

**Strategi Pemberian Layanan Wirausaha Dessertbox untuk
Meningkatkan Jiwa Kemandirian Remaja di Era Milenial**

Salwa Feby Annisa¹, Doddy Hartanto², Aprilia Setyowati³

¹²³Universitas Ahmad Dahlan
salwafebyannisa6604@gmail.com¹

ABSTRACT

The quasi-experimental method of providing entrepreneurial services is a strategy for developing the level of independence of teenagers in the millennium era. Currently, the strategy is being implemented to develop the entrepreneurial spirit of teenagers which aims to provide opportunities to become young entrepreneurs. In the current millennial era, there are many opportunities to earn income through independent entrepreneurship. This entrepreneurial service is provided to millennial teenagers not only to foster a spirit of independence but also to shape teenagers' creativity in entrepreneurship. Providing entrepreneurial services to teenagers in the current millennial era is very influential for the future, such as when teenagers are still studying at university, by providing entrepreneurial services it is able to foster the creative spirit of teenagers in creating small businesses that can generate financial coffers.

Keywords: *entrepreneurial services; independent spirit; millennial era*

ABSTRAK

Metode quasi eksperimen pemberian layanan kewirausahaan merupakan salah satu strategi pengembangan tingkat kemandirian remaja di era milenium. Saat ini strategi yang dijalankan adalah mengembangkan jiwa kewirausahaan para remaja yang bertujuan untuk memberikan kesempatan menjadi wirausahawan muda. Di era milenium saat ini banyak sekali peluang untuk mendapatkan penghasilan melalui wirausaha mandiri. Layanan kewirausahaan ini diberikan kepada remaja milenium bukan hanya untuk menumbuhkan jiwa kemandirian tetapi juga untuk membentuk kreativitas remaja dalam berwirausaha. Pemberian layanan kewirausahaan kepada remaja di era milenium saat ini sangat berpengaruh untuk masa yang akan datang seperti saat remaja masih menempuh pendidikan di perguruan tinggi, dengan pemberian layanan kewirausahaan mampu menumbuhkan jiwa kreatif remaja dalam menciptakan usaha kecil yang dapat menghasilkan pundi-pundi keuangan.

Kata kunci: layanan kewirausahaan; semangat mandiri; era milenial

PENDAHULUAN

Mengenai strategi pemberian layanan wirausaha dapat dikatakan bahwa, Wirausaha adalah seseorang yang membuat suatu produk, menentukan cara produksi, dan menyusun operasi untuk mengadakan produk baru hingga mengatur permodalan serta pemasaran (Nur Fadilah et al., 2024) Sedangkan menurut Ali (2021) wirausaha adalah semangat, perilaku dan kemampuan untuk memberikan tanggapan yang positif terhadap peluang memperoleh keuntungan untuk diri sendiri atau pelayanan yang lebih baik pada pelanggan atau masyarakat.

Dengan adanya wirausaha, maka seseorang termotivasi untuk memperoleh pundi penghasilan yang dihasilkan dari berwirausaha tersebut. Selain memiliki

peluang mengembangkan usaha juga berpeluang untuk mengendalikan nasib kehidupannya sendiri (Sabrina, 2021). Secara sederhana dan tidak langsung definisi wirausaha adalah proses melakukan identifikasi, mengembangkan, dan membawa visi ke dalam kehidupan yang berujung dengan dibentuknya sebuah usaha. Selain itu berwirausaha juga mampu mendorong seseorang untuk berfikir kreatif dalam membangun sebuah strategi bisnis.

Dengan adanya strategi bisnis, maka wirausahawan mampu memperoleh masukan referensi produk baru dari berbagai macam media, seperti media instagram, tiktok, twitter dan masih banyak lagi. Mengenai strategi bisnis tersebut penulis juga menyampaikan mengenai strategi layanan wirausaha untuk para remaja milenial saat ini. Tujuan dari hal tersebut tak lain adalah untuk membangun semangat jiwa kemandirian para remaja milenial, selain itu juga dengan adanya strategi layanan wirausaha bagi remaja milenial juga mampu mendorong kreativitas untuk di masa yang akan datang.

Strategi layanan wirausaha yang diberikan oleh penulis kepada para remaja milenial, antara lain adalah dengan memberikan workshop tentang cara pembuatan dessertbox dan juga workshop mengenai awal mula terbentuknya bisnis usaha di usia muda. Penulis memilih strategi layanan kepada para remaja di era milenial karena remaja saat ini banyak yang berminat dalam berwirausaha, selain itu strategi layanan ini diberikan kepada remaja era milenial karena agar para remaja mampu menjadi jiwa mandiri dan kreatif karena mampu bersaing dengan bisnis usaha diluar sana.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini ialah Quasi Eksperimen. Menurut Rachman et al., (2024:77) menyatakan bahwa "Metode penelitian Quasi eksperimen adalah sebuah metode yang memiliki kelompok kontrol, tetapi tidak dapat berfungsi sepenuhnya untuk mengontrol variable-variabel luar yang mempengaruhi pelaksanaan eksperimen". Metode quasi eksperimen digunakan untuk mengetahui peningkatan seberapa banyak tingkat peminat wirausaha bagi Remaja Milenial diluar sana serta metode ini digunakan karna dapat membantu menghitung seberapa banyak peminat jika para wirausaha mampu menciptakan produk usaha baru dan minat kemandirian bagi para Remaja di Era Milenial saat ini.

Oleh karena itu penulis menggunakan metode tersebut karena, dapat membantu dalam mengolah data yang akan diteliti serta mampu dalam mengembangkan rancangan wirausaha yang akan diteliti. Dengan menggunakan metode Quasi Eksperimen maka penulis akan lebih mudah dalam mengolah data penelitian mengenai produk baru serta dapat menciptakan produk baru. Dengan adanya metode ini maka penelitian yang dilakukan akan lebih mudah.

HASIL DAN PEMBAHASAN

a. Pengertian Strategi layanan wirausaha

Menurut Ismail Sholihin dalam Kasidi, (2020:1) kata strategi berasal dari bahasa Yunani, yaitu "Strategas" yang berasal dari "stratus" yang berarti militer dan "og" yang berarti memimpin. Strategi dalam konteks awalnya

diartikan sebagai generalship atau sesuatu yang dikerjakan oleh para jenderal dalam membuat rencana untuk menaklukkan dan memenangkan perang. Sedangkan menurut Rachmawati, (2020:4) mengatakan bahwa “Strategi adalah rencana manajer berskala besar dan berorientasi kepada masa depan untuk berinteraksi dengan lingkungan persaingan, guna mencapai sasaran-sasaran perusahaan.

Sedangkan layanan adalah, suatu kegiatan tidak berbagai cara memasarkan produk-produk yang tidak kasat mata dimana melibatkan usaha-usaha manusia menggunakan peralatan (Fenech et al., 2019). Sedangkan menurut Philip Kothler dalam (Sanawiri & Iqbal, 2018) mengemukakan bahwa pelayanan atau layanan dapat diartikan sebagai suatu kreativitas yang bermanfaat atau yang diberikan oleh satu atau beberapa pihak kepada pihak lain untuk dapat memuaskan kebutuhan dan keinginan yang pada dasarnya bersifat berwujud dan tidak akan menimbulkan kepemimpinan apapun kepada yang menerimanya. Harap periksa semua gambar dalam jurnal anda, baik di layar, maupun hasil versi cetak. Ketika memeriksa gambar versi cetak, pastikan bahwa: (1) warna mempunyai kontras yang cukup, (2) gambar cukup jelas, (3) semua label pada gambar dapat dibaca.

Pengertian lain tentang wirausaha Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) wirausaha sama dengan wiraswasta. Wirausaha yaitu seseorang yang pandai dan terampil dalam mengenali barang baru, memutuskan teknik cara memproduksi baru, mengatur operasi untuk memperoleh barang baru, menjualnya dan mengelola keuangan operasionalnya. Secara etimologis wirausaha adalah pejuang atau pahlawan yang melakukan perbuatan untuk mencapai sebuah tujuan (Syamsiyah & Ardana, 2022). Sedangkan Menurut Nataliia, (2020:30) Wirausaha adalah orang yang mampu mengubah versi ekonomi lebih baik dengan cara menjual dan berwirausaha dan sudah berjalan dengan cara menjual barang maupun jasa baru, membentuk suatu organisasi baru, atau menciptakan bahan baru untuk dijual. Wirausaha juga dapat diartikan bahwa seseorang yang membangun lapangan usaha bagi semua orang, seseorang yang merintis usaha dari mulai 0 hingga sampai usaha yang dijalankannya menjadi sukses dan dikenali banyak orang.

b. Awal mula membangun Bisnis di Era Milenial

Sebagian orang gagal memulai suatu usaha karena tidak tahu usaha apa yang harus dijalankam. (Pratiwi et al., 2017). Oleh karena itu, penulis pada saat akan membangun usaha ia terinspirasi ingin menjalankan usaha “Dessertbox” karena makanan tersebut makanan yang viral dan selalu memiliki berbagai macam variant yang baru disetiap trend yang ada. Awal mula penulis membangun usaha bisnis Dessertbox adalah saat masih duduk di sekolah perguruan tinggi pada semester pertama dan masih bertahan hingga saat ini pada semester 8. Banyak lika-liku yang dihadapi saat membangun bisnis usaha, mulai dari tidak dapat balik modal, tidak ada pembeli tetap, serta berusaha untuk selalu mempromosikan produk bisnis

usaha supaya tetap ramai di pasaran dan lebih dikenal banyak orang. Tak hanya itu juga, awal mula membangun bisnis Dessertbox ini juga bermula saat Bulan Ramadhan, ketika pada bulan tersebut banyak sekali orang yang mencari makanan untuk berbuka puasa, strategi usaha yang dilakukan oleh penulis adalah dengan mempromosikan selalu Dessertbox tersebut agar orang yang berpuasq membeli produk tersebut dan lebih banyak dikenal orang serta diminati banyak orang.

c. Mengetahui tentang Dessertbox

Dessertbox adalah makanan Viral kekinian dengan beraneka macam variant, Dessertbox juga merupakan makanan penutup atau bisa juga dijumpai dengan makanan pencuci mulut. Jadi, apa sih sebenarnya jenis makanan ini? Dessert box adalah makanan penutup atau bisa disebut dessert yang memadukan antara krim, kue, biscuit, dan pudding jadi satu dan dikemas dalam box bening. Alasan yang pertama, dessert box ini sangat sering direview oleh artis, selebgram dan influencer. Membuat banyak orang menjadi penasaran dengan DessertBox ini. Sekarang sudah banyak sekali yang menjualnya dengan berbagai macam merek. Alasan yang kedua adalah tampilannya yang unik dan cantik. Pengemasannya sangat cantik, Dengan tampilan yang unik dan cantik itulah yang menjadi salah satu alasan bisa menjadi sangat viral.

d. Keunggulan menjual Dessertbox

- a) Pecinta sajian kuliner manis itu ada banyak, seperti pecinta kuliner asam dan pedas. Maka artinya peluangnya terbuka lebar bila menjalankan bisnis ini karena pencarian konsumen sangat mudah. Bahkan tidak hanya wanita saja, pria juga menyukainya. Karena pasar dessert box sangat luas dan disukai semua orang.
- b) Mengingat sedang pandemi, semua konsumen biasanya akan merasa lebih aman bila berbelanja secara online. Beruntungnya saat ini ada banyak lapak gratis yang bisa dijadikan sebagai tempat berjualan online. Sehingga hal ini membuat peluang usaha dessert box semakin besar karena bisa memanfaatkan media e-Commerce gratis.
- c) Semakin banyak tempat yang bisa dijadikan sebagai ruang berjualan secara daring, hal ini membuat resiko kerugian, kebangkrutan, dan tidak laku semakin tipis. Anda hanya perlu memasarkannya secara daring ke media sosial supaya kulinernya lebih laku keras dan dikenal oleh masyarakat luas.
- d) Bisnis kuliner selama pandemi ini juga sangat berpeluang besar memberikan keuntungan kepada siapa saja. Karena dilihat dari mana saja, konsumennya ada banyak tanpa mengenal lapisan masyarakat. Selain itu modalnya juga tidak banyak sehingga cocok untuk pemula yang ingin membuka peluang usaha makanan manis.

e. Target Strategi Marketing di Era Milenial

Target strategi marketing yang dilakukan oleh penulis adalah para remaja di era milenial, mengapa demikian? Karena Remaja di era milenial ini

banyak sekali yang sangat tertarik di dunia kuliner serta di dunia bisnis usaha. Tak hanya itu pula, penulis memilih target para remaja milenial karena untuk bisa mengembangkan kreativitas di bidang usaha para remaja juga bisa berperan mandiri dalam menjalankan bisnis usaha. Dengan begitu penulis mengajarkan serta memberi banyak materi mengenai cara pembuatan Dessertbox serta mengajarkan bagaimana cara membuka bisnis usaha di usia muda di era milenial ini.

Dengan Tujuan di adakannya workshop ini antarlain yaitu, membekali peserta ilmu kewirausahaan dan memotivasi mereka untuk Semangat berwirausaha (Sanawiri & Iqbal, 2018). Karena masih banyaknya mahasiswa yang belum menguasai tentang berwirausaha dalam mengelola suatu usaha menjadi faktor kurangnya dorongan atau minat mereka dalam berwirausaha.



Gambar 1. Workshop memberikan ajaran tentang cara pembuatan Dessertbox

Gambar 1 Menjelaskan tentang workshop memberikan materi sekaligus praktek bagaimana cara membuat Dessertbox kepada komunitas Srikandi Ganjar DIY. Workshop mengenai tentang cara



Gambar 2. Workshop mengajarkan kepada ibu-ibu tentang cara pembuatan Tiramisu Dessertbox

Gambar 2. Menjelaskan tentang workshop kepada mahasiswa tentang bagaimana cara pembuatan Tiramisu Dessertbox. Didalam foto gambar tersebut, anggota yang mengikuti acara workshop antara lain yaitu para mahasiswi dari berbagai kampus. Didalam foto tersebut dapat dikatakan bahwa para remaja sangat antusias dan belajar Bersama mengenai cara pembuatan Dessertbox, metode pelaksanaan yang dilakukan dalam gambar tersebut berupa metode praktik dan materi secara langsung yang dimana para remaja tersebut dapat melihat tentang bagaimana cara pembuatan Dessertbox Tiramisu.



Gambar 3. Workshop mengajarkan kepada Komunitas Srikandi Ganjar DIY

Penjelasan tentang Gambar 3. Workshop yang mengajarkan kepada Komunitas Srikandi Ganjar DIY, yang dimana workshop tersebut mengajarkan tentang bagaimana cara pembuatan Dessert berupa Cupcake yang dibalut dengan


wipcream serta taburan topping diatas cupcake tersebut. Komunitas Srikandi Ganjar DIY merupakan komunitas yang bekerja sama dalam mengajarkan serta belajar Bersama tentang materi cara pembuatan Dessertbox.



Gambar 4. Foto Workshop Bersama dengan Komunitas Srikandi Ganjar DIY

Foto di atas pada saat acara workshop tentang cara pembuatan Dessert berjenis Cupcake yang diberi topping wip cream.

Tabel 1. menjelaskan tentang berbagai macam variant Dessertbox

No	Nama Dessert	Penjelasan Dessertbox
1		Dessertbox di samping Bernama "Choco Oreo" yang dimana cup box berisi dengan cramble halus oreo yang sudah dihaluskan menggunakan copper dan sudah diberi siraman lelehan margarin, setelah itu diberi wipcream dan diberi lelehan coklat lalu yang terakhir diberi topping keju.
2		Dessertbox di samping Bernama "Banoffe" yang dimana isinya berupa creamble rempahan biscuit marie yang sudah dihaluskan dan sudah diberi lelehan margarin, setelah itu disusun potongan buah pisang berjenis pisang raja, lalu

		<p>diberi caramell dan diberi wipcream setelah itu yang terakhir diberi topping taburan coklat bubuk.</p>
--	---	---

KESIMPULAN DAN SARAN

Menurut Sono et al., (2023) Strategi layanan wirausaha merupakan strategi pemasaran tentang bagaimana cara seseorang berwirausaha, membangun jiwa wirausaha sehingga mampu menjadi seseorang yang memiliki pendirian dan jiwa kemandirian yang kuat. Tak hanya itu strategi layanan ini juga dibuat karena agar para remaja di era milenial saat ini dapat memahami tentang arti jiwa interpreuner dan guna bisa dapat bermanfaat ketika para remaja tersebut sudah lulus dari sekolah perguruan tinggi, sehingga pada saat itu mampu menciptakan lapangan kerja bagi orang banyak.

Selain itu membicarakan mengenai strategi layanan wirausaha bagi remaja milenial tentang bagaimana cara menjadi wirausaha di usia muda, penulis juga memberikan sedikit materi mengenai Dessertbox atau yang biasa dikenal sebagai makanan viral dan pencuci mulut. Bisa dikatakan bahwa Dessert Box merupakan salah satu produk makanan ringan penutup (cake) yang saat ini sedang digemari banyak konsumen. Berbeda dengan dessert biasa yang disajikan di piring, dessert box bisa langsung dimakan dari tempatnya. Makanan manis yang ditata dalam kotak bening ini biasanya terdiri dari beberapa lapisan seperti creame cheese, oreo, taburan keju parut sebagai toping, dan lain sebagainya. Menjadikan makanan penutup ini sebagai alternatif tepat untuk menemani waktu santai kamu bersama rekan dan keluarga.

Selain itu, penulis membuat program strategi wirausaha untuk meningkatkan jiwa kemandirian mahasiswa antarlain agar penulis mampu memberi kesempatan kepada mahasiswa untuk dapat belajar dan mengembangkan diri menjadi calon wirausaha muda sejak masih duduk di bangku perkuliahan. Selain itu, strategi ini dapat membentuk sikap dan karakter wirausaha yang dapat percaya diri, visioner, kreatif, dan bertanggung jawab. Sikap dan karakter seorang wirausaha tersebut dibentuk melalui strategi pembekalan workshop yang dilakukan oleh penulis, selain workshop ada pula strategi Event pementasan UMKM, pengalaman berwirausaha, penyusunan proposal usaha, dan Expo (Pameran).

DAFTAR PUSTAKA

- Ali, I. (2021). Upaya Menumbuhkembangkan Kewirausahaan di Kalangan Mahasiswa Ismun. *Jurnal Muftadiin*, 7(154-172), 6.
- Bittersweet by Najla. (2021). *Bittersweet by Najla: Cake, Dessert and Coffee*. <https://www.bittersweetbynajla.id/>
- Dewi, S. K. S. (2017). *Konsep dan Pengembangan Kewirausahaan di Indonesia*. Deepublish.
- Dwiansyah, F. N. (2020). *Business Plan Dessert Box*. blogspot.com: <https://fiannurd.blogspot.com/2020/11/business-plan-cake-in-box.html>
- Faridatussalam, Retno, S., & Alfian Hikamul Abid, N. H. (2023). Menumbuhkan Jiwa Wirausaha Kalangan Anak Muda melalui Program Wirausaha Merdeka. *Jurnal Pengabdian Nasional (JPN) Indonesia*, 4(1), 74-80. <https://doi.org/https://doi.org/10.35870/jpni.v4i1.117>
- Fenech, Roberta, Baguant, P., & I, D. (2019). Entrepreneurial Attitudes, SelfEfficacy, and Subjective Norms amongst Female Emirati Entrepreneurs. *International Journal of Entrepreneurship*, 1(11).
- Kasidi. (2020). Tantangan Kewirausahaan di Era Ekonomi Digital. *Journal of Economic Education and Entrepreneurship*, 1(1), 17-23. <https://doi.org/10.31331/jeee.v1i1.1223>
- Merliyana, Shenurti, E., Saefurahman, A., Chandra, R., Burdah, A., Tanamal, N. A., Hendrawati, & Sutarno. (2022). Membuat Bisnis Menjadi Viral. *Progres Conference*, 5(2), 114-117.
- Nataliia, T. (2020). *Priority directions for development of digital marketing in the conditions of globalization (Pandemic E)*.
- Nur Fadilah, S., & Fauzi Rizqi Bahari, A., Farhatul Mahmuda, L. (2024). Strategi Pemasaran Digital Dalam Mendorong Keberhasilan Wirausaha Di Era Digital. *Konferensi Nasional Mitra FISIP*, 2(1), 7-15.
- Pratiwi, A., Santoso, E., & Fatmawati. (2017). ESKALASI USAHA KONVEKSI KAOS DAN SERAGAM KERJA MELALUI STRATEGI KUALITAS PRODUK, LAYANAN KONSUMEN DAN PERLUASAN JARINGAN PEMASARAN MELALUI E-COMMERCE PADA WIRAUSAHA FORUM DIFABEL MALANG RAYA (FORDIMARA) DI KOTA MALANG RAYA. *Indonesian Journal of Disability Studies (IJDS)*, 4(1), 45-50.
- Rachman, A., Yochanan, E., Samanlangi, A. I., & Purnomo, H. (2024). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. CV Saba Jaya Publisher.
- Rachmawati, R. (2020). *Kewirausahaan*. Deepublish.
- Sabrina, A. (2021). *Mengintip Strategi Marketing Dessert Box Bittersweet by Najla*.
- Sanawiri, B., & Iqbal, M. (2018). *Kewirausahaan*. Universitas Brawijaya Press.