

LAPORAN KKN REGULER TEMATIK KEWIRAUSAHAAN

KELOMPOK 9



1. Edwin Ramadhan (2223240079)
2. Dewi Puspita Sari(2223240064)
3. Nur Afifah Rohma (2223240067)
4. NADYA ARZILEA (2223240054)
5. Ester permata sari (2223240105)
6. Nora Safitri (2223240098)
7. Rannesha Ayu Devta Amanda (2223240145)
8. sabrina zahwa (2223240106)
9. Nora Safitri (2223240098)
10. Della(2223240065)

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI FATMAWATI SUKARNO BENGKULU

TAHUN 2025

LAPORAN HASIL WAWANCARA USAHA UBI BAKAR MADU CILEMBU

I. Identitas Kegiatan

NamaKegiatan: Wawancara UMKM Lokal

Tempat: warung lukcup,bengkulu

Tanggal: 25 Mei 2025

Pewawancara:

- Edwin ramadhan
- Dewi puspita sari
- Nadya arzilea

Narasumber:

- Ibu ratna (Pemilik Warung Ubi Bakar Madu Abah Saleh)

II. Tujuan Wawancara

Tujuan dari wawancara ini adalah untuk memahami proses produksi, strategi usaha, serta tantangan yang dihadapi oleh pelaku usaha mikro di bidang kuliner tradisional, khususnya penjual lukchup

III. Hasil Wawancara

1. Profil Usaha

Usaha ini merupakan usaha keluarga yang telah berjalan selama kurang lebih 3 tahun. Usaha ini memproduksi dan menjual lukcup yang dimana camilan tradisional khas thailand unik dan menarik. Produk dijual langsung di lokasi.

2. Latar Belakang Memulai Usaha

Ibu sebagai pelaku usaha menjelaskan bahwa ia memilih untuk menjual lukchup karena Lukchup merupakan salah satu camilan tradisional khas Thailand yang unik dan menarik. Terbuat dari bahan dasar kacang hijau yang dihaluskan, kemudian dibentuk menyerupai buah-buahan mini dan diberi warna-warna cerah, lukchup memiliki daya tarik tersendiri baik dari segi estetika maupun rasa. Cita rasanya yang manis dan teksturnya yang lembut menjadikan lukchup cocok sebagai camilan ringan maupun oleh-oleh khas.Di Indonesia, tren makanan unik dan estetik terus meningkat, terutama di kalangan anak muda dan pengguna media sosial. Namun, ketersediaan lukchup di pasaran masih sangat terbatas. Hal ini membuka peluang besar untuk menghadirkan produk ini secara lebih luas dan terjangkau bagi konsumen lokal.Melihat potensi pasar yang menjanjikan serta masih minimnya pesaing di bidang ini, kami memutuskan untuk memulai usaha penjualan lukchup dengan mengedepankan kualitas rasa, tampilan yang menarik, dan kemasan yang higienis.

Kami juga ingin memperkenalkan budaya kuliner Thailand kepada masyarakat Indonesia melalui produk yang inovatif namun tetap ramah di lidah lokal. Dengan modal kreativitas, kualitas bahan baku yang terjaga, serta strategi pemasaran yang tepat, kami yakin usaha lukchup ini dapat berkembang dan diterima oleh pasar..

3. Proses Produksi

Proses pembuatan lukcup itu tidak bisa dilakukan dengan sembarangan karena memerlukan kreatifitas pembentukan bentuk makanan yang akan di buat, Di mana pembuatan awal ialah Rebus kacang hijau, lalu haluskan bersama santan dan gula. Pembentukan Adonan dibentuk menyerupai buah-buahan kecil (mangga, cabai, jeruk, dll). Pewarnaan Lukchup dicelupkan ke dalam pewarna makanan alami. Pelapisan Agar-Agar Dicelup ke larutan agar-agar bening agar mengkilap dan tahan lama. Pendinginan dan Penyajian Didiamkan hingga agar mengeras, lalu siap disajikan atau dikemas. 4. Strategi Pemasaran, Selain dijual langsung di warung, usaha ini juga telah merambah ke sistem penjualan online melalui pemesanan via WhatsApp. Untuk pengiriman luar kota, digunakan kemasan khusus agar kualitas produk tetap terjaga.

4. Strategi pemasaran

Selain dijual langsung di warung, usaha ini juga telah merambah ke sistem penjualan online melalui pemesanan via WhatsApp.

5. Tantangan yang Dihadapi

Kurangnya pemahaman pasar lokal – Tidak semua konsumen familiar dengan rasa khas Thailand. Persaingan dengan makanan cepat saji – Konsumen lebih memilih makanan praktis. Ketahanan produk terbatas – Makanan tradisional mudah basi jika tidak segera dikonsumsi. Harga produksi tinggi – Menggunakan bahan otentik bisa membuat harga jual mahal.

6. Harapan dan Rencana Ke Depan

Ibu berharap usahanya dapat terus berkembang dan lebih di kenal dan harapan ibu ke depannya Meningkatkan penjualan dan memperluas pasar ke daerah lain. Produk lebih dikenal dan disukai masyarakat luas. Membuka cabang atau outlet baru. Rencana ke depannya ibu mau Menambah variasi produk untuk menarik lebih banyak pelanggan. Meningkatkan promosi melalui media sosial. Menjaga kualitas dan inovasi agar tetap bersaing

IV. Kesimpulan

Usaha lukcup merupakan contoh nyata dari pelaku UMKM yang mampu memanfaatkan potensi lokal secara optimal. Dengan ketekunan, inovasi dalam produksi dan pemasaran, serta menjaga kualitas produk, usaha ini berhasil bertahan dan berkembang hingga saat ini. Mahasiswa mendapatkan wawasan berharga mengenai pentingnya adaptasi dan ketekunan dalam berwirausaha.

Hasil Interview UMKM Lokal

Warung lukcup

Lokasi: Warung lukcup, bengkulu

Peserta:

Mahasiswa: dewi,nadya,edwin

Pedagang: Ibu siti (Pemilik warung)

dewi: Selamat pagi, Bu. Terima kasih sudah meluangkan waktu untuk diwawancarai. Boleh kami tahu nama Ibu dan sudah berapa lama berjualan lukcup?

Ibu: Wa'alaikumussalam. Oh, silakan, Nak. Dengan senang hati.

nadya: Boleh kami tahu nama Ibu dan sudah berapa lama berjualan lukcup?

Ibu: Selamat pagi juga. Nama saya Bu Siti, saya sudah jualan lukcup sejak tahun 2023, jadi kurang lebih sudah 2 tahun.

Dewi: Wah,sudah lumayan lama ya, Bu. Apa yang membuat Ibu memilih untuk berjualan lukcup?

Ibu: Awalnya karena saya suka buat jajanan tradisional, dan waktu itu masih jarang yang jual lukcup. Saya coba jual di pasar, ternyata banyak yang suka. Dari situ saya teruskan sampai sekarang.

Dewi: Apa tantangan terbesar selama Ibu berjualan lukcup?

Ibu: Tantangannya sekarang ini makin banyak pesaing dan selera pembeli juga berubah,Mereka suka yang praktis, higienis, dan kemasannya menarik. Kadang ada yang lihat kemasan aja sudah menilai duluan.

Nadya: Kalau boleh tahu, selama ini Ibu memakai kemasan seperti apa untuk lukcup?

Ibu: Saya masih pakai plastik bening biasa, lalu diikat karet. Soalnya lebih murah dan gampang.

Nadya: Baik, Bu. Kami sangat menghargai usaha dan konsistensi Ibu dalam melestarikan jajanan tradisional seperti lukcup ini. Namun, kami juga ingin memberi sedikit masukan. Mungkin ke depannya Ibu bisa mempertimbangkan,menggunakan kemasan yang lebih menarik, seperti kotak kecil berbahan food-grade dengan label nama usaha dan informasi produk.

Ibu: Wah, iya ya. Mungkin bisa lebih menarik pembeli ya?

Edwin: Betul, Bu. Kemasan yang menarik dan bersih bisa menambah nilai jual produk Ibu, apalagi kalau ingin menjangkau pasar yang lebih luas atau dipasarkan secara online. Konsumen sekarang cenderung memilih produk yang terlihat higienis dan estetik. Kami yakin, dengan kualitas rasa lukcup Ibu yang enak dan dibarengi kemasan menarik, usaha Ibu bisa lebih berkembang.

Ibu: Terima kasih banyak masukannya. Saya akan coba pertimbangkan dan cari tahu lebih lanjut soal kemasan itu

afifah: Sama-sama, Bu. Semoga usaha Ibu makin sukses dan lukcup-nya makin dikenal luas. Terima kasih atas waktunya.

Lampiran Foto Dokumentasi Hasil Wawancara







