

Implementasi Bazar Kewirausahaan sebagai Media Pembelajaran Berbasis Praktik untuk Meningkatkan Minat Berwirausaha Mahasiswa

Wiwin Indrayanti¹, Luthfi Alif Dinar Choirunnisa², Adiet Try Waluyo³, Ihsan Ashari⁴, Resi Pratiwi⁵, Febriana
Khoirun Nisa⁶

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Ekonomi Pembangunan, Universitas Siliwangi

¹*wiwinindrayanti@unsil.ac.id

Abstract

The low level of entrepreneurial interest among university students remains a challenge in efforts to reduce educated unemployment in Indonesia. This community service activity aims to foster entrepreneurial interest among students of the Development Economics Study Program, Universitas Siliwangi, through entrepreneurship socialization and training implemented in the form of an Entrepreneurship Bazaar. The activity was carried out on 4 May 2026 within the Universitas Siliwangi campus and involved approximately 270 fourth-semester students enrolled in the Entrepreneurship Course. The bazaar participants were divided into 12 groups and each group acted as a business operator offering snacks, cup-packaged beverages, and services. The activity evaluation was conducted using a qualitative descriptive approach through observations during the bazaar, participant reflections after the event, and assessments of the activity's achievements. Assessment was conducted by six lecturers in their respective classes, three of whom served as judges to determine the best group. Findings indicated that several students gained not only entrepreneurial experience but also motivation to continue their businesses after the event. Furthermore, hands-on learning through the bazaar enhance understanding and skills, while also training teamwork, capital management, and communication with consumers.

Keywords: entrepreneurial interest, student empowerment, practice-based learning.

Abstrak

Rendahnya minat berwirausaha di kalangan mahasiswa menjadi salah satu persoalan dalam upaya menekan angka pengangguran terdidik di Indonesia. Kegiatan ini bertujuan untuk menumbuhkan minat berwirausaha mahasiswa Program Studi Ekonomi Pembangunan Universitas Siliwangi melalui sosialisasi dan pelatihan wirausaha yang diimplementasikan dalam bentuk Bazar Kewirausahaan. Kegiatan dilaksanakan pada tanggal 4 Mei 2026 di lingkungan kampus Universitas Siliwangi dengan melibatkan kurang lebih 270 mahasiswa semester empat yang menempuh Mata Kuliah Kewirausahaan. Peserta bazar terbagi menjadi 12 kelompok dan setiap kelompok berperan sebagai pelaku usaha yang menawarkan produk makanan ringan, minuman, dan jasa. Evaluasi kegiatan dilakukan dengan pendekatan deskriptif kualitatif melalui observasi selama pelaksanaan bazar, refleksi peserta setelah kegiatan berakhir, dan penilaian terhadap capaian kegiatan. Penilaian dilakukan oleh enam dosen pengampu pada kelasnya masing-masing, dan tiga di antaranya bertindak sebagai juri untuk menentukan kelompok terbaik. Temuan kegiatan menunjukkan bahwa sebagian mahasiswa tidak hanya memperoleh pengalaman berwirausaha, tetapi motivasi untuk melanjutkan usaha yang telah dijalankan setelah kegiatan berakhir. Selain itu, pembelajaran berbasis praktik langsung melalui bazar mampu meningkatkan pemahaman dan keterampilan, sekaligus melatih kerja sama tim, pengelolaan modal, dan komunikasi dengan konsumen

Kata kunci: minat berwirausaha, pemberdayaan mahasiswa, pembelajaran berbasis praktik.

1. Pendahuluan

Pengangguran terdidik masih menjadi tantangan serius bagi pembangunan ekonomi Indonesia. Setiap tahun perguruan tinggi meluluskan ratusan ribu sarjana, namun pertumbuhan lapangan kerja formal tidak selalu sebanding dengan jumlah lulusan tersebut. Akibatnya, sebagian lulusan harus menunggu cukup lama untuk memperoleh pekerjaan yang sesuai dengan kompetensinya. Kondisi ini menuntut adanya perubahan pola pikir, dari orientasi mencari kerja menjadi orientasi menciptakan lapangan kerja. Salah satu jalan keluar yang banyak diupayakan adalah penumbuhan jiwa dan minat berwirausaha sejak masa kuliah. Dengan demikian, mahasiswa diharapkan tidak hanya menjadi pencari kerja, tetapi juga mampu membuka usaha dan menyerap tenaga kerja di sekitarnya.

Wirausaha memiliki peran penting dalam menggerakkan perekonomian, baik dari sisi penciptaan lapangan kerja, peningkatan pendapatan masyarakat, maupun pemerataan kesejahteraan. Negara dengan rasio wirausaha yang tinggi cenderung memiliki perekonomian yang lebih tangguh dan mampu bertahan dalam menghadapi tekanan ekonomi. Wirausaha juga berkontribusi terhadap inovasi produk dan jasa yang dibutuhkan masyarakat. Oleh karena itu, perguruan tinggi sebagai lembaga pencetak sumber daya manusia terdidik memiliki tanggung jawab untuk membekali mahasiswa dengan kompetensi kewirausahaan. Pembekalan tersebut tidak cukup hanya secara teoritis, tetapi juga perlu diberikan secara praktis. Dengan begitu, kompetensi kewirausahaan yang dimiliki mahasiswa dapat benar-benar terbentuk dan teruji.

Secara teoretis, kewirausahaan dipahami sebagai kemampuan kreatif dan inovatif yang dijadikan dasar serta sumber daya untuk menciptakan peluang menuju keberhasilan [1]. [2] Peneliti juga berpendapat bahwa wirausaha adalah orang yang berani menanggung risiko serta mampu mengelola sumber daya untuk menghasilkan nilai tambah. Minat berwirausaha sendiri dapat dijelaskan melalui Theory of Planned Behavior yang dikemukakan Ajzen dan Driver yaitu niat seseorang untuk berperilaku dipengaruhi oleh sikap terhadap perilaku, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku [3]. Beberapa temuan mengidentifikasi sejumlah faktor yang memengaruhi minat berwirausaha mahasiswa, antara lain lingkungan keluarga, efikasi diri, lingkungan sosial, ekspektasi pendapatan, serta pendidikan kewirausahaan [4], [5].

Sementara itu, [6] penelitian lain menegaskan bahwa mata kuliah kewirausahaan berpengaruh terhadap minat berwirausaha mahasiswa, sehingga rancangan pembelajaran yang tepat menjadi penting. Faktor-faktor tersebut dapat diperkuat melalui pengalaman

nyata berwirausaha. Dalam konteks ini, pengalaman langsung berwirausaha dapat memperkuat ketiga komponen tersebut, sehingga minat berwirausaha mahasiswa meningkat. Penelitian mutakhir mendukung kerangka tersebut, di mana pendidikan kewirausahaan dan pengalaman praktik terbukti berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha mahasiswa [6], [7], [8], [9], [10].

Salah satu misi Program Studi Ekonomi Pembangunan Universitas Siliwangi adalah membentuk lulusan yang memiliki jiwa wirausaha. Berbagai kegiatan pembelajaran kewirausahaan terus dikembangkan untuk menumbuhkan minat berwirausaha, namun pembelajaran yang hanya berhenti pada penyampaian teori di ruang kelas sering kali kurang efektif. Sebagian mahasiswa memandang pekerjaan sebagai pegawai atau karyawan merupakan pilihan karier yang lebih menjanjikan karena dianggap memiliki pendapatan yang lebih stabil dan risiko yang lebih rendah dibandingkan menjalankan usaha sendiri. Kondisi tersebut sejalan dengan hasil penelitian yang menegaskan bahwa pembentukan minat berwirausaha tidak hanya bergantung pada penguasaan teori, tetapi juga pada pengalaman yang mampu meningkatkan keyakinan diri dan pola pikir kewirausahaan mahasiswa [11], [12]. Temuan tersebut menunjukkan bahwa pengetahuan kewirausahaan yang diperoleh melalui perkuliahan belum tentu secara langsung mendorong mahasiswa untuk memilih berwirausaha sebagai pilihan karier.

Berdasarkan kondisi tersebut, masih terdapat kesenjangan antara pembelajaran kewirausahaan yang diberikan di perguruan tinggi dengan kebutuhan mahasiswa akan pengalaman praktik yang nyata. Sebagian besar kegiatan pembelajaran masih berfokus pada aspek teori, sementara kesempatan untuk mengalami secara langsung proses perencanaan, pemasaran, penjualan dan evaluasi masih terbatas. Mahasiswa membutuhkan pengalaman nyata mengelola usaha agar memahami bahwa berwirausaha adalah kompetensi yang dapat dipelajari dan dilatih, bukan semata-mata bakat bawaan. Pembelajaran berbasis praktik menempatkan mahasiswa sebagai subjek aktif yang belajar melalui pengalaman menyelesaikan proyek nyata. Melalui pendekatan ini, mahasiswa dapat menghubungkan teori yang dipelajari dengan persoalan yang dihadapi di lapangan. Oleh karena itu, praktik berwirausaha mahasiswa diimplementasikan melalui kegiatan Bazar Kewirausahaan yang berlokasi di lingkungan Universitas Siliwangi. Melalui kegiatan ini, mahasiswa memperoleh kesempatan untuk mempraktikkan secara langsung berbagai aspek kewirausahaan, mulai dari penyusunan strategi usaha, pemasaran produk, pelayanan konsumen, hingga pengelolaan hasil penjualan. Pengalaman tersebut diharapkan dapat meningkatkan pemahaman, keterampilan, serta minat mahasiswa untuk

mengembangkan usaha secara mandiri dimasa mendatang.

Beberapa kajian terdahulu menunjukkan bahwa pelatihan kewirausahaan berbasis praktik mampu meningkatkan minat berwirausaha mahasiswa secara nyata. Hasil penelitian melaporkan bahwa pelatihan dan praktik budi daya pada santri meningkatkan keterampilan serta kemandirian ekonomi [13], sementara penelitian lain menemukan bahwa pendampingan usaha berdampak positif terhadap perkembangan dan penjualan produk pelaku usaha [14]. Temuan ini memperkuat keyakinan bahwa kegiatan bazar yang bersifat aplikatif relevan dijadikan sarana pemberdayaan mahasiswa.

Kegiatan ini bertujuan untuk mendeskripsikan pelaksanaan sosialisasi dan pelatihan wirausaha melalui Bazar Kewirausahaan di Program Studi Ekonomi Pembangunan Universitas Siliwangi. Selain itu, tulisan ini memaparkan respons dan partisipasi mahasiswa selama kegiatan berlangsung. Tulisan ini juga menganalisis secara deskriptif kontribusi kegiatan terhadap pertumbuhan minat berwirausaha mahasiswa. Pemaparan disusun berdasarkan data yang dikumpulkan selama kegiatan, baik melalui pengamatan maupun dokumentasi. Dengan demikian, hasil kegiatan dapat menjadi gambaran bagi pengembangan pembelajaran kewirausahaan di masa mendatang. Tulisan ini diharapkan bermanfaat baik bagi pengelola program studi maupun bagi mahasiswa sendiri.

2. Metode Pengabdian Masyarakat

Kegiatan pengabdian ini menggunakan pendekatan analisis deskriptif, yaitu menggambarkan secara sistematis pelaksanaan kegiatan, partisipasi peserta, serta hasil yang dicapai berdasarkan data yang dikumpulkan selama kegiatan berlangsung. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi langsung selama kegiatan, dokumentasi foto, serta refleksi peserta. Sumber data adalah mahasiswa peserta dan dosen pengampu Mata Kuliah Kewirausahaan. Data yang terkumpul kemudian diolah dan disajikan dalam bentuk uraian, tabel, dan gambar. Pendekatan deskriptif dipilih karena tujuan kegiatan bukan menguji hubungan antarvariabel, melainkan memaparkan proses dan capaian kegiatan secara apa adanya. Dengan cara ini, gambaran utuh mengenai pelaksanaan kegiatan dapat tersaji secara jelas.

Kegiatan Bazar Kewirausahaan dilaksanakan pada tanggal 4 Mei 2026 di lingkungan kampus Universitas Siliwangi. Sasaran kegiatan adalah mahasiswa Program Studi Ekonomi Pembangunan semester empat yang menempuh Mata Kuliah Kewirausahaan, dengan jumlah kurang lebih 270 mahasiswa. Mahasiswa terbagi ke dalam enam kelas, dan setiap kelas dibagi menjadi dua kelompok.

Pembagian tersebut menghasilkan dua belas kelompok atau dua belas stand bazar. Setiap kelompok bertanggung jawab penuh atas perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi usahanya. Tahapan kegiatan dilakukan secara berurutan sebagaimana diuraikan berikut.

1. Tahap sosialisasi dan pembekalan, yaitu penyampaian materi dasar kewirausahaan di kelas meliputi pengenalan peluang usaha, penyusunan ide produk, perhitungan modal dan harga jual, strategi pemasaran sederhana, serta etika pelayanan konsumen.
2. Tahap perencanaan usaha, yaitu setiap kelompok menyusun rencana usaha sederhana, menentukan jenis produk atau jasa, menghitung kebutuhan modal, menetapkan harga jual, serta membagi peran dalam tim.
3. Tahap pelaksanaan bazar, yaitu dua belas kelompok membuka stand dan menjalankan usahanya secara langsung kepada pengunjung, mulai dari produksi atau penyajian, pemasaran, penjualan, hingga pelayanan konsumen.
4. Tahap penilaian, yaitu enam dosen pengampu menilai kelasnya masing-masing, dan tiga di antaranya bertindak sebagai juri untuk menilai seluruh stand dan menentukan kelompok terbaik.
5. Tahap evaluasi dan refleksi, yaitu setiap kelompok mengevaluasi hasil usaha, menghitung laba atau rugi, serta merefleksikan pengalaman yang diperoleh.

Penilaian dalam kegiatan ini dirancang untuk mengukur kompetensi kewirausahaan yang ditumbuhkan melalui bazar. Aspek yang dinilai tidak hanya menyangkut hasil penjualan, tetapi juga proses pengelolaan usaha secara menyeluruh. Setiap aspek diberi bobot tertentu agar penilaian lebih objektif dan terukur. Bobot tersebut mencerminkan tingkat kepentingan masing-masing aspek dalam keberhasilan usaha. Rincian aspek beserta indikator dan bobotnya disajikan pada Tabel 1. Penjelasan ini menjadi acuan bagi dosen pengampu maupun juri dalam memberikan penilaian.

Tabel 1. Aspek dan Bobot Penilaian Kelompok

No	Aspek Penilaian	Indikator	Bobot (%)
1	Kreativitas produk	Keunikan, inovasi, dan daya tarik produk/jasa	25
2	Pengelolaan usaha	Perhitungan modal, harga, dan manajemen stand	20
3	Strategi pemasaran	Promosi, penyajian, dan tampilan stand	20
4	Pelayanan konsumen	Keramahan, komunikasi, dan kecepatan layanan	15
5	Kerja sama tim	Pembagian peran dan kekompakan kelompok	20

3. Hasil dan Pembahasan

3.1 Pelaksanaan Kegiatan

Kegiatan Bazar Kewirausahaan berlangsung lancar dan diikuti dengan antusias oleh seluruh peserta. Sebanyak dua belas stand berdiri di lingkungan kampus, masing-masing dikelola oleh satu kelompok. Sebelum bazar dibuka, mahasiswa terlebih dahulu menerima pembekalan di kelas mengenai dasar-dasar kewirausahaan. Pembekalan ini menjadi fondasi bagi mahasiswa untuk menyusun rencana usaha kelompoknya. Pada hari pelaksanaan, setiap kelompok menyiapkan stand sejak pagi, menata produk, dan mempromosikan dagangannya kepada pengunjung yang terdiri atas mahasiswa, dosen, dan sivitas akademika lainnya. Suasana bazar berlangsung ramai dan dinamis, dan mahasiswa terlihat aktif menawarkan produk, melayani pembeli, serta mengelola transaksi secara mandiri. Dokumentasi pelaksanaan kegiatan disajikan pada Gambar 1 dan 2. Gambar 1 memperlihatkan tahap sosialisasi di kelas, ketika dosen menyampaikan materi dasar kewirausahaan kepada mahasiswa sebelum bazar dilaksanakan. Suasana kelas yang tertib menunjukkan kesungguhan mahasiswa mengikuti pembekalan. Antusiasme mahasiswa pada tahap ini menjadi indikator awal kesiapan mereka untuk mempraktikkan teori dalam bentuk usaha nyata. Adapun Gambar 2 menampilkan area pelaksanaan Bazar Kewirausahaan di lingkungan kampus yang menggunakan deretan tenda. Penataan lokasi yang terpusat dan mudah diakses sivitas akademika terbukti mendukung kelancaran arus pengunjung.



Gambar 1. Sosialisasi dan pembekalan kewirausahaan di kelas



Gambar 2. Area Bazar Kewirausahaan di lingkungan kampus Universitas Siliwangi

Adapun Gambar 2 menampilkan area pelaksanaan Bazar Kewirausahaan di lingkungan kampus yang menggunakan deretan tenda. Penataan lokasi yang terpusat dan mudah diakses sivitas akademika terbukti mendukung kelancaran arus pengunjung. Dengan demikian, setiap kelompok memperoleh kesempatan yang relatif setara untuk memasarkan produknya. Gambar tersebut memperlihatkan keramaian pengunjung di area stand. Tingginya jumlah pengunjung tidak hanya berdampak pada penjualan, tetapi juga melatih mahasiswa melayani konsumen dalam tekanan waktu. Mahasiswa dituntut mengelola antrean dan menjaga ketersediaan produk agar pembeli tidak kecewa. Situasi ramai semacam ini juga menguji ketenangan dan kerja sama tim dalam menghadapi lonjakan permintaan. Hal tersebut menjadi sarana nyata bagi mahasiswa untuk merasakan dinamika berwirausaha yang sesungguhnya. Pengalaman seperti ini sulit diperoleh melalui pembelajaran di ruang kelas.

3.2 Produk dan Jasa yang Ditawarkan

Setiap kelompok menawarkan produk atau jasa yang berbeda-beda. Produk yang dijual didominasi oleh makanan ringan dan minuman dalam kemasan cup, serta beberapa jasa. Perbedaan jenis produk antarkelompok mendorong mahasiswa untuk berpikir kreatif agar dagangannya menarik bagi pembeli. Kisaran harga yang ditawarkan mulai dari lima ribu rupiah hingga tiga puluh lima ribu rupiah, sehingga terjangkau bagi kalangan mahasiswa. Penetapan harga tersebut juga menuntut mahasiswa menghitung modal dan margin keuntungan dengan cermat. Variasi produk dan jasa secara ringkas disajikan pada Tabel 2.

Tabel 2. Gambaran Produk dan Jasa pada Bazar Kewirausahaan

No	Kategori	Produk/Jasa	Kisaran Harga (Rp)
1	Makanan ringan	Aneka camilan, gorengan, makanan kemasan cup	5.000 - 25.000
2	Minuman	Minuman dingin dalam kemasan cup, kopi, minuman herbal	5.000 - 18.000
3	Jasa	Jasa foto, jasa hias, dan layanan kreatif lainnya	5.000 - 35.000

Pemilihan produk makanan dan minuman menunjukkan kecermatan mahasiswa dalam membaca peluang pasar di lingkungan kampus, yaitu kebutuhan konsumsi mahasiswa yang relatif tinggi dengan daya beli terbatas. Produk seperti ini memiliki perputaran yang cepat sehingga sesuai untuk kegiatan bazar berdurasi singkat. Penetapan harga pada rentang lima ribu hingga tiga puluh lima ribu rupiah mencerminkan kemampuan mahasiswa menyesuaikan harga dengan segmen pasar sasaran. Strategi ini menunjukkan pemahaman mahasiswa terhadap prinsip dasar pemasaran. Selain itu, pilihan

produk yang mudah disiapkan membantu kelompok mengelola keterbatasan waktu dan tenaga. Dengan demikian, keputusan usaha yang diambil mahasiswa telah mempertimbangkan aspek pasar sekaligus aspek operasional.

Gambar 3 menggambarkan ragam produk yang ditawarkan mahasiswa. Tampak sebuah stand yang menjual minuman dalam kemasan cup dengan penataan dan papan promosi yang menarik, mencerminkan penerapan strategi pemasaran sederhana yang dipelajari pada tahap pembekalan. Terlihat juga produk makanan siap saji dalam kemasan praktis yang siap dijual dalam jumlah banyak. Penggunaan kemasan cup dan kotak yang seragam memperlihatkan bahwa mahasiswa telah mempertimbangkan aspek kepraktisan, kebersihan, dan daya tarik kemasan sebagai bagian dari nilai jual produk. Pilihan produk yang relatif mudah diproduksi dengan modal terjangkau menunjukkan kemampuan mahasiswa membaca peluang sekaligus mengelola keterbatasan sumber daya.



Gambar 3. Produk makanan dan minuman yang dijual mahasiswa

3.3 Partisipasi dan Respons Mahasiswa

Partisipasi mahasiswa dalam kegiatan tergolong sangat tinggi. Seluruh kelompok terlibat aktif sejak tahap perencanaan hingga pelaksanaan dan evaluasi. Keterlibatan ini terlihat dari kesungguhan mahasiswa menyiapkan produk, menata stand, dan melayani pembeli. Tidak ada kelompok yang pasif atau sekadar hadir tanpa menjalankan usaha. Berdasarkan pengamatan dan refleksi yang dikumpulkan dari peserta, gambaran respons mahasiswa terhadap kegiatan dapat dilihat pada tabel 3. Tabel tersebut merangkum capaian deskriptif kegiatan pada dua belas kelompok.

Tabel 3. Gambaran Deskriptif Capaian Kegiatan

No	Indikator Capaian	Gambaran Hasil
1	Keterlibatan	12 dari 12 kelompok aktif penuh kelompok (100%)
2	Penyelesaian rencana usaha	Seluruh kelompok menyusun rencana usaha sederhana
3	Produk terjual	Mayoritas kelompok melaporkan produk habis/hampir habis
4	Pengalaman pertama berjualan	Sebagian besar mahasiswa baru pertama berwirausaha

5	Minat melanjutkan usaha	Sebagian besar peserta tertarik melanjutkan usaha
---	-------------------------	---

Tabel 3 menunjukkan bahwa kegiatan mampu melibatkan seluruh kelompok secara penuh. Bagi sebagian besar mahasiswa, bazar ini merupakan pengalaman pertama mereka mengelola usaha secara nyata. Pengalaman tersebut memberikan pemahaman konkret mengenai tantangan berwirausaha, mulai dari menentukan produk, menghitung modal, hingga menghadapi persaingan antarstand. Sebagian besar kelompok juga melaporkan bahwa produk mereka habis atau hampir habis terjual, yang menandakan perencanaan usaha berjalan baik. Hal yang menggembirakan, sebagian besar peserta menyatakan tertarik untuk melanjutkan usaha setelah kegiatan berakhir. Ketertarikan tersebut menjadi indikasi nyata tumbuhnya minat berwirausaha di kalangan mahasiswa.

3.4 Proses Penilaian dan Penentuan Pemenang

Penilaian dilakukan oleh enam dosen pengampu Mata Kuliah Kewirausahaan. Masing-masing dosen menilai kelas yang diampunya berdasarkan aspek yang telah ditetapkan, sehingga penilaian terhadap proses pembelajaran tetap melekat pada setiap kelas. Selanjutnya, tiga dosen di antaranya ditunjuk sebagai juri untuk menilai keseluruhan dua belas stand secara lintas kelas. Penilaian juri inilah yang menjadi dasar penentuan kelompok terbaik atau pemenang bazar. Mekanisme penilaian dua lapis ini memastikan setiap mahasiswa memperoleh umpan balik atas kinerjanya, sekaligus menciptakan suasana kompetisi yang sehat antarkelompok yang mendorong mahasiswa lebih kreatif dan serius dalam mengelola usahanya.

3.5 Kontribusi terhadap Minat Berwirausaha

Secara deskriptif, kegiatan Bazar Kewirausahaan memberikan kontribusi nyata terhadap pertumbuhan minat berwirausaha mahasiswa. Pengalaman langsung mengelola usaha mengubah persepsi mahasiswa, dari menganggap kewirausahaan sebagai konsep yang abstrak menjadi sesuatu yang dapat dijalankan. Mahasiswa belajar bahwa keberhasilan usaha tidak hanya ditentukan oleh ide, tetapi juga oleh eksekusi, kerja sama tim, dan pelayanan kepada konsumen. Temuan ini sejalan dengan hasil kajian terdahulu. Terdapat peneliti yang menemukan bahwa minat berwirausaha dapat meningkat hingga 75 persen setelah mengikuti pelatihan [15], dan penelitian lain juga menegaskan bahwa pendampingan praktik meningkatkan keterampilan dan kepercayaan diri mahasiswa [16], [17]. Hal ini juga selaras dengan studi terbaru yang menemukan bahwa program dan pengalaman kewirausahaan di perguruan tinggi berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha mahasiswa [6], [10]. Dengan demikian, kegiatan bazar memperkuat bukti bahwa pembelajaran berbasis praktik efektif menumbuhkan minat berwirausaha.

Selain menumbuhkan minat, kegiatan ini juga menumbuhkan keterampilan penunjang kewirausahaan, antara lain keterampilan mengelola keuangan sederhana, kemampuan berkomunikasi dan bernegosiasi dengan konsumen, kemampuan bekerja dalam tim, serta keberanian mengambil keputusan dan menanggung risiko. Faktor pendukung keberhasilan kegiatan antara lain tingginya antusiasme mahasiswa, dukungan dosen pengampu, lokasi bazar yang strategis, serta produk yang sesuai dengan kebutuhan pasar mahasiswa. Adapun kendala yang dihadapi meliputi keterbatasan waktu pelaksanaan, kondisi cuaca yang kurang mendukung, serta keterbatasan pengalaman sebagian mahasiswa dalam mengelola usaha. Kendala tersebut tidak menghambat jalannya kegiatan secara berarti. Justru kendala itu menjadi bahan pembelajaran berharga bagi mahasiswa dalam menghadapi ketidakpastian dunia usaha. Pengalaman mengatasi hambatan tersebut memperkuat kesiapan mental mahasiswa untuk berwirausaha di kemudian hari.

4. Kesimpulan

Kegiatan pengabdian berupa sosialisasi dan pelatihan wirausaha yang diimplementasikan melalui Bazar Kewirausahaan di Program Studi Ekonomi Pembangunan Universitas Siliwangi berlangsung pada tanggal 4 Mei 2026 dengan melibatkan kurang lebih 270 mahasiswa yang terbagi dalam dua belas kelompok. Berdasarkan analisis deskriptif, kegiatan ini berhasil meningkatkan pemahaman, keterampilan, dan minat berwirausaha mahasiswa. Pembelajaran berbasis praktik langsung melalui bazar terbukti efektif mengubah teori kewirausahaan menjadi pengalaman nyata. Kegiatan ini juga menumbuhkan keterampilan pengelolaan usaha, kerja sama tim, dan pelayanan konsumen. Disarankan agar kegiatan ini dijadikan agenda rutin dan dilengkapi pendampingan lanjutan melalui inkubator bisnis kampus. Selain itu, kegiatan dapat dikembangkan dengan aspek pemasaran digital serta dilengkapi instrumen kuesioner sebelum dan sesudah kegiatan untuk mengukur peningkatan minat berwirausaha secara lebih terukur.

Daftar Rujukan

- [1] Suryana, *Kewirausahaan: Kiat dan Proses Menuju Sukses*. Jakarta: Salemba Empat, 2013.
- [2] B. Alma, *Kewirausahaan untuk Mahasiswa dan Umum*. Bandung: Alfabeta, 2011.
- [3] I. Ajzen and B. L. Driver, "Prediction of leisure participation from behavioral, normative, and control beliefs: An application of the theory of planned behavior," *Leisure Sciences*, vol. 13, no. 3, pp. 185–204, 1991, doi: 10.1080/01490409109513137.
- [4] A. Khusna, K. B. Sangka, and B. Muchsini, "Faktor-Faktor yang Memengaruhi Minat Berwirausaha Mahasiswa," *Jurnal Pengembangan Pendidikan Akuntansi dan Keuangan (JPPAK)*, vol. 1, no. 1, pp. 1–15, 2021.
- [5] Zulkifli and N. Meifiani, "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Berwirausaha Mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah Universitas Islam Riau," *Jurnal Tabarru': Islamic Banking and Finance*, vol. 4, no. 1, pp. 291–303, 2021.
- [6] N. T. Ramadhani and I. Nurnida, "Pengaruh Mata Kuliah Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa. *Jurnal Ecodemica*," *Ecodemica*, vol. 1, no. 1, pp. 89–97, 2017.
- [7] S. R. Uma and M. Anasrulloh, "Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan dan Efikasi Diri Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa," *Jurnal Economina*, vol. 2, no. 9, pp. 2346–2360, 2023.
- [8] T. A. Santoso and A. V. Almadana, "Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan dan Efikasi Diri terhadap Minat Berwirausaha Siswa SMK di Kota Semarang," *EconBank: Journal of Economics and Banking*, vol. 3, no. 1, pp. 19–26, 2021.
- [9] A. Yanti, "Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan, Self Efficacy, Locus of Control dan Karakter Wirausaha Terhadap Minat Berwirausaha," *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, vol. 2, no. 2, pp. 268–283, 2019.
- [10] N. Primandaru, "Analisis Faktor-Faktor yang Berpengaruh pada Minat Berwirausaha Mahasiswa," *Economia*, vol. 13, no. 1, pp. 68–78, 2017.
- [11] G. Ganefri, W. Kamdi, M. Makky, H. Hidayat, and Y. Rahmawati, "Entrepreneurship Education and Entrepreneurial Intention among University Students: The Roles of Entrepreneurial Mindset, Digital Literacy, and Self-Efficacy," *Journal of Social Studies Education Research*, vol. 15, no. 4, pp. 85–134, 2024.
- [12] H. Zhang and H. Chen, "Entrepreneurship Education and Entrepreneurial Intention Among Tourism and Hotel Management Students: The Mediating Role of Entrepreneurial Self-Efficacy and the Moderating Role of Grit," *Sage Journals*, vol. 14, no. 2, 2024.
- [13] I. Maisaroh, R. Winangsih, N. Afrilla, Abdurrahim, and S. Saleh, "Pengembangan Keterampilan Kewirausahaan Santri Pesantren Salafiyah Al Mu'awanah Melalui Budi Daya Jamur Tiram," *Bantenese: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, vol. 7, no. 2, pp. 176–184, 2025.
- [14] I. A. Prayogi, R. N. K. Kurniawati, and D. Maulana, "Pendampingan UMKM Berbasis E-Commerce dan Packaging di Desa Mancak Kabupaten Serang," *Bantenese: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, vol. 5, no. 1, pp. 156–167, 2021.
- [15] A. H. Prayitno *et al.*, "Pelatihan Kewirausahaan untuk Meningkatkan Minat Wirausaha Mahasiswa Jurusan Peternakan Politani Pangkep," *Abdimasku: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, vol. 7, no. 1, pp. 353–360, 2024.
- [16] Arninda, F. A. Supandih, M. Utari, and H. Kusuma, "Pendampingan Kewirausahaan Mahasiswa pada Jasa Katering Dapur Alifa," *Jurnal Pengabdian Masyarakat Nusantara (JPMN)*, vol. 4, no. 2, pp. 291–300, 2024.
- [17] Z. Ihsan, R. Ferdian, P. Handayani, and F. K. DF, "Pelatihan dan Pendampingan Kewirausahaan untuk Meningkatkan Minat dan Keterampilan Mahasiswa Prodi Manajemen Universitas Muhammadiyah Pontianak," *Jurnal Pengabdian Masyarakat: Pemberdayaan, Inovasi dan Perubahan*, vol. 5, no. 4, pp. 9–14, 2025.