Krepa: Kreativitas Pada Abdimas
ISSN 2988-3059
Cahaya Ilmu Bangsa

Vol 5 No 9 Tahun 2025
Prefix DOI : 10.9765/Krepa.V218.3784

PENGUATAN JIWA KEWIRAUSAHAAN MAHASISWA MELALUI PELATIHAN DAN PRAKTIK USAHA DIMSUM

Nadia Maharani Santosa[1] , Nursyaniah Siregar[2], Putri Satya Permana[3], Nisrina Sholihah[4], Naswha Abystha[5], Arfian[6]
Program Studi Psikologi, Fakultas Psikologi, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya
Email : 202210515076@mhs.ubharajaya.ac.id[1]
202210515157@mhs.ubharajaya.ac.id[2]
202210515141@mhs.ubharajaya.ac.id[3]
202210515177@mhs.ubharajaya.ac.id[4]
202210515146@mhs.ubharajaya.ac.id[5]
arfian@dsn.ubharajaya.ac.id[6]

ABSTRAK

Penguatan jiwa kewirausahaan mahasiswa penting untuk menghadapi tantangan ekonomi masa kini. Kegiatan ini bertujuan memberikan pengalaman langsung berwirausaha melalui praktik penjualan dimsum. Metode yang digunakan meliputi perencanaan usaha, pengadaan bahan baku, praktik penjualan langsung, dan evaluasi. Hasil menunjukkan bahwa meski keuntungan yang diperoleh sangat kecil, mahasiswa mendapatkan pengalaman nyata dalam mengelola usaha mikro. Praktik ini membentuk sikap mandiri, kreatif, serta meningkatkan pemahaman bisnis dan kewirausahaan mahasiswa secara nyata..

Kata Kunci: Kewirausahaan, Mahasiswa, UMKM

ABSTRACT

Strengthening the entrepreneurial spirit of students is important to face today's economic challenges. This activity aims to provide direct experience of entrepreneurship through the practice of selling dim sum. The methods used include business planning, procurement of raw materials, direct sales practices, and evaluation. The results show that even though the profit earned is very small, students get real experience in managing a micro business. This practice forms an independent, creative attitude, and increases students' real understanding of business and entrepreneurship.

***Keywords**: Entrepreneurship, Students, MSMEs*

Article History
Received: Juni 2025
Reviewed: Juni 2025
Published: Juni 2025

Plagirism Checker No 234.KK.443
Prefix DOI : **10.9765/Krepa.V218.3784**
Plagirism Checker No 234
Prefix DOI : Prefix DOI : 10.8734/Krepa.v1i2.365
Copyright : Author
Publish by : Krepa

This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara yang kaya akan sumber daya alam, memiliki wilayah yang luas, keberagaman budaya, serta jumlah penduduk yang besar. Dengan populasi sekitar 270 juta jiwa, Indonesia memiliki potensi kuat dalam mendorong pertumbuhan ekonomi, baik dari sisi konsumsi maupun produksi. Kekayaan sumber daya alamnya meliputi hasil tambang, hasil

Krepa: Kreativitas Pada Abdimas
ISSN 2988-3059
Cahaya Ilmu Bangsa
Vol 5 No 9 Tahun 2025
Prefix DOI : 10.9765/Krepa.V218.3784

hutan, hasil laut, hingga keanekaragaman hayati yang tersebar di berbagai wilayah. Bahkan, Indonesia menempati peringkat kedua di dunia dalam hal keanekaragaman hayati. Selain itu, kekayaan budaya Indonesia tercermin dari keberadaan ratusan suku, bahasa, dan tradisi yang berkembang di seluruh nusantara. Luasnya wilayah Indonesia yang mencakup tiga zona waktu dan sekitar 17.000 pulau turut menambah kekayaan alam dan budaya yang dimiliki. (Khamimah, 2021). Menurut David Mc Clelland, suatu negara dapat dikatakan makmur jika memiliki entrepreneurship setidaknya 2% dari populasinya. Menurut Menteri Koperasi dan Usaha Kecil Menengah (UMKM), rasio entrepreneur di Indonesia meningkat menjadi 7% dari total populasi. Namun, pada tahun 2014, rasio ini hanya 1,55%, terus meningkat menjadi 1,65% pada tahun 2016, dan pada akhir 2017, mencapai 3,1%, memenuhi standar internasional yang hanya menargetkan 2%. Namun, angka ini masih jauh di bawah standar internasional. Sangat penting bagi Indonesia untuk melahirkan wirausahawan yang akan membantu pembangunan ekonomi. Ini dapat dicapai melalui lembaga pendidikan dan program yang bertujuan untuk menumbuhkan dan membangun semangat usaha kreatif melalui penerapan entrepreneurship (Ningrum, 2022).

Kewirausahaan mampu menjadi solusi untuk berbagai tantangan ekonomi dan sosial di tengah dinamika global yang terus berubah. Studi tentang kewirausahaan menunjukkan bahwa negara-negara dengan tingkat kewirausahaan yang tinggi cenderung memiliki pertumbuhan ekonomi yang lebih kuat dan tingkat pengangguran yang lebih rendah. Namun, meskipun sejumlah besar penelitian telah dilakukan, masih ada kekurangan pemahaman tentang bagaimana kewirausahaan secara khusus berkontribusi terhadap perubahan sosial dan ekonomi di berbagai konteks lokal (Ninawati et al., 2024). Nama kewirausahaan berasal dari kata "wira" dan "usaha", yang berarti "berusaha" dan "berhasil". Wira bisa berarti ksatria, pahlawan, pejuang, atau gagah berani. Namun, usaha adalah melakukan sesuatu atau bekerja. Oleh karena itu, anak-anak muda saat ini pasti ingin berwirausaha karena dalam jiwa mereka ada keinginan untuk menjadi pahlawan untuk mengembangkan dan mensejahterakan orang lain. Sementara itu, wirausaha didefinisikan sebagai seseorang yang berani mengambil risiko, kreatif, dan berkembang, dan kewirausahaan didefinisikan sebagai seseorang yang tangguh melakukan sesuatu. Kewirausahaan adalah hasil dari praktik dan latihan (Kusuma et al., 2021).

Karena keterbatasan pemerintah dalam menyediakan lapangan kerja kepada masyarakat, kewirausahaan dipandang sebagai kegiatan yang dapat menciptakan dan meningkatkan lapangan kerja. Hal ini dapat dilakukan dengan memberikan pengetahuan, keterampilan, dan sikap kewirausahaan kepada pencari kerja melalui pengembangan kewirausahaan. Sektor pemerintah, swasta, dan perguruan tinggi harus mendukung penciptaan

Krepa: Kreativitas Pada Abdimas
ISSN 2988-3059
Cahaya Ilmu Bangsa
Vol 5 No 9 Tahun 2025
Prefix DOI : 10.9765/Krepa.V218.3784

tenaga kerja ini (Kifly & Kamaruddin, 2024). Dukungan pemerintah merupakan komponen penting dalam memajukan sektor UMKM. UMKM memiliki peran yang sangat vital bagi perekonomian Indonesia, mengingat kontribusinya yang signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi nasional serta kemampuannya dalam menyerap sebagian besar tenaga kerja. Untuk mendukung pengembangan UMKM, pemerintah dapat memberikan dukungan melalui penyediaan pembiayaan, program pelatihan, pengembangan teknologi, serta perluasan akses pasar. Di samping itu, kebijakan pemerintah yang kondusif, seperti penyederhanaan proses perizinan dan pengurangan beban pajak, juga berperan penting dalam mendorong pertumbuhan UMKM. Selain itu, jumlah UMKM di masing-masing provinsi dapat dijadikan indikator dalam mengukur potensi ekonomi daerah tersebut. Dengan 1.494.723 unit UMKM, Jawa Barat memiliki potensi perekonomian yang besar (Firdausya & Ompusunggu, 2023).

Semua tiga jenis usaha tersebut didefinisikan dengan jelas dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Usaha mikro merupakan kegiatan usaha produktif yang dimiliki oleh perseorangan atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria sebagai usaha mikro. Sementara itu, usaha kecil merupakan unit usaha ekonomi produktif yang bersifat mandiri dan tidak memiliki keterkaitan, baik secara langsung maupun tidak langsung, dengan usaha berskala menengah maupun besar. Adapun usaha menengah didefinisikan sebagai usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri serta tidak memiliki hubungan langsung maupun tidak langsung dengan usaha kecil maupun besar (Yolanda, 2024). Jumlah pengangguran di Indonesia dapat berkurang jika banyak orang yang terlibat dalam UMKM. Selain itu, UMKM memiliki kemampuan untuk membuka pasar baru dan berkontribusi terhadap neraca pembayaran dan Produk Domestik Bruto (PDB). UMKM memainkan peran penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi nasional serta berkontribusi dalam pendistribusian pendapatan usaha. UMKM juga memiliki tingkat ketahanan ekonomi yang kuat, sehingga mampu menjaga stabilitas perekonomian. Mereka tetap dapat bertahan di tengah persaingan dengan perusahaan besar serta mampu menyerap tenaga kerja produktif guna meningkatkan kinerja dan hasil produksi. (Hapsari et al., 2024).

Modal kerja adalah komponen penting yang sangat berpengaruh terhadap pendapatan UMKM. Dengan modal kerja yang cukup, pelaku UMKM dapat menjalankan operasional bisnis sehari-hari mereka dengan lebih lancar, membeli bahan baku, dan memanfaatkan peluang pasar yang ada. Namun demikian, banyak pelaku UMKM menghadapi kendala dalam mengakses modal kerja yang memadai, yang pada akhirnya menghambat proses pertumbuhan dan menurunkan tingkat daya saing usaha. Selain aspek permodalan, jumlah jam kerja juga

Krepa: Kreativitas Pada Abdimas
ISSN 2988-3059
Cahaya Ilmu Bangsa
Vol 5 No 9 Tahun 2025
Prefix DOI : 10.9765/Krepa.V218.3784

merupakan variabel signifikan yang memengaruhi tingkat pendapatan UMKM. Peningkatan jam kerja berpotensi mendorong pertumbuhan produksi dan penjualan, tetapi harus diiringi oleh efisiensi produktivitas serta keseimbangan antara tuntutan pekerjaan dan kehidupan pribadi. Semakin besar alokasi waktu kerja yang diberikan pada usaha, maka semakin tinggi pula pendapatan yang berpotensi dihasilkan oleh pelaku UMKM. Satuan variabel jam kerja adalah jam per hari; lebih banyak jam kerja biasanya terkait dengan lebih banyak uang. Tingkat pendidikan pemilik dan pekerja UMKM sangat penting untuk kesuksesan mereka. Kemampuan manajemen yang lebih baik, keterampilan yang lebih luas, dan kemampuan untuk beradaptasi dengan perubahan pasar sering dikaitkan dengan pendidikan yang lebih tinggi (Sinaga et al., 2024).

Salah satu masalah yang dihadapi Indonesia adalah masalah pengangguran yang semakin meningkat di kalangan lulusan perguruan tinggi. Ketidaksesuaian antara kompetensi lulusan perguruan tinggi dan kebutuhan pasar kerja adalah salah satu penyebabnya. Universitas harus mengubah komponen afektif dan psikomotorik proses pembelajaran untuk mengatasi masalah ini. Aspek afektif berkaitan dengan kepribadian, yaitu sikap, nilai, dan kepribadian. Perguruan tinggi harus memberikan lulusannya dengan sifat positif seperti kerja keras, disiplin, dan tanggung jawab. Mereka juga harus memberikan lulusannya dengan nilai-nilai yang sesuai dengan kebutuhan pasar kerja, seperti profesionalisme, kejujuran, dan integritas. Kemampuan praktik dan keterampilan adalah bagian dari aspek psikomotorik. Pendidikan harus benar-benar memberi siswa keterampilan yang diperlukan untuk hidup dan bekerja di dunia nyata. Pendidikan kewirausahaan di perguruan tinggi harus mengajarkan siswa menjadi wirausaha yang inovatif, kreatif, berorientasi pada nilai, dan berani mengambil risiko (Lestari & Brahma, 2023).

Tujuan dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah untuk memberikan penguatan terhadap jiwa kewirausahaan mahasiswa melalui pendekatan pelatihan dan praktik langsung. Kegiatan ini dirancang tidak hanya untuk meningkatkan pemahaman mahasiswa mengenai konsep dasar kewirausahaan, tetapi juga untuk melatih keterampilan mereka dalam merancang, memproduksi, dan memasarkan produk makanan, khususnya dimsum. Dengan adanya kegiatan ini, mahasiswa diharapkan dapat mengalami proses nyata dalam menjalankan usaha, sehingga mampu menumbuhkan sikap-sikap wirausaha seperti kemandirian, tanggung jawab, kreativitas, inovasi, serta keberanian mengambil risiko. Melalui pengalaman langsung ini pula, mahasiswa memperoleh bekal awal untuk terjun ke dunia usaha secara mandiri dan berkelanjutan.

Krepa: Kreativitas Pada Abdimas
ISSN 2988-3059
Cahaya Ilmu Bangsa
Vol 5 No 9 Tahun 2025
Prefix DOI : 10.9765/Krepa.V218.3784

METODE

Kegiatan ini dilaksanakan dengan pendekatan praktik secara langsung, yaitu melalui pelatihan dan penjualan dimsum oleh mahasiswa dalam event kampus. Eksplanasi pada penelitian ini tergolong penelitian deskriptif.

TEMPAT DAN WAKTU

Pelaksanaan kegiatan adalah sebagai berikut :

Tempat : Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, Kota Bekasi
Waktu Pelaksanaan Kegiatan : Rabu, 21 Mei 2025

METODE KEGIATAN

Metode pelaksanaan kegiatan akan disajikan melalui penjelasan dibawah ini :

1. **Perencanaan Bisnis (*Business Planning*)**

Mahasiswa menyusun rencana bisnis sederhana, termasuk melakukan perhitungan kebutuhan modal awal, estimasi keuntungan, dan strategi pemasaran. Proses ini bertujuan agar peserta memahami pentingnya perencanaan usaha sebagai dasar keberhasilan wirausaha.

2. **Pengadaan Bahan Baku**

Setelah perencanaan, mahasiswa melakukan survei dan seleksi terhadap beberapa supplier dimsum di wilayah Bekasi. Kriteria pemilihan supplier meliputi harga bahan baku, kualitas produk, kemudahan distribusi, serta potensi kerja sama jangka pendek.

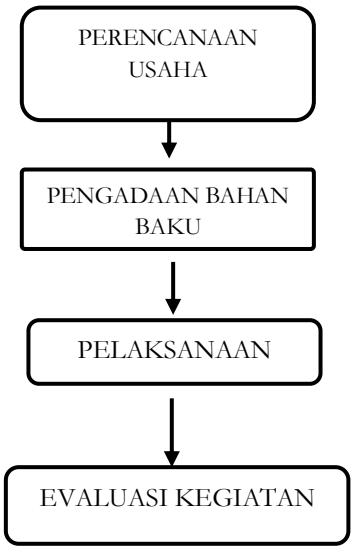
3. **Pelaksanaan Praktik Penjualan Lapangan**

Mahasiswa menjalankan proses operasional usaha secara langsung, mulai dari persiapan tempat dan peralatan, pemasaran di lokasi event, hingga pelayanan kepada konsumen. Kegiatan ini juga mencakup pencatatan keuangan sederhana untuk evaluasi usaha.

4. **Evaluasi Kegiatan**

Setelah praktik berlangsung, mahasiswa diminta melakukan refleksi terhadap pengalaman berwirausaha. Evaluasi mencakup aspek perencanaan, kendala teknis, respon konsumen, hingga perolehan keuntungan, guna mengidentifikasi pembelajaran dan perbaikan ke depan.

Krepa: Kreativitas Pada Abdimas
ISSN 2988-3059
Cahaya Ilmu Bangsa
Vol 5 No 9 Tahun 2025
Prefix DOI : 10.9765/Krepa.V218.3784



Bagan 2 Metode Pelaksanaan

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan praktik kewirausahaan dalam bentuk bazar penjualan dimsum di lingkungan kampus memberikan gambaran langsung mengenai dinamika bisnis skala kecil yang sesungguhnya. Praktik ini dilaksanakan selama satu hari dengan modal sebesar Rp250.000 dan menghasilkan keuntungan bersih sebesar Rp1.000. Meskipun keuntungan secara nominal tergolong kecil, pengalaman ini justru menjadi sumber refleksi yang kaya dalam memahami konsep dan tantangan kewirausahaan. Menurut Ningrum (2022), membangun jiwa wirausaha yang kreatif memerlukan keberanian untuk mencoba dan kemampuan membaca peluang, meskipun dalam skala kecil sekalipun. Dalam praktik ini, tantangan utama adalah keterbatasan waktu penjualan, margin keuntungan yang terlalu tipis, serta strategi promosi yang belum maksimal. Ini menunjukkan bahwa kemampuan dalam menyusun perencanaan usaha dan membaca kebutuhan pasar sangat krusial, sebagaimana dijelaskan oleh Ninawati et al. (2024) bahwa esensi dari kewirausahaan bukan hanya menciptakan keuntungan, tetapi juga menciptakan nilai dan dampak sosial. Kegiatan pengabdian ini bertujuan memberikan pengalaman kewirausahaan secara langsung kepada mahasiswa dengan pendekatan praktik di bidang usaha kuliner, khususnya dimsum.

Melalui kegiatan ini, mahasiswa dilatih untuk memahami seluruh proses memulai usaha, mulai dari tahap perencanaan hingga implementasi di lapangan. Proses pembelajaran tidak hanya menekankan aspek praktik, tetapi juga penguatan pemahaman teori kewirausahaan secara aplikatif. Tahapan pertama yang dilakukan adalah penyusunan rencana bisnis sederhana (*business plan*). Dalam tahap ini, mahasiswa diharuskan untuk berpikir secara sistematis dan

Krepa: Kreativitas Pada Abdimas
ISSN 2988-3059
Cahaya Ilmu Bangsa
Vol 5 No 9 Tahun 2025
Prefix DOI : 10.9765/Krepa.V218.3784

terstruktur dalam merancang usaha. Penyusunan *business plan* mencakup berbagai komponen penting yang menjadi landasan dalam memulai bisnis. Mahasiswa belajar melakukan analisis SWOT untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, serta ancaman dari usaha dimsum yang akan dijalankan. Proses ini melatih kemampuan mahasiswa untuk melakukan evaluasi menyeluruh terhadap kondisi internal dan eksternal bisnis. Selanjutnya, mahasiswa menyusun strategi pemasaran sederhana. Mahasiswa menentukan segmen pasar yang tepat, menyusun strategi promosi, serta mempertimbangkan penggunaan media sosial sebagai salah satu sarana promosi dalam lingkungan kampus. Pada tahap ini, mahasiswa juga belajar pentingnya memahami kebutuhan dan preferensi konsumen sebagai dasar dalam merancang strategi penjualan.

Setelah penyusunan rencana bisnis selesai, mahasiswa melanjutkan ke tahap pencarian supplier sebagai sumber bahan baku atau produk dimsum siap saji yang akan dijual. Pada tahap ini, mahasiswa melakukan survei kecil di wilayah Bekasi untuk membandingkan beberapa supplier berdasarkan kualitas produk, harga, lokasi, serta ketersediaan stok. Seluruh rangkaian kegiatan ini dirancang untuk melatih mahasiswa agar tidak hanya memahami teori kewirausahaan, tetapi juga memiliki kemampuan menerapkan konsep tersebut dalam situasi nyata. Melalui pengalaman langsung, mahasiswa diharapkan mampu mengembangkan pola pikir wirausaha yang logis, realistis, dan berorientasi pada pengembangan usaha yang berkelanjutan. Tahapan selanjutnya dalam kegiatan ini adalah persiapan logistik dan operasional sebelum praktik penjualan dimulai. Persiapan ini menjadi bagian penting yang tidak hanya mendukung kelancaran kegiatan, tetapi juga melatih mahasiswa memahami pentingnya manajemen operasional dalam bisnis kuliner. Mahasiswa secara aktif terlibat dalam menyiapkan seluruh perlengkapan yang dibutuhkan untuk kegiatan penjualan. Beberapa peralatan utama yang disiapkan meliputi meja untuk area penjualan, spanduk atau banner yang menampilkan nama usaha serta identitas produk, dan perlengkapan saji seperti kukusan untuk proses pemanasan dimsum, wadah saji, penjepit makanan, sarung tangan plastik, serta perlengkapan makan seperti mika, tempat saus, sumpit, dan tisu.

Seluruh perlengkapan ini dipersiapkan secara mandiri oleh mahasiswa. Selain aspek teknis, mahasiswa juga merencanakan tampilan booth agar menarik perhatian pengunjung. Mahasiswa menyusun desain visual booth yang sederhana namun mencerminkan identitas produk. Poster menu dan daftar harga disusun dengan desain yang mudah dibaca dan menarik secara visual, sementara banner sederhana digunakan untuk memperjelas nama usaha serta produk yang ditawarkan.

Krepa: Kreativitas Pada Abdimas
ISSN 2988-3059
Cahaya Ilmu Bangsa
Vol 5 No 9 Tahun 2025
Prefix DOI : 10.9765/Krepa.V218.3784

Gambar 1. 1 Produk Dimsum

Kegiatan ini juga sejalan dengan Khamimah (2021) yang menekankan pentingnya inovasi dan pelatihan kewirausahaan sebagai elemen kunci dalam mendorong produktivitas dan pertumbuhan ekonomi. Kegiatan bazar ini menjadi bentuk konkret dari pelatihan lapangan yang dapat menumbuhkan pemahaman tentang praktik UMKM secara langsung kepada para mahasiswa, termasuk bagaimana mengelola modal, berinteraksi dengan konsumen, serta belajar dari kegagalan atau hasil yang tidak sesuai ekspektasi. Di sisi lain, (Firdausya & Ompusunggu, 2023) menggarisbawahi bahwa dalam era digital, adaptasi terhadap teknologi dan strategi pemasaran digital menjadi penentu keberhasilan UMKM. Minimnya pemanfaatan media digital dalam kegiatan bazar ini menjadi catatan penting bahwa kewirausahaan saat ini harus ditopang oleh literasi digital yang memadai agar dapat menjangkau pasar lebih luas dan meningkatkan efisiensi operasional. Dalam pelaksanaan praktik penjualan, mahasiswa menerapkan pendekatan pemasaran sederhana namun efektif yang sesuai dengan skala usaha dan karakteristik pasar di lingkungan kampus. Strategi pemasaran ini disesuaikan dengan memanfaatkan berbagai media dan teknik promosi yang mudah diakses dan relevan dengan target konsumen.

Salah satu strategi utama yang digunakan adalah pemanfaatan media sosial pribadi mahasiswa untuk melakukan promosi sebelum dan selama kegiatan penjualan berlangsung. Mahasiswa mengunggah informasi produk melalui platform media sosial seperti Instagram, WhatsApp, dan platform digital lainnya untuk menjangkau rekan mahasiswa, dosen, serta jejaring sosial. Dengan demikian, mahasiswa belajar bagaimana menggunakan media sosial secara efektif sebagai sarana promosi bisnis kecil, sekaligus memahami pentingnya *online marketing* dalam era digital. Selain promosi melalui media sosial, mahasiswa juga merancang penawaran menarik dalam bentuk paket diskon dan bonus pembelian tertentu untuk menarik minat konsumen. Strategi ini melatih mahasiswa memahami konsep *sales promotion* sederhana dan belajar bagaimana insentif harga dapat meningkatkan minat beli konsumen serta

Krepa: Kreativitas Pada Abdimas
ISSN 2988-3059
Cahaya Ilmu Bangsa
Vol 5 No 9 Tahun 2025
Prefix DOI : 10.9765/Krepa.V218.3784

mendorong peningkatan volume penjualan. Pemasaran juga dilakukan secara langsung di lokasi penjualan melalui interaksi dengan para pengunjung event kampus. Mahasiswa dilatih untuk melakukan komunikasi yang baik dengan calon pembeli, mulai dari menyapa, menjelaskan keunggulan produk, memberikan rekomendasi menu, hingga melayani keluhan atau pertanyaan dari pelanggan.

Kegiatan ini tidak hanya mengasah keterampilan komunikasi interpersonal mahasiswa, tetapi juga membangun kepercayaan konsumen terhadap produk yang ditawarkan. Mahasiswa mendapatkan pengalaman berharga dalam membangun relasi dengan pelanggan secara langsung, yang merupakan keterampilan penting dalam dunia kewirausahaan. Selama praktik penjualan berlangsung, mahasiswa juga dilatih untuk melakukan pencatatan keuangan sederhana secara teratur. Setiap transaksi penjualan dicatat dengan rapi, termasuk jumlah produk terjual. Melalui praktik pencatatan ini, mahasiswa memahami pentingnya pengelolaan keuangan dalam usaha mikro, serta belajar membedakan antara laba kotor dan laba bersih berdasarkan penghitungan sederhana yang mereka lakukan sendiri. Secara umum, praktik penjualan yang dilaksanakan dalam event kampus ini berjalan dengan lancar dan mendapat respon positif baik dari mahasiswa peserta maupun dari pengunjung. Meskipun skala bisnis yang dijalankan masih tergolong kecil, sebagian besar kelompok mampu mencatatkan keuntungan dari hasil penjualan yang mereka lakukan. Selain memperoleh laba, mahasiswa juga memperoleh pengalaman nyata mengenai seluruh proses menjalankan usaha, mulai dari persiapan, pemasaran, penjualan, hingga pengelolaan keuangan usaha mikro.

Gambar 1. 2 Pelaksanaan

Lebih dari sekadar praktik penjualan, kegiatan ini memberikan pengalaman lapangan yang tidak dapat sepenuhnya diperoleh melalui pembelajaran teori di kelas. Mahasiswa dihadapkan langsung pada situasi nyata yang menuntut mereka untuk menerapkan berbagai

keterampilan non-teknis yang sangat penting dalam dunia kewirausahaan, seperti kemampuan bekerja dalam tim, berinteraksi dengan pelanggan, hingga mengambil keputusan secara cepat dalam situasi yang dinamis. Selama proses berlangsung, mahasiswa belajar membangun kerja sama yang solid dalam kelompok. Setiap anggota memiliki peran dan tanggung jawab masing-masing dalam mengelola usaha. Melalui pembagian tugas ini, mahasiswa dilatih untuk saling berkoordinasi, mendukung, dan menyelesaikan permasalahan bersama. Tantangan yang muncul di lapangan, seperti menyesuaikan strategi penjualan saat pengunjung sepi atau menangani permintaan konsumen yang bervariasi, menjadi sarana bagi mahasiswa untuk melatih kemampuan problem solving secara cepat dan tepat. Lebih jauh, kegiatan ini mencerminkan peran kewirausahaan dalam pembangunan ekonomi lokal sebagaimana ditegaskan oleh (Hapsari et al., 2024), yang menyebutkan bahwa UMKM merupakan penggerak utama ekonomi Indonesia karena kemampuannya menyerap tenaga kerja dan menciptakan peluang usaha baru. Meskipun skala usaha yang dilakukan masih sangat kecil, semangat kewirausahaan yang dilatih dalam kegiatan ini merupakan langkah awal untuk menumbuhkan jiwa wirausaha yang mandiri, tangguh, dan inovatif. Dengan demikian, praktik ini tidak hanya memberikan pemahaman teknis tentang berjualan, tetapi juga memperkuat sikap mental dan pola pikir kewirausahaan mahasiswa yang adaptif, reflektif, dan siap menghadapi tantangan nyata di dunia bisnis.

KESIMPULAN

Kegiatan praktik kewirausahaan dalam bentuk bazar penjualan dimsum di lingkungan kampus, dapat memberikan pengalaman empiris dan pembelajaran bermakna untuk kami para mahasiswa dalam membangun jiwa kewirausahaan. Meskipun keuntungan yang kami raih bisa dibilang sangat amat kecil, tetapi terdapat nilai edukatif yang dapat diambil dari kegiatan ini. Kegiatan kewirausahaan seperti ini, berkontribusi pada pertumbuhan ekomoni mikro, membangun semangat inovatif, dan memperkuat daya saing para generasi muda.

Pengalaman berjualan ini juga memperlihatkan bahwa keberhasilan dari suatu usaha tidak semata-mata diukur dari profit yang didapatkan, tetapi juga dari proses pembelajaran yang terjadi. Kewirausahaan menciptakan perubahan sosial dan ekonomi melalui penciptaan nilai tambah baru. Dalam praktik bazar ini, kami para mahasiswa juga dapat belajar tentang bagaimana pentingnya perencanaan usaha yang strategis, kemampuan membaca pasar, dan adaptasi terhadap tantangan lapangan.

DAFTAR PUSTAKA

Firdausya, L. Z., & Ompusunggu, D. P. (2023). Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Umkm) Di Era Digital Abad 21. *Tali Jagad Journal*, *1*(1), 16–20.

Hapsari, Y. A., Apriyanti, P., Hermiyanto, A., & Rozi, F. (2024). Analisa Peran UMKM Terhadap Perkembangan Ekonomi di Indonesia. *Jurnal Manajemen Dan Ekonomi Kreatif*, *2*(4), 53–62.

Jiwa, M., Kreatif, U., Bermanfaat, D. A. N., Melalui, M., & Enterpreneurship, P. (2022). *JURNAL KEWIRAUSAHAAN VOL. 8 No. 4, Juni 2022*. *8*(4), 262–272.

Khamimah, W. (2021). Peran Kewirausahaan Dalam Memajukan Perekonomian Indonesia. *Jurnal Disrupsi Bisnis*, *4*(3), 2017. https://doi.org/10.32493/drb.v4i3.9676

Kifly, A. Z., & Kamaruddin, S. A. (2024). Konsep Kewirausahaan Dan Wirausaha. *Jurnal Inovasi Pendidikan*, *7*(2), 36–40.

Kusuma, I. L., Fitria, T. N., Dewi, M. W., & Setiyowati, M. (2021). Pelatihan Kewirausahaan Sebagai Peluang Bisnis Untuk Generasi Milenial di Solo Raya Selama Masa Pandemi COVID-19. *Jurnal BUDIMAS*, *03*(02), 315–321.

Lestari, I. D., & Brahma, I. A. (2023). Dampak Penanaman Pendidikan Kewirausahaan Bagi Mahasiswa di Era Globalisasi. *Saskara : Indonesian Journal of Society Studies*, *3*(2), 79–94.

Ninawati, N., Tiara, V., Liska, F., & Barella, Y. (2024). Pemahaman Mendalam tentang Kewirausahaan: Manfaat yang Diperoleh, Fungsi yang Dimainkan, dan Peran dalam Perubahan Sosial dan Ekonomi. *Jurnal Nuansa: Publikasi …*, *2*(2), 218–222. https://journal.arimbi.or.id/index.php/Nuansa/article/view/920%0Ahttps://journal.arimbi.or.id/index.php/Nuansa/article/download/920/931

Ningrum, D. (2022). Membangun Jiwa Usaha Kreatif dan Bermanfaat Bagi Masyarakat Melalui Penerapan Enterpreneurship. *Jurnal Kewirausahaan*, *8*(4), 262–272.

Sinaga, M. H., Martina, S., & Purba, D. (2024). Pengaruh Modal Kerja, Jam Kerja Dan Tingkat Pendidikan Terhadap Pendapatan UMKM Di Kabupaten Simalungun. *Jurnal Ilmiah Accusi*, *6*(1), 151–160. https://doi.org/10.36985/n4s0jb32

Yolanda, C. (2024). Peran Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM) Dalam Pengembangan Ekonomi Indonesia. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, *2*(3), 170–186. https://doi.org/10.36490/jmdb.v2i3.1147