

## Implementasi Inovasi Camilan Tradisional Peyek melalui Sentuhan Modern sebagai Upaya Penguatan Kewirausahaan Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Bone



**Sandi<sup>\*1</sup>, Nur Anisa<sup>2</sup>, Yusvia<sup>3</sup>, Ela Rahmadani Haswan<sup>4</sup>, Nidia Yulianda<sup>5</sup>,  
Nurhidayah<sup>6</sup>, Muh. Alief Tito Rahman<sup>7</sup>, Nurpadilla<sup>8</sup>**

<sup>1-8</sup>Pendidikan Pancasila dan Kewarganegaraan, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Muhammadiyah Bone, Bone, Indonesia

sandidila261@gmail.com<sup>1\*</sup>, na5627285@gmail.com<sup>2</sup>, yusviah@gmail.com<sup>3</sup>,  
elarahmadanihaswan@gmail.com<sup>4</sup>, nidiayulianda015@gmail.com<sup>5</sup>, nurhidayah45wtp@gmail.com<sup>6</sup>,  
muhalief053@gmail.com<sup>7</sup>, nurpadilla742@gmail.com<sup>8</sup>

Submission	2025-11-30
Review	2025-12-31
Publication	2026-01-17

### ABSTRAK

Perubahan gaya hidup masyarakat modern menuntut inovasi terhadap produk makanan tradisional agar tetap relevan dan diminati oleh berbagai kalangan. Pengabdian ini bertujuan untuk mendeskripsikan proses inovasi camilan tradisional *peyek* melalui penambahan keju sebagai bahan modern serta menganalisis penerapan kewirausahaan mahasiswa dalam kegiatan produksi, pemasaran, dan manajemen usaha. Pengabdian menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan metode studi kasus yang melibatkan mahasiswa Universitas Muhammadiyah Bone sebagai pelaksana kegiatan praktik kewirausahaan. Data diperoleh melalui observasi langsung, wawancara, dan dokumentasi kegiatan. Hasil pengabdian menunjukkan bahwa inovasi *Peyek Keju* berhasil meningkatkan daya tarik produk dengan perpaduan cita rasa tradisional dan modern. Strategi pemasaran dilakukan secara *online* melalui media sosial dan *offline* melalui penjualan langsung di lingkungan kampus, yang terbukti efektif dalam menjangkau konsumen muda. Dari sisi ekonomi, usaha ini menghasilkan keuntungan bersih sebesar Rp53.000,00 dari modal awal Rp140.000,00, menunjukkan potensi usaha yang layak dikembangkan. Selain itu, kegiatan ini berkontribusi pada penguatan jiwa kewirausahaan mahasiswa melalui pengalaman praktis dalam mengelola usaha inovatif berbasis budaya lokal.

Kata Kunci: *Inovasi Produk; Kewirausahaan Mahasiswa; Makanan Tradisional; Peyek Keju; Kuliner Lokal*

## PENDAHULUAN

Perubahan gaya hidup masyarakat di era globalisasi membawa dampak yang signifikan terhadap pola konsumsi dan preferensi kuliner. Makanan tradisional yang dahulu menjadi bagian penting dari identitas budaya kini mulai tergeser oleh hadirnya produk kuliner modern yang lebih praktis dan mengikuti tren global (GoodNewsFromIndonesia, 2025). Pergeseran ini menuntut pelaku usaha kuliner, termasuk kalangan muda dan akademisi, untuk mengembangkan inovasi agar makanan tradisional tidak hanya dipertahankan sebagai warisan budaya, tetapi juga diadaptasi agar tetap relevan dan diminati masyarakat modern. Salah satu bentuk adaptasi tersebut adalah dengan mengombinasikan cita rasa tradisional dengan bahan-bahan atau teknik modern yang mampu memberikan pengalaman baru bagi konsumen (Kokikit, 2024).

Di Indonesia, inovasi kuliner menjadi salah satu strategi penting dalam melestarikan kekayaan gastronomi nusantara sekaligus memperkuat ekonomi kreatif daerah. Inovasi terhadap makanan tradisional memungkinkan produk lokal untuk “naik kelas” dan bersaing di pasar yang lebih luas, baik nasional maupun global (Aprillia et al., 2024). Dalam praktiknya, pengembangan produk kuliner inovatif sering kali dilakukan dengan memodifikasi resep, menambahkan bahan baru, atau memperbarui tampilan dan kemasan agar lebih menarik bagi generasi muda (Azhar, 2023). Upaya semacam ini tidak hanya berdampak pada pelestarian kuliner lokal, tetapi juga berkontribusi pada peningkatan ekonomi masyarakat melalui pengembangan usaha kecil berbasis budaya (Lesehan Isakuiki, 2025).

Tren inovasi kuliner menunjukkan bahwa makanan tradisional yang dikemas dengan sentuhan modern dapat memperoleh kembali popularitasnya. Keberhasilan berbagai produk kuliner lokal di Indonesia membuktikan bahwa kombinasi antara tradisi dan kreativitas mampu menghasilkan nilai ekonomi baru yang berkelanjutan (DapurKita, 2025). Misalnya, camilan khas seperti *peyek* yang selama ini dikenal sebagai pelengkap makanan tradisional dapat dikembangkan menjadi produk inovatif dengan menambahkan keju sebagai bahan modern, sehingga menghasilkan cita rasa baru yang menarik tanpa menghilangkan identitas aslinya. Inovasi ini mencerminkan proses adaptasi budaya yang kreatif dan relevan dengan pasar kuliner masa kini.

Selain aspek inovasi produk, pendidikan kewirausahaan di perguruan tinggi juga berperan penting dalam mendorong mahasiswa untuk mengembangkan potensi wirausahanya. Menurut penelitian (Handayati et al., 2021), pembelajaran berbasis praktik kewirausahaan mampu meningkatkan keterampilan manajerial, kemandirian, serta kemampuan berinovasi di kalangan mahasiswa. Hal ini diperkuat oleh temuan *Overview of Student Entrepreneurship in Indonesia* Hutasuhut & Aditia, (2022) yang menyatakan bahwa pendidikan kewirausahaan dapat membentuk pola pikir kreatif dan meningkatkan kepercayaan diri mahasiswa dalam memulai usaha sendiri. Lingkungan akademik yang mendukung serta kurikulum kewirausahaan yang aplikatif menjadi faktor penting dalam menumbuhkan minat berwirausaha di kalangan generasi muda (Amalia & Korflesch, 2021).

Penelitian *Stimulating Higher Education Students' Entrepreneurial Intention* Arifia et al., (2024) menjelaskan bahwa praktik kewirausahaan yang dilakukan secara langsung dapat membentuk sikap inovatif dan rasa tanggung jawab sosial mahasiswa terhadap produk yang dihasilkan. Dengan demikian, penerapan kegiatan kewirausahaan di perguruan tinggi, khususnya yang berorientasi pada pengembangan produk berbasis budaya lokal, tidak hanya menyiapkan mahasiswa menjadi wirausahawan, tetapi juga agen pelestarian budaya.

Berdasarkan konteks tersebut, kegiatan inovasi camilan tradisional *Peyek Keju* yang dilakukan oleh mahasiswa Universitas Muhammadiyah Bone merupakan salah satu bentuk penerapan pendidikan kewirausahaan berbasis budaya lokal. Inovasi ini bertujuan untuk menggabungkan cita rasa tradisional *peyek* dengan bahan modern berupa keju guna menciptakan produk yang memiliki nilai ekonomi sekaligus nilai budaya. Melalui kegiatan praktik kewirausahaan ini, mahasiswa tidak hanya memperoleh pengalaman dalam merancang, memproduksi, dan memasarkan produk, tetapi juga belajar mengenai strategi bisnis, manajemen modal, dan kolaborasi tim. Oleh karena itu, pengabdian ini bertujuan untuk menganalisis proses inovasi *Peyek Keju* sebagai bentuk implementasi kewirausahaan mahasiswa, serta meninjau peran inovasi tersebut dalam meningkatkan jiwa wirausaha dan melestarikan kuliner tradisional di era modern.

## METODE

Pengabdian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan metode studi kasus (*case study*) terhadap kegiatan kewirausahaan mahasiswa yang berfokus pada pengembangan produk *Peyek Keju*. Pendekatan deskriptif dipilih karena bertujuan untuk memberikan gambaran secara sistematis, faktual, dan akurat mengenai pelaksanaan praktik kewirausahaan, mulai dari tahap perencanaan, proses produksi, strategi pemasaran, hingga evaluasi keuangan dan kemitraan usaha.

Pengabdian dilaksanakan di lingkungan Universitas Muhammadiyah Bone, dengan subjek pengabdian berupa kelompok mahasiswa Program Studi Pendidikan Pancasila dan Kewarganegaraan (PPKn) yang mengikuti kegiatan praktik kewirausahaan pada tahun akademik 2025. Kelompok ini terdiri dari tujuh mahasiswa yang berperan aktif dalam merancang, melaksanakan, serta mengevaluasi usaha mikro berbasis inovasi produk makanan tradisional. Pemilihan lokasi dan subjek pengabdian dilakukan secara purposif karena kegiatan ini merupakan bagian dari program pengembangan kewirausahaan mahasiswa di lingkungan perguruan tinggi, yang memiliki relevansi langsung dengan tujuan pengabdian.

Desain pengabdian yang digunakan adalah *project-based learning*, di mana mahasiswa belajar melalui pengalaman langsung dalam merancang dan menjalankan suatu proyek usaha. Dalam konteks ini, kegiatan wirausaha difokuskan pada pembuatan *Peyek Keju* sebagai produk inovatif yang menggabungkan cita rasa tradisional dan sentuhan modern. Kegiatan diawali dengan tahap perencanaan yang meliputi identifikasi ide usaha, analisis peluang pasar, perhitungan modal awal, serta pembagian peran antaranggota kelompok. Selanjutnya dilakukan tahap produksi yang mencakup persiapan bahan baku, pembuatan adonan, penggorengan, dan pengemasan. Bahan yang digunakan meliputi tepung beras, tepung tapioka, telur, keju, kacang tanah, dan berbagai bumbu dapur lokal yang mudah diperoleh serta memiliki harga yang ekonomis. Proses produksi dilaksanakan dengan memperhatikan kualitas rasa, kebersihan, dan konsistensi tekstur agar menghasilkan produk yang renyah dan gurih.

Tahap berikutnya adalah pemasaran produk, yang dilakukan melalui dua pendekatan utama, yaitu *online marketing* dan *offline marketing*. Pemasaran daring memanfaatkan media sosial seperti Instagram, WhatsApp, dan TikTok untuk memperkenalkan produk melalui konten foto, video, dan testimoni pelanggan. Pemasaran luring dilakukan dengan menjual langsung produk di lingkungan kampus dan area sekitarnya. Strategi ini dinilai efektif karena dapat menjangkau dua segmen pasar sekaligus: konsumen digital dan konsumen lokal. Selain itu, kelompok juga menjalin kemitraan dengan toko bahan kue untuk memperoleh bahan baku dengan

harga terjangkau serta dengan pihak kantin kampus sebagai mitra distribusi.

Melalui pendekatan metodologis ini, pengabdian diharapkan mampu memberikan gambaran komprehensif mengenai implementasi kegiatan kewirausahaan mahasiswa berbasis inovasi produk lokal. Selain itu, hasil pengabdian diharapkan dapat menjadi model pengembangan pembelajaran kewirausahaan di perguruan tinggi yang tidak hanya berorientasi pada teori, tetapi juga pada penerapan langsung di lapangan melalui kegiatan yang kreatif, inovatif, dan berkelanjutan.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil kegiatan kewirausahaan yang dilakukan melalui inovasi produk *Peyek Keju* menunjukkan bahwa kreativitas mahasiswa dalam mengembangkan camilan tradisional mampu memberikan nilai tambah terhadap daya saing produk lokal. Proses produksi dilakukan dengan pendekatan sederhana namun tetap memperhatikan aspek kualitas, efisiensi, dan higienitas. Tahapan produksi dimulai dengan perencanaan bahan baku dan alat, kemudian dilanjutkan pada proses pembuatan adonan, penggorengan, hingga pengemasan produk akhir. Bahan utama yang digunakan dalam pembuatan *Peyek Keju* terdiri dari tepung beras, tepung tapioka, telur, keju, kacang tanah, serta bumbu dapur seperti ketumbar, merica, bawang putih, garam, dan daun jeruk. Pemilihan bahan lokal dilakukan dengan pertimbangan ketersediaan yang mudah, harga yang terjangkau, serta cita rasa yang sesuai dengan preferensi konsumen Indonesia. Total biaya bahan baku yang digunakan dalam satu kali produksi mencapai Rp92.000,00 dari total modal kelompok sebesar Rp140.000,00. Proses pengolahan dilakukan secara manual dengan mengutamakan kekonsistenan adonan agar menghasilkan tekstur yang renyah dan rasa yang gurih. Keju yang digunakan berfungsi sebagai inovasi cita rasa sekaligus pembeda utama produk ini dari *peyek* tradisional pada umumnya.

Hasil produksi menunjukkan bahwa *Peyek Keju* memiliki karakteristik fisik yang menarik dengan warna keemasan dan aroma khas keju yang kuat. Teksturnya yang tipis dan renyah menjadi keunggulan yang mampu menarik minat konsumen. Penambahan unsur modern berupa keju tidak hanya meningkatkan cita rasa tetapi juga memperluas segmen pasar, khususnya di kalangan remaja dan mahasiswa yang cenderung menyukai camilan kekinian. Inovasi ini memperlihatkan bahwa modifikasi produk tradisional dengan bahan modern dapat menjadi strategi efektif dalam pelestarian kuliner lokal tanpa menghilangkan identitas aslinya.

Dalam aspek pemasaran, strategi yang digunakan menggabungkan metode *online marketing* dan *offline marketing* untuk memperluas jangkauan pasar. Pemasaran secara daring dilakukan melalui platform media sosial seperti Instagram, WhatsApp, dan TikTok dengan memanfaatkan konten foto dan video produk, serta testimoni pelanggan untuk meningkatkan kepercayaan konsumen. Sementara itu, pemasaran luring dilakukan melalui penjualan langsung di lingkungan kampus Universitas Muhammadiyah Bone dan area sekitarnya. Penjualan langsung ini dianggap efektif karena dapat menjalin interaksi personal antara penjual dan konsumen serta memungkinkan promosi dari mulut ke mulut (*word of mouth*) yang berdampak positif terhadap peningkatan penjualan. Harga jual yang ditetapkan sebesar Rp5.000,00 per bungkus dinilai cukup kompetitif dan terjangkau bagi kalangan mahasiswa, sehingga mampu meningkatkan volume penjualan. Selama periode penjualan berlangsung, kelompok berhasil menjual sebanyak 34 bungkus produk dengan total pendapatan sebesar Rp170.000,00.

Dari sisi keuangan, hasil perhitungan menunjukkan bahwa kegiatan kewirausahaan ini mampu menghasilkan keuntungan bersih sebesar Rp53.000,00 dari

total modal awal Rp140.000,00. Meskipun keuntungan yang diperoleh masih dalam skala kecil, hasil tersebut memberikan gambaran nyata bahwa usaha berbasis produk tradisional dapat memberikan profitabilitas yang baik apabila dikelola dengan strategi yang tepat. Keberhasilan ini menjadi bukti bahwa praktik kewirausahaan mahasiswa tidak hanya memperkenalkan inovasi produk, tetapi juga menanamkan pemahaman mengenai manajemen modal, efisiensi biaya, dan perencanaan laba secara sistematis.

Selain aspek produksi dan keuangan, keberhasilan kegiatan ini juga didukung oleh kemitraan strategis dengan berbagai pihak. Kerja sama dijalin dengan toko bahan kue lokal sebagai pemasok bahan baku utama, yang memungkinkan kelompok mendapatkan bahan dengan harga lebih terjangkau tanpa mengurangi kualitas. Selain itu, kolaborasi dilakukan dengan pihak kantin kampus dan komunitas mahasiswa sebagai mitra distribusi, sehingga produk dapat dijual secara lebih luas. Beberapa mahasiswa lain juga berperan sebagai *reseller* dan promotor di media sosial, yang turut memperkuat jaringan pemasaran. Model kemitraan seperti ini berperan penting dalam membangun ekosistem kewirausahaan berbasis kolaboratif di lingkungan akademik.

Secara akademik dan praktis, kegiatan *Peyek Keju* ini memiliki dampak signifikan terhadap pengembangan jiwa kewirausahaan mahasiswa. Melalui pengalaman langsung, mahasiswa belajar mengenai seluruh tahapan siklus usaha, mulai dari perencanaan produksi, penentuan harga, pengelolaan keuangan, hingga strategi promosi dan distribusi. Keterlibatan aktif dalam setiap tahap mendorong terbentuknya karakter wirausaha yang kreatif, inovatif, dan bertanggung jawab. Pengalaman empiris ini juga memperkuat kemampuan berpikir kritis dan problem solving mahasiswa ketika menghadapi kendala dalam proses usaha, seperti pengendalian biaya atau strategi meningkatkan penjualan.

## KESIMPULAN

Adapun kesimpulan dari hasil kegiatan ini menunjukkan bahwa inovasi produk *Peyek Keju* mampu menghadirkan solusi konkret terhadap tantangan pelestarian kuliner tradisional di era modern. Sinergi antara cita rasa tradisional dan sentuhan inovatif terbukti efektif dalam menarik minat konsumen sekaligus membuka peluang ekonomi baru. Dengan manajemen keuangan yang sederhana, kemitraan yang adaptif, dan strategi pemasaran berbasis teknologi digital, usaha ini berpotensi untuk dikembangkan lebih lanjut menjadi model bisnis mikro yang berkelanjutan. Kegiatan ini juga menjadi bukti nyata bahwa pendidikan kewirausahaan di perguruan tinggi dapat diimplementasikan secara aplikatif melalui praktik usaha yang mengintegrasikan aspek ekonomi, budaya, dan inovasi produk lokal.

## REFERENSI

- Amalia, R. T., & Korff, H. F. O. von. (2021). Entrepreneurship Education in Indonesian Higher Education: Mapping Literature from the Country's Perspective. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*.  
<https://link.springer.com/article/10.1007/s41959-021-00053-9>
- Aprillia, C., Maysaroh, S., Putri, A. A., Wijianto, W., & Dewi, Y. A. S. (2024). Inovasi Kuliner Lokal: Tiwul Istan untuk Melestarikan Makanan Tradisional. *Jurnal Difusi IPTEKS Legowo*, 2(1).  
<https://jurnal.flipmaslegowojatim.org/index.php/jdil/article/download/24/16>
- Arifia, S., Pratondo, K., Somantri, A., Pasca, M., & Bahy, A. (2024). *Stimulating Higher Education Students' Entrepreneurial Intention: Observing the Influence of Entrepreneurship Education and Lecturers' Personal Competence*. 27(1), 16–23.

- <https://doi.org/10.20961/paedagogia.v27i1.84237>
- Azhar. (2023). *Inovasi Kuliner Indonesia: Menggabungkan Tradisi dan Kreativitas dalam Setiap Gigitan*. <https://azhar.blog.uma.ac.id/inovasi-kuliner-indonesia-menggabungkan-tradisi-dan-kreativitas-dalam-setiap-gigitan>
- DapurKita. (2025). *Inovasi Kuliner Makanan Tradisional*. <https://dapurkita.id/inovasi-kuliner-makanan-tradisional>
- GoodNewsFromIndonesia. (2025). *Peran Digitalisasi dan Inovasi dalam Melestarikan Makanan Tradisional*. <https://www.goodnewsfromindonesia.id/2025/02/05/peran-digitalisasi-dan-inovasi-dalam-melestarikan-makanan-tradisional>
- Handayati, P., Wibowo, A., Narmaditya, B. S., Dwi, D., Setiawan, A. B., Tung, D. T., Handayati, P., Wibowo, A., Narmaditya, B. S., & Kusumojanto, D. D. (2021). The university students enterprises development: Lesson from Indonesia The university students enterprises development: Lesson from Indonesia. *Cogent Education*, 8(1). <https://doi.org/10.1080/2331186X.2021.1973286>
- Hutasuhut, S., & Aditia, R. (2022). *Overview of Student Entrepreneurship in Indonesia*.
- Kokikit. (2024). *Inovasi Produk Makanan Lokal: Mengubah Rasa Tradisional Jadi Tren Modern*. <https://news.kokikit.com/inovasi-produk-makanan-lokal>
- Lesehan Isakuiki. (2025). *Tren Inovasi Kuliner di Indonesia: Bagaimana Perusahaan Makanan Lokal Beradaptasi*. <https://lesehanisakuiki.id/update/tren-inovasi-kuliner-di-indonesia-bagaimana-perusahaan-makanan-lokal>