

Pengembangan hasil praktik kewirausahaan: Usaha keripik khacaww

Irwan Pranata

Program Studi Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang
e-mail: irwanpranata2016@gmail.com

Kata Kunci:

Kewirausahaan, keripik kaca, produk mahasiswa, camilan pedas, perhitungan biaya, pengembangan usaha.

Keywords:

Entrepreneurship, glass chips, student products, spicy snacks, cost calculation, business development.

ABSTRAK

Kewirausahaan adalah alat pembelajaran yang efektif untuk mempromosikan semangat perusahaan, kreativitas, dan manajemen pada siswa. Artikel ini akan mencakup pengembangan perusahaan makanan ringan bernama keripik Khacaww . Ini dilakukan oleh sekelompok siswa dengan konsep Glasp dengan aroma pedas yang khas. Produk ini dirancang sebagai camilan ringan yang cocok dengan tren kuliner saat ini, yang bertujuan untuk menjadi konsumen muda yang menyukai rasa dan keunikan ekstrem dari kemasannya. Proses produksi berlangsung terlepas dari pemrosesan materi menjadi pengemasan dan pemasaran. Ini terutama dilakukan secara digital melalui media sosial. Menghitung biaya produksi, menentukan harga penjualan, dan analisis modal kas (BEP) menjadi bagian penting dari manajemen bisnis ini. Hasil praktik menunjukkan bahwa perusahaan dapat dikembangkan lebih lanjut dengan strategi seperti menambahkan rasa, kualitas pengemasan, dan memperluas platform pasar. Praktik ini memberikan pengalaman nyata dalam mengelola pengusaha dari awal dan mengajarkan pentingnya kerja tim, inovasi produk, dan adaptasi terhadap persyaratan pasar. Bisnis keripik Khacaww adalah contoh nyata bagaimana ide -ide sederhana dengan manajemen yang sangat baik dapat menciptakan peluang bisnis yang menjanjikan dan berkelanjutan.

ABSTRACT

Entrepreneurship is an effective learning tool to promote the spirit of enterprise, creativity, and management in students. This article will cover the development of a snack company called Khacaww chips. This was done by a group of students with the concept of Glasp with a distinctive spicy aroma. This product is designed as a light snack that fits the current culinary trend, aiming to be young consumers who like the extreme taste and uniqueness of its packaging. The production process takes place regardless of the processing of materials to packaging and marketing. This is mainly done digitally through social media. Calculating production costs, determining selling prices, and cash capital analysis (BEP) are important parts of this business management. The results of the practice show that the company can be further developed with strategies such as adding flavors, packaging quality, and expanding the market platform. This practice provides real experience in managing entrepreneurs from scratch and teaches the importance of teamwork, product innovation, and adaptation to market requirements. The Khacaww chips business is a real example of how simple ideas with excellent management can create promising and sustainable business opportunities.

Pendahuluan

Kewirausahaan merupakan salah satu elemen penting dalam pembangunan ekonomi suatu bangsa. Orientasi kewirausahaan memiliki pengaruh signifikan terhadap kinerja bisnis, yang dimediasi oleh strategi bisnis dan dimoderasi oleh dinamika lingkungan serta kebijakan pemerintah(Prajawati et al., 2024). (Suryana & Bayu, 2014)



This is an open access article under the CC BY-NC-SA license.

Copyright © 2023 by Author. Published by Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.

bahwa kewirausahaan bukan hanya sekadar kemampuan untuk menjalankan bisnis, tetapi merupakan suatu proses yang memerlukan kiat, ketekunan, dan strategi yang tepat guna mencapai kesuksesan.

Secara umum, kewirausahaan adalah kemampuan seseorang dalam melihat dan menciptakan peluang, mengelola sumber daya yang ada, serta menghadapi risiko guna menghasilkan suatu produk atau jasa yang memiliki nilai tambah. Menurut berbagai literatur, kewirausahaan tidak hanya mencakup kegiatan mencari keuntungan, tetapi juga melibatkan proses inovatif, kreatif, serta keberanian untuk mengambil keputusan di tengah ketidakpastian. Dalam konteks pendidikan, kewirausahaan menjadi salah satu aspek pembelajaran yang menekankan pada praktik langsung, bukan sekadar teori di ruang kelas. Melalui program praktik kewirausahaan, mahasiswa didorong untuk mengenal dunia usaha secara nyata. Mereka tidak hanya dituntut memahami konsep manajemen, pemasaran, dan produksi, tetapi juga harus mampu menerapkannya dalam bentuk usaha kecil. Praktik ini menjadi jembatan yang efektif dalam menumbuhkan semangat mandiri, kreatif, dan inovatif.

Salah satu contoh nyata penerapan kewirausahaan dalam bentuk praktik adalah usaha *Keripik Khacaww*. Usaha ini dirintis oleh sekelompok mahasiswa sebagai bagian dari kegiatan praktik wirausaha. (Maulina et al., n.d.) menyatakan bahwa pengetahuan mengenai seorang wirausahanawan berperan penting dalam meningkatkan minat kewirausahaan mahasiswa. Produk yang mereka ciptakan adalah camilan ringan berupa keripik kaca yang dibuat dari bahan dasar tepung tapioka dan dibumbui dengan rasa pedas khas. Nama “Khacaww” sendiri merupakan representasi dari ekspresi spontan orang ketika merasakan rasa pedas yang ekstrem, menciptakan identitas produk yang unik dan mudah diingat.

Keripik Khacaww dikembangkan dengan konsep camilan pedas kekinian yang menarik kalangan muda. Dari pemilihan nama, desain kemasan, hingga racikan bumbu, semua dirancang agar sesuai dengan tren pasar dan selera konsumen saat ini. Praktik ini tidak hanya bertujuan menghasilkan produk, tetapi juga memberikan pengalaman lengkap bagi mahasiswa dalam mengelola usaha mulai dari perencanaan, produksi, pemasaran, hingga evaluasi keuangan. Melalui kegiatan ini, mahasiswa diajarkan untuk melakukan perhitungan biaya produksi, menentukan harga jual, serta melakukan analisis titik impas atau break even point (BEP). Mereka juga mempraktikkan promosi secara digital, terutama melalui media sosial yang menjadi sarana utama dalam menjangkau konsumen.

Dengan demikian, praktik kewirausahaan seperti usaha Keripik Khacaww menjadi wadah penting dalam membentuk mental wirausaha sejak dulu. Mahasiswa tidak hanya memperoleh ilmu secara teoritis, tetapi juga dibekali dengan pengalaman praktis yang berharga, yang kelak dapat menjadi bekal untuk menciptakan usaha mandiri yang lebih besar di masa depan. Melalui praktik usaha Keripik Khacaww, mahasiswa memperoleh pemahaman langsung tentang pentingnya kerja tim, pengambilan keputusan, serta pengelolaan sumber daya secara efisien. Mereka juga menyadari bahwa dalam membangun usaha, dibutuhkan ketekunan, konsistensi, serta kemampuan untuk membaca peluang pasar. Oleh karena itu, kegiatan ini tidak hanya

membentuk keterampilan berwirausaha, tetapi juga membangun karakter dan mentalitas tangguh yang diperlukan dalam dunia profesional.

Pembahasan

Praktik kewirausahaan yang dilakukan oleh kelompok mahasiswa melalui usaha *Keripik Khacaww* merupakan implementasi nyata dari konsep dan teori kewirausahaan yang dipelajari dalam perkuliahan. Usaha ini tidak hanya menunjukkan kreativitas mahasiswa dalam menciptakan produk, tetapi juga mencerminkan proses berpikir strategis dalam mengelola sebuah bisnis kecil secara menyeluruh, mulai dari perencanaan, produksi, pemasaran, hingga evaluasi keuangan. Inovasi produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat beli konsumen, khususnya pada sektor UMKM makanan ringan. Temuan ini menunjukkan bahwa kemampuan pelaku usaha dalam menciptakan produk yang inovatif dapat menjadi faktor penentu dalam menarik perhatian dan mempertahankan loyalitas konsumen di tengah persaingan pasar yang ketat (Suherman, 2020).

Produk *Keripik Khacaww* dipilih karena memiliki potensi pasar yang cukup tinggi. Makanan ringan, khususnya yang memiliki cita rasa pedas, merupakan tren yang digemari oleh masyarakat, terutama kalangan remaja dan dewasa muda. Nama “Khacaww” sendiri diciptakan untuk memberi kesan unik, ekspresif, dan mudah diingat oleh konsumen. Produk ini berupa keripik kaca, yaitu camilan yang dibuat dari tepung tapioka, dikeringkan, digoreng hingga renyah, dan dibumbui dengan racikan pedas. Rasanya yang khas, tekstur renyah, dan harga yang terjangkau menjadi nilai jual utama produk ini.

Dari segi proses produksi, para mahasiswa melakukan tahapan kerja yang sistematis, dimulai dari persiapan bahan baku, pengolahan, pengeringan, penggorengan, pembumbuan, hingga pengemasan. Semua proses dilakukan secara mandiri dengan pembagian tugas yang jelas dalam tim. Dalam file *PowerPoint Perhitungan Biaya*, dijelaskan bahwa kelompok melakukan perhitungan rinci terhadap semua komponen biaya produksi, mulai dari bahan baku utama seperti tepung tapioka, minyak goreng, dan bumbu, hingga kebutuhan penunjang seperti plastik kemasan, stiker label, dan alat produksi. Selain itu, dilakukan juga perhitungan mengenai **break even point (BEP)** atau titik balik modal, yang sangat penting dalam dunia usaha. Dengan mengetahui berapa banyak produk yang harus dijual agar biaya produksi dapat tertutupi, mahasiswa dapat menetapkan target penjualan yang realistik. Dari hasil perhitungan tersebut, diketahui bahwa usaha *Keripik Khacaww* memiliki peluang balik modal dalam waktu singkat, selama dikelola dengan efisien dan konsisten.

Dalam aspek pemasaran, mahasiswa memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi utama. Hal ini sesuai dengan karakteristik pasar yang disasar, yaitu generasi muda yang aktif di platform digital seperti Instagram, TikTok, dan WhatsApp. Strategi pemasaran dilakukan dengan membuat konten menarik seperti testimoni konsumen, video pembuatan produk, hingga promo bundling. Penjualan dilakukan dengan sistem pre-order untuk menyesuaikan kapasitas produksi dengan permintaan konsumen. Hasilnya, dalam praktik awal, produk *Keripik Khacaww* mampu menarik minat konsumen

dan mendapatkan respons positif dari pasar. Pengemasan produk juga menjadi perhatian dalam usaha ini. Kemasan digunakan tidak hanya untuk melindungi produk, tetapi juga sebagai media branding. Mahasiswa mendesain label dengan nama yang menarik, slogan khas, dan informasi produk secara ringkas. Penggunaan kemasan plastik ziplock juga membantu mempertahankan kerenyahan keripik, menjadikannya lebih awet dan praktis untuk dikonsumsi. Menurut (Bashith et al., 2019) penguatan pendidikan kewirausahaan di lingkungan setempat dapat dilakukan secara efektif melalui pendampingan pengelolaan sumber daya berbasis sistem manajemen mutu.

Pengembangan produk menjadi salah satu fokus lanjutan dalam praktik ini. Mahasiswa menyadari bahwa agar produk tetap relevan di pasaran, inovasi harus terus dilakukan. Beberapa strategi pengembangan yang dirancang antara lain adalah penambahan varian rasa (seperti balado, keju, atau BBQ), penggunaan kemasan ramah lingkungan, serta distribusi ke platform e-commerce. Selain itu, rencana kerja sama dengan toko oleh-oleh atau warung kopi lokal menjadi peluang untuk memperluas jangkauan pasar secara offline. Melalui praktik usaha *Keripik Khacaww*, mahasiswa memperoleh pengalaman langsung yang sangat berharga. Mereka belajar untuk menyusun perencanaan bisnis, menghitung biaya produksi, menetapkan harga jual, hingga melakukan promosi dan penjualan. Tantangan yang dihadapi seperti pengaturan waktu produksi, fluktuasi hasil produk, dan pengelolaan stok diatasi dengan kerja sama tim yang solid dan komunikasi yang baik.

Keseluruhan praktik ini menunjukkan bahwa semangat kewirausahaan dapat tumbuh melalui pengalaman langsung. Mahasiswa tidak hanya belajar untuk menjadi pelaku usaha, tetapi juga memahami pentingnya inovasi, konsistensi, serta kemampuan membaca kebutuhan pasar. Keberhasilan praktik ini menjadi bukti bahwa dengan ide yang sederhana dan manajemen yang tepat, peluang usaha dapat diciptakan dan dikembangkan menjadi lebih besar.

Lebih lanjut, praktik ini juga membuka wawasan mahasiswa terhadap dinamika pasar dan pentingnya menjaga hubungan baik dengan pelanggan. Respons pelanggan menjadi masukan yang sangat berharga untuk meningkatkan kualitas produk, baik dari sisi rasa, kemasan, maupun pelayanan. Selain itu, mahasiswa juga menyadari pentingnya menjaga keberlanjutan usaha dengan perencanaan jangka panjang, termasuk kemungkinan perluasan usaha dalam bentuk brand atau franchise di masa depan. Secara keseluruhan, praktik kewirausahaan Keripik Khacaww telah menjadi media pembelajaran yang utuh dan relevan, tidak hanya dalam aspek teknis produksi, tetapi juga dalam pengembangan soft skills seperti komunikasi, kepemimpinan, pengambilan keputusan, dan manajemen konflik. Oleh karena itu, praktik semacam ini sangat penting untuk terus dikembangkan sebagai bagian dari kurikulum kewirausahaan di lingkungan pendidikan tinggi.

Kesimpulan dan Saran

Berdasarkan hasil praktik dan analisis usaha Keripik Khacaww, dapat disimpulkan bahwa praktik kewirausahaan ini telah memberikan dampak positif terhadap pembentukan karakter dan kompetensi kewirausahaan mahasiswa. Mereka tidak hanya

mampu menciptakan produk yang inovatif dan sesuai tren pasar, tetapi juga berhasil mengelola usaha secara menyeluruh dari aspek produksi, pemasaran, hingga keuangan. Produk Keripik Khacaww terbukti memiliki daya tarik pasar yang kuat, terutama di kalangan remaja dan dewasa muda yang menyukai sensasi pedas serta kemasan yang menarik. Praktik ini juga membuktikan bahwa ide sederhana dapat menjadi peluang usaha yang nyata dan menjanjikan jika dikembangkan dengan perencanaan yang matang dan kerja tim yang solid.

Untuk pengembangan usaha ke depan, disarankan agar mahasiswa terus melakukan inovasi produk dengan menambah variasi rasa dan meningkatkan kualitas kemasan. Selain itu, strategi pemasaran digital perlu diperkuat dengan konten yang lebih interaktif dan konsisten. Pengelolaan keuangan juga perlu ditingkatkan dengan pencatatan yang lebih terstruktur agar memudahkan dalam evaluasi usaha. Sebagai langkah lanjutan, kerja sama dengan pihak eksternal seperti toko oleh-oleh, kafe lokal, atau platform e-commerce dapat menjadi solusi strategis untuk memperluas jangkauan pasar. Praktik seperti ini sebaiknya terus dilakukan oleh mahasiswa agar semangat kewirausahaan semakin tumbuh dan mampu menciptakan lapangan kerja di masa mendatang.

Daftar Pustaka

- Bashith, A., Amrullah, A. M. K., Yunus, M., & Amin, S. (2019). *Penguatan pendidikan kewirausahaan dan pendampingan pengelolaan sumberdaya dengan Sistem Manajemen Mutu Model Salafi (SM3S) di Pesantren Darus Sholawat Madiun*. <http://repository.uin-malang.ac.id/5468/>
- Maulina, N., Amelia, I. P., & Al Bustomi, M. Y. (n.d.). Pengaruh Pengetahuan Pharmapreneur dalam Meningkatkan Minat Kewirausahaan Mahasiswa Program Studi Farmasi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang. *Jurnal Inovasi Akademik*, 2(1), 18–27.
- Prajawati, M. I., Aisyah, E. N., & Yuliati. (2024). Pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap kinerja bisnis melalui strategi bisnis dengan dinamika lingkungan dan kebijakan pemerintah sebagai variabel moderasi: Studi pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) sektor makanan halal di Dinas Koperasi Kota Malang. <http://repository.uin-malang.ac.id/21436/>
- Suherman, A. (2020). Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Minat Beli Konsumen pada UMKM Makanan Ringan. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis Indonesia (JIEBI)*, 5–2, 121–130.
- Suryana, S., & Bayu, K. (2014). *Kewirausahaan: Kiat dan Proses menuju Sukses*. Jakarta: Salemba Empat.

Gambar



Gambar 1



Gambar 2