreng dikembangkan dengan memadukan bakso ikan, bubuk cabai, dan daun jeruk sehingga menghasilkan camilan dengan rasa gurih dan pedas. Jasuke menggabungkan jagung, susu, dan keju yang menghasilkan perpaduan rasa manis dan gurih. Sementara itu, es kuwut timun memanfaatkan timun, minuman soda, sirup, biji selasih, dan bahan pelengkap lainnya untuk menghasilkan minuman yang segar. Perbedaan karakter ketiga produk tersebut memberikan pilihan yang lebih beragam kepada konsumen sekaligus menunjukkan bahwa mahasiswa tidak terpaku pada satu jenis produk saja. Selain rasa, keterjangkauan harga juga menjadi bagian dari kreativitas dalam mengembangkan ide usaha. Mahasiswa perlu menyesuaikan harga jual dengan biaya yang dikeluarkan selama proses produksi sekaligus mempertimbangkan kemampuan konsumen. Adapun harga jual yang direncanakan dalam kegiatan ini, basreng dirancang dengan harga jual Rp15.000, jasuke Rp10.000, dan es kuwut timun Rp7.000. Penetapan harga tersebut menunjukkan bahwa pengembangan produk tidak hanya berfokus pada bagaimana menghasilkan makanan dan minuman yang menarik, tetapi juga bagaimana produk tersebut dapat diterima oleh pasar dengan harga yang sesuai.

Hal yang menarik dalam proses ini adalah mahasiswa tidak berhenti pada tahap menemukan gagasan. Ide yang telah dipilih kemudian diwujudkan melalui proses produksi, pengemasan, dan pemasaran. Basreng diproduksi melalui beberapa tahapan, mulai dari pengirisan bakso, penggorengan, pemberian bumbu, hingga pengemasan. Jasuke dibuat dengan mengolah jagung bersama susu dan keju, sedangkan es kuwut timun dibuat dari timun yang diparut dan dicampurkan dengan bahan minuman lainnya. Setiap produk kemudian disiapkan dalam kemasan yang sesuai agar lebih mudah dibawa dan ditawarkan kepada konsumen.

Proses tersebut menunjukkan bahwa kreativitas mahasiswa dalam kegiatan EPC berkembang melalui praktik langsung. Mahasiswa belajar bahwa sebuah ide usaha tidak cukup hanya menarik pada tahap pemikiran, tetapi harus dapat diwujudkan menjadi produk yang memiliki bentuk, rasa, harga, dan cara pemasaran yang jelas. Proses tersebut juga menuntut mahasiswa untuk mengambil keputusan ketika menentukan bahan, mengolah produk, menyesuaikan cita rasa, menghitung biaya, serta memikirkan cara agar produk menarik bagi konsumen. Pengalaman inilah yang menjadi salah satu bagian penting dalam proses menumbuhkan jiwa wirausaha mahasiswa.

Pengembangan Produk Basreng sebagai Camilan Gurih dan Pedas

a. Karakteristik Produk

Basreng menjadi salah satu produk yang dikembangkan mahasiswa dalam kegiatan Entrepreneurship Partnership Challenge (EPC). Produk ini dibuat dari bakso ikan yang diiris tipis mengikuti bentuk bakso, kemudian digoreng hingga menghasilkan tekstur yang renyah. Setelah proses penggorengan selesai, basreng diberi bubuk cabai, penyedap rasa, dan potongan daun jeruk sebagai pelengkap rasa dan aroma.

Pemilihan basreng sebagai salah satu produk usaha didasarkan pada karakteristiknya yang sederhana, praktis, tahan lama, dan dapat dinikmati oleh berbagai kalangan. Perpaduan rasa gurih dari bakso ikan dengan rasa pedas dari bubuk cabai memberikan ciri khas tersendiri pada produk. Selain itu, tekstur renyah menjadi salah satu daya tarik yang diharapkan dapat meningkatkan ketertarikan konsumen terhadap produk yang ditawarkan.

b. Proses Pembuatan

Proses pembuatan basreng dilakukan melalui beberapa tahapan. Bakso ikan terlebih dahulu diiris tipis mengikuti bentuk bakso agar mudah digoreng dan menghasilkan tingkat kematangan yang merata. Setelah itu, potongan bakso digoreng hingga sedikit kering dan memiliki tekstur yang renyah.

Basreng yang telah digoreng kemudian diberi bubuk cabai sesuai dengan cita rasa yang telah ditentukan, penyedap rasa, dan pada tahap akhir, potongan daun jeruk ditambahkan untuk memberikan aroma yang lebih khas. Setelah seluruh bahan tercampur, produk selanjutnya dikemas dan dipersiapkan untuk dipasarkan. Selama proses pelaksanaan produksi, tahapan pengolahan dilakukan dengan memperhatikan kualitas bahan dan kebersihan agar produk yang dihasilkan tetap baik untuk dikonsumsi.

Proses pembuatan tersebut memberikan pengalaman langsung kepada mahasiswa dalam mengelola sebuah produk dari bahan mentah sampai menjadi produk siap jual. Mahasiswa tidak hanya belajar mengikuti tahapan produksi, tetapi juga perlu memperhatikan hasil akhir, terutama dari segi kerenyahan, rasa, aroma, dan tampilan produk. Pengalaman tersebut menjadi bagian dari proses belajar kewirausahaan karena setiap tahapan produksi membutuhkan ketelitian dan kerja sama anggota tim.

c. Keunggulan Produk

Basreng memiliki beberapa keunggulan yang mendukung potensinya sebagai produk usaha. Berdasarkan segi rasa, produk ini menawarkan perpaduan gurih dan pedas yang cukup familiar bagi konsumen, tekstur yang renyah juga menjadi daya tarik karena membuat produk lebih nikmat untuk dikonsumsi sebagai camilan. Selain itu, basreng memiliki keunggulan lain yang terdapat pada bahan baku dan proses produksinya. Bahan utama basreng relatif mudah diperoleh dan proses pengolahannya dapat dilakukan dengan tahapan yang sederhana. Produk ini juga memiliki daya tahan yang cukup lama sehingga lebih mudah disiapkan sebagai stok penjualan. Dari sisi pemasaran, bentuk dan kemasan basreng yang praktis membuatnya mudah dibawa oleh konsumen dan memungkinkan produk ditawarkan melalui penjualan langsung maupun secara daring.

Bagi mahasiswa, pengembangan basreng tidak hanya menghasilkan produk makanan ringan, tetapi juga menjadi ruang untuk menerapkan kreativitas dalam mengolah produk yang sudah dikenal masyarakat. Kreativitas tersebut terlihat dari cara mahasiswa menentukan rasa, mengatur penyajian, menyiapkan kemasan, serta memikirkan strategi agar produk memiliki daya tarik ketika ditawarkan kepada konsumen.

d. Harga Jual

Harga jual basreng yang direncanakan adalah **Rp15.000 per kemasan**. Penetapan harga tersebut disesuaikan dengan perhitungan biaya produksi dan sasaran konsumen yang telah ditentukan. Harga yang relatif terjangkau menjadi salah satu pertimbangan agar produk dapat ditawarkan kepada berbagai kalangan, khususnya konsumen yang membutuhkan makanan ringan dengan harga yang terjangkau.

Penetapan harga juga memberikan pengalaman kepada mahasiswa untuk memahami bahwa menentukan harga suatu produk tidak hanya berkaitan dengan keinginan memperoleh keuntungan, tetapi perlu mempertimbangkan biaya bahan, kemasan, proses produksi, serta kondisi pasar. Proses pengembangan basreng ini turut melatih mahasiswa dalam mengambil keputusan yang berkaitan dengan pengelolaan usaha.

Pengembangan Produk Jasuke sebagai Camilan Manis dan Gurih

a. Karakteristik Produk

Jasuke atau jagung susu keju merupakan salah satu produk yang dikembangkan mahasiswa dalam kegiatan Entrepreneurship Partnership Challenge (EPC). Produk ini berbahan dasar jagung yang dipadukan dengan susu dan keju. Perpaduan ketiga bahan tersebut menghasilkan cita rasa manis dan gurih dengan tekstur yang lembut sehingga cukup mudah diterima oleh berbagai kalangan.

Pemilihan jasuke sebagai salah satu produk usaha dilakukan karena bahan yang digunakan mudah diperoleh dan proses pengolahannya relatif sederhana. Selain itu, jasuke merupakan jenis camilan yang sudah cukup dikenal sehingga mahasiswa tidak perlu memperkenalkan jenis produknya dari awal kepada konsumen. Pengembangan lebih diarahkan pada penyajian produk yang menarik, rasa yang tetap konsisten, serta kemasan yang sesuai untuk dipasarkan.

b. Proses Pembuatan

Proses pembuatan jasuke diawali dengan memilih jagung yang masih baik, kemudian jagung direbus hingga matang. Setelah matang, jagung diolah bersama susu, keju, dan tepung maizena yang dilarutkan, untuk memberikan rasa manis sekaligus menghasilkan tekstur yang lebih creamy. Pada tahap berikutnya, keju parut ditambahkan sebagai pelengkap atau topping yang memberikan rasa gurih dan aroma khas pada produk.

Dalam proses pengembangannya, mahasiswa perlu memperhatikan keseimbangan antara jagung, susu, dan keju agar cita rasa yang dihasilkan tidak terlalu dominan pada salah satu bahan. Proses ini juga dilakukan dengan memperhatikan kebersihan bahan dan peralatan yang digunakan. Setelah selesai diolah, jasuke kemudian dikemas dan dipersiapkan untuk ditawarkan kepada konsumen.

Kegiatan tersebut memberikan pengalaman kepada mahasiswa untuk memahami bahwa produk makanan yang terlihat sederhana tetap membutuhkan perhatian dalam proses pengolahannya. Mahasiswa belajar menentukan bahan yang sesuai, menjaga konsistensi rasa, serta memastikan produk dapat disajikan dalam kondisi yang baik ketika sampai kepada konsumen.

c. Keunggulan Produk

Jasuke memiliki beberapa keunggulan yang mendukung pengembangannya sebagai produk usaha. Perpaduan rasa manis dari jagung dan susu dengan rasa gurih dari keju menjadi karakter utama yang ditawarkan. Rasa tersebut relatif ringan sehingga dapat diterima oleh berbagai kelompok usia. Selain itu, jasuke juga cukup mengenyangkan karena menggunakan jagung sebagai bahan utama sehingga dapat menjadi pilihan camilan ketika konsumen membutuhkan makanan ringan yang lebih mengenyangkan.

Keunggulan lainnya terdapat pada bahan baku yang mudah diperoleh dan biaya produksinya yang relatif terjangkau. Jika dilihat dari segi tampilan, jasuke juga memiliki daya tarik melalui warna dan penyajiannya, ditambah aroma jagung hangat dan keju yang dapat menggugah selera. Kondisi tersebut menjadi salah satu pertimbangan mahasiswa dalam memilih jasuke sebagai produk yang dapat dipasarkan, khususnya di lingkungan kampus dan melalui pemesanan secara daring.

Pengembangan jasuke dalam kegiatan EPC juga menunjukkan bahwa kreativitas tidak selalu berarti menciptakan produk yang sepenuhnya baru. Mahasiswa dapat mengembangkan makanan yang telah dikenal dengan memperhatikan kualitas bahan, perpaduan rasa, penyajian, kemasan, dan cara memasarkannya. Berdasarkan cara tersebut, produk yang sederhana tetap dapat memiliki daya tarik dan nilai jual ketika dikembangkan dengan mempertimbangkan kebutuhan konsumen.

d. Harga Jual

Harga jual Jasuke yang direncanakan adalah **Rp10.000 per porsi**. Harga tersebut ditentukan dengan mempertimbangkan biaya bahan dan kebutuhan produksi serta sasaran konsumen yang telah ditetapkan. Harga yang relatif terjangkau diharapkan dapat membuat jasuke lebih mudah dijangkau oleh konsumen, terutama mahasiswa dan masyarakat yang menginginkan camilan dengan harga ekonomis.

Penetapan harga juga menjadi bagian dari pengalaman mahasiswa dalam menjalankan usaha. Mahasiswa perlu mempertimbangkan hubungan antara biaya produksi, harga yang dapat diterima konsumen, dan keuntungan yang ingin diperoleh. Proses pengembangan Jasuke juga memberikan pengalaman kepada mahasiswa dalam mengolah makanan sekaligus melatih kemampuan mengambil keputusan yang berkaitan dengan pengelolaan produk dan usaha.

a. Karakteristik Produk

Es kuwut timun merupakan salah satu produk minuman yang dikembangkan mahasiswa dalam kegiatan Entrepreneurship Partnership Challenge (EPC). Produk ini dibuat dengan memadukan timun segar, minuman soda, sirup, biji selasih, dan lemon. Perpaduan bahan tersebut menghasilkan minuman dengan cita rasa manis dan segar yang cocok dikonsumsi dalam berbagai suasana, terutama ketika cuaca sedang panas.

Timun digunakan sebagai salah satu bahan utama karena memiliki kandungan air yang cukup tinggi sehingga memberikan sensasi segar ketika dikonsumsi. Serutan timun juga memberikan tampilan yang khas pada minuman, sedangkan biji selasih menjadi pelengkap yang membuat tampilan produk lebih menarik. Penggunaan minuman soda dan sirup kemudian memberikan rasa serta sensasi yang berbeda dari minuman biasa.

b. Proses Pembuatan

Pembuatan es kuwut timun dilakukan dengan menyiapkan timun terlebih dahulu. Timun diparut atau diserut hingga menghasilkan potongan yang sesuai untuk dicampurkan ke dalam minuman. Setelah itu, timun dicampurkan dengan minuman soda dan sirup sesuai dengan takaran yang telah ditentukan.

Pada tahap berikutnya, bahan pelengkap seperti biji selasih dan lemon ditambahkan ke dalam campuran. Es batu kemudian digunakan untuk memberikan sensasi dingin ketika minuman disajikan. Setelah seluruh bahan tercampur, minuman dimasukkan ke dalam kemasan dan dipersiapkan untuk dipasarkan. Proses produksi dilakukan mendekati waktu penjualan karena es kuwut timun termasuk produk yang lebih baik disajikan dalam kondisi segar.

Proses tersebut memberikan pengalaman kepada mahasiswa dalam mengolah bahan sederhana menjadi produk minuman yang memiliki nilai jual. Mahasiswa juga perlu memperhatikan kebersihan bahan, ketepatan takaran, dan waktu pembuatan agar rasa dan kesegaran produk tetap terjaga ketika diterima oleh konsumen.

c. Keunggulan Produk

Es kuwut timun memiliki keunggulan utama pada rasa dan kesegarannya. Perpaduan timun, minuman soda, sirup, dan bahan pelengkap menghasilkan minuman yang memberikan sensasi segar sehingga sesuai dikonsumsi ketika cuaca panas. Karakter tersebut menjadi salah satu alasan produk ini dipilih untuk dikembangkan dalam kegiatan EPC.

Bahan baku es kuwut timun juga relatif mudah diperoleh dan memiliki harga yang terjangkau. Hal tersebut membantu mahasiswa dalam menjaga biaya produksi agar tetap sesuai dengan kemampuan usaha yang dijalankan. Jika dilihat dari segi tampilan, serutan timun dan biji selasih memberikan kesan yang menarik sehingga dapat membantu meningkatkan perhatian konsumen terhadap produk.

Produk ini juga memiliki peluang untuk menarik konsumen dari kalangan mahasiswa. Lingkungan kampus menjadi salah satu sasaran yang cukup sesuai karena mahasiswa cenderung membutuhkan makanan dan minuman yang praktis dengan harga yang tidak terlalu tinggi. Kehadiran es kuwut timun memberikan pilihan minuman yang berbeda di antara produk makanan ringan yang ditawarkan dalam kegiatan usaha.

Pengembangan es kuwut timun menunjukkan bahwa kreativitas mahasiswa dapat terlihat dari kemampuan memanfaatkan bahan yang sederhana untuk menghasilkan produk yang memiliki daya tarik. Produk tidak hanya diperhatikan dari segi rasa, tetapi juga dari kesegaran, tampilan, harga, dan cara penyajiannya. Proses tersebut menjadi pengalaman bagi mahasiswa untuk memahami bahwa sebuah produk perlu dikembangkan dengan melihat kebutuhan dan selera konsumen.

d. Harga Jual

Harga jual es kuwut timun yang direncanakan adalah **Rp7.000 per kemasan**. Harga tersebut termasuk terjangkau dan disesuaikan dengan sasaran konsumen yang telah ditentukan. Penetapan harga dilakukan dengan mempertimbangkan biaya bahan baku dan kebutuhan produksi, sehingga produk tetap dapat memberikan peluang keuntungan bagi usaha.

Harga yang relatif terjangkau juga menjadi salah satu pertimbangan agar es kuwut timun dapat dibeli oleh berbagai kalangan, khususnya mahasiswa. Proses penentuan harga juga membuat mahasiswa memperoleh pengalaman untuk menyesuaikan biaya produksi dengan kondisi pasar dan kemampuan konsumen.

Analisis Target Konsumen dan Peluang Pasar

Penentuan target konsumen menjadi salah satu bagian yang diperhatikan dalam pengembangan usaha kuliner pada kegiatan Entrepreneurship Partnership Challenge (EPC). Produk yang dikembangkan tidak diarahkan hanya untuk kelompok konsumen tertentu, tetapi ditujukan kepada beberapa kalangan yang memiliki kebiasaan mengonsumsi makanan ringan dan minuman praktis. Berdasarkan hasil perencanaan usaha, sasaran utama produk meliputi **mahasiswa, anak sekolah, ibu rumah tangga, karyawan, dan masyarakat umum**. Wilayah pemasaran yang menjadi sasaran utama adalah **Kota Kolaka**.

Pemilihan kelompok konsumen tersebut berkaitan dengan karakteristik produk yang dikembangkan. Basreng, jasuke, dan es kuwut timun merupakan produk yang dapat dikonsumsi dalam berbagai situasi. Makanan ringan dapat menjadi teman ketika belajar, bekerja, beristirahat, maupun berkumpul bersama keluarga dan teman. Es kuwut timun juga dapat menjadi pilihan minuman untuk melepas dahaga, terutama ketika kondisi cuaca panas. Karakter tersebut membuat produk memiliki peluang untuk ditawarkan kepada konsumen dengan latar belakang yang berbeda.

Dilihat dari sisi mahasiswa sebagai pelaku usaha, penentuan target konsumen yang cukup luas memberikan ruang untuk mengembangkan cara pemasaran yang sesuai dengan karakter masing-masing kelompok. Konsumen dari kalangan mahasiswa dan anak sekolah, misalnya, dapat dijangkau melalui lingkungan pendidikan dan media sosial. Sementara itu, kelompok karyawan, ibu rumah tangga, dan masyarakat umum dapat dijangkau melalui penjualan langsung maupun pemesanan secara daring. Pembagian sasaran tersebut membantu mahasiswa memahami bahwa pemasaran produk perlu disesuaikan dengan kebiasaan dan kebutuhan calon konsumen.

Peluang pasar juga didukung oleh harga produk yang relatif terjangkau. Basreng ditawarkan dengan harga Rp15.000, jasuke Rp10.000, dan es kuwut timun Rp7.000. Rentang harga tersebut memungkinkan produk ditawarkan kepada konsumen yang mencari makanan ringan atau minuman dengan harga yang masih mudah dijangkau. Harga menjadi salah satu pertimbangan penting karena produk yang menyasar berbagai kelompok masyarakat perlu memiliki nilai jual yang sesuai dengan kemampuan konsumen.

Peluang pemasaran tidak hanya dilakukan melalui penjualan secara langsung. Mahasiswa juga memanfaatkan media sosial seperti Instagram, TikTok, WhatsApp, Facebook, dan YouTube untuk memperkenalkan produk kepada calon konsumen. Konten yang dibagikan berupa foto, video, dan informasi produk. Cara tersebut memberikan kesempatan kepada mahasiswa untuk memperluas jangkauan pemasaran tanpa bergantung sepenuhnya pada lokasi penjualan fisik.

Hasil pengembangan target konsumen tersebut menunjukkan bahwa peluang pasar ketiga produk cukup terbuka karena memiliki karakter yang berbeda tetapi saling melengkapi. Basreng dapat memenuhi kebutuhan konsumen yang menyukai camilan gurih dan pedas, jasuke memberikan pilihan makanan dengan rasa manis dan gurih, sedangkan es kuwut timun menawarkan minuman yang menyegarkan. Variasi tersebut membuat mahasiswa memiliki lebih banyak pilihan dalam menawarkan produk kepada konsumen dengan selera yang berbeda.

Penentuan target konsumen dan peluang pasar dalam kegiatan EPC juga menjadi bagian dari pengalaman kewirausahaan mahasiswa. Mahasiswa belajar bahwa menghasilkan produk saja belum cukup untuk menjalankan usaha. Mereka perlu memahami siapa calon pembelinya, apa yang dibutuhkan konsumen, berapa harga yang sesuai, di mana produk dapat ditawarkan, dan bagaimana cara memperkenalkannya. Pengalaman tersebut membantu mahasiswa mengembangkan kemampuan dalam membaca peluang sekaligus melatih keberanian untuk berinteraksi langsung dengan pasar.

Strategi Pemasaran Produk

Pemasaran menjadi bagian yang tidak dapat dipisahkan dari proses pengembangan usaha. Produk yang sudah dibuat perlu diperkenalkan dengan cara yang tepat agar konsumen mengetahui keberadaan produk dan tertarik untuk membelinya. Kegiatan Entrepreneurship Partnership Challenge (EPC) ini, mahasiswa menggunakan beberapa cara pemasaran, yaitu pemasaran secara langsung, pemasaran melalui media digital, penetapan harga yang disesuaikan dengan konsumen, serta memperhatikan tampilan produk.

a. Pemasaran Langsung

Pemasaran langsung dilakukan dengan menawarkan produk kepada konsumen secara tatap muka. Cara ini diterapkan terutama pada saat kegiatan Expo kewirausahaan melalui booth yang telah disiapkan oleh tim. Pengunjung dapat melihat secara langsung produk yang ditawarkan, kemudian memilih produk sesuai dengan selera dan kebutuhan mereka.

Pemasaran secara langsung memberikan pengalaman yang cukup berarti bagi mahasiswa karena mereka berhadapan langsung dengan calon konsumen. Mahasiswa belajar bagaimana menjelaskan produk, menjawab pertanyaan, menawarkan produk, serta merespons tanggapan yang diberikan konsumen. Pengalaman tersebut secara tidak langsung melatih kemampuan komunikasi dan keberanian mahasiswa dalam menjalankan kegiatan usaha.

b. Pemasaran Digital

Selain mengandalkan penjualan secara langsung, mahasiswa memanfaatkan media digital untuk memperkenalkan produk kepada konsumen yang lebih luas. Media sosial yang digunakan meliputi **Instagram, WhatsApp**. Penggunaan berbagai platform tersebut dilakukan untuk menyebarkan informasi mengenai produk dan menarik perhatian calon konsumen. Konten yang dibagikan berupa foto dan video produk, informasi mengenai produk, serta testimoni dari konsumen. Tampilan visual digunakan untuk memperlihatkan bentuk, penyajian, dan daya tarik produk sehingga calon konsumen dapat memperoleh gambaran sebelum melakukan pembelian. Media sosial juga digunakan sebagai sarana komunikasi untuk menerima pesanan dari konsumen.

c. Strategi Harga

Harga menjadi salah satu pertimbangan dalam memasarkan produk kepada konsumen. Penentuan harga dilakukan dengan melihat biaya yang dibutuhkan dalam proses produksi sekaligus mempertimbangkan kemampuan konsumen yang menjadi sasaran pemasaran. Hal tersebut menjadi penting karena sebagian sasaran produk berasal dari kalangan mahasiswa dan pelajar yang cenderung mempertimbangkan harga ketika membeli makanan atau minuman. Harga produk dalam kegiatan ini ditetapkan sebesar **Rp15.000 untuk basreng, Rp10.000 untuk jasuke, dan Rp7.000 untuk es kuwut timun**. Perbedaan harga tersebut disesuaikan dengan jenis produk dan biaya yang diperlukan dalam proses pembuatannya. Harga yang relatif terjangkau diharapkan dapat memudahkan konsumen untuk memilih produk sesuai dengan kemampuan dan selera masing-masing. Penetapan harga juga menjadi pengalaman bagi mahasiswa dalam memahami pengelolaan usaha. Mahasiswa perlu mempertimbangkan biaya bahan baku, kemasan, proses produksi, serta keuntungan yang ingin diperoleh sebelum menentukan harga jual. Proses tersebut melatih mahasiswa untuk lebih teliti dalam mengambil keputusan yang berkaitan dengan keberlangsungan usaha

d. Tampilan Produk

Tampilan produk menjadi bagian lain yang diperhatikan dalam kegiatan pemasaran. Produk yang memiliki rasa yang baik perlu didukung dengan penyajian dan kemasan yang sesuai agar lebih menarik ketika dilihat oleh konsumen. Basreng dikemas menggunakan *standing pouch*, sedangkan jasuke menggunakan kemasan *cup*. Es kuwut timun juga disiapkan dalam kemasan yang sesuai untuk minuman sehingga mudah dibawa dan dikonsumsi. Selain kemasan produk, tampilan booth juga menjadi bagian dari upaya menarik perhatian pengunjung. Booth dirancang dengan tampilan yang bersih dan nyaman, dilengkapi banner menu serta hiasan sederhana. Ketiga produk ditempatkan secara rapi agar pengunjung dapat melihat pilihan yang tersedia dengan mudah. Perhatian terhadap tampilan produk menunjukkan bahwa mahasiswa mulai memahami bahwa daya tarik sebuah produk tidak hanya ditentukan oleh rasa. Kemasan, penyajian, dan cara produk ditampilkan turut memengaruhi kesan awal konsumen. Pengalaman tersebut memberikan ruang bagi mahasiswa untuk menggunakan kreativitas dalam memperkenalkan produk sekaligus membangun ketertarikan konsumen terhadap usaha yang dijalankan. Strategi pemasaran yang dilakukan melalui beberapa pendekatan tersebut memberikan pengalaman langsung kepada mahasiswa dalam menghadapi kondisi pasar. Mahasiswa belajar bahwa pemasaran membutuhkan cara yang sesuai dengan karakter konsumen, mulai dari komunikasi secara langsung, penggunaan media sosial, penetapan harga, hingga penyajian produk. Pengalaman tersebut menjadi bagian dari proses pembentukan keterampilan kewirausahaan karena mahasiswa tidak hanya belajar menghasilkan produk, tetapi juga belajar bagaimana membuat produk tersebut dikenal dan diminati oleh konsumen.

Menumbuhkan Jiwa Wirausaha Mahasiswa melalui Praktik Langsung

Kegiatan Entrepreneurship Partnership Challenge (EPC) memberikan kesempatan kepada mahasiswa untuk merasakan secara langsung proses menjalankan sebuah usaha. Pengalaman tersebut dimulai dari menentukan ide produk hingga produk ditawarkan kepada konsumen. Keterlibatan mahasiswa dalam setiap tahapan membuat kegiatan kewirausahaan tidak hanya

dipahami sebagai materi yang dipelajari, tetapi menjadi pengalaman yang dapat dijalani secara langsung. Mahasiswa mengembangkan tiga produk kuliner dalam kegiatan ini, yaitu basreng, jasuke, dan es kuwut timun, kemudian mempersiapkannya untuk dipasarkan kepada konsumen.

Tahap awal yang dilalui mahasiswa adalah **menciptakan dan menentukan ide usaha**. Mahasiswa perlu melihat produk yang memiliki peluang untuk diterima konsumen dengan mempertimbangkan selera, ketersediaan bahan, proses pembuatan, dan harga. Berdasarkan proses tersebut dipilih produk yang dianggap sesuai untuk dikembangkan dan dipasarkan. Tahap ini memberikan pengalaman kepada mahasiswa bahwa sebuah usaha berawal dari kemampuan melihat kebutuhan dan peluang yang ada di lingkungan sekitar.

Setelah produk ditentukan, mahasiswa terlibat dalam **menyiapkan bahan baku dan melakukan proses produksi**. Setiap anggota memiliki peran dalam menjalankan kegiatan usaha, mulai dari bagian keuangan, produksi, hingga pemasaran. Pembagian peran tersebut membuat mahasiswa belajar bertanggung jawab terhadap tugas masing-masing sekaligus memahami bahwa menjalankan usaha membutuhkan kerja sama. Pelaksanaan kegiatan EPC ini, tim juga memperoleh dukungan dari mitra produksi yang bersedia mendampingi dan membimbing proses pembuatan produk.

Pengalaman berikutnya diperoleh ketika mahasiswa **menentukan harga produk**. Harga tidak dapat ditetapkan hanya berdasarkan keinginan untuk memperoleh keuntungan, tetapi perlu disesuaikan dengan biaya produksi dan kemampuan konsumen. Produk yang dikembangkan memiliki harga yang berbeda, yaitu Rp15.000 untuk basreng, Rp10.000 untuk jasuke, dan Rp7.000 untuk es kuwut timun. Proses menentukan harga tersebut memberikan pemahaman kepada mahasiswa mengenai pentingnya memperhitungkan biaya dan kondisi konsumen sebelum mengambil keputusan dalam usaha.

Kegiatan EPC juga memberikan ruang bagi mahasiswa untuk **mempromosikan dan menjual produk secara langsung**. Pada kegiatan Expo, mahasiswa berinteraksi dengan pengunjung, memperkenalkan produk, menawarkan produk. Interaksi tersebut menjadi pengalaman yang berbeda dibandingkan pembelajaran di dalam kelas karena mahasiswa harus berhadapan langsung dengan konsumen dan menerima tanggapan terhadap produk yang mereka tawarkan.

Kemampuan berkomunikasi menjadi salah satu keterampilan yang terlatih melalui kegiatan tersebut. Ketika menawarkan produk, mahasiswa perlu menjelaskan produk dengan cara yang mudah dipahami, merespons pertanyaan konsumen, dan membangun ketertarikan terhadap produk. Mahasiswa juga belajar bahwa respons konsumen tidak selalu sama sehingga diperlukan kemampuan untuk menerima kritik, saran, maupun penilaian terhadap produk. Pengalaman berinteraksi secara langsung tersebut dapat menjadi bekal bagi mahasiswa ketika menghadapi situasi usaha yang sebenarnya.

Selain penjualan secara langsung, mahasiswa belajar **memanfaatkan media sosial sebagai bagian dari kegiatan usaha**. Instagram, dan WhatsApp digunakan untuk memperkenalkan produk melalui foto, video, informasi produk, dan testimoni konsumen. Penggunaan media digital membuat mahasiswa tidak hanya memikirkan kualitas produk, tetapi juga bagaimana produk tersebut dapat ditampilkan dan dikenal oleh calon konsumen.

Pelaksanaan kegiatan secara berkelompok juga memperlihatkan pentingnya **kerja sama dalam menjalankan usaha**. Setiap anggota memiliki tanggung jawab yang berbeda, tetapi seluruh pekerjaan saling berkaitan. Bagian produksi membutuhkan bahan dan perencanaan yang baik, bagian keuangan perlu mencatat serta memperhitungkan biaya, sedangkan bagian pemasaran bertugas memperkenalkan produk kepada konsumen. Kondisi tersebut membuat mahasiswa belajar bahwa keberhasilan usaha tidak hanya bergantung pada kemampuan satu orang, tetapi juga pada koordinasi dan tanggung jawab setiap anggota tim.

Berdasarkan proses pelaksanaannya, mahasiswa juga berhadapan dengan berbagai hal yang perlu diselesaikan selama kegiatan usaha. Produksi harus disesuaikan dengan kebutuhan penjualan, produk yang tidak habis perlu dipikirkan kembali cara pemasarannya, dan hubungan dengan konsumen harus tetap dijaga. Solusi yang ditawarkan pada saat produk tidak habis di kegiatan Expo ialah akan kembali dipasarkan secara daring maupun ditawarkan secara langsung kepada calon pelanggan. Produk tersebut juga dapat digunakan sebagai sampel promosi untuk menarik konsumen baru.

Pengalaman tersebut memperlihatkan bahwa praktik kewirausahaan memberikan ruang kepada mahasiswa untuk belajar menghadapi situasi yang tidak selalu dapat diprediksi. Mahasiswa perlu menentukan pilihan, menyesuaikan rencana, dan mencari jalan keluar ketika menghadapi persoalan dalam proses usaha. Kemampuan tersebut menjadi bagian penting dalam pembentukan jiwa wirausaha karena seorang pelaku usaha tidak hanya dituntut

memiliki ide, tetapi juga harus mampu mengambil keputusan dan bertanggung jawab terhadap keputusan yang dibuat.

Praktik langsung melalui kegiatan EPC pada akhirnya memberikan pemahaman yang lebih luas mengenai makna kewirausahaan. Mahasiswa belajar bahwa menjalankan usaha bukan semata-mata tentang memperoleh keuntungan dari produk yang dijual. Ada proses panjang yang melibatkan keberanian untuk memulai, kemampuan melihat peluang, kreativitas dalam mengembangkan produk, kerja sama, komunikasi, pengambilan keputusan, serta kesiapan menghadapi berbagai tantangan. Pengalaman menjalankan seluruh rangkaian kegiatan tersebut menjadi bagian dari proses mahasiswa dalam mengenal dan membangun sikap kewirausahaan.

Jiwa wirausaha yang tumbuh melalui pengalaman tersebut dapat dilihat dari keterlibatan mahasiswa dalam mengubah ide menjadi produk nyata dan membawa produk tersebut sampai kepada konsumen. Mahasiswa tidak hanya menjadi penerima pengetahuan, tetapi ikut mengalami sendiri bagaimana sebuah usaha direncanakan, dijalankan, dipasarkan, dan dievaluasi. Pengalaman inilah yang membuat kegiatan EPC memiliki peran sebagai wadah pembelajaran kewirausahaan berbasis praktik bagi mahasiswa Universitas Sembilanbelas November Kolaka.

Kendala dalam Pengembangan Usaha

Pelaksanaan kegiatan Entrepreneurship Partnership Challenge (EPC) memberikan pengalaman langsung kepada mahasiswa dalam menjalankan kegiatan usaha. Proses kegiatan EPC ini, mahasiswa tidak hanya berhadapan dengan kegiatan produksi dan pemasaran, tetapi juga perlu menghadapi berbagai kondisi yang membutuhkan penyesuaian. Beberapa hal yang menjadi perhatian selama pengembangan usaha berkaitan dengan persaingan produk, minat konsumen, kualitas produk, penggunaan modal, pembagian pekerjaan, serta kegiatan promosi.

Persaingan dengan produk kuliner lainnya menjadi salah satu hal yang perlu diperhatikan oleh mahasiswa. Pada saat kegiatan Expo berlangsung, terdapat berbagai produk yang ditawarkan oleh peserta lain. Keadaan tersebut membuat mahasiswa perlu memikirkan cara agar produk yang dikembangkan dapat menarik perhatian pengunjung. Cita rasa, harga, kemasan, dan cara penyajian menjadi beberapa bagian yang dapat digunakan untuk memberikan daya tarik terhadap produk.

Upaya **menarik minat konsumen** juga membutuhkan cara tersendiri. Banyaknya pilihan produk yang tersedia membuat mahasiswa perlu berinisiatif dalam memperkenalkan produk kepada pengunjung. Salah satu keunggulan tim kami pada saat itu ialah es kuwut timun yang menjadi satu-satunya minuman yang dijual pada kegiatan Expo.

Hal lain yang perlu diperhatikan adalah **kualitas dan konsistensi produk**. Setiap produk memiliki karakter yang berbeda sehingga membutuhkan perlakuan yang berbeda pula. Basreng perlu memiliki tekstur yang renyah dengan bumbu yang tercampur secara merata. Jasuke harus mampu mempertahankan perpaduan rasa manis dan gurih, sedangkan es kuwut timun lebih mengutamakan kesegaran ketika disajikan. Kondisi tersebut membuat mahasiswa perlu memperhatikan setiap tahapan pengolahan agar produk yang dihasilkan tetap memiliki kualitas yang baik.

Pengelolaan modal juga menjadi bagian yang penting dalam menjalankan usaha. Dana yang tersedia digunakan untuk memenuhi berbagai kebutuhan, seperti pembelian bahan baku, kemasan, proses produksi, dan kebutuhan pemasaran. Mahasiswa perlu mengatur penggunaan dana dengan baik agar pengeluaran tidak melebihi kemampuan usaha. Pencatatan modal, pengeluaran, dan pemasukan dilakukan sebagai bagian dari pengelolaan keuangan usaha.

Pelaksanaan kegiatan ini juga membutuhkan koordinasi yang baik dalam tim. Setiap anggota memiliki tanggung jawab masing-masing, baik dalam bidang produksi keuangan maupun pemasaran. Meskipun tugas telah dibagi, setiap bagian tetap saling berkaitan. Kelancaran produksi, pemasaran, dan penjualan membutuhkan komunikasi antar anggotanya agar pekerjaan dapat berjalan sesuai dengan rencana.

Jika dilihat dari sisi **promosi**, mahasiswa perlu memilih cara yang sesuai untuk memperkenalkan produk kepada calon konsumen. Promosi dilakukan secara langsung maupun dengan memanfaatkan media sosial seperti Instagram, TikTok, WhatsApp, Facebook, dan YouTube. Penggunaan media digital menuntut mahasiswa untuk menyajikan informasi produk secara menarik sehingga dapat menumbuhkan perhatian calon konsumen.

Kondisi lain yang perlu dipikirkan adalah ketika **produk masih tersisa setelah kegiatan Expo**. Produk yang belum terjual tidak langsung dianggap sebagai kerugian, tetapi masih dapat dipasarkan kembali. Berdasarkan rencana yang telah dibuat, produk yang tersisa dapat

ditawarkan secara langsung maupun melalui media daring. Produk juga dapat dimanfaatkan sebagai sampel untuk memperkenalkan usaha kepada calon konsumen lainnya.

Berbagai kondisi tersebut memberikan pengalaman kepada mahasiswa dalam menghadapi situasi nyata ketika menjalankan usaha. Mahasiswa belajar bahwa kegiatan kewirausahaan membutuhkan kesiapan untuk menyesuaikan rencana dengan keadaan yang terjadi di lapangan. Setiap persoalan mendorong mahasiswa untuk berpikir, berdiskusi dengan anggota tim, dan menentukan langkah yang dapat dilakukan agar kegiatan usaha tetap berjalan.

Pengalaman menghadapi berbagai kondisi tersebut menjadi bagian dari proses pembentukan jiwa kewirausahaan mahasiswa. Mahasiswa tidak hanya belajar menghasilkan dan menjual produk, tetapi juga belajar bertanggung jawab terhadap tugas, mengatur sumber daya, berkomunikasi dengan konsumen, serta mencari solusi ketika menghadapi persoalan dalam kegiatan usaha. juga membutuhkan cara tersendiri. Banyaknya pilihan produk yang tersedia membuat mahasiswa perlu berinisiatif dalam memperkenalkan produk kepada pengunjung.

Hal lain yang perlu diperhatikan adalah **kualitas dan konsistensi produk**. Setiap produk memiliki karakter yang berbeda sehingga membutuhkan perlakuan yang berbeda pula. Basreng perlu memiliki tekstur yang renyah dengan bumbu yang tercampur secara merata. Jasuke harus mampu mempertahankan perpaduan rasa manis dan gurih, sedangkan es kuwut timun lebih mengutamakan kesegaran ketika disajikan. Kondisi tersebut membuat mahasiswa perlu memperhatikan setiap tahapan pengolahan agar produk yang dihasilkan tetap memiliki kualitas yang baik.

Pengelolaan modal juga menjadi bagian yang penting dalam menjalankan usaha. Dana yang tersedia digunakan untuk memenuhi berbagai kebutuhan, seperti pembelian bahan baku, kemasan, proses produksi, dan kebutuhan pemasaran. Mahasiswa perlu mengatur penggunaan dana dengan baik agar pengeluaran tidak melebihi kemampuan usaha. Pencatatan modal, pengeluaran, dan pemasukan dilakukan sebagai bagian dari pengelolaan keuangan usaha.

Berdasarkan pelaksanaannya, **pembagian tugas dalam tim** juga membutuhkan koordinasi yang baik. Setiap anggota memiliki tanggung jawab masing-masing, baik dalam bidang produksi, keuangan maupun pemasaran. Meskipun tugas telah dibagi, setiap bagian tetap saling berkaitan. Kelancaran produksi, pemasaran, dan penjualan membutuhkan komunikasi antaranggotanya agar pekerjaan dapat berjalan sesuai dengan rencana.

Berdasarkan sisi **promosi**, mahasiswa perlu memilih cara yang sesuai untuk memperkenalkan produk kepada calon konsumen. Promosi dilakukan secara langsung maupun dengan memanfaatkan media sosial seperti Instagram, TikTok, WhatsApp, Facebook, dan YouTube. Penggunaan media digital menuntut mahasiswa untuk menyajikan informasi produk secara menarik sehingga dapat menumbuhkan perhatian calon konsumen.

Kondisi lain yang perlu dipikirkan adalah ketika **produk masih tersisa setelah kegiatan Expo**. Produk yang belum terjual tidak langsung dianggap sebagai kerugian, tetapi masih dapat dipasarkan kembali. Berdasarkan rencana yang telah dibuat, produk yang tersisa dapat ditawarkan secara langsung maupun melalui media daring. Produk juga dapat dimanfaatkan sebagai sampel untuk memperkenalkan usaha kepada calon konsumen lainnya.

Berbagai kondisi tersebut memberikan pengalaman kepada mahasiswa dalam menghadapi situasi nyata ketika menjalankan usaha. Mahasiswa belajar bahwa kegiatan kewirausahaan membutuhkan kesiapan untuk menyesuaikan rencana dengan keadaan yang terjadi di lapangan. Setiap persoalan mendorong mahasiswa untuk berpikir, berdiskusi dengan anggota tim, dan menentukan langkah yang dapat dilakukan agar kegiatan usaha tetap berjalan.

Pengalaman menghadapi berbagai kondisi tersebut menjadi bagian dari proses pembentukan jiwa kewirausahaan mahasiswa. Mahasiswa tidak hanya belajar menghasilkan dan menjual produk, tetapi juga belajar bertanggung jawab terhadap tugas, mengatur sumber daya, berkomunikasi dengan konsumen, serta mencari solusi ketika menghadapi persoalan dalam kegiatan usaha.

D. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pelaksanaan kegiatan Entrepreneurship Partnership Challenge (EPC), dapat disimpulkan bahwa kegiatan kewirausahaan memberikan ruang bagi mahasiswa Universitas Sembilanbelas November Kolaka untuk mengembangkan kreativitas sekaligus menumbuhkan jiwa wirausaha melalui pengalaman praktik secara langsung. Kreativitas mahasiswa terlihat dari kemampuan mengembangkan ide sederhana menjadi produk yang memiliki nilai jual dengan mempertimbangkan kebutuhan, selera, dan kemampuan konsumen.

Produk yang dikembangkan dalam kegiatan ini berupa basreng, jasuke, dan es kuwut timun yang memiliki karakteristik, cita rasa, serta keunggulan yang berbeda.

Proses pengembangan produk dilakukan melalui beberapa tahapan, mulai dari identifikasi ide usaha, pemilihan bahan baku, proses produksi, penentuan cita rasa, penetapan harga, pengemasan, hingga pemasaran. Tahapan tersebut memberikan pengalaman kepada mahasiswa dalam mengubah gagasan menjadi produk yang dapat ditawarkan kepada konsumen. Selain keterampilan menghasilkan produk, mahasiswa juga memperoleh pengalaman dalam menentukan target konsumen, mengelola biaya produksi, menetapkan harga, mengembangkan kemasan, serta memanfaatkan pemasaran langsung dan media sosial sebagai sarana promosi.

Pelaksanaan EPC juga berperan dalam menumbuhkan jiwa wirausaha mahasiswa. Keterlibatan secara langsung dalam kegiatan produksi dan pemasaran melatih keberanian, tanggung jawab, komunikasi, kerja sama, kemampuan mengambil keputusan, serta kemampuan memecahkan masalah. Mahasiswa belajar menghadapi kondisi nyata dalam kegiatan usaha, termasuk persaingan produk, menarik minat konsumen, menjaga kualitas dan konsistensi produk, mengelola modal, mengatur pembagian tugas, serta menangani produk yang belum terjual. Demikian kegiatan EPC tidak hanya memberikan pemahaman mengenai kewirausahaan secara konseptual, tetapi juga memberikan pengalaman nyata yang dapat menjadi bekal bagi mahasiswa untuk mengembangkan peluang usaha di masa mendatang.

Secara keseluruhan, kegiatan Entrepreneurship Partnership Challenge (EPC) dapat menjadi salah satu wadah pembelajaran berbasis praktik yang mendukung pengembangan kreativitas dan jiwa kewirausahaan mahasiswa. Melalui proses menciptakan, mengembangkan, memasarkan, dan mengevaluasi produk, mahasiswa memperoleh pengalaman yang mendorong mereka untuk lebih berani melihat peluang, mengembangkan ide, bekerja sama, serta menghadapi tantangan dalam menjalankan usaha.

E. Referensi

- Li, Y., Cao, K., & Jenatabadi, H. S. (2023). Effect of entrepreneurial education and creativity on entrepreneurial intention in college students: mediating entrepreneurial inspiration, mindset, and self-efficiency. *Frontiers in psychology*, 14, 1240910.
- Olivia, M., & Nuringsih, K. (2022). Peran pengetahuan kewirausahaan dan media sosial dalam pengembangan kreativitas berwirausaha. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 6(1), 203-212.