

## PARTISIPASI MAHASISWA DALAM BAZAR KAMPUS: PRAKTIK PRODUKSI DAN PENJUALAN “JELLY FRUIT BALL” SEBAGAI WUJUD KEGIATAN KEWIRAUSAHAAN

Siti Nuriya Hikma<sup>1</sup>, Siti Nurmala<sup>2</sup>, Zetta Zhafira<sup>3</sup>, Syafina Wanila<sup>4</sup>, Arfian<sup>5</sup>  
Program Studi Psikologi, Fakultas Psikologi, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya  
Kota Bekasi, Indonesia

Email : [202210515187@mhs.ubharajaya.ac.id](mailto:202210515187@mhs.ubharajaya.ac.id), [202210515081@mhs.ubharajaya.ac.id](mailto:202210515081@mhs.ubharajaya.ac.id),  
[202210515015@mhs.ubharajaya.ac.id](mailto:202210515015@mhs.ubharajaya.ac.id), [202210515049@mhs.ubharajaya.ac.id](mailto:202210515049@mhs.ubharajaya.ac.id), [arfian@dsn.ubharajaya.ac.id](mailto:arfian@dsn.ubharajaya.ac.id)

### ABSTRAK

Kegiatan bazar ini bertujuan untuk mengembangkan keterampilan kewirausahaan mahasiswa melalui praktik penjualan produk minuman sehat yaitu Jelly Fruit Milk. Produk ini merupakan kombinasi dari susu, potongan buah segar, dan jelly yang dikemas secara menarik. Kegiatan dilaksanakan dalam empat tahap, yaitu persiapan, pelaksanaan, penilaian aktivitas, dan pelaporan. Hasil penjualan menunjukkan pencapaian sebanyak 50 cup dalam satu hari dengan total keuntungan sebesar Rp. 750.000. Selain memberikan dampak finansial, kegiatan ini juga berhasil meningkatkan kemampuan teknis dalam produksi, pemasaran digital, serta soft skills mahasiswa.

**Kata Kunci:** Bazar; Mahasiswa; Penjualan; Kewirausahaan; Minuman Sehat

### ABSTRACT

*This activity evaluates the effectiveness of campus bazaar-based entrepreneurship programs in developing students' skills. Through the sale of “Jelly Fruit Ball”, a healthy drink, students of Universitas Bhayangkara Jakarta Raya apply entrepreneurial knowledge practically. This activity uses a direct experience method, including the preparation, implementation, evaluation, and reporting stages. The results showed sales of 50 cups in a day with a profit of more than IDR 750,000. In addition to financial benefits, this program improves students' production, digital marketing, and soft skills. This shows the potential of practice-based programs as an effective entrepreneurship learning model.*

**Keywords:** Bazaar; Students; Sales; Entrepreneurship; Healthy Drinks

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

## PENDAHULUAN

Perkembangan dunia pendidikan tinggi saat ini menekankan pentingnya pembelajaran yang bersifat aplikatif, yang tidak hanya mengajarkan teori kepada mahasiswa tetapi juga pengetahuan praktis yang relevan dengan kehidupan sosial dan ekonomi masyarakat umum. Dalam konteks tersebut, peningkatan kualitas SDM menjadi kunci untuk mendorong pertumbuhan ekonomi nasional. Secara umum, sebuah negara dengan jumlah wirausahawan yang tinggi memiliki potensi besar untuk mengalami pertumbuhan ekonomi yang pesat dan bisa dianggap sebagai negara yang makmur. Indonesia sendiri termasuk dalam kategori negara

berkembang di dunia. Oleh karena itu, Indonesia terus berupaya meningkatkan kualitas hidup warganya. Salah satu cara untuk mencapai tujuan tersebut adalah dengan meningkatkan kualitas pendidikan agar potensi manusia dapat tumbuh secara berkelanjutan tanpa hambatan (Gita Wahyu Ningsih and Yekti Condro Winursito 2023) dan menjadikan kewirausahaan sebagai bagian penting dalam upaya membangun bangsa.

Kewirausahaan adalah proses mengidentifikasi, mengembangkan, dan mengintegrasikan visi ke dalam kehidupan sehari-hari. Visi ini bisa berupa ide inovatif, tantangan, atau cara yang lebih efektif dalam melakukan sesuatu. Hasil dari proses ini adalah terciptanya sebuah usaha baru yang sering kali didasarkan pada kondisi yang berisiko atau belum tentu menguntungkan (Idris et al. 2022). Ini salah satu cara untuk menggambarkan mata kuliah kewirausahaan adalah sebagai satu pembelajaran yang mengajarkan mahasiswa untuk memahami konsep kewirausahaan, cara mengelola uang, memperoleh pengalaman berwirausaha jangka panjang, serta bagaimana memulai bisnis mereka sendiri dari nol (Wildad and Jayatri 2022).

Adapun bentuk kegiatan pada mata kuliah kewirausahaan ini adalah dengan penyelenggaraan bazar. Bazar merupakan salah satu bentuk strategi serta kegiatan inovatif yang berperan dalam mendukung perkembangan sektor kewirausahaan. Kegiatan bazar ini juga dapat menjadi wadah awal bagi mahasiswa untuk merintis Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) mereka sendiri. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) adalah jenis usaha yang memiliki kemampuan untuk memberikan kontribusi signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi, mengatasi masalah ketenagakerjaan di Indonesia, serta menghasilkan barang-barang yang bermanfaat bagi masyarakat umum (Patimara et al. 2021).

Program pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) salah satu instrumen penting dalam meningkatkan daya beli masyarakat sekaligus berperan sebagai penyangga dalam menghadapi krisis moneter. Ketika krisis ekonomi melanda dunia, dampaknya turut memperburuk perekonomian Indonesia. Pada masa krisis yang terjadi antara tahun 1997 hingga 1998, sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) justru menjadi satu-satunya sektor yang mampu bertahan. Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik, pasca krisis, jumlah UMKM tidak mengalami penurunan, bahkan terus menunjukkan pertumbuhan yang signifikan. UMKM juga berperan besar dalam penyerapan tenaga kerja, yakni dari 85 juta hingga mencapai 107 juta orang hingga tahun 2012. Pada tahun tersebut, jumlah total pelaku usaha di Indonesia mencapai 56.539.560 unit, di mana sebanyak 56.534.592 unit atau 99,99% merupakan UMKM, sedangkan sisanya hanya sekitar 0,01% atau 4.968 unit merupakan usaha berskala besar (Reza Rahman, Rizki Oktavianto, and Magister Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis 2021).

Hal inilah yang membuat peran UMKM sangat strategis dalam menggerakkan roda perekonomian nasional karena cakupan usahanya yang luas dan menyentuh hampir seluruh sektor, sehingga mampu memberikan kontribusi besar terhadap peningkatan pendapatan masyarakat berpenghasilan rendah. Dalam pengembangannya, tanggung jawab tersebut tidak hanya berada di tangan pemerintah, tetapi juga membutuhkan peran aktif dari pelaku UMKM itu sendiri. Dengan potensi yang dimiliki, pelaku UMKM dapat menciptakan inovasi dan kreativitas usaha yang produktif dengan memanfaatkan berbagai fasilitas dan dukungan yang telah disediakan oleh pemerintah (Anggraeni, Hardjanto, and Hayat n.d.).

Melihat pentingnya peran UMKM dalam pertumbuhan ekonomi nasional, kegiatan bazar menjadi salah satu langkah konkret untuk menumbuhkan minat dan kemampuan berwirausahaan, khususnya di kalangan mahasiswa. Dalam rangka mengaplikasikan materi kewirausahaan yang telah dipelajari di kelas, kami pun turut berpartisipasi dalam bazar kampus dengan menjual produk minuman bernama "Jelly Fruit Ball".

Di tengah popularitas ini, jelly fruit milk muncul sebagai produk yang memadukan susu segar, potongan buah tropis, dan tekstur kenyal jelly dalam satu kemasan praktis dan menarik. Variasi rasa seperti anggur, melon, strawberry, apel memberikan pengalaman baru

bagi konsumen muda, sehingga produk ini bukan sekadar minuman, melainkan juga pengalaman konsumsi yang menyenangkan.

Secara keseluruhan, kegiatan ini diharapkan dapat menciptakan model program kewirausahaan yang holistik dan berkelanjutan, yang menggabungkan teknik produksi, aspek gizi, inovasi produk, strategi pemasaran digital, dan pengembangan soft skills bagi generasi muda. Pendekatan ini juga dirancang sebagai contoh bagi pengembangan inovasi produk makanan lainnya di lingkungan kampus dan komunitas lokal yang lebih luas.

## METODE

Kegiatan ini dilakukan melalui kerja sama, program ini menerapkan metode belajar melalui pengalaman langsung, yang menjadikan mahasiswa tidak hanya sebagai penerima informasi, tetapi juga sebagai pelaku utama dalam proses produksi, pemasaran, dan penilaian produk jelly fruit milk. Kegiatan ini dibagi menjadi lima tahap, yakni persiapan, pelaksanaan, evaluasi kegiatan, evaluasi kegiatan dan pelaporan.



## TEMPAT DAN WAKTU

Pelaksanaan kegiatan adalah sebagai berikut :

Tempat : Universitas Bhayangkara Jakarta Raya  
Waktu Pelaksanaan Kegiatan : Kamis, 22 Mei 2025.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan kegiatan bazar untuk mata kuliah kewirausahaan ini dengan fokus pada edukasi dan praktik kewirausahaan berlangsung sehari saja pada bulan 22 Mei 2025, bertempat di lingkungan kampus. Kegiatan ini diikuti oleh mahasiswa dari jurusan psikologi yang mengambil mata kuliah kewirausahaan, Mata kuliah kewirausahaan tidak hanya menyajikan aspek pengetahuan semata, tetapi juga mencakup pengembangan keterampilan praktis. Oleh karena itu, mahasiswa diharapkan memiliki kesiapan dan keterbukaan untuk mulai berlatih dan mengembangkan kemampuan berwirausaha secara mandiri (Istianingsih 2019). Dalam bazar tersebut kelompok kami memilih berjualan minuman bernama “Jelly Fruit Ball”. Produk *jelly fruit ball* dikembangkan dengan pendekatan berbasis pengalaman dan praktik langsung dilapangan, di mana mahasiswa dilibatkan secara aktif sebagai aktor utama dalam seluruh proses kegiatan, mulai dari pembuatan hingga penjualan produk. Melalui kegiatan ini, mahasiswa tidak hanya mendapatkan pelatihan kewirausahaan, tetapi juga pengalaman langsung dalam menjalankan usaha yang menekankan pada aspek gizi, estetika dan kreativitas dalam pengolahan produk. Dengan demikian, kegiatan ini menjadi bentuk pemberdayaan mahasiswa dalam mengembangkan keterampilan kewirausahaan secara menyeluruh.

Pertama, setelah melalui proses diskusi kelompok dan pertimbangan beberapa ide, kami akhirnya memutuskan untuk menjual minuman sebagai produk utama dalam kegiatan bazar. Pilihan ini kami ambil karena minuman, terutama yang segar dan memiliki tampilan menarik, sangat diminati oleh mahasiswa dan pengunjung bazar kampus. Tahap selanjutnya yang kami lakukan adalah persiapan bahan dan perlengkapan untuk produksi. Kami mulai dengan membeli berbagai kebutuhan utama seperti jelly, cetakan jelly, susu cair, aneka topping, serta buah-buahan segar. Untuk buah, kami memilih jenis buah yang memiliki rasa manis dan segar, serta

mudah dipadukan dengan jelly, yaitu melon, anggur, jeruk, dan apel. Buah-buahan tersebut nantinya akan dipotong kecil-kecil dan dicampurkan bersama jelly di dalam cetakan jelly. Selain itu, kami juga menyediakan tiga jenis topping tambahan untuk menambah variasi dan daya tarik produk, yaitu choco crunch, parutan jelly kelapa dan biji selasih. Topping ini dapat dipilih bebas oleh pembeli sesuai selera masing-masing dan menariknya, kami tidak menetapkan biaya tambahan untuk setiap pilihan topping. Hal ini kami lakukan sebagai bentuk layanan ekstra untuk menarik minat pembeli serta memberi pengalaman yang menyenangkan dan fleksibel dalam memilih varian rasa. Dengan persiapan yang matang dan bahan-bahan yang lengkap, kami berharap produk minuman yang kami tawarkan tidak hanya menyegarkan, tetapi juga memberikan kesan menyenangkan bagi para pembeli di bazar kampus.

Setelah semua bahan tersedia, kami mulai masuk ke tahap produksi dengan meracik komposisi secara cermat. Proses ini kami lakukan dengan penuh perhatian agar menghasilkan cita rasa yang seimbang dan tampilan yang menarik. Jelly dibuat menggunakan takaran air, bubuk jelly dan gula yang sudah diperhitungkan, sehingga menghasilkan tekstur yang kenyal namun tidak keras. Uniknya, potongan buah segar seperti melon, anggur, jeruk, dan apel kami masukkan langsung ke dalam cetakan jelly sebelum didinginkan. Dengan cara ini, buah-buahan tidak hanya menjadi topping, tetapi juga menyatu secara visual dan rasa di dalam jelly, menciptakan sensasi gigitan yang menyegarkan dan penuh kejutan.

Setelah jelly siap, kami menyajikannya dalam kemasan mika food-grade berukuran 500 ml. Untuk bagian susunya, kami memberikan dua pilihan rasa yang bisa dipilih langsung oleh pembeli, yaitu susu putih original (plain) dan susu stroberi. Pilihan ini kami sediakan agar pembeli merasa lebih bebas dan bisa menyesuaikan dengan selera mereka, sekaligus menambah variasi dalam produk yang kami tawarkan. Untuk mendukung tampilan produk, kami juga menempelkan label merek yang dirancang simpel namun mencolok pada setiap kemasan. Label ini menjadi bagian dari strategi pemasaran visual kami agar produk terlihat lebih profesional dan menarik saat dipajang di stan bazar.



*Gambar 1. Tampilan Produk*

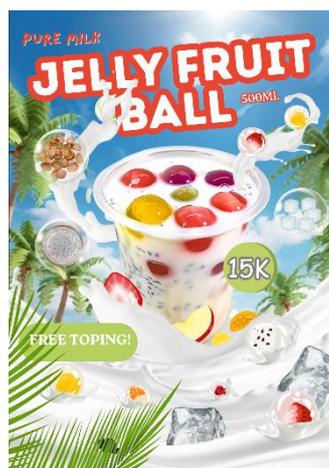
Setelah proses produksi selesai, kegiatan dilanjutkan ke tahap pelaksanaan penjualan produk melalui dua saluran utama, yaitu penjualan langsung (offline) dan penjualan daring (online). Untuk penjualan offline, kami membuka booth di area strategis kampus selama satu hari penuh, mulai pukul 08.00 hingga 16.00 WIB. Lokasi booth dipilih di titik dengan lalu lintas tinggi agar mudah diakses oleh mahasiswa dan civitas akademika lainnya. Kebetulan pada hari tersebut kampus sedang menyelenggarakan lomba antar organisasi mahasiswa, sehingga suasana sangat ramai dan menjadi momen yang tepat untuk menjangkau lebih banyak konsumen.

Momentum kegiatan kampus yang meriah ini dimanfaatkan dengan maksimal. Respons pasar terhadap produk jelly milk yang kami tawarkan sangat positif. Dalam satu hari pelaksanaan, lebih dari 50 cup berhasil terjual. Pembeli tidak hanya berasal dari kalangan teman sejurusan, tetapi juga dari mahasiswa program studi lain, dosen, hingga staf kampus. Banyak di antara mereka yang tertarik mencoba karena kemasan yang menarik, pilihan topping yang beragam, serta kesegaran rasa yang ditawarkan. Beberapa dosen bahkan secara khusus membeli produk kami sebagai bentuk dukungan dan apresiasi terhadap kreativitas serta semangat kewirausahaan mahasiswa.



Gambar 2. Pelaksanaan

Selain penjualan langsung, kami juga melakukan promosi dan penjualan secara daring melalui media sosial. Kanal digital seperti Instagram dan WhatsApp digunakan untuk memperluas jangkauan pasar dan mengenalkan produk ke lebih banyak orang. Konten promosi dibuat secara mandiri oleh mahasiswa, berupa poster digital, foto produk, serta video singkat yang menampilkan proses pembuatan dan keunikan jelly milk. Kegiatan ini tidak hanya membantu memperluas promosi, tetapi juga menjadi sarana pembelajaran dalam memahami strategi komunikasi pemasaran visual yang sangat relevan dalam dunia bisnis saat ini.



Gambar 3. Poster Promosi

Setelah selesai didapatkan dalam waktu satu hari pelaksanaan penjualan, 50 cup jelly milk berhasil dipasarkan dengan harga jual sebesar Rp 15.000 per cup. Dengan biaya produksi per cup sekitar Rp 8.989, kegiatan ini menghasilkan margin keuntungan Rp 6.000 per unit, atau total laba kotor lebih dari Rp 750.000. Angka ini menjadi bukti bahwa kegiatan ini tidak hanya bersifat edukatif, tetapi juga memberikan hasil ekonomi yang nyata.

Secara keseluruhan, kegiatan ini juga membawa dampak positif dalam pengembangan karakter kewirausahaan mahasiswa. Mahasiswa belajar bekerja dalam tim, membagi tugas,

berkomunikasi dengan konsumen, serta menangani berbagai kendala teknis selama proses produksi dan penjualan. Beberapa tantangan yang muncul antara lain keterbatasan waktu karena padatnya aktivitas akademik dan penyimpanan produk dalam suhu yang tidak stabil. Namun, semua permasalahan ini menjadi bagian penting dari proses pembelajaran yang membentuk mental tangguh dan adaptif

## KESIMPULAN

Kegiatan bazar kampus yang dijalankan oleh mahasiswa Universitas Bhayangkara Jakarta Raya dalam memasarkan produk “Jelly Fruit Ball” terbukti efektif sebagai metode pembelajaran kewirausahaan. Kegiatan ini menghasilkan keuntungan finansial yang signifikan lebih dari Rp 750.000 dalam satu hari dan pengembangan keterampilan berharga. Mahasiswa tidak hanya meningkatkan kemampuan teknis produksi dan pemasaran digital, tetapi juga mengembangkan soft skills seperti kerja tim dan manajemen. Tantangan yang dihadapi, seperti keterbatasan waktu dan kendala penyimpanan produk agar kualitasnya tetap terjaga, menjadi bagian integral dari proses pembelajaran dan membentuk kemampuan adaptasi mahasiswa. Kegiatan ini dapat direkomendasikan sebagai pendekatan holistik dan berkelanjutan dalam pengembangan kewirausahaan mahasiswa, yang dapat diadaptasi di lingkungan kampus dan komunitas lainnya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Anggraeni, Feni Dwi, Imam Hardjanto, and Ainul Hayat. n.d. “Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (Ukm) Melalui Fasilitas Pihak Eksternal Dan Potensi Internal.” *Jurnal Administrasi Publik (JAP)* 1(6):1286-95.
- Gita Wahyu Ningsih, and Yekti Condro Winursito. 2023. “Upaya Menumbuhkan Jiwa Kewirausahaan Melalui Bazar Festival Numerasi Di SD Negeri Plumpungrejo 02.” *SEWAGATI: Jurnal Pengabdian Masyarakat Indonesia* 2(4):116-29. doi:10.56910/sewagati.v2i4.1122.
- Idris, Rudi Syahriadi, Suparwi Sos, Lalu Muhammad Arif Rahman, Arham, Joko Suprayetno, Eny Widyawati, Fitriyani, Marini, Raja Muhammad Syo'if, Novi Harmadyaastuti, Rio Setiawan, Afdal R. Anwar, and Hendri Herman. 2022. *Kewirausahaan Dan Inovasi*. 1st ed. edited by H. Herman. Depok: STRATEGY CITA SEMESTA.
- Istianingsih. 2019. *Kewirausahaan Buku Ajar Untuk Mahasiswa PENERBIT PT TRIBUDHI PELITA INDONESIA*. 1st ed. Jakarta: Tribudhi Pelita Indonesia.
- Patimara, Dominggus Domu, Yulita Milla Pakereng, Fakultas Ekonomi Bisnis, Dan Humaniora, Kristen Wira, and Wacana Sumba. 2021. “Analisis Pemanfaatan Kredit Untuk Pengembangan Usaha (Studi Pada Nasabah Pegadaian Cabang Waingapu).” *Transformatif* X(2):15-27.

# Krepa: Kreativitas Pada Abdimas

ISSN 2988-3059

Cahaya Ilmu Bangsa

Vol 6 No 2 Tahun 2025

Prefix DOI : 10.9765/Krepa.V218.3784

Reza Rahman, Mochamad, Muhammad Rizki Oktavianto, and Mahasiswa Magister Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis. 2021. "Perkembangan UMKM (Usaha Mikro Kecil Dan Menengah) Di Indonesia." *Universitas Tangjungpura*.

Wildad, Sri Wahyuni, and Fidyah Jayatri. 2022. "Analisis Program Bazar Kampus Sebagai Sarana Menumbuhkan Kepercayaan Diri Mahasiswa Dalam Berwirausaha." *Prosiding SNPE FKIP Universitas Muhammadiyah Metro* 1(1):57-66.