

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Menurut *Hisrich, Peters, dan Shepherd (2008)* dalam modul Pendidikan Kewirausahaan (2022) menyatakan bahwa *entrepreneurship* atau kewirausahaan merupakan proses menciptakan sesuatu yang baru dengan menggunakan waktu, tenaga, serta modal yang disertai dengan risiko, dan pada akhirnya memberikan balas jasa berupa keuntungan, kepuasan, serta kebebasan pribadi. Di sisi lain, menurut *Mohamed Salah Zouita (2021)*, aktivitas kewirausahaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi melalui penciptaan lapangan kerja, inovasi, dan peningkatan produktivitas. Semakin berkembang ekosistem kewirausahaan di suatu negara, semakin besar pula kontribusinya terhadap pertumbuhan ekonomi dan kesejahteraan masyarakat. Hal ini menunjukkan bahwa kewirausahaan memiliki peran strategis dalam mendorong pembangunan ekonomi melalui pembentukan usaha baru yang menciptakan inovasi, meningkatkan produktivitas, serta membuka lapangan kerja bagi masyarakat.

Kewirausahaan terbagi ke dalam berbagai bidang usaha, salah satunya adalah sektor *Food and Beverage (FnB)* atau makanan dan minuman. Bidang ini termasuk yang paling berkembang pesat karena berhubungan langsung dengan kebutuhan dasar manusia, yaitu konsumsi pangan. Berdasarkan data dari Indonesia Business Association (2024), industri FnB menyumbang sekitar 39,91% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) industri pengolahan non-migas dan 6,97% terhadap PDB nasional, dengan pertumbuhan tahunan sebesar 5,87% (*Indonesia's Food and Beverage Exports Reach RP 149 Trillion, 2024*). *Srimulyani dan Hermanto (2022)* juga menyatakan bahwa motivasi dan kemampuan wirausaha berpengaruh positif terhadap keberhasilan bisnis FnB di Jawa Timur. Sejalan dengan itu, *Awwal et al. (2025)* menegaskan bahwa adaptasi terhadap teknologi dan kepemimpinan yang efektif menjadi faktor penting dalam memperkuat daya saing usaha FnB, khususnya

bagi pelaku UMKM di wilayah perkotaan. Dengan kondisi tersebut, sektor FnB memiliki potensi besar untuk terus tumbuh dan berinovasi, baik dari segi produk, cita rasa, maupun pelayanan, sehingga menjadi salah satu bidang kewirausahaan yang paling potensial untuk dikembangkan di Indonesia.

Meskipun memiliki potensi yang besar, sektor *Food and Beverage* (FnB) juga menghadapi berbagai tantangan yang cukup kompleks dan dapat mempengaruhi kepuasan konsumen serta keberlanjutan usaha. Salah satu masalah yang sering terjadi adalah ketidakkonsistenan dalam menjaga cita rasa produk. Banyak pelaku usaha kuliner mengalami kesulitan mempertahankan rasa yang sama di setiap penyajian, terutama ketika jumlah pesanan meningkat atau terjadi pergantian karyawan. Selain itu, aspek kebersihan juga menjadi perhatian penting karena saat ini konsumen semakin sadar akan pentingnya higienitas makanan yang mereka konsumsi. Penelitian oleh Wahjono Soekotjo dan Lilik Astuti (2020) menunjukkan bahwa kebersihan dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di industri restoran di Surabaya. Temuan ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Gabriella Imanuel dan Christina Wirawan (2022) dalam studi *Service Quality Improvement Effort (An Indonesian Restaurant Case)*, yang menjelaskan bahwa kebersihan, kecepatan penyajian, serta kondisi ruang makan menjadi faktor utama yang menentukan tingkat kepuasan pelanggan di restoran Indonesia. Selain itu, Muhammad Fakiuddin dan Liliana Dewi (2024) dalam penelitiannya juga menegaskan bahwa kebersihan pribadi dan lingkungan memiliki pengaruh besar terhadap kepuasan pelanggan, terutama pada masa pasca-pandemi Covid-19, di mana standar kebersihan menjadi salah satu tolok ukur utama dalam menilai pelayanan restoran. Di sisi lain, waktu penyajian yang lama masih sering menjadi keluhan pelanggan, terutama di tengah gaya hidup masyarakat modern yang menuntut pelayanan cepat dan efisien. Oleh karena itu, pelaku usaha FnB perlu beradaptasi dengan menjaga konsistensi rasa, meningkatkan kebersihan, serta mempercepat proses pelayanan agar dapat mempertahankan kepercayaan dan loyalitas pelanggan, sekaligus memperkuat daya saing di pasar yang semakin kompetitif.

Melihat berbagai permasalahan yang masih sering ditemui dalam industri kuliner, penulis terdorong untuk mengembangkan usaha bernama “Bebek Lepas”, yaitu bisnis kuliner yang berfokus pada penyajian menu utama berbahan dasar ayam dengan cita rasa yang konsisten serta kualitas yang terjaga. Pengembangan usaha ini merupakan bagian dari program PRO-STEP UMN (*Professional Skill Enhancement Program*), yaitu program peningkatan keterampilan profesional yang memberikan kesempatan bagi mahasiswa untuk mengembangkan kompetensi di luar perkuliahan, termasuk dalam bidang kewirausahaan. Melalui usaha ini, penulis ingin menghadirkan pengalaman makan yang tidak hanya lezat, tetapi juga higienis dan disajikan dengan cepat tanpa mengurangi kualitas rasa. “Bebek Lepas” berkomitmen untuk mempertahankan standar cita rasa pada setiap hidangan, menerapkan prosedur kebersihan yang ketat di seluruh proses produksi, serta meningkatkan efisiensi waktu penyajian agar konsumen dapat merasakan pelayanan yang memuaskan. Dengan konsep tersebut, diharapkan “Bebek Lepas” dapat menjadi salah satu contoh usaha FnB yang mampu menjawab tantangan seputar konsistensi rasa, kebersihan, dan kecepatan pelayanan yang hingga kini masih menjadi kendala bagi banyak pelaku usaha kuliner.

Dalam kegiatan operasional, “Bebek Lepas” menawarkan beberapa pilihan menu utama yang disusun untuk memenuhi kebutuhan konsumen dari berbagai kalangan dengan cita rasa yang konsisten dan harga yang terjangkau. Menu pertama yaitu Paket Bebek Lepas, terdiri dari nasi putih, ayam goreng, dan sambal khas, dibanderol dengan harga Rp27.000. Selanjutnya terdapat Paket Beranak, yang berisi nasi putih, telur barendo, dan sambal, ditawarkan dengan harga Rp13.000, cocok bagi konsumen yang mencari pilihan sederhana namun tetap lezat dan mengenyangkan. Sementara itu, bagi pelanggan yang menginginkan porsi lebih lengkap, tersedia Paket Keluarga Beraksi yang terdiri dari nasi putih, ayam goreng, telur barendo, dan sambal dengan harga Rp32.000. Seluruh menu tersebut disajikan menggunakan bahan berkualitas, proses pengolahan yang higienis, serta cita rasa khas yang menjadi ciri utama dari “Bebek Lepas”, sehingga mampu memberikan pengalaman makan yang memuaskan bagi setiap pelanggan.

1.2 Maksud dan Tujuan

Maksud dari kegiatan ini adalah untuk menemukan solusi terhadap permasalahan yang sering muncul dalam industri kuliner, khususnya terkait konsistensi cita rasa, kebersihan, dan kecepatan pelayanan pada usaha *Food and Beverage* (FnB). Melalui kegiatan ini, penulis berupaya mengimplementasikan pengetahuan dan keterampilan kewirausahaan yang diperoleh selama perkuliahan ke dalam praktik nyata melalui pengembangan usaha “Bebek Lepas”.

Tujuan dari kegiatan ini adalah untuk menghasilkan inovasi usaha kuliner yang mampu menjaga kualitas rasa, menerapkan standar kebersihan yang tinggi, serta meningkatkan efisiensi pelayanan. Selain itu, kegiatan ini juga bertujuan untuk:

1. Mengembangkan kemampuan kewirausahaan mahasiswa melalui program PRO-STEP UMN.
2. Merintis dan mengelola usaha kuliner mandiri yang berdaya saing.
3. Memberikan kontribusi terhadap penguatan ekosistem kewirausahaan di lingkungan kampus dan masyarakat.
4. Menjadi sarana pembelajaran praktis dalam penerapan teori manajemen, pemasaran, dan pelayanan pelanggan.

1.3 Prosedur dan Deskripsi Waktu

Pelaksanaan Professional Skill Enhancement Program (PSEP) ini dilakukan secara bertahap supaya kegiatan bisa berjalan terarah dan sesuai dengan tujuan program. Setiap tahap memiliki waktu dan aktivitas yang berbeda, mulai dari pencetus ide bisnis sampai tahap promosi produk. Berikut penjelasan tahapan yang penulis jalani selama kegiatan PSEP berlangsung.

1. Tahap Pencetus Ide (18 Juni – 4 Agustus 2025)

Tahap ini menjadi awal dimulainya kegiatan. Pada tanggal 18 Juni 2025, penulis mengirimkan ide bisnis ke pihak kampus sebagai bentuk pengajuan awal. Setelah itu, pada 19 Juni 2025, penulis mulai

menyempurnakan ide dengan menentukan konsep produk serta menu yang akan dikembangkan. Kemudian, pada 4 Agustus 2025, penulis mengikuti kegiatan sosialisasi program dari Program Studi Entrepreneurship. Kegiatan ini memberikan penjelasan mengenai alur pelaksanaan PSEP dan gambaran tentang jurusan Entrepreneurship secara umum.

2. Tahap Pelaksanaan Kegiatan (24 Agustus – 5 Oktober 2025)

Tahap ini merupakan bagian utama dari program. Kegiatan dimulai pada tanggal 24 Agustus 2025, di mana penulis mulai mengembangkan ide bisnis menjadi bentuk yang lebih nyata. Beberapa kegiatan yang dilakukan di tahap ini antara lain:

- 1 Mencari target customer, menganalisis masalah yang dihadapi pelanggan, dan menentukan solusi yang tepat.
- 2 Menyusun empathy map dan melakukan wawancara untuk memahami kebutuhan konsumen lebih dalam.
- 3 Mengikuti beberapa kali mentoring bersama dosen dan pembimbing eksternal untuk membahas perkembangan ide dan strategi bisnis.
- 4 Melakukan trial produk, membuat logo, desain kemasan, serta menyesuaikan rasa dan tampilan produk.
- 5 Diskusi mengenai sistem pembayaran digital, strategi penetapan harga, serta pemilihan supplier bahan baku.
- 6 Menentukan fitur dan keunggulan produk menjelang pelaksanaan Demo Day pada 5 Oktober 2025, di mana tim mempresentasikan hasil proyek di hadapan dosen.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A



Gambar 1.3.1 Pembelian bahan



Gambar 1.3.2 Tahap trial n error



Gambar 1.3.3 Pembuatan Stiker

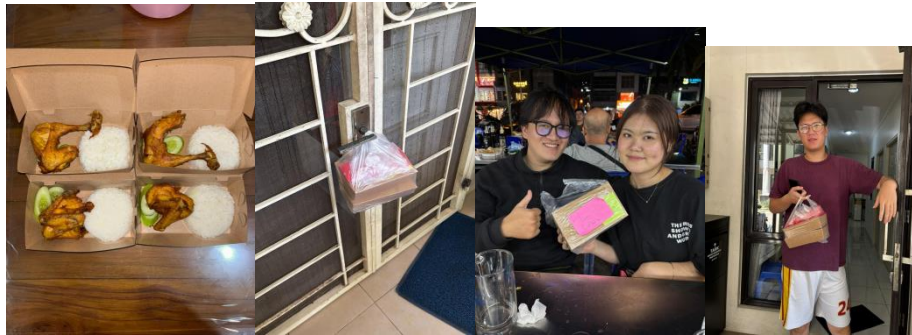


Gambar 1.3.4 Pelaksanaan Demo day

3. Tahap Pengujian Pasar dan Promosi (17 Oktober – 4 Desember 2025)

Setelah produk siap, penulis masuk ke tahap promosi dan pengujian pasar dengan cara membuka Open PO (Pre-Order). Kegiatan pada tahap ini meliputi:

- 1 Menentukan jadwal open order dan strategi promosi melalui media sosial.
- 2 Mendesain serta mengunggah konten promosi seperti feeds Instagram dan formulir pemesanan online.
- 3 Melakukan survei lokasi untuk mengetahui minat pasar dan perilaku calon pelanggan.
- 4 Mengatur pembelian bahan baku, produksi, dan pengemasan produk.
- 5 Menerima pesanan, merekap hasil penjualan, dan mengevaluasi respon konsumen terhadap produk.
- 6 Melakukan perhitungan modal awal dan keuntungan untuk melihat efektivitas strategi penjualan yang telah dilakukan.



Gambar 1.3.5 Pre Order

1.4 Manfaat

1. Manfaat Teoritis

Kegiatan PRO-STEP ini memberikan manfaat dalam memperkuat pemahaman teoritis mahasiswa terkait konsep kewirausahaan, manajemen usaha, dan strategi pemasaran dalam industri *Food and Beverage* (FnB). Melalui penerapan langsung di lapangan, mahasiswa dapat memahami keterkaitan antara teori yang diperoleh selama perkuliahan dengan kondisi nyata dalam menjalankan bisnis. Selain itu, kegiatan ini juga diharapkan dapat memperkaya referensi dan kajian akademik mengenai penerapan teori kewirausahaan di bidang kuliner.

2. Manfaat Praktis

Secara praktis, kegiatan ini bermanfaat bagi mahasiswa dalam mengembangkan kemampuan perencanaan, pengelolaan, dan evaluasi usaha secara mandiri. Melalui pengembangan bisnis "*Bebek Lepas*", mahasiswa memperoleh pengalaman langsung dalam menghadapi tantangan operasional seperti menjaga konsistensi rasa, kebersihan, serta efisiensi pelayanan. Kegiatan ini juga membantu mahasiswa menumbuhkan sikap profesional, kreatif, dan adaptif terhadap kebutuhan pasar. Selain itu, hasil kegiatan diharapkan dapat memberikan inspirasi bagi mahasiswa lain untuk berwirausaha serta memberikan kontribusi positif bagi penguatan ekosistem kewirausahaan di lingkungan Universitas Multimedia Nusantara dan masyarakat luas.