

## PROGRAM PERSIAPAN DAN PENGEMBANGAN BISNIS KULINER BAGI WIRAUSAHA MUDA DI KOTA BANDUNG

Maria Merry Marianti<sup>1</sup>; Istiharini<sup>2</sup>; Deti Mulyo Harsono<sup>3</sup>;  
Natalia Christi<sup>4</sup>; Teresia Debby<sup>5</sup>

Universitas Katolik Parahyangan, Bandung<sup>1,2,3,4,5</sup>

Email : merrym@unpar.ac.id<sup>1</sup>

### ABSTRAK

Lahirnya wirausaha muda di suatu daerah dinilai sangat penting karena dapat mendorong pertumbuhan ekonomi lokal dan menciptakan lapangan kerja. Namun keadaan saat ini menunjukkan ketatnya persaingan bisnis terutama dalam bidang kuliner di Kota Bandung. Dalam usaha membantu para calon wirausaha dan pengusaha muda dalam bersaing di lingkungan bisnis yang kompetitif, Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Parahyangan bekerja sama dengan Gereja Baptis Pertama Kota Bandung mengadakan program pra-inkubasi bisnis bagi wirausahawan muda, yang diharapkan dapat menjadi bekal dalam mengembangkan ide bisnis yang inovatif, membangun bisnis, serta mengelola bisnis dengan baik. Dari hasil kegiatan program pra-inkubasi (pelatihan serta pendampingan) bagi para wirausaha muda bidang kuliner di Kota Bandung, peserta merasa terbantu dengan berbagai materi yang disampaikan dengan cara yang mudah dimengerti sehingga harapannya program ini dapat membantu peserta dalam mencapai kesuksesan bisnis di kemudian hari.

Kata Kunci : Pelaku Usaha; Wirausaha Muda; Bisnis Kuliner

### ABSTRACT

*The birth of young entrepreneurs in a region is considered very important because it can encourage local economic growth and create jobs. However, the current situation shows the tight business competition, especially in the culinary field in Bandung City. In an effort to help prospective entrepreneurs and young entrepreneurs compete in a competitive business environment, the Faculty of Economics, Parahyangan Catholic University, in collaboration with the First Baptist Church of Bandung held a business pre-incubation program for young entrepreneurs, which is expected to be a provision in developing innovative business ideas, building a business, and managing a business well. From the results of the pre-incubation program activities (training and mentoring) for young entrepreneurs in the culinary field in Bandung City, participants felt helped by the various materials presented in an easy-to-understand manner so that it is hoped that this program can help participants achieve business success in the future.*

*Keywords : Entrepreneur; Young Entrepreneur; Culinary Business*

### PENDAHULUAN

John Howkins pada tahun 2013 dalam bukunya yang berjudul “*The Creative Economy*” memperkenalkan istilah ekonomi kreatif. Ekonomi kreatif merupakan wujud dari upaya pembangunan berkelanjutan berbasis kreativitas. Ekonomi kreatif dinilai dapat menjadi sumber ekonomi baru yang dapat berkontribusi dalam ekonomi nasional,

serta dapat menjadi perusahaan sosial (*social enterprise*) bagi masyarakat di suatu daerah (Amirudin, 2019). Dalam perjalanan mengembangkan sektor ekonomi kreatif seringkali menghadapi berbagai tantangan, seperti kurangnya kualitas sumber daya manusia, kurangnya pengetahuan untuk mengembangkan ide menjadi sebuah bisnis, ketersediaan bahan baku, daya saing usaha, akses terhadap pasar, dan kendala dalam permodalan (Sutriyanti, 2023).

Sumber daya manusia (SDM) yang unggul merupakan SDM yang mampu mengembangkan diri secara proaktif, memiliki keinginan belajar, mau bekerja sama dan bekerja keras. Dalam persaingan di era globalisasi seperti saat ini, kualitas SDM menjadi hal yang penting dalam peningkatan daya saing ekonomi di suatu negara. Di sisi lain tidak hanya kualitas SDM saja yang menjadi masalah, namun kelebihan atau bonus demografi yang dialami Indonesia menjadi salah satu faktor determinan yang mendorong pemerintah sebaiknya mulai mengarahkan masyarakat agar tidak hanya terpaku untuk bekerja menjadi karyawan, tetapi juga penyedia lapangan pekerjaan (Singgih, 2022). Menumbuhkan minat dan jumlah kewirausahaan menjadi sangat penting dalam mendukung terwujudnya pembangunan nasional.

Menurut Kew, Herrington, Litovsky, dan Gale sebanyak 73 juta orang muda yang akan diproyeksi menjadi pengangguran dalam studi yang dilakukan oleh ILO (*International Labour Organization*). Kaum muda 3 (tiga) kali lebih rentan menjadi pengangguran. Maka, pilihan alternatif dalam bidang minat kewirausahaan dapat menjadi salah satu pilihan solusi. Pengusaha muda sendiri mampu menjadi solusi dan berperan secara vital dalam mendukung pembangunan ekonomi negara salah satunya lewat UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) (Rahmawati et al., 2022). Semakin banyak jumlah pengusaha dalam suatu negara, maka semakin meningkatkan pertumbuhan ekonomi pada negara tersebut. Dengan jumlah pengusaha yang banyak, maka akan menciptakan lapangan kerja, pertumbuhan dan pembangunan ekonomi, dan inovasi. Himpunan Pengusaha Muda Indonesia (HIPMI) menjelaskan bahwa pengusaha muda memiliki peran yang sangat strategis dalam mendorong perekonomian nasional ditambah perkembangan teknologi yang dapat membantu generasi muda dalam berinovasi untuk menciptakan ide bisnis baru berbasis teknologi.

Kesiapan generasi muda untuk berkompetisi dalam dunia usaha perlu dipersiapkan sejak dini, sehingga saat memulai sebuah bisnis calon wirausaha muda

sudah memiliki modal pengetahuan, keterampilan, dan pengalaman yang telah dipersiapkan (Ruswandi & Suciati, 2023). Program pra-inkubasi bisnis kuliner bagi wirausaha muda di Kota Bandung merupakan sebuah komitmen pengabdian bagi masyarakat dari dosen Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Parahyangan yang bekerjasama dengan Gereja Baptis Pertama. Pada program kali ini yang menjadi mitra kegiatan merupakan Gereja Baptis Pertama, dengan peserta para wirausahawan muda dan calon wirausaha muda yang menjadi anggota Gereja Baptis Pertama dan calon wirausaha muda lainnya yang tinggal di Kota Bandung. Permasalahan yang dihadapi peserta adalah minat yang tinggi untuk menjadi pengusaha, namun belum pernah mendapatkan pembinaan dan bimbingan untuk membangun sebuah bisnis, sebagian besar peserta merupakan pemilik usaha mikro dan kecil dengan jumlah karyawan yang sangat sedikit, bahkan ada yang tidak menggunakan karyawan sama sekali. Mayoritas peserta berlatar belakang pendidikan SMA, yang dinilai sangat memerlukan pengetahuan terkait bisnis dan manajemen yang lebih dalam, untuk memulai atau mengembangkan usahanya. Berangkat dari kondisi tersebut, kami melakukan analisis awal terhadap usaha tersebut mengenai aspek-aspek yang masih kurang dan perlu ditingkatkan. Berikut adalah rangkuman dari analisis yang telah dilakukan:

1. Para peserta belum pernah mengikuti pelatihan bisnis.
2. Para peserta pelatihan belum memiliki strategi untuk mengembangkan usaha mereka, sehingga usaha mereka tidak pernah berkembang menjadi besar.
3. Para pelaku usaha belum pernah melakukan penjualan secara daring (*online*). Hal ini menyebabkan mereka tidak memiliki pengetahuan yang cukup atau belum mampu memaksimalkan sarana untuk memasarkan produk mereka secara daring.
4. Pelaku usaha belum mampu melakukan proses produksi secara efisien, sehingga menyebabkan harga pokok produksi yang cenderung mahal.
5. Pelaku usaha belum mampu membuat promosi secara digital, misalnya menggunakan FaceBook, Instragram, Google, ataupun Tik Tok.

Penelitian yang telah dilakukan oleh Christi et al., (2024) menyatakan bahwa pelatihan berbasis pendalaman materi terkait bisnis, serta pendampingan terbukti cukup efektif dalam meningkatkan pengetahuan dan keterampilan praktis pada pelaku UMKM Kuliner di Kota Bandung. Oleh karena itu, melalui program ini diharapkan para pelaku usaha muda bidang kuliner dapat meningkatkan skala usaha mereka, mengoptimalkan

penggunaan teknologi digital, serta mencapai pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan. Dengan program pelatihan dan pendampingan yang tepat, pelaku usaha muda dapat menjadi lebih adaptif terhadap perubahan pasar dan meningkatkan daya saingnya.

### METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif analisis terhadap kegiatan pelatihan. Peserta pra-inkubasi bisnis kuliner bagi wirausaha muda ini dibatasi sebanyak maksimal 15 orang yang benar-benar berkomitmen untuk mengikuti pelatihan dan pembinaan secara rutin, dan sungguh-sungguh berencana untuk mengembangkan usaha bisnis mereka. Syarat menjadi peserta pelatihan ini adalah anggota/non-anggota Gereja Baptis Pertama di Kota Bandung yang ingin menjadi wirausahawan, atau yang sudah memiliki usaha dan ingin mengembangkan usahanya secara konsisten. Para pelaku usaha mikro dan kecil yang mengikuti pelatihan ini diberikan materi pelatihan mengenai kewirausahaan dan berbagai ilmu manajemen, antara lain yaitu:

1. *Entrepreneurship*: Dr. Maria Merry Marianti, Dra., MSi. - tanggal 19 September 2024
2. *Design Thinking*: Natalia Chisti, ST., MBA. - tanggal 26 September 2024
3. *How to Spot Market Opportunities*: Teresia Debby, SE., MSM. - tanggal 10 Oktober 2024
4. *Business Goal*: Dr. Deti Mulyo Harsono., SE., MM. - tanggal 31 Oktober 2024
5. *Market Validation*: Dr. Istiharini., SE., MM., CMA., CPM.

Pelatihan ini diberikan secara daring (*online*) menggunakan *Google Meet* sebanyak 4 kali. Hal ini dilakukan untuk menghemat waktu perjalanan, dan biaya perjalanan yang dikeluarkan oleh para peserta, karena jika pelatihan ini dilakukan di tempat (*onsite*), akan memakan waktu kerja dan biaya transport yang mahal, dikarenakan tempat tinggal sebagian besar peserta yang sangat jauh.

Pelatihan ini diberikan setiap 2 (dua) minggu sekali, yaitu setiap hari Kamis minggu pertama dan ketiga, pukul 14.00-16.00 (selama 2 jam). Selain pelatihan secara daring, pendampingan dalam bentuk *coaching* secara luring diberikan sebanyak satu kali, yaitu setelah empat kali pertemuan daring. Sesi *coaching* diberikan mengingat peserta pelatihan membutuhkan pendampingan untuk menerapkan pengetahuan yang didapat. Setiap peserta pelatihan didampingi oleh satu mentor dosen pada saat *coaching*, agar dapat melakukan konsultasi terkait masalah yang dihadapi, maupun perkembangan

implementasi pengetahuan yang telah didapat. Pada sisi lain, pada sesi *coaching*, mentor dosen juga melakukan evaluasi terkait tingkat keefektifan dari pelatihan yang telah dilaksanakan. Evaluasi terhadap efektivitas kegiatan pelatihan dilakukan dengan meminta pendapat kepada para peserta mengenai materi yang diberikan, penerapan materi yang telah diberikan, dan kesaksian (*testimony*) mengenai keberhasilan mereka.

### HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang berupa pelatihan dan pendampingan untuk usaha mikro dan kecil bidang kuliner ini telah diukur tingkat keberhasilannya dengan testimoni dari para peserta. Seluruh proses pelatihan, mulai dari pemberian materi melalui sesi daring hingga pendampingan mentor secara tatap muka, dirancang untuk memberikan keterampilan yang diharapkan dapat langsung diterapkan oleh peserta wirausahawan muda dalam menjalankan kegiatan usaha kuliner mereka sehari-hari. Berikut ini adalah hasil dari setiap aspek pelatihan serta pembahasan tentang dampak positif yang dirasakan oleh peserta.

#### 1. *Entrepreneurship*

Sesi pelatihan ini menjelaskan tentang definisi wirausaha, serta menjelaskan dengan rinci tahapan dalam memulai usaha seperti membuat visi, misi, dan strategi, serta menjelaskan cara melakukan analisa awal tentang keunggulan kompetitif sebuah produk bisnis. Pada sesi ini juga pembicara membagikan materi terkait *Business Model Canvas* (BMC) dengan 9 (sembilan) elemen utama yang saling berkaitan dan menggambarkan bagaimana suatu bisnis dibangun, mulai dari menciptakan “nilai” bagi pelanggan, mendapatkan pendapatan, serta mengelola sumber daya. Materi ini dapat menjadi acuan bagi peserta dalam merencanakan bisnis yang hendak dimulai ataupun dikembangkan.

#### 2. *Design Thinking*

Sesi ini menjelaskan tentang bagaimana bisnis menggunakan pendekatan inovatif untuk pemecahan masalah yang berfokus pada manusia (pengguna) dengan menekankan empati, kreativitas dan kolaborasi. Pada tahapan pertama dalam menerapkan *design thinking* peserta diminta untuk memahami perspektif, kebutuhan, dan juga kekhawatiran pelanggan dengan melakukan interaksi secara langsung, interaksi ini diharapkan pelaku bisnis dapat mengerti sudut pandang pelanggan dan mengetahui apa yang pelanggan anggap penting. Selain itu pendekatan ini berfokus pada

kepentingan pelanggan, bukan hanya terfokus kepentingan bisnis. Materi ini diharapkan dapat membantu pelaku bisnis dalam mengelola bisnisnya serta dapat menjadi salah satu pendekatan yang dapat dilakukan ketika pelaku bisnis hendak melakukan ekspansi.

### 3. *How to Spot Market Opportunities*

Pada sesi ini pembicara membagikan materi tentang bagaimana cara menentukan produk yang tepat untuk dijual dengan mengidentifikasi peluang pasar dan memanfaatkan analisis SWOT. Sesi ini juga menjelaskan bagaimana cara untuk mengamati tren pasar, menganalisis kompetisi, mendengarkan pelanggan, berinovasi dalam teknologi, serta pentingnya memantau tren global dan membangun jaringan serta kolaborasi. Tujuan sesi ini memberi pengetahuan kepada para peserta cara untuk menentukan pasar sasaran (*target market*) mereka.

### 4. *Business Goal*

Sesi ini memberikan informasi pada peserta tentang bagaimana penentuan tujuan akhir pada bisnis akan menentukan pencapaian yang diharapkan. Menetapkan tujuan bisnis tidak hanya didasarkan pada apa yang ini dicapai, lebih dari itu peserta juga diharapkan dapat mengkorelasikan antara Indikator Kerja Utama yang biasa dikenal sebagai KPI (*Key Performance Indicators*) untuk menjadi pengukur dalam pencapaian keberhasilan bisnis dan strategi bisnis yang telah ditentukan. Tujuan akhir dalam bisnis seharusnya dapat diukur, bukan hanya sekedar menjadi cita-cita atau harapan yang sulit untuk diwujudkan. Peta strategi (*strategy map*) dapat menjadi alat untuk mengilustrasikan hubungan sebab-akibat yang mendasari sebuah strategi bisnis, alat ini juga dapat membantu pelaku bisnis dalam mengidentifikasi, serta menyelaraskan sasaran dan tujuan bisnis. Selain itu pelaku bisnis juga dipacu untuk terus belajar dan berkembang untuk menciptakan berbagai inovasi yang dapat mendukung keberlangsungan bisnisnya.

### 5. *Market Validation*

Pada sesi ini peserta mendapatkan penjelasan tentang materi validasi pasar yang diperlukan untuk menguji apakah produk yang hendak dipasarkan memiliki permintaan nyata di pasar, yang sederhananya adalah untuk memastikan pelanggan sasaran (*target customer*) yang siap membeli, sehingga risiko kegagalan bisnis dapat diminimalkan. Melalui validasi pasar yang baik, pengusaha dapat meminimalkan risiko kerugian, meningkatkan efisiensi pengembangan, dan memastikan produk memiliki pasar yang

siap menerima. Materi ini menjadi topik penting karena banyak wirausaha muda yang cenderung terburu-buru menentukan produk, tanpa menilai terlebih dahulu bagaimana kebutuhan atau keinginan pelanggan sasaran mereka. Pada sesi ini juga dijelaskan tentang menyiasati kendala yang kerap kali ditemui dalam perjalanan sebuah bisnis, salah satunya dengan strategi *Minimum Viable Product* (MVP).

### KESIMPULAN

Program pra-inkubasi bisnis kuliner bagi pelaku usaha muda di Kota Bandung ini telah menunjukkan hasil yang cukup positif. Secara umum kemampuan para peserta pelatihan ini telah meningkat, peserta juga mendapatkan pengetahuan baru yang sangat diperlukan bagi pertumbuhan usaha, dan bimbingan praktis untuk membantu para wirausahawan muda dalam mengaplikasikan pengetahuan tersebut dalam kegiatan bisnisnya. Para peserta juga merasa sangat terbantu dengan adanya program pelatihan ini sehingga mereka menunjukkan antusiasme untuk mengikuti kembali pelatihan-pelatihan lain di kemudian hari.

#### a. Kesimpulan Kegiatan Utama

Secara umum, peserta pelatihan mengemukakan bahwa pengetahuan mereka mengenai cara membangun dan mengelola bisnis telah bertambah, proses pengajaran yang sederhana sehingga materi mudah dipahami, serta pengetahuan yang telah didapatkan sudah diterapkan untuk mengatasi masalah yang terjadi di dalam usaha peserta, seperti permasalahan terkait penetapan sasaran pelanggan, penetapan tujuan bisnis, perancangan produk baru, cara mengembangkan produk, evaluasi terhadap produk baru yang dihasilkan, serta cara membuat rencana bisnis menggunakan *Business Model Canvas* (BMC).

#### b. Dampak Jangka Panjang dan Jangka Pendek

Pada jangka pendek, program pelatihan dan pendampingan ini telah memberikan dampak langsung bagi peningkatan pemahaman peserta terkait cara menetapkan konsumen yang menjadi target pasar, cara untuk melakukan inovasi dan pengembangan produk baru, cara untuk menguji apakah produk baru yang dihasilkan sesuai dengan keinginan konsumen, cara menetapkan tujuan dan sasaran bisnis, dan juga cara membuat rencana bisnis secara menyeluruh.

Secara jangka panjang, program ini diharapkan mengubah paradigma berpikir peserta dalam menjalankan kegiatan bisnisnya menjadi lebih modern dan adaptif terhadap

berbagai tantangan di pasar khususnya pada sektor kuliner. Pentingnya memiliki rencana bisnis yang matang, sebelum maupun setelah menjalankan usaha juga diharapkan menjadi acuan bagi peserta dalam membangun dan menjalankan bisnisnya.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Amirudin, M. F. (2019). Hubungan Pendidikan dan Daya Saing Bangsa. *BELAJEA: Jurnal Pendidikan Islam*, 4(1), 35. <https://doi.org/10.29240/belajea.v4i1.723>
- Christi, N., Marianti, M. M., Fitriani, K., Prasetya, I., & Sari, P. A. (2024). *Pelatihan usaha mikro dan kecil (umk) bidang kuliner di kota bandung*. 5(2), 571–579.
- Howkins, J. (2013). *The Creative Economy – Second Edition*. Penguin Books.
- Rahmawati, L. D. A., Nugrahaningsih, P., Arista, D., & Saputra, Z. A. E. (2022). Inovasi Produk Emping Mlinjo Untuk Keberlangsungan Bisnis Pada Umkm “Koncone Ngemil” Di Ngoresan Surakarta. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 6(3), 1732–1747. <https://doi.org/10.31955/mea.v6i3.2627>
- Ruswandi, W., & Suciati, F. (2023). Menumbuhkembangkan Minat Wirausaha Generasi Muda Di Sukabumi Kota Melalui Kreatifitas Dan Penggunaan Media Sosial. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 7(1), 770–781. <https://doi.org/10.31955/mea.v7i1.2923>
- Singgih, J. A. (2022). Peran Pengusaha Muda Dalam Mendorong Perekonomian Indonesia Guna Meningkatkan Pembangunan Nasional. *Jurnal Lemhannas RI*, 8(3), 110–121. <https://doi.org/10.55960/jlri.v8i3.336>
- Sutriyanti. (2023). PENGATURAN EKONOMI KREATIF GUNA MENGEMBANGKAN SUMBER EKONOMI BARU (REGULATING OF CREATIVE ECONOMY TO DEVELOP NEW ECONOMIC RESOURCES) Sutriyanti. *Jurnal Ekonomi Kreatif Guna Mengembangkan Sumber Ekonomi Baru*, 2 No 1, 270–271. <http://www.seputar-indonesia.com/edisicetak/>

#### GAMBAR, GRAFIK DAN TABEL

Tabel 1. Realisasi Pelaksanaan Program Pra-Inkubasi Bisnis Kuliner bagi Wirausaha Muda  
Sumber: Penulis, 2024

No	Tanggal	Materi	Pelatih
1	19-09-2024	<i>Entrepreneurship</i>	Dr. Maria Merry Marianti, Dra., MSi.
2	26-09-2024	<i>Design Thinking</i>	Natalia Chisti, ST., MBA.
3	10-10-2024	<i>How to spot Market Opportunities</i>	Teresia Debby, SE., MSM.
4	31-10-2024	<i>Business Goal</i>	Dr. Deti Mulyo Harsono., SE., MM.
5		<i>Market Validation</i> (materi diberikan)	Dr. Istiharini., SE., MM., CMA., CPM.
6	21-11-2024	Pelatihan Tatap Muka	Semua pelatih terlibat sebagai mentor