

## Perjalanan Pengembangan Usaha Kedai Nasaa Rasa melalui Program PKM Mahasiswa

Nurul Azizah, Nisa Shafira A, Hamdana Zulfa, Andrian Abdul A, Alan Alfariza P, Diah Ayu Sanggarwati

STIE Mahardhika, Surabaya, Indonesia

E-mail: nurulazizahkim@gmail.com, anazulfa002@gmail.com, andrianabdulaziz53@gmail.com, alanalfariza@gmail.com, shafiraalhayat@gmail.com, diah.ayusanggarwati@stiemahardhika.ac.id

### ABSTRAK

Pengembangan usaha mahasiswa melalui Program Kreativitas Mahasiswa (PKM) merupakan salah satu upaya strategis untuk meningkatkan kompetensi kewirausahaan di lingkungan perguruan tinggi. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh pentingnya proses pembelajaran berbasis pengalaman dalam membentuk kemampuan inovasi, perencanaan bisnis, dan adaptasi terhadap dinamika pasar. Tujuan penelitian ini adalah menganalisis perjalanan pengembangan usaha Kedai Nasaa Rasa sebagai salah satu wirausaha mahasiswa yang dikembangkan melalui program PKM, dengan fokus pada proses bimbingan, strategi implementasi, pengalaman lapangan, serta evaluasi usaha. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif, di mana data diperoleh melalui observasi, wawancara semi-terstruktur, dan dokumentasi aktivitas tim selama pelaksanaan program. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengembangan usaha berlangsung melalui tahapan bertahap yang mencakup perumusan ide, penyusunan proposal, penjualan awal produk, evaluasi, dan ekspansi penjualan. Setiap tahap memberikan pengalaman penting yang meningkatkan kemampuan tim dalam memahami pasar, memperbaiki kualitas produk, dan menyesuaikan strategi bisnis. Penelitian ini menyimpulkan bahwa PKM berperan signifikan dalam memberikan pengalaman praktik kewirausahaan yang mendorong kreativitas, kemampuan evaluatif, serta keterampilan manajerial mahasiswa. Temuan ini memiliki implikasi bagi pengembangan program kewirausahaan kampus agar lebih menekankan proses pendampingan dan pengalaman lapangan untuk memperkuat keberhasilan usaha mahasiswa.

Kata kunci: PKM, kewirausahaan mahasiswa, pengembangan usaha

### ABSTRACT

*Student business development through the Student Creativity Program (PKM) is a strategic effort to improve entrepreneurial competency in higher education. This research is motivated by the importance of experiential learning processes in developing innovation, business planning, and adaptation to market dynamics. The purpose of this study is to analyze the development journey of Kedai Nasaa Rasa, one of the student businesses developed through the PKM program, with a focus on the mentoring process, implementation strategies, field experience, and business evaluation. This study uses a qualitative method with a descriptive approach, where data is obtained through observation, semi-structured interviews, and documentation of team activities during the program implementation. The results show that business development proceeds through gradual stages including idea formulation, proposal preparation, initial product sales, evaluation, and sales expansion. Each stage provides important experiences that enhance the team's ability to understand the market, improve product quality, and adjust business strategies. This study concludes that PKM plays a significant role in providing practical entrepreneurial experience that encourages students' creativity, evaluative abilities, and managerial skills. These findings have implications for the development of campus entrepreneurship programs to emphasize mentoring and field experience to strengthen student business success.*

*Keywords:* PKM, student entrepreneurship, business development

### 1. Pendahuluan

Program Kreativitas Mahasiswa (PKM) merupakan salah satu inisiatif strategis perguruan tinggi dalam menumbuhkan karakter kewirausahaan sekaligus kemampuan manajerial di kalangan mahasiswa. Melalui program ini, mahasiswa tidak hanya dituntut untuk menghasilkan gagasan usaha, tetapi juga mengembangkan keterampilan penting seperti pemecahan masalah, pengambilan

keputusan, komunikasi bisnis, serta kerja sama tim (Amrie, 2022). PKM menyediakan ruang eksperimen yang memungkinkan mahasiswa merancang, menguji, dan mengembangkan ide usaha secara langsung dalam konteks nyata. Pada praktiknya, PKM menjadi jembatan antara teori kewirausahaan yang diperoleh di kelas dengan penerapannya dalam kegiatan usaha yang sesungguhnya. Mahasiswa dapat memahami bahwa pengembangan usaha membutuhkan proses panjang yang melibatkan perencanaan, eksekusi, evaluasi, dan kemampuan beradaptasi terhadap perubahan (Rizaldy & Hutomo, 2024).

Dalam pelaksanaan PKM, pendampingan dosen serta interaksi mahasiswa dengan lingkungan pasar menjadi komponen penting yang menentukan arah perkembangan usaha. Penelitian terdahulu oleh Lerebulan & Sunaryo, (2024) menunjukkan bahwa proses konsultasi, penyusunan rencana bisnis, dan evaluasi berkelanjutan memiliki pengaruh signifikan terhadap keberhasilan wirausaha pemula. Meskipun demikian, masih terdapat kesenjangan penelitian yang cukup mencolok, yaitu kurangnya pembahasan yang mendalam mengenai proses perjalanan usaha mahasiswa secara menyeluruh. Penelitian oleh Komarudin et al., (2024) menyoroti hasil akhir program, seperti keuntungan, inovasi produk, atau keberhasilan kegiatan, tanpa membahas detail dinamika proses seperti penyesuaian strategi, tantangan lapangan, serta perubahan-perubahan yang terjadi selama masa pendampingan. Proses tersebut merupakan aspek penting yang dapat memberikan gambaran nyata mengenai bagaimana sebuah usaha mahasiswa berkembang dari ide hingga menjadi produk yang siap bersaing.

Kesenjangan ini menjadi relevan ketika kami menjalani proses pengembangan Kedai Nasaa Rasa, sebuah usaha kuliner yang dikembangkan dalam rangka mengikuti PKM. Pada tahap awal, kegiatan dimulai dengan diskusi intensif untuk mencari ide usaha yang tidak hanya menarik tetapi juga memiliki peluang pasar yang jelas. Dalam proses tersebut, kami mengidentifikasi jenis produk, menyesuaikan konsep bisnis dengan tren konsumsi mahasiswa, menyusun pembagian tugas, hingga merumuskan strategi awal yang akan digunakan. Tahap ini kemudian dilanjutkan dengan penyusunan proposal dan konsultasi langsung dengan dosen pembimbing, yang memberikan berbagai masukan terkait kelayakan usaha, kelengkapan analisis pasar, serta perbaikan dalam struktur proposal. Melalui rangkaian bimbingan tersebut, kami mendapatkan pemahaman lebih mendalam mengenai bagaimana sebuah ide dapat dikembangkan menjadi konsep bisnis yang lebih solid dan terukur.

Setelah proses perencanaan dianggap cukup matang, kami memasuki tahap implementasi lapangan yang menjadi bagian paling menantang sekaligus memberi pengalaman berharga. Penjualan perdana dilakukan untuk menguji kualitas produk dan melihat respons langsung dari konsumen. Pada tahap ini, kami menyadari pentingnya konsistensi rasa, kecepatan pelayanan, dan cara menyampaikan nilai produk kepada pembeli. Penjualan di berbagai lokasi baik di acara kampus seperti PKM Fest maupun di area publik membantu kami memahami dinamika pasar yang lebih luas. Kami belajar bagaimana mengelola persediaan, menata display produk, menyesuaikan harga, hingga melakukan promosi langsung kepada calon pelanggan. Evaluasi berkala dilakukan setelah setiap kegiatan penjualan untuk meninjau kembali strategi pemasaran, efektivitas operasional, serta potensi pengembangan usaha ke tahap berikutnya (Sinaga et al., 2025).

Seluruh rangkaian kegiatan tersebut memberikan gambaran nyata bahwa proses pengembangan Kedai Nasaa Rasa merupakan perjalanan yang kompleks, melibatkan pembelajaran berkelanjutan serta kemampuan beradaptasi terhadap situasi lapangan. Pengalaman langsung dalam merancang, melaksanakan, dan mengevaluasi kegiatan usaha menunjukkan bahwa keberhasilan PKM tidak hanya diukur dari produk atau keuntungan yang dihasilkan, tetapi juga dari proses transformasi pengetahuan dan keterampilan mahasiswa selama menjalani program. Berdasarkan urgensi tersebut, penelitian ini bertujuan menganalisis perjalanan pengembangan usaha Kedai Nasaa Rasa melalui Program PKM Mahasiswa, khususnya pada aspek proses bimbingan, strategi implementasi, pengalaman lapangan, serta dinamika evaluatif yang mempengaruhi perkembangan usaha.

## 2. Tinjauan Pustaka

### 2.1. Teori Kewirausahaan

Teori kewirausahaan merupakan landasan yang menjelaskan bagaimana individu mampu menciptakan nilai melalui inovasi, pemanfaatan peluang, dan pengelolaan risiko dalam suatu kegiatan bisnis. Menurut Schumpeter dalam buku SastroAtmodjo et al., (2025) menyatakan bahwa inti dari kewirausahaan terletak pada aktivitas inovatif, yaitu kemampuan menghasilkan sesuatu yang baru ataupun melakukan improvement yang signifikan terhadap produk dan proses yang sudah ada. Perspektif ini menempatkan wirausahawan sebagai agen perubahan yang mendorong dinamika ekonomi melalui kreativitas dan keberanian berinovasi. Kewirausahaan merupakan disiplin ilmu yang dapat dipelajari, di mana inovasi menjadi alat utama untuk memanfaatkan perubahan sosial, teknologi, atau kebutuhan konsumen. Dalam konteks mahasiswa, teori kewirausahaan relevan karena mahasiswa berada pada usia kreatif yang potensial, memiliki akses terhadap pembelajaran, serta berada dalam lingkungan yang mendukung eksplorasi ide baru. Kegiatan PKM menjadi sarana ideal bagi mahasiswa untuk menerapkan teori kewirausahaan melalui pengalaman langsung mengembangkan produk, menyusun strategi bisnis, dan menghadapi tantangan pasar yang nyata.

### 2.2. Teori Pengembangan Usaha

Teori pengembangan usaha menjelaskan proses bertahap yang dilalui sebuah bisnis dari tahap perencanaan hingga fase pertumbuhan yang berkelanjutan. Greiner menjelaskan dalam buku Iswahyudi et al., (2023) bahwa perjalanan perkembangan organisasi terdiri atas beberapa fase, dimulai dari fase kreativitas di mana pemilik usaha berfokus pada penciptaan produk, hingga fase-fase berikutnya seperti pengarahan, delegasi, koordinasi, dan kolaborasi. Setiap fase memiliki karakteristik tantangan yang berbeda, misalnya kebutuhan struktur manajemen yang lebih baik ketika usaha mulai berkembang. Teori lain yang relevan adalah model Small Business Growth oleh Churchill dan Lewis dalam Alwi et al., (2023), yang membagi perkembangan usaha kecil ke dalam beberapa tahap: eksistensi, kelangsungan hidup, keberhasilan, hingga pertumbuhan terkontrol. Pada tahap awal, usaha harus memastikan produk diterima pasar dan memiliki model operasional yang jelas. Bagi usaha mahasiswa seperti Kedai Nasaa Rasa, teori ini sangat penting karena fase yang dilalui lebih banyak berada pada tahap eksistensi dan kelangsungan hidup, yaitu tahap uji coba produk, penerimaan pasar, evaluasi kualitas, dan perbaikan strategi penjualan. Pemahaman terhadap teori pengembangan usaha membantu memetakan strategi yang tepat untuk menjaga keberlanjutan usaha di tengah keterbatasan sumber daya mahasiswa.

### 2.3. Penelitian Sebelumnya

Penelitian terkait kewirausahaan mahasiswa menunjukkan bahwa pengalaman langsung melalui program seperti PKM memberikan pengaruh signifikan terhadap perkembangan kemampuan wirausaha. Rahman et al., (2024) menemukan bahwa keterlibatan mahasiswa dalam program kewirausahaan meningkatkan kemampuan komunikasi, kreativitas, dan kemampuan berpikir strategis. Toyib et al., (2024) juga menyatakan bahwa bimbingan dosen berperan besar dalam meningkatkan kualitas perencanaan usaha mahasiswa, terutama dalam aspek penyusunan proposal, analisis pasar, dan strategi operasional. Selain itu, Aulia et al., (2024) mengungkapkan bahwa aktivitas penjualan langsung memberikan dampak positif terhadap kemampuan mahasiswa dalam membaca kebutuhan konsumen dan menyesuaikan produk sesuai permintaan pasar.

Penelitian lain oleh Nasir, (2025) menunjukkan bahwa pengalaman berwirausaha selama kuliah meningkatkan kepercayaan diri mahasiswa dalam memulai usaha setelah lulus, terutama ketika mereka mendapatkan pendampingan intensif dari pihak kampus. Sementara itu, studi oleh Pratama & Wardan, (2025) menekankan bahwa usaha mahasiswa cenderung berhasil ketika mereka mampu melakukan evaluasi berkelanjutan terhadap produk dan strategi pemasaran selama kegiatan kewirausahaan berlangsung. Secara keseluruhan, penelitian-penelitian tersebut menegaskan bahwa PKM tidak hanya berfungsi sebagai wadah pembelajaran, tetapi juga sebagai platform penting dalam

mengembangkan usaha nyata yang dapat tumbuh melalui proses evaluasi, pendampingan, dan interaksi langsung dengan konsumen.

### **3. Metode Penelitian**

#### **3.1. Desain Penelitian**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain deskriptif. Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian berfokus pada pemahaman mendalam mengenai proses perjalanan pengembangan usaha Kedai Nasaa Rasa dalam konteks Program Kreativitas Mahasiswa (PKM). Penelitian kualitatif memungkinkan peneliti menggali pengalaman, dinamika, serta perubahan yang terjadi selama proses perencanaan hingga pelaksanaan usaha secara lebih komprehensif (Fitrah & Luthfiyah, 2020). Data yang digunakan berupa data kualitatif seperti hasil observasi lapangan, pengalaman langsung selama kegiatan PKM, interaksi dengan pembimbing, serta refleksi tim terhadap proses penjualan dan evaluasi usaha. Informasi yang dikumpulkan bertujuan untuk memberikan gambaran yang detail mengenai bagaimana usaha dikembangkan, tantangan yang dihadapi, serta strategi yang digunakan untuk mengatasi hambatan selama program berlangsung. Desain penelitian ini diarahkan untuk menghasilkan pemahaman naratif yang mendalam mengenai fenomena yang diteliti.

#### **3.2. Sampel Penelitian**

Sampel penelitian dipilih menggunakan teknik *purposive*, yaitu berdasarkan keterlibatan langsung dalam proses pengembangan usaha Kedai Nasaa Rasa. Sampel meliputi anggota tim PKM yang terlibat dalam perencanaan dan pelaksanaan usaha, dosen pembimbing PKM, serta beberapa konsumen awal yang memberikan masukan terhadap produk. Pemilihan sampel ini dilakukan untuk memperoleh informasi yang relevan dan mendalam mengenai pengalaman dan proses yang terjadi selama kegiatan PKM.

#### **3.3. Alat dan Prosedur Pengumpulan Data**

Pengumpulan data dilakukan menggunakan tiga teknik utama, yaitu observasi, wawancara, dan dokumentasi. Observasi dilakukan secara langsung selama proses pelaksanaan usaha, mulai dari persiapan produksi, kegiatan penjualan, hingga interaksi dengan konsumen. Wawancara dilakukan secara semi-terstruktur kepada anggota tim PKM, dosen pembimbing, dan beberapa konsumen untuk mendapatkan pemahaman lebih mendalam mengenai pengalaman, tanggapan, serta evaluasi terhadap usaha. Pertanyaan wawancara difokuskan pada proses perencanaan, tantangan lapangan, strategi pemasaran, dan perubahan yang dilakukan selama kegiatan berlangsung. Dokumentasi berupa catatan kegiatan PKM, foto aktivitas penjualan, hasil bimbingan, serta laporan internal tim digunakan untuk mendukung data observasi dan wawancara. Seluruh proses pengumpulan data dilakukan secara bertahap mengikuti alur kegiatan PKM, sehingga data yang diperoleh mencerminkan kondisi dan pengalaman aktual selama program berlangsung.

#### **3.4. Analisis Data**

Analisis data dilakukan menggunakan model Miles dan Huberman yang meliputi reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Reduksi data dilakukan dengan memilih informasi relevan, kemudian disusun dalam bentuk narasi untuk memudahkan pemahaman. Kesimpulan ditarik berdasarkan pola dan temuan utama yang muncul dari hasil pengumpulan data.

### **4. Hasil dan Pembahasan**

#### **4.1. Hasil Penelitian**

Temuan penelitian dirangkum dalam tabel berikut yang menggambarkan alur kegiatan PKM, kondisi lapangan yang dialami secara langsung, serta dampaknya terhadap perkembangan usaha Kedai Nasaa Rasa.

**Tabel 1. Ringkasan Proses Pengembangan Usaha Kedai Nasaa Rasa**

<b>Tahap Kegiatan</b>	<b>Temuan Lapangan</b>	<b>Dampak Terhadap Pengembangan Usaha</b>
<b>Perumusan Ide Usaha</b>	Diskusi tim menghasilkan konsep produk kuliner sederhana namun memiliki peluang pasar di lingkungan kampus.	Menghasilkan ide usaha yang relevan dan siap dikembangkan lebih lanjut.
<b>Penyusunan dan Revisi Proposal</b>	Konsultasi dengan dosen pembimbing menghasilkan perbaikan pada latar belakang, analisis pasar, dan anggaran.	Meningkatkan kelayakan usaha dan memperjelas arah strategi usaha.
<b>Penjualan Awal Produk</b>	Penjualan perdana mendapat respons positif; terdapat masukan mengenai rasa dan kemasan.	Memberikan gambaran awal mengenai preferensi konsumen dan kebutuhan evaluasi produk.
<b>Evaluasi dan Perbaikan Produk</b>	Tim melakukan perbaikan rasa, menambah opsi kemasan, serta memperbaiki proses produksi.	Produk menjadi lebih kompetitif dan sesuai kebutuhan konsumen.
<b>Ekspansi Penjualan</b>	Penjualan diperluas ke acara kampus dan area publik untuk menguji pasar lebih luas.	Meningkatkan visibilitas usaha dan memperluas basis pelanggan.

Tabel tersebut menunjukkan bahwa pengembangan usaha Kedai Nasaa Rasa bergerak secara bertahap dan adaptif seiring dengan dinamika kegiatan PKM yang dijalankan. Setiap tahap tidak hanya menggambarkan progres teknis, tetapi juga memberikan pengalaman baru yang memperkaya kemampuan tim dalam merancang strategi usaha, memahami kondisi pasar, dan meningkatkan kualitas produk secara berkelanjutan. Proses perumusan ide melatih tim untuk berpikir kritis dalam menentukan konsep usaha yang relevan, sementara tahap bimbingan dan revisi memperkuat pemahaman mengenai pentingnya analisis pasar serta perencanaan yang matang. Penjualan awal menjadi momen penting untuk menguji penerimaan produk sekaligus mempelajari preferensi konsumen secara langsung, yang kemudian mendorong tim melakukan perbaikan pada rasa, kemasan, dan pelayanan. Ekspansi penjualan di berbagai lokasi turut menantang tim untuk mengembangkan kemampuan promosi dan adaptasi terhadap segmen pasar yang lebih luas. Secara keseluruhan, hasil ini menegaskan bahwa pengembangan usaha mahasiswa merupakan proses yang memerlukan kreativitas, evaluasi berkelanjutan, serta kemampuan menyesuaikan strategi berdasarkan masukan konsumen dan pembimbing agar usaha dapat tumbuh secara optimal.

#### 4.2. Pembahasan

Temuan penelitian memperlihatkan bahwa perjalanan usaha Kedai Nasaa Rasa mengikuti pola pengembangan usaha yang selaras dengan teori kewirausahaan dan model pertumbuhan usaha. Pada tahap perumusan ide, tim menunjukkan kemampuan mengidentifikasi peluang pasar dengan mempertimbangkan kebutuhan mahasiswa terhadap produk kuliner yang praktis dan terjangkau. Proses diskusi intensif membantu tim mengembangkan konsep yang tidak hanya relevan tetapi juga memiliki potensi pasar yang jelas. Hal ini sejalan dengan pandangan Schumpeter bahwa kewirausahaan berawal dari inovasi, kreativitas, dan kemampuan membaca peluang yang muncul dalam lingkungan sosial. Dengan demikian, tahap awal ini menjadi fondasi penting bagi keberlanjutan proses pengembangan usaha selanjutnya.

Pada tahap penyusunan dan revisi proposal, peran dosen pembimbing sangat krusial dalam memperbaiki kejelasan konsep dan memperkuat landasan perencanaan usaha. Masukan terkait latar belakang, analisis pasar, dan struktur anggaran membantu tim memahami pentingnya argumentasi yang kuat dalam menyusun proposal bisnis. Temuan ini sejalan dengan penelitian Juliansyah et al., (2024) yang menekankan bahwa bimbingan akademik berkontribusi signifikan terhadap peningkatan

kualitas penyusunan proposal kewirausahaan oleh mahasiswa. Revisi yang dilakukan juga memperkuat posisi usaha dalam fase eksistensi, sebagaimana dikemukakan Churchill dan Lewis, di mana usaha baru memerlukan kejelasan konsep dan perencanaan operasional sebelum dapat memasuki tahap pertumbuhan.

Tahap penjualan awal memberikan gambaran nyata mengenai penerimaan konsumen terhadap produk. Respons positif yang disertai masukan mengenai rasa dan kemasan menunjukkan bahwa interaksi langsung dengan pasar menjadi elemen penting dalam proses evaluasi usaha. Hal ini menunjukkan bahwa tim mampu memanfaatkan penjualan awal sebagai alat untuk memahami preferensi konsumen serta menilai sejauh mana produk dapat diterima oleh pasar. Temuan ini mendukung hasil penelitian Aulia et al., (2024), yang menjelaskan bahwa pengalaman penjualan langsung membantu mahasiswa mengembangkan keterampilan membaca kebutuhan konsumen, sekaligus meningkatkan kemampuan dalam menyesuaikan produk dengan permintaan pasar.

Proses evaluasi dan perbaikan produk memperlihatkan kemampuan adaptasi tim dalam menghadapi kebutuhan dan ekspektasi konsumen. Perbaikan pada rasa, variasi produk, dan kualitas kemasan merupakan bentuk continuous improvement yang dilakukan secara responsif berdasarkan masukan yang diperoleh dari lapangan. Hal ini mencerminkan pemahaman tim terhadap pentingnya menjaga kualitas dan daya saing produk agar tetap relevan di pasar. Proses perbaikan berkelanjutan ini sejalan dengan prinsip pengembangan usaha menurut Harahap et al., (2025) menekankan bahwa perusahaan harus mampu beradaptasi dan melakukan perubahan strategis agar dapat bertahan menghadapi tekanan dan dinamika pasar.

Ekspansi penjualan pada berbagai acara kampus dan lokasi publik menunjukkan adanya keberanian dan inisiatif tim untuk memperluas jangkauan pasar. Kegiatan ini tidak hanya meningkatkan visibilitas usaha dan memperbesar peluang penjualan, tetapi juga memberikan pengalaman lapangan yang memperkaya pemahaman tim mengenai dinamika pasar yang lebih luas. Interaksi dengan pelanggan dari berbagai latar belakang membantu tim memahami variasi preferensi konsumen dan menyesuaikan strategi pemasaran yang lebih efektif. Temuan ini sejalan dengan penelitian Avianti & Pitaloka, (2024), yang menyatakan bahwa keterlibatan mahasiswa dalam kegiatan penjualan langsung membantu memperkuat kemampuan manajerial, komunikasi, dan kepercayaan diri dalam menjalankan usaha.

Hasil dan pembahasan ini menunjukkan bahwa pengembangan Kedai Nasaa Rasa berlangsung melalui proses yang sistematis, reflektif, dan adaptif. Tiap tahapan yang dilalui memberikan kontribusi penting terhadap peningkatan kemampuan tim dalam merencanakan, melaksanakan, dan mengevaluasi strategi usaha. Temuan penelitian yang relevan dengan teori kewirausahaan dan penelitian sebelumnya memperkuat pandangan bahwa PKM tidak hanya memberikan peluang untuk memulai usaha, tetapi juga menjadi wadah pembelajaran praktik kewirausahaan yang efektif bagi mahasiswa dalam menghadapi tantangan pasar secara nyata.

## 5. Kesimpulan

Penelitian ini menunjukkan bahwa pengembangan usaha Kedai Nasaa Rasa melalui Program PKM Mahasiswa berlangsung melalui proses bertahap yang mencakup perumusan ide, penyusunan proposal, pelaksanaan penjualan, evaluasi produk, hingga ekspansi pasar. Setiap tahapan memberikan pengalaman penting yang memperkuat kemampuan tim dalam membaca peluang, berinovasi, serta menyesuaikan strategi usaha sesuai kebutuhan pasar. Temuan penelitian juga selaras dengan teori kewirausahaan dan teori pengembangan usaha yang menekankan pentingnya kreativitas, pendampingan, evaluasi, dan adaptasi berkelanjutan dalam proses membangun usaha. Implikasi penelitian ini menunjukkan bahwa PKM berperan signifikan sebagai wadah pembelajaran praktik kewirausahaan bagi mahasiswa. Program ini tidak hanya mendorong mahasiswa untuk menghasilkan ide bisnis yang inovatif, tetapi juga memberikan pengalaman langsung dalam manajemen usaha, pengambilan keputusan, dan evaluasi pasar. Hasil penelitian ini dapat menjadi referensi bagi mahasiswa lain yang ingin mengembangkan usaha melalui PKM, serta bagi institusi pendidikan

untuk terus memperkuat pendampingan dan fasilitas kewirausahaan yang mendukung perkembangan usaha mahasiswa secara lebih optimal.

## 6. Daftar Pustaka

- Alwi, A. L., Cahyaningrum, D. G., & Sundari, S. (2023). Peran kemampuan pemasaran dinamis dalam tingkat pertumbuhan UKM: Perspektif Sumber Daya dan Kemampuan Dinamis. *Journal of Business Management*, 1(2), 60–65. [https://doi.org/https://doi.org/10.47134/jobm.v1i2.10](https://doi.org/10.47134/jobm.v1i2.10)
- Amrie, M. Al. (2022). STRATEGI PENINGKATAN MINAT WIRAUSAHA MAHASISWAMELALUI PROGRAM KREATIVITAS MAHASISWA – KEWIRAUSAHAAN (PKM-K). *Jurnal Inovasi Pengabdian Masyarakat*, 1(2), 11–26.
- Aulia, R., Rizki, V. D., Falahi, A., Yuliana, Y., & Lubis, T. (2024). Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Penjualan di Percetakan CV Citra Kota Medan: Hasil Kegiatan Kuliah Kerja Manajemen Mahasiswa Universitas Muslim Nusantara Medan. *Jurnal Pengabdian Ilmu Pendidikan, Sosial, Dan Humaniora*, 4(1), 69–77. <https://doi.org/https://doi.org/10.29303/darmadiksani.v4i1.4967>
- Avianti, W., & Pitaloka, E. (2024). Menanamkan Jiwa Kewirausahaan pada Generasi Muda : Pelatihan Keterampilan Kewirausahaan untuk Ketahanan Bisnis. *Jurnal Dharma Bhakti Ekuitas*, 09(01), 1–12. <https://doi.org/https://doi.org/10.52250/p3m.v9i1.772>
- Fitrah, M., & Luthfiyah. (2020). *Metodologi penelitian: penelitian kualitatif, tindakan kelas & studi kasus*. CV.Jejak.
- Harahap, L. M., Hasugian, A. B., & Tambunan, D. M. (2025). MANAJEMEN STRATEGI DI ERA PERUBAHAN : ANALISIS KEGAGALAN ADAPTASI DAN INOVASI SEBAGAI HAMBATAN KEBERLANJUTAN PERUSAHAAN STRATEGIC MANAGEMENT IN AN ERA OF CHANGE : ANALYSIS OF FAILURES IN ADAPTATION AND INNOVATION AS OBSTACLES TO. *Jurnal Intelek Dan Cendikiawan Nusantara*, 2(5), 7911–7920. <https://jcnusantara.com/index.php/jicn>
- Iswahyudi, M. S., P, M. A. C., Haryadi, D., Napisah, S., Subagja, A. D., Waty, E., Firdaus, A., Dona Elvia Desi, P. J., Irmadiani, N. D., & Afifah, N. (2023). *MANAJEMEN PENGEMBANGAN BISNIS : Teori dan Panduan Komprehensif*. PT.Sonpedia Publishing Indonesia.
- Juliansyah, H., Putri, C., Sari, M., & Usman, U. (2024). Workshop dan Pendampingan PKM Dalam Upaya Optimalisasi Program Kreativitas Mahasiswa. *Jurnal Pengabdian Ekonomi Dan Sosial*, 3(1), 37–42. <https://doi.org/https://doi.org/10.29103/jpes.v3i1.16073>
- Komarudin, P., Maulana, A., Nabilla, I. N., Permatasari, D., & Esthi, R. B. (2024). Berbagi Pengetahuan mengenai Menghadapi Tantangan dan Menciptakan Kesempatan Baru Perubahan dalam Organisasi melalui Webinar PKM. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1), 51–58. <https://doi.org/https://doi.org/10.36728/tm.v4i2.3905>
- Lerebulan, S. L., & Sunaryo, A. (2024). Pendampingan Mahasiswa untuk Meningkatkan Keterampilan Bisnis melalui Pelatihan Kewirausahaan. *Jurnal Cendekia Sosial Dan Pengabdian*, 1(2), 8–15. <https://doi.org/https://doi.org/10.55049/cnd.v1i2.12>
- Nasir. (2025). Peran Edukasi Kewirausahaan dalam Meningkatkan Minat Berwirausaha di Kalangan Mahasiswa. *Jurnal Akuntansi, Pajak Dan Manajemen*, 08(01), 43–52. <https://doi.org/https://doi.org/10.37601/tajam.v8i1.322>
- Pratama, D., & Wardan. (2025). Strategi Pengembangan Kewirausahaan dalam Membentuk Karakter Mahasiswa Untuk Menghadapi Tantangan dalam Berbisnis UMKM. *Journal of Modern Social and Humanities*, 1(1), 7–12. <https://doi.org/https://doi.org/10.71094/jmsh.v1i1.40>
- Rahman, N., Mariyati, Y., Sari, N., Bila, A. I., Rizkillah, I. I., Muhdar, S., Milandari, B. D., & Ratu, T. (2024). PELATIHAN KEWIRAUSAHAAN UNTUK ORGANISASI MAHASISWA DALAM RANGKA MENINGKATKAN ENTREPRENEURIALS SCIENCE THINKING MAHASISWA. *Jurnal Warta Desa*, 6(1), 45–52. <https://doi.org/10.29303/jwd.v6i1.295>
- Rizaldy, M., & Hutomo, M. (2024). PEMBENTUKAN KOMPETENSI WIRAUSAHA PADA

- MAHASISWA MELALUI PROGRAM WIRUSAHA MERDEKA UNIVERSITAS PADJADJARAN. *Journal Syntax Idea*, 6(05), 2210–2218.
- SastroAtmodjo, S., Nurwati, S., Maryani, D., Ilham, Sarinastiti, N., & Asri, J. D. (2025). *Entrepreneurship (Kewirausahaan); Konsepsi dan Aplikasinya*. Eureka Media Aksara.
- Sinaga, A. V., Sianipar, R., Novia, L., & Fauziah, F. (2025). Identifikasi Peluang Bisnis : Strategi Membangun Usaha Mandiri. *Jurnal Pengabdian Negeri*, 2(2), 110–119. <https://doi.org/https://orcid.org/0009-0009-7654-9255>
- Toyib, M., Yulaini, E., Rachmawati, D. W., & Pramika, D. (2024). Analisis Tingkat Kesulitan Penyusunan Proposal Program Pembinaan Mahasiswa Wirausaha (P2MW)di Universitas PGRI Palembang. *Jurnal Pendidikan Dan Ilmu Ekonomi Akuntansi*, 8(2), 178–194. <https://doi.org/10.31851/neraca.v8i2.17791>

## Copyrights

Copyright for this article is retained by the author(s), with first publication rights granted to the journal.

This is an open-access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution license (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).