

Evaluasi Efektivitas Program Kewirausahaan Mahasiswa: Studi Kasus Pengembangan Penjualan Mie Pangsit Dapoer Mamaka

Dhinda Lintang Cahya Gumilang¹, Risqy Maudy Inayah², Zahra Nur Annisa³, Stefanny Audrey Graciella Sutedjo⁴, Akhmad Komarudin⁵, Bambang Sri Wibowo⁶, Fia Malati⁷

Program Studi Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Mahardhika, Surabaya, Indonesia

*e-mail: dhindaalintang10@gmail.com¹, maudy87@gmail.com², zahraaanr6@gmail.com³, Stefanny060603@gmail.com⁴, adinatursadewa50@gmail.com⁵, bambangsrwibowo72@gmail.com⁶, fia.malati@stiemahardhika.ac.id⁷

Received:	Revised:	Accepted:	Available online:
15.01.2024	27.01.2024	30.01.2024	25.02.2024

Abstract: Higher education is responsible not only in transferring theoretical knowledge, but also in supplying students with practical skills to deal with the dynamics of the business world. College entrepreneurship programs, especially through the development of products such as chicken dumpling noodles, became a real effort to involve students in direct business experience. The study aims to evaluate the effectiveness and development of student entrepreneurship programs, focusing on the case development study of chicken dumpling noodles. Through qualitative descriptive research methods, it explains participants' experiences and perceptions of the effectiveness of entrepreneurship, using a questionnaire's survey technique. Research results are expected to provide valuable insights for higher education institutions and business practitioners to optimize entrepreneurial programs to develop students who are ready to contribute to the dynamic business world.

Keywords: Entrepreneurship programs, evaluations, effectiveness, entrepreneurial programs

Abstrak: Pendidikan tinggi bertanggung jawab tidak hanya dalam mentransfer pengetahuan teoritis, tetapi juga dalam membekali mahasiswa dengan keterampilan praktis untuk menghadapi dinamika dunia bisnis. Program kewirausahaan di perguruan tinggi, khususnya melalui pengembangan penjualan produk seperti Mie Ayam Pangsit, menjadi upaya nyata untuk melibatkan mahasiswa dalam pengalaman bisnis langsung. Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi efektivitas dan mengembangkan Program Kewirausahaan Mahasiswa, dengan fokus pada Studi Kasus Pengembangan Penjualan Mie Ayam Pangsit. Melalui metode penelitian deskriptif kualitatif, penelitian ini mengeksplorasi pengalaman dan persepsi peserta terhadap efektivitas kewirausahaan, dengan menggunakan teknik survey kuesioner. Hasil penelitian diharapkan memberikan wawasan berharga bagi lembaga pendidikan tinggi dan praktisi bisnis untuk optimalisasi program-program kewirausahaan guna membentuk Mahasiswa yang siap berkontribusi dalam dunia bisnis yang dinamis.

Kata kunci: Program Kewirausahaan, Evaluasi, Efektifitas, Pengembangan Program Kewirausahaan

1. PENDAHULUAN

Pendidikan tinggi bertanggung jawab tidak hanya untuk mentransfer pengetahuan teoritis kepada mahasiswa, tetapi juga untuk membekali mereka dengan keterampilan praktis yang diperlukan dalam menghadapi dinamika dunia bisnis yang terus berubah. Di tengah tuntutan pasar yang semakin kompleks, program kewirausahaan di perguruan tinggi muncul sebagai upaya nyata untuk melibatkan mahasiswa dalam pengalaman bisnis langsung.

Salah satu bentuk implementasi program kewirausahaan yang menarik adalah melalui pengembangan penjualan produk tertentu, dan dalam penelitian ini, Mie Ayam Pangsit menjadi fokus utama studi kasus. Sebagai produk kuliner yang populer, Mie Ayam Pangsit menawarkan peluang untuk menggali aspek-aspek bisnis seperti produksi, pemasaran, manajemen keuangan, dan interaksi dengan pasar konsumen.

Pentingnya memahami efektivitas program kewirausahaan mahasiswa, terutama dalam konteks pengembangan penjualan produk spesifik seperti Mie Ayam Pangsit, mencuat sebagai kebutuhan mendesak dalam mempersiapkan mahasiswa untuk memasuki dunia bisnis yang kompetitif. Evaluasi mendalam terhadap program semacam ini menjadi penting untuk memastikan bahwa mereka memberikan manfaat maksimal dalam pengembangan keterampilan, pemahaman bisnis, dan jiwa kewirausahaan mahasiswa.

Dalam kerangka ini, penelitian ini bertujuan untuk merinci dan mengevaluasi efektivitas Program Kewirausahaan Mahasiswa, dengan penekanan khusus pada Studi Kasus Pengembangan Penjualan Mie Ayam Pangsit. Beberapa pertanyaan kunci yang akan dijawab meliputi sejauh mana program ini berhasil meningkatkan keterampilan kewirausahaan mahasiswa, apa dampaknya terhadap perkembangan bisnis Mie Ayam Pangsit, dan bagaimana pengalaman ini dapat dijadikan panduan untuk perbaikan program-program serupa di masa depan.

Dengan rinci perumusan masalah tersebut, penelitian ini bertujuan untuk memberikan kontribusi pada pemahaman tentang efektivitas program kewirausahaan mahasiswa dengan fokus pada pengembangan penjualan produk kuliner. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan wawasan yang berharga bagi lembaga pendidikan tinggi, pembuat kebijakan, dan praktisi bisnis dalam mengoptimalkan program-program kewirausahaan, memastikan bahwa mereka memberikan manfaat yang nyata dalam membentuk mahasiswa sebagai individu yang siap berkontribusi dalam dunia bisnis yang dinamis.

2. METODE

Metode penelitian adalah metode pemecahan masalah atau pengembangan pengetahuan dengan menggunakan metode ilmiah. Dalam pengertian yang lebih luas, metode penelitian adalah ilmu-ilmu untuk memperoleh data yang valid dengan tujuan menemukan, mengembangkan, dan membuktikan pengetahuan tertentu, yang pada gilirannya membantu kita memahami, memecahkan, dan meramalkan suatu permasalahan (Sugiyono, 2009). Teknik deskriptif kualitatif digunakan dalam penelitian ini, penelitian deskriptif kualitatif ini bertujuan untuk mendeskripsikan apa yang terjadi saat ini upaya untuk menggambarkan, mencatat, menganalisis, dan menafsirkan kondisi yang sedang terjadi atau ada.

Penelitian ini dilaksanakan di STIE Mahardhika dengan menggunakan pendekatan penelitian deskriptif kualitatif. Dengan menggunakan penelitian deskriptif kualitatif ini bertujuan untuk

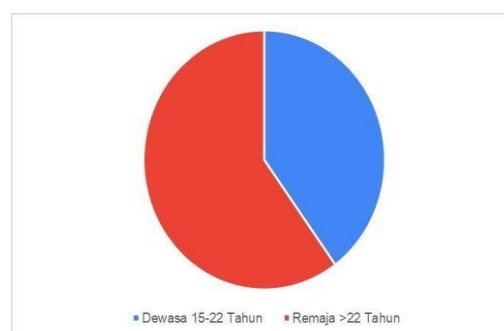
mengembangkan keterampilan bisnis, memahami proses menjadi wirausaha, meningkatkan kreativitas, serta mempersiapkan diri untuk menjadi pengusaha yang sukses di masa depan. Penelitian ini berfokus pada persepsi, pengalaman peserta dan juga cara mereka untuk memahami kehidupan. Dalam penelitian ini, peneliti tertarik untuk memahami pengalaman kewirausahaan, sehingga pendekatan penelitian deskriptif kualitatif dipilih sebagai pendekatan yang paling sesuai. Penelitian deskriptif kualitatif memungkinkan peneliti untuk memperoleh data yang mendalam tentang perspektif dan pengalaman. Penelitian ini akan menggunakan teknik survey kuesioner untuk memperoleh data dari responden penelitian.

Teknik ini memungkinkan peneliti untuk mengajukan pertanyaan mengenai topik penelitiannya sekaligus memberikan ruang bagi partisipan untuk mengemukakan pendapatnya secara bebas. Hal ini akan memungkinkan peneliti untuk mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam mengenai pengalaman kewirausahaan dan persepsi terhadap efektivitas kewirausahaan. Penelitian deskriptif kualitatif juga memungkinkan peneliti memperoleh data kontekstual. Dalam penelitian ini, peneliti mempertimbangkan faktor kontekstual yang dapat mempengaruhi efektivitas kewirausahaan, seperti usia peserta, nama, dan kritik serta saran. Mempertimbangkan faktor kontekstual tersebut memungkinkan peneliti untuk mengembangkan pemahaman yang lebih komprehensif tentang pengalaman partisipan mengenai efektivitas kewirausahaan.

Dalam penelitian kualitatif, analisis data dilakukan secara induktif. Artinya, peneliti akan memulai dengan mengumpulkan data dan kemudian melakukan analisis data untuk mengidentifikasi tema-tema atau pola-pola yang muncul dari data tersebut. Dalam penelitian ini, peneliti akan melakukan analisis data dengan menggunakan pendekatan analisis tematik yang mengidentifikasi tema-tema yang muncul dari data yang dikumpulkan. Dengan menggunakan pendekatan ini, peneliti akan dapat mengidentifikasi tema-tema utama yang berkaitan dengan pengalaman dan persepsi partisipan kewirausahaan terhadap efektivitas perusahaan. Dengan dilakukannya metode penelitian ini maka para peneliti mendapatkan data yang akurat dari para partisipan kewirausahaan, dan data ini akan peneliti gunakan sebagai referensi pengembangan kewirausahaan

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi efektivitas pada Program Kewirausahaan Mahasiswa dengan mengambil studi kasus dalam pengembangan usaha penjualan mie pangsit. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah deskriptif kualitatif, data yang didapatkan melalui hasil survei kuesioner yang diberikan kepada pelanggan yang terlibat dalam kontribusi penjualan mie pangsit. Kontribusi yang dilakukan pelanggan dalam menjadi responden, yaitu sebanyak 13 responden dari banyaknya pelanggan.



Gambar 1. Usia Responden

Mengenai masalah umur manusia mie pangsit dapat terkait dengan preferensi rasa, tekstur dan kebutuhan nutrisi yang berubah seiring bertambahnya usia. Kategori umur menurut Depkes RI

(2009) yaitu 1.) masa balita 0 – 5 th, 2.) Masa kanak-kanak = 5 – 11 th, 3.) Masa remaja 12 – 25 th, 4.) Masa dewasa = 26 - 45 th, 5) Masa lansia = 46 - 65 th 9) Masa manula = > 65 th. Dalam makanan, usia dapat mempengaruhi jenis makanan seperti : bayi memerlukan makanan yang bergizi membutuhkan ASI atau formula khusus, anak-anak dan remaja lebih bebas dalam makanan tetapi harus digaris bawahi bahwa mereka tetap memerlukan nutrisi untuk pertumbuhan dan perkembangan seperti mie pangsit mungkin anak-anak serta remaja lebih suka dengan makanan tersebut dikarenakan lebih sederhana, lalu pada orang dewasa dan lansia perlu lebih memperhatikan nutrisi.

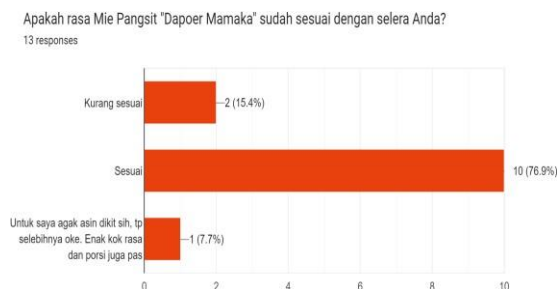
Selera makanan orang dewasa dan lansia rata-rata lebih menghargai variasi nutrisi dan tekstur yang lebih lembut atau mudah dikunyah. lansia perlu menjaga pola makan yang seimbang untuk memenuhi kebutuhan nutrisi dan menjaga kesehatan. Selain itu, pertimbangan kesehatan seperti kandungan garam, lemak, dan kalori juga dapat mempengaruhi pilihan makanan, terutama pada usia lanjut .Hasil survei kuesioner menunjukkan bahwa terdapat perbandingan 60% kalangan remaja dan 40% kalangan dewasa. Dapat ditarik kesimpulan, bahwa sebagian besar responden dalam penelitian ini adalah remaja yang memiliki minat untuk mengonsumsi mie pangsit. Akan tetapi ada juga kalangan orang dewasa yang mengonsumsi mie pangsit. Usia remaja mendominasi penjualan hal tersebut kemungkinan dapat terjadi dikarenakan lingkungan kami berada di usia remaja yang mana hal tersebut mempengaruhi penjualan kami.



Gambar 2. Grafik Harga Mie Pangsit

Berdasarkan hasil analisis, menurut responden harga mie pangsit yang terjangkau yaitu 15.000. Tetapi kami menekankan pada nilai tambah kepada pelanggan harga mie pangsit yang ditetapkan ini mencerminkan kualitas dan ukuran porsi yang memuaskan, serta bahan baku yang digunakan. Hasil kuesioner menunjukkan bahwa responden merasa cukup puas dengan rasa, kualitas serta porsi yang diberikan namun ada beberapa faktor yang mempengaruhi kepuasan tersebut, yaitu harga yang ditetapkan masih belum sesuai dengan ekspektasi harga mie pangsit di luar sana.

Dari hasil survey kuesioner menunjukkan bahwa responden memberikan tanggapan mengenai tampilan penyajian mie pangsit sudah cukup baik dan menarik. Dapat disimpulkan bahwa tampilan penyajian mie pangsit berperan penting dalam keberhasilan program kewirausahaan mahasiswa yang diukur melalui upaya untuk menciptakan tampilan yang menarik dan konsisten dengan nilai- nilai merek Dapoer Mamaka. Rekomendasi responden termasuk pemeliharaan konsistensi dalam tampilan, eksplorasi lebih lanjut terkait inovasi penyajian, dan terus menerima umpan balik pelanggan untuk peningkatan berkelanjutan.



Gambar 3. Kepuasan Responden Pada Rasa Mie Pangsit

Aspek keseimbangan rasa terbukti menjadi kunci dalam menentukan kepuasan responden. Respon yang konsisten menyoroti pentingnya keseimbangan antara rasa asin, manis, pedas, dan asam. Rasa yang seimbang dianggap sebagai elemen penting yang menciptakan pengalaman makan yang memuaskan. Beberapa responden menyampaikan bahwa rasa mie pangsit di Dapoer Mamaka memicu respon emosional positif. Beberapa rasa mungkin mengingatkan mereka pada kenangan atau memberikan kepuasan mendalam, menunjukkan bahwa pengalaman makan tidak hanya berkaitan dengan rasa fisik tetapi juga memberikan pengaruh emosional.

Perlu untuk dicatat bahwa sebagian besar responden menilai konsistensi rasa mie pangsit dari selera pembelian pertama ke pembelian kedua hingga seterusnya. Ini mencerminkan upaya yang dilakukan oleh Dapoer Mamaka untuk mempertahankan standar kualitas yang tinggi dalam penyajian mie pangsit mereka.

Analisis responden menunjukkan bahwa 76,9% rasa mie pangsit sudah sesuai dengan selera mereka. Beberapa responden menyoroti perbedaan dalam saus, bumbu, dan isian mie pangsit yang memberikan nuansa yang berbeda pada setiap hidangan. Terdapat 7,7% responden yang menyatakan bahwa rasa yang disajikan masih memiliki beberapa hal yang perlu untuk diperbaiki. Serta terdapat 15,4% menyatakan bahwa rasa yang disajikan kurang sesuai dengan selera mereka.

Dapat disimpulkan bahwa dengan menerapkan saran-saran yang sudah diberikan oleh responden, Dapoer Mamaka dapat memperkuat posisinya di pasar mie pangsit, menarik pelanggan baru, dan mempertahankan pelanggan setia di masa yang akan datang. Menggabungkan strategi yang relevan dengan tren pasar dan kebutuhan pelanggan akan membantu memastikan pertumbuhan dan keberlanjutan bisnis mie pangsit.

4. KESIMPULAN

Pendidikan tinggi tidak hanya bertanggung jawab untuk memberikan pengetahuan kepada mahasiswa, tetapi juga untuk membekali mereka dengan keterampilan praktis yang diperlukan dalam menghadapi dunia bisnis. Maka dari itu, program kewirausahaan di perguruan tinggi muncul sebagai upaya nyata untuk melibatkan mahasiswa dalam pengalaman bisnis langsung. Mie Pangsit Dapoer Mamaka menjadi salah satu bentuk implementasi program kewirausahaan kami.

Penelitian ini bertujuan untuk merinci dan mengevaluasi efektivitas Program Kewirausahaan Mahasiswa, dengan penekanan khusus pada Studi Kasus Pengembangan Penjualan Mie Ayam Pangsit. Penelitian menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif dengan teknik survey melalui kuesioner yang dimana responden yang berfokus pada persepsi, pengalaman dalam pembelian produk Mie Pangsit Dapoer Mamaka.

Dalam survei tersebut dapat diketahui pengaruh umur, harga serta selera dalam pembelian Mie Pangsit Dapoer Mamaka. Dapat disimpulkan bahwa penjualan Mie Dapoer Mamaka terdapat perbandingan 60% kalangan remaja dan 40% kalangan dewasa. Usia remaja mendominasi penjualan hal tersebut kemungkinan dapat terjadi dikarenakan lingkungan kami berada di usia remaja yang mana hal tersebut mempengaruhi penjualan kami. Selain itu, dalam tanggapan harga yang kami berikan. Responden rata-rata menyarankan harga terjangkau Mie Pangsit yaitu seharga Rp. 15.000,- . Dalam aspek selera, Mie Pangsit Dapoer Mamaka responden menunjukkan bahwa 76,9% rasa mie pangsit sudah sesuai. Terdapat 7,7% responden yang menyatakan bahwa rasa yang disajikan masih memiliki beberapa hal yang perlu untuk diperbaiki. Serta terdapat 15,4% menyatakan bahwa rasa yang disajikan kurang sesuai dengan selera mereka.

Adanya hasil responden tersebut Mie Pangsit Dapoer Mamaka dapat menjalani bisnis lebih baik lagi yaitu dengan melakukan perbaikan daftar menu sehingga lebih bervariasi dalam jenis mie ayam yang disajikan, meningkatkan penampilan penyajian mie ayam sehingga konsumen lebih tertarik untuk membeli, serta menaikkan citra konsumen terhadap Mie Pangsit Dapoer Mamaka dengan cara : Melakukan potongan harga/discount pada waktu tertentu. Namun standarisasi harus dilakukan untuk menjaga kualitas yang sama. Melakukan penawaran produk mie oleh karyawan pada saat konsumen masuk ke Mie Pangsit Dapoer Mamaka.

Dengan dilakukannya penelitian ini dapat mengetahui sisi apa yang perlu diperbaiki dalam produk Mie pangsit Dapoer Mamaka ini. Dalam berlangsungnya usaha ini diharapkan usaha yang dikembangkan melalui progam kewirausahaan ini akan berlansung lama.

DAFTAR PUSTAKA

- Fatchurrohman, Mochamad, Noneng R Sukatmadiredja, Bambang Sri Wibowo, and Ajeng Nurwinda Desiane. 2023. "Strategi Pemasaran Dan Penjualan Dengan Pendekatan Analisa SWOT Pada Produk Usaha Leche." *Jurnal Penelitian Inovatif* 3(1): 67–72.
- Suyanto, B., & Ariadi, S. (2015). Upaya pengembangan usaha mandiri di kalangan pengangguran terdidik di Jawa Timur. *Jurnal Masyarakat, Kebudayaan, Dan Politik*, 28(3), 115– 124.
- Alma, B. (2011). Kewirausahaan untuk mahasiswa dan umum. Bandung: Alfabeta.
- Ariyanti, F. (2013). RI mimpi punya wirausaha sebesar Amerika Serikat. Retrieved December 8, 2013, from <https://www.liputan6.com/bisnis/rea d/631916/ri-mimpi-punya-wirausahasebesar-amerika-serikat>
- Bygrave, W. D. (2010). The entrepreneurial proces. In W. D. Bygrave & A. Zacharakis (Eds.), *The Portable MBA in Entrepreneurship*. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.
- Suwardie, S. (2009). Model evaluasi kinerja tamatan pelatihan kewirausahaan Balai Diklat Pertanian DIY. *Jurnal Penelitian Dan Evaluasi Pendidikan*, 13(2). Retrieved from <https://journal.uny.ac.id/index.php/jp Entrepreneurship mengubah masa depan bangsa dan masa depan anda>. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Soenarto, S., Amin, M. M., & Kumaidi, K. (2017). Evaluasi implementasi kebijakan Sekolah Menengah Kejuruan program 4 tahun dalam meningkatkan employability lulusan. *Jurnal Penelitian Dan Evaluasi Pendidikan*, 21(2), 215. <https://doi.org/10.21831/pep.v21i2.1 7076>
- Ahmad, Ahmad. 2018. "Evaluasi Program Mahasiswa Wirausaha Dengan Model Cipo Di Universitas Brawijaya Dan Universitas Negeri Malang." *Jurnal Penelitian dan Evaluasi Pendidikan* 22(2): 154–67.
- Nasila, Rahmat, Amnatia Abdullah, and Reza Afrizal Unusa. 2023. "Analisis Efektivitas Pelatihan Kewirausahaan Di Universitas Bina Mandiri Gorontalo." 1(6): 457–69.
- Rahma, Nur Siti et al. 2022. "Analisis Kegiatan Program Kreativitas Mahasiswa Bidang Kewirausahaan (Pkm-K) Bellissimo Folding Table : Inovasi Meja Lipat Multifungsi Untuk Pelajar Dan Penata Rias." *Ajie* 6(January): 29–40.
- Susantiningrum, Susantiningrum et al. 2021. "Faktor–Faktor Keberhasilan Wirausaha Mahasiswa Berbasis Marketing Mix 7P." *Jurnal Kewirausahaan dan Bisnis* 26(2): 100.