

Analisis Pelaksanaan Usaha “Twintaste” sebagai Upaya Pengembangan Jiwa Kewirausahaan Mahasiswa

Analysis of the Implementation of the “Twintaste” Business as an Effort to Develop Students’ Entrepreneurial Spirit

**Neneng Kurnia Arni¹⁾, Nani Sa’idatul Maulida^{2*)}, Haikal Alparizji³⁾,
Lasih Putpitasari⁴⁾, Retno Purwani Setyaningrum⁵⁾**

^{1,2,3,4,5} Universitas Pelita Bangsa, Kabupaten Bekasi

**e-mail korespondensi:* nanimaulida83@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan menganalisis pengalaman berwirausaha mahasiswa melalui pengelolaan langsung usaha Twintaste, merek camilan dengan dua varian rasa, yaitu Kerupuk Seblak Mix (pedas) dan Keripik Pangsit (non-pedas). Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode observasi partisipatif. Data dikumpulkan melalui observasi usaha, wawancara konsumen, catatan lapangan peneliti sebagai pengelola usaha, serta dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa keterlibatan langsung dalam pengelolaan Twintaste berkontribusi terhadap pengembangan jiwa kewirausahaan mahasiswa, terutama pada aspek kreativitas, resiliensi, keberanian mengambil risiko terukur, orientasi pasar, dan pengelolaan keuangan mandiri. Pengalaman menjalankan usaha nyata juga mendorong mahasiswa untuk beradaptasi dengan kebutuhan pasar, memanfaatkan pemasaran digital, dan mengambil keputusan bisnis berdasarkan kondisi lapangan. Temuan ini menegaskan bahwa program kewirausahaan mahasiswa berbasis praktik pasar nyata dapat menjadi media pembelajaran efektif untuk membentuk lulusan yang lebih mandiri, inovatif, dan memiliki daya saing wirausaha.

Kata Kunci: Jiwa wirausaha; kewirausahaan mahasiswa; *experiential learning*; usaha mikro.

Abstract

This study analyzes students’ entrepreneurial experiences through the direct management of Twintaste, a snack brand offering two flavor variants: Kerupuk Seblak Mix (spicy) and Keripik Pangsit (non-spicy). The study uses a descriptive qualitative approach with participatory observation. Data were collected through business observation, consumer interviews, the researcher’s field notes as the business manager, and documentation. The findings show that direct involvement in managing Twintaste contributes to the development of students’ entrepreneurial spirit, especially in creativity, resilience, measured risk-taking, market orientation, and independent financial management. Running a real business also encourages students to adapt to market needs, use digital marketing, and make business decisions based on field conditions. These findings confirm that student entrepreneurship programs based on real market practice can serve as an effective learning medium for shaping graduates who are more independent, innovative, and entrepreneurially competitive.

Keywords: *entrepreneurial spirit; student entrepreneurship; experiential learning; microenterprise.*

PENDAHULUAN

Perkembangan ekosistem kewirausahaan di Indonesia dalam beberapa tahun terakhir menunjukkan pertumbuhan yang signifikan, terutama di kalangan generasi muda. Mahasiswa sebagai agen perubahan dituntut tidak hanya menguasai teori akademik, tetapi juga memiliki kemampuan praktis dalam menciptakan lapangan kerja melalui wirausaha. Fenomena ini diperkuat oleh kebijakan pemerintah yang mendorong peningkatan rasio wirausaha nasional, di mana sektor usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) menjadi tulang punggung perekonomian Indonesia (Kemenkop, 2024). Dalam konteks ini, pengembangan jiwa kewirausahaan mahasiswa menjadi salah satu prioritas penting dalam dunia pendidikan tinggi.

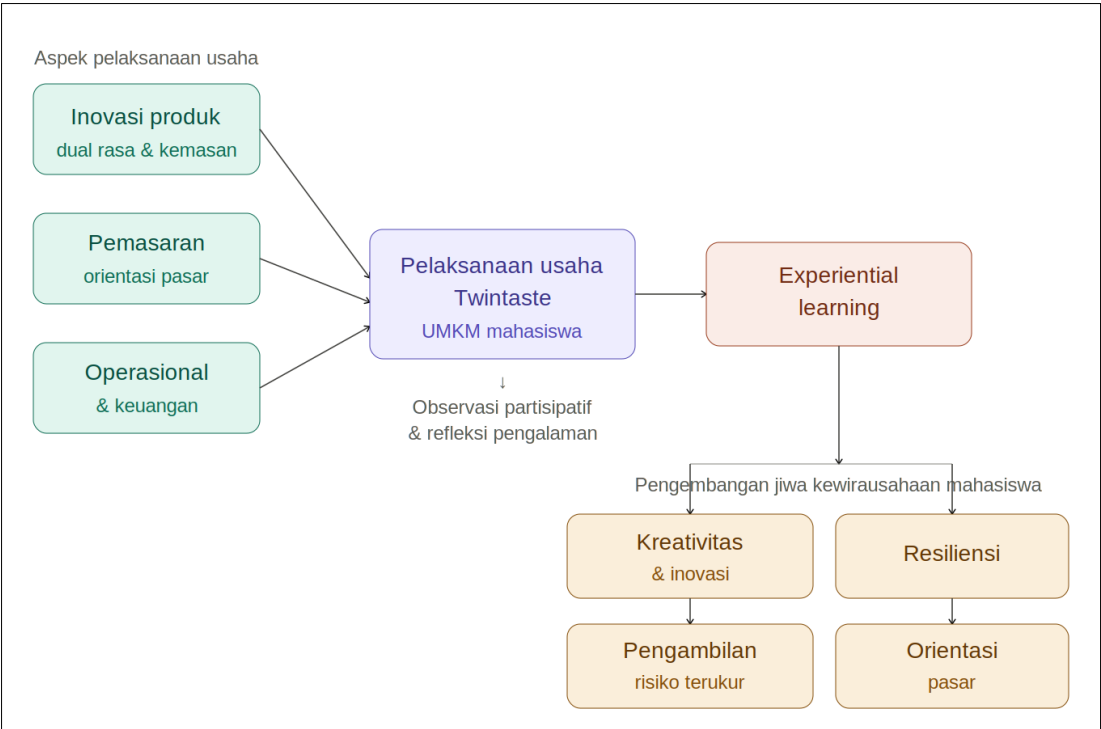
Lingkungan kampus merupakan salah satu ekosistem yang memiliki potensi besar untuk menumbuhkan wirausaha muda. Tingginya mobilitas mahasiswa serta kebutuhan terhadap makanan ringan yang praktis dan terjangkau menciptakan peluang usaha yang menjanjikan. Kondisi ini mendorong mahasiswa Universitas Pelita Bangsa untuk mendirikan usaha camilan bernama "Twintaste", yang menawarkan dua pilihan cita rasa yang saling melengkapi: pedas dan non-pedas. Twintaste hadir dengan dua produk andalan, yakni Kerupuk Seblak Mix (varian pedas, Rp 4.000/pouch) dan Keripik Pangsit (varian non-pedas, Rp 5.000/pouch), keduanya dikemas dalam pouch berukuran 17×11 cm yang menarik dan higienis.

Usaha camilan ringan telah menjadi salah satu subsektor kuliner yang paling kompetitif di Indonesia. Pertumbuhan permintaan terhadap produk camilan lokal yang inovatif, terjangkau, dan memiliki keunikan rasa mendorong para pelaku UMKM untuk terus berinovasi. Strategi dualitas rasa yang diterapkan Twintaste membedakannya dari kompetitor yang umumnya hanya berfokus pada satu segmen rasa (Santoso & Rahmawati, 2024). Berdasarkan wawancara awal kepada calon konsumen di lingkungan kampus, produk dengan pilihan rasa yang beragam terbukti memiliki daya tarik lebih tinggi karena mampu menyesuaikan preferensi masing-masing individu. (Santoso & Rahmawati, 2024).

Berbagai penelitian terdahulu mengenai kewirausahaan mahasiswa umumnya berfokus pada faktor-faktor yang memengaruhi minat berwirausaha, seperti motivasi, lingkungan keluarga, dan paparan pendidikan kewirausahaan di kelas (Rosmiati, Donny Teguh Santosa Junias, 2015). Sebagian besar kajian tersebut bersifat survei kuantitatif yang mengukur intensi wirausaha sebelum mahasiswa benar-benar terjun ke dunia usaha. Namun, masih sangat terbatas penelitian yang mengkaji secara mendalam bagaimana proses mengelola usaha mikro secara nyata dan langsung berkontribusi pada pengembangan jiwa kewirausahaan mahasiswa. Celah inilah yang menjadi fokus penelitian ini: bagaimana pelaksanaan usaha "Twintaste" secara langsung menjadi media pengembangan jiwa kewirausahaan mahasiswa, mencakup kreativitas, resiliensi, kemampuan mengambil risiko, dan orientasi pasar.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode observasi partisipatif, di mana peneliti sekaligus berperan sebagai pengelola usaha. Melalui keterlibatan langsung dalam seluruh aspek operasional Twintaste, penelitian ini bertujuan memberikan bukti empiris bahwa pelaksanaan usaha nyata di lingkungan kampus merupakan media efektif bagi pengembangan jiwa kewirausahaan mahasiswa (Praditya et al., 2024).

Kerangka Berpikir



Gambar 1. Kerangka Berpikir
Sumber: Diolah penulis, 2026

Tabel 1. Penjelasan Kerangka Berpikir Penelitian

Komponen	Peran Dalam Penelitian	Kaitannya dengan Pengembangan Jiwa Kewirausahaan
Pelaksanaan Usaha Twintaste	Konteks pembelajaran nyata	Menyediakan situasi riil yang memicu berkembangnya jiwa wirausaha
Aspek Produk & Pemasaran	Media kreativitas dan inovasi	Mendorong mahasiswa berpikir kreatif dan peka terhadap kebutuhan pasar
Aspek Operasional & Keuangan	Media pengambilan keputusan	Melatih keberanian mengambil risiko dan pengelolaan sumber daya secara mandiri
Experiential Learning	Proses inti pembelajaran	Mengubah pengalaman langsung menjadi kompetensi wirausaha yang nyata
Jiwa Kewirausahaan Mahasiswa	Tujuan utama penelitian	Terbentuk melalui kreativitas, resiliensi, pengambilan risiko, dan orientasi pasar

Kerangka berpikir penelitian ini menggambarkan bahwa pengembangan jiwa kewirausahaan mahasiswa dapat terjadi melalui keterlibatan langsung dalam pelaksanaan usaha nyata. Usaha "Twintaste" difungsikan bukan sekadar sebagai objek bisnis, melainkan sebagai media pembelajaran kewirausahaan berbasis praktik (*experiential learning*). Aspek-aspek dalam pelaksanaan usaha meliputi pengelolaan produk, pemasaran, operasional, dan keuangan menjadi konteks nyata yang

mendorong mahasiswa untuk mengembangkan jiwa wirausaha secara organik. Seluruh aspek tersebut diarahkan dan dianalisis dalam kaitannya dengan satu tujuan utama, yaitu pengembangan jiwa kewirausahaan mahasiswa, bukan sebagai analisis kelayakan usaha maupun strategi pemasaran semata.

LANDASAN TEORI

1. Pengertian Kewirausahaan dan Pengembangan Jiwa Kewirausahaan Mahasiswa

Kewirausahaan merupakan kemampuan seseorang dalam menciptakan dan mengembangkan usaha melalui kreativitas, inovasi, serta keberanian mengambil risiko. Dalam konteks pendidikan tinggi, kewirausahaan tidak semata bertujuan menghasilkan keuntungan, melainkan menjadi sarana pembentukan karakter mandiri, bertanggung jawab, dan mampu memecahkan masalah (Rosmiati, Donny Teguh Santosa Junias, 2015). Pengembangan jiwa kewirausahaan mahasiswa semakin mendapat perhatian seiring dorongan pemerintah melalui kebijakan Merdeka Belajar-Kampus Merdeka yang menempatkan wirausaha sebagai salah satu bentuk hak belajar di luar program studi (Jacline et al., 2022).

Pengembangan jiwa kewirausahaan tidak hanya berkaitan dengan intensi atau minat, tetapi mencakup proses internalisasi nilai-nilai wirausaha melalui pengalaman nyata. Mahasiswa yang terlibat langsung dalam kegiatan usaha akan belajar mengelola keuangan, menentukan strategi pemasaran, serta menghadapi tantangan dan risiko usaha secara konkret (Manilang et al., 2025). Dengan demikian, keterlibatan dalam praktik usaha nyata menjadi media yang lebih efektif dibandingkan pembelajaran teoritis semata dalam membentuk jiwa wirausaha mahasiswa.

2. *Experiential Learning* sebagai Landasan Pengembangan Jiwa Kewirausahaan

Pembelajaran berbasis pengalaman (*experiential learning*) merupakan pendekatan yang menempatkan pengalaman langsung sebagai sumber utama pembelajaran. Dalam konteks kewirausahaan, pendekatan ini dinilai paling efektif karena mahasiswa tidak hanya memahami konsep secara teoritis, tetapi juga menguji gagasan bisnisnya melalui proyek nyata di pasar (Maisaroh, 2019). Siklus pengalaman langsung, refleksi, konseptualisasi, dan eksperimen aktif yang terjadi dalam pengelolaan usaha nyata memungkinkan mahasiswa mengembangkan pola pikir kewirausahaan yang adaptif dan berbasis bukti (Azahra et al., 2025).

Penelitian Yuniasanti et al., (2024) menunjukkan bahwa intervensi *experiential learning* melalui proyek tim kewirausahaan secara signifikan meningkatkan entrepreneurial leadership mahasiswa, termasuk kemampuan mengidentifikasi peluang, berkolaborasi, dan mengambil keputusan di bawah tekanan. Temuan ini menegaskan bahwa usaha nyata di lingkungan kampus seperti Twintaste berfungsi sebagai inkubator pembelajaran yang jauh lebih membentuk jiwa wirausaha dibanding simulasi kelas.

3. Jiwa Kewirausahaan: Kreativitas, Resiliensi, Pengambilan Risiko, dan Orientasi Pasar

Jiwa kewirausahaan mencakup sekumpulan karakter dan sikap yang mendorong seseorang untuk menciptakan peluang, berinovasi, dan bertahan menghadapi tantangan usaha. Dalam penelitian ini, jiwa kewirausahaan dioperasionalkan melalui empat dimensi utama.

Kreativitas dan Inovasi merupakan kemampuan mengembangkan ide dan solusi baru yang bernilai bagi konsumen. Dalam konteks UMKM mahasiswa, kreativitas tidak hanya berdimensi produk, tetapi juga mencakup inovasi kemasan, penetapan harga, dan strategi pemasaran yang adaptif terhadap kebutuhan pasar (Hamdan, 2024). Inovasi produk terbukti berpengaruh signifikan terhadap kinerja pemasaran UMKM karena mampu meningkatkan daya tarik konsumen dan memperkuat posisi usaha di pasar (Rahman & Kurniawati, 1997).

Resiliensi adalah kemampuan untuk bangkit dan beradaptasi menghadapi kegagalan serta tekanan dalam menjalankan usaha. Mahasiswa yang mengelola usaha nyata secara langsung terpapar pada situasi nyata yang menuntut ketangguhan, seperti fluktuasi permintaan, keterbatasan modal, dan persaingan pasar (Fitriana & Aprilliani, 2025). Resiliensi yang terbentuk melalui pengalaman nyata ini jauh lebih kuat dibanding yang diperoleh melalui simulasi kelas, karena melibatkan konsekuensi finansial dan reputasi yang nyata.

Kemampuan Mengambil Risiko Terukur merupakan keberanian mengambil keputusan bisnis berdasarkan kalkulasi yang cermat. Pengambilan risiko terukur berbasis data sederhana seperti analisis biaya produksi, penetapan harga, dan pemilihan target pasar menjadi kompetensi penting yang hanya dapat diasah melalui praktik langsung di lapangan (Tarigan et al., 2024).

Orientasi Pasar mencerminkan kepekaan wirausaha terhadap kebutuhan konsumen dan dinamika persaingan. Mahasiswa yang menjalankan usaha di lingkungan kampus secara organik mengembangkan kemampuan sensing pasar, yaitu kepekaan terhadap tren dan peluang yang ada di sekitarnya (Fitriana & Arfian, 2025).

4. Usaha Mikro Mahasiswa sebagai Media Pembelajaran Kewirausahaan

Usaha mikro yang dijalankan mahasiswa di lingkungan kampus memiliki peran strategis sebagai media pembelajaran kewirausahaan berbasis praktik. Model UMKM mahasiswa yang dikembangkan secara digital dan berbasis kebutuhan lokal terbukti mampu mengintegrasikan hard skills dan soft skills kewirausahaan secara bersamaan (Manongko & Listriyanti Palangda, 2025). Melalui usaha nyata, mahasiswa tidak hanya mempelajari teori di kelas, tetapi juga menerapkannya langsung dalam kegiatan operasional sehari-hari mulai dari produksi, pengemasan, pemasaran, hingga pengelolaan keuangan.

Keterlibatan mahasiswa dalam kegiatan kewirausahaan berbasis praktik juga terbukti mampu meningkatkan kemandirian dan motivasi berwirausaha (Sudirjo et al., 2023). Usaha "Twintaste" sebagai implementasi nyata dari mata kuliah kewirausahaan menjadi contoh konkret bagaimana program kewirausahaan kampus dapat berfungsi sebagai inkubator yang menghasilkan mahasiswa dengan jiwa wirausaha yang berkembang melalui pengalaman langsung.

METODE PENELITIAN

1. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian ini bertujuan untuk memahami secara mendalam proses pembentukan karakter wirausaha, dinamika pengelolaan usaha, serta perspektif peneliti sebagai pelaku usaha berdasarkan situasi nyata di lapangan (Sugiyono, 2019). Metode deskriptif digunakan untuk menggambarkan secara sistematis dan faktual mengenai aspek-aspek yang diteliti, meliputi profil produk, strategi pemasaran, manajemen operasional, dan dampak pengalaman wirausaha terhadap karakter mahasiswa (Rukin, 2012).

Jenis penelitian yang digunakan adalah studi kasus, yaitu penelitian yang berfokus pada satu objek usaha secara mendalam dalam hal ini usaha Twintaste. Pendekatan studi kasus memungkinkan peneliti untuk mengeksplorasi kondisi usaha secara rinci, termasuk latar belakang pendirian, proses pengembangan produk, strategi penetapan harga, serta proses pembelajaran wirausaha yang dialami oleh peneliti selaku pengelola (Yin, 2018).

2. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada usaha Twintaste yang didirikan dan dikelola oleh mahasiswa Universitas Pelita Bangsa. Pemilihan lokasi dilakukan secara purposive berdasarkan pertimbangan bahwa Twintaste merupakan usaha nyata yang dijalankan di lingkungan kampus dengan produk yang telah memasuki pasar, sehingga relevan dengan tujuan penelitian. Waktu penelitian disesuaikan dengan kebutuhan proses pengumpulan dan analisis data.

3. Subjek dan Fokus Penelitian

Subjek penelitian adalah usaha Twintaste itu sendiri sebagai objek kajian utama. Peneliti berperan sekaligus sebagai pelaku usaha (peneliti-partisipan) yang terlibat langsung dalam seluruh aspek operasional, mulai dari produksi, pemasaran, hingga manajemen keuangan. Pendekatan ini selaras dengan paradigma penelitian experiential di mana peneliti adalah bagian dari fenomena yang diteliti. Penentuan fokus penelitian dilakukan secara purposive berdasarkan relevansi dan keterlibatan langsung peneliti dalam usaha (Sugiyono, 2019). Fokus dalam penelitian ini meliputi:

- a. Aspek Produk & Karakter Entrepreneur:
 - 1) Kreativitas inovasi produk
 - 2) Resiliensi dan ketangguhan
 - 3) Kemampuan mengambil risiko terukur
 - 4) Orientasi pasar dan daya saing
 - 5) Kepemimpinan tim
- b. Aspek Pasar & Pemasaran:
 - 1) Permintaan pasar di lingkungan kampus
 - 2) Karakteristik target konsumen (mahasiswa)
 - 3) Tingkat persaingan
 - 4) Lokasi dan aksesibilitas usaha
 - 5) Peluang dan tantangan usaha

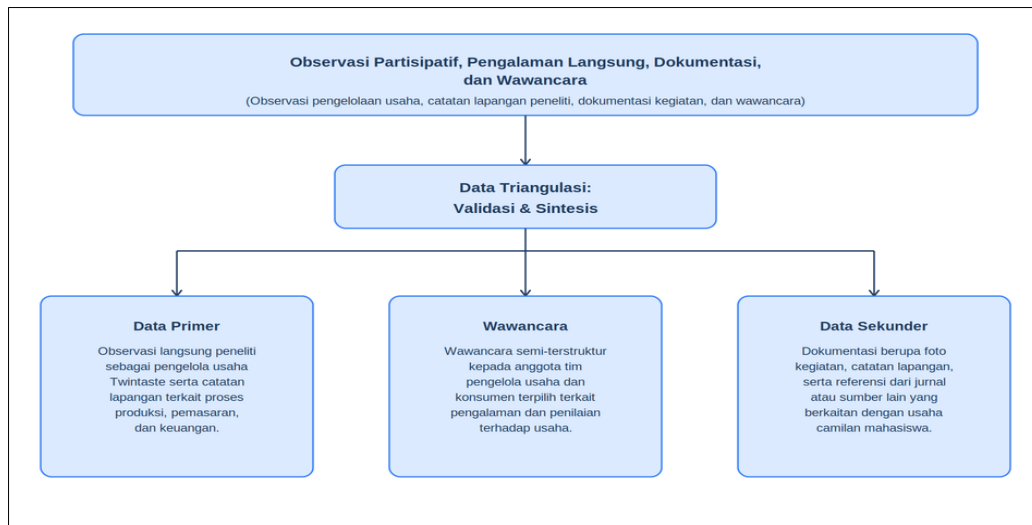
4. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini meliputi:

- a. Observasi Partisipatif: Peneliti melakukan pengamatan langsung terhadap seluruh proses operasional usaha Twintaste, mulai dari produksi, pengemasan, distribusi, hingga interaksi dengan pasar di lingkungan kampus.
- b. Refleksi Pengalaman Langsung (*Experiential Documentation*): Peneliti yang sekaligus merupakan pengelola usaha mendokumentasikan pengalaman, tantangan, dan keputusan bisnis secara sistematis dalam catatan lapangan (field notes).
- c. Dokumentasi: Pengumpulan data berupa foto kegiatan produksi dan pemasaran, catatan keuangan, data penjualan, serta dokumen pendukung lainnya yang relevan dengan penelitian.
- d. Wawancara: Peneliti melakukan wawancara semi-terstruktur sebagai salah satu teknik pengumpulan data utama. Wawancara dilakukan secara langsung maupun melalui pesan teks, dengan panduan pertanyaan yang berfokus pada aspek pengembangan jiwa kewirausahaan, dinamika kerja tim, tantangan yang dihadapi, serta kepuasan dan preferensi konsumen. Informan dalam penelitian ini dipilih secara purposif (purposive sampling) berdasarkan keterlibatan dan relevansi langsung mereka terhadap fokus penelitian. Data hasil wawancara digunakan untuk memperkaya dan memverifikasi informasi yang diperoleh dari observasi dan dokumentasi (Sugiyono, 2019).

Informan terdiri dari tiga kelompok dengan total 7 informan, sebagai berikut:

No	Kelompok Informan	Jumlah	Kriteria	Peran Dalam Penelitian
1	Pengelola usaha (peneliti partisipan)	1 Orang	Pendiri dan pengelola langsung Twintaste	Sumber data utama mengenai proses pengambilan keputusan, tantangan operasional, dan refleksi pengembangan jiwa kewirausahaan
2	Anggota tim Twintaste	2 Orang	Terlibat aktif dalam produksi dan pemasaran minimal 1 bulan	Sumber data mengenai dinamika kerja tim, pembagian peran, dan pengalaman bersama dalam mengelola usaha
3	Konsumen	4 Orang	Mahasiswa Universitas Pelita Bangsa yang telah membeli produk Twintaste minimal 2 kali	Sumber data mengenai persepsi produk, efektivitas strategi pemasaran, dan orientasi pasar usaha



Gambar 2. Proses Triangulasi Data
Sumber: Diolah penulis, 2026

Proses triangulasi data pada penelitian ini dilakukan dengan menggabungkan empat sumber data, yaitu hasil observasi partisipatif, catatan pengalaman langsung peneliti sebagai pengelola usaha, dokumentasi internal usaha (catatan keuangan, foto produk, dan rekap penjualan), serta data wawancara dengan anggota tim dan konsumen. Triangulasi dilakukan melalui dua pendekatan: triangulasi sumber, yaitu membandingkan data yang diperoleh dari berbagai informan (pengelola, anggota tim, dan konsumen); serta triangulasi teknik, yaitu memverifikasi konsistensi informasi antara hasil wawancara, observasi lapangan, dan dokumentasi. Data yang diperoleh kemudian dibandingkan dan diverifikasi untuk meningkatkan keabsahan dan keakuratan hasil penelitian. Melalui triangulasi ini, data yang dihasilkan menjadi lebih valid karena didukung oleh berbagai sumber dan metode yang saling melengkapi (Fikri et al., 2025).

5. Teknik Analisis Data

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis deskriptif kualitatif dengan tahapan sebagai berikut: Reduksi Data: Menyederhanakan dan memilih data yang relevan dengan fokus penelitian. Penyajian Data (*Data Display*): Menyusun data dalam bentuk narasi deskriptif agar mudah dipahami. Penarikan Kesimpulan: Menarik kesimpulan berdasarkan hasil analisis data terkait pengalaman wirausaha dan karakter entrepreneur yang terbentuk.



Gambar 3. Proses Analisis
Sumber: Diolah penulis, 2026

Proses analisis studi kasus pada penelitian ini dilakukan secara sistematis, dimulai dari penetapan model konseptual dan pertanyaan penelitian. Selanjutnya dilakukan pengumpulan data melalui

dokumentasi berupa catatan lapangan, foto produk, dan data keuangan. Data yang diperoleh kemudian disajikan dalam bentuk laporan, dianalisis melalui proses pengkodean untuk menemukan pola, dan diakhiri dengan penarikan kesimpulan mengenai kontribusi pengalaman wirausaha Twintaste terhadap pembentukan karakter entrepreneur mahasiswa (Praditya et al., 2024).

6. Fokus Penelitian

Fokus penelitian merupakan batasan yang digunakan untuk memperjelas ruang lingkup penelitian agar lebih terarah dan tidak melebar. Dalam penelitian ini, fokus diarahkan pada analisis pengalaman berwirausaha melalui usaha Twintaste di lingkungan kampus, dengan menitikberatkan pada dua aspek utama, yaitu pembentukan karakter entrepreneur dan aspek pasar. Kedua aspek ini dipilih karena memiliki peran penting dalam menentukan keberhasilan dan keberlanjutan suatu usaha, khususnya dalam memahami kebutuhan pasar serta proses transformasi karakter yang terjadi selama pengelolaan usaha (Rafi et al., 2025).

HASIL ANALISIS

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengalaman berwirausaha mahasiswa melalui pengelolaan langsung usaha Twintaste di lingkungan kampus. Data diperoleh melalui observasi partisipatif dan refleksi pengalaman langsung peneliti sebagai pengelola usaha.

Profil Usaha Twintaste

Twintaste adalah usaha camilan yang didirikan oleh mahasiswa Universitas Pelita Bangsa sebagai implementasi nyata dari mata kuliah kewirausahaan. Nama "Twintaste" dipilih secara strategis untuk merefleksikan konsep inti usaha, yaitu dua cita rasa yang kontras namun saling melengkapi: pedas dan non-pedas. Konsep ini lahir dari observasi terhadap preferensi konsumen di lingkungan kampus yang menunjukkan bahwa selera mahasiswa sangat terbagi antara penggemar pedas dan mereka yang menghindari pedas, sehingga menyediakan kedua opsi dalam satu brand dinilai sebagai strategi diferensiasi yang tepat.

Saat ini Twintaste memasarkan dua produk utama: pertama, Kerupuk Seblak Mix sebagai produk varian pedas yang memadukan tekstur kerupuk dengan bumbu seblak khas Jawa Barat, dijual dengan harga Rp 4.000 per pouch. Kedua, Keripik Pangsit sebagai produk varian non-pedas berupa potongan pangsit yang digoreng hingga renyah dengan bumbu gurih ringan, dijual dengan harga Rp 5.000 per pouch. Kedua produk dikemas dalam pouch berukuran 17×11 cm dengan desain yang menarik dan logo Twintaste yang konsisten.

Tabel 2. Profil Produk Twintaste

Produk	Varian Rasa	Harga	Ukuran Pouch	Target Konsumen
Kerupuk Seblak Mix	Pedas (bumbu seblak khas Jawa Barat)	Rp 4.000	17×11 cm	Mahasiswa, pelajar, pekerja muda penyuka pedas
Keripik Pangsit	Non-pedas (gurih ringan)	Rp 5.000	17×11 cm	Konsumen semua usia yang tidak menyukai pedas

Pengalaman Wirausaha dalam Membentuk Jiwa Kewirausahaan

Berdasarkan hasil observasi partisipatif dan refleksi pengalaman langsung peneliti selama proses pengelolaan usaha Twintaste, teridentifikasi empat dimensi jiwa kewirausahaan yang secara signifikan terbentuk:

a. Kreativitas dan Inovasi Produk

Proses pengembangan dua varian produk Twintaste mencerminkan tingkat kreativitas yang tinggi dari para pendirinya. Peneliti tidak sekadar memilih produk yang sudah umum di pasaran, melainkan memadukan tren kuliner (seblak) dengan format produk yang praktis dan terjangkau. Ide Kerupuk Seblak Mix lahir dari pengamatan langsung peneliti terhadap popularitas seblak di kalangan mahasiswa, sementara Keripik Pangsit dipilih sebagai alternatif yang lebih inklusif untuk konsumen yang tidak menyukai pedas.

Inovasi juga tampak pada aspek kemasan. Pemilihan pouch berukuran 17×11 cm merupakan hasil pertimbangan terhadap estetika display, volume produk yang tepat, serta kemudahan distribusi. Berdasarkan pengamatan langsung peneliti selama proses desain, keputusan penggunaan warna dan ikon yang kontras antara kedua varian merupakan pertimbangan sadar agar konsumen dapat langsung membedakan produk pedas dan non-pedas hanya dari tampilan kemasan.

Temuan mengenai kreativitas dan inovasi produk tersebut juga didukung oleh informasi yang diperoleh dari proses wawancara mendalam dengan konsumen dan pengelola usaha. Konsumen menilai bahwa konsep dualitas rasa yang diterapkan oleh Twintaste menjadi salah satu daya tarik utama produk karena mampu mengakomodasi perbedaan preferensi rasa di kalangan mahasiswa. Sementara itu, pengelola usaha menjelaskan bahwa pengembangan kedua varian produk didasarkan pada hasil pengamatan terhadap kebutuhan dan selera konsumen di lingkungan kampus. Temuan ini menunjukkan bahwa kreativitas dan inovasi yang dilakukan tidak hanya berorientasi pada pengembangan produk, tetapi juga didasarkan pada pemahaman terhadap kebutuhan pasar.

b. Resiliensi dan Ketangguhan dalam Menghadapi Tantangan

Mengelola usaha di tengah kesibukan perkuliahan menuntut resiliensi yang luar biasa dari peneliti sebagai pengelola usaha. Tantangan yang dihadapi antara lain keterbatasan waktu produksi, fluktuasi ketersediaan bahan baku, dan persaingan dengan produk camilan lain di lingkungan kampus. Peneliti mengakui bahwa periode awal usaha diwarnai oleh berbagai kegagalan kecil, seperti produksi yang berlebih sebelum pola permintaan dipahami dengan baik, atau kemasan yang pernah mengalami masalah kerapatan segel.

Namun, setiap kegagalan tersebut justru menjadi laboratorium pembelajaran nyata. Ketangguhan yang terbentuk bukan hanya bersifat personal, tetapi juga kolektif di antara anggota tim. Pengalaman mengatasi hambatan nyata ini jauh lebih membentuk karakter dibandingkan simulasi kasus di kelas, sejalan dengan temuan (Neck, HM, & Greene, 2011) bahwa pembelajaran entrepreneurial paling efektif terjadi melalui pengalaman langsung yang melibatkan risiko nyata.

Pengalaman menghadapi berbagai tantangan tersebut diperkuat oleh data hasil wawancara yang menunjukkan bahwa proses menjalankan usaha memberikan banyak pembelajaran bagi pengelola. Berbagai kendala yang muncul, terutama dalam membagi waktu antara kegiatan akademik dan aktivitas usaha, menuntut kemampuan manajemen waktu, pengaturan prioritas, serta kemampuan beradaptasi terhadap kondisi yang tidak selalu dapat diprediksi. Pengalaman tersebut berkontribusi

terhadap pembentukan sikap tangguh, disiplin, dan kemampuan menyelesaikan masalah yang menjadi karakter penting seorang entrepreneur.

c. Kemampuan Mengambil Risiko Terukur

Sejak awal pendirian, peneliti sebagai pengelola Twintaste dihadapkan pada keputusan berisiko, mulai dari alokasi modal awal, penetapan harga, hingga pemilihan target pasar. Penetapan harga Rp 4.000 untuk Kerupuk Seblak Mix dan Rp 5.000 untuk Keripik Pangsit merupakan hasil analisis yang mempertimbangkan struktur biaya produksi, harga kompetitor, dan daya beli segmen target.

Lebih jauh, keputusan untuk memasarkan dua produk sekaligus di awal merupakan risiko strategis yang dikalkulasi dengan cermat. Tim Twintaste meyakini bahwa proposisi nilai dualitas rasa hanya akan efektif jika kedua produk hadir secara bersamaan, menciptakan paket pilihan bagi konsumen dan memperkuat positioning merek.

Gambaran mengenai kemampuan mengambil risiko tersebut semakin terlihat dari hasil wawancara dengan pengelola usaha. Setiap keputusan yang berkaitan dengan penetapan harga maupun jumlah produksi dilakukan melalui proses pertimbangan yang matang dengan memperhatikan biaya produksi, kebutuhan konsumen, serta kondisi persaingan di lingkungan kampus. Hal ini menunjukkan bahwa pengambilan risiko dalam pengelolaan Twintaste dilakukan secara terukur dan didasarkan pada analisis sederhana yang mendukung keberlanjutan usaha.

d. Daya Saing dan Orientasi Pasar

Twintaste menunjukkan orientasi pasar yang kuat melalui pendekatan pemasaran yang adaptif. Strategi pemasaran utama memanfaatkan jaringan pertemanan mahasiswa (*word-of-mouth*), platform media sosial seperti Instagram dan *WhatsApp Business*, serta keikutsertaan dalam pameran dan bazar kampus. Pendekatan ini efektif dalam membangun kesadaran merek (*brand awareness*) di kalangan segmen target dengan biaya yang sangat minimal.

Efektivitas strategi pemasaran yang diterapkan juga tercermin dari tanggapan konsumen yang diperoleh melalui wawancara. Konsumen mengaku mengenal produk Twintaste melalui rekomendasi teman maupun informasi yang dibagikan melalui media sosial. Selain itu, kemasan yang menarik dan harga yang terjangkau menjadi faktor yang mendorong minat beli konsumen. Temuan ini menunjukkan bahwa pemanfaatan media sosial dan jaringan pertemanan memiliki peran penting dalam membangun kesadaran merek serta meningkatkan daya saing produk di lingkungan kampus.

Tabel 3. Elemen Pembentukan Karakter Entrepreneur melalui Usaha Twintaste

Dimensi Karakter	Manifestasi dalam Pengelolaan Twintaste	Dampak terhadap Daya Saing
Kreativitas & Inovasi	Pengembangan konsep twin-taste, inovasi kemasan 17×11 cm, desain label diferensiasi warna	Proposisi nilai unik yang sulit ditiru pesaing dalam jangka pendek
Resiliensi	Mengatasi kegagalan produksi awal, fluktuasi bahan baku, dan tekanan waktu kuliah	Kemampuan beradaptasi cepat terhadap perubahan kondisi pasar
Pengambilan Risiko	Penetapan harga Rp 4.000 & Rp 5.000 berdasarkan analisis biaya; peluncuran 2 produk sekaligus	Posisi harga kompetitif yang meningkatkan aksesibilitas pasar

Dimensi Karakter	Manifestasi dalam Pengelolaan Twintaste	Dampak terhadap Daya Saing
Orientasi Pasar	Pemasaran digital via Instagram & WhatsApp; partisipasi bazar kampus; word-of-mouth	Jangkauan pasar yang luas dengan biaya pemasaran minimal
Kepemimpinan	Koordinasi tim produksi, pembagian tugas, pengambilan keputusan kolektif	Sinergi tim yang meningkatkan efisiensi operasional dan kualitas produk

Analisis Aspek Pasar

Dari hasil observasi langsung di lingkungan kampus, aspek pasar menunjukkan adanya potensi yang cukup besar untuk usaha camilan seperti Twintaste.

Tabel 4. Hasil Analisis Aspek Pasar

Aspek	Hasil	Interpretasi
Permintaan	Tinggi terhadap makanan ringan	Peluang usaha besar
Target Pasar	Mahasiswa	Segmen jelas
Persaingan	Cukup banyak, namun tidak spesifik dualitas rasa	Masih ada celah pasar
Lokasi	Sangat berpengaruh terhadap penjualan	Menentukan penjualan
Peluang	Tinggi	Layak dikembangkan
Tantangan	Persaingan dan konsistensi kualitas	Perlu strategi khusus

Dokumentasi



Gambar 4. Proses membuat bumbu
Sumber: Dokumentasi Pribadi 2026



Gambar 5. Proses pencampuran bumbu
Sumber: Dokumentasi Pribadi 2026



Gambar 6. Foto produk Keripik Pangsit
Sumber: Dokumentasi Pribadi 2026



Gambar 7. Foto produk Kerupuk Seblak
Sumber: Dokumentasi Pribadi 2026

PEMBAHASAN

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pelaksanaan usaha "Twintaste" secara langsung berkontribusi terhadap pengembangan jiwa kewirausahaan mahasiswa melalui empat dimensi utama: kreativitas dan inovasi, resiliensi, kemampuan mengambil risiko terukur, dan orientasi pasar. Temuan ini sejalan dengan landasan teori experiential learning yang menegaskan bahwa pengalaman nyata merupakan sumber pembelajaran paling efektif dalam membentuk kompetensi dan jiwa wirausaha (Maisaroh, 2019). Berbeda dengan program simulasi bisnis yang umumnya berlangsung dalam lingkungan terkontrol, pengelolaan usaha Twintaste mengekspos peneliti pada kompleksitas pasar yang sesungguhnya, di mana setiap keputusan memiliki konsekuensi finansial dan reputasi yang nyata.

Temuan pada dimensi kreativitas dan inovasi menunjukkan bahwa mahasiswa mampu mengembangkan ide produk yang berangkat dari observasi pasar langsung, bukan sekadar replikasi produk yang sudah ada. Proses ini mencerminkan apa yang oleh (David J. Teece, 1997) disebut sebagai *sensing capability* yaitu kemampuan mendeteksi peluang dan tren pasar secara organik. Dalam konteks UMKM mahasiswa, kreativitas tidak hanya berdimensi produk, tetapi juga mencakup inovasi kemasan dan strategi komunikasi merek yang adaptif (Hamdan, 2024). Hal ini mempertegas bahwa jiwa wirausaha yang berkembang melalui usaha nyata bersifat multidimensi dan tidak dapat sepenuhnya direplikasi melalui pembelajaran di kelas.

Pada dimensi resiliensi, temuan penelitian ini memperkuat argumen (Neck, HM, & Greene, 2011) bahwa ketangguhan wirausaha paling efektif terbentuk melalui paparan langsung terhadap kegagalan dan ketidakpastian bisnis. Mahasiswa yang mengelola Twintaste menghadapi tekanan ganda antara tuntutan akademik dan operasional usaha, yang secara tidak langsung melatih kemampuan manajemen prioritas dan adaptasi. Kondisi ini sejalan dengan temuan (Manilang et al., 2025) bahwa mahasiswa yang terlibat langsung dalam kegiatan usaha menunjukkan peningkatan ketangguhan dan kemandirian yang signifikan dibandingkan mahasiswa yang hanya menerima pembelajaran kewirausahaan secara teoritis.

Temuan pada dimensi pengambilan risiko terukur menunjukkan bahwa mahasiswa mampu membuat keputusan bisnis berdasarkan analisis sederhana namun sistematis, mencakup perhitungan biaya produksi, penetapan harga, dan kalkulasi risiko peluncuran dua produk sekaligus. Kemampuan

ini tidak muncul secara instan, melainkan berkembang melalui proses trial and error yang terdokumentasi dalam catatan lapangan. Hal ini sesuai dengan pandangan (Ma'rifah, 2019) bahwa pengalaman kewirausahaan berpengaruh signifikan terhadap sikap wirausaha mahasiswa karena keterlibatan langsung dalam aktivitas usaha meningkatkan kepercayaan diri dan kemampuan pengambilan keputusan secara nyata.

Pada dimensi orientasi pasar, Twintaste mendemonstrasikan bahwa mahasiswa yang menjalankan usaha nyata secara organik mengembangkan kepekaan terhadap kebutuhan konsumen dan dinamika persaingan. Strategi pemasaran yang memanfaatkan word-of-mouth dan media sosial terbukti efektif membangun kesadaran merek di lingkungan kampus dengan biaya minimal. Temuan ini selaras dengan (Fitriani & Arfian, 2025) yang menyatakan bahwa orientasi pasar yang kuat merupakan faktor kunci dalam meningkatkan daya saing UMKM, terutama pada segmen pasar yang spesifik dan terlokalisasi seperti lingkungan kampus.

Secara keseluruhan, penelitian ini memberikan kontribusi akademik berupa bukti empiris bahwa usaha mikro berbasis kampus seperti Twintaste berfungsi sebagai inkubator experiential learning yang efektif. Hal ini memperkuat argumen (Yuniasanti et al., 2024) bahwa intervensi pembelajaran berbasis proyek kewirausahaan nyata secara signifikan lebih efektif dalam mengembangkan jiwa kewirausahaan mahasiswa dibandingkan pendekatan pembelajaran konvensional. Lebih jauh, temuan ini juga mendukung urgensi integrasi program kewirausahaan berbasis praktik nyata ke dalam kurikulum perguruan tinggi sebagai bagian dari implementasi kebijakan Merdeka Belajar-Kampus Merdeka (Jacline et al., 2022).

Tabel 5. Perbandingan Jiwa Kewirausahaan Sebelum dan Sesudah Pengelolaan Twintaste

Dimensi Jiwa Kewirausahaan	Sebelum (Kondisi Awal)	Sesudah (Pasca Pengelolaan Twintaste)
Kreativitas & Inovasi	Terbatas pada konteks akademik; ide belum teruji pasar	Inovasi produk nyata yang telah mendapat validasi pasar
Resiliensi	Belum terpapar pada tekanan bisnis nyata	Mampu mengatasi hambatan operasional sambil mempertahankan motivasi
Pengambilan Risiko	Cenderung menghindari risiko finansial	Berani mengambil risiko terukur berbasis data sederhana
Orientasi Pasar	Pemahaman pasar bersifat teoritis	Pemahaman praktis mengenai perilaku pasar dan persaingan

SIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa pelaksanaan usaha Twintaste sebagai bentuk praktik kewirausahaan nyata berkontribusi terhadap pengembangan jiwa kewirausahaan mahasiswa, khususnya pada aspek kreativitas dan inovasi, resiliensi, kemampuan mengambil risiko secara terukur, serta orientasi pasar. Keterlibatan langsung dalam pengelolaan usaha memberikan pengalaman belajar yang membantu mahasiswa mengembangkan kemampuan adaptasi, pengambilan keputusan, dan pemahaman terhadap kebutuhan konsumen.

Secara praktis, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa usaha mikro berbasis kampus dapat dimanfaatkan sebagai media pembelajaran kewirausahaan yang efektif untuk mendukung pembentukan kompetensi wirausaha mahasiswa. Namun, penelitian ini memiliki keterbatasan karena hanya berfokus pada satu studi kasus, yaitu usaha Twintaste, sehingga hasilnya belum dapat digeneralisasikan secara luas. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan melibatkan lebih banyak jenis usaha dan partisipan agar diperoleh gambaran yang lebih komprehensif mengenai pengembangan jiwa kewirausahaan mahasiswa melalui praktik usaha nyata.

REFERENSI

- Azahra, A. S., Sepha, D. P., Septiani, N., & Nurwahyudin, R. M. (2025). *Mengembangkan Kompetensi Bisnis Mahasiswa Melalui Implementasi Langsung*. 3(2), 76–82.
- David J. Teece, G. Pi. and A. S. (1997). *Dynamic Capabilities And Strategic Management*. 18(March), 509–533.
- Fikri, M. H., Murhayati, S., & Darmawan, R. (2025). *Kebebasan Data dalam Penelitian Kualitatif*. 9, 13057–13065.
- Fitriana, A., & Aprilliani, R. (2025). *Tagar # Kaburajadulu : Strategi Meningkatkan Resiliensi Mental Wirausahawan Di Tengah*. 4(April), 1263–1269.
- Fitriani, & Arfian. (2025). *Inovasi Psikologis : Membangun Resiliensi dan Kreativitas Wirausaha di Era Digital secara efektif, data dan informasi menjadi aset penting yang membuka peluang dan strategi unik dan mengembangkan ide-ide orisinal . Praktik kewirausahaan baru ini menekankan*.
- Hamdan. (2024). *Peran Pendidikan Kewirausahaan di Perguruan Tinggi dalam Meningkatkan Daya Saing Mahasiswa dalam Memasuki Dunia Kerja*. 12(2), 734–749.
- Jacline, Sumual, B., J., & Maramis. (2022). *Urgensi entrepreneurship education bagi mahasiswa perguruan tinggi*. 23(1), 1–13.
- Koperasi, K. (2024). *Peraturan Menteri Koperasi dan UKM nomor 20 tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil dan menengah*. Kementrian Koperasi dan UKM.
- Ma'rifah, N. N. (2019). *Pengaruh Kebutuhan Berprestasi , Locus of Control Internal dan Pengalaman Kewirausahaan Terhadap Sikap Kewirausahaan Pada Mahasiswa*. 3(1), 55–70. <https://doi.org/10.26740/jpeka.v3n1.p55-70>
- Maisaroh. (2019). *Penerapan Discovery Learning untuk Menanamkan Karakter Kewirausahaan Mahasiswa pada Mata Kuliah Manajemen Ritel*. 2, 41–50.
- Manilang, E., Desi, E. N., & Belo, Y. (2025). *Inovasi dan Kreativitas : Pilar Utama dalam Kewirausahaan*.
- Manongko, A. A. C., & Listriyanti Palangda. (2025). *Model UMKM Mahasiswa Berbasis Digital dan Kearifan Lokal*. 6(5), 3756–3778.
- Neck, HM, & Greene, P. (2011). Pendidikan Kewirausahaan: Dunia yang Dikenal dan Batasan Baru. *Jurnal Manajemen Usaha Kecil*, 1(49), 57–70. <https://doi.org/https://doi.org/10.1111/j.1540-627X.2010.00314.x>
- Praditya, A., Pamungkas, I. B., & Rodiyana, N. (2024). *TINJAUAN LITERATUR : Pendidikan Entrepreneur Mahasiswa*. 7(4), 993–1007.
- Rafi, N., Firdaus, E., & Heryaningtias, R. (2025). *Pengaruh Nilai-Nilai Kewirausahaan terhadap*

- Rahman, D., & Kurniawati, D. (1997). *PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL BAGI PENGEMBANGAN PEMASARAN UMKM (STUDI DESKRIPTIF KUALITATIF PADA DISTRO DI KABUPATEN SUMENEP)* Darul Rahman 1 Dina Kurniawati 2. 09(02), 112–122.
- Rosmiati, Donny Teguh Santosa Junias, M. (2015). *Sikap, motivasi, dan minat berwirausaha mahasiswa.* 17(1), 21–30. <https://doi.org/10.9744/jmk.17.1.21>
- Rukin, S. P. (2012). *Metodologi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*. Jakad Media Publishing.
- Santoso, E., & Rahmawati, D. (2024). *The Influence of Entrepreneurial Orientation on Business Performance in Culinary MSMEs with the Business Environment as a Mediating Variable.* 2(1), 189–198.
- Sudirjo, F., Purwati, T., Budiman, Y. U., Jagakarsa, U. T., & Brawijaya, U. (2023). *Analisis Dampak Strategi Pemasaran Digital dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan : Perspektif Industri E-commerce.* 7, 7524–7532.
- Sugiyono. (2019). *Metode penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Tarigan, W. J., Alimuddin, M., Poddala, P., Fadly, H., Pratamaningtyas, S., Rosna, P., & Redjo, D. (2024). *Kewirausahaan* (P. T. Cahyono (ed.)). Yayasan Cendikia Mulia Mandiri Redaksi:
- Yin, R. K. (2018). *Case Study Research and Applications: Design and Method* (p. 319).
- Yuniasanti, R., Rinaldi, M. R., & Sandiasih, K. M. (2024). *Jurnal Psikologi Terapan dan Pendidikan experiential learning team project.* 6(1), 26–37.