

SQUIPY BALL (MENIKMATI AYAM BAKAR DENGAN CARA BERBEDA) : WIRAUUSAHA MAHASISWA

Muhammad Rama Putra¹, Pricilia², Kenji Kusno³

¹Sekolah Tinggi Pariwisata Trisakti, ² Sekolah Tinggi Pariwisata Trisakti, ³ Sekolah Tinggi Pariwisata Trisakti

Jl. IKPN Tanah Kusir Bintaro Jakarta Selatan

E-mail : ramaaaptr@gmail.com¹, priciliapurnomo@yahoo.com², kenjikusno30@gmail.com³

ABSTRACT

Writing About The Results Of Our Experiments In Making Entrepreneurial Products With Culinary Characteristics Of Indonesia. Indonesian Grilled Chicken Menus From Various Regions Are Made With Different Innovations. Squipy Ball (Indonesian Grilled Chicken With Padded Rice Vegetables Such As Squishy And Tasty Make Happy) Uses Traditional Spices Which Certainly Have Health Benefits For The Body. The Existence Of This Product Is Made In Accordance With Teenage Consumers Who Like Products That Are Practical, Easy To Carry, Cheap, Make Full, And Delicious. Squipy Ball Is Marketed In The Trisakti Stp Through Friends In Each Class, On Lecturers And Employees, And Participating In Events. Our Products Are In Demand By Chinese Guilind Students Who Are Reciprocal To The Trisakti Stp. The Results Of The Sale Of Squipy Ball On Campus Every Day Reached 20-30 Pax. Events That Have Been Followed Are Student Talent Parties, Hotel Visits To The Trisakti Stp, Dies Natalis, Hospitality Talkshow, And Sales At The Trisakti Stp Canteen.

Keywords: Grilled Chicken, Squipy Ball, Healthy

ABSTRAK

Tulisan mengenai hasil percobaan kami dalam membuat produk wirausaha dengan kuliner ciri khas Indonesia. Menu ayam bakar Indonesia dari berbagai daerah dibuat dengan inovasi yang berbeda. *Squipy Ball* (Ayam Bakar Indonesia dengan Balutan Nasi Sayuran yang Empuk Seperti Squishy dan Enak Bikin Happy) menggunakan bumbu-bumbu tradisional yang tentunya mempunyai manfaat kesehatan bagi tubuh. Adanya produk ini dibuat sesuai dengan konsumen remaja yang menyukai produk yang praktis, mudah dibawa, murah, membuat kenyang, dan enak. *Squipy Ball* dipasarkan di STP Trisakti melalui teman-teman setiap kelas, pada dosen-dosen dan karyawan, serta ikut serta dalam event-event. Produk kami diminati oleh mahasiswa *guilind China* yang sedang *reciprocal* ke STP Trisakti. Hasil penjualan *Squipy Ball* di lingkungan kampus perhari mencapai 20-30 pax. Event yang pernah diikuti yaitu kegiatan pesta bakat mahasiswa, kunjungan hotel ke STP Trisakti, *Dies Natalis*, *Talkshow Hospitality*, dan penjualan di kantin STP Trisakti.

Kata Kunci: Ayam Bakar, Squipy Ball, Sehat

PENDAHULUAN

Saat ini banyak bermunculan makanan-makanan yang tidak baik bagi tubuh. Makanan yang dijual seringkali tidak menggunakan bahan yang segar, memakai bahan-bahan penyedap yang membuat rasa dan tampilan lebih baik, dan juga tidak memperhatikan kebersihan saat proses memasak. Kebutuhan gizi masyarakat juga seringkali tidak terpenuhi setiap harinya. Sebagai contoh, banyak masyarakat yang menghindari sayuran saat memilih makanan. Padahal sayuran dapat membuat tubuh lebih berstamina yang dapat meningkatkan produktivitas.

Kebutuhan masyarakat akan makanan sehat yang bergizi dan enak membuat kami membuat produk *Squippy Ball*. Ayam merupakan makanan yang cukup digemari oleh masyarakat Indonesia dan mempunyai lebih sedikit lemak dibanding daging lain. Pengolahan dengan cara dipanggang juga lebih baik karena lebih rendah lemak. Indonesia kaya akan bumbu dan cita rasa sehingga kami mengolah ayam kami dengan cita rasa Indonesia. Ayam panggang kami dibalut dengan nasi yang dimasak dengan sayur lalu dibentuk bola-bola. Kami membentuk bola-bola agar konsumen yang memakannya dapat mendapatkan karbohidrat, protein, lemak, vitamin dalam sekali makan. Bentuk bola-bola juga praktis sehingga saat sedang terburu-buru, masyarakat dapat memilih *Squippy Ball* sebagai makanannya. Kami juga berharap dengan produk ini, masyarakat dapat terhindar dari penyakit keterlambatan makan (*maag*).

Squippy adalah singkatan dari *Squishy Happy*. Tekstur ayam dan nasi yang kami sajikan sangat empuk sehingga kami ibaratkan seperti *squishy*, yaitu mainan empuk yang sedang trend saat ini. Kami juga ingin agar pembeli yang menyantap produk kami merasa puas dan senang (*Happy*) dengan rasa dan tekstur yang kami berikan sehingga mereka akan kembali untuk membeli dan menyantap makanan sehat yang kami jual.

Produk *squippy ball* diterima dipasaran, konsumen kami banyak yang berasal dari mahasiswa, dosen, tamu yang datang ke STP Trisakti, bahkan saat kedatangan tamu dari *guilin China*.

metodologi

Metode penelitian ini yaitu uji coba dalam pembuatan *squippy ball*, kemudian peneliti melaksanakan uji coba berjualan.

Waktu berwirausaha untuk menguji coba produk selama 3 bulan di kampus STP Trisakti.

Aspek Produksi

Pembuatan *squippy ball* diawali dengan persiapan peralatan seperti kompor, wajan, sutil, dan sebagainya. Lalu dilanjutkan dengan pembelian bahan-bahan seperti beras, bumbu dapur, ayam. Setelah itu kami mulai membuat produk dengan mencuci bahan-bahan terlebih dahulu lalu memasak beras hingga menjadi nasi. Sambil menunggu nasi matang, kami menumis bumbu untuk ayam dan memanggang ayam sebentar, lalu ayam setengah matang dimasukkan ke dalam bumbu dan dibiarkan sejenak hingga bumbu meresap kedalam ayam dan matang. Setelah nasi matang, kami menumis sayuran dengan mentega dan bumbu lalu memasukkan nasi tersebut kedalam tumisan sayuran. Setelah semua komponen siap, kami mulai membentuk bentuk bola berisi ayam yang diawali dengan memipihkan nasi lalu memasukkan ayam ditengah nasi yang dipipihkan kemudian dibentuk bentuk bola-bola. Setelah itu bola-bola nasi tersebut dimasukkan kedalam kemasan. Kami membuat produk pada pagi hari sebelum jualan pada siang hari.

Gambaran Umum Produk *Squippy Ball* merupakan usaha makanan yang menyajikan ayam bakar rasa Indonesia dibalut dengan nasi yang empuk dan dimasak dengan sayuran. Kami menyediakan 5 pilihan rasa ayam bakar yang mewakili berbagai daerah Indonesia seperti ayam bakar padang (Padang), ayam bakar cincane (Kalimantan Timur), ayam bakar paniki (Manado), ayam bakar wong

solo (Solo), ayam bakar madu. Satu porsi Squipy Ball berisi 4 ball dan di sajikan dengan kemasan kardus khusus untuk makanan.

Diagram pembuatan “Squipy Ball” di gambarkan dibawah ini:

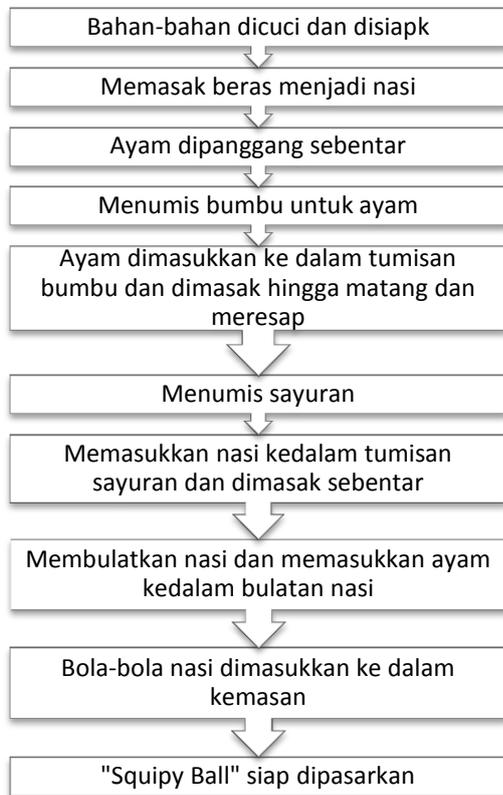


Diagram 1: Proses Pembuatan Squipy Ball

Manajemen Usaha

Manajemen usaha yang sudah dilakukan oleh tim Kreativitas Kewirausahaan Kemahasiswaan *Squipy Ball* yaitu sebagai berikut:

Memasarkan produk *Squipy Ball* pada teman-teman mahasiswa STP Trisakti

Memasarkan produk *Squipy Ball* pada dosen-dosen dan karyawan STP Trisakti

Mengikutsertakan produk *Squipy Ball* dan melakukan penjualan pada event-event yang diselenggarakan oleh STP Trisakti baik internal dan eksternal

Menjual produk *Squipy Ball* di kantin STP Trisakti

LANDASAN TEORI

Menurut Indra dan Sanosra (2013:46), dalam persaingan yang semakin ketat seperti sekarang ini, perusahaan harus mampu menanggapi tuntutan konsumen yang terus berubah sesuai kebutuhan dan gaya hidupnya.

Berbagai wirausaha kuliner membuat inovasi dalam membuat produknya. Hal tersebut dilakukan sebagai upaya untuk memperoleh perhatian konsumen untuk membeli produknya. Oleh karena itu, peneliti membuat uji coba makanan *squipy ball*.

Menurut T. Afrillita (2013:57), pendekatan dalam merumuskan strategi pemasaran yang tepat dengan menganalisis kekuatan dan kelemahan internal dalam mengantisipasi peluang dan ancaman eksternal adalah dengan melalui analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, dan Threats*).

HASIL DAN PEMBAHASAN

. Waktu dan Tempat Pelaksanaan

Waktu dan tempat pelaksanaan pemasaran produk *Squipy Ball* di lingkungan STP Trisakti. Usaha mulai dijalankan sejak beberapa kali pelaksanaan bimbingan dengan dosen pembimbing, panelis *chef* di STP Trisakti, dan uji coba produk ke teman di kelas. Pelaksanaan penjualan *Squipy Ball* dilaksanakan di STP Tridakti dengan mengikuti event-event yang ada di kampus. Penjualan dilakukan sejak April 2018 hingga sekarang. Berawal dari penjualan keliling di kelas-kelas, ke ruang dosen, dan karyawan, hingga menawarkan pada tamu yang datang.

Produk Produk yang kami hasilkan merupakan produk yang sehat dan bergizi. Produk kami juga memanfaatkan bumbu khas Indonesia yang sangat lezat dan juga menyehatkan. Produk yang kami tawarkan sangat disarankan untuk dikonsumsi oleh masyarakat agar setiap masyarakat dapat mendapatkan gizi yang cukup dan meningkatkan produktivitas. Harga Harga jual dapat dijangkau oleh masyarakat, mahasiswa, dan karyawan yaitu Rp15.000 untuk satu porsi Squipy Ball yang berisi 6

ball (perhitungan di lampiran). Penjualan *Squipy Ball* dalam sehari terjual 15 – 30 mika dengan harga Rp 15.000. keuntungan yang diambil sebesar 32 % dari harga jual. Berikut contoh perhitungan untuk rasa ayam bakar cincane.

Food Cost per Paket (33%)

Total Biaya Kemasan +Total Biaya dan *Miscellaneous Cost* Per Porsi (Bola Nasi+Ayam Bakar Cincane)
 = Rp1.100+ Rp1.107,81+ Rp2.616,92
 = Rp 4.824,73
 Harga Jual per Paket = *Food Cost* per Paket /*Food Cost* per Paket %
 = Rp 4.824,73/ 33%
 = Rp 14.620,38
 = Rp 15.000
*Contribution Margin*² per Paket (67,84%)
 Harga Jual per Paket - *Food Cost* per Paket
 = Rp 15.000 - Rp 4.824,73
 = Rp 10.175,27

Keuntungan yang didapatkan sebesar Rp 4.824,73. Sehingga tiap penjualan 15 porsi mendapat keuntungan sebesar Rp 72.370, 95. Kami juga pernah menjual sebanyak 20 – 25 porsi, sehingga keuntungan yang didapat sebesar Rp 96.494,6 untuk 20 porsi.

Tahap Pelaksanaan

Tahap pelaksanaan kegiatan Kreativitas Kewirausahaan Kemahasiswaan *Squipy Ball* yaitu:



Diagram 2. Tahap pelaksanaan

Analisis Hasil

Analisis Internal : Visi Menjadi solusi bagi masyarakat dalam mendapatkan gizi cukup dan seimbang. Misi kami Menyediakan makanan yang terjangkau, memasak makanan dengan bersih, dan menyediakan porsi makanan yang cukup (tidak lebih tidak kurang).

Analisis Usaha SWOT: a) Strengths adalah sumber daya, ketrampilan atau keunggulan lain yang relatif terhadap pesaing dan kebutuhan dari pasar suatu perusahaan layani atau hendak layani, makanan yang kami jual sehat dan bergizi, makanan yang kami jual mempunyai cita rasa khas Indonesia yang sesuai dengan lidah orang Indonesia, makanan yang kami jual dapat disantap dengan mudah, makanan yang kami jual mengandung kebutuhan gizi yang dibutuhkan masyarakat setiap harinya, nasi dan ayam yang kami jual sangat empuk. Terdapat varian menu yang dapat dipilih oleh konsumen dan harga yang dapat dijangkau berbagai kalangan masyarakat.

Weakness adalah keterbatasan/kekurangan dalam sumber daya, ketrampilan, dan kemampuan yang secara serius menghalangi kinerja efektif suatu perusahaan. Ada kemungkinan tempat yang dipilih hanya ramai pada jam tertentu. Waktu penjualan yang tidak bisa kami lakukan setiap saat mengingat kuliah yang harus kami utamakan.

Opportunity adalah situasi utama yang menguntungkan dalam lingkungan perusahaan. Hampir setiap orang menyukai ayam. Banyak orang membutuhkan makanan yang dapat memenuhi kebutuhan gizi mereka. Banyak nasi disajikan terpisah dengan lauknya sehingga memakan waktu lebih lama daripada produk kami yang dapat sekali lahapannya untuk satu bola sehingga lebih efisien.

Threats adalah rintangan-rintangan utama bagi posisi sekarang atau yang diinginkan dari perusahaan. Ayam yang tidak segar dapat memengaruhi kualitas produk kami. Orang yang tidak menyukai

sayur kemungkinan enggan mencoba produk kami. Persaingan dalam usaha jika muncul usaha sejenis.



Gambar 1. Produk *Squipy Ball*



Gambar 2: Penjualan

. Potensi Hasil

Potensi hasil dari kegiatan Kreativitas Kewirausahaan Kemahasiswaan ini diharapkan dapat memenuhi kebutuhan masyarakat yaitu karbohidrat dan protein dengan cara lebih menarik dan enak. Produk ini berpotensi untuk berada di swalayan, seperti Indomart, alfamart. Karena yang kami amati hanya terdapat makanan siap saji yang dihangatkan berupa *sushi*, *rice ball*, dan *sandwich*. Diharapkan produk *squipy ball* dapat terus dijual di lingkungan STP Trisakti hingga ke pasaran yang lebih luas.

KESIMPULAN

Hasil dalam membuat produk wirausaha dengan kuliner ciri khas Indonesia. Menu ayam bakar Indonesia dari berbagai daerah dibuat dengan inovasi yang berbeda. *Squipy Ball* (Ayam Bakar Indonesia dengan Balutan Nasi Sayuran yang Empuk Seperti Squishy dan Enak Bikin Happy) menggunakan bumbu-bumbu tradisional

yang tentunya mempunyai manfaat kesehatan bagi tubuh.

Harga jual produk Rp 15.000/box dijual dalam waktu 3 bulan. Dari penjualan tersebut meraih BEP pada penjualan ke 75 box dalam waktu sebulan 2 hari. Karena sudah kembali modal awal dalam penjualan. Pada waktu tersebut sudah mendapat BEP sebesar Rp 26.100., setelah pengembalian modal awal. Dalam waktu 3 bulan, *squipy ball* memperoleh keuntungan sebesar Rp 6.651.840.-

DAFTAR PUSTAKA

Indra, Ragana dan Abadi Sanosra. (2015). Konfigurasi Ekuitas Merek dalam Bentuk Pembelian di Rumah Makan Wong Solo Jember. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia*, 1 (1), 46-60.

T. Afrillita, Nur. (2013). Analisis Swot Dalam Menentukan Strategi Pemasaran Sepeda Motor Pada PT. Samekarindo Indah di Samarinda. *eJournal Administrasi Bisnis*, 1 (1), 56-70.