



## **Analisis Efektivitas Program Pembinaan Kewirausahaan dalam Meningkatkan Profitabilitas Usaha**

**Ni Luh Putu Sandrya Dewi<sup>1</sup>, Ni Made Wanda Diajeng Sujana<sup>2</sup>, Luh Gede Kusuma Dewi<sup>3</sup>**

<sup>1,2</sup>Universitas Mahasaraswati Denpasar

<sup>3</sup>Universitas Pendidikan Ganesha

\*Corresponding author, email: [sandryadewipt89@unmas.ac.id](mailto:sandryadewipt89@unmas.ac.id)

### **ARTICLE INFO**

**Keywords:**

P2MW, Effectiveness, Business Profit

**DOI:**

<https://doi.org/10.36733/jia.v2i2.10144>

**How to cite:**

Dewi, N. L. P. S., Sujana, N. M. W. D., & Dewi, L. G. K. (2024). Analisis Efektivitas Program Pembinaan Kewirausahaan dalam Meningkatkan Profitabilitas Usaha. *Jurnal Inovasi Akuntansi (JIA)*, 2(2), 141-150. <https://doi.org/10.36733/jia.v2i2.10144>

**Published by:**

Program Studi Akuntansi  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Mahasaraswati Denpasar

### **ABSTRACT**

MSME come from various circles, one of which is students. Seeing the large number of students who are entrepreneurs, the Ministry of Education and Culture moved the government to hold an entrepreneurial student development program or called P2MW. The target of this program is students who have businesses nationally. The P2MW program is divided into several activities, namely workshops, talk shows, webinars/seminars, workshops, as well as coaching and funding related to entrepreneurship. One of the selected student businesses from Mahasaraswati University Denpasar is AW Dimsum. The aim of this research is to determine qualitatively the development of AW Dimsum's business profits before and after participating in the P2MW program. This research is qualitative in nature by emphasizing comparative descriptions of results before and after participating in the p2mw program and theoretical studies from several literatures. This research uses data collection techniques in the form of structured interviews and field observations. The results of this research show that the series of P2MW programs that have only been running for one month have already seen an increase in profits of around 10 – 15%. It is hoped that business owners will be able to be consistent in running their business and develop creative ideas for developing their business in the future.



© 2024 The Author(s). This open access article is distributed under a Creative Commons Attribution (CC-BY) 4.0 license.

### **PENDAHULUAN**

Keberadaan UMKM tidak dapat dihapuskan ataupun dihindarkan dari masyarakat bangsa saat ini. Karena keberadaannya sangat bermanfaat dalam hal pendistribusian pendapatan masyarakat. Selain itu juga mampu menciptakan kreatifitas yang sejalan dengan usaha untuk mempertahankan dan mengembangkan unsur-unsur tradisi dan kebudayaan masyarakat setempat. Pada sisi lain, UMKM mampu menyerap tenaga kerja dalam skala yang besar mengingat jumlah penduduk Indonesia yang banyak sehingga hal ini dapat mengurangi tingkat pengangguran. Indonesia merupakan salah satu negara di Asia Tenggara yang memiliki aktivitas ekonomi terbesar. Indonesia termasuk negara dengan ekonomi terbesar ke-10 di dunia berdasarkan paritas daya beli dan anggota dari G-20, kelompok 19

negara dengan perekonomian terbesar di dunia ditambah dengan Uni Eropa. Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia terus meningkat secara signifikan setiap tahun, dari USD 165.021 miliar di tahun 2000 menjadi USD 932.259 miliar di tahun 2016.1 Laporan dari McKinsey Global Institute memprediksikan bahwa Indonesia akan menjadi negara peringkat ke-7 ekonomi terbesar di dunia pada tahun 2030 nanti. Dengan market opportunity pada sektor jasa, pertanian dan perikanan, sumber daya alam, serta pendidikan mencapai USD 1,8 triliun. Selain itu, juga akan mampu menyerap 113 juta pekerja terlatih. (Oberman dkk, 2012).

Pada akhir tahun 2019 dunia digemparkan oleh pandemi covid-19 yang membuat segala bentuk aktivitas masyarakat terhenti. Masa-masa ini dapat dikatakan sebagai masa sulit bagi negara berkembang seperti Indonesia. Titik terendah perekonomian Indonesia yang diakibatkan oleh pemberlakuan pembatasan kegiatan masyarakat (PPKM) pasca pandemi sangat dirasakan bagi seluruh masyarakat. Tidak sedikit dari mereka yang kehilangan pekerjaannya, membanting setir, memutar otak, bahkan beberapa putus sekolah untuk dapat bertahan hidup pasca pandemi. Salah satu dampak terbesar pandemi ini dirasakan oleh para pelaku UMKM. Beberapa diantara mereka memutuskan untuk gulung tikar dan beralih profesi karena usaha yang dijalani tidak membuahkan hasil seperti sebelum pandemi yang dirasa hanyalah kerugian atau kemungkinan terbaiknya mengalami titik impas. Covid-19 menjadi sejarah panjang khususnya bagi perekonomian di Indonesia. Pendapatan per kapita Indonesia turun dari US\$4.050 di tahun 2019 menjadi US\$3.870 di tahun 2020. Penurunan pendapatan per kapita ini membuat Indonesia kembali masuk pada kategori negara berpendapatan menengah bawah (*Lower Middle-Income Country*). Penurunan tingkat pendapatan per kapita selama masa pandemi ini tidak terelakkan.

Masyarakat Indonesia pantang menyerah dan tidak mudah putus asa dalam menjalani kehidupan. Memasuki akhir tahun 2020 banyak UMKM bermunculan kembali, bangkit walaupun pandemi belum berakhir. Usaha-usaha mulai dibangkitkan dan dikembangkan dalam lika liku gelombang perekonomian yang masih belum stabil. Menyikapi hal ini, pemerintah pun tidak tinggal diam, mereka saling mengulurkan tangan membantu para pelaku UMKM untuk menghidupkan kembali bisnis yang mereka lakoni. Mulai dari pemberian program pembinaan hingga pendanaan yang tentunya amat berarti bagi pelaku UMKM. Upaya masyarakat dengan dibantu dukungan pemerintah dalam menghadapi dan menjalani hidup selama dua tahun dilanda covid-19 membuahkan hasil yang baik, hingga kini Indonesia mampu memasuki pasca endemi covid-19.

Menghadapi era new normal pasca endemi covid-19, banyak yang harus diperbaiki. Selama dua tahun segala kegiatan terkendala di segala bidang utamanya bidang perekonomian. Pasang surut gelombang perekonomian di Indonesia sangat dirasakan oleh para pelaku usaha baik bagi UMKM hingga pengusaha besar. Bahkan tidak sedikit dari mereka yang gulung tikar semenjak pandemi covid-19 melanda. Beberapa masih bertahan walaupun hasil yang didapat tidak sebanyak sebelum pandemi, semua dilakukan hanya demi bertahan hidup. Bagi pelaku UMKM tentunya sangat merasakan dampak dari pembatasan kegiatan selama covid-19. Kini situasi perlahan pulih, memerlukan waktu dan modal yang cukup memadai untuk memulai kembali dan memperbaiki apa yang selama ini terhambat. UMKM dalam hal ini menjadi bagian yang sangat terpuak dalam krisis ini, memperhatikan kontribusi UMKM terhadap jumlah unit usaha, sumbangan PDB, serapan tenaga kerja, ekspor dan investasi terhadap perekonomian yang ada di Indonesia yang sangat besar (Nalini, 2021).

Mahasiswa merupakan generasi muda yang dapat menghadirkan perubahan dari masa ke masa. Mahasiswa harus dapat berperan lebih dalam mengembangkan UMKM di tengah masyarakat, jangan sampai perusahaan besar terus mendorong pendirian usaha. Bagi mahasiswa yang terkendala biaya kuliah, mereka melakoni kuliah sambil bekerja, bahkan tidak sedikit dari mahasiswa yang telah memiliki usaha kecil-kecilan guna menunjang biaya perkuliahan yang tidak sedikit. Bisnis yang dijalani mahasiswa rata-rata berdasarkan minat dan bakat yang dimiliki tanpa ada rasa paksaan dari pihak manapun. Pemerintah berupaya penuh dalam membantu para pelaku usaha mikro untuk membangkitkan kembali semangat mereka, kembali pulih bersama membangun perekonomian Indonesia. Salah satu bentuk upaya pemerintah adalah adanya Program Pembinaan Mahasiswa

Wirausaha (P2MW) yang dinaungi oleh Direktorat Pembelajaran dan Kemahasiswaan, Ditjen Diktiristek bekerjasama dengan Kementerian Pendidikan dan Budaya (Kemendikbud). Program ini berfokus pada Mahasiswa sebagai para pelaku usaha mikro di lingkungan universitas di seluruh wilayah Indonesia. Program ini memberi dukungan sekaligus sebagai motivasi atau dorongan bagi mahasiswa yang melakoni kegiatan usaha baik itu dalam bidang makanan dan minuman, industry kreatif, teknologi terapan, dan budidaya. Sasaran dari P2MW ini mencakup seluruh perguruan tinggi baik swasta maupun negeri yang sama-sama mempunyai kesempatan mendapatkan berbagai benefit dari program P2MW.

Berdasarkan latar belakang tersebut maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah bagaimana tingkat efektifitas dari program P2MS terhadap AW Dimsum? Adapun tujuan dari penelitian ini adalah guna mengungkap efektivitas dari Program Pembinaan Mahasiswa Wirausaha (P2MW) terhadap peningkatan laba usaha AW Dimsum. Pada kesempatan ini AW Dimsum yang merupakan usaha mahasiswa dan dimenti oleh dosen pembimbing dan berkesempatan mendapatkan pembinaan, mentoring, hingga pendanaan untuk perkembangan dan kemajuan usaha.

## TINJAUAN PUSTAKA

### Program P2MW

Program Pembinaan Mahasiswa Wirausaha (P2MW) dirancang sedemikian rupa oleh pemerintah Kementerian Pendidikan dan Budaya (Kemendikbud) guna merangkul para pelaku UMKM di lingkungan perguruan tinggi khususnya bagi mahasiswa. Tujuan dari dilaksanakannya program P2MW ini yakni guna membangkitkan semangat serta minat dan bakat mahasiswa dalam berwirausaha. Di perguruan tinggi sendiri, mata kuliah wirausaha telah dijadikan sebagai mata kuliah wajib bagi seluruh fakultas dan bidang studi. Kewirausahaan tidak hanya mengajarkan bagaimana menyusun suatu rencana bisnis, melainkan lebih dari sekedar bisnis. Ketrampilan dalam berwirausaha mencakup bidang yang luas seperti ketrampilan dalam melihat suatu peluang usaha, ketrampilan membuka relasi, ketrampilan memanfaatkan sumber daya yang tersedia, hingga ketrampilan membangun bisnis yang tidak hanya memberikan profit namun juga memberikan dampak positif bagi masyarakat dan lingkungan. Dewasa ini, banyak perusahaan besar yang kian memperlebar jangkauan pasar namun tidak sedikit juga dari para pelaku UMKM yang terus berusaha memajukan bisnis masing-masing. Tentu saja apabila dilihat dari segi jangkauan pasar UMKM kalah saing dengan perusahaan besar yang telah memiliki berbagai agen kerjasama. Namun, UMKM sendiri memiliki keistimewaan dan value yang lebih bagi beberapa kalangan masyarakat utamanya bagi kalangan masyarakat menengah ke bawah. Disaat orang-orang berbondong-bondong ke supermarket dan tempat-tempat hits lainnya guna memenuhi kebutuhan sandang, pangan, dan papan, ada beberapa orang yang cukup dengan berbelanja di pinggir jalan ataupun di pasar tradisional. Hal ini yang membuat UMKM sebagai salah satu sendi perekonomian di Indonesia, bahkan disaat covid-19 melanda negara Indonesia yang dimana gelombang perekonomian menurun dan banyak perusahaan besar yang memberhentikan karyawan mereka. Di tengah ketidakpastian ekonomi tersebut, UMKM-lah yang mampu bertahan bahkan berkembang membantu menaikkan kembali perekonomian di Indonesia.

Prosedur pelaksanaan P2MW bagi mahasiswa tidak terlalu rumit. Mahasiswa cukup menyetorkan proposal usaha mereka sesuai dengan ketentuan-ketentuan yang berlaku dan format yang telah diberikan. Nantinya proposal tersebut akan diseleksi untuk kemudian mendapatkan pembinaan dan pendanaan. Benefit lain yang di dapat adalah usaha mereka dapat berkesempatan untuk mengikuti expo tingkat nasional. Dimana acara expo tersebut melibatkan seluruh UMKM mahasiswa yang lolos P2MW di seluruh Indonesia. Tentunya ini merupakan ajang kompetisi yang besar dan banyak juga manfaat yang diperoleh mulai dari relasi, ketrampilan, wawasan, hingga pengalaman baru.

Benefit lainnya yang diperoleh mahasiswa binaan P2MW yakni bantuan dana maksimal Rp20.000.000,00 (dua puluh juta rupiah). Bantuan dana yang diberikan ini tergantung dari jumlah rancangan anggaran biaya (RAB) yang tercantum di proposal usaha masing-masing mahasiswa. RAB

disusun sesuai dengan kebutuhan usaha mereka kedepannya. Penyediaan sarana dan prasarana yang kurang memadai, keterbatasan alat dan bahan, kurangnya media promosi dan iklan, minimnya modal usaha, serta permasalahan lainnya yang muncul dalam hal keuangan yang kemudian berdampak terhadap mogoknya perkembangan usaha. Rata-rata permasalahan yang muncul di kalangan UMKM adalah minimnya modal usaha, sehingga usaha yang dibuat hanya berjalan di tempat atau masih berada dalam zona nyaman dan aman. Kenyataannya permasalahan tersebut menjadi sangat serius dalam beberapa waktu ke depan. Banyak dari para pelaku UMKM khususnya mahasiswa yang bingung memikirkan modal usaha dengan berbagai macam pertimbangan dan konsekuensi. Apabila meminjam uang di bank atau lembaga keuangan lainnya tentu akan menambah beban tersendiri apalagi jika hanya mengandalkan usaha pribadi yang baru dirintis. Menghadapi ketidakpastian usaha tersebut membuat kekhawatiran dalam bermain kredit usaha. Dengan adanya bantuan pendanaan yang cukup besar ini, tentunya dapat menambah modal usaha untuk mengembangkan lebih baik lagi usahanya dari berbagai aspek.

Perkembangan serta kemajuan usaha tentu menjadi tujuan akhir dari P2MW ini. Usaha-usaha mahasiswa yang lolos program pembinaan mahasiswa wirausaha (P2MW) diharapkan mampu menerapkan berbagai pembinaan yang telah diberikan. Diresapi untuk kemudian diterapkan secara perlahan berbagai ketrampilan serta pengetahuan berwirausaha untuk kemajuan usaha. Memahami aspek-aspek permasalahan usaha mulai dari yang terkecil hingga terbesar. Mempelajari permasalahan tersebut, untuk kemudian dicarikan jalan alternative untuk mengatasinya. Pendanaan sebagai modal usaha tambahan juga dapat digunakan sebaik mungkin untuk perkembangan usaha, pengadaan sarana dan prasarana, pengolahan yang lebih efisien efektif serta berkualitas, hingga perluasan jangkauan pasar, mitra, jejaring kerjasama. Ketrampilan berwirausaha mampu menjadikan mahasiswa wirausaha yang berintegritas tinggi, mampu mengatasi setiap permasalahan yang muncul, mampu bersaing di pasar, mampu mengembangkan usahanya tanpa merugikan pihak lain baik internal maupun eksternal. Pengusaha berintegritas tidak hanya mementingkan kepentingan sendiri, namun lebih mengutamakan dampak positif usaha yang dijalani terhadap masyarakat dan lingkungan sekitar.

### **Profile AW Dimsum**

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di kalangan mahasiswa tentu sudah tidak asing lagi, tidak sedikit dari mereka menjadi bagian pelaku UMKM itu sendiri. Mahasiswa generasi saat ini dapat dikatakan pintar melihat peluang usaha dan tidak malu untuk memulai usaha kecil-kecilan. Salah satu usaha mahasiswa di Universitas Mahasaraswati Denpasar yang berkesempatan mendapatkan pembinaan dan pendanaan dari P2MW yakni usaha AW Dimsum. AW Dimsum memiliki kesempatan emas untuk mengikuti P2MW bersama para pelaku UMKM lainnya di tingkat nasional. Menjadi suatu kebanggaan tersendiri telah terpilih untuk dapat mengikuti rangkaian pembinaan serta pendanaan sebagai modal tambahan untuk mengembangkan usaha. Usaha AW Dimsum telah hadir di tengah masyarakat semenjak tanggal 19 Februari 2022 pasca era *new normal* endemi covid-19. Melihat produksi industri rumah tangga yang menghasilkan barang setengah jadi untuk diolah kembali menjadi layak dikonsumsi merupakan latar belakang terbentuknya AW Dimsum. Kegiatan operasional AW Dimsum sehari-harinya yakni membeli bahan baku setengah jadi dari pemasok kemudian memasak kembali dengan cara dikukus hingga siap dikonsumsi. Mengemas dimsum olahan ayam, ikan, sayuran yang berprotein tinggi dan juga bernilai gizi dalam kemasan yang apik dan tentunya menarik pembeli. Lokasi stand AW Dimsum berada di Jl Raya Kemenuh Gianyar Bali, tepatnya di sebelah barat SPBU Kemenuh. Memiliki lokasi yang strategis dilalui oleh orang banyak, membuat AW Dimsum lebih dikenal masyarakat.

Rangkaian Program Pembinaan Mahasiswa Wirausaha (P2MW) dibentuk guna mendongkrak usaha mahasiswa. Banyak di kalangan mahasiswa yang sekedar membuat usaha tanpa memperhitungkan efek usaha tersebut dalam jangka pendek maupun jangka panjang. Mahasiswa cenderung berfokus pada

keuntungan atau laba yang dihasilkan dari usaha tersebut. Beberapa mahasiswa yang masih awam pengetahuannya terkait kewirausahaan tentu pernah mengalami kerugian salah satu penyebabnya karena perencanaan bisnis yang kurang matang. Melalui program pembinaan mahasiswa wirausaha (P2MW) melatih ketrampilan kewirausahaan mahasiswa serta mengubah *mindset* mahasiswa terkait wirausaha. Berbagai program pembinaan dilakukan secara bertahap dan diikuti dengan antusias oleh mahasiswa wirausaha yang lolos. Program-program pembinaan tersebut meliputi webinar, seminar, mentoring, sarasehan, talkshow, dan juga *movev* sebagai monitoring perkembangan program P2MW terhadap mahasiswa wirausaha binaan. Seluruh program pembinaan tersebut tentunya menyangkut terkait ketrampilan wirausaha. Pemberian bimbingan terkait mencari relasi, jejaring, dan mitra kerjasama guna memperluas jangkauan pasar, kemudian pembinaan terkait *softskill* wirausaha dalam pengembangan usaha di berbagai aspek yang perlu diperhitungkan untuk keberlangsungan usaha dalam jangka panjang. Pembinaan tersebut salah satu tujuannya adalah membuka wawasan serta pola pikir mahasiswa bahwa sebuah bisnis itu bukan hanya soal untung rugi yang diperoleh, namun kesannya jauh lebih luas daripada hal tersebut. Sebuah usaha dapat dikatakan berhasil apabila usaha tersebut dapat memberikan dampak positif serta manfaatnya dirasakan oleh semua pihak baik itu pelaku usaha, masyarakat, hingga lingkungan. Bukan malah sebaliknya, membuka usaha yang menguntungkan bagi sepihak namun merugikan banyak pihak. Pengelolaan sumber daya yang baik tentu akan menghasilkan hasil yang baik pula. Mengelola sumber daya seadanya guna memperoleh hasil semaksimal mungkin. Hal ini sesuai dengan prinsip perekonomian yakni dengan usaha sekecil-kecilnya untuk memperoleh hasil sebesar-besarnya. Memang tidak dapat dipungkiri seiring berjalannya waktu, sumber daya terus berkurang serta tuntutan untuk bekerja seefisien dan seefektif mungkin merajalela di generasi milenial saat ini. Program pembinaan tersebut tentu dapat menambah wawasan dan ilmu pengetahuan dalam berwirausaha yang kemudian dapat diterapkan bagi usaha mahasiswa sendiri.

### **Laba Usaha**

Laba usaha secara sederhana adalah keuntungan yang diperoleh dari suatu usaha ekonomi yang dijalankan dalam skala kecil, menengah maupun skala besar. Menurut KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia), laba merupakan selisih lebih antara harga penjualan dengan harga pembelian atau biaya produksi, keuntungan yang diperoleh dari menjual barang yang lebih tinggi dari pembeliannya, membungakan uang dan aktivitas keuangan lainnya. Jadi, dapat disimpulkan bahwa definisi laba usaha adalah keuntungan lebih yang didapat oleh satu badan usaha dari selisih harga penjualan dengan harga pembelian yang ditawarkan kepada konsumen.

Dalam laporan keuangan, laba usaha adalah komponen yang dituliskan dalam laporan laba rugi. Laba usaha yang diperoleh dari usaha kuliner akan benar-benar didapat dari hasil penjualan makanan bukan dari sumber lain. Tingkat laba usaha dapat dijadikan alat ukur dalam mengukur efisiensi suatu usaha dalam menghasilkan keuntungan selama satu periode akuntansi. Besaran bersih dari margin usaha dapat disebut sebagai laba bersih. Jika dalam kurun waktu tertentu, laba tidak mengalami perubahan bahkan cenderung menurun, maka pemilik usaha dapat mengevaluasi kinerja dari faktor lain yang mungkin mempengaruhinya. Laba yang meningkat adalah salah satu tujuan utama dari setiap bisnis yang bergerak dalam bidang apapun. Berbagai macam strategi akan ditempuh demi mencapai keuntungan yang sebesar-besarnya dengan modal atau pengeluaran yang sekecil mungkin. Selain itu laba usaha representative dengan kinerja perusahaan. Yanti (2019) dalam penelitiannya menyebutkan bahwa kinerja perusahaan adalah suatu tampilan keadaan secara utuh atas perusahaan selama periode waktu tertentu, merupakan hasil atau prestasi yang dipengaruhi oleh kegiatan operasional perusahaan dalam memanfaatkan sumber daya-sumber daya yang dimiliki.

### **METODE PENELITIAN**

Metode dalam penelitian ini menggunakan metode pendekatan deskriptif kualitatif. Menurut Sugiyono (2017) metode deskriptif adalah suatu metode yang digunakan untuk menggambarkan atau

menganalisis suatu hasil penelitian tetapi tidak digunakan untuk membuat kesimpulan yang lebih luas. Penelitian ini menggunakan teknik kajian literatur, pengumpulan data observasi secara langsung terhadap usaha mahasiswa AW Dimsum melalui perbandingan usaha sebelum mengikuti program pembinaan mahasiswa wirausaha (P2MW) dan setelah mengikuti program pembinaan mahasiswa wirausaha (P2MW). Data dalam penelitian diambil secara langsung di lapangan sehingga memperoleh data primer untuk dieksekusi lebih dalam. Teknik pengolahan data berupa analisis deskriptif kualitatif dengan analisis SWOT.

Lokasi penelitian berada di kedai AW Dimsum tepatnya di Jl Raya Kemenuh Gianyar, sebelah barat SPBU Kemenuh. Menelaah keseluruhan kinerja UMKM tersebut dari sebelum mengikuti program P2MW hingga program tersebut telah berakhir. Jangka waktu program kurang lebih selama 1 (satu) semester penuh. Meneliti berbagai laporan tahapan, laporan perkembangan, laporan kemajuan, hingga laporan akhir untuk kepentingan pengumpulan data primer. Keseluruhan laporan tersebut menggambarkan perkembangan AW Dimsum semenjak mengikuti program P2MW. Beberapa aspek yang diteliti terhadap perkembangan AW Dimsum meliputi sumber daya, jejaring mitra kerjasama, strategi pemasaran, hingga keuangan. Melalui program pembinaan mahasiswa wirausaha (P2MW) yang memberikan berbagai pembinaan, mentoring, seminar-seminar berkaitan dengan kewirausahaan hingga pendanaan apakah mampu membuat AW Dimsum mengembangkan lebih baik lagi usahanya.

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Dimsum adalah istilah dari bahasa Kanton yang berarti “makanan kecil”. Biasanya dimsum dimakan sebagai sarapan, peneman makan siang, camilan sore hingga malam. Namun, karena makanan ini populer di dunia dari Hong Kong, maka istilah dimsum lebih populer dibandingkan dianxin. Dimsum disajikan bersama dengan saos pelengkap yang berupa saos pedas manis, saos tomat, saos mentai, dan mayonaise. Olahan dimsum terbuat dari daging ikan, ayam, udang, kepiting, dan sayur – sayuran yang membuat dimsum memiliki nilai gizi berupa protein yang tinggi dan juga serat.

Teknis operasional penjualan dari AW Dimsum adalah dengan membeli produk dimsum setengah jadi dalam bentuk frozen di supplier. Kemudian, dimasak dengan cara dikukus atau istilahnya steam selama kurang lebih 15 menit dalam api sedang. Supplier AW dimsum itu sebagian berasal dari hasil olahan industri rumah tangga, sehingga melalui usaha ini juga membantu mereka dalam menyalurkan hasil produksinya. Sebenarnya, dimsum ini dapat dimasak dengan cara lain seperti dijadikan makanan berkuah, dibakar, dan digoreng. Namun, karena kendala dalam hal sarana dan prasarana, jadi dimsum yang dipasarkan di AW Dimsum hanyalah dimsum steam. Dalam usaha ini memiliki kurang lebih 30 varian dimsum dengan berbagai macam olahan, bentuk, dan rasa. Harga per satuannya mulai dari Rp 1.000, Rp 2.000, dan yang paling mahal Rp 3.000. Slogan dari dimsum ini “Enjoy Your Bite” yang mencerminkan kenikmatan dari setiap gigitan dimsum ini tentunya dengan saos pendampingnya yang tak kalah enak.

Dimsum mengarah pada segala usia, karena harganya yang terjangkau dan pas dijadikan camilan sepulang sekolah, kuliah, kerja, ataupun disaat waktu santai. Dimsum juga cocok untuk dijadikan prasmanan dalam acara-acara besar seperti pernikahan, gatering, ulang tahun, dan lain sebagainya. Bekerjasama dengan salah satu aplikasi jasa pesan antar makanan dan meminta bantuan pada kerabat terdekat merupakan strategi pemasaran produk usaha ini. Sampai sekarang usaha ini berkembang dengan baik, serta usaha ini tidak pernah mengalami kerugian, selalu ada keuntungan bersih yang diperoleh walaupun jumlahnya tidak terlalu banyak. Se jauh ini, tidak ada masyarakat yang merasa dirugikan terhadap produk yang dipasarkan, malah sebaliknya mereka begitu suka dengan dimsum ini bahkan beberapa dari pelanggan yang datang sangat royal dan datang hampir setiap hari mencoba berbagai varian dimsum ini.

Untuk mengidentifikasi peluang dari bisnis AW Dimsum dapat menggunakan analisis SWOT. Analisis SWOT adalah alat perencanaan strategis yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan (*Strengths*), kelemahan (*Weaknesses*), peluang (*Opportunities*), dan ancaman (*Threats*) dari sebuah bisnis. Analisis ini dapat membantu suatu bisnis dalam mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang dapat mempengaruhi pencapaian usaha mereka.

a) Kekuatan (*Strengths*)

- Lokasi strategis sebab berada dekat dengan kawasan pariwisata, dekat dengan sekolah dan berada di pinggir jalan raya yang mudah dijangkau.
- Produk yang dijual adalah produk makanan yaitu dimsum dengan rasa saosnya yang otentik, daging yang fresh dan dikemas secara higienis.
- Konsumen potensial dari kalangan anak-anak muda, remaja sampai kalangan dewasa.

b) Kelemahan (*Weaknesses*)

- Produk makanan mudah ditiru oleh kompetitor
- Kemampuan membuat konten kreatif sebagai bahan promosi yang masih perlu diasah agar mampu menarik minat konsumen.

c) Peluang (*Opportunities*)

- Berkembangnya sistem teknologi informasi yang dapat mempermudah pemasaran produk dengan memanfaatkan media sosial.
- Adanya layanan grab maupun gojek yang membantu dalam meningkatkan penjualan setiap harinya.

d) Ancaman (*Threats*)

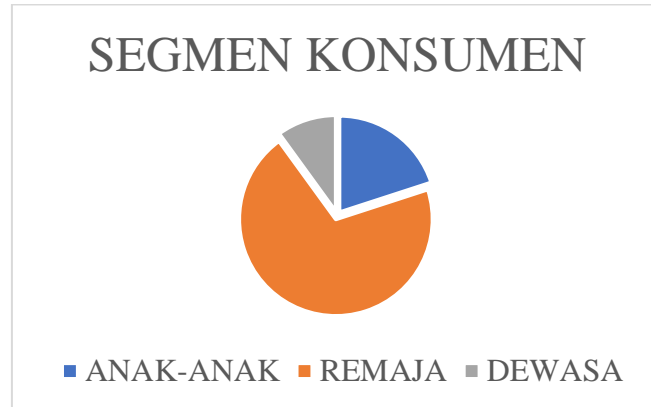
- Persaingan ketat antara kompetitor yang menawarkan produk serupa.
- Berkurangnya kunjungan konsumen yang akibat bencana tak terduga sehingga dapat menghambat laju perekonomian, seperti bencana Covid-19.

Tujuan dari didirikannya usaha dimsum ini tidak hanya berfokus pada mencari keuntungan, namun juga menciptakan lapangan pekerjaan bagi mereka yang baru lulus SMA/K yang belum memiliki pengalaman di dunia kerja. Melalui usaha ini, membuka peluang bagi mereka untuk menambah pengalamannya di dunia kerja dengan menjaga stand dimsum ini. Pengalaman bertambah dan mereka juga memiliki pemasukkan setiap bulannya, yang sedikit tidaknya dapat memenuhi kebutuhan pribadi mereka dan mengurangi beban orang tua mereka. Apalagi di *era new normal* atau endemi ini peluang kerja bagi lulusan SMA/K amat sedikit dikarenakan pariwisata di Bali belum seutuhnya pulih. Selain itu, karena usaha ini mengolah bahan baku setengah jadi dari hasil olahan industri rumah tangga untuk menjadi produk yang siap dikonsumsi. Oleh karena itu, melalui usaha ini, dapat membantu UMKM di bidang *home industry* dalam mendistribusikan produknya.

AW Dimsum memiliki seorang karyawan lulusan SMK untuk menjalankan kegiatan operasional sehari-harinya. Mengikuti rangkaian P2MW seperti seminar, workshop, sarasehan, dan lain sebagainya tentu menambah ilmu pengetahuan dan keterampilan dalam berwirausaha. Kerjasama tim selalu solidaritas, pembagian tugas jelas dan detail sesuai dengan tingkat kompetensi masing-masing anggota, sehingga tidak ada yang namanya tumpang tindih pekerjaan. Kini AW dimsum telah bekerjasama dengan pencetak label dan spanduk itu angga design, kemudian bulan lalu juga mempublikasikan kegiatan ini di media massa digital yaitu diary bali dan fajar bali, serta penambahan supplier baru guna menutup kemungkinan apabila supplier lama tidak beroperasi kembali.

Konsumen potensial dari AW Dimsum meliputi kalangan anak – anak, muda, karena pemasarannya melalui media sosial dan kerap dibeli selain untuk dimakan juga untuk kebutuhan konten baik itu di *instagram*, *tiktok*, *facebook*, dan *platform* media sosial lainnya yang saat ini sedang *booming*. Namun, sekarang konsumen potensial AW Dimsum telah mencakup seluruh kalangan baik itu anak-anak, remaja, hingga orang dewasa. Dari beberapa konsumen yang telah mencoba produk dimsum ini,

mengatakan bahwa memang dimsum ini beda dari yang lain terutama di saosnya. Target konsumen AW Dimsum itu ada di rentang usia 10-30 tahun dimana 70% nya dikuasai oleh remaja, 20% anak-anak, dan sisanya orang dewasa. Jumlah penduduk usia 10-30 di Bali: 1,3jt. Jumlah penduduk usia 10-30 di Kab. Gianyar: 216.300 jiwa ([databooks.katadata.co.id](http://databooks.katadata.co.id)).



**Gambar 1. Segmen Konsumen AW Dimsum**

Keunikan dan differensiasi produk AW Dimsum dapat dilihat dari bahan yang digunakan, bentuknya, rasanya, hingga saos pelengkap yang diproduksi sendiri. Saos dimsum ini menjadi *iconic* dari AW Dimsum yang membuatnya berbeda dengan dimsum – dimsum lain serta rasanya yang 80% daging, *higienis*, dan *fresh* karena olahan industri rumah tangga membuatnya semakin banyak digemari orang. Kini AW Dimsum tidak hanya memasarkan dimsum steam, namun juga saos *authentic* olahan sendiri yang terdiri dari dua varian yaitu saos pedas manis dan saos *blackpepper*. Selain itu, kemasan dan alat makan yang diberikan juga menjadi nilai tambah sehingga mereka dapat menikmati dimsum dimana saja, dan kapan saja. Dahulu AW Dimsum masih menggunakan *stereofom box* dan tusukan sebagai kemasan, namun sekarang telah beralih menjadi *paperbox* dan sumpit serta dilengkapi dengan salad sebagai *sidedish* sekaligus guna menarik perhatian pelanggan. Kini kemasan AW Dimsum pun telah dilengkapi label nama yang berisikan logo usaha serta kontak yang dapat dihubungi apabila sewaktu-waktu ingin bekerjasama.



**Gambar 2. Produk Sebelum Pembinaan**



**Gambar 3. Sesudah Pembinaan**

Sumber daya fisik yang dimiliki berupa gerobak yang terbuat dari kayu, dua buah kompor gas single, dua buah wajan, dua buah klakat bambu, dua buah capit besi, dan alat penunjang lainnya. Kini di stand AW Dimsum telah dilengkapi dengan banner dan spanduk sebagai identitas usaha, sehingga orang yang lewat dapat lebih tertarik untuk mencobanya. Sumber daya non fisiknya berupa pengalaman, *softskill* yang dimiliki masing – masing anggota tim, serta ilmu pengetahuan yang diperoleh di bangku kuliah.



Dimana ilmu pengetahuan tersebut memiliki peranan utama terkait dasar – dasar dalam memulai usaha serta dapat lebih bijaksana dalam mengambil suatu keputusan demi kepentingan bersama bukan kepentingan pribadi. Hingga saat ini, usaha AW Dimsum memiliki mitra kerja dengan supplier frozen food, jasa pesan antar makanan, yang cukup membantu dalam proses pemasaran produk utamanya bagi pelanggan yang bertempat tinggal jauh dari lokasi stand. Selain itu, menjaga relasi dengan beberapa teman yang sekiranya dapat membantu dalam mempromosikan produk dimsum ini.

Strategi pemasaran produk, selain memiliki stand juga berfokus pada pemasaran secara online salah satu contohnya yakni dengan membuat pamflet yang mendeskripsikan secara singkat terkait usaha ini. Selanjutnya pamflet tersebut akan disebarluaskan melalui jejaring sosial dan melalui bantuan dari teman, saudara, serta kerabat dekat yang turut mempromosikannya di akun sosial media mereka pribadi. Tidak hanya itu, usaha ini telah terdaftar di salah satu aplikasi layanan pesan antar makanan, disana banyak promo menarik yang dapat mendatangkan pembeli seperti diskon pembelian hingga voucher gratis ongkir. Akhir-akhir ini AW Dimsum juga aktif mempromosikan dengan membuat berbagai konten terkait produk AW Dimsum di berbagai sosial media.

Modal usaha ini murni dari harta pribadi, tanpa ada dana pinjaman dari pihak lain. Jadi dapat dikatakan bahwa usaha ini usaha yang bersih, tanpa memiliki kewajiban dalam jangka panjang maupun jangka pendek. Penghasilan bruto setiap bulannya mampu menutupi segala biaya yang dikeluarkan dalam 1 (satu) bulan tersebut. Sejauh usaha ini tidak pernah mengalami kerugian, serendah – rendahnya penjualan paling rendah berada mendekati titik impas antara pendapatan dan beban. Dimana hal tersebut terjadi di bulan kedua berdirinya usaha ini. Di bulan berikutnya kondisi dapat diperbaiki walaupun belum signifikan. Setidaknya selalu ada keuntungan yang diperoleh dari usaha ini. Melalui pendanaan yang telah diberikan dan dipercayakan kepada AW Dimsum sungguh sangat membantu AW Dimsum untuk berproses lebih baik lagi kedepannya. Dana yang diberikan telah dipergunakan sepenuhnya untuk usaha seperti beberapa yang telah tercantum pada laporan akhir. Pemenuhan sarana dan prasarana, pengoptimalan strategi pemasaran, serta peningkatan kualitas produk.

### **SIMPULAN**

Program Pembinaan Mahasiswa Wirausaha (P2MW) memberikan dampak yang positif terhadap perkembangan usaha mahasiswa terpilih yakni AW Dimsum. Melalui berbagai macam bentuk pembinaan yang edukatif dan sangat menarik dalam menyampaikan materi serta proses mentoring yang tersusun rapi dengan prosedur-prosedur yang telah ditetapkan sebagai pedoman, tentunya didampingi oleh seorang mentor yang begitu prima dalam membimbing usaha ini, serta bantuan dana yang diberikan sesuai rancangan anggaran dana yang telah disusun sebelumnya sangat luar biasa berdampak terhadap usaha AW Dimsum. Berkesempatan mengikuti program ini, saling bertukar pengalaman dan cerita, serta sama-sama belajar dalam hal kewirausahaan. AW Dimsum menjadi salah satu tenant yang beruntung mendapatkan ilmu mahal berwirausaha dengan gratis dan langsung turun ke lapangan yang di damping oleh mentor, dosen pembimbing, serta dosen Pembina. Hingga kini, usaha AW Dimsum terus mengalami peningkatan serta memiliki strategi bisnis yang baik dan jelas untuk diterapkan beberapa tahun ke depan. Penelitian ini dilakukan terbatas pada kajian usaha AW Dimsum yang mengikuti program P2MW. Tentu akan berbeda hasilnya jika menggunakan lebih dari satu lokasi dan objek penelitian. Saran penelitian selanjutnya berdasarkan keterbatasan penelitian. Disarankan penelitian berikutnya dapat mengulas lebih banyak lagi usaha UMKM lainnya yang mengikuti program P2MW selain AW Dimsum.

### **DAFTAR PUSTAKA**

Emiliani, Fristica, dkk. (2021). Analisis Pemberdayaan UMKM Pada Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Penelitian Mahasiswa Ilmu Sosial, Ekonomi, Dan Bisnis Islam*. 1 (1). 83-94. ISSN: 2808-7089.

- Harianti, Asni, dkk. (2020). Peran Pendidikan Kewirausahaan Dalam Meningkatkan Motivasi, Kompetensi Dan Menumbuhkan Minat Mahasiswa. *Jurnal Bisnis & Kewirausahaan*. 16 (3). 214-220. ISSN: 2580-5614.
- Indarti, Nunuk, dkk. (2022). Program Pembinaan Mahasiswa Wirausaha (P2MW) Pengembangan Produksi Ikan Bandeng Untuk Bahan Kerupuk Ikan Panggung Sebagai Pusat Oleh-Oleh Dalam Meningkatkan Pendapatan Desa Panggungrejo Pasuruan. *Jurnal Pengabdian Mandiri*. 1 (12). ISSN:2809-8889.
- Nalini, S. N. L. (2021). Dampak Dampak covid-19 terhadap Usaha Mikro, Kecil dan Menengah. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 4(1), 662–669. <https://doi.org/10.36778/jesya.v4i1.278>
- Permana, Sony Hendra. (2017). Strategi Peningkatan Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) Di Indonesia. *Pusat Penelitian Badan Keahlian DPR RI*. 93-103.
- Sugiyono. (2016). Metode Penelitian Pendidikan Kuantitatif, kualitatif dan R & D. Bandung: Alfabeta. *Metode Penelitian*.
- Yanti, W. I. P. (2019). Pengaruh Inklusi Keuangan Dan Literasi Keuangan Terhadap Kinerja UMKM Di Kecamatan Moyo Utara. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 2(1). <https://doi.org/10.37673/jmb.v2i1.305>