

TUGAS PRAKTIK KEWIRAUSAHAAN

1. OBSERVASI LINGKUNGAN BISNIS

1.1 Identifikasi UMKM

Objek kajian dalam tugas ini adalah sebuah usaha mikro bernama Risoles & Lumpia 41. Jenis produk yang dipasarkan meliputi Risol Mayo Original, Risol Teriyaki, Risol Ragout, serta Lumpia Rebung. Sistem penjualan dilakukan secara langsung menggunakan gerobak kaki lima, sehingga penjual dapat berinteraksi secara dekat dengan konsumen.

1.2 Analisis Potensi Lokasi dan Pasar

Usaha ini menempati lokasi yang strategis karena berada di jalur utama dengan intensitas pejalan kaki yang cukup tinggi. Posisi tersebut diperkuat oleh kedekatannya dengan pusat aktivitas warga serta keberadaan pedagang kaki lima lain yang menciptakan ekosistem perdagangan yang hidup.

Arus pengunjung mengalami puncak pada pagi dan sore hari. Kondisi ini sangat mendukung penjualan, karena pada waktu tersebut masyarakat cenderung mencari makanan praktis baik untuk sarapan maupun camilan sepulang sekolah dan bekerja. Dengan demikian, segmen pasar utama meliputi pekerja, pelajar, serta ibu rumah tangga yang memiliki kebutuhan akan makanan cepat saji dengan harga terjangkau.

1.3 Analisis Produk dan Harga

Selain dukungan lokasi, daya tarik produk juga menjadi faktor penting dalam keberlangsungan usaha ini. Risol mayo, misalnya, merupakan camilan kekinian yang digemari oleh berbagai kalangan. Strategi penentuan harga yang kompetitif membuat produk ini dapat dijangkau oleh semua lapisan masyarakat, khususnya pekerja dan pelajar dengan keterbatasan anggaran.

Lebih lanjut, variasi menu yang ditawarkan, mulai dari risol dengan berbagai rasa hingga lumpia rebung sebagai pelengkap, memberikan alternatif pilihan bagi konsumen. Keragaman ini berkontribusi pada peningkatan minat pembelian ulang serta memperkuat posisi usaha dalam persaingan pasar jajanan kaki lima.

2. IDE BISNIS

2.1 Inovasi Menu Baru

Pengembangan usaha dapat dilakukan melalui diversifikasi produk, terutama dengan menciptakan varian risol yang lebih unik dan premium. Contoh pengembangan yang dapat dilakukan adalah menghadirkan Risol Spicy Mayo atau Risol Bolognese dengan tambahan smoked beef. Selain itu, variasi risol manis juga berpotensi menarik konsumen baru, misalnya risol isi ubi ungu dengan keju mozzarella atau risol jagung manis dengan keju. Inovasi ini tidak hanya menambah daya tarik produk, tetapi juga membuka peluang untuk memperluas segmen pasar.

2.2 Strategi Paket Bundling dan Branding

Strategi selanjutnya adalah menghadirkan paket hemat berupa kombinasi risol dengan minuman pendamping, seperti es teh atau kopi dalam kemasan liter mini. Paket ini dirancang agar praktis dibawa oleh pelajar maupun pekerja.

Di sisi lain, branding juga perlu diperkuat melalui pembaruan tampilan gerobak agar lebih menarik secara visual. Konsep desain yang modern, eye-catching, dan sesuai dengan tren media sosial dapat meningkatkan minat konsumen. Dukungan logo serta identitas merek yang lebih segar akan menambah nilai jual sekaligus menciptakan diferensiasi di pasar.

2.3 Pengembangan Produk Beku (Frozen Food)

Melihat antusiasme konsumen terhadap produk yang ada, peluang bisnis juga dapat diperluas melalui produksi frozen food. Produk seperti Risol Mayo, Risol Ragout, dan Lumpia Rebung dapat dikemas dalam bentuk beku lengkap dengan instruksi penyajian. Dengan cara ini, produk dapat dipasarkan dalam jumlah yang lebih besar dan menjangkau konsumen yang ingin menyimpan stok untuk konsumsi di rumah.

2.4 Ekspansi Digital

Digitalisasi menjadi langkah penting untuk memperluas jangkauan pasar. Produk frozen maupun fresh dapat dipasarkan melalui platform e-commerce seperti Tokopedia dan Shopee, serta layanan pesan-antar makanan seperti GrabFood dan GoFood. Dengan strategi ini, usaha tidak hanya bergantung pada pembeli yang datang langsung ke lokasi, melainkan juga mampu menjangkau konsumen yang lebih luas di berbagai daerah.

3. KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

3.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil observasi yang telah dilakukan, Risoles & Lumpia 41 merupakan salah satu UMKM yang memiliki potensi cukup besar untuk berkembang. Faktor lokasi yang strategis, kedekatan dengan pusat aktivitas masyarakat, serta tingginya arus pejalan kaki pada waktu tertentu menjadi keunggulan utama yang mendukung keberlangsungan usaha.

Selain itu, produk yang ditawarkan memiliki daya tarik yang kuat, terutama risol mayo yang tengah populer di berbagai kalangan. Harga yang terjangkau membuat usaha ini dapat menjangkau segmen pasar yang luas, khususnya pelajar, pekerja, dan ibu rumah tangga. Keragaman varian rasa dan produk pelengkap turut memperkuat daya tarik dan mendorong pembelian berulang.

Melalui ide pengembangan bisnis yang mencakup inovasi menu baru, strategi paket bundling dan branding, pengembangan produk frozen, serta ekspansi digital, UMKM ini memiliki peluang besar untuk meningkatkan daya saing dan memperluas pasar.

3.2 Rekomendasi

1. Diversifikasi Produk

Mengembangkan varian baru baik dalam bentuk risol premium maupun risol manis agar konsumen memiliki lebih banyak pilihan.

2. Peningkatan Branding

Mendesain ulang gerobak dan memperbarui logo dengan konsep modern untuk menarik perhatian konsumen serta meningkatkan citra usaha.

3. Pengembangan Produk Frozen Food

Mengemas produk unggulan dalam bentuk beku dengan instruksi penyajian yang jelas sehingga dapat menjangkau konsumen yang ingin menyimpan produk untuk konsumsi jangka panjang.

4. Digitalisasi Penjualan

Memanfaatkan platform e-commerce dan aplikasi pesan-antar makanan guna memperluas jangkauan pasar serta mengurangi ketergantungan pada pembeli langsung di lokasi.