

## PEMANFAATAN STRATEGI PEMASARAN BERBASIS BAZAR UNTUK Mendukung Pengembangan UMKM ES KUWUT SLEBEW, Martabak Telur

Febrina Pinkan Hidayanti<sup>1</sup>, Halima Igfiru Romadona<sup>2</sup>, Ghina Rizkirabbani Labibah<sup>3</sup>, Helta Puspasari<sup>4</sup>, Indah Rosdiyan<sup>5</sup>, Arfian<sup>6</sup>

Program Studi Psikologi, Universitas Bhayangkara Jakarta

Email : [1202210515020@mhs.ubharajaya.ac.id](mailto:1202210515020@mhs.ubharajaya.ac.id), [2202210515241@mhs.ubharajaya.ac.id](mailto:2202210515241@mhs.ubharajaya.ac.id),  
[3202210515080@mhs.ubharajaya.ac.id](mailto:3202210515080@mhs.ubharajaya.ac.id), [4202210515091@mhs.ubharajaya.ac.id](mailto:4202210515091@mhs.ubharajaya.ac.id),  
[5202210515215@mhs.ubharajaya.ac.id](mailto:5202210515215@mhs.ubharajaya.ac.id), [arfian@dsn.ubharajaya.ac.id](mailto:arfian@dsn.ubharajaya.ac.id)

### ABSTRAK

Kegiatan bazar kewirausahaan yang dilaksanakan oleh mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya bertujuan untuk memberikan pengalaman langsung dalam mengelola usaha kecil. Dalam kegiatan ini, mahasiswa memproduksi dan memasarkan dua produk, yaitu es kuwut dan martabak telur. Metode pelaksanaan mengadopsi pendekatan pembelajaran berbasis proyek, meliputi perencanaan, produksi, pemasaran, hingga evaluasi usaha. Strategi pemasaran yang digunakan adalah kombinasi antara promosi langsung dan digital. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan keterampilan kewirausahaan mahasiswa dalam aspek manajemen keuangan, kerja tim, komunikasi pemasaran, dan adaptasi pasar. Selain menghasilkan keuntungan ekonomi, kegiatan ini juga membentuk karakter mahasiswa yang inovatif, mandiri, dan bertanggung jawab. Kegiatan ini menjadi sarana efektif untuk menanamkan nilai-nilai kewirausahaan dan membentuk lulusan yang adaptif di era ekonomi kreatif.

**Kata Kunci:** bazar; kewirausahaan; mahasiswa; pemasaran; UMKM

### ABSTRACT

The entrepreneurship bazaar conducted by students of the Faculty of Psychology, Bhayangkara University Jakarta Raya, aimed to provide hands-on experience in managing small businesses. In this program, students produced and marketed two products: es kuwut and egg martabak. The implementation method adopted a project-based learning approach, covering planning, production, marketing, and business evaluation. The marketing strategy combined direct and digital promotions. The results demonstrated improved entrepreneurial skills among students, including financial management, teamwork, marketing communication, and market adaptation. Besides generating economic profit, the activity also fostered students' character

### Article History

Received: Juni 2025  
Reviewed: Juni 2025  
Published: Juni 2025

Plagiarism Checker No  
234.KK.443

Prefix DOI :  
**10.9765/Krepa.V218.3784**

Plagiarism 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](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

*development—promoting innovation, independence, and responsibility. This activity proved to be an effective medium for instilling entrepreneurial values and preparing adaptive graduates for the creative economy era.*

**Keywords:** *bazaar; entrepreneurship; marketing; students; UMKM*

## PENDAHULUAN

Kewirausahaan merupakan pondasi penting dalam menumbuhkan ekonomi dalam suatu negara. secara umum, kewirausahaan melihat pada kemampuan individu dalam menciptakan sesuatu yang bernilai dan inovatif, baik berupa barang dan jasa dengan bertujuan untuk mendapatkan keuntungan sekaligus memberikan kontribusi positif bagi masyarakat (Robert D. Hisrich, 2017). Dalam lingkup perguruan tinggi pengembangan semangat mahasiswa untuk menjadi wirausaha menjadi semakin signifikan melihat tingginya tingkat pengangguran di kalangan lulusan sarjana. oleh sebab itu, pendidikan kewirausahaan dalam lingkungan kampus tidak hanya difokuskan pada penciptaan lapangan pekerjaan, namun juga menumbuhkan karakter mahasiswa yang kreatif, mandiri serta inovatif.

Mahasiswa diharapkan dapat berperan sebagai agen perubahan yang dapat menciptakan berbagai peluang usaha melalui aktivitas kewirausahaan. Dalam rangka menanamkan semangat kewirausahaan di kalangan mahasiswa, berbagai pendekatan pembelajaran telah diterapkan, salah satunya melalui kegiatan praktek langsung berupa bazar kewirausahaan (Rozaili, 2019). kegiatan ini dirancang sedemikian rupa guna memberikan pengalaman langsung dalam mengelola bisnis, sekaligus menjadi wadah dalam mengasah kreativitas, kemampuan bekerja dalam tim, serta keterampilan manajemen mahasiswa.

Pada mata kuliah kewirausahaan di fakultas psikologi universitas bhayangkara jakarta raya, mahasiswa diberi kesempatan untuk mengimplementasikan teori yang telah dipelajari melalui penyelenggaraan kegiatan bazar. dalam kegiatan tersebut, mahasiswa telah dikelompokkan kedalam beberapa tim yang bertanggung jawab untuk merancang, memproduksi dan memasarkan produk jualannya masing-masing. kegiatan ini juga berfungsi sebagai sarana untuk mengukur pemahaman mahasiswa terhadap konsep-konsep kewirausahaan seperti menganalisis pasar, strategi promosi, manajemen keuangan serta pelayanan terhadap pelanggan.

Kelompok kami memutuskan untuk memproduksi dan memasarkan dua jenis produk, yaitu es kuwut dan martabak telur. kami memilih produk martabak telur selain karena makanan ini disukai oleh berbagai kalangan dengan memiliki rasa gurih yang khas serta mudah untuk dikreasikan sesuai dengan selera konsumen kami juga mengajak para konsumen untuk bernostalgia bersama dengan jajanan saat berada di tingkat sekolah dasar. sementara itu produk es kuwut kami jadikan pilihan minuman yang cocok untuk menemani makanan, terutama karena kesegarannya sesuai dengan kondisi cuaca yang panas serta daya tarik visual yang mampu menarik konsumen.

Dengan melaksanakan kegiatan ini, mahasiswa memperoleh pengalaman belajar terjun langsung dalam mengelola usaha berskala kecil, serta dapat melatih untuk berpikir secara kritis, menyelesaikan permasalahan dan menyesuaikan diri. Pengalaman berwirausaha ini turut menjadi nilai tambah dalam pembentukan karakter mahasiswa yang mandiri dan tanggung jawab serta siap bersaing baik dalam dunia kerja maupun dalam menciptakan peluang usaha secara mandiri.

## METODE

Metode pelaksanaan bazar kuliner ini ditata secara terstruktur dan praktis agar memberi pengalaman nyata dalam mengelola usaha kecil di bidang kuliner. Kegiatan ini menerapkan pendekatan pembelajaran berbasis proyek dan pembelajaran pengalaman, di mana para peserta aktif terlibat di setiap tahap proses kewirausahaan, mulai dari merencanakan, mengumpulkan bahan, memproduksi, memasarkan, hingga mengevaluasi hasil usaha. Sasaran utama dari kegiatan ini adalah untuk meningkatkan keterampilan praktis peserta dalam membangun dan menjalankan usaha skala mikro serta berkontribusi pada penguatan ekonomi berbasis komunitas, terutama dalam konteks kewirausahaan di kalangan mahasiswa.

## TEMPAT DAN WAKTU

Pelaksanaan kegiatan adalah sebagai berikut :

Tempat : Universitas Bhayangkara Jakarta Raya

Waktu Pelaksanaan Kegiatan : Kamis, 06 Mei 2025.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Perencanaan dan Persiapan Program adalah langkah pertama dari metode ini dimulai dengan mengidentifikasi kebutuhan dan potensi pasar, baik dari segi produk maupun sumber daya yang ada. Proses ini dilakukan melalui diskusi kelompok serta pengamatan pasar kecil di sekitar kampus dan komunitas. Berdasarkan pengamatan tersebut, dipilih dua produk utama yang dianggap sangat menarik dan sesuai dengan tren konsumsi masyarakat, yaitu es kuwut sebagai minuman dan martabak lumpia (varian mini martabak telur) sebagai makanan. Pemilihan kedua produk ini didasarkan pada pertimbangan yang masuk akal, seperti bahan baku mudah diperoleh dan ekonomis, proses produksi mudah tetapi menarik, cocok untuk dijual di area kampus dan masyarakat umum, memiliki potensi margin keuntungan yang signifikan. Selanjutnya, dilakukan pembagian tugas di antara anggota tim yang memiliki beberapa peran utama, yaitu tim produksi (pengolahan makanan dan minuman), tim logistik dan pengadaan bahan, tim promosi dan pemasaran, tim keuangan. Setiap anggota bertanggung jawab untuk tugas dan laporan di wilayahnya masing-masing. Untuk memastikan persiapan teknis, juga diadakan pelatihan internal dalam bentuk simulasi pembuatan produk dan uji coba rasa.

Rancangan Anggaran dan Pengadaan Bahan Baku, anggaran disusun dengan rinci berlandaskan kebutuhan bahan pokok yang telah ditetapkan dalam proses simulasi produksi. Pengeluaran dikelompokkan menjadi tiga kategori utama, yaitu pengeluaran untuk perlengkapan umum (gelas plastik, plastik kemasan, kertas nasi, cetakan poster, sedotan, tissue, sarung tangan), pengeluaran untuk bahan baku martabak lumpia, pengeluaran untuk bahan baku es kuwut

Rincian pengeluaran untuk bahan baku martabak lumpia:

- Lumpia kering: Rp13. 000
- Daun bawang: Rp10. 000
- Kol: Rp5. 000
- Sosis: Rp19. 000
- Telur: Rp35. 500 (termasuk 2 butir dari stok pribadi)
- Minyak goreng 2 liter: Rp32. 000
- Bumbu asin, saus, dan cabai: Rp29. 000
- Sarung tangan plastik dan kemasan: Rp16. 000

Rincian pengeluaran untuk bahan baku es kuwut:

- Timun 1 kg: Rp17. 000
- Nutrisari jeruk nipis: Rp16. 000
- Sirup marjan (2 botol): Rp42. 000
- Selasih: Rp5. 000
- Gula: Rp18. 000
- Air mineral dan es batu: Rp39. 000
- Tutup gelas, sedotan, tissue: Rp16. 000

Semua pembelian dicatat dan dilaporkan oleh penanggung jawab masing-masing, disertai bukti nota serta total biaya. Jumlah dana kemudian dibagi rata sebagai modal patungan, sehingga para peserta belajar tentang tanggung jawab dalam investasi bersama. Strategi Pemasaran dan Penjualan, dalam pemasaran diterapkan pendekatan pemasar multi-saluran yang menggabungkan strategi tradisional dan digital. Promosi dilakukan melalui promosi secara langsung kepada mahasiswa dan dosen di dalam kampus, penyebaran poster promosi secara fisik di lokasi strategis dan juga di media sosial, pembuatan konten digital sederhana untuk dibagikan melalui WhatsApp, termasuk katalog menu, jumlah permintaan, menghindari kelebihan stok, dan meningkatkan efisiensi bahan baku. Penjualan dilakukan secara langsung saat bazar berlangsung, dengan memilih tempat yang strategis agar pengunjung dapat dengan mudah melihat, membeli, dan mencoba produk. Tim penjualan dilengkapi dengan pengetahuan tentang produk dan cara berkomunikasi yang sederhana untuk menarik perhatian pembeli dan menjelaskan keunggulan produk.

Manajemen Keuangan dan Evaluasi, aspek pengelolaan keuangan menjadi hal yang sangat penting dalam pendekatan ini. Sejak awal kegiatan, semua pemasukan dan pengeluaran dicatat secara manual oleh dua anggota tim keuangan yang bertanggung jawab untuk: Menyusun laporan anggaran awal, mencatat setiap transaksi untuk pembelian bahan dan perlengkapan, menghitung hasil penjualan setiap hari, menyusun rekap laba rugi, selain itu, terdapat pemisahan antara modal dengan hasil penjualan, untuk membiasakan peserta dengan konsep pemisahan antara keuangan pribadi dan usaha. Keuntungan yang diperoleh dihitung setelah semua biaya produksi dikembalikan dan dikurangi dengan bahan atau perlengkapan yang tidak terpakai.

Evaluasi dilakukan setelah bazar selesai untuk menilai sejauh mana strategi yang diterapkan berjalan dengan baik. Aspek yang dievaluasi mencakup, capaian target penjualan, efektivitas strategi promosi, masalah yang muncul dalam operasional di lapangan, efisiensi dalam pengelolaan bahan dan tenaga kerja, tanggapan konsumen terhadap produk. Hasil dari evaluasi ini digunakan sebagai dasar untuk refleksi dan perbaikan dalam kegiatan kewirausahaan berikutnya, agar peserta lebih siap menghadapi tantangan di dunia usaha nyata.

Kegiatan bazar kewirausahaan ini memberikan hasil yang cukup positif dalam mendukung pencapaian tujuan pendidikan kewirausahaan di tingkat perguruan tinggi. Keuntungan bersih yang diperoleh selama satu hari kegiatan membuktikan bahwa mahasiswa mampu merancang dan menjalankan usaha kecil secara mandiri. Hal ini sejalan dengan pendapat Hisrich (2017) bahwa kewirausahaan merupakan proses menciptakan sesuatu yang bernilai dan inovatif dengan tujuan memperoleh keuntungan sekaligus memberikan kontribusi kepada masyarakat. Produk yang dipilih, yaitu martabak telur dan es kuwut, menunjukkan adanya pemahaman terhadap kebutuhan dan preferensi pasar yang relevan dengan konteks sosial mahasiswa. Martabak telur dipilih tidak hanya karena digemari berbagai kalangan, tetapi juga mengandung unsur nostalgia yang menjadi nilai jual tersendiri. Sementara es kuwut mampu menarik perhatian karena kesegarannya dan tampilan visualnya yang menarik terutama di tengah cuaca panas Bekasi.



(Gambar. 1 Poster Penjualan)



(Gambar. 2 Pelaksanaan Bazar)

Pada bazaar ini penetapan harga yang terjangkau agar tetap bersaing dengan stand lain, yaitu Rp8.000 untuk martabak telur dan Rp6.000 untuk es kuwut. Selain itu, kami juga menawarkan paket hemat, yakni pembelian martabak dan es kuwut sekaligus dengan harga Rp13.000. Mahasiswa belajar secara langsung bahwa keberhasilan bisnis tidak hanya ditentukan oleh produk yang dijual, tetapi juga oleh strategi komunikasi, kerja tim, serta kemampuan adaptasi terhadap tantangan pasar. Kegiatan bazar kewirausahaan yang dijalankan oleh mahasiswa ini tidak hanya berhasil dalam sisi praktis yaitu penjualan produk dan perolehan keuntungan tetapi juga memberikan pengalaman nyata dalam membentuk karakter kewirausahaan mahasiswa. Yasa et al (2022) menunjukkan bahwa keterlibatan mahasiswa dalam kegiatan kewirausahaan berbasis proyek nyata meningkatkan kemampuan berpikir kritis, manajemen waktu, serta rasa percaya diri dalam mengambil keputusan. Hal ini juga dirasakan oleh mahasiswa dalam kegiatan ini, di mana mereka harus melakukan analisis pasar, menentukan harga jual, hingga melakukan promosi secara langsung kepada konsumen kampus.

Hasil kegiatan ini menunjukkan keterkaitan kuat dengan teori kewirausahaan dalam hal analisis pasar, strategi promosi, pengelolaan modal, dan manajemen pelayanan. Mahasiswa belajar secara langsung bahwa keberhasilan bisnis tidak hanya ditentukan oleh produk yang dijual, tetapi juga oleh strategi komunikasi, kerja tim, serta kemampuan adaptasi terhadap tantangan pasar. Kegiatan bazar kewirausahaan yang dijalankan oleh mahasiswa ini tidak hanya berhasil dalam sisi praktis yaitu penjualan produk dan perolehan keuntungan tetapi juga memberikan pengalaman nyata dalam membentuk karakter kewirausahaan mahasiswa.

Hasil ini juga mendukung penelitian Rozaili (2019) bahwa pendekatan pembelajaran berbasis praktik, seperti kegiatan bazar kewirausahaan, secara signifikan meningkatkan

pemahaman mahasiswa terhadap konsep-konsep bisnis serta keterampilan sosial yang relevan dengan dunia kerja. Kegiatan ini juga mampu memperkuat karakter mahasiswa dalam hal kemandirian, tanggung jawab, dan kemampuan memecahkan masalah, yang merupakan karakter penting dalam profil lulusan berdaya saing.

Sebagai perbandingan, kegiatan serupa yang dilakukan oleh Pranoto (2020) juga menyatakan hasil bahwa mahasiswa yang terlibat langsung dalam proyek kewirausahaan menunjukkan peningkatan signifikan dalam kemampuan berpikir kreatif, kolaborasi tim, dan pengambilan keputusan bisnis. Ini menunjukkan bahwa praktik langsung melalui kegiatan bazar atau proyek bisnis kecil menjadi sarana edukasi yang efektif dalam menanamkan semangat kewirausahaan.

Di sisi lain, pelaksanaan kegiatan ini turut memperkuat pemahaman mahasiswa mengenai pentingnya inovasi dalam pemasaran. Dalam proses pelaksanaan bazar, mahasiswa secara aktif melakukan improvisasi terhadap cara penyajian produk, komunikasi dengan pelanggan, serta teknik promosi yang menarik perhatian. Misalnya, penggunaan strategi pemasaran berbasis visual seperti desain kemasan yang menarik dan pemanfaatan media sosial terbukti mampu meningkatkan visibilitas produk dan memperluas jangkauan konsumen. Pendekatan ini sesuai dengan temuan (Susilowati et al., 2022) yang menyatakan bahwa integrasi kreativitas dalam proses pemasaran dapat meningkatkan daya saing produk UMKM di pasar lokal.

Dengan demikian, kegiatan ini tidak hanya menghasilkan dampak ekonomi berupa keuntungan penjualannya tetapi juga berfungsi sebagai wahana pembelajaran holistik dalam pendidikan kewirausahaan. Mahasiswa tidak sekedar memahami konsep-konsep bisnis secara teoritis, melainkan juga mampu menerapkan nilai-nilai kewirausahaan secara langsung melalui keterlibatan aktif dalam proses perencanaan, pelaksanaan, hingga evaluasi usaha. Pengalaman ini mencerminkan pendekatan experiential learning yang mendorong mahasiswa untuk belajar secara aktif melalui pengalaman nyata, sehingga mampu meningkatkan pemahaman konseptual sekaligus keterampilan praktis yang relevan dengan dunia kerja. Dengan kata lain, kegiatan bazar ini berkontribusi pada terbentuknya profil lulusan yang adaptif, inovatif, dan berdaya saing di era ekonomi kreatif.

## KESIMPULAN

Kegiatan bazar kewirausahaan yang telah dilaksanakan berhasil menjadi sarana pembelajaran praktis yang efektif dalam mengembangkan kompetensi kewirausahaan di lingkungan perguruan tinggi. Melalui perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi usaha secara langsung, mahasiswa memperoleh pengalaman nyata dalam mengelola bisnis kecil, memahami kebutuhan pasar, serta menerapkan strategi pemasaran yang relevan. Capaian berupa keuntungan usaha dan antusiasme konsumen menunjukkan bahwa pendekatan pembelajaran berbasis praktik ini tidak hanya mendorong kreativitas dan kerja sama tim, tetapi juga menumbuhkan karakter kewirausahaan yang adaptif, inovatif, dan bertanggung jawab. Dengan demikian, kegiatan ini memberikan kontribusi penting dalam mempersiapkan mahasiswa menjadi lulusan yang memiliki daya saing di era ekonomi kreatif.

## DAFTAR PUSTAKA

Pranoto, H., & Wahyuni, S. (2020). *Implementasi Praktik Kewirausahaan dalam Meningkatkan Jiwa Usaha Mahasiswa*. Jurnal Pendidikan dan Kewirausahaan, Universitas Negeri Yogyakarta.

Robert D. Hisrich, M. P. P. D. A. S. (2017). Entrepreneurship. In *Entrepreneurship* (tenth edition). McGraw-Hill Education,.

Rozaili, R. (2019). Proses manajemen perkantoran Badan Pusat Statistik (BPS) Kabupaten Pidie. *Jurnal Sains Riset*, 7(3). <https://doi.org/10.47647/jsr.v7i3.21>

Yasa, N. N. K., Suwitha, I. W., & Wulandari, K. A. (2020). Pengaruh Kegiatan Kewirausahaan Terhadap Pembentukan Karakter Mahasiswa. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 12(1), 45-53.

Susilowati, H., Ratnaningrum, Andriana, M., Hargyatni, T., & Sholihah, E. (2022). *Kinerja Bisnis UMKM di Era Digital*.