

Original Research Paper

## Penguatan Karakter Entrepreneur Mahasiswa Melalui Produk Inovasi Makanan Triangle Yellow Rice

Ahmad Agus Riyadi<sup>1</sup>, Hesti Nabila<sup>1</sup>, Sakila Zhahara<sup>1</sup>, Fadhilah Apriani<sup>1</sup>, Muhamad Hatami<sup>1</sup>, Eni Suyantri<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Mahasiswa Fakultas Keguruan dan Ilmu Kependidikan, Universitas Mataram, Mataram, Indonesia

<sup>2</sup>Program Studi Pendidikan Biologi, Fakultas Keguruan dan Ilmu Kependidikan, Universitas Mataram, Mataram, Indonesia

DOI : <https://doi.org/10.29303/jpmpi.v6i4.6741>

Sitasi: Riyadi, A. A., Nabila, H., Zhahara, S., Apriani, F., Hatami, M., & Suyantri, E. (2023). Penguatan Karakter Entrepreneur Mahasiswa Melalui Produk Inovasi Makanan Triangle Yellow Rice. *Jurnal Pengabdian Magister Pendidikan IPA*, 6(4)

### Article history

Received: 10 Oktober 2023

Revised: 17 Desember 2023

Accepted: 25 Desember 2023

\*Corresponding Author: Eni Suyantri, Program Studi Pendidikan Biologi, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Mataram, Mataram, Indonesia;  
Email: [enisuyantri@unram.ac.id](mailto:enisuyantri@unram.ac.id)

**Abstract:** Penguatan karakter entrepreneur mahasiswa dilakukan melalui kegiatan PKM-Kewirausahaan dengan produk makanan Triangle Yellow Rice. PKM-Kewirausahaan merupakan salah satu media untuk meningkatkan kreativitas mahasiswa dalam bidang kewirausahaan. Tahapan yang dilalui adalah survey minat calon konsumen, survey alat dan bahan, pembelian alat dan bahan, uji coba produk, promosi produk, produksi dan pengemasan produk, pemasaran produk, monitoring serta evaluasi. Berdasarkan hasil survey minat calon konsumenn, tidak ada calon konsumen yang tidak berminat terhadap produk Triangle Yellow Rice, 60,3% menyatakan berminat dan 39,7% menyatakan lumayan berminat. Penjualan rutin produk Triangle Yellow Rice dilakukan dua kali dalam seminggu. Mahasiswa mampu memperkenalkan produk Triangle Yellow Rice sehingga dikenal di pasaran dan terjadi trend penjualan yang bagus dalam pemasaran produk Triangle Yellow Rice.

**Keywords:** Kewirausahaan; *Entrepreneur*; PKM-Kewirausahaan; Triangle Yellow Rice.

## Pendahuluan

Era globalisasi mendorong berkembangnya ilmu pengetahuan dan teknologi, khususnya teknologi informasi, yang memicu timbulnya kewirausahaan dan sangat penting untuk ditanamkan dalam jiwa masyarakat Indonesia. Jiwa kewirausahaan akan lebih baik jika ditanamkan sejak dini. Memulai sebuah usaha tidak dapat dilakukan secara instan. Beberapa proses harus dilalui untuk menjadi wirausaha yang sukses. Banyak kisah pengusaha sukses yang dimulai dari memulai usaha sejak kecil dan berlanjut hingga bisnis tersebut berkembang pesat dan menjadi sukses.

Kewirausahaan adalah proses mengembangkan dan menerapkan kreativitas dan inovasi dalam memecahkan masalah dan kemampuan mengidentifikasi peluang untuk

memulai usaha. Entrepreneur (kewirausahaan) adalah keyakinan sangat kuat yang terdapat pada diri seseorang untuk mengubah dunia melalui ide dan inovasinya (Ariyanto dkk., 2021). Kewirausahaan merupakan kemampuan kreatif dan inovatif yang dijadikan dasar, kiat dan sumberdaya untuk mencari peluang menuju sukses.

Generasi yang memiliki peluang untuk memulai kegiatan kewirausahaan adalah mahasiswa. Sebagian besar kendala mahasiswa dalam mencoba memulai usaha dipengaruhi oleh beberapa faktor, seperti: takut mencoba, keterbatasan modal, inovasi, dan niat. Keempat faktor tersebut sebenarnya bisa diatasi jika seseorang berpikir positif dan kreatif.

Kewirausahaan memegang peranan yang sangat penting. Kewirausahaan memungkinkan kita menemukan inovasi dan ide-ide baru dalam memanfaatkan sumber daya alam yang tersedia.

Mahasiswa sebagai calon penerus bangsa harus menyikapinya dengan baik agar mampu memanfaatkan peluang yang ada. Salah satu cara untuk meningkatkan jumlah wirausaha di Indonesia adalah dengan mendorong mahasiswa untuk menjadi wirausaha. Saat ini sudah banyak program yang mendorong mahasiswa menjadi wirausaha. Salah satunya adalah Program Kreativitas Mahasiswa-Kewirausahaan (PKM-Kewirausahaan).

Program Studi Pendidikan Biologi FKIP Universitas Mataram bertanggung jawab mempersiapkan mahasiswa untuk memiliki kemampuan dan keahlian sebagaimana yang diamanahkan dalam Undang-undang. Untuk memenuhi kewajiban tersebut maka salah satu upaya yang dilakukan Program Studi Pendidikan Biologi adalah dengan memotivasi dan membekali mahasiswa dengan kemampuan entrepreneurship (Suyantri dkk., 2023).

Mewujudkan mahasiswa kreatif dan inovatif dalam berwirausaha merupakan sebuah tantangan yang terus berupaya dilakukan secara bertahap oleh Program Studi Pendidikan Biologi. Upaya awal dilakukan dengan mengajukan proposal PKM-Kewirausahaan. Kegiatan PKM-Kewirausahaan bertujuan untuk memotivasi dan membuka peluang bagi mahasiswa untuk menghasilkan karya yang inovatif dan inovasi sebagai bekal berwirausaha. Tujuan lain yang ingin dicapai adalah membekali mahasiswa dengan ilmu dan pengetahuan bagaimana membangun jejaring bisnis, perencanaan, monitoring dan evaluasi bisnis.

## Metode

Tahap pelaksanaan kegiatan PKM-Kewirausahaan dengan produk Triangle Yellow Rice adalah sebagai berikut:

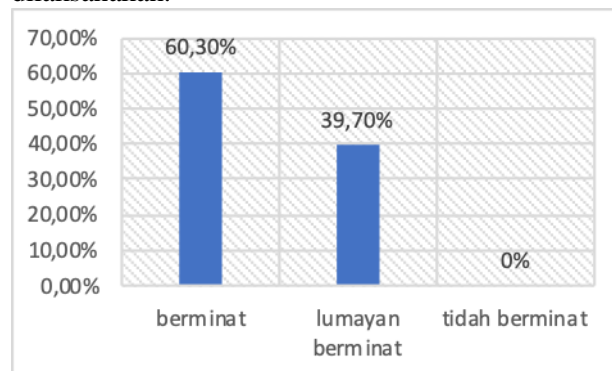
1. Tahap survey: survey minat calon konsumen dan survey alat dan bahan. Pada tahap survey diawali dengan tahap survey minat calon konsumen. Hal ini bertujuan untuk mengetahui minat calon konsumen terhadap produk yang akan dihasilkan. Selanjutnya adalah survey alat dan bahan yang bertujuan untuk mengetahui ketersediaan alat dan bahan di pasaran.
2. Tahap Persiapan: pembelian alat dan bahan yang dibutuhkan untuk memproduksi produk Triangle Yellow Rice.

3. Tahap uji coba produk: dilakukan uji coba produk pada skala kecil.
4. Tahap promosi: promosi melalui media social secara online dan secara offline.
5. Tahap produksi: Produksi produk Triangle Yellow Rice untuk dijual.
6. Tahap pemasaran produk: melakukan penjualan produk Triangle Yellow Rice.
7. Tahap monitoring dan evaluasi: Monitoring dan evaluasi dilakukan Bersama Dosen Pendamping, monitoring juga dilakukan oleh pihak universitas dan Kemendikbud.

## Hasil dan Pembahasan

Penguatan karakter entrepreneur mahasiswa dilakukan dengan mengikuti Program PKM-Kewirausahaan yang diselenggarakan oleh Kemendikbud dan berhasil memperoleh pendanaan. Produk yang dihasilkan dari PKM-Kewirausahaan ini adalah Triangle Yellow Rice. Produk Triangle Yellow Rice adalah produk olahan nasi kuning khas Indonesia yang dipadukan dan dikemas dengan onigiri yang merupakan produk makanan khas negara Jepang. Produk dikemas dengan praktis sehingga dapat dikonsumsi dimana saja dan kapan saja.

**Survey minat calon konsumen:** Target utama dalam pemasaran produk Triangle Yellow Rice yaitu anak-anak muda, mahasiswa FKIP Universitas Mataram serta siswa sekolah yang jarang sarapan pagi karena tidak sempat. Berikut adalah hasil survey minat konsumen yang telah dilaksanakan.



Gambar 1. Hasil survey minat calon konsumen

Survey minat terhadap calon konsumen dilakukan melalui google form. Survey dilakukan pada 58 responden. Hasil dari survey minat calon konsumen terhadap produk Triangle Yellow Rice

didapatkan 60,3% dari responden menyatakan berminat, 39,7% responden menyatakan lumayan berminat, dan tidak ada responden yang tidak berminat terhadap produk Triangle Yellow Rice.

Survey minat calon konsumen menjadi hal sangat penting karena berhubungan erat dengan minat beli konsumen. Minat beli merupakan bagian dari komponen perilaku konsumen dalam sikap mengkonsumsi, kecenderungan responden untuk bertindak sebelum keputusan membeli benar-benar dilaksanakan (Sari, 2020). Pentingnya mengukur minat beli konsumen untuk mengetahui keinginan pelanggan yang tetap setia atau meninggalkan suatu barang atau jasa. Konsumen yang merasa senang dan puas akan barang atau jasa yang telah dibelinya akan berpikir untuk membeli kembali barang atau jasa tersebut (Thamrin, 2013).

**Survey Alat dan Bahan:** Pada tahap ini tim PKM-Kewirausahaan melakukan survey bahan baku seperti alat dan bahan yang akan digunakan. Kegiatan survey alat dilakukan di Niaga Supermarket Mataram dan survey bahan dilakukan di pasar tradisional Kebon Roek.



Gambar 2. Tim PKM-K melakukan survey alat dan bahan di Niaga Supermarket dan pasar Kebon Roek.

**Pembelian Alat dan Bahan:** Alat yang digunakan antara lain rice cooker, kompor, alat cetak nasi, wajan, tempat nasi dan sendok nasi. Bahan yang digunakan adalah beras, rempah-rempah, santan kelapa, daging ayam, daging sapi, onigiri dan bumbu-bumbu lainnya.

**Uji Coba Produk:** Sebelum melakukan promosi dan produksi produk dalam skala besar terlebih dahulu dilakukan uji coba produk. Hal ini dilakukan untuk mendapatkan masukan terhadap produk sehingga produk yang dihasilkan nantinya berkualitas baik. Produk diujicobakan kepada mahasiswa FKIP dan dosen di lingkungan FKIP Universitas Mataram.

Uji coba produk dilakukan dengan melakukan uji organoleptik atau uji indera, yaitu cara pengujian dengan menggunakan indera manusia sebagai alat utama untuk pengukuran daya penerimaan terhadap produk. Dalam penilaian bahan pangan sifat yang menentukan diterima atau tidak suatu produk adalah sifat indrawinya. Indra yang digunakan dalam menilai sifat indrawi adalah indera penglihatan, peraba, pembau dan pengecap. (Suryono dkk., 2018).



Gambar 3. Uji coba produk Triangle Yellow Rice

**Promosi Produk:** Promosi produk dilakukan secara online maupun offline. Secara online dilakukan pada media social Instagram, whatsapp, tik tok dan facebook. Promosi secara online diawali dengan melakukan foto produk yang menarik sehingga dapat memikat calon konsumen.



Gambar 4. Foto produk Tri Angle Yellow Rice



Gambar 3. Tim melakukan kegiatan promosi produk di media sosial.

Promosi merupakan salah satu faktor yang penting dalam menentukan keberhasilan dalam perusahaan (Arisandy dan Satriawan, 2018). Sebaik apapun produk yang dibuat tapi konsumen belum kenal maka produk tersebut tak akan dibeli, maka diperlukan promosi untuk mengenalkan produk terhadap konsumen sehingga konsumen berminat untuk membeli. Karena kegiatan promosi adalah suatu bentuk kegiatan komunikasi pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi, mengingatkan pasar sasaran agar bersedia menerima, membeli, dan loyal pada produk yang ditawarkan oleh perusahaan yang bersangkutan. Promosi adalah mengkomunikasikan keunggulan produk dan membujuk sasaran untuk dapat membeli sebuah produk dan jasa yang ditawarkan.

**Produksi dan Pengemasan Produk:** Tim melakukan kegiatan produksi dan pengemasan produk di rumah salah satu anggota tim. Produksi dilakukan seminggu dua kali sebanyak 25-35 produk sekali produksi. Produk tersebut dipasarkan pada CFD Udayana pada Hari Minggu dan di kantin FKIP pada Hari Senin. Selain pada dua hari tersebut, produksi juga dilakukan ketika tim PKM-K mengikuti event-event yang diselenggarakan fakultas ataupun universitas.



Gambar 4. Tim melakukan kegiatan produksi dan pengemasan produk.

Pengemasan sebuah produk tidak kalah pentingnya mempengaruhi daya Tarik minat konsumen. Pengemasan (*packaging*) merupakan Suatu proses perancangan dan pembuatan wadah (*container*) atau pembungkus (*wrapper*) untuk suatu produk sehingga tampil menarik dan untuk dapat menarik pelanggan membeli produk tersebut (Suryono, 2018).

**Pemasaran/Penjualan Produk:** Penjualan produk secara rutin dilakukan di CFD Udayana dan di kantin FKIP Universitas Mataram. Selain pada dua lokasi tersebut, Tim PKM-K juga berjualan pada event-event yang diselenggarakan Fakultas maupun Universitas.



(a)



(b) (c)

Gambar 5. (a) Penjualan di kantin FKIP, (b) Penjualan di event Universitas, dan (c) Penjualan di CFD Udayana

**Monitoring dan Evaluasi:** Kegiatan monitoring dan evaluasi mencakup proses pengumpulan data, realisasi program kegiatan, pelaporan kegiatan, hingga penilaian dan evaluasi dalam pencapaian sebuah kinerja pemasaran. Dalam kegiatan monitoring dan evaluasi tim melakukan diskusi bersama dosen pendamping terkait jalannya proses kegiatan.



(a)



(b)

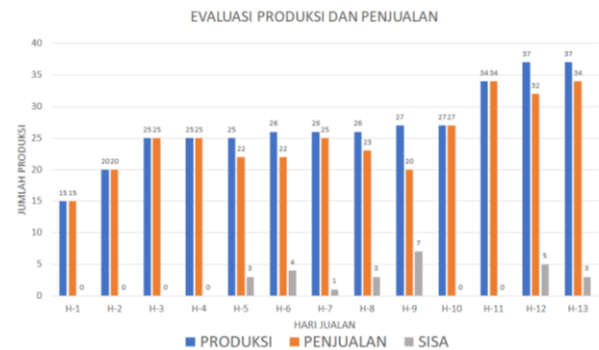


(c)

Gambar 6. Monitoring dan evaluasi (a) bersama Dosen Pendamping, (b) oleh tim universitas, dan (c) oleh tim Kementerian

### Hasil Monitoring dan Evaluasi Penjualan

Penjualan secara rutin dilakukan dua kali seminggu yaitu Hari Minggu di CFD Udayana dan Hari Senin di kantin FKIP Universitas Mataram. Dalam sekali produksi mampu menghasilkan rata-rata 25 - 35 pcs produk yang dijual seharga Rp 10.000,00. Berikut adalah grafik hasil penjualan yang telah dilakukan.



Gambar 7. Hasil penjualan produk Triangle Yellow Rice

Berdasarkan Grafik 7 di atas dapat dilihat bahwa terjadi trend kenaikan yang bagus dalam upaya penjualan produk Triangle Yellow Rice. Hal ini diarencanakan produk Triangle Yellow Rice mulai dikenal di pasaran dan tim selalu meningkatkan kualitas produk Triangle Yellow Rice. Tim PKM-Kewirausahaan menjaga kualitas produk mulai dari menjaga kualitas bahan baku yang digunakan, higienitas produk, serta membuat tampilan produk

yang menarik untuk meningkatkan citra produk bagi konsumen.

Tim PKM-Kewirausahaan berupaya untuk memperluas jangkauan pemasaran dengan cara bekerja sama dengan kantin sekolah dan kantor. Selain itu, untuk meningkatkan penjualan juga diadakan diskon pada perayaan hari tertentu untuk menarik minat konsumen. Untuk mengembangkan produk, tim PKM-Kewirausahaan berupaya melakukan promosi alternatif dengan meminimalisir biaya yaitu melalui media sosial seperti *facebook*, *instagram*, dan *whatsapp*, serta promosi secara berbayar seperti *instagram ads*.

Dengan melaksanakan seluruh rangkaian kegiatan PKM-Kewirausahaan tersebut diatas diharapkan mahasiswa mampu menguatkan jiwa kewirausahaan sehingga kelak menjadi pengusaha yang sukses. Jiwa kewirausahaan perlu dipupuk sejak dini sehingga dapat memunculkan ide kreatif dan inovatif dalam berwirausaha.

## Kesimpulan

Pelaksanaan program PKM-Kewirausahaan dengan produk Triangle Yellow Rice mampu menguatkan karakter entrepreneur mahasiswa Program Studi Pendidikan Biologi FKIP Universitas Mataram. Mahasiswa mampu melaksanakan serangkaian kegiatan tersebut sehingga produk Triangle Yellow Rice dikenal di pasaran dan menunjukkan trend penjualan yang bagus.

## Ucapan Terima Kasih

Penulis mengucapkan terima kasih kepada dosen pendamping yang telah mendampingi dan membimbing dalam melaksanakan kegiatan PKM-Kewirausahaan.

## Daftar Pustaka

- Abdullah, Faisal M, 2001. *Dasar-dasar Manajemen Keuangan*. Jawa Timur: Universitas Muhammadiyah Malang.
- Arisandy, Y., R. Satriawan. 2018. Promosi dalam Meningkatkan Volume Penjualan Tinjauan Manajemen Syariah. *AL-INTAJ* Vol. 4 No. 1 Maret 2018.
- Ariyanto, A., D. Andi, M. Abid, N. Oktavianti. 2021. *Entrepreneurial Mindset & Skills*. Solok: Insan Cendekia Mandiri.
- Dedi, S. 2023. Penguatan Profil Pelajar Pancasila Melalui Integrasi Nilai Spiritual Dalam Pendidikan Karakter Guna Menumbuhkan Jiwa Entrepreneur (Ditinjau Dalam Qs. Ali Imron: 200). *Al-Afkar, Journal For Islamic Studies*. Vol 6, hal 472-487.
- Margahana, H. 2020. Urgensi Pendidikan Entrepreneurship Dalam Membentuk Karakter Entrepreneur Mahasiswa. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*. Vol 17, hal 176-183.
- Mallongi, M. 2020. Transformasi Entrepreneur Syariah Di Era Industri 4.0. *Al-Tafaqquh: Journal Of Islamic La*. Vol 1, hal 161-172.
- Sari, S. P. 2020. Hubungan Minat Beli Dengan Keputusan Pembelian Pada Konsumen. *Psikoborneo*, Vol 8, No 1, 2020: 147-155.
- Suyono, C., L. Ningrum, T. R. Dewi. 2018. Uji Kesukaan dan Organoleptik Terhadap 5 kemasan dan Produk Kepulauan Seribu Secara Deskriptif. *Jurnal Pariwisata*, Vol. 5 No. 2 September 2018.
- Suyantri, E., B. S. Handayani, T. A. Lestari. Implementasi Model EICCoIE Dalam Pelatihan Dan Pendampingan Kewirausahaan Mahasiswa Program Studi Pendidikan Biologi FKIP – Universitas Mataram. *Jurnal Pengabdian Magister Pendidikan IPA*, 6(2).
- Thamrin, A. (2013). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Yanto, M. 2023. Persepsi Mahasiswa Paud Terhadap Pentingnya Kemampuan Entrepreneurship Dalam Kesiapan Menghadapi Tantangan Di Era Digital. *Jurnal Obsesi: Jurnal Pendidikan Anak Usia Dini*. Vol 7, Hal 283-291.