
**MEWUJUDKAN *FOODPRENEUR* DALAM ERA REVOLUSI INDUSTRI
4.0 PADA TWT LEARNING CENTRE**

**^{1*}Triyadi, ²Dede Supiyana, ³Muhammad Zaenal Muttaqin Abdi, ⁴Rini Dianti
Fauzi, ⁵Widya Intan Sari**

Universitas Pamulang, Tangerang Selatan, Banten, Indonesia

Email : [*dosen02488@unpam.ac.id](mailto:dosen02488@unpam.ac.id)

Manuskrip: Desember -2021; Ditinjau: Desember -2021; Diterima: Desember -2021;

Online: Januari-2022; Diterbitkan: Januari-2022

ABSTRAK

Foodpreneur merupakan istilah bagi para pemuda yang bergerak dalam bidang kuliner atau makanan, mulai berjualan dari pintu ke pintu sampai mendirikan kafe di berbagai lokasi yang strategis. Kuliner yang disajikan juga beragam. Foodpreneur adalah individu yang rajin menciptakan peluang bisnis mereka sendiri disektor industri jasa kuliner dengan inovasi-inovasi baru dalam pengembangan (Buciyasi, 2016, dalam Murdafasmi, Y., Rachmatan, R., Nisa, H., & Riamanda, I. (2020)..Sebelum era revolusi industri 4.0 pola usaha yang mendominasi adalah bisnis atau usaha yang efisien dan produktif, maka di era revolusi industri 4.0 dan era digital, pola bisnis atau usahanya berubah menjadi inovatif dan kreatif. Perubahan pola bisnis ini adalah hal yang lumrah dan harus dilakukan oleh para penguasa, baik untuk bertahan dalam pasar maupun menjadi pesaing bagi pemimpin pasar yang lebih kuat. Dengan semakin majunya dunia digital dan meningkatnya persaingan di dunia bisnis kreatif, maka generasi muda lah yang harus menjadi generasi unggul dalam berinovasi dan melakukan hal yang kreatif. Seperti penelitian yang dilakukan Effendy, A. A., Mas'adi, M., Wicaksono, W., Nurhadi, A., & Murtiyoko, H. (2020), "Remaja sebagai Generasi muda saat ini lebih banyak yang menginginkan mendapatkan pekerjaan dibandingkan berwirausaha, hal ini didukung berbagai data dan penelitian dimana kurang minatnya remaja untuk berwirausaha Dengan adanya TWT Learning Centre sebagai lembaga pelatihan konsultasi bisnis dan pendidikan, diharapkan mampu memberikan dan mentransfer ilmu tentang foodpreneur dan memotivasi para mahasiswa dan para pelaku bisnis muda untuk segera beradaptasi dengan dunia ecommerce dan dunia digital yang sangat dinamis. Melakukan adaptasi dengan dunia digital melakukan pemasaran melalui Online atau e-commerce yang dapat meningkatkan daya jual produk dan bersaing dengan usaha sejenis lainnya. Hal ini menjadi sangat relevan dengan kebutuhan dunia bisnis yang terintegrasi dengan internet.

Kata Kunci: Foodpreneur Kreatif, TWT Learning Centre, Pebisnis Muda

PENDAHULUAN

Belakangan Sub sektor kuliner memberikan kontribusi yang cukup besar, yaitu 30% dari total pendapatan sektor pariwisata dan ekonomi kreatif. Industri kuliner mempunyai potensi yang sangat kuat untuk berkembang, oleh karena itu pemerintah akan mendukung sub sektor ini supaya lebih maju.

Beberapa pelaku industri kuliner melihat ada beberapa hal yang harus diperbaiki dan dikelola secara lebih serius. Salah satu di antaranya adalah perlunya akses perizinan usaha melalui satu pintu sehingga lebih mudah dan efektif. Para pebisnis kuliner baru sebaiknya mendapatkan panduan dari pemerintah, mulai dari pelatihan bisnis, informasi perizinan, sampai pada pendampingan hukum dalam proses pendirian usaha.

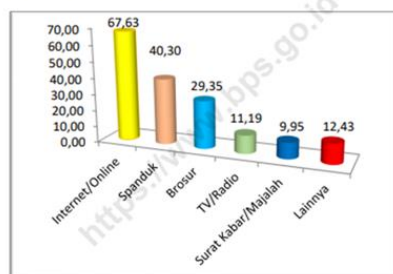
Sebagai wakil dari pemerintah Kemenparekraf berperan serta dalam mendampingi sub sektor kuliner ini. Kemenparekraf menyediakan fasilitasi seperti pelatihan bisnis, akses permodalan, dan pendampingan pendirian usaha. Kemenparekraf juga akan berpartisipasi dalam mempromosikan kuliner Indonesia yang sangat beraneka ragam ini di pasar domestik dan luar negeri. (<https://kemenparekraf.go.id/layanan/Subsektor-Ekonomi-Kreatif/Kuliner>) Jiwa-jiwa muda yang memiliki bisnis atau UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) harus terus berinovasi dan mengembangkan bisnisnya agar terus dapat berkembang dan mampu bertahan walaupun di masa pandemi saat ini. Salah satu mempertahankannya dapat dilakukan melalui strategi pemasaran secara Online atau disebut juga digipreneur Foodpreneur, seperti pemanfaatan media sosial di kalangan muda-mudi agar membuka peluang terjualnya produk atau jasa yang dipasarkan menjadi lebih luas dan terencana.

Kuliner menyumbang 41,40% PDB ekonomi kreatif pada 2016 yaitu sebesar Rp382 triliun dari Rp922,59 triliun. Deputy Akses Permodalan Badan Ekonomi Kreatif (Bekraf) Fajar Hutomo mengatakan pemerintah serius untuk menggarap ekonomi kreatif dan mampu menjadikannya tulang punggung perekonomian.

Dengan adanya TWT Learning Centre sebagai lembaga pelatihan konsultasi bisnis dan pendidikan, diharapkan mampu memberikan dan mentransfer ilmu tentang digipreneur Foodpreneur dan memotivasi para mahasiswa dan para pelaku bisnis muda untuk segera beradaptasi dengan dunia ecommerce dan dunia digital yang sangat dinamis. Melakukan adaptasi dengan dunia digital melakukan pemasaran melalui Online atau e-commerce yang dapat meningkatkan daya jual produk dan bersaing dengan usaha sejenis lainnya. Hal ini menjadi sangat relevan dengan kebutuhan dunia bisnis yang terintegrasi dengan internet.

Gambar 1. Persentase Penggunaan Sarana Promosi pada Usaha Penyedia Makan Minum Skala Menengah Besar, Tahun 2019

Figure 1. Percentage of the Use of Promotion Facilities at Medium and Large Scale of Food and Beverage Service Activities, 2019



Gambar 1. Presentase Sarana Promosi Pada Usaha Penyedia Makan Minum, tahun 2019

Dengan melihat data di atas, sebuah usaha yang menjual produk atau jasanya melalui e-commerce di Indonesia sudah sudah membaik, hal ini juga mencerminkan wilayah Tangerang masih ada harapan usahanya untuk dapat memasarkannya secara Online, para pelaku usaha harus menambah selain menjual produk dan atau jasanya melaluinya toko atau membuka lapak di pinggir jalan, dengan pemasaran melalui Online atau e-commerce yang dapat padahal pada era kompetitif ini terutama saat pandemi covid-19 seperti ini, meningkatkan daya jual produk dan bersaing dengan usaha sejenis lainnya.

Yang sangat menarik dari semua ini adalah meningkatnya pemain-pemain baru (new commers) dalam bisnis kreatif seperti 4 bidang yang dominan, yaitu bidang : kuliner, fashion, Kriya dan aplikasi multimedia (sumber : bekraf 2015), yang diisi oleh pelaku-plekau bisnia anak-anak usia produktif yang kreatif . hal ini terjadi karena mudahnya akses dan transfer knowledge dengan menggunakan fasilitas search engine (google) dan lainnya. Menurut data becraft tahun 2018, bahwa sumbangsih bisnis creative ini telah menyumbang Kontribusi bisnis ekonomi kreatif (Bekraf) lebih dari 1000 Triliun (sumber kompas.com 25 september 2018) dengan pelaku bisnis dominan dilakukan antara umur 25-59 sebesar 75.4%. artinya saat ini semua orang bisa melakukan bisnis, tanpa harus memiliki modal dan asset besar, seseorang yang memiliki ide creative dengan mudah dapat ditemukan oleh kelompok orang yang memiliki asset modal pertemuan mereka dilakukan di dunia maya dengan cepat dan praktis, kuncinya adalah kreatif dan inovatif. Era industri 4.0 ditandai konektivitas dan interaksi melalui teknologi informasi dan komunikasi yang terintegrasi. Konektivitas dan digitalisasi itu membuat nilai rantai manufaktur lebih efisien dan kualitas produknya (Reza, T. S., & Hermawansyah, W. 2019)

Karena saat ini pada masa era digital, maka sebuah solusi dalam mengembangkan usaha yaitu dengan pemasaran melalui digital atau promosi Online, hal ini sebagaimana riset yang dilakukan oleh Effendy, A. A., & Sunarsi, D. (2020). "Promosi Online lebih efektif pemasarannya melalui Media Sosial yaitu Whatsapp dengan presentase paling tinggi sebesar 34%, Instagram dengan

presentase 31%, facebook dengan presentase 19% dan selainnya, informan juga menggunakan media sosial berupa twitter sebesar 4%, website sebesar 4% dan Online shop: shopee sebesar 8%, sehingga promosi sangat efektif dilakukan melalui media Online terutama lebih efektif dilakukan promosinya melalui media sosial dibandingkan promosi melalui media elektronik, dan media cetak.”

Hal ini sesuai dengan tulisan dalam berita online oleh Mahnun Mas’adi. (2020), “Dengan semakin majunya teknologi, dan perubahan perilaku konsumtif masyarakat Indonesia, dikarenakan dampak Covid 19, maka E-commerce semakin memegang peranan penting dalam perubahan perilaku konsumen tersebut. Berikut komentar para CEO E-commerce terkenal di Indonesia; CEO blibli.com; “sebelum covid-19, e-commerce hanyalah sebuah pilihan. Namun untuk sekarang, penting sekali bagi toko retail dan produsen untuk menjual produk melalui platform e-commerce agar mampu mempertahankan bisnis mereka. hal ini akan memberikan dampak jangka panjang yang positif karena konsumen akan semakin terbiasa berbelanja secara online”. Lalu ada juga CEO go-jek; “pasar pengiriman makanan di indonesia berpotensi meningkat dua kali lipat pada tahun 2020 akibat dari wabah covid-19”.

Oleh karena itu, TWT Learning Centre sebagai lembaga pelatihan konsultan bisnis dan pendidikan perlu lebih mendalami mengenai digipreneur Foodpreneur, agar usaha atau bisnis yang dijalankan dapat mampu bertahan dan berkembang di saat pandemi seperti saat ini. Selain itu keilmuan para peserta nantinya juga akan bertambah dalam dunia digipreneur Foodpreneur.

Dalam pengabdian kepada masyarakat (PKM) yang dilakukan oleh dosen-dosen UNPAM khususnya dosen Manajemen Fakultas Ekonomi, merupakan salah satu upaya dalam berpartisipasi dan menjalankan peran untuk membekali dan memberikan ilmu pengetahuan, keterampilan dan karakter dalam tugasnya memberikan transfer ilmu pada TWT Learning Centre dengan tema, “Mewujudkan Foodpreneur Dalam Era Revolusi Industri 4.0 TWT Learning Centre”.

METODE

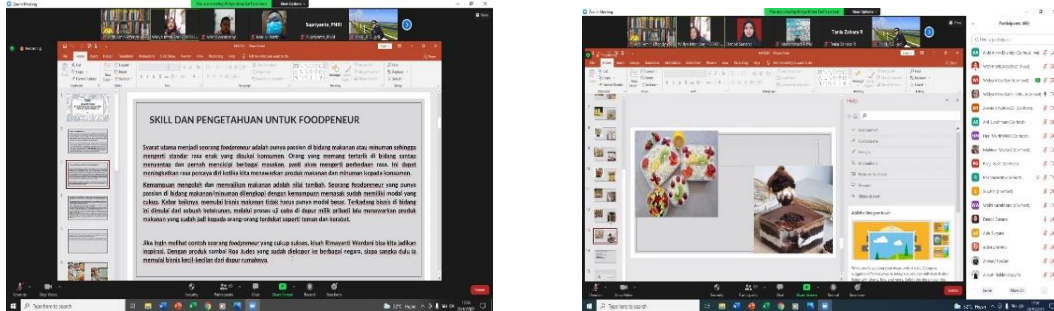
Metode Permasalahan yang dihadapi oleh TWT Learning Centre ialah Kurangnya Ilmu pengetahuan dalam digitalpreneur TWT Learning Centre belum memiliki ilmu pengetahuan dan wawasan yang memadai mengenai wirausaha yang kreatif, inovatif dan diferensiatif dan Tidak adanya yang membimbing dalam menjalankan bisnis. TWT Learning Centre tidak ada yang membimbing dalam menjalankan bisnis atau usaha, sehingga mereka ragu dan merasa takut dalam memulai dan menjalankan bisnis.

Solusi yang diusulkan atau ditawarkan dalam kegiatan PKM ini yaitu (1) Pemberian motivasi dan ilmu digitalpreneur dan foodpreneur. Dalam Pemberian motivasi dan ilmu kewirausahaan kepada TWT Learning Centre mengenai wirausaha yang kreatif, inovatif dan diferensiatif yaitu produk yang mempunyai ciri khas agar mudah dikenali masyarakat. Keilmuan wirausaha ini tidak hanya sekedar teori namun terdapat motivasi yaitu motivasi yang diberikan berupa kisah Sukses beberapa orang yang sukses dalam berwirausaha seperti kisah sukses bapak alm.

Bob Sadino, ustadz Yusuf Mansur, bapak DR. (HC). H. Darsono sebagai pendiri Unpam dan lain sebagainya, hal ini agar remaja sebagai generasi muda dapat termotivasi dan mengambil pelajaran yang diberikan oleh orang-orang yang sudah menjalankan usaha dan sukses dalam berwirausaha. (2) Bimbingan dalam menjalankan bisnis

Solusi yang diberikan kepada mitra atau TWT Learning Centre : bimbingan bagaimana cara menjual produk dan jasa kemudian kita membimbing sampai benar-benar dapat mengembangkan usahanya. Bimbingan ini berupa arahan bagaimana menjadi para pelaku wirausaha yang berhasil dan wawasan mengenai bahan baku yang mudah didapat, cara terbaik pemasaran dan bagaimana produk laku serta bagaimana cara mendapatkan laba yang maksimal. (3) Praktek dan simulasi cara dagang dan bahasa dalam menjual produk. Dosen Unpam sebagai pihak penyelenggara akan mengadakan praktek dan simulasi cara dagang dan bahasa dalam menjual produk, sehingga pihak wirausaha pemula yang terdiri dari pelajar dan mahasiswa dapat langsung belajar mempraktekkan cara menjual produk dengan bahasa yang baik, mudah dipahami konsumen dan produk yang kita jual agar mudah laku di pasaran.

Dosen-Dosen dalam pemberian materi oleh menggunakan alat bantu berupa zoom dikarenakan masih dalam masa pandemic, agar peserta dapat mengikuti penyuluhan seperti gambar di bawah ini.



Gambar 2. Tim PKM Dosen Universitas Pamulang sedang memberikan materi

Kegiatan diadakan pada TWT Learning Centre selama 3 hari yaitu pada tanggal 23, 24 dan 25 Oktober 2021.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil dari pemberian materi wawasan wirausaha yang kreatif, inovatif dan diferensiatif oleh dosen Manajemen Universitas Pamulang dan simulasi dan pendampingan bagi mitra TWT Learning Centre untuk akses digital dalam pemasaran bisnis kuliner dengan harapan bisa memajukan usahanya sampai berkembang.

Permasalahan yang dihadapi oleh para pengusaha TWT Learning Centre ialah Kurangnya Ilmu pengetahuan dalam TWT Learning Centre belum memiliki ilmu pengetahuan dan wawasan yang memadai mengenai wirausaha yang kreatif, inovatif dan diferensiatif seperti foodpreneur.

Dari serangkaian kegiatan pengabdian Tim PKM Dosen dan mahasiswa Fakultas Ekonomi jurusan Manajemen Universitas Pamulang, maka hasil dari kegiatan pengabdian yang dilakukan adalah sebagai berikut: Pemahaman mengenai ilmu kewirausahaan yang kreatif, inovatif dan diferensiatif

TWT Learning Centre dapat memahami ilmu kewirausahaan yang kreatif, inovatif dan diferensiatif serta dapat mengambil pelajaran dari kisah sukses beberapa orang yang sukses dalam berwirausaha..

Setelah pemberian motivasi dan ilmu kewirausahaan kepada TWT Learning Centre, tim PKM dari dosen-dosen Unpam membimbing TWT Learning Centre dalam simulasi dagang dan cara menjual produk kuliner dan kemudian kita membimbing sampai TWT Learning Centre benar-benar dapat memulai dan menjalankan usahanya. Bahkan tim dosen-dosen Unpam akan bersedia membuka konsultasi bagi para remaja yang kesulitan saat menjalankan usahanya. Konsultasi ini diberikan agar pihak mitra yaitu TWT Learning Centre lebih termotivasi dan merasa optimis jika mereka merasa kesulitan dan merasa bingung dalam memulai usaha dan menjalankan usaha kuliner sampai memperoleh laba maksimal dan mengembangkan usahanya.

Pendampingan bagi usaha kuliner untuk akses internet dalam dunia digital. Pihak Mitra yaitu TWT Learning Centre diberikan pendampingan agar mereka dapat mengetahui cara dalam menggunakan internet maupun dunia digital dalam menjalankan usaha kuliner, dengan harapan bisa memajukan usahanya sampai berkembang. dari pemberian materi wawasan wirausaha yang kreatif, inovatif dan diferensiatif oleh dosen Manajemen Universitas Pamulang dan simulasi dan pendampingan bagi mitra TWT Learning Centre untuk akses digital dalam pemasaran dengan harapan bisa memajukan usahanya sampai berkembang.

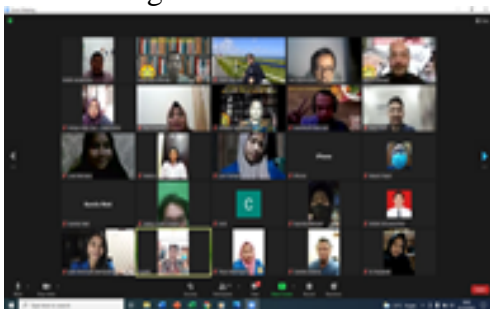
Permasalahan yang dihadapi oleh para pengusaha TWT Learning Centre ialah Kurangnya Ilmu pengetahuan dalam TWT Learning Centre belum memiliki ilmu pengetahuan dan wawasan yang memadai mengenai wirausaha yang kreatif, inovatif dan diferensiatif dan Tidak adanya akses dalam dunia digital dalam pengembangan usahanya.

Dari serangkaian kegiatan pengabdian Tim PKM Dosen dan mahasiswa Fakultas Ekonomi jurusan Manajemen Universitas Pamulang, maka hasil dari kegiatan pengabdian yang dilakukan adalah sebagai berikut: Pemahaman mengenai ilmu kewirausahaan yang kreatif, inovatif dan diferensiatif TWT Learning Centre dapat memahami ilmu kewirausahaan yang kreatif, inovatif dan diferensiatif serta dapat mengambil pelajaran dari kisah sukses beberapa orang yang sukses dalam berwirausaha..

Setelah pemberian motivasi dan ilmu kewirausahaan kepada TWT Learning Centre, tim PKM dari dosen-dosen Unpam membimbing TWT Learning Centre dalam simulasi dagang dan cara menjual produk dan kemudian kita membimbing sampai TWT Learning Centre benar-benar dapat memulai dan menjalankan usahanya. Bahkan tim dosen-dosen Unpam akan bersedia membuka konsultasi bagi para remaja yang kesulitan saat menjalankan usahanya. Konsultasi ini diberikan agar pihak mitra yaitu TWT Learning Centre lebih termotivasi dan

merasa optimis jika mereka merasa kesulitan dan merasa bingung dalam memulai usaha dan menjalankan usaha sampai memperoleh laba maksimal dan mengembangkan usahanya.

Pendampingan bagi mitra untuk akses internet dalam dunia digital. Pihak Mitra yaitu TWT Learning Centre diberikan pendampingan agar mereka dapat mengetahui cara dalam menggunakan internet maupun dunia digital dalam menjalankan usahanya, dengan harapan bisa memajukan usahanya sampai berkembang.



Gambar 3 Pembukaan oleh Tim PKM



Gambar 4. Pemberian Materi PKM

Kegiatan pada gambar di atas pembukaan dan doa agar seluruh rangkaian kegiatan PKM dapat berjalan lancar, yang dilanjutkan dengan mengadakan ice breaking sebelum pemberian materi keuangan agar peserta lebih fokus dalam mengikuti penyuluhan yang dilakukan dosen-dosen Fakultas Ekonomi Universitas Pamulang.

KESIMPULAN

Hasil dari Pelaksanaan kegiatan PKM oleh dosen-dosen Fakultas Ekonomi Universitas Pamulang dapat membuahkan hasil yang positif terlihat dari antusias dan bersemangat dalam mengikuti pemberian materi, tanya jawab dan kuis.

Saran kami bagi TWT Learning Centre untuk dapat bertambahnya keilmuan pelaku TWT Learning Centre dalam menjadikan usaha kulinernya lebih kreatif, inovatif dan diferensiatif, dan mendapatkan akses dalam dunia digital. Kami berharap kegiatan pengabdian kepada masyarakat di masa yang akan datang dapat lebih terprogram dan terlaksana dengan baik. Semoga kegiatan pengabdian masyarakat ini dapat bermanfaat bagi masyarakat, khususnya TWT Learning Centre.

DAFTAR PUSTAKA

- Budiyanto, A., & Effendy, A. A. (2020). Analisa Kebijakan Pemerintah Kota Tangerang Selatan terhadap Pemberdayaan Koperasi dan UMKM dan Dampaknya terhadap Pemerataan Kesejahteraan Masyarakat. *Jurnal Mandiri: Ilmu Pengetahuan, Seni, Dan Teknologi*, 4(1), 80-93.
- Djamarah, Syaiful Bahri dan Aswan Zain. 2014. *Strategi Belajar Mengajar*. Cet 5, PT Rineka Cipta, Jakarta. Hlm. 39-41

- Effendy, A. A., & Sunarsi, D. (2020). Persepsi Mahasiswa Terhadap Kemampuan Dalam Mendirikan UMKM Dan Efektivitas Promosi Melalui Online Di Kota Tangerang Selatan. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi)*, 4(3), 702-714.
- Effendy, A. A., Budiyanto, A., Nurhadi, A., Murtiyoko, H., & Mas'adi, M. (2020). "Implementasi Kewirausahaan dan Koperasi di Sekolah pada SMK Mulia Buana, Parung Panjang–Kab. Bogor." *DEDIKASI PKM*, 1(2), 105-110.
- Fadly, H. D., & Utama, S. (2020). "Membangun Pemasaran Online Dan Digital Branding Ditengah Pandemi Covid-19." *Jurnal Ecoment Global: Kajian Bisnis dan Manajemen*, 5(2), 213-222.
- Hamalik, Oemar. 2008. *Kurikulum dan Pembelajaran*, Cet. 7, PT. Bumi Aksara, Jakarta. Hlm. 37
- Haryadi, R. N., Anda Rojali, Khumidin, & M. Fauzan. (2021). Sosialisasi Penggunaan Online Shop berbasis Website di UMKM Cimanggis. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Madani (JPMM)*, 1(1), 10–16. <https://doi.org/10.51805/jpmm.v1i1.3>
- Mas'adi, M., Effendy, A. A., Nurhadi, A., Wicaksono, W., & Murtiyoko, H. (2021). Berwirausaha Dengan Semangat Kolaborasi Bersama Kurir Online Pada Pelaku UMKM Di Wilayah Reni Jaya Pamulang Barat. *Jurnal Pengabdian Dharma Laksana*, 3(2), 173-178.
- Nasution, Prof. Dr. S., 2015. "Berbagai Pendekatan dalam Proses Belajar dan Mengajar", PT Bumi Aksara, Jakarta
- Rahayu, R., & Day, J. (2015). Determinant Factors of E-commerce Adoption by SMEs in Developing Country: Evidence from Indonesia. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 195, 142-150.
- Reza, T. S., & Hermawansyah, W. (2019). Masa Depan Bisnis Kreatif di Era Revolusi Industri 4.0 Ditinjau dari Kebijakan Sektor Publik, Bisnis dan Perpajakan. *Majalah Ilmiah Bijak*, 16(1), 48-52. I.D.K.R., Brahmayanti, L.A. dan Subaedi. 2010. "Kompetensi SDM UKM dan Pengaruhnya Terhadap Kinerja UKM di Surabaya." *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 12 (1) <https://kemenparekraf.go.id/layanan/Subsektor-Ekonomi-Kreatif/Kuliner>
<http://mediakontroversi.co.id/2020/05/05/bunuh-virusnya-tapi-jangan-usahanya/>