

Pendampingan Kewirausahaan Mahasiswa pada Jasa Katering Dapur Alifa

Arninda ^{1*}, Fathia Alya Supandih ², Melia Utari ³, Haniyyah Kusuma ⁴

^{1*,2,3,4} Faculty of Economics and Busines, Universitas Muhammadiyah Pontianak, Indonesia

Email: arninda@unmuhpnk.ac.id ^{1*}, 221330004@unmuhpnk.ac.id ², 221330007@unmuhpnk.ac.id ³,
221330011@unmuhpnk.ac.id ⁴

Article history:

Received November 4, 2024.

Revised December 28, 2024.

Accepted January 10, 2025.

Abstract

The entrepreneurship mentoring program for Dapur Alifa effectively integrates theory and practice, significantly enhancing various business aspects. Beginning with a SWOT analysis, the program identified key strengths, weaknesses, opportunities, and threats, forming the foundation for tailored strategies. Operational efficiency improved by 25% through better resource management and team organization, enabling Dapur Alifa to handle growing customer demands. The implementation of a 7P-based marketing strategy, supported by digital promotion, increased customer acquisition by 35%, demonstrating the importance of digital platforms in expanding market reach. Ensuring business legality through certifications, such as NIB and halal certification, enhanced consumer trust and opened access to premium markets. Practical activities, including market research, promotional campaigns, and participation in the EA VIII 2024 in Jambi, resulted in a 30% growth in catering orders within three months. The program also fostered innovation by encouraging healthier, budget-friendly menu development, maintaining competitiveness in a dynamic market. This mentoring initiative highlights the critical role of guidance in equipping students with entrepreneurial skills, fostering innovation, and driving sustainable growth for Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs). Dapur Alifa serves as a model for similar enterprises, contributing to community empowerment and aligning with broader economic development goals.

Keywords:

Entrepreneurship; Dapur Alifa; Catering Services; MSMEs.

Abstrak

Program pendampingan kewirausahaan pada Dapur Alifa berhasil mengintegrasikan teori dan praktik, sehingga meningkatkan berbagai aspek bisnis secara signifikan. Program ini diawali dengan analisis SWOT untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman, yang menjadi dasar penyusunan strategi. Efisiensi operasional meningkat hingga 25% melalui pengelolaan sumber daya dan organisasi tim yang lebih baik, memungkinkan Dapur Alifa memenuhi permintaan pelanggan yang terus bertambah. Penerapan strategi pemasaran berbasis konsep 7P, yang didukung promosi digital, berhasil meningkatkan jumlah pelanggan sebesar 35%, menunjukkan pentingnya platform digital dalam memperluas jangkauan pasar. Upaya legalitas usaha melalui sertifikasi, seperti NIB dan sertifikat halal, meningkatkan kepercayaan konsumen dan membuka akses ke pasar premium. Kegiatan praktis seperti riset pasar, kampanye promosi, dan partisipasi dalam EA VIII 2024 di Jambi berkontribusi pada peningkatan pesanan katering sebesar 30% dalam tiga bulan. Program ini juga mendorong inovasi melalui pengembangan menu sehat dan ramah anggaran, sehingga menjaga daya saing di pasar yang dinamis. Pendampingan ini menunjukkan pentingnya bimbingan dalam membekali mahasiswa dengan keterampilan kewirausahaan, mendorong inovasi, dan mendukung pertumbuhan berkelanjutan untuk UMKM.

Dapur Alifa menjadi model inspiratif bagi usaha serupa, mendukung pemberdayaan masyarakat dan tujuan pengembangan ekonomi yang lebih luas.

Kata Kunci:

Kewirausahaan; Dapur Alifa; Jasa Katering; UMKM.

1. PENDAHULUAN

Tingkat pengangguran di Indonesia, terutama di kalangan lulusan perguruan tinggi, merupakan salah satu tantangan besar yang dihadapi negara ini. Data dari Badan Pusat Statistik menunjukkan bahwa pengangguran terdidik meningkat dalam tiga tahun terakhir. Salah satu faktor yang berkontribusi terhadap masalah ini adalah kurangnya keterampilan praktis dan kreativitas di antara lulusan (Wijaya, 2018). Permasalahan ini tidak hanya berdampak pada perekonomian nasional, tetapi juga stabilitas sosial di masyarakat. Oleh karena itu, diperlukan langkah strategis yang tidak hanya memberikan solusi jangka pendek, tetapi juga mendukung keberlanjutan dalam pemberdayaan sumber daya manusia. Salah satu pendekatan yang relevan adalah pemberdayaan lulusan melalui kewirausahaan, yang dapat mendorong mereka untuk menjadi pelaku usaha mandiri sekaligus pencipta lapangan kerja baru.

Universitas Muhammadiyah Pontianak melalui Fakultas Ekonomi dan Bisnis berusaha memberikan solusi dengan menawarkan mata kuliah kewirausahaan. Mata kuliah ini dirancang untuk membekali mahasiswa dengan kemampuan merancang, memulai, dan mengelola usaha. Mahasiswa dilatih dalam berbagai aspek penting seperti manajemen waktu, kepemimpinan, pengelolaan keuangan, pemasaran, serta kemampuan komunikasi yang efektif. Pendekatan ini bertujuan untuk menghasilkan lulusan yang tidak hanya siap memasuki dunia kerja, tetapi juga mampu menciptakan lapangan kerja baru. Dalam konteks ini, kewirausahaan tidak hanya dilihat sebagai kegiatan ekonomi, tetapi juga sebagai sarana pemberdayaan masyarakat yang berorientasi pada keberlanjutan ekonomi lokal (Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan, 2024). Pentingnya integrasi kewirausahaan dalam pendidikan tinggi juga didukung oleh kebijakan nasional yang mendorong inovasi dan kemandirian ekonomi melalui UMKM.

Salah satu implementasi dari program kewirausahaan ini adalah pendampingan terhadap Dapur Alifa, sebuah usaha jasa katering yang dikelola oleh mahasiswa. Dapur Alifa menawarkan berbagai produk seperti katering harian, nasi kotak, snack box, frozen food, dan minuman dengan harga yang terjangkau. Usaha ini tidak hanya berfokus pada kualitas makanan, tetapi juga memberikan kontribusi sosial dengan menciptakan lapangan kerja bagi mahasiswa dan masyarakat sekitar. Keberhasilan Dapur Alifa tercermin dari dukungan hibah Program Pembinaan Mahasiswa Wirausaha (P2MW) Kemendikbudristek 2023 serta partisipasi mereka di KMI Expo 2023. Hal ini menunjukkan bagaimana kewirausahaan berbasis kampus dapat menjadi model yang efektif untuk mendukung pengembangan UMKM. Selain itu, pendekatan ini memungkinkan mahasiswa untuk mempraktikkan teori yang mereka pelajari di kelas ke dalam situasi bisnis nyata, memberikan pengalaman yang berharga bagi mereka.

Namun, sebelum pendampingan dilakukan, Dapur Alifa menghadapi berbagai tantangan yang menghambat pengembangan usahanya. Salah satu tantangan utama adalah kapasitas produksi yang terbatas akibat kurangnya sumber daya manusia dan fasilitas pendukung. Ketergantungan pada pemasok bahan baku juga menjadi hambatan, karena menyebabkan kesulitan dalam memenuhi pesanan secara mendadak, terutama pada waktu-waktu tertentu dengan permintaan tinggi. Selain itu, kurangnya strategi pemasaran yang terintegrasi mengurangi kemampuan usaha dalam menjangkau pasar yang lebih luas, terutama melalui platform digital. Persaingan yang semakin ketat di sektor katering, ditambah dengan perubahan preferensi konsumen terhadap makanan yang lebih sehat dan praktis, juga menjadi ancaman signifikan. Oleh karena itu, diperlukan pendekatan yang holistik untuk mengatasi kendala ini, termasuk pelatihan teknis, pengelolaan manajerial, dan penerapan strategi pemasaran yang tepat. Dengan pendekatan ini, Dapur Alifa diharapkan mampu meningkatkan efisiensi operasional, memperluas jangkauan pasar, dan memperkuat daya saingnya.

Selain mengatasi tantangan spesifik, pendampingan ini juga sejalan dengan kebijakan nasional yang mendorong pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) sebagai pilar utama perekonomian. Pemerintah melalui Undang-Undang No. 20 Tahun 2008 tentang UMKM menegaskan pentingnya sektor ini dalam menciptakan lapangan kerja dan mendorong pertumbuhan ekonomi lokal. Penelitian sebelumnya juga menunjukkan bahwa pendampingan intensif dapat meningkatkan efisiensi operasional UMKM hingga 25% (Hastuti, et al., 2020). Dalam konteks ini, Dapur Alifa tidak hanya berkontribusi pada pengembangan ekonomi lokal, tetapi juga mendukung gaya hidup sehat melalui makanan bergizi dengan harga terjangkau. Menurut (Sujarwadi, Susilo, & Darmawan, 2022), konsumsi makanan sehat berperan penting dalam meningkatkan produktivitas dan kesejahteraan individu, terutama di kalangan mahasiswa dan pekerja. Dengan pendekatan ini, pendampingan kewirausahaan tidak hanya memberikan manfaat ekonomi, tetapi juga memperkuat kesadaran akan pentingnya hidup sehat di masyarakat.

Pendampingan ini diharapkan tidak hanya meningkatkan kapasitas bisnis mahasiswa, tetapi juga memberikan kontribusi nyata dalam mendukung pertumbuhan ekonomi lokal. Program ini memiliki potensi untuk menciptakan dampak yang berkelanjutan dengan dukungan dari pemerintah, institusi pendidikan, dan

memberikan kemampuan untuk mengidentifikasi peluang dan mengatasi tantangan bisnis secara strategis. Pada akhir tahap pertama, mahasiswa siap menerapkan teori yang telah dipelajari ke dalam dunia usaha nyata.

Tahap kedua berlangsung dari September hingga Oktober 2024, berfokus pada praktik langsung untuk menerapkan pengetahuan yang diperoleh. Mahasiswa terlibat dalam kegiatan seperti riset pasar untuk memahami kebutuhan konsumen lokal dan menerapkan strategi pemasaran berbasis konsep 7P. Mereka juga dilatih dalam teknik pengemasan produk yang higienis dan menarik, memastikan kualitas produk sesuai ekspektasi pasar. Selain itu, pengelolaan operasional bisnis harian, seperti manajemen stok bahan baku dan pembagian tugas dalam tim, menjadi bagian penting dari kegiatan ini. Mahasiswa juga aktif mengurus perizinan usaha untuk memastikan bisnis memenuhi regulasi yang berlaku, seperti mendapatkan NIB dan sertifikasi halal. Kegiatan pameran produk menjadi momen penting untuk melatih mahasiswa mempresentasikan produk kepada pasar yang lebih luas. Evaluasi program dilakukan berdasarkan keberhasilan mahasiswa dalam implementasi strategi pemasaran, efisiensi operasional, dan legalitas usaha. Dengan kombinasi teori dan praktik, program ini mencetak wirausahawan muda yang kreatif, kompeten, dan inovatif, yang berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi lokal melalui usaha yang berkelanjutan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam proses awal pelaksanaan pendampingan, mentor bersama mahasiswa menyusun rencana kerja yang mencakup target pendampingan dan jadwal kegiatan. Perencanaan ini juga mencakup analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) untuk memahami posisi bisnis dan menentukan fokus pendampingan. Diketahui SWOT dari Dapur Alifa adalah:

- a. Kekuatan (*Strengths*)
 - 1) Memiliki berbagai varian menu yang dapat memenuhi beragam kebutuhan pelanggan.
 - 2) Menggunakan bahan baku yang segar dan berkualitas untuk menjaga cita rasa dan kesehatan makanan.
 - 3) Memberikan pelayanan yang ramah dan profesional kepada pelanggan, sehingga meningkatkan kepuasan pelanggan.
- b. Kelemahan (*Weaknesses*)
 - 1) Kapasitas produksi yang terbatas akibat kurangnya sumber daya manusia dan fasilitas, sehingga membatasi kemampuan untuk menerima pesanan dalam jumlah besar.
 - 2) Ketergantungan pada pemasok bahan baku membuat Dapur Alifa sulit menerima pesanan secara mendadak.
 - 3) Keterbatasan anggaran menghambat pengembangan fasilitas rumah produksi yang lebih memadai.
- c. Peluang (*Opportunities*)
 - 1) Kota Pontianak belum memiliki banyak penyedia jasa katering khusus, seperti paket untuk sidang, sehingga menciptakan peluang pasar yang potensial.
 - 2) Pemanfaatan media sosial untuk pemasaran dan promosi, seperti berbagi testimoni pelanggan dan menampilkan foto-foto menarik dari hidangan, dapat memperluas jangkauan pasar Dapur Alifa.
 - 3) Tren pemesanan online yang terus berkembang memberikan peluang bagi Dapur Alifa untuk memperluas layanan melalui platform digital seperti website.
- d. Ancaman (*Threats*)
 - 1) Ketidakstabilan harga bahan baku yang dapat berdampak langsung pada keuntungan usaha.
 - 2) Munculnya pesaing baru dengan modal yang lebih besar, yang dapat menawarkan harga atau layanan lebih kompetitif.
 - 3) Perubahan kebijakan pemerintah terkait keamanan pangan, standar kualitas, atau regulasi pajak yang dapat memengaruhi biaya operasional dan proses bisnis.



Gambar 2. Mentor Memberikan Pengarahan dan Panduan Teknis Kepada Owner Dapur Alifa

Selanjutnya, mentor memberikan pengarahan dan panduan teknis kepada *owner* Dapur Alifa untuk memastikan mereka memahami tujuan dan metode pendampingan. Pembekalan mencakup penjelasan SWOT sehingga mahasiswa dapat mengenali kekuatan seperti variasi menu dan bahan berkualitas, serta peluang dari pemasaran digital dan tren pemesanan online. Mahasiswa juga diajak memahami kelemahan, seperti kapasitas produksi terbatas, serta ancaman seperti fluktuasi harga bahan baku. Pembekalan ini bertujuan membantu mahasiswa lebih fokus dan terarah dalam mengembangkan strategi yang aplikatif. Selama proses pengarahan dan panduan teknis, beberapa tantangan signifikan muncul. Salah satunya adalah resistensi perubahan dari tim produksi yang sudah terbiasa dengan metode lama. Ini memerlukan komunikasi persuasif dan pelatihan berulang untuk memastikan adopsi metode baru. Keterbatasan waktu mahasiswa pendamping karena tugas akademik juga menjadi hambatan dalam pelaksanaan jadwal yang direncanakan. Selain itu, ketergantungan pada teknologi digital memerlukan pelatihan tambahan bagi tim Dapur Alifa yang belum familiar. Faktor eksternal seperti fluktuasi harga bahan baku juga menjadi tantangan besar yang belum sepenuhnya teratasi. Diskusi mengenai tantangan ini memberikan perspektif lebih seimbang dalam mengevaluasi keberhasilan program pendampingan. Pendekatan kolaboratif antara mentor, mahasiswa, dan tim Dapur Alifa diperlukan untuk menghasilkan solusi jangka panjang yang berkelanjutan. Evaluasi ini menjadi dasar penting untuk menyempurnakan program serupa di masa depan.

Studi proses produksi menjadi langkah pertama dalam memastikan efisiensi dan konsistensi kualitas produk. Mahasiswa dilatih untuk mengelola bahan baku dengan baik, menjaga kesinambungan pasokan, dan meminimalkan pemborosan. Dengan memahami kekuatan seperti bahan baku segar dan berkualitas, mahasiswa dapat memaksimalkan potensi ini untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. Namun, perhatian juga diberikan pada kelemahan seperti kapasitas produksi yang terbatas akibat kurangnya sumber daya manusia. Berdasarkan penelitian (Haryanto, 2017), manajemen proses produksi yang baik dapat meningkatkan efisiensi operasional hingga 20%, yang menunjukkan pentingnya optimalisasi dalam aspek ini. Selanjutnya, perhitungan biaya investasi membantu mahasiswa memahami modal yang diperlukan untuk memulai dan mengembangkan usaha. Materi ini mencakup identifikasi biaya tetap seperti sewa tempat dan biaya variabel seperti bahan baku dan tenaga kerja. Selain itu, mahasiswa diajarkan untuk menyusun proyeksi pendapatan dan menghitung waktu pengembalian investasi atau ROI. Dalam konteks Dapur Alifa, pemahaman tentang peluang seperti tren pemesanan online dan ancaman seperti ketidakstabilan harga bahan baku menjadi penting untuk menyusun strategi finansial yang tangguh. Menurut (Gitman & Zutter, 2015), perencanaan investasi yang baik dapat meminimalkan risiko finansial, sehingga memungkinkan pengusaha mencapai tujuan mereka dengan lebih efisien.

Penerapan konsep 7P dalam bauran pemasaran memperluas pendekatan tradisional dengan elemen-elemen seperti Product (produk), Price (harga), Place (distribusi), Promotion (promosi), People (pelanggan dan karyawan), Process (proses), dan Physical Evidence (bukti fisik). Mahasiswa belajar memanfaatkan kekuatan pemasaran digital, seperti testimoni pelanggan dan foto produk yang menarik, untuk memperluas jangkauan pasar. Menurut (Ardiansyah & Yulianti, 2022), pemasaran digital memberikan keunggulan kompetitif bagi UMKM dengan memungkinkan interaksi langsung dengan konsumen dan memperluas jangkauan pasar secara efisien. Namun, ancaman seperti persaingan ketat dari penyedia catering lainnya harus diantisipasi dengan strategi pemasaran yang lebih kreatif. Menurut (Kotler & Keller, 2016), penerapan strategi 7P yang komprehensif dapat meningkatkan daya saing usaha hingga 30%, menjadikannya alat yang ampuh dalam memenangkan pasar. Selain itu, survei pasar menjadi alat penting untuk memahami kebutuhan dan preferensi konsumen. Mahasiswa dilatih melakukan survei dengan metode yang sesuai, seperti wawancara atau kuesioner, dan menganalisis data untuk mengidentifikasi peluang bisnis. Informasi ini digunakan untuk menyesuaikan produk dan layanan dengan permintaan pasar. Peluang seperti kurangnya penyedia catering untuk sidang di Pontianak dapat dimanfaatkan untuk menciptakan produk yang relevan. Menurut (Malhotra, 2020), survei pasar yang efektif memungkinkan pengusaha membuat keputusan berbasis data, mengurangi risiko kegagalan, dan meningkatkan tingkat keberhasilan produk di pasar.

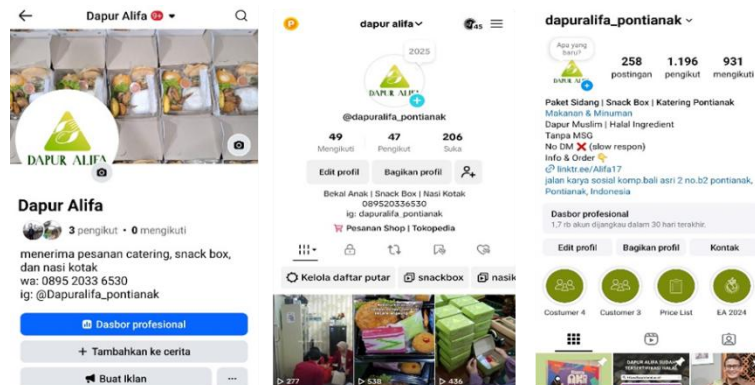
Manajemen usaha mencakup pengelolaan keuangan, sumber daya manusia, dan operasional bisnis. Mahasiswa diajarkan untuk mengelola pendapatan dan pengeluaran, mengatur jadwal produksi, serta membagi tugas dalam tim secara efisien. Kelemahan seperti ketergantungan pada pemasok bahan baku dapat diminimalkan dengan perencanaan yang lebih baik dalam manajemen operasional. Pendekatan ini tidak hanya meningkatkan produktivitas tetapi juga memastikan kelancaran operasional harian. Manajemen usaha yang terorganisir dapat meningkatkan produktivitas hingga 25%, menjadikannya pilar penting dalam keberhasilan usaha kecil dan menengah. Perizinan usaha menjadi langkah penting untuk memastikan legalitas bisnis (Daft, 2018). Dalam pelatihan ini, mahasiswa diberikan panduan tentang cara mendaftarkan nama usaha, mendapatkan sertifikasi hygiene dan sanitasi, serta memenuhi syarat perizinan lainnya. Proses ini membantu meningkatkan kredibilitas usaha di mata konsumen. Ancaman seperti perubahan kebijakan pemerintah dapat diantisipasi dengan memastikan bahwa Dapur Alifa selalu mematuhi regulasi yang berlaku. Menurut (Aditya & Purwanto, 2018), legalitas usaha memungkinkan akses yang lebih luas ke pasar dan membangun kepercayaan pelanggan, yang merupakan elemen kunci dalam keberlanjutan bisnis. Terakhir, studi kelayakan bisnis mengajarkan mahasiswa untuk mengevaluasi potensi keberhasilan usaha mereka dari berbagai aspek, termasuk pasar, teknis, dan finansial. Analisis ini membantu mahasiswa mengidentifikasi peluang, risiko, dan strategi pengembangan yang realistis. Dengan memanfaatkan kekuatan dan peluang yang ada, Dapur Alifa

dapat merancang strategi pengembangan yang lebih baik untuk jangka panjang. Berdasarkan (Siregar, 2020), studi kelayakan yang komprehensif dapat meningkatkan peluang keberhasilan usaha hingga 40%. Dalam pelatihan ini, mahasiswa belajar merancang strategi pengembangan usaha yang berkelanjutan berdasarkan data yang akurat.



Gambar 3. Mentor Memberikan Materi Kepada Tim Dapur Alifa

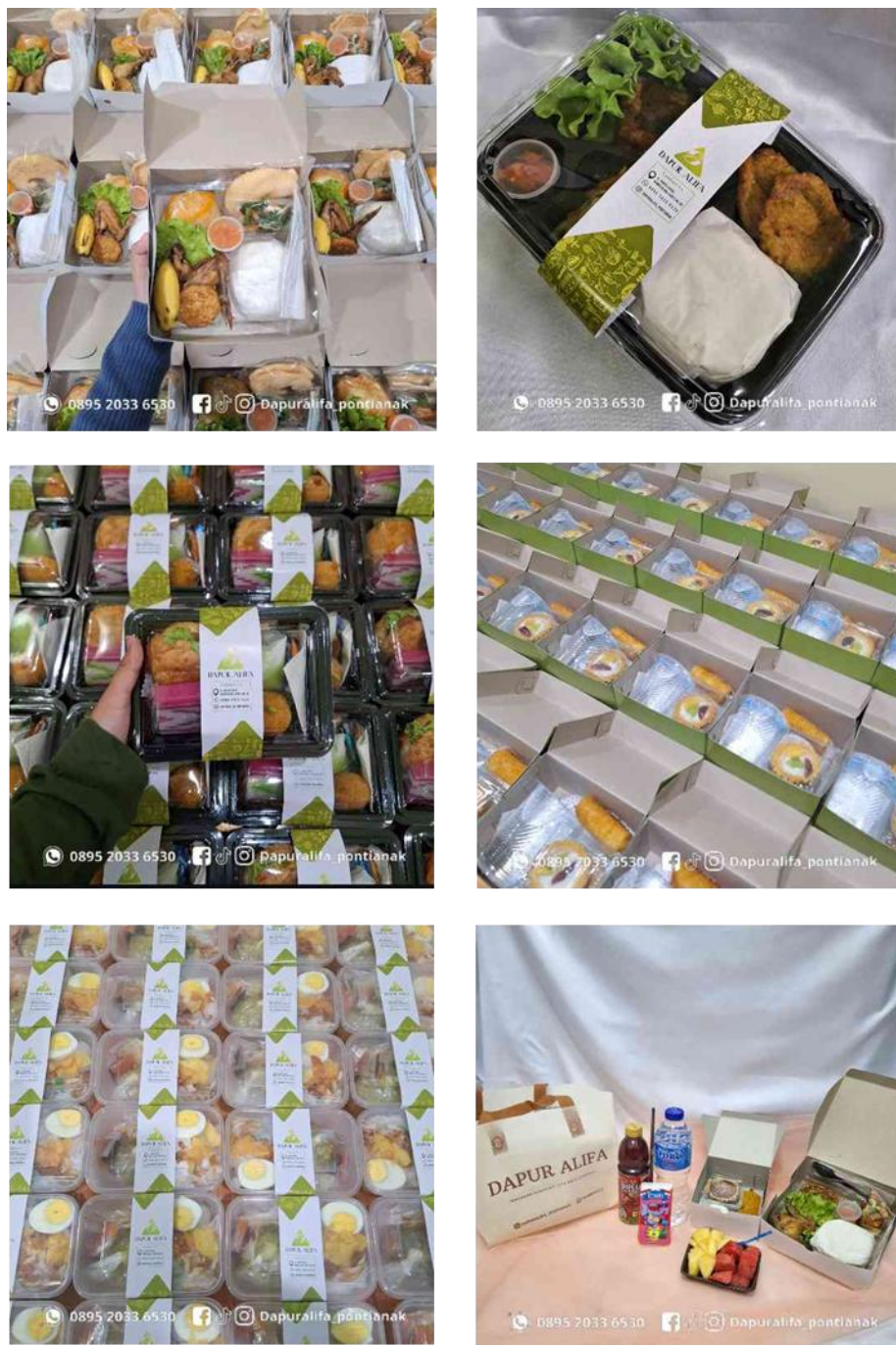
Selanjutnya praktik langsung untuk menerapkan pengetahuan yang telah diperoleh pada tahap pertama. Mahasiswa mampu mengimplementasikan pengetahuan dari tahap pertama melalui berbagai kegiatan praktis, termasuk riset pasar yang menghasilkan identifikasi preferensi konsumen lokal, seperti kebutuhan akan menu sehat dengan harga terjangkau. Dengan data yang diperoleh dari riset pasar, mahasiswa mampu menyusun strategi pemasaran berbasis konsep 7P, yang mencakup promosi melalui media sosial, penawaran paket khusus, dan distribusi yang lebih terorganisir. Strategi ini terbukti efektif, dengan peningkatan jumlah pelanggan hingga 35% selama periode pendampingan. Penelitian (Kotler & Keller, 2016) menyebutkan bahwa penerapan strategi pemasaran berbasis 7P secara komprehensif dapat meningkatkan daya saing usaha hingga 30%, menjadikannya alat yang ampuh dalam memenangkan pasar. Mahasiswa juga belajar untuk mengadaptasi preferensi konsumen ke dalam inovasi produk, seperti penambahan variasi menu yang lebih sehat dan ramah anggaran. Riset pasar juga memberikan wawasan kepada mahasiswa tentang cara menghadapi perubahan tren, yang membantu menjaga relevansi bisnis Dapur Alifa di pasar lokal.



Gambar 4. Sosial Media Dapur Alifa

Praktik langsung pada tahap kedua ini juga memberikan hasil yang nyata dalam peningkatan efisiensi operasional. Mahasiswa menerapkan teknik pengelolaan stok bahan baku yang lebih baik, sehingga mengurangi pemborosan dan memastikan ketersediaan bahan untuk memenuhi pesanan pelanggan. Pembagian tugas yang lebih terorganisir di dalam tim membantu meningkatkan produktivitas dan mempercepat proses produksi. Teknik pengemasan yang higienis dan menarik memberikan daya tarik tambahan bagi produk Dapur Alifa, yang juga meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap kualitas dan kebersihan produk. Peningkatan efisiensi ini berkontribusi pada penghematan waktu produksi hingga 25%, sesuai dengan temuan penelitian (Stevenson, 2018). Stevenson menyatakan bahwa pengelolaan operasional yang efektif tidak hanya mencakup optimalisasi sumber daya tetapi juga penerapan teknologi sederhana untuk memantau proses kerja dan stok bahan baku secara real-time. Pendampingan intensif yang berfokus pada peningkatan efisiensi operasional dan pengelolaan sumber daya dapat meningkatkan daya saing UMKM di pasar lokal dan global (Duratulhikmah &

Wijaya, 2024). Dalam konteks ini, Dapur Alifa mampu mengurangi waktu henti produksi akibat kekurangan bahan baku dan meningkatkan kelancaran operasional harian. Selain itu, mahasiswa belajar untuk mengoptimalkan alur kerja harian yang lebih sistematis, yang tidak hanya meningkatkan efisiensi tetapi juga memberikan pengalaman langsung dalam mengelola operasional usaha secara profesional.



Gambar 5. Produk Dapur Alifa

Aspek legalitas usaha menjadi fokus penting dalam tahap ini, dengan mahasiswa berhasil menyelesaikan proses perizinan, termasuk memperoleh nomor induk berusaha (NIB), sertifikat halal, sertifikasi hygiene dan sanitasi. Proses ini memberikan pengalaman nyata tentang pentingnya mematuhi regulasi yang berlaku, yang menjadi faktor penentu keberlanjutan bisnis. Sertifikasi yang diperoleh tidak hanya meningkatkan kredibilitas usaha tetapi juga memperluas peluang untuk menjangkau pasar yang lebih luas, termasuk segmen pasar yang lebih premium. Menurut (Aditya & Purwanto, 2018), legalitas usaha meningkatkan kepercayaan konsumen sekaligus memperluas akses ke pasar yang lebih besar. Legalitas ini juga memberikan kepercayaan tambahan kepada konsumen bahwa produk Dapur Alifa memenuhi standar keamanan dan kualitas yang tinggi. Dalam praktiknya, mahasiswa belajar mengelola dokumen dan berkoordinasi dengan pihak terkait, yang menjadi bekal penting untuk menghadapi tantangan serupa di masa depan.



Gambar 6. Legalitas Usaha Dapur Alifa

Pada 30 Agustus 2024, Dapur Alifa mengikuti expo kewirausahaan dalam rangka Entrepreneurship Award (EA) VIII 2024 di Jambi. Partisipasi dalam expo kewirausahaan memberikan pengalaman yang sangat berharga bagi mahasiswa dalam mempresentasikan produk kepada pasar yang lebih luas. Mahasiswa belajar untuk berinteraksi dengan calon pelanggan, menjelaskan keunggulan produk, dan menerima umpan balik secara langsung. Pengalaman ini meningkatkan kepercayaan diri mahasiswa dalam berkomunikasi dan memasarkan produk secara efektif. Hasil dari expo kewirausahaan menunjukkan adanya peningkatan jumlah pesanan katering sebesar 30% dalam tiga bulan setelah mengikuti pameran. Respons positif dari pelanggan baru dan testimoni yang diterima selama pameran juga dimanfaatkan untuk memperkuat strategi pemasaran digital. Dengan respons positif yang diterima, mahasiswa dapat memvalidasi kualitas dan daya tarik produk mereka, yang memberikan motivasi tambahan untuk terus berinovasi dan mengembangkan usaha. Penelitian (Nurfadilah, Chahyono, & Ruslan, 2024) menunjukkan bahwa pameran memiliki pengaruh signifikan terhadap peningkatan omzet UMKM melalui perilaku wirausaha di Kota Makassar.



Gambar 7. Pameran Produk Dapur Alifa

Pendekatan yang mengintegrasikan teori dan praktik terbukti memberikan manfaat yang besar dalam pengembangan kewirausahaan mahasiswa. Kegiatan praktik langsung ini menunjukkan bahwa mahasiswa mampu menghadapi tantangan dunia usaha secara nyata, menciptakan solusi inovatif, dan mengoptimalkan potensi bisnis Dapur Alifa. Program ini tidak hanya memberikan manfaat langsung bagi mahasiswa tetapi juga mendukung pertumbuhan ekonomi lokal melalui peningkatan kapasitas UMKM. Dengan keberhasilan tahap kedua ini, Dapur Alifa memiliki fondasi yang kuat untuk keberlanjutan usaha dan pengembangan lebih lanjut di masa depan.

4. KESIMPULAN

Pendampingan kewirausahaan yang dilakukan pada Dapur Alifa membuktikan bahwa integrasi teori dan praktik mampu menghasilkan peningkatan signifikan dalam berbagai aspek bisnis. Mahasiswa yang terlibat berhasil mengimplementasikan analisis SWOT untuk memahami posisi strategis usaha, memanfaatkan kekuatan seperti bahan baku berkualitas, serta mengatasi kelemahan seperti kapasitas produksi terbatas dengan perencanaan operasional yang lebih efisien. Strategi pemasaran berbasis konsep 7P yang diterapkan, termasuk promosi digital melalui media sosial dan peningkatan distribusi, berkontribusi pada peningkatan jumlah pelanggan hingga 35%. Selain itu, legalitas usaha yang diperoleh, seperti NIB dan sertifikasi halal, tidak hanya meningkatkan kredibilitas Dapur Alifa tetapi juga memperluas jangkauan pasarnya, termasuk ke segmen premium. Partisipasi dalam pameran kewirausahaan turut membuka peluang baru dengan peningkatan pesanan sebesar 30% dalam tiga bulan setelah acara.

Efisiensi operasional yang dicapai melalui pengelolaan bahan baku dan alur kerja yang lebih terorganisir memberikan kontribusi signifikan terhadap pengurangan pemborosan dan waktu produksi hingga 25%. Mahasiswa juga memperoleh pengalaman nyata dalam mengelola aspek bisnis seperti perencanaan keuangan, strategi pemasaran, dan perizinan usaha, yang memperkaya kompetensi mereka sebagai calon wirausaha. Program ini tidak hanya memberikan manfaat langsung bagi mahasiswa dalam bentuk keterampilan praktis tetapi juga mendukung pertumbuhan UMKM seperti Dapur Alifa dengan meningkatkan daya saing, inovasi produk, dan relevansi pasar. Beberapa rekomendasi yang diberikan untuk program pendampingan serupa di masa depan:

- Mengembangkan metode evaluasi yang lebih komprehensif, seperti penilaian dampak jangka panjang terhadap keberlanjutan usaha yang didampingi.
- Memperluas cakupan program dengan melibatkan lebih banyak pelaku usaha mikro dari berbagai sektor, sehingga manfaat program dapat dirasakan lebih luas.
- Mengintegrasikan teknologi digital untuk memantau perkembangan usaha secara real-time, memberikan umpan balik langsung, dan meningkatkan efektivitas pelatihan.
- Memperkuat jaringan kemitraan dengan pemerintah dan sektor swasta untuk mendukung akses pembiayaan, pasar, dan pelatihan lanjutan.

Keberhasilan ini menunjukkan pentingnya pendekatan berbasis data dan kolaborasi untuk mendukung keberlanjutan usaha kecil dan menengah di tengah tantangan pasar yang dinamis.

UCAPAN TERIMA KASIH

Pendampingan kewirausahaan ini terlaksana berkat dukungan dari berbagai pihak. Untuk itu dalam kesempatan ini, penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada Rektor Universitas Muhammadiyah Pontianak, Dekan dan Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Pontianak serta Lembaga Penelitian dan Pengabdian pada Masyarakat (LPPM) Universitas Muhammadiyah Pontianak yang telah memberikan dukungan dan semangat dalam melaksanakan kegiatan ini. Penghargaan diberikan kepada tim Dapur Alifa atas dedikasi, semangat, dan kerja keras mereka dalam menjalankan setiap tahap pendampingan. Penulis juga berterima kasih kepada mitra bisnis dan lembaga yang memberikan kesempatan untuk menjalin kerja sama, serta semua pihak yang mendukung kesuksesan kegiatan ini. Semoga hasil dari program ini memberikan manfaat jangka panjang bagi pengembangan kewirausahaan di Indonesia.

REFERENCES

- Aditya, R., & Purwanto, H. (2018). *Legalitas Bisnis di Indonesia*. Deepublish.
- Ardiansyah, M., & Yulianti, N. (2022). Strategi Peningkatan Daya Saing UMKM Melalui Digital Marketing. *Jurnal Inovasi Ekonomi dan Bisnis*, 5(3), 56–70.
- Daft, R. L. (2018). *Management*. Cengage Learning.
- Duratulhikmah, S. N., & Wijaya, F. (2024). Strategi Pengembangan Bisnis Pada Bidang Usaha Putu Bagja Catering Menggunakan Analisis SWOT dan QSPM. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Nusantara (JPMN)*, 10(1), 629–637.
- Gitman, L. J., & Zutter, C. J. (2015). *Principles of Managerial Finance*. Pearson Education.
- Haryanto, A. (2017). *Manajemen Proses Produksi*. Gramedia.

- Hastuti, P., Nurofik, A., Purnomo, A., Hasibuan, A., Aribowo, H., Faried, A. I., Tasnim, T., Sudarso, A., Soetijono, I. K., Saputra, D. H., & Simarmata, J. (2020). In Kewirausahaan dan UMKM. Yayasan Kita Menulis.
- Kementrian Pendidikan dan Kebudayaan. (2024, November 12). Kewirausahaan sebagai Sarana Pemberdayaan Masyarakat dan Keberlanjutan Ekonomi Lokal. Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan. <https://www.kemdikbud.go.id>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed). Pearson Education.
- Malhotra, N. K. (2020). *Marketing Research: An Applied Orientation*. Pearson Education.
- Nurfadilah, Chahyono, & Ruslan, M. (2024). Pengaruh Pelatihan, Pameran, dan Bantuan Alat Terhadap Peningkatan Omzet UMKM Melalui Perilaku Wirausaha di Kota Makassar. *Indonesian Journal of Business and Management*, 7(1), 145–151.
- Pemerintah Republik Indonesia. (2024, November 12). Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. Peraturan BPK. https://peraturan.bpk.go.id/Details/39653/uu-no-20-tahun-2008?utm_source=chatgpt.com.
- Siregar, H. (2020). *Feasibility Study: A Practical Approach*. Alfabeta.
- Stevenson, W. J. (2018). *Operations Management* (13th ed.). McGraw-Hill Education.
- Sujarwadi, A., Susilo, D., & Darmawan, S. (2022). PKM Peningkatan Promosi dan Penyajian Produk Katering. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), 55-64.
- Wijaya, A. (2018). Strategi Bauran Pemasaran pada UMKM. *Jurnal Ekonomi Kreatif*, 10(1), 45-55.