



PECALLICIOUS SEBAGAI PELUANG KEWIRAUSAHAAN BAGI MAHASISWA PRODI BAHASA INDONESIA

Article history

Received: 30 Desember 2024

Revised: 15 Maret 2025

Accepted: 21 Maret 2025

DOI: [10.35329/jurnal.v5i1.5944](https://doi.org/10.35329/jurnal.v5i1.5944)

¹Nur Amelia, ¹Fadliah, ¹St. Marwah, ^{1*}Naim Irmayani,
¹Andriani

¹Universitas Al Asyariah Mandar.

**Corresponding Author*

naimirmayani@mail.unasman.ac.id

Abstrak

Sambal Pacal, yang dikenal dengan nama Pecallicious, merupakan sambal khas daerah dengan perpaduan rasa pedas, gurih, dan aroma rempah yang khas. Saat ini, konsumsinya masih terbatas pada rumah tangga dan belum tersedia dalam kemasan praktis. Penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan inovasi "Sambal Pacal dalam Kemasan" agar dapat dinikmati masyarakat luas secara praktis, higienis, dan tahan lama. Melihat pertumbuhan positif penjualan sambal di pasar domestik dan internasional, pengemasan produk tradisional seperti sambal pecel terbukti meningkatkan daya tarik dan daya saing. Dengan strategi pemasaran digital yang efektif, seperti pemanfaatan platform e-commerce dan media sosial, produk ini dapat menjangkau pasar yang lebih luas. Dengan demikian, inovasi pengemasan Sambal Pacal diharapkan dapat meningkatkan aksesibilitas produk serta berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi lokal.

Kata kunci: *Pecallicious, Kewirausahaan, Mahasiswa, Inovasi Produk*



Gambar 1. produk Pecalicious yang sudah dikemas

1. PENDAHULUAN

Masyarakat berpendapat kewirausahaan memiliki kaitan yang erat dengan kegiatan praktik langsung dan hanya dapat dilakukan oleh orang-orang tertentu. Pendapat ini dinilai kurang tepat, dikarenakan jiwa dan sikap kewirausahaan mampu dimiliki oleh setiap orang yang berpikir kreatif dan inovatif. Kewirausahaan bukan hanya berbicara mengenai kegiatan lapangan, tetapi bagaimana wirausahawan mampu memanfaatkan peluang yang ada, (Sanawiri & Ikbal, 2018:5).

Kewirausahaan di kalangan mahasiswa merupakan fenomena yang semakin berkembang, menawarkan peluang signifikan bagi generasi muda untuk mengembangkan keterampilan bisnis dan menciptakan lapangan kerja baru. Mahasiswa memiliki potensi untuk menjadi penggerak utama dalam inovasi dan pertumbuhan ekonomi melalui eksplorasi ide-ide kreatif dan pemanfaatan teknologi digital. Kemajuan teknologi telah membuka berbagai peluang bagi mahasiswa untuk memulai usaha dengan modal terbatas. Platform e-commerce dan media sosial memungkinkan mereka menjangkau pasar yang lebih luas tanpa memerlukan infrastruktur fisik yang mahal. Selain itu, banyak universitas yang menyediakan program kewirausahaan, inkubator bisnis, dan komunitas yang mendukung pengembangan usaha mahasiswa.

Selanjutnya Sanawiri & Ikbal (2018:10) menambahkan bahwa kewirausahaan adalah penerapan kreativitas dan inovasi untuk memecahkan masalah dan upaya memanfaatkan peluang yang dihadapi setiap hari. kewirausahaan merupakan kemampuan dalam menciptakan nilai tambah melalui proses pengelolaan sumber daya secara kreatif dan inovatif.

Meskipun peluangnya besar, mahasiswa juga menghadapi tantangan dalam berwirausaha. Manajemen waktu antara studi dan bisnis, keterbatasan modal, serta kurangnya pengalaman dan pengetahuan bisnis menjadi hambatan yang perlu diatasi. Dukungan dari lingkungan akademis dan pemerintah sangat diperlukan untuk menyediakan pendidikan dan pelatihan kewirausahaan, serta akses yang lebih mudah terhadap modal dan informasi. Sudaryono, et all (2011) menambahkan bahwa mahasiswa yang memiliki semangat berwirausaha biasanya karena didorong oleh dosennya, terlebih pada mata kuliah kewirausahaan. Secara umum motivasi seseorang untuk menjadi wirausahawan antara lain (1) keuntungan yang didapatkan dari menjual barang atau jasa, ini bisa dilakukan dan potensi keuntungan dapat diatur oleh pemilik usaha; (2) kebebasan. Pada pekerjaan seperti berwirausaha kebanyakan waktu dapat diatur sendiri sehingga lebih flexibel untuk dijalankan. Alasan ini seringkali menjadi poin utama orang beralih bekerja sebagai wirausahawan ketimbang pekerja kantoran yang memiliki waktu yang sangat sempit; (3) impian personal. Pada poin ini ketika dikaitkan dengan berwirausaha, seseorang dapat membuat usahanya dengan banyak penghasilan ataupun tidak sesuai dengan kerja kereas seseorang mengelola usahanya, tidak seperti pekerja kantoran yang hanya memiliki gaji rutin atau hanya sekedar bonus bulanan; dan (4) mandiri. Poin ini juga tidak kalah pentingnya, seseorang menjadi mandiri dan bisa berpenghasilan dari apa yang ia usahakan sendiri menjadi poin plus dari berwirausaha.

Selanjutnya, ternyata seseorang berniat untuk berwirausaha dirasa sulit hampir dirasakan oleh seluruh lapisan masyarakat di Indonesia, terlebih bagi masyarakat kalangan bawah. Beberapa faktor yang menyebabkan seperti tidak ada keyakinan dalam melakukannya atau takut pada resiko kerugian, memerlukan modal usaha, dan tidak memiliki bekal pengetahuan yang cukup tentang berwirausaha, juga faktor lain yang paling penting seseorang untuk berwirausaha adalah minat untuk berwirausaha karena menurut Judith (2005) menegaskan bahwa minat akan sangat menentukan pekerjaan yang kita tekuni, sejalan pula dengan minat berwirausaha maka kita harus memiliki minat kesana.

Jailani, et all menambahkan, terlibatnya dalam kegiatan wirausaha dapat meningkatkan keterampilan manajerial, kreativitas, dan kemampuan adaptasi mahasiswa.

Pengalaman ini juga membantu mereka mengembangkan jiwa kepemimpinan dan kemandirian, yang bermanfaat dalam karier profesional di masa depan. Selain itu, mahasiswa yang berwirausaha berkontribusi pada pembangunan ekonomi dengan menciptakan lapangan kerja dan mendorong pertumbuhan bisnis lokal.

Untuk memulai usaha, mahasiswa disarankan memilih bidang yang sesuai dengan minat dan pengetahuan mereka. Membuat rencana bisnis yang jelas, memanfaatkan sumber daya kampus, dan terus belajar tentang aspek-aspek bisnis seperti manajemen, pemasaran, dan keuangan adalah langkah penting untuk mencapai kesuksesan. Dengan memanfaatkan peluang yang ada dan mengatasi tantangan secara proaktif, mahasiswa dapat menjadi wirausahawan sukses yang berperan penting dalam perekonomian dan masyarakat. Objek studi kewirausahaan adalah nilai-nilai dan kemampuan seseorang yang diwujudkan dalam bentuk perilaku. Suryana (2006) menjelaskan kemampuan seseorang yang menjadi objek kewirausahaan meliputi kemampuan merumuskan tujuan hidup/usaha, kemampuan.

Suhartono (2008:68) Pengetahuan kewirausahaan dapat pula diartikan pengetahuan yang dimiliki seseorang untuk menghasilkan produk baru, mengembangkan dan merintis usaha baru. Dalam arti bahwa seseorang untuk memulai suatu usaha baru harus mempunyai pengetahuan tentang kewirausahaan.

Pecalicious adalah usaha sambal pacal. Sambal Pacal merupakan sambal khas daerah yang memiliki cita rasa unik dengan perpaduan rasa pedas, gurih, dan aroma khas rempah. Namun, keberadaan sambal ini masih terbatas dalam konsumsi rumah tangga dan belum tersedia dalam bentuk kemasan praktis. Proposal ini bertujuan untuk menghadirkan inovasi berupa Sambal Pacal dalam Kemasan, sehingga dapat dinikmati oleh masyarakat yang lebih luas dengan cara yang praktis, higienis, dan tahan lama. Kondisi penjualan sambal saat ini menunjukkan pertumbuhan yang positif, baik di pasar domestik maupun internasional.

Sambal, terutama sambal pecel, menjadi produk yang diminati, baik dalam bentuk kemasan kecil maupun besar. Harga jualnya bervariasi, seperti Rp10.000 untuk kemasan kecil hingga Rp100.000 untuk kemasan besar. Kemasan yang menarik dan varian rasa seperti level pedas dan gurih menjadi daya tarik utama konsumen lokal. Sambal produksi rumahan mulai menembus pasar internasional. Sebagai contoh, hampir 1 ton sambal pecel dari Tangerang diekspor ke Arab Saudi, menandakan potensi besar untuk sambal Indonesia di luar negeri.

Banyak produsen menggunakan kemasan modern seperti pouch dan botol kaca untuk meningkatkan daya tahan dan menarik minat konsumen. Hal ini membantu pemasaran sambal sebagai produk praktis dan higienis. Secara keseluruhan, pasar sambal terus berkembang dengan inovasi produk dan ekspansi ke pasar global, memberikan prospek cerah untuk pelaku usaha di sektor ini.

Tujuan dari kegiatan ini adalah mengembangkan produk inovatif berbasis kuliner lokal agar memiliki nilai tambah dan daya tarik yang lebih tinggi di pasar. Salah satu upaya yang dilakukan adalah dengan menghadirkan inovasi pengemasan modern pada produk Sambal Pacal, sehingga lebih praktis, higienis, dan tahan lama. Melalui strategi ini, diharapkan produk lokal dapat memiliki daya saing yang lebih baik, tidak hanya di pasar domestik tetapi juga berpotensi menembus pasar nasional dan internasional.

2. METODE

Metode kegiatan dipaparkan sesuai dengan jenis kegiatan. Walaupun demikian, bagian metode ini perlu memaparkan secara jelas tentang: rancangan kegiatan, tahapan kegiatan, subjek/pelaksana, sasaran/objek masyarakat yang menjadi sasaran, teknik pelaksanaan, serta teknik analisis data. Rumus atau persamaan jika diperlukan dituliskan dengan menggunakan menu *Equation Editor* dalam Microsoft Word. Porsi bagian metode kurang lebih 20%.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabelessy (2021) melanjutkan pendapatnya yaitu dengan semakin banyaknya pesaing, maka resiko kehilangan konsumen tentunya akan semakin besar sehingga hal ini membuat para pengusaha semakin giat dalam memperbaiki strategi pemasarannya guna mempertahankan konsumen dalam mengambil keputusan untuk membeli produk atau jasa yang ditawarkan. Keberhasilan usaha sambal pecel tidak terlepas dari strategi pemasaran yang efektif. Salah satu pendekatan yang dapat diterapkan adalah pemasaran digital. Dengan memanfaatkan platform online seperti media sosial, website, blog, marketplace, atau YouTube, pelaku usaha dapat menjangkau konsumen yang lebih luas. Namun, penting untuk memilih satu media utama sebagai fokus awal agar pemasaran lebih terarah dan efisien. Selain itu, analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) dapat digunakan untuk merumuskan strategi pengembangan usaha. Sebagai contoh, kekuatan (Strengths) dari usaha sambal pecel meliputi ketersediaan bahan baku yang melimpah dan dukungan permodalan dari pemerintah. Sementara itu, peluang (Opportunities) mencakup sambal pecel sebagai ikon makanan khas yang diminati banyak orang. Dengan memahami faktor-faktor ini, pelaku usaha dapat merancang strategi yang tepat untuk meningkatkan daya saing. Berikut adalah rincian produk pecallicious:

Nama Produk: Sambal Pacal Instan

Varian Rasa:

- a. Pedas Original
- b. Pedas Manis
- c. Pedas Ekstra

Kemasan: Botol kaca 150 ml dan kemasan pouch 100 gr.

Keunggulan Produk

- a. **Rasa autentik:** Menggunakan bahan-bahan tradisional berkualitas tinggi.
- b. **Praktis dan higienis:** Dikemas secara modern dengan standar mutu.
- c. **Tahan lama:** Teknologi *vacuum seal* memastikan ketahanan produk.

Strategi Pemasaran

- a. **Target Pasar:** Masyarakat perkotaan, pecinta kuliner pedas, dan wisatawan.
- b. **Media Promosi:** Peter J & Olson (2014) turut menyampaikan pendapat yang menyatakan bahwa promosi adalah menyampaikan beberapa informasi mengenai produknya dan membujuk atau mengajak konsumen agar mau membelinya. Sedangkan menurut Kotler & Armstrong (2012) menyatakan bahwa promosi adalah kegiatan yang mengomunikasikan manfaat dari sebuah produk dan membujuk target konsumen untuk membeli produk tersebut.
 - 1) Media sosial (Instagram, TikTok, Facebook).
 - 2) E-commerce (Shopee, Tokopedia).
 - 3) Pameran kuliner lokal.
- c. **Distribusi:**
 - 1) Toko oleh-oleh khas daerah.
 - 2) Supermarket dan minimarket.
 - 3) Penjualan online.

Analisis Biaya dan Pendapatan

Buchari (2011) menyatakan bahwa harga adalah nilai suatu barang yang dinyatakan dengan uang. Sedangkan menurut (Kotler, Philip & Kevin, 2012) menyatakan bahwa harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk

atau jasa tersebut. Berdasarkan kedua pengertian diatas maka dapat disimpulkan bahwa yang dimaksud dengan harga adalah sejumlah uang yang harus dikorbankan oleh konsumen untuk memperoleh manfaat dari barang atau jasa yang dikonsumsi.

Komponen	Biaya (Rp)
Bahan baku	10.000.000
Produksi	7.000.000
Kemasan	5.000.000
Promosi	3.000.000
Total Biaya	25.000.000
Estimasi Pendapatan per bulan:	

- Penjualan 1.000 unit/bulan x Rp25.000/unit = Rp25.000.000
- **Laba bersih:** Rp25.000.000 - Rp15.000.000 = Rp10.000.000

Rincian Anggaran Biaya

No	Nama Barang	Unit	Total
1	Kacang tanah 30 kg	30.000	900.000
2	Gula merah 60 kg	24.000	1.440.000
3	Cabe		500.000
4	Mesin seal 1		5.000.000
5	Kemasan 1000 pcs		5.000.000
Total			12.840.000

4. SIMPULAN

Sambal Pacal dalam Kemasan adalah langkah strategis untuk mempopulerkan produk lokal sekaligus meningkatkan perekonomian masyarakat setempat. Dengan dukungan dari pihak terkait, produk ini diharapkan menjadi kebanggaan daerah yang memiliki daya saing di pasar global.

DAFTAR PUSTAKA

- Buchari, A. (2011). Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Bandung Alfabeta.
- Brown, Judith. Et.al 2005. Nutrition Through The Life Cycle. Usa: Wadworth.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). Prinsip-prinsip Pemasaran (Edisi 12). Jakarta Erlangga.
- Kotler, Philip & Kevin, L. K. (2012). Manajemen Pemasaran (Sabran Bob MM (ed.); Edisi 13 J). Jakarta Erlangga.
- Peter J, P., & Olson, J. C. (2014). Consumer Behavior; Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran (Edisi 9). Jakarta Salemba Empat.
- Sudaryono, et all. 2011. Kewirausahaan. Jakarta: Penerbit Andi.
- Sanawiri, Brillyanes & Iqbal Mohammad. 2018. Kewirausahaan. Jawa Timur. UB Press.
- Suryana. (2006). Kewirausahaan , Pedoman Praktis: Kiat dan Proses Menuju Sukses. Jakarta: Salemba Empat.
- Tabelessy, Walter. 2021. Pengaruh Desain Produk, Harga, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian pada Usaha Rumahan Buket Bunga Victoria di Kota Ambon. Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & SDM. <https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/86862692/202-libre.pdf>