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

Vol 6 No 4 Tahun 2025
Prefix DOI : 10.9765/Krepa.V218.3784

PENGEMBANGAN JIWA KEWIRAUSAHAAN MAHASISWA MELALUI KEGIATAN BAZAR USAHA LUMPIA BEEF KEPIN

Kevin Yazid[1], Laila Azizah[2], Rajif Fadillah[3], Ricard Novan[4], Sahrul Layali[5], Rijal Abdillah[6]
Program Studi Psikologi, Fakultas Psikolog, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya
Kota Bekasi, Indonesia
Email : 202210515206@mhs.ubaharajaya.ac.id[1]
202210515227@mhs.ubharajaya.ac.id [2]
Rijal.abdillah@dsn.ubaharajaya.ac.id[3]

ABSTRAK

Pendidikan kewirausahaan memainkan peranan penting dalam menyiapkan generasi muda yang adaptif, kreatif, dan mandiri dalam menghadapi tantangan global dan dunia kerja yang semakin kompetitif. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan menganalisis efektivitas kegiatan bazar kewirausahaan sebagai media pembelajaran berbasis pengalaman (experiential learning) bagi mahasiswa. Kegiatan dilakukan oleh mahasiswa Universitas Bhayangkara Jakarta Raya melalui penjualan produk inovatif "Lumpia Beef Kepin". Penelitian menggunakan pendekatan partisipatif yang melibatkan mahasiswa dalam seluruh proses bisnis, mulai dari perencanaan usaha, produksi, strategi pemasaran, hingga evaluasi kegiatan. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa mahasiswa mampu menerapkan teori kewirausahaan dalam praktik nyata, mengembangkan keterampilan manajerial, dan meningkatkan soft skills seperti komunikasi, kerja tim, dan pengambilan keputusan. Produk yang ditawarkan berhasil menarik perhatian konsumen dan mendapat respons positif dari segi cita rasa, kemasan, dan pelayanan. Selain itu, mahasiswa juga belajar mengatasi kendala teknis secara adaptif dan inovatif. Kegiatan bazar ini terbukti menjadi sarana yang efektif dalam menumbuhkan jiwa kewirausahaan, meningkatkan kepercayaan diri, dan mendorong sikap proaktif mahasiswa dalam menghadapi dunia bisnis. Dengan demikian, integrasi antara teori dan praktik melalui kegiatan bazar dapat menjadi strategi pendidikan yang efektif dalam membentuk wirausahawan muda yang kompeten dan berdaya saing tinggi.

Kata Kunci : Bazar, Kewirausahaan, Mahasiswa

ABSTRACT

Entrepreneurship education plays an important role in preparing a generation of young people who are adaptive, creative, and independent in facing global challenges and an increasingly competitive job market. This research aims to identify and analyze the effectiveness of entrepreneurship bazaar activities as a medium for experiential learning for students. The activity was carried out by students of Universitas Bhayangkara Jakarta Raya through the sale of the

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

Krepa: Kreativitas Pada Abdimas
ISSN 2988-3059
Cahaya Ilmu Bangsa
Vol 6 No 4 Tahun 2025
Prefix DOI : 10.9765/Krepa.V218.3784

innovative product "Lumpia Beef Kepin." The research used a participatory approach that involved students in the entire business process, from business planning, production, marketing strategy, to activity evaluation. The results of the activity show that students are able to apply entrepreneurial theory in real practice, develop managerial skills, and enhance soft skills such as communication, teamwork, and decision-making. The products offered successfully attracted consumer attention and received positive responses in terms of taste, packaging, and service. In addition, students also learn to overcome technical challenges in an adaptive and innovative manner. This bazaar activity has proven to be an effective means of fostering an entrepreneurial spirit, boosting self-confidence, and encouraging a proactive attitude among students in facing the business world. Thus, the integration of theory and practice through bazaar activities can be an effective educational strategy in shaping competent and highly competitive young entrepreneurs.
***Keywords**: Bazar, Entrepreneurship, Students*

PENDAHULUAN

Di era modern dengan persaingan globat dan perkembangan teknologi yang sangat pesat, kebutuhan akan sumber daya manusia yang memiliki jiwa kewirausahaan semakin mendesak. Pendidikan kewirausahaan memiliki peran penting dalam menciptakan generasi muda yang kreatif, mandiri, dan siap menghadapi tantangan dunia kerja. Dalam hal ini pendidikan kawirausahan diperlukan untuk membangun jiwa kewirausahaan pada generasi muda yang nantinya akan menjadi modal utama dalam menghadapi era globalisasi dan perkembangan teknologi yang menuntut ketangguhan dan inovasi berkelanjutan. Menurut Sofyan, (2019) Jiwa kewirausahaan merupakan sebuah proses dengan kombinasi dan inovasi yang melibatkan pengambilan resiko tinggi untuk menghasilkan nilai tambah bagi suatu produk terutama produk yang memiliki manfaat yang besar.

Jiwa kewirausahaan dapat dibangun dengan memberikan pemahaman dan pengetahuan dalam konteks bisnis, mengadakan sosialisasi dan seminar, memberikan pendampingan kewirausahaan, memanfaatkan internet, dan membangun kepercayaan diri para individu potensial untuk menjadi seorang wirausaha (Karlina,2019). Kewirausahaan merupakan suatu proses untuk melahirkan, mengembangkan, dan mengelola usaha atau bisnis baru dengan tujuan untuk menghasilkan sebuah keuntungan serta menciptakan nilai tambahan bagi diri sendiri, masyarakat, dan lingkungan sekitar. Selain itu, pendidikan kewirausahaan ini tidak hanya bertujuan untuk membentuk individu yang mampu mencipakan lapangan kerja bagi dirinya sendiri, namun juga dapat mendorong tumbuhnya inovasi dan solusi atas permasalahan sosial yang ada di masyarakat.

Menurut Peter F.Drucker (1994) kewirausahaan sebagai kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda. Selain itu, menurut Saputra (2023) Kewirausahaan merupakan sebuah proses untuk menciptakan sesuatu yang baru dengan nilai tambah melalui dedikasi waktu dan usaha, asumsi resiko keuangan, psikologis, dan sosial, serta penerimaan imbalan finansial dan kepuasan pribadi serta kemandirian. Kegiatan praktik, seperti simulasi bisnis, hingga penyelenggaraan bazar kewirausahaan ini menjadi media yang efektif untuk

Krepa: Kreativitas Pada Abdimas
ISSN 2988-3059
Cahaya Ilmu Bangsa
Vol 6 No 4 Tahun 2025
Prefix DOI : 10.9765/Krepa.V218.3784

menanamkan nilai – nilai kewirausahaan sejak dini. Secara keseluruhan, Pendidikan kewirausahan di era modern ini bukan hanya tentang menghasilkan keuntungan finansial saja, namun juga dapat membentuk karakter dan pola pikir wirausaha yang tangguh. Dengan menanamkan nilai-nilai seperti inovasi, tanggung jawab sosial, dan keberlanjutan, pendidikan ini menjadi fondasi penting dalam menciptakan masyarakat yang mandiri, kreatif, dan siap bersaing di tingkat global.

Dalam studi Bewayo (2015) mengatakan bahwa rencana usaha dirangkum dengan rapi apa yang akan dilakukan pengusaha: mereka melakukan riset pasar, memproyeksikan penjualan, meningkatkan modal, mengumpulkan tim manajemen, dan lain-lain. Dalam hal ini pelaksanaan bazar kewirausahaan juga memerlukan rancangan business plan, dimana mahasiswa merumuskan langkah – langkah nyata dalam mencapai tujuan bisnis mereka, selain itu juga dilatih untuk berpikir realistis, mengetahui resiko, serta mengevaluasi kelayakan ide sebelum terjun ke pasar. Yohana (2015) mengatakan bahwa rencana usaha sangat berguna untuk mengidentifikasi kebutuhan konsumen, atribut produk yang paling diinginkan dan memastikan rencana perusahaan di berbagai aspek, seperti produksi, distribusi, penentuan harga, dan pemasaran. Kegiatan bazar dilakukan sebagai bentuk implementasi nyata dari pendidikan kewirausahaan yang diselenggarakan oleh mahasiswa. Bazar kewirusahaan ini menjadi ajang pembelajaran yang menyenangkan dan menantang, karena mahasiswa terlibat langsung dalam proses bisnis dari awal hingga akhir.

Barts,(2023) mengatakan bahwa bazar merupakan ruang aktivitas yang dipergunakan mendukung usaha ketika pengusaha perlu mengetahui cara memasarkan ke masyarakat secara luas. Penyelenggaraan bazar kewirausahaan ini memiliki peran sebagai wadah pembelajaran nyata bagi generasi muda untuk memiliki keterapilan adaptif, inovatif, dan berpikir kriti, hal ini kegiatan bazar menjadi salah satu strategi untuk mengasah kemampuan tersebut secara langsung. Mahasiswa tidak hanya belajar bagaimana cara menciptakan produk atau jasa, namun juga memahami bagaimana dinamika pasar, perilaku konsumen, manajemen keuanga, serta bagaimana strategi yang efektif untuk mengembangkan kewirausahaannya. Bazar in juga merefleksikan pergeseran paradigma pendidikan yang bersifaat pasif teoritis yaitu menuju pembelajaran yang aktif dan berbasis pengalaman. Hal ini dapat memberikan kesempatan bagi mahasiswa untuk belajar dari kesalahan, memperbaiki strategi, dan tumbuh menjadi pribadi yang lebih tangguh dan percaya diri.

Bazar ini juga melatih mahasiswa untuk berkomunikasi secara efektif, bekerja sama dengan tim, dan mengambil keputusan secara cepat dan tepat yang sangat dibutuhkan dalam dunia kerja maupun usaha saat ini. Dengan demikian, Pendidikan kewirausahaan khusunya melalui praktik seperti bazar dapat menjadi fondasi penting dalam mencetak wirausahawan muda yang siap bersaing dan berkontribusi terhadap Pembangunan ekonomi sosial dan Masyarakat.

Kegiatan bazar yang kelompokk kami jual merupakan produk makan lumpia beef dengan nama yang kami ambil untuk menjadi ciri khas pemasaran adalah “Lumpia Beef Kepin”. Makanan ini merupakan camilan yang di deskripsikan dengan kulit lumpia yang diberi isian seperti telur, jagung, letuce, jagung, macaroni, timun yang kemudian di berikan saus cabai, saus tomat dan mayones yang kemudian di goring dengan cara deep fry. Lumpia beef kerap di gandrungi oleh remaja dan kalangan pelajar karena keprasktisannya dan juga termasuk makanan yang cocok untuk di jadikan camilan pengganjal lapar pada saat jam istirahat.

Krepa: Kreativitas Pada Abdimas
ISSN 2988-3059
Cahaya Ilmu Bangsa
Vol 6 No 4 Tahun 2025
Prefix DOI : 10.9765/Krepa.V218.3784

METODE

Metode yang digunakan pada kegiatan bazar kewirausahaan adalah pendekatan partisipatif karena penulis terlibat selama proses kegiatan bazar berlangsung. Metode dalam kegiatan bazar mulai dari perencanaan awal kegiatan, pelaksanaan kegiatan, dan tahap evaluasi kegiatan. Persiapan kegiatan mencakup pembentukan tim bazar, menentukan produk yang akan dijual, dan menyusun rancangan biaya anggaran (RAB) dan sumber pendanaan. Pada tahap pelaksanaan kegiatan mencakup mencatat produk yang sudah terjual dan mencatat biaya masuk, dan berpartisipasi secara aktif dengan cara promosi dalam upaya menarik minat pembeli pada kegiatan bazar dengan strategi penjualan dan gaya komunikasi yang dilakukan selama kegiatan berlangsung, dan pada tahap evaluasi kegiatan mencakup pada hasil dari kegiatan yang sudah dilaksanakan dan hasil tersebut menjadi acuan perbaikan kegiatan kedepannya. Kegiatan ini dilaksanakan dalam bentuk Bazar Edukatif UMKM yang berlokasi di lingkungan Kampus Universitas Bhayangkara Jakarta Raya. Kegiatan ini dilakukan sebagai proses dari penilaian mata kuliah kewirausahaan yang mana dengan adanya kegiatan bazar ini para mahasiswa yang terlibat dapat mengimplementasikan teori yang sudah di pelajari di kelas dan mengaplikasikannya pada kegiatan ini. Fokus utama partisipatif pada tahap pelaksanaan diarahkan pada tiga aspek penting yang menjadi inti dari kegiatan usaha pelaku UMKM, yaitu:

1. Strategi Penjualan Produk oleh Pelaku UMKM

Tim pelaksana mengamati bagaimana pelaku usaha menjalankan proses penjualan produk secara langsung kepada konsumen. Hal ini meliputi tata cara penataan produk di tenant atau area jual, teknik persuasi dalam promosi yang digunakan untuk menawarkan produk, serta upaya menciptakan pengalaman berbelanja yang ramah, menarik, dan memikat bagi pelanggan. Selain itu dapat melihat bagaimana setiap kelompk bazar menyampaikan nilai dan keunggulan produk secara efektif sehingga dapat meningkatkan minat beli konsumen.

2. Gaya Komunikasi Pelaku Usaha terhadap Pelanggan

Aspek komunikasi menjadi elemen yang penting dalam interaksi antara pelaku usaha dan pelanggan. Tim mengamati cara pelaku usaha berkomunikasi, mulai dari komunikasi verbal dan non-verbal yang digunakan, sikap ramah dan responsif dalam melayani, hingga kemampuan membangun hubungan personal yang positif dengan pengunjung. Pendekatan komunikasi yang tepat dapat meningkatkan minat belanja, kepercayaan dan kenyamanan pelanggan yang pada akhirnya berdampak positif pada aktivitas penjualan.

3. Upaya Pelaku Usaha dalam Menarik Minat Pelanggan

Selain itu, observasi juga menilai berbagai teknik promosi dan strategi yang digunakan pelaku usaha untuk menarik perhatian pengunjung. Hal ini termasuk penggunaan media visual seperti banner dan dekorasi tenant yang menarik, pemberian sampel produk gratis, serta aktivitas interaktif seperti demonstrasi produk. Strategi ini penting untuk meningkatkan engagement pengunjung dan mendorong mereka untuk berkunjung serta bertransaksi.

Selain fokus pada aspek-aspek tersebut, partisipatif secara aktif juga dimaksudkan untuk menilai kesiapan teknis lokasi bazar, pola datang nya pengunjung, serta waktu-waktu paling efektif dalam menyampaikan informasi edukatif tanpa mengganggu aktivitas utama pelaku usaha. Dengan pendekatan partisipatif yang sistematis ini, tim pelaksana dapat menyusun pendekatan pendampingan yang relevan dan adaptif sesuai dengan kebutuhan nyata pelaku UMKM.

Krepa: Kreativitas Pada Abdimas
ISSN 2988-3059
Cahaya Ilmu Bangsa
Vol 6 No 4 Tahun 2025
Prefix DOI : 10.9765/Krepa.V218.3784

TEMPAT DAN WAKTU

Pelaksanaan kegiatan adalah sebagai berikut :

Tempat : Lapangan Futsal, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, Bekasi
Waktu Pelaksanaan Kegiatan : Rabu, 21 Mei 2025 (Bazar hari pertama)
Waktu : Pukul 09:00-15:00 WIB

METODE KEGIATAN

Metode pelaksanaan kegiatan akan dijelaskan sebagai berikut :

1. Perencanaan Bisnis (Business Planning)

Mahasiswa menentukan produk yang akan di jual pada bazar, menyusun Rencana Anggaran Biaya (RAB), estimasi keuntungan dan strategi penjualan. Selain itu mahasiswa melakukan survey pada pasar tradisional, pasar swalayan dan toko frozen food di daerah Bekasi untuk menentukan diaman bahan baku akan dibeli dengan memfokuskan pada harga produk dan kualitas produk yang sesuai dengan rencana penjualan.

2. Pelaksanaan Kegiatan

Setelah melakukan perencanaan sarana dan prasarana kegiatan bazar, maka pelaksanaan kegiatan dilaksanakan oleh mahasiswa psikologi dengan melakukan persiapan tempat bazar /tenant, bahan baku dann peralatan, kemudian memasarkan produk pada pengunjung, pencataan produk yang terjual dan biaya masuk, serta proses melayani pembeli, dengan target pembeli mahasiswa ubhara dari berbagai jurusan, dosen, dan staf ubhara.

3. Evaluasi Kegiatan

Setelah kegiatan bazar selesai, mahasiswa melakukan evaluasi kegiatan mengenai teknik penjualan, kendala teknis, proses pendanaan, serta umpan balik dari pembeli untuk menjadi perbaikan pada kegiatan selanjutnya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan kegiatan Bazar Edukatif UMKM yang diselenggarakan pada tanggal 21 Mei 2025 di Universitas Bhayangkara Jakarta Raya oleh kelompok penjual “Lumpia Beef Kepin” menunjukkan hasil yang sangat positif dan sesuai dengan tujuan kegiatan. Produk lumpia dengan isian inovatif seperti daging sapi, jagung, telur, selada, makaroni, dan timun terbukti mampu menarik perhatian pengunjung, terutama mahasiswa dan staf kampus. Inovasi pada isian lumpia menjadi nilai tambah yang membedakan produk ini dari produk sejenis lainnya, sekaligus menjadi daya tarik utama dalam pemasaran. Kelompok juga menunjukkan pemahaman dan penerapan strategi pemasaran yang baik melalui promosi langsung, penggunaan banner, pemberian tester produk, serta pelayanan yang ramah dan komunikatif. Strategi tersebut berhasil menciptakan ketertarikan dan membangun kepercayaan konsumen, yang pada akhirnya berkontribusi terhadap pencapaian target penjualan harian yang telah ditetapkan.

Selain keberhasilan dari sisi penjualan dan promosi, kegiatan ini juga memberikan pengalaman berharga bagi mahasiswa dalam menghadapi kendala teknis, seperti keterlambatan pasokan bahan baku, pengelolaan stok, serta pengaturan keuangan usaha. Mahasiswa mampu menyikapi tantangan tersebut dengan solusi langsung di lapangan, sehingga kegiatan tetap berjalan lancar. Respon positif dari mayoritas konsumen terhadap rasa, kemasan, dan pelayanan menunjukkan bahwa produk yang ditawarkan mampu memenuhi

Krepa: Kreativitas Pada Abdimas
ISSN 2988-3059
Cahaya Ilmu Bangsa
Vol 6 No 4 Tahun 2025
Prefix DOI : 10.9765/Krepa.V218.3784

ekspektasi pasar. Kegiatan ini tidak hanya menjadi ajang praktik berwirausaha, tetapi juga menjadi sarana pembelajaran langsung yang memperkuat pemahaman mahasiswa terhadap teori-teori kewirausahaan yang telah dipelajari di kelas. Secara keseluruhan, kegiatan ini berhasil memberikan pengalaman praktis dalam menjalankan dan mengelola usaha kecil, serta membentuk karakter wirausaha yang kreatif, adaptif, dan solutif.

KESIMPULAN

Kewirausahaan di era modern menjadi kebutuhan esensial dalam menyiapkan generasi muda yang tidak hanya cerdas secara intelektual, tetapi juga tangguh secara mental dan siap bersaing dalam dunia kerja maupun dunia usaha. Melalui pendekatan pembelajaran yang integratif antara teori dan praktik, mahasiswa diberikan ruang untuk mengeksplorasi dan mengembangkan potensi kewirausahaan mereka secara nyata. Kegiatan bazar kewirausahaan, seperti yang dilaksanakan dalam bentuk penjualan produk “Lumpia Beef Kepin” oleh mahasiswa Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, merupakan implementasi nyata dari konsep experiential learning yang sangat efektif dalam menanamkan nilai-nilai dan keterampilan kewirausahaan sejak dini. Kegiatan ini tidak hanya melibatkan mahasiswa dalam proses bisnis dari hulu ke hilir—mulai dari perencanaan usaha, survei bahan baku, strategi pemasaran, pengelolaan keuangan, hingga pelayanan konsumen—tetapi juga menjadi wadah pembentukan soft skills yang sangat dibutuhkan dalam dunia profesional, seperti kemampuan komunikasi, kepemimpinan, kolaborasi tim, serta pengambilan keputusan yang cepat dan tepat. Inovasi produk yang ditawarkan melalui “Lumpia Beef Kepin”, yang menggabungkan cita rasa unik dengan pendekatan pemasaran kreatif, menunjukkan bahwa mahasiswa mampu berpikir out of the box dan menyesuaikan diri dengan selera pasar.

Lebih dari sekadar kegiatan akademik, bazar ini juga menjadi sarana pelatihan karakter dan sikap mental wirausaha. Mahasiswa dituntut untuk menghadapi berbagai tantangan, seperti keterlambatan bahan baku, keterbatasan alat, serta dinamika dalam menjangkau konsumen. Namun, melalui semangat kerja sama dan evaluasi berkelanjutan,

mereka mampu menghadapi kendala tersebut dengan solusi-solusi adaptif dan inovatif. Hal ini membuktikan bahwa mahasiswa tidak hanya belajar untuk menjalankan usaha, tetapi juga belajar menjadi problem solver dalam situasi nyata. Respons positif yang diberikan oleh pengunjung terhadap produk yang ditawarkan memperkuat bukti bahwa pendekatan pembelajaran ini berhasil membentuk mahasiswa yang kompeten dan percaya diri. Mereka tidak hanya mampu mengaplikasikan teori yang diperoleh di kelas, tetapi juga menunjukkan sikap profesional dalam menyikapi feedback konsumen, melakukan perbaikan produk, dan mengelola usaha secara efisien.

Secara keseluruhan, kegiatan bazar kewirausahaan ini menjadi model pembelajaran yang ideal dalam membentuk generasi muda yang mandiri, kreatif, dan memiliki mentalitas wirausaha. Integrasi antara teori dan praktik tidak hanya meningkatkan pemahaman mahasiswa terhadap dunia bisnis, tetapi juga mendorong terciptanya budaya inovatif dan keberanian mengambil risiko yang terukur. Dengan kegiatan semacam ini, pendidikan kewirausahaan tidak lagi bersifat teoritis semata, melainkan menjadi pengalaman transformasional yang mampu mencetak wirausahawan muda yang siap bersaing di tingkat nasional maupun global, serta turut berkontribusi dalam pembangunan ekonomi Masyarakat

DAFTAR PUSTAKA

306-311. (n.d.).

Gita Wahyu Ningsih, & Yekti Condro Winursito. (2023). Upaya Menumbuhkan Jiwa Kewirausahaan Melalui Bazar Festival Numerasi di SD Negeri Plumpungrejo 02. *SEWAGATI: Jurnal Pengabdian Masyarakat Indonesia*, *2*(4), 116–129. https://doi.org/10.56910/sewagati.v2i4.1122

Hasmidyani, D., Fatimah, S., Palembang-Prabumulih Km, J., & Ilir Sumatera Selatan, O. (n.d.). *Mengembangkan Jiwa Kewirausahaan Generasi Muda Melalui Pelatihan Penyusunan Rencana Usaha Developing Enterpreneurial Spirit Of Young Generation Through Bussiness Plan Training*.

Manajemen, J., Ekonomi, D., Ketut, N., Muliastrini, E., Agama, S., & Amlapura, H. (2024). *JME 2 (2) (2024) Membangun Jiwa Kewirausahaan Mahasiswa Di Era Digital* (Vol. 2, Issue 2). https://www.jurnal.stahnmpukuturan.ac.id/index.php/jme

Siliwangi, I. (n.d.). *Jurnal Comm-edu Upaya Dosen Kewirausahaan Sebagai Faktor Determinatif Dalam Menumbuhkan Motivasi Wirausahaan Mahasiswa Ikip Siliwangi*.