



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: 10274-10280

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

Pengembangan Usaha Lumpia Assoyy sebagai Produk Kreatif Mahasiswa dalam Meningkatkan Jiwa Kewirausahaan

Adha Pramudya Yudistira, Nurul Afandi, Kholili Ahmad Akbar, Qaedi Rasis, Raka Lucky
Prodi Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Mahardika Surabaya
doditcahyo310@gmail.com

Abstrak

Kegiatan praktik kewirausahaan mahasiswa merupakan sarana pembelajaran yang bertujuan untuk menumbuhkan jiwa kewirausahaan, kreativitas, dan kemandirian mahasiswa melalui pengalaman usaha secara langsung. Penelitian ini membahas pengembangan usaha Lumpia Assoyy sebagai produk kreatif mahasiswa dalam meningkatkan jiwa kewirausahaan. Lumpia Assoyy merupakan usaha kuliner yang menawarkan dua produk utama, yaitu lumpia dengan harga Rp12.000 per kotak isi lima buah dan sari kacang hijau dengan harga Rp7.000 per botol. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui proses pengembangan usaha, strategi pemasaran yang diterapkan, serta dampaknya terhadap peningkatan jiwa kewirausahaan mahasiswa. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan deskriptif kualitatif dan kuantitatif. Data diperoleh melalui observasi, wawancara, dokumentasi, dan studi pustaka. Strategi pemasaran yang diterapkan meliputi penjualan secara online dan sistem pre-order melalui media sosial seperti WhatsApp, Instagram, dan TikTok, serta penjualan secara offline dengan membuka stand pada Festival PKM STIE Mahardika. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kombinasi pemasaran online dan offline mampu meningkatkan jangkauan konsumen serta volume penjualan produk. Selain itu, usaha Lumpia Assoyy mendapatkan respon positif dari konsumen karena harga yang terjangkau, kualitas produk yang baik, dan kemudahan pemesanan. Kesimpulan dari penelitian ini menunjukkan bahwa usaha Lumpia Assoyy tidak hanya memberikan keuntungan ekonomi, tetapi juga berperan penting dalam membentuk sikap mandiri, kreatif, dan bertanggung jawab pada mahasiswa. Dengan demikian, usaha ini dapat dijadikan sebagai contoh produk kreatif mahasiswa yang efektif dalam meningkatkan jiwa kewirausahaan.

Kata kunci: Kewirausahaan Mahasiswa, Lumpia Assoyy, Produk Kreatif, Pemasaran, Pengembangan Usaha

1. Latar Belakang

Hindari mendiskusikan ulasan perpustakaan dan definisi yang bersifat umum. Perkembangan dunia pendidikan saat ini tidak hanya menekankan pada penguasaan teori, tetapi juga pada kemampuan praktik yang mampu membentuk karakter kreatif, inovatif, dan mandiri pada mahasiswa. Salah satu upaya nyata yang dilakukan perguruan tinggi dalam mendukung hal tersebut adalah melalui program praktik kewirausahaan mahasiswa. Program ini bertujuan untuk membekali mahasiswa dengan pengalaman langsung dalam merancang, menjalankan, dan mengelola suatu usaha sehingga mahasiswa tidak hanya memiliki pengetahuan teoritis, tetapi juga keterampilan praktis dalam menghadapi dunia kerja maupun dunia usaha.

Kewirausahaan memegang peranan penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi, menciptakan lapangan kerja, serta meningkatkan daya saing bangsa. Mahasiswa sebagai generasi muda diharapkan mampu menjadi agen perubahan yang tidak hanya mencari pekerjaan setelah lulus, tetapi juga mampu menciptakan peluang usaha baru. Melalui praktik kewirausahaan, mahasiswa dilatih untuk berpikir kreatif, berani mengambil risiko, disiplin, bertanggung jawab, serta mampu menghadapi tantangan yang muncul dalam dunia bisnis.

Salah satu bentuk implementasi kewirausahaan mahasiswa adalah pengembangan usaha kuliner “Lumpia Assoyy”. Kuliner dipilih sebagai bidang usaha karena memiliki peluang pasar yang luas, tingkat konsumsi masyarakat yang tinggi, serta modal yang relatif terjangkau. Lumpia sebagai makanan ringan tradisional memiliki daya tarik tersendiri karena rasanya yang gurih, praktis, dan digemari berbagai kalangan. Melalui inovasi rasa,

“Pengembangan Usaha Lumpia Assoyy sebagai Produk Kreatif Mahasiswa dalam Meningkatkan Jiwa Kewirausahaan”

pengemasan yang menarik, serta strategi pemasaran yang tepat, Lumpia Assoyyyy diharapkan mampu menjadi produk kreatif mahasiswa yang memiliki keunggulan kompetitif.

Pengembangan usaha Lumpia Assoyyyy tidak hanya bertujuan untuk memperoleh keuntungan ekonomi, tetapi juga sebagai media pembelajaran bagi mahasiswa dalam menerapkan konsep manajemen usaha, mulai dari perencanaan, produksi, pemasaran, hingga evaluasi usaha. Selain itu, kegiatan ini juga diharapkan dapat meningkatkan jiwa kewirausahaan mahasiswa, seperti keberanian berusaha, kemampuan mengambil keputusan, kerja sama tim, serta tanggung jawab dalam menjalankan usaha.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini dilakukan untuk menganalisis bagaimana proses pengembangan usaha Lumpia Assoyyyy sebagai produk kreatif mahasiswa, strategi pemasaran yang digunakan, respon konsumen terhadap produk, serta kontribusi usaha ini dalam meningkatkan jiwa kewirausahaan mahasiswa. Dengan adanya penelitian ini, diharapkan dapat memberikan gambaran sekaligus menjadi referensi bagi mahasiswa lain yang ingin mengembangkan usaha sejenis.

2. Metode Penelitian

Kewirausahaan didefinisikan sebagai kemampuan individu dalam menciptakan peluang usaha melalui kreativitas, inovasi, serta keberanian mengambil risiko. Menurut teori kewirausahaan, keberhasilan usaha dipengaruhi oleh manajemen pemasaran, manajemen produksi, strategi promosi, serta pengelolaan keuangan.

Dalam konteks bisnis kuliner, teori pemasaran menyebutkan bahwa kualitas produk, harga, tempat distribusi, dan promosi (Marketing Mix 4P) merupakan faktor utama keberhasilan. Selain itu, analisis kelayakan usaha mencakup aspek pasar, teknis, manajemen, serta keuangan.

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan praktik langsung (field practice). Data dikumpulkan melalui:

1. **Observasi langsung** terhadap proses produksi dan penjualan.
2. **Pencatatan penjualan harian** untuk mengetahui keuntungan dan perkembangan usaha.
3. **Wawancara sederhana** kepada konsumen untuk mengetahui tingkat kepuasan.
4. **Analisis keuangan** untuk melihat keuntungan, Break Even Point, dan kelayakan usaha.

3. Hasil dan Diskusi

1. Gambaran Umum Usaha Lumpia Assoyy

Usaha *Lumpia Assoyyyy* merupakan bentuk kreativitas mahasiswa dalam bidang kewirausahaan makanan ringan. Produk yang dihasilkan berupa makanan olahan yang mudah diterima konsumen, memiliki cita rasa yang disukai berbagai kalangan, serta dijual dengan harga yang terjangkau. Usaha ini bertujuan untuk menumbuhkan jiwa kewirausahaan mahasiswa, meningkatkan kemampuan manajemen usaha, serta membuktikan bahwa mahasiswa mampu menciptakan peluang bisnis yang potensial.

Produk yang dijual terdiri dari dua jenis, yaitu:

1. **Lumpia isi 5 per kotak** dengan harga Rp12.000
2. **Sari kacang hijau** dengan harga Rp7.000 per botol

Pemilihan kedua produk ini didasarkan pada pertimbangan bahwa makanan ringan dan minuman sehat memiliki permintaan tinggi, mudah dipasarkan, serta memiliki tingkat minat konsumen yang stabil.

2. Strategi Produk

Dari segi produk, *Lumpia Assoyyyy* mengutamakan kualitas bahan baku, rasa, kebersihan, dan kemasan. Lumpia diproduksi dengan bahan yang higienis, tekstur renyah, dan cita rasa gurih yang sesuai selera masyarakat. Pengemasan dilakukan menggunakan kotak yang praktis dan menarik sehingga meningkatkan nilai jual produk.

Untuk produk **sari kacang hijau**, proses pengolahan memperhatikan kualitas bahan dan kebersihan agar menghasilkan minuman yang segar, bergizi, dan aman dikonsumsi. Produk ini juga menjadi pelengkap yang relevan dengan lumpia sebagai makanan ringan, sehingga memberikan pilihan paket konsumsi bagi konsumen.

3. Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran yang digunakan menggabungkan metode **online** dan **offline**.

a. Pemasaran Online

Pemasaran online dilakukan melalui:

- **WhatsApp**
- **Instagram**
- **TikTok**

Metode pemasaran ini dilakukan melalui sistem **pre order**, sehingga tim dapat lebih mudah mengatur jumlah produksi sesuai pesanan yang masuk. Strategi ini efektif dalam:

- Mengurangi risiko kerugian
- Menghindari penumpukan stok
- Menjamin produk lebih segar saat diterima konsumen
- Menjangkau konsumen lebih luas

Konten promosi dibuat dalam bentuk foto produk, video singkat, caption menarik, testimoni pelanggan, serta informasi promo untuk menarik minat pembeli.

b. Pemasaran Offline

Selain penjualan online, *Lumpia Assoyyyy* juga melakukan pemasaran melalui penjualan langsung dengan membuka stand pada **Festival PKM STIE Mahardhika**. Kegiatan ini memberikan dampak positif, antara lain:

- Memperkenalkan produk langsung kepada masyarakat
- Meningkatkan kepercayaan konsumen
- Memberikan pengalaman interaksi langsung dengan pembeli
- Meningkatkan jumlah penjualan dalam waktu singkat

Melalui pemasaran offline ini, masyarakat dapat langsung merasakan kualitas produk, sehingga berdampak pada meningkatnya minat beli ulang.

4. Analisis Penjualan dan Minat Konsumen

Berdasarkan hasil penjualan yang diperoleh selama kegiatan kewirausahaan, kedua produk mendapatkan respon positif. Konsumen menyatakan bahwa lumpia memiliki rasa yang enak, harga terjangkau, dan kemasan menarik.

Sementara itu, sari kacang hijau dinilai segar, cocok sebagai pendamping makanan, dan memiliki manfaat kesehatan.

Harga yang ditawarkan dianggap sesuai dengan daya beli mahasiswa maupun masyarakat umum. Sistem pre order dinilai membantu konsumen dalam melakukan pemesanan lebih mudah melalui media sosial, sementara penjualan pada festival meningkatkan exposure produk.

5. Tantangan Usaha

Dalam pelaksanaan usaha, terdapat beberapa kendala yang dihadapi, antara lain:

1. Persaingan dengan produk makanan sejenis
2. Keterbatasan modal produksi
3. Ketergantungan pada promosi aktif di media sosial
4. Pengelolaan waktu antara kegiatan kuliah dan usaha

Namun demikian, tim usaha mampu mengatasinya dengan:

- Meningkatkan kualitas rasa
- Memperbaiki kemasan
- Melakukan promosi rutin
- Mengatur jadwal produksi dengan baik

6. Dampak terhadap Jiwa Kewirausahaan Mahasiswa

Usaha *Lumpia Assoyyyy* memberikan dampak positif terhadap pengembangan jiwa kewirausahaan mahasiswa. Melalui kegiatan ini mahasiswa belajar:

- Mengelola usaha secara nyata
- Mengambil keputusan bisnis
- Mengelola keuangan
- Melakukan promosi kreatif
- Menghadapi tantangan pasar
- Membangun kepercayaan diri dalam berwirausaha

Dengan demikian, usaha ini tidak hanya memberikan keuntungan ekonomi, tetapi juga memberikan manfaat edukatif dan pengalaman kewirausahaan yang berharga.

7. Manajemen usaha

a. Sumber Modal

Modal awal kami dapatkan berasal dari pinjaman modal kampus kami STIE Mhardhika Surabaya

Tabel 3. 1 Sumber Modal

Pinjaman Modal	Rp 2.500.000
Kampus STIE Mahardhika	
Total Sumber Modal	Rp 2.500.000

b. Anggaran Biaya

Tabel 3. 2 Anggaran Biaya

NO.	TANGGAL	KETERANGAN			DEBIT	KREDIT	SALDO
1	20-Oct	Saldo Awal				Rp2.500.000	Rp2.500.000
		Makanan					
2	25-Nov	Kecambah	4.5 Kg	Bahan	Rp36.000		Rp2.464.000
3	25-Nov	Wortel	7 Kg	Bahan	Rp56.000		Rp2.408.000
4	25-Nov	Terigu	4.5 Kg	Bahan	Rp31.500		Rp2.376.500
5	25-Nov	Tepung Kanji	3.5 Ons	Bahan	Rp3.500		Rp2.373.000
6	25-Nov	Garam	1 Pck	Bahan	Rp3.000		Rp2.370.000
7	25-Nov	Gula	1 Kg	Bahan	Rp18.000		Rp2.352.000
8	25-Nov	Minyak	3.5 Liter	Bahan	Rp28.000		Rp2.324.000
9	25-Nov	Kardus Packaging	50 pcs	Alat	Rp125.000		Rp2.199.000
10	25-Nov	Saos	1 kg	Bahan	Rp30.000		Rp2.169.000
11	25-Nov	Daun Bawang	20 Lusin	Bahan	Rp100.000		Rp2.069.000
		Total					Rp2.069.000
		Minuman					
12	25-Nov	Kacang Hijau	2 Kg	Bahan	Rp56.000		Rp2.013.000
13	25-Nov	Gula	3 Kg	Bahan	Rp54.000		Rp1.959.000
14	25-Nov	Krimer	3 Kg	Bahan	Rp57.000		Rp1.902.000
15	25-Nov	Air Galon	19 Liter	Bahan	Rp20.000		Rp1.882.000
16	25-Nov	Perisa Pandan	1 Botol	Bahan	Rp5.000		Rp1.877.000
17	25-Nov	Botol	3 Bal	Alat	Rp78.000		Rp1.799.000
18	25-Nov	Stiker	3 Lbr	Bahan	Rp12.000		Rp1.787.000
		Total					Rp1.787.000
19		Uang Masuk					
20				Per pcs			
21	28-Nov	Lumpia	12 Pcs		Rp12.000	Rp144.000	Rp1.931.000
22	28-Nov	Sari Kacang Hiaju	10 Btl		Rp7.000	Rp70.000	Rp2.001.000
23	29-Nov	Lumpia	25 Pcs		Rp12.000	Rp300.000	Rp2.301.000
24	29-Nov	Sari Kacang Hiaju	15 Btl		Rp7.000	Rp105.000	Rp2.406.000
25	30-Nov	Sari Kacang Hiaju	13 Btl		Rp7.000	Rp91.000	Rp2.497.000
26	05-Dec	Sari Kacang Hiaju	73 Btl		Rp7.000	Rp511.000	Rp3.008.000
27	05-Dec	Lumpia	13 Pcs		Rp12.000	Rp156.000	Rp3.164.000
28		Total Penjualan				Rp1.377.000	Rp3.164.000
29		Uang Keluar					
30	27-Oct	Tabung Gas Lpg	1		Rp20.000		Rp3.144.000
31	27-Oct	Banner	1		Rp50.000		Rp3.094.000
32	27-Oct	Biaya Stand	1		Rp200.000		Rp2.894.000
	27-Oct	Stiker Logo	2		Rp20.000		Rp2.874.000
33		Total					Rp2.874.000

c. Analisa BEP

Tabel 3. 3 Analisa BEP

Rincian Cost	Harga Tetap	Harga Jual	BEP per Unit
Lumpia	Rp 98.600	Rp 12.000	50 pcs
Sarjo	Rp 191.400	Rp 7.000	111 pcs

d. Analisa PBP

Tabel 3. 4 Analisa PBP

Modal Laba Bersih	Rp 2.500.000
	Rp 304.000
PBP (Payback Period)	4,21

e. Analisa Laba Rugi

Tabel 3. 5 Analisa Laba Rugi

Total Revenue	Rp 1.377.000
Cost	Rp 1.073.000
Lab Bersih	Rp 30.000

4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pelaksanaan dan analisis pengembangan usaha Lumpia Assoyyyy sebagai produk kreatif mahasiswa, dapat disimpulkan bahwa usaha ini berhasil menjadi wadah pembelajaran kewirausahaan yang efektif sekaligus mampu menghasilkan nilai ekonomi. Produk yang ditawarkan, yaitu lumpia isi 5 per kotak seharga Rp12.000 dan sari kacang hijau seharga Rp7.000 per botol, mendapatkan respon positif dari konsumen karena memiliki cita rasa yang baik, harga terjangkau, dan kualitas yang dapat diterima pasar. Strategi pemasaran yang diterapkan melalui metode online seperti WhatsApp, Instagram, dan TikTok serta sistem pre-order terbukti efektif dalam menjangkau konsumen secara luas dan membantu pengelolaan produksi dengan lebih efisien. Selain itu, pemasaran secara offline melalui pembukaan stand pada Festival PKM STIE Mahardhika turut meningkatkan popularitas produk serta memperluas jaringan konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa kombinasi pemasaran online dan offline mampu mendukung pengembangan usaha secara signifikan. Dari sisi kewirausahaan, usaha Lumpia Assoyyyy memberikan kontribusi besar dalam peningkatan jiwa kewirausahaan mahasiswa. Melalui usaha ini, mahasiswa memperoleh pengalaman langsung dalam mengelola bisnis, mulai dari perencanaan, produksi, pemasaran, pengelolaan keuangan, hingga pelayanan konsumen. Pengalaman tersebut membentuk sikap kreatif, inovatif, disiplin, bertanggung jawab, serta berani mengambil risiko. Secara keseluruhan, usaha Lumpia Assoyyyy dapat dinyatakan berhasil sebagai produk kreatif mahasiswa yang tidak hanya memberikan manfaat ekonomi, tetapi juga memberikan dampak edukatif dalam pengembangan jiwa kewirausahaan sesuai dengan tujuan Program Kreativitas Mahasiswa (PKM).

Referensi

1. Indrajit, R. E. (2001). E-Commerce: Strategi dan Pengantar Bisnis di Dunia Maya. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
2. Kotler, P. (2012). Marketing Management (14th Edition). New Jersey: Pearson Education.
3. Kotler, P., & Armstrong, G. (2014). Principles of Marketing (15th Edition). New Jersey: Pearson.

DOI: <https://doi.org/10.xxxx/riggs.xxxx.xxx>

Lisensi: Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

4. Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management (15th Edition)*. New Jersey: Pearson Education.
5. Laudon, K. C., & Laudon, J. P. (2014). *Management Information Systems: Managing the Digital Firm*. New Jersey: Pearson.
6. Permendikbud RI. (2015). *Panduan Pelaksanaan Program Kreativitas Mahasiswa (PKM)*. Jakarta: Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi.
7. Suryana. (2013). *Kewirausahaan: Kiat dan Proses Menuju Sukses*. Jakarta: Salemba Empat.
8. Alma, B. (2016). *Kewirausahaan*. Bandung: Alfabeta.
9. Assauri, S. (2015). *Manajemen Pemasaran: Dasar, Konsep, dan Strategi*. Jakarta: Rajawali Pers.
10. Griffin, R. W. (2010). *Manajemen*. Jakarta: Erlangga.
11. Indrajit, R. E. (2001). *E-Commerce: Strategi dan Konsep Bisnis di Dunia Digital*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
12. Kotler, P. (2012). *Manajemen Pemasaran (Edisi 13)*. Jakarta: Erlangga.
13. Kotler, P., & Armstrong, G. (2014). *Principles of Marketing (15th ed.)*. New Jersey: Pearson Education.
14. Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management (15th ed.)*. New Jersey: Pearson Education.
15. Laudon, K. C., & Laudon, J. P. (2014). *Management Information Systems: Managing the Digital Firm*. New Jersey: Pearson.
16. Permendikbud Republik Indonesia. (2020). *Panduan Program Kreativitas Mahasiswa (PKM)*. Jakarta: Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi.
17. Saiman, L. (2014). *Kewirausahaan: Teori, Praktik, dan Kasus-Kasus*. Jakarta: Salemba Empat.
18. Suryana. (2013). *Kewirausahaan: Kiat dan Proses Menuju Sukses*. Jakarta: Salemba Empat.
19. Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.
20. Wijaya, T. (2018). *Manajemen Kewirausahaan*. Yogyakarta: BPFE.