



Department of Digital Business

Journal of Artificial Intelligence and Digital Business (RIGGS)

Homepage: <https://journal.ilmudata.co.id/index.php/RIGGS>

Vol. 4 No. 4 (2026) pp: 10900-10907

P-ISSN: 2963-9298, e-ISSN: 2963-914X

Peran Program Kewirausahaan Mahasiswa dalam Pengembangan Usaha Trayndy Snack

Magdalena Rika Lulu, Lusi Wahyu Wulandari, Michelle Angelina, Diah Suci Putri R, Taufik Kurniawan

Program studi Akuntansi, STIE Mahardhika Surabaya

nonalena816@gmail.com, usiwahyu389@gmail.com, mchellagelinaa@gmail.com, diahsuciputri@gmail.com,

taufik.kurniawan@stiemahardhika.ac.id

Abstrak

Program Kewirausahaan Mahasiswa berperan penting dalam membekali mahasiswa dengan keterampilan praktis untuk menghadapi dunia usaha yang semakin kompetitif. Melalui program ini, mahasiswa tidak hanya memperoleh pengetahuan teoritis, tetapi juga pengalaman langsung dalam merancang, menjalankan, dan mengevaluasi suatu usaha. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran Program Kewirausahaan Mahasiswa dalam pengembangan usaha snack kekinian Trayndy Snack yang dikelola oleh mahasiswa. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode studi kasus. Data dikumpulkan melalui observasi terhadap kegiatan usaha, wawancara dengan pengelola usaha, serta dokumentasi yang berkaitan dengan proses perencanaan, produksi, pemasaran, dan pengelolaan keuangan usaha. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Program Kewirausahaan Mahasiswa berkontribusi secara nyata dalam meningkatkan keterampilan kewirausahaan mahasiswa. Kontribusi tersebut tercermin dalam kemampuan mahasiswa dalam mengembangkan inovasi produk yang sesuai dengan tren pasar, menyusun strategi pemasaran yang efektif, serta mengelola usaha dan keuangan secara sederhana namun terstruktur. Keterlibatan mahasiswa secara langsung dalam seluruh tahapan usaha, mulai dari perencanaan, produksi, pemasaran, hingga evaluasi kinerja usaha, memberikan pengalaman praktis yang sangat berharga. Pengalaman ini mendukung pembentukan sikap mandiri, rasa tanggung jawab, kreativitas, serta kemampuan pengambilan keputusan sebagai bekal menghadapi dunia usaha nyata. Penelitian ini menyimpulkan bahwa Program Kewirausahaan Mahasiswa tidak hanya berfungsi sebagai sarana pembelajaran kewirausahaan di lingkungan perguruan tinggi, tetapi juga berperan sebagai media pendukung dalam pengembangan usaha mahasiswa secara berkelanjutan. Program ini diharapkan mampu mencetak lulusan yang memiliki jiwa wirausaha, kompetensi manajerial, dan kesiapan untuk menciptakan lapangan kerja secara mandiri.

Kata kunci: Program Kewirausahaan Mahasiswa; Pengembangan Usaha; Snack Kekinian; Trayndy Snack.

1. Latar Belakang

Perkembangan ekonomi kreatif dan digitalisasi telah mendorong munculnya berbagai peluang usaha baru, khususnya di sektor kuliner dan makanan ringan (snack). Perubahan gaya hidup masyarakat, terutama generasi muda, yang menginginkan produk praktis, inovatif, dan memiliki nilai estetika menjadikan bisnis snack kekinian sebagai salah satu sektor yang berkembang pesat. Kondisi ini membuka peluang besar bagi mahasiswa untuk terlibat secara langsung dalam kegiatan kewirausahaan sejak dini. Perguruan tinggi memiliki peran strategis dalam menyiapkan sumber daya manusia yang tidak hanya unggul secara akademik, tetapi juga memiliki jiwa kewirausahaan. Tingginya tingkat persaingan kerja dan terbatasnya lapangan pekerjaan menuntut lulusan perguruan tinggi untuk mampu menciptakan peluang usaha secara mandiri. Oleh karena itu, pendidikan kewirausahaan menjadi salah satu instrumen penting dalam sistem pendidikan tinggi untuk menumbuhkan kreativitas, inovasi, dan kemandirian mahasiswa.

Program Kewirausahaan Mahasiswa (PKM) dirancang sebagai bentuk pembelajaran berbasis praktik yang memungkinkan mahasiswa menerapkan teori kewirausahaan secara langsung dalam kegiatan usaha nyata. Melalui program ini, mahasiswa dilatih untuk merancang ide bisnis, melakukan analisis pasar, mengelola produksi, menyusun strategi pemasaran, serta mengelola keuangan usaha. Pendekatan ini diharapkan mampu meningkatkan kompetensi kewirausahaan mahasiswa secara komprehensif. Dalam konteks usaha kuliner, khususnya snack kekinian, keberhasilan usaha sangat ditentukan oleh kemampuan pelaku usaha dalam

berinovasi dan menyesuaikan diri dengan tren pasar yang dinamis. Produk tidak hanya dituntut memiliki rasa yang baik, tetapi juga kemasan yang menarik, strategi pemasaran yang efektif, serta manajemen usaha yang efisien. Oleh karena itu, keterlibatan mahasiswa dalam usaha snack kekinian melalui program kewirausahaan menjadi media pembelajaran yang relevan dan kontekstual.

Trayndy Snack merupakan salah satu usaha snack kekinian yang dikembangkan melalui Program Kewirausahaan Mahasiswa. Usaha ini menjadi sarana bagi mahasiswa untuk mengaplikasikan pengetahuan kewirausahaan secara nyata sekaligus menguji kemampuan mereka dalam mengelola bisnis di tengah persaingan pasar. Dengan demikian, penelitian ini penting dilakukan untuk menganalisis peran Program Kewirausahaan Mahasiswa dalam mendukung pengembangan usaha Trayndy Snack, baik dari aspek peningkatan keterampilan mahasiswa, inovasi produk, strategi pemasaran, maupun pengelolaan usaha secara berkelanjutan.

2. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode studi kasus. Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian ini bertujuan untuk memahami secara mendalam fenomena peran Program Kewirausahaan Mahasiswa dalam pengembangan usaha snack kekinian, khususnya pada usaha Trayndy Snack. Metode studi kasus digunakan agar peneliti dapat menggali informasi secara komprehensif dan kontekstual mengenai proses, pengalaman, serta dinamika yang terjadi selama pelaksanaan program kewirausahaan mahasiswa.

Objek penelitian adalah usaha Trayndy Snack yang dikelola oleh mahasiswa peserta Program Kewirausahaan Mahasiswa di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Mahardhika Surabaya. Subjek penelitian meliputi mahasiswa pengelola usaha Trayndy Snack, dosen pembimbing Program Kewirausahaan Mahasiswa, serta pihak-pihak yang terlibat langsung dalam kegiatan perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi usaha. Pemilihan subjek penelitian dilakukan secara purposive, yaitu berdasarkan tingkat keterlibatan dan relevansinya dengan fokus penelitian.

Pengumpulan data dilakukan melalui beberapa teknik, yaitu observasi, wawancara, dan dokumentasi. Observasi dilakukan secara langsung terhadap aktivitas usaha Trayndy Snack, meliputi proses perencanaan bisnis, produksi, pemasaran, dan pengelolaan keuangan. Wawancara dilakukan secara semi-terstruktur kepada mahasiswa pengelola usaha dan dosen pembimbing untuk memperoleh informasi yang mendalam mengenai peran program kewirausahaan, manfaat yang dirasakan, serta kendala yang dihadapi selama menjalankan usaha. Teknik dokumentasi digunakan untuk melengkapi data penelitian, berupa laporan kegiatan Program Kewirausahaan Mahasiswa, catatan keuangan sederhana, foto kegiatan usaha, serta dokumen pendukung lainnya.

Data yang diperoleh selanjutnya dianalisis menggunakan teknik analisis data kualitatif deskriptif. Tahapan analisis meliputi reduksi data, yaitu proses pemilahan dan penyederhanaan data sesuai dengan fokus penelitian; penyajian data dalam bentuk narasi deskriptif agar mudah dipahami; serta penarikan kesimpulan dan verifikasi untuk menjawab tujuan penelitian. Proses analisis dilakukan secara berulang dan berkesinambungan hingga diperoleh pemahaman yang menyeluruh mengenai peran Program Kewirausahaan Mahasiswa dalam pengembangan usaha Trayndy Snack. Untuk menjamin keabsahan data, penelitian ini menggunakan teknik triangulasi sumber, yaitu dengan membandingkan dan mengecek kembali data yang diperoleh dari hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi. Dengan demikian, validitas dan kredibilitas hasil penelitian dapat terjaga.

3. Hasil dan Diskusi

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Program Kewirausahaan Mahasiswa (PKM) memiliki kontribusi yang signifikan terhadap pengembangan usaha Trayndy Snack, baik dari sisi peningkatan kapasitas individu mahasiswa maupun dari sisi pertumbuhan usaha secara keseluruhan. Melalui pendekatan pembelajaran berbasis praktik (*experiential learning*), mahasiswa tidak hanya memperoleh pemahaman konseptual mengenai kewirausahaan, tetapi juga mampu menerapkannya secara langsung dalam konteks bisnis yang nyata dan dinamis. Pengalaman ini memberikan pembelajaran yang lebih mendalam dibandingkan dengan pembelajaran teoritis semata, karena mahasiswa dihadapkan pada berbagai tantangan riil dalam menjalankan usaha.

Dari sisi individu, PKM berperan dalam membentuk sikap dan kompetensi kewirausahaan mahasiswa, seperti kemandirian, kreativitas, kemampuan mengambil keputusan, serta keberanian dalam menghadapi risiko usaha. Mahasiswa belajar untuk merancang perencanaan bisnis, mengelola operasional, serta melakukan evaluasi kinerja usaha secara berkelanjutan. Proses ini mendorong terbentuknya pola pikir wirausaha (entrepreneurial mindset) yang adaptif dan berorientasi pada pemecahan masalah.

Sementara itu, dari sisi usaha, penerapan pengetahuan dan keterampilan yang diperoleh melalui PKM berdampak pada peningkatan kualitas produk, strategi pemasaran yang lebih efektif, serta pengelolaan keuangan yang lebih terstruktur. Hal ini berkontribusi terhadap peningkatan daya saing dan keberlanjutan usaha Trayndy Snack. Dengan demikian, hasil penelitian ini menegaskan bahwa PKM tidak hanya berfungsi sebagai program pengembangan soft skill mahasiswa, tetapi juga sebagai sarana strategis dalam mendorong tumbuhnya usaha mahasiswa yang berorientasi pada keberlanjutan dan nilai tambah ekonomi.

3.1 Peran Program Kewirausahaan Mahasiswa dalam Pembentukan Kompetensi Wirausaha

Program Kewirausahaan Mahasiswa tidak hanya berfungsi sebagai sarana pembelajaran teoritis, tetapi juga sebagai media pembentukan kompetensi wirausaha secara komprehensif dan berkelanjutan. Melalui program ini, mahasiswa memperoleh kesempatan untuk mengasah kreativitas dan inovasi dalam menciptakan ide produk maupun strategi pemasaran yang sesuai dengan kebutuhan pasar. Proses ini menuntut mahasiswa untuk berpikir out of the box serta mampu membaca peluang usaha di tengah perubahan tren dan preferensi konsumen. Selain itu, keberanian dalam mengambil risiko menjadi kompetensi penting yang terbentuk melalui pengalaman langsung menghadapi ketidakpastian usaha, seperti kemungkinan kerugian, produk yang kurang diminati, atau kesalahan dalam perencanaan awal.

Keterlibatan aktif mahasiswa dalam perencanaan dan pengelolaan usaha juga berkontribusi terhadap penguatan kemampuan kepemimpinan dan kerja sama tim. Mahasiswa belajar mengoordinasikan tugas, mengelola sumber daya yang terbatas, serta mengambil keputusan strategis dalam situasi yang menuntut ketepatan dan kecepatan. Pengalaman ini memberikan pembelajaran nyata tentang pentingnya tanggung jawab dan etika bisnis dalam menjalankan usaha. Di samping itu, proses evaluasi kinerja usaha yang dilakukan secara berkala melatih mahasiswa untuk melakukan refleksi dan perbaikan berkelanjutan. Dengan demikian, Program Kewirausahaan Mahasiswa berperan signifikan dalam membentuk pola pikir wirausaha (entrepreneurial mindset) yang adaptif dan berorientasi pada solusi. Temuan ini memperkuat pendapat Suryana (2017) bahwa pembelajaran kewirausahaan berbasis pengalaman langsung mampu meningkatkan kesiapan mahasiswa dalam menghadapi tantangan dunia usaha secara nyata dan berkelanjutan..

3.2 Inovasi Produk dan Penyesuaian dengan Tren Pasar

Dalam aspek pengembangan produk, Trayndy Snack menunjukkan kemampuan adaptasi yang baik terhadap tren pasar snack kekinian yang terus mengalami perubahan. Inovasi yang dilakukan tidak hanya terbatas pada penambahan variasi rasa dan jenis produk, tetapi juga mencakup pengembangan desain kemasan yang menarik, penggunaan identitas merek yang konsisten, serta penyesuaian konsep penyajian agar lebih relevan dengan segmen pasar sasaran, khususnya generasi muda. Kemasan yang modern dan informatif menjadi salah satu strategi penting dalam meningkatkan daya tarik produk serta membangun persepsi kualitas di mata konsumen.

Program kewirausahaan mendorong mahasiswa untuk melakukan riset pasar sederhana namun aplikatif, seperti mengamati tren yang berkembang di media sosial, menganalisis produk pesaing, serta mengumpulkan umpan balik konsumen melalui survei langsung dan interaksi saat penjualan. Informasi yang diperoleh dari konsumen dimanfaatkan sebagai dasar pengambilan keputusan dalam pengembangan produk, baik terkait perbaikan rasa, ukuran porsi, maupun penyesuaian harga. Proses uji pasar yang dilakukan secara berkelanjutan membantu mahasiswa memahami bahwa inovasi produk merupakan proses yang dinamis dan berorientasi pada kebutuhan pasar, bukan sekadar ide kreatif semata. Selain itu, mahasiswa juga belajar pentingnya kecepatan dalam merespons perubahan selera konsumen agar produk tetap relevan dan kompetitif. Kemampuan untuk beradaptasi dengan tren pasar ini memberikan nilai tambah bagi keberlanjutan usaha Trayndy Snack. Temuan ini memperkuat pendapat Wibowo dan Nuryanti (2020) yang menyatakan bahwa praktik kewirausahaan secara langsung mampu meningkatkan kemampuan inovatif mahasiswa sekaligus memperkuat daya saing produk usaha di pasar yang semakin kompetitif.

3.3 Strategi Pemasaran dan Pemanfaatan Media Digital

Dari sisi pemasaran, Program Kewirausahaan Mahasiswa mendorong pemanfaatan media digital sebagai strategi utama dalam memperkenalkan dan memasarkan produk Trayndy Snack. Media sosial, khususnya Instagram dan WhatsApp, digunakan tidak hanya sebagai sarana promosi, tetapi juga sebagai media untuk membangun identitas merek (brand identity) yang kuat dan mudah dikenali oleh konsumen. Melalui konten visual yang menarik, seperti foto produk, video singkat, serta testimoni pelanggan, mahasiswa berupaya meningkatkan daya tarik dan kepercayaan konsumen terhadap produk yang ditawarkan. Selain itu, interaksi dua arah yang terjalin melalui fitur komentar dan pesan langsung memungkinkan mahasiswa untuk memperoleh umpan balik secara cepat dan responsif.

Di samping pemasaran digital, strategi pemasaran langsung juga diterapkan dengan melakukan penjualan di lokasi-lokasi strategis, seperti lingkungan kampus, kegiatan bazar, dan acara kewirausahaan. Strategi ini bertujuan untuk meningkatkan visibilitas produk sekaligus memperluas jangkauan pasar secara offline. Keterpaduan antara pemasaran digital dan pemasaran langsung membantu mahasiswa memahami pentingnya pendekatan pemasaran terpadu (integrated marketing communication) dalam meningkatkan efektivitas promosi. Keterlibatan langsung mahasiswa dalam kegiatan pemasaran memberikan pengalaman empiris dalam memahami perilaku konsumen, mulai dari preferensi produk hingga pola pembelian. Pengalaman ini juga mengasah kemampuan komunikasi, negosiasi, serta pelayanan pelanggan yang profesional. Temuan ini mendukung pandangan Kotler dan Keller (2016) yang menekankan bahwa pemasaran yang efektif tidak hanya berfokus pada produk, tetapi juga pada penciptaan nilai dan hubungan jangka panjang dengan pelanggan guna mencapai keberlanjutan usaha.

3.4 Pengelolaan Usaha dan Keuangan

Dalam pengelolaan usaha dan keuangan, Program Kewirausahaan Mahasiswa memberikan pembekalan praktis kepada mahasiswa untuk memahami dan menerapkan prinsip-prinsip dasar manajemen keuangan usaha. Mahasiswa dilatih untuk melakukan pencatatan keuangan sederhana namun sistematis, mulai dari pencatatan arus kas masuk dan keluar, perhitungan biaya produksi, hingga penyusunan laporan laba rugi secara periodik. Praktik ini membantu mahasiswa memahami kondisi keuangan usaha secara nyata dan menghindari pengelolaan keuangan yang bersifat intuitif semata.

Selain itu, mahasiswa juga dibimbing dalam menentukan harga jual produk dengan mempertimbangkan biaya produksi, margin keuntungan, serta daya beli konsumen. Kemampuan ini menjadi penting agar usaha yang dijalankan tidak hanya mampu bersaing di pasar, tetapi juga menghasilkan laba yang berkelanjutan. Evaluasi laba usaha yang dilakukan secara berkala mendorong mahasiswa untuk melakukan analisis efisiensi biaya dan mengidentifikasi pos pengeluaran yang dapat ditekan tanpa mengurangi kualitas produk.

Program kewirausahaan juga menanamkan pemahaman tentang pentingnya perencanaan keuangan jangka pendek dan jangka panjang, termasuk pengelolaan modal kerja dan alokasi laba untuk pengembangan usaha. Dengan demikian, mahasiswa tidak hanya fokus pada aspek produksi dan penjualan, tetapi juga pada keberlanjutan usaha secara finansial. Integrasi antara aspek manajerial dan finansial melalui pembelajaran aplikatif ini membentuk sikap profesional dan bertanggung jawab dalam menjalankan usaha, sehingga mahasiswa memiliki kesiapan yang lebih baik untuk mengelola bisnis secara mandiri di masa depan.

Tabel 1.1. Laporan Laba Rugi

Pendapatan			
Bulan November		Rp.1.153.000	
Bulan Desember		Rp.1.664.000	
Total Pendapatan		Rp. 2.817.000	
HPP			
Biaya Bahan Baku	Rp. 487.224		

Biaya Bahan Penolong	Rp.1.339.926		
Biaya Tenaga Kerja	Rp. 100.000		
Biaya Overhead	Rp. 205.000		
Total Biaya		Rp.2.132.150	
Laba Kotor		Rp. 684.850	
Beban Operasional			
Ongkir Penjualan	Rp. 30.000		
Total Beban		Rp. 30.000	
Laba Bersih			Rp. 654.850

Tabel 1.2. Laporan Perubahan Modal

Modal Awal	Rp.2.500.000
Laba Bersih	Rp. 654.850
Modal Akhir	Rp.3.154.000

3.5 Analisis Laporan Keuangan

Analisis keuangan sangat diperlukan untuk mengetahui pergerakan keuangan suatu usaha dalam beberapa periode, karena alasan itulah kami akan melakukan beberapa analisis yang diantaranya adalah :

➤ Analisis Rasio Profitabilitas

Analisis rasio profitabilitas adalah rasio yang menunjukkan besarnya laba yang diperoleh sebuah perusahaan dalam periode tertentu. Rasio ini digunakan untuk menilai seberapa efisien pengelola suatu usaha dapat mencari keuntungan atau laba untuk setiap penjualan yang dilakukan.

A. Gross Profit Margin (GPM)

$$\begin{aligned}
 \text{GPM} &= \text{Laba Kotor} / \text{Total Pendapatam} \times 100\% \\
 &= 684.850 / 2.817.000 \times 100\% \\
 &= 24,31\%
 \end{aligned}$$

sebesar 24,31% menunjukkan bahwa sekitar seperempat dari setiap penjualan tersisa setelah menutupi biaya produksi (HPP). Rasio ini mengindikasikan bahwa manajemen harga pokok dan biaya bahan baku/produksi cukup efisien

B. NPM (Net Profit Margin)

$$\begin{aligned}
 \text{NPM} &= \text{Laba Bersih} / \text{Total Pendapatan} \times 100\% \\
 &= 654.850 / 2.817.000 \times 100\% \\
 &= 23,25\%
 \end{aligned}$$

Sebesar 23,25% sangat kuat, menunjukkan bahwa PKM sangat efektif dalam mengendalikan semua biaya (produksi dan operasional). Hampir 23 persen dari setiap Rupiah penjualan berhasil diubah menjadi laba bersih.

C. ROE (Return on Equity)

$$\begin{aligned}\text{ROE} &= \text{Laba Bersih} / \text{Equity} \times 100\% \\ &= 654.850 / 2.500.000 \times 100\% \\ &= 26,19\%\end{aligned}$$

Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan mampu mengelola modal sendiri secara efektif sebesar 26,1

3.6 Potensi Pengembangan Usaha

Potensi pengembangan dari program kewirausahaan mahasiswa di bidang makanan dan minuman yang digemari masyarakat dapat mencakup:

1. **Pertumbuhan Bisnis Berkelanjutan** : Jika program kewirausahaan mampu menciptakan produk yang terus diminati oleh masyarakat, bisnis tersebut memiliki potensi untuk terus tumbuh dan berkembang secara berkelanjutan.
2. **Pemberdayaan Ekonomi Lokal** : Melalui pembangunan bisnis yang berkelanjutan, mahasiswa dapat terus memberikan dampak positif pada ekonomi lokal dengan menciptakan lapangan kerja, meningkatkan pendapatan, dan mendukung pertumbuhan bisnis lokal lainnya.
3. **Inovasi Produk dan Layanan** : Keberlanjutan program dapat didukung oleh kemampuan mahasiswa untuk terus berinovasi dalam produk atau layanan mereka, menjaga relevansi dengan perubahan selera pasar dan persaingan bisnis.
4. **Pengembangan Jaringan dan Kemitraan** : Mahasiswa dapat memanfaatkan program kewirausahaan untuk membangun jaringan dan kemitraan yang kuat dengan pemasok lokal, pelanggan, dan pihak-pihak terkait lainnya. Ini dapat membantu mendukung operasional bisnis dan membuka peluang kolaborasi baru.
5. **Edukasi dan Pembelajaran Berkelanjutan** : Program kewirausahaan dapat memberikan peluang untuk pendidikan dan pembelajaran berkelanjutan bagi mahasiswa yang terlibat, memungkinkan mereka terus mengembangkan keterampilan dan pengetahuan kewirausahaan mereka.
6. **Kesadaran Lingkungan dan Sosial** : Keberlanjutan juga dapat terkait dengan kesadaran lingkungan dan sosial. Mahasiswa dapat mengintegrasikan praktik bisnis yang bertanggung jawab secara sosial dan lingkungan, menjadikan keberlanjutan sebagai nilai inti dari operasional bisnis mereka.
7. **Pengembangan Merek dan Loyalitas Pelanggan** : Dengan membangun citra merek yang positif dan mempertahankan kualitas produk, program kewirausahaan memiliki potensi untuk menciptakan loyalitas pelanggan jangka panjang, yang mendukung keberlanjutan bisnis.

Penting untuk terus memantau tren pasar, beradaptasi dengan perubahan, dan menjagaku komitmen terhadap standar kualitas dan layanan agar program kewirausahaan dapat berkelanjutan dalam jangka panjang.

3.7 Hasil Yang Dicapai Mahasiswa

Beberapa hasil yang dicapai dalam program kewirausahaan mahasiswa di bidang makanan dan minuman yang digemari masyarakat ini dapat menghasilkan berbagai pencapaian seperti :

1. **Pendapatan Mahasiswa** : Program kewirausahaan dapat meningkatkan pendapatan mahasiswa melalui penjualan produk makanan dan minuman yang diminati oleh masyarakat.
2. **Peningkatan Kesadaran Merek** : Keberhasilan program dapat meningkatkan kesadaran merek mahasiswa di kalangan konsumen, membangun citra positif terkait produk yang dihasilkan.
3. **Penciptaan Peluang Kerja Mandiri** : Mahasiswa dapat menciptakan peluang kerja mandiri dengan

menjalankan usaha makanan dan minuman sendiri, mengurangi ketergantungan pada pekerjaan konvensional.

4. Kontribusi terhadap Perekonomian Lokal : Usaha kewirausahaan mahasiswa dapat memberikan kontribusi positif terhadap perekonomian lokal dengan menciptakan lapangan pekerjaan dan meningkatkan aktivitas bisnis di sekitar kampus.
5. Pengembangan Keterampilan Kewirausahaan : Mahasiswa akan mengembangkan keterampilan kewirausahaan, termasuk manajemen usaha, pemasaran, dan keuangan, yang dapat bermanfaat dalam karir masa depan.
6. Inovasi Produk : Program ini dapat mendorong inovasi dalam produk makanan dan minuman, menghasilkan variasi baru yang sesuai dengan tren dan kebutuhan konsumen.
7. Pemberdayaan Komunitas Mahasiswa : Melalui kewirausahaan, mahasiswa dapat merasa lebih terlibat dalam pengembangan dan pemberdayaan komunitas kampus mereka.
8. Peningkatan Kualitas Hidup : Dengan menyediakan produk yang digemari masyarakat, program ini dapat memberikan kontribusi pada peningkatan kualitas hidup mahasiswa dan konsumen lokal.
9. Pengalaman Praktis : Mahasiswa mendapatkan pengalaman praktis dalam menjalankan bisnis, membantu mereka memahami tantangan dunia nyata dan mempersiapkan diri untuk karir di masa depan.
10. Peningkatan Daya Saing : Keberhasilan program kewirausahaan dapat meningkatkan daya saing lulusan di pasar kerja dengan menunjukkan kemampuan berwirausaha dan kepemimpinan.

4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan, dapat disimpulkan bahwa Program Kewirausahaan Mahasiswa (PKM) memiliki peran yang sangat signifikan dalam mendukung pengembangan usaha snack kekinian Trayndy Snack. Program ini tidak hanya berfungsi sebagai sarana pembelajaran teoritis, tetapi lebih jauh berperan sebagai media pembelajaran berbasis praktik yang memberikan pengalaman nyata kepada mahasiswa dalam menjalankan dan mengelola usaha secara langsung. Melalui pendekatan experiential learning, mahasiswa mampu mengintegrasikan pengetahuan kewirausahaan dengan kondisi bisnis yang sesungguhnya, sehingga pembelajaran yang diperoleh menjadi lebih kontekstual dan aplikatif. Dari sisi individu, PKM terbukti berkontribusi dalam pembentukan kompetensi kewirausahaan mahasiswa, seperti kreativitas, inovasi, keberanian mengambil risiko, kemampuan pengambilan keputusan, kepemimpinan, serta kerja sama tim. Mahasiswa tidak hanya dilatih untuk menciptakan ide usaha, tetapi juga dibiasakan untuk menghadapi tantangan dan ketidakpastian usaha, melakukan evaluasi kinerja, serta mengambil langkah perbaikan secara berkelanjutan. Proses ini mendorong terbentuknya pola pikir wirausaha yang adaptif, mandiri, dan berorientasi pada pemecahan masalah. Dari sisi usaha, penerapan kompetensi yang diperoleh melalui PKM berdampak positif terhadap perkembangan Trayndy Snack, khususnya dalam hal inovasi produk, penyesuaian dengan tren pasar, penerapan strategi pemasaran digital yang terintegrasi, serta pengelolaan usaha dan keuangan yang lebih sistematis. Hal ini meningkatkan daya saing usaha sekaligus mendukung keberlanjutan bisnis dalam jangka panjang. Dengan demikian, PKM dapat dipandang sebagai strategi efektif perguruan tinggi dalam menumbuhkan jiwa wirausaha mahasiswa sekaligus mendorong tumbuhnya usaha mahasiswa yang berorientasi pada keberlanjutan dan nilai tambah ekonomi. Ke depan, penguatan dukungan institusi, pendampingan berkelanjutan, serta pengembangan kurikulum kewirausahaan yang adaptif perlu terus dilakukan agar program ini mampu menghasilkan wirausahawan muda yang kompeten dan berdaya saing tinggi.

Referensi

1. Alma, B. (2018). *Kewirausahaan*. Bandung: Alfabeta.
2. Astuti, Y., & Handayani, S. (2021). Implementasi program kewirausahaan mahasiswa dalam meningkatkan minat berwirausaha. *Jurnal Pendidikan Tinggi*, 6(3), 201–210.
3. Drucker, P. F. (2015). *Innovation and entrepreneurship*. New York: Harper & Row.
4. Hisrich, R. D., Peters, M. P., & Shepherd, D. A. (2017). *Entrepreneurship*. New York: McGraw-Hill Education.
5. Kelompok PKM Trayndy Snacks. 2025. *Laporan Akhir Program Kewirausahaan Mahasiswa (PKM): Trayndy Snacks*. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Mahardhika Surabaya.

6. Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education.
7. Kurniawan, T. (2020). Pendidikan kewirausahaan dan pembentukan karakter wirausaha mahasiswa. *Jurnal Manajemen Pendidikan*, 12(1), 45–56.
8. Meredith, G. G. (2017). *The practice of entrepreneurship*. Geneva: International Labour Organization (ILO).
9. OECD. (2019). *Entrepreneurship education: A global consideration*. Paris: OECD Publishing.
10. Rahmawati, D. (2022). Digital marketing sebagai strategi pengembangan usaha mahasiswa. *Jurnal Bisnis Digital*, 4(1), 33–42.
11. Setiawan, R., & Pratama, A. (2021). Peran ekonomi kreatif dalam pengembangan UMKM kuliner. *Jurnal Ekonomi Kreatif*, 5(2), 87–98.
12. Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kualitatif, kuantitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
13. Suryana. (2017). *Kewirausahaan: Kiat dan proses menuju sukses*. Jakarta: Salemba Empat.
14. Wibowo, A., & Nuryanti, Y. (2020). Peran pendidikan kewirausahaan dalam meningkatkan inovasi dan daya saing usaha mahasiswa. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 13(2), 120–130.
15. Zimmerer, T. W., & Scarborough, N. M. (2018). *Essentials of entrepreneurship and small business management*. Pearson Education.