

REPUBLIC INDONESIA
KEMENTERIAN HUKUM DAN HAK ASASI MANUSIA

SURAT PENCATATAN CIPTAAN

Dalam rangka perlindungan ciptaan di bidang ilmu pengetahuan, seni dan sastra berdasarkan Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta, dengan ini menerangkan:

Nomor dan tanggal permohonan : EC00202225571, 17 April 2022

Pencipta

Nama : **Erma Suryani Sahabuddin, Salsabilla Nurzakinah A. dkk**
Alamat : Jln. A.P.Pettarani, Makassar, SULAWESI SELATAN, 90222
Kewarganegaraan : Indonesia

Pemegang Hak Cipta

Nama : **Universitas Negeri Makassar**
Alamat : Jln. A.P. Pettarani, Makassar, SULAWESI SELATAN, 90222
Kewarganegaraan : Indonesia
Jenis Ciptaan : **Karya Ilmiah**
Judul Ciptaan : **Wirausaha Kolaborasi Kreatif Inovatif : Maingat Food Healthy For People**

Tanggal dan tempat diumumkan untuk pertama kali di wilayah Indonesia atau di luar wilayah Indonesia : 1 Maret 2022, di Makassar

Jangka waktu perlindungan : Berlaku selama hidup Pencipta dan terus berlangsung selama 70 (tujuh puluh) tahun setelah Pencipta meninggal dunia, terhitung mulai tanggal 1 Januari tahun berikutnya.

Nomor pencatatan : 000341053

adalah benar berdasarkan keterangan yang diberikan oleh Pemohon.

Surat Pencatatan Hak Cipta atau produk Hak terkait ini sesuai dengan Pasal 72 Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta.



a.n Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia
Direktur Jenderal Kekayaan Intelektual
u.b.
Direktur Hak Cipta dan Desain Industri

Anggoro Dasananto
NIP.196412081991031002

Disclaimer:

Dalam hal pemohon memberikan keterangan tidak sesuai dengan surat pernyataan, Menteri berwenang untuk mencabut surat pencatatan permohonan.

LAMPIRAN PENCIPTA

No	Nama	Alamat
1	Erma Suryani Sahabuddin	Jln. A.P.Pettarani
2	Salsabilla Nurzakinah A.	Jln. A.P.Pettarani
3	Adi Gifan	Jln. A.P. Pettarani
4	Anriani	Jln. A.P. Pettarani
5	Andi Musdalifah	Jln. A.P. Pettarani
6	Zulfahmi Barsah	Jln. A.P. Pettarani



Wira Usaha Kolaborasi Kreatif Inovatif

“Maingat Food Healty For People”

Oleh:

Erma Suryani Sahabuddin,¹ Salsabilla Nurzakinah A.², Adi Gifan³, Anriani⁴, Andi Musdalifah⁵, Zulfahmi Barsah⁶.

¹ Pendidikan Guru Sekolah Dasar, Universitas Negeri Makassar.

² Pendidikan Guru Sekolah Dasar, Universitas Negeri Makassar.

³ Pendidikan Jasmani Kesehatan dan Rekreasi, Universitas Negeri Makassar.

⁴ Pendidikan Kesejahteraan Keluarga/ Tata Busana, Universitas Negeri Makassar.

⁵ Pendidikan Sosiologi, Universitas Negeri Makassar.

⁶ Psikologi Pendidikan dan Bimbingan, Universitas Negeri Makassar.

ermasuryani@unm.ac.id¹, salsabillahnurzakinahanwar@gmail.com²,
adigifan6@gmail.com³, anrijpt21@gmail.com⁴, andimusdalifahsamsul@gmail.com⁵,
zulfahmibarsah12@gmail.com⁶

ABSTRACT

The Indonesian Student Entrepreneurial Activity is one of the programs from the Ministry of Education and Culture that aims to strengthen national economic independence and support the acceleration of the digital economy. Maingat Food Snack on Healthy Treats is one of the businesses founded by Makassar State University students since 2019 which is engaged in food and beverage. Maingat Food is also one of the businesses that gets intensive from this program. Marketing of Maingat Food products uses several marketing strategies, namely firstly Integrated Marketing, secondly digital Marketing such as whatsapp contact: 0888-4698-186, Instagram: @maingat_food, Facebook fanpage: Maingat Food, Website: maingatfood.com, Twitter: Maingat Food, Email: maingatfood@gmail.com, and Grab: Maingat Food, and the three Dropshippers or intermediate customers.

Keywords: Maingat, Food, KBMI, Creative and Innovative.

ABSTRAK

Kegiatan Berwirausaha Mahasiswa Indonesia (KBMI) merupakan salah satu program dari Kemendikbud yang bertujuan untuk memperkuat kemandirian ekonomi nasional dan mendukung percepatan ekonomi digital. Maingat Food merupakan salah satu usaha yang didirikan oleh kolaborasi Dosen dan mahasiswa Universitas Negeri Makassar sejak tahun 2019 yang bergerak dibidang makanan dan minuman. Maingat Food juga adalah salah satu usaha yang mendapatkan intensif dari program KBMI ini. Pemasaran produk Maingat Food menggunakan beberapa strategi pemasaran yaitu pertama *Integrated Marketing*, kedua *digital Marketing* seperti kontak *whatsapp*: 0888-4698-186, Instagram: @maingat_food, fanpage *facebook*: Maingat Food, Website: maingatfood.com, Twitter: Maingat Food, Email: maingatfood@gmail.com , dan Grab: Maingat Food, dan ketiga *Dropshipper* atau pelanggan antara.

Kata Kunci: Maingat, Food, KBMI, Kreatif dan Inovatif.

I. PENDAHULUAN

Latar Belakang Usaha

Indonesia adalah negara agraris yang memiliki lahan pertanian yang luas. Salah satunya lahan pertanian ubi jalar. Menurut Badan Pusat Statistik RI tahun 2018, ubi jalar merupakan salah satu hasil pertanian di Indonesia dengan luas panen pada tahun 2018 sekitar 106. 226 Ha (Wibowo, 2020). Adapun data lima tahun terakhir tentang luas panen ubi jalar khusus daerah di Sulawesi Selatan sekitar 2.873 Ha. Namun, beberapa tahun terakhir ini ubi jalar sulit diperoleh karena membusuk akibat kurang diolah dengan baik. Padahal, ubi jalar memiliki banyak manfaat yang besar untuk kesehatan manusia seperti tinggi anti oksidan, baik untuk kesehatan usus, mengandung vitamin A dalam meningkatkan indra penglihatan, meningkatkan fungsi otak, dan membantu sistem kekebalan tubuh (Witjaksono, dkk, 2022).

Selain permasalahan diatas, Menurut Husain & Amran (2022) bahwa semakin tingginya ilmu dan pekerjaan seseorang maka semakin banyaknya tugas-tugas dan kewajiban yang perlu diselesaikan dalam waktu tertentu. Misalnya, berbagai macam tugas yang diberikan kepada anak sekolah, mahasiswa perkuliahan, hingga mereka yang bekerja diperkantoran selalu menghabiskan waktu untuk begadang menyelesaikan tugas dan kewajiban yang biasanya menyebabkan beberapa diantara mereka saat malam hari mengalami kelaparan dan sulitnya menemukan makanan instan yang tidak mengandung pengawet yang berlebihan. Untuk itu kami ingin mengolah bahan makanan lokal menjadi jajanan millennial tanpa pengawet dan bersifat herbal. Sehingga, mereka yang memiliki kesibukan bisa menjaga daya tahan tubuhnya melalui manfaat dan kandungan yang terdapat pada produk ini berupa Maingat Food.

Tujuan mulia Maingat Food diproduksi untuk membuka lapangan rejeki bagi para remaja yang tidak memiliki kesibukan lebih, mengalami pengangguran dan juga putus sekolah di kota Makassar dalam hal mengolah bahan makanan lokal bersifat herbal. Wirausaha ini akan membantu mereka mendapatkan penghasilan sendiri tanpa bergantung lagi kepada orang tua.

II. GAMBARAN UMUM USAHA

Maingat Food merupakan usaha yang didirikan oleh mahasiswa Universitas Negeri Makassar sejak tahun 2019 yang bergerak dibidang makanan dan minuman. Pemberian nama usaha ini sangat unik terdiri dari dua kata dengan arti yang berbeda. Maingat dalam bahasa Makassar Ma- Ingat artinya Mengingat. Sedangkan Food dalam bahasa Inggris artinya Makanan. Maingat Food merupakan inovasi makanan instan tanpa bahan pengawet yang berasal dari olahan ubi jalar bernutrisi tinggi, sehingga menghasilkan sebuah produk keripik ubi jalar. Adapun gambaran umum usaha sebagai berikut

2.1 Profil Usaha

Nama Usaha	: Maingat Food
Tahun Berdiri	: 2019
Jenis Usaha	: Makanan dan Minuman
Gambar Logo Usaha	:



Produk Usaha : Keripik Ubi Jalar

Gambar Produk :



- Keunggulan Produk** :
- 100% keripik yang renyah mampu bertahan 2 hingga 3 bulan.
 - Kemasan menggunakan *ziplock* berbahan *aluminium foil pouch* anti kanker terdiri dari ukuran 250 gram dan 500 gram.
 - Merek kemasan menggunakan stiker
 - Terdiri dari 6 varian rasa yang unik yaitu rasa original, rica, sweet corn, green chilies, renyah gurih, dan milk.
 - Harga bersahabat mulai Rp. 7.000 - Rp.10.0000.

2.2 Kompetitor Usaha

Kompetitor usaha adalah sebuah atau beberapa pesaing bisnis yang memiliki produk barang atau jasa yang serupa. Berikut kompetitor usaha Maingat Food

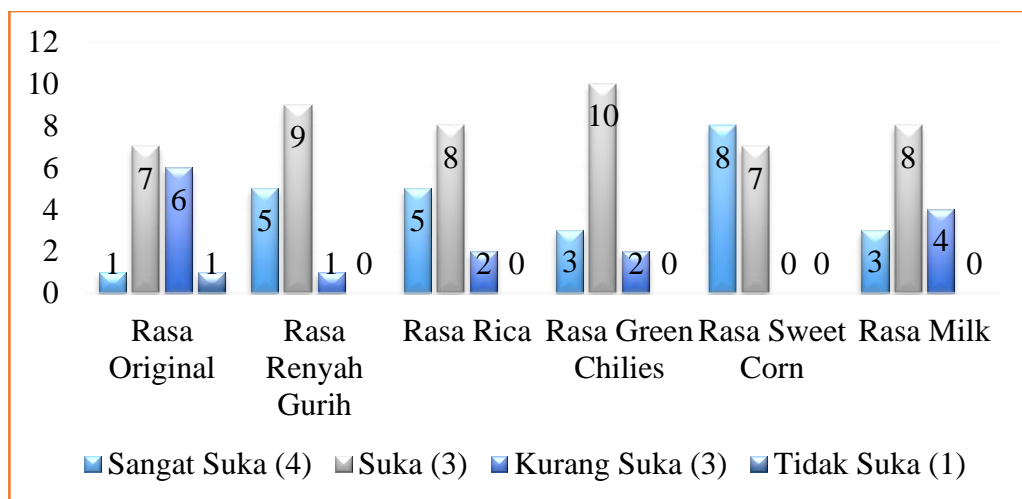
Indikator	Toko Khas Sul-Sel	Maingat Food
Bahan Baku Utama	Ubi Jalar Ungu	Ubi jalar putih
Harga	Rp. 10.000/250 gram	Rp. 7.000/250 gram
Kemasan	Plastik sachet	<i>Ziplock aluminium foil pouch</i>
Rasa	Hanya terdiri 2 varian rasa yaitu rasa balado dan jagung manis.	Terdiri 6 varian rasa yaitu rasa original, rasa rica, rasa <i>sweet corn</i> , rasa <i>green chilie</i> , rasa renyah gurih, dan rasa <i>milk</i> .

Tabel 2.1 Kompetitor Usaha

2.3 Pelanggan Usaha

Adapun pelanggan usaha Maingat Food berdasarkan Dewa (2022) yaitu anak-anak, remaja, dewasa, hingga lansia. Terbagi atas kategori pelanggan meliputi: Pertama, pelanggan internal merupakan pelanggan yang berada didalam kota Makassar. **Kedua**, pelanggan eksternal merupakan pelanggan yang ada diluar kota makassar. **Dan Ketiga**, pelanggan antara yang terdaftar sebagai *dropshipper* atau reseller khusus dari Maingat Food.

Berdasarkan hasil uji organoleptik dari 15 orang responden mengenai kesukaan rasa dari produk ubi jalar by Maingat, sebagai berikut:



Grafik 2.1 Hasil Uji Organoleptik Rasa Ubi Jalar by Maingat Food

Dapat disimpulkan bahwa pada rasa original, rasa renyah gurih, rasa rica, *green chilies*, dan rasa *milk* sebagian besar responde sebagian besar responden

memberikan nilai 3 atau suka. Sedangkan pada rasa *sweet corn* sebagian besar responden memberikan nilai 4 atau sangat suka terhadap varian rasa produk keripik ubi jalar by maingat food.

2.4 Pemasaran Usaha

Dalam melakukan pemasaran produk ubi jalar hasil produksi Maingat Food menggunakan beberapa strategi pemasaran menurut Ginting (2022), sebagai berikut:

1. ***Integreted Marketing*** merupakan strategi pemasaran dengan berkomunikasi secara komprehensif dengan pelanggan. Pada *integreted marketing* menggunakan 2 metode yaitu *public relation* dan juga *sales promotion* atau promo dan paket hemat yang diberikan setiap bulannya.
2. ***Digital Marketing*** merupakan stratgei pemasaran menggunakan media digital (Widyanto, dkk, 2022). Adapun beberapa media atau platform yang digunakan dalam melakukan pemasaran yaitu kontak *whatsapp*: 0888-4698-186, Instagram: @maingat_food, fanpage *facebook*: Maingat Food, Website: maingatfood.com, Twitter: Maingat Food, Email: maingatfood@gmail.com , dan Grab: Maingat Food.
3. ***Dropshipper atau pelanggan antara*** merupakan stratgei pemasaran dimana penjual atau *dropshipper* hanya perlu memasarkan dan menjual barang milik pihak lain tanpa perlu membelinya terlebih dahulu (menyetok barang).

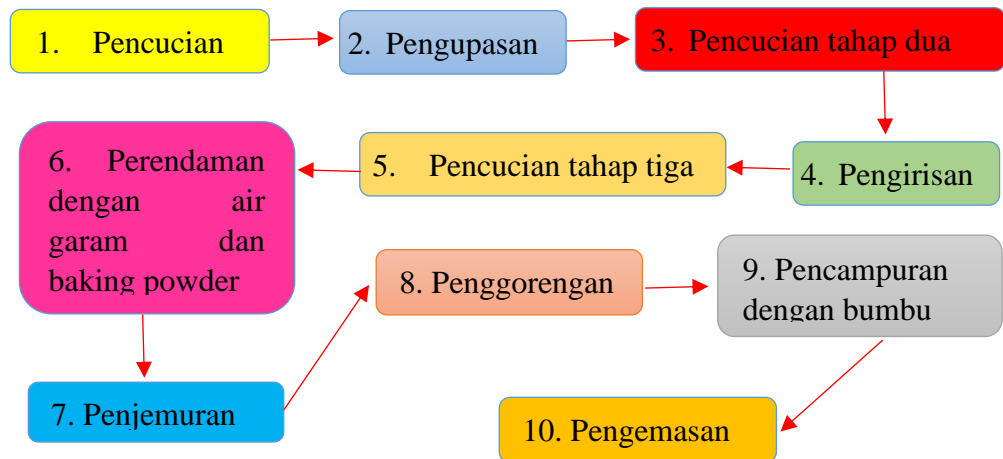
Berdasarkan beberapa strategi yang digunakan maka wujud penyebaran jangkauan pemasaran usaha Maingat Food sudah mencakup beberapa daerah yaitu Kota Makassar, Kabupaten Maros, Kabupaten Gowa, Kabupaten Sinjai, Kabupaten Bantaeng, dan Kabupaten Jeneponto.

2.5 Operasional Usaha

Menurut Yudistria (2022) operasional usaha terbagi atas dua yaitu efektifitas produksi dan efesiensi produksi. Pada opsional usaha Maingat Food sebagai berikut:

1. Efektifitas Produksi

Efektifitas produksi usaha maingat food dalam menghasilkan produk ubi jalar dilakukan 1 kali dalam sebulan. Dengan penggunaan bahan baku sekitar 30-5- kg dalam satu kali produksi. Adapun proses produksinya setelah alat dan bahan disediakan sebagai berikut:



Bagan 2.1 Proses Produksi

2. Efisiensi Produksi

Pada efisiensi produksi dilakukan oleh beberapa anggota tim. Anggota tim memiliki masing-masing tanggung jawab sebagai berikut:

- 1) **Erma Suryani Sahabuddin**, Ketua, Pengarah, mulai proses merancang proses produksi dan sampai dengan pemasaran produk.
- 2) **Salsabilla Nurzakinah. A** selaku Direktur Utama yang bertanggung jawab untuk memimpin bisnis dan menjalankan bisnis kedepannya seperti strategi yang digunakan jika terjadi penurunan dan kenaikan omset penjualan. Sehingga perencanaan bisnis minimal 85% dari yang direncanakan.
- 3) **Anriani** selaku Direktur Keuangan yang mengatur keuangan perusahaan dengan menargetkan adanya perencanaan dan laporan keuangan yang baik dan seluruh transaksi dapat terdata 100%.
- 4) **Andi Musdalifah** selaku Manager Produksi yang menargetkan dalam sebulan produksi produk Maingat Food sekitar minimal 80 bungkus

satu kali produksi atau seluruh orderan dapat terpenuhi 80% dan sistem online dapat berjalan dengan baik.

- 5) **Adi Gifan** selaku Manager Sumber Daya Manusia (SDM) yang bertanggung jawab membuat program pengembangan potensi tim dan pemberdayaan masyarakat dalam peningkatan produksi produk Maingat Food. Dengan tujuan masing-masing bagian dari bisnis dapat tercapai minimal 80% dari yang direncanakan.
- 6) **Zulfahmi Barsah** selaku Manager Pemasaran dan Desainer. Pemasaraan dengan bentuk merencanakan metode atau strategi dalam penjualan dengan target penjualan minimal dalam sebulan mencapai 80% sesuai dengan hasil produksi produk Maingat Food Pengelolaan metode pemasaran digunakan secara langsung dan online dengan memanfaatkan platform online melalui desain promosi yang dibuat serta di share pada media sosial.

III. KENDALA-KENDALA DAN SOLUSI

3.1 Kendala dan hambatan yang dihadapi dalam operasional usaha yaitu:

- 1) Kesulitan mencari mitra petani ubi jalar sehingga harga bahan baku terkadang tidak terjangkau.
- 2) Sulitnya melakukan perekrutan SDM dalam jumlah yang banyak karena masa pandemi covid.
- 3) Banyaknya competitor yang menjual produk serupa.
- 4) Sulitnya memperoleh label halal MUI dalam waktu yang cepat karena kesibukan beberapa anggota tim.
- 5) Sulitnya pelanggan memperoleh produk dengan jarak dekat.

3.2 Solusi dari kendala tersebut:

- 1) Tetap melakukan produksi dengan memperoleh bahan baku dari pihak kedua yaitu pedagang.
- 2) Memberdayakan tim Maingat Food dan merekrut beberapa tenaga luar secara berkala.

- 3) Memperkuat strategi pemasaran dan menyesuaikan kualitas dan kuantitas produk sesuai dengan permintaan pelanggan dimasa yang akan mendatang.
- 4) Telah melakukan terlebih dahulu uji organoleptik dan telah melakukan uji laboratorium yang menghasilkan seluruh produk dinyatakan negatif dan layak untuk dikonsumsi.
- 5) Memperluas jaringan dengan memberdayakan *dropshipper* atau reseller resmi dari Maingat Food. Selain itu, telah membangun dua cabang produksi yaitu di Kota Makassar dan Kabupaten Bantaeng.

IV. PENGEMBANGAN USAHA

Menurut Muizu, dkk (2022) bahwa pengembangan usaha bertujuan untuk mencapai target yang sesuai dengan perencanaan sebuah usaha. Adapun rencana pengembangan usaha atau target pengembangan untuk lima tahun kedepan sebagai berikut:

- 1) Tahun 2022: Mendirikan CV Maingat Food .
- 2) Tahun 2023: Mengembangkan produk menjadi inovasi serbuk agar bisa dikonsumsi untuk anak balita.
- 3) Tahun 2024: Mengurus label HALAL MUI.
- 4) Tahun 2025: Dukungan promosi dari Dinas Wisata Kuliner Kabupaten/Kota Makassar.
- 5) Tahun 2026: Memperluas pemasaran secara Nasional dan Internasional.

DAFTAR PUSTAKA

- Dewa, R. P. (2022). *Strategi Komunikasi Pemasaran Pit-Stop Kopi Kig Gresik Dalam Mempertahankan Loyalitas Pelanggan* (Doctoral Dissertation, Upn" Veteran" Jawa Timur).
- Ginting, S. (2022). *Analisa Strategi Pemasaran Pelatihan SLII® Pada PT Momenta* (Doctoral dissertation, Universitas Bakrie).
- Husain, T. K., & Amran, F. D. (2022). Penerapan Situs Bisnis dan Sosial Media Marketing pada UKM Greenfarm Makassar dalam Mendukung Program MBKM. *AKM: Aksi Kepada Masyarakat*, 2(2), 85-92.
- Muizu, W. O. Z., Layyinaturobaniyah, L., & Nadia, A. (2022). Penggunaan Platform Keuangan Digital Sebagai Strategi Pengembangan Usaha Kuliner. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islami*, 11(2), 124-136.
- Wibowo, E. T. (2020). Pembangunan Ekonomi Pertanian Digital Dalam Mendukung Ketahanan Pangan (Studi di Kabupaten Sleman: Dinas Pertanian, Pangan, dan Perikanan, Daerah Istimewa Yogyakarta). *Jurnal Ketahanan Nasional*, 26(2), 204-228.
- Widyanto, R. A., Hidayati, A. K. R., Mahendra, D. I., Wahyu, L., Saputri, N. G., & Normawati, I. H. (2022). Marketing development of SMEs assisted by Lazismu Bandongan with digital marketing. *Community Empowerment*, 7(1), 23-27.
- Witjaksono, A., Gai, A. M., & Poerwati, T. (2022). Tinjauan Kebijakan Pengembangan Pertanian Berwawasan Lingkungan Di Kota Batu. *Bioma: Jurnal Biologi Makassar*, 7(1), 1-11.
- Yudistria, Y. (2022). *Pengaruh Penerapan Sistem Informasi, Peran Kepemimpinan Dan Persaingan Usaha Terhadap Efektivitas Penerapan Supply Chain Management Dan Dampaknya Pada Kinerja Operasional Industri Kecil Dan Menengah (Ikm) Alas Kaki Di Kabupaten/Kota Bandung, Tasikmalaya Dan Bogor* (Doctoral Dissertation, Universitas Pasundan).