

Pemberdayaan Masyarakat Berbasis Kewirausahaan, Komunikasi Kolaborasi Mahasiswa dan Kampung Jepang Surabaya Menuju Komunitas Berkelanjutan

Rahmawati Erika Febianti¹, Iriani Kirana Putri Santoso², Falisyha Haifa Azzahra³, Cut Kilau Dara⁴,
Mevalia Cahya Pratiwi⁵, Isnaini Salsabila Azzahra⁶, Rizkyanti Dian Kusuma Wardani⁷, Moch
Abizar Alief⁸, Aditya Dwi Laksono⁹, Zulfikar Upara¹⁰, Beta Puspitaning Ayodya¹¹

¹²³⁴⁵⁶⁷⁸⁹¹⁰¹¹Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

*e-mail korespondensi: RahmawatiE12@gmail.com¹⁰

Abstrak

Kampung Jepang Surabaya yang berlokasi di Jl. Manukan Lor IV I No.51, Banjar Sugihan, Kecamatan Tandes, Surabaya memiliki potensi lokal yang belum sepenuhnya dioptimalkan sebagai wadah pemberdayaan ekonomi masyarakat. Kegiatan pengabdian ini bertujuan mendeskripsikan model kemitraan berkelanjutan antara Program Studi Ilmu Komunikasi dan Program Studi Administrasi Bisnis FISIP dengan masyarakat Kampung Jepang melalui mata kuliah Praktikum Entrepreneurship Komunikasi. Metode yang digunakan mencakup pendampingan, pelatihan kewirausahaan, penyelenggaraan bazar dengan 36 tenant, serta komunikasi partisipatif sebagai pendekatan utama pemberdayaan. Hasil kegiatan menunjukkan terbentuknya ekosistem kewirausahaan yang melibatkan ibu-ibu rumah tangga di Kampung Jepang sehingga mereka memiliki daya tawar ekonomi yang lebih kuat secara mandiri pasca program. Kolaborasi lintas program studi ini selaras dengan visi FISIP menuju masyarakat berkelanjutan dan terbukti mampu menjadi pemantik bagi masyarakat dalam mengenal serta mengembangkan potensi Kampung Jepang sebagai destinasi kewirausahaan komunikasi yang berdampak nyata.

Kata kunci: Pemberdayaan Masyarakat, Kewirausahaan Komunikasi, Kampung Tematik, Kolaborasi Mahasiswa, Masyarakat Berkelanjutan

Abstrak

Kampung Jepang Surabaya, located at Jl. Manukan Lor IV I No.51, Banjar Sugihan, Tandes District, Surabaya, has local potential that has not been fully optimized as a vehicle for community economic empowerment. This community service activity aims to describe a sustainable partnership model between the Communication Studies Program and the Business Administration Study Program of FISIP with the Kampung Jepang community through the Communication Entrepreneurship Practicum course. The methods used include mentoring, entrepreneurship training, organizing a bazaar with 36 tenants, and participatory communication as the main empowerment approach. The results showed the formation of an entrepreneurship ecosystem involving housewives in Kampung Jepang, enabling them to have stronger independent economic bargaining power after the program ended. This cross-program collaboration aligns with FISIP's vision toward a sustainable community and has proven capable of sparking community interest in recognizing and developing Kampung Jepang's potential as a communication entrepreneurship destination with real impact.

Keywords: Community Empowerment, Communication Entrepreneurship, Thematic Village, Student Collaboration, Sustainable Community

PENDAHULUAN

Pemberdayaan masyarakat merupakan konsep pembangunan ekonomi yang merangkum nilai-nilai sosial dan mencerminkan paradigma pembangunan yang bersifat *people-centred*, *participatory*, *empowering*, dan *sustainable* (Binur et al., 2024). Konsep ini lebih dari sekadar pemenuhan kebutuhan dasar, melainkan mencakup upaya memperkuat kapasitas individu dan kelompok rentan agar dapat mengakses sumber daya serta berpartisipasi aktif dalam pembangunan. Di era globalisasi yang terus berkembang, tantangan sosial dan ekonomi semakin kompleks, sehingga pendekatan pemberdayaan masyarakat berbasis potensi lokal menjadi semakin relevan sebagai strategi mencapai pembangunan yang berkelanjutan dan inklusif (Ernawati, 2023).

Kampung tematik hadir sebagai salah satu inovasi pembangunan perkotaan yang bertujuan mengatasi kemiskinan, mendorong perekonomian lokal, serta meningkatkan kualitas lingkungan permukiman warga (Widhiastuti et al., 2022). Di Kota Surabaya, konsep kampung tematik telah berkembang menjadi ruang strategis untuk menggerakkan potensi masyarakat berbasis kearifan lokal. Salah satu kampung tematik yang memiliki keunikan tersendiri adalah Kampung Jepang, yang berlokasi di Jl. Manukan Lor IV I No.51, Banjar Sugihan, Kecamatan Tandes, Surabaya, Jawa Timur 60185. Kampung ini memiliki identitas budaya dan potensi wisata lokal yang dapat dijadikan modal sosial bagi pemberdayaan ekonomi masyarakat.

Salah satu persoalan yang dihadapi masyarakat Kampung Jepang adalah belum optimalnya produktivitas ekonomi warga, khususnya ibu-ibu rumah tangga, yang memiliki potensi keterampilan namun belum mendapatkan wadah yang tepat untuk mengembangkannya. Kondisi ini sejalan dengan temuan berbagai studi pengabdian masyarakat yang menunjukkan bahwa perempuan di kampung-kampung tematik seringkali tidak memiliki daya tawar ekonomi yang memadai akibat minimnya akses pelatihan, jaringan pemasaran, dan pendampingan berkelanjutan (Gosestjahjanti et al., 2023).

Dalam konteks ini, mata kuliah Praktikum Entrepreneurship Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (FISIP), hadir bukan hanya sebagai ruang pembelajaran akademik, melainkan juga sebagai instrumen pengabdian masyarakat berbasis kewirausahaan. Sejak semester sebelumnya, program studi ini telah menjalin kemitraan dengan Kampung Jepang Surabaya, menjadikannya sebagai laboratorium lapangan untuk praktik kewirausahaan komunikasi yang berdampak nyata. Kemitraan ini bersifat berkelanjutan dan dirancang agar mahasiswa tidak hanya berpraktik kemudian pergi, tetapi juga meninggalkan dampak yang dapat dirasakan oleh masyarakat secara mandiri.

Pendekatan komunikasi partisipatif menjadi landasan utama dalam pelaksanaan program ini. Komunikasi partisipatif mendorong masyarakat untuk berperan aktif dalam menyuarakan aspirasi, berbagi pengetahuan, dan merumuskan solusi atas berbagai isu yang dihadapi (Ernawati, 2023). Lailin (2023) dalam penelitiannya tentang Program RT Keren di Kelurahan Bendogerit Kota Blitar menemukan bahwa komunikasi kolaboratif yang efektif mendorong partisipasi aktif warga, meningkatkan pemahaman tentang program, dan merangsang pemberdayaan masyarakat dalam pengambilan keputusan. Temuan ini

memperkuat relevansi pendekatan komunikasi partisipatif dalam program pengabdian berbasis kampung tematik.

Kolaborasi lintas program studi menjadi pembeda yang signifikan dalam kegiatan ini. Program Studi Ilmu Komunikasi berkolaborasi dengan Program Studi Administrasi Bisnis dalam menyelenggarakan bazar yang melibatkan 36 tenant, sebuah langkah konkret untuk memperluas ekosistem kewirausahaan di Kampung Jepang. Nugraha et al. (2019) menegaskan bahwa potensi keragaman pariwisata dan kewirausahaan lokal akan semakin terkelola dengan baik apabila dilakukan dengan penyampaian pesan secara efektif melalui skema pemberdayaan masyarakat yang partisipatif. Dengan demikian, kehadiran mahasiswa di Kampung Jepang bukan sekadar praktikum, melainkan menjadi pemantik bagi masyarakat untuk mengenal, mengembangkan, dan mempertahankan daya saing kampung mereka.

Tujuan dari kegiatan pengabdian ini adalah: (1) mendeskripsikan model kemitraan berkelanjutan antara perguruan tinggi dan Kampung Jepang Surabaya dalam kerangka Praktikum Entrepreneurship Komunikasi; (2) menjelaskan bagaimana kolaborasi antara Program Studi Ilmu Komunikasi dan Program Studi Administrasi Bisnis dapat mendorong produktivitas dan daya tawar ekonomi ibu-ibu di Kampung Jepang serta (3) menunjukkan kontribusi nyata kegiatan ini terhadap visi FISIP dalam mewujudkan masyarakat berkelanjutan.

METODE

Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan di Kampung Jepang Surabaya yang berlokasi di Jl. Manukan Lor IV I No.51, Banjar Sugihan, Kecamatan Tandes, Surabaya, Jawa Timur 60185. Sasaran utama kegiatan adalah masyarakat Kampung Jepang, khususnya ibu-ibu rumah tangga yang memiliki potensi kewirausahaan namun belum terwadahi secara optimal, serta mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi yang mengambil mata kuliah Praktikum Entrepreneurship Komunikasi dan Program Studi Administrasi Bisnis FISIP.

Pendekatan yang digunakan dalam kegiatan ini adalah pendekatan partisipatif berbasis komunitas, yang menempatkan masyarakat sebagai subjek aktif bukan sekadar objek pembangunan. Pendekatan ini sejalan dengan prinsip Community Based Entrepreneurship yang menekankan keterlibatan langsung komunitas dalam setiap tahap perencanaan, pelaksanaan, hingga evaluasi (Nugraha et al., 2019). Adapun metode yang diterapkan meliputi:

Pertama, survei dan pemetaan potensi. Tahap awal dilakukan dengan mengidentifikasi potensi sumber daya manusia, produk lokal, dan karakteristik masyarakat Kampung Jepang. Proses ini melibatkan wawancara mendalam dengan tokoh masyarakat dan warga, serta observasi lapangan untuk memahami kondisi nyata kampung.

Kedua, pendampingan dan pelatihan kewirausahaan. Mahasiswa memberikan pendampingan kepada ibu-ibu di Kampung Jepang dalam bentuk pelatihan pengembangan produk, pengelolaan keuangan sederhana, strategi pemasaran digital, serta pengemasan produk yang menarik. Gosestjahjanti et al. (2023) menegaskan bahwa pelatihan strategi pemasaran digital dan penyusunan laporan keuangan sederhana merupakan dua komponen

kritis yang mampu mengubah pola pikir pelaku UMKM dari tradisional menuju produktif dan inovatif.

Ketiga, penyelenggaraan bazar kolaboratif. Kegiatan puncak berupa penyelenggaraan bazar yang melibatkan 36 tenant, merupakan hasil kolaborasi antara Program Studi Ilmu Komunikasi dan Program Studi Administrasi Bisnis. Bazar ini dirancang sebagai ruang uji coba nyata bagi mahasiswa. Konsep ini sejalan dengan pendapat Widhiastuti et al. (2022) bahwa program pelatihan yang diiringi dengan praktik langsung dan evaluasi mampu memberikan manfaat yang diaplikasikan dalam kehidupan sehari-hari.

Keempat, komunikasi kolaboratif dan pemberdayaan. Sepanjang program, pendekatan komunikasi kolaboratif diterapkan secara konsisten. Lailin (2023) menjelaskan bahwa komunikasi kolaboratif mencakup berbagai kegiatan seperti pertemuan terbuka, forum diskusi, dan grup diskusi daring yang memungkinkan semua pihak berpartisipasi dalam pengambilan keputusan. Grup WhatsApp dimanfaatkan sebagai media komunikasi lanjutan untuk monitoring dan evaluasi pasca kegiatan.

Kelima, monitoring dan evaluasi keberlanjutan. Evaluasi dilakukan melalui observasi partisipatif, dokumentasi kegiatan, dan diskusi kelompok terfokus bersama masyarakat Kampung Jepang. Tujuan evaluasi adalah mengukur perubahan pengetahuan, keterampilan, dan kemandirian masyarakat, serta memastikan bahwa dampak program dapat dirasakan secara berkelanjutan meski mahasiswa telah meninggalkan lokasi.

Tabel 1. Tahapan Pelaksanaan Kegiatan Pengabdian di Kampung Jepang Surabaya

No	Tahap Kegiatan	Deskripsi	Sasaran
1	Survei dan Pemetaan Potensi	Identifikasi potensi SDM, produk lokal, dan kondisi masyarakat Kampung Jepang	Tokoh masyarakat, warga
2	Pelatihan Kewirausahaan	Pengembangan produk, pengemasan, pemasaran digital, dan pengelolaan keuangan sederhana	Ibu-ibu rumah tangga dan mahasiswa mata kuliah entrepreneurship komunikasi
3	Bazar 36 Tenant	Penyelenggaraan bazar kolaboratif Ilmu Komunikasi dan Administrasi Bisnis sebagai ruang uji nyata	Mahasiswa dan masyarakat
4	Komunikasi Kolaboratif	Forum diskusi, pertemuan terbuka, dan grup WA sebagai media komunikasi partisipatif	Semua pihak terlibat
5	Monitoring & Evaluasi	Observasi, dokumentasi, FGD untuk mengukur kemandirian dan keberlanjutan dampak	Masyarakat Kampung Jepang

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan Praktikum Entrepreneurship Komunikasi di Kampung Jepang Surabaya telah berlangsung sejak semester sebelumnya dan terus berlanjut pada semester berikutnya

dengan semangat kemitraan yang semakin menguat. Kampung Jepang bersedia menjadi mitra aktif dan menerima mahasiswa sebagai bagian dari ekosistem kewirausahaan komunikasi yang sedang dibangun bersama. Hal ini mencerminkan prinsip pemberdayaan berbasis masyarakat yang oleh Ernawati (2023) dijelaskan sebagai proses aktif di mana masyarakat bukan sekadar menjadi objek, melainkan subjek yang turut mensukseskan program.

Tabel dan Gambar



KESIMPULAN

Kegiatan Praktikum Entrepreneurship Komunikasi yang dilaksanakan di Kampung Jepang Surabaya telah berhasil membangun model kemitraan berkelanjutan antara perguruan tinggi dan masyarakat yang tidak berhenti pada tataran akademik semata. Melalui pendekatan komunikasi partisipatif, pelatihan kewirausahaan terstruktur, dan penyelenggaraan bazar kolaboratif dengan 36 tenant yang melibatkan Program Studi Ilmu Komunikasi dan Program Studi Administrasi Bisnis, program ini memberikan dampak nyata berupa terbentuknya ekosistem kewirausahaan yang memberdayakan mahasiswa Ilmu Komunikasi dan mahasiswa Administrasi Bisnis dan pemasaran produk lokal Kampung Jepang yang memberdayakan ibu-ibu Kampung Jepang dengan daya tawar ekonomi yang lebih kuat dan mandiri.

Kampung Jepang terbukti mampu menjadi pemantik bagi masyarakat luas untuk mengenal dan mengapresiasi potensi lokal yang dimilikinya. Saat mahasiswa meninggalkan lokasi, masyarakat tidak kembali ke titik semula, melainkan memiliki pengetahuan, jaringan, dan kepercayaan diri yang lebih kuat untuk melanjutkan perjalanan kewirausahaan mereka. Hal ini selaras dengan visi FISIP dalam mewujudkan masyarakat berkelanjutan dan membuktikan bahwa pembelajaran berbasis pengabdian yang dirancang dengan baik mampu menghasilkan dampak yang melampaui batas ruang kelas.

Ke depan, program ini perlu terus diperkuat dengan memperluas jaringan pemasaran digital, memperkuat kelembagaan lokal, serta membangun dokumentasi pengetahuan yang dapat diakses secara mandiri oleh masyarakat. Replikasi model kemitraan serupa di kampung-kampung tematik lainnya di Surabaya juga sangat disarankan sebagai upaya memperluas dampak pemberdayaan berbasis komunikasi kewirausahaan.

UCAPAN TERIMA KASIH (Bila Perlu)

Penulis mengucapkan terima kasih kepada berbagai pihak yang telah memberikan dukungan, baik secara materi maupun nonmateri, sehingga kegiatan pengabdian masyarakat ini dapat berjalan dengan lancar dan menghasilkan luaran yang bermanfaat. Ucapan terima kasih yang tulus disampaikan kepada:

1. Pengelola Kampung Jepang Surabaya, yang telah bersedia meluangkan waktu, membuka ruang kolaborasi, serta memberikan dukungan penuh selama pelaksanaan seluruh rangkaian kegiatan kemitraan, mulai dari observasi awal, pelatihan, pendampingan, hingga penyelenggaraan bazar wirausaha.
2. Seluruh warga Kampung Jepang khususnya ibu-ibu warga Kampung Jepang yang telah berpartisipasi aktif dalam setiap sesi pelatihan dan pendampingan, serta dengan penuh semangat terlibat dalam pembentukan kelompok wirausaha perempuan. Partisipasi dan keterbukaan mereka menjadi kunci keberhasilan program ini.
3. Beta Puspitaning Ayodya, S.Sos., M.A., selaku Dosen Pengampu Mata Kuliah Entrepreneurship Komunikasi Kelas A, yang telah memberikan arahan, bimbingan, serta masukan konstruktif sejak tahap perencanaan program hingga penyelesaian artikel ini. Dedikasi dan visi beliau dalam mengintegrasikan pengabdian masyarakat ke dalam kurikulum menjadi inspirasi bagi seluruh peserta.
4. Program Studi Administrasi Bisnis FISIP yang telah bersedia berkolaborasi dalam penyelenggaraan bazar wirausaha, sehingga kegiatan ini dapat menampilkan 36 tenant dan mencerminkan sinergi nyata antardisiplin ilmu sejalan dengan visi FISIP tentang masyarakat berkelanjutan.
5. Seluruh mahasiswa peserta Praktikum Entrepreneurship Komunikasi Kelas A yang telah mendedikasikan waktu, tenaga, dan kreativitas mereka sebagai fasilitator dan mitra aktif dalam pemberdayaan masyarakat Kampung Jepang.

Semoga dukungan dan partisipasi yang telah diberikan mendapat balasan yang setimpal. Penulis berharap hasil kegiatan ini dapat memberikan manfaat seluas-luasnya bagi

pengembangan model pemberdayaan masyarakat berbasis kewirausahaan komunikasi di Kampung Jepang maupun kampung-kampung lain di Surabaya.

DAFTAR PUSTAKA

Berkelanjutan, P. (2023). *OJS-JERP OJS-JERP*. 1(3), 42–52.

Binur, R. E., Lamba, M. A., Ramandei, L., Tommi, T., Samosir, R. K., Sudiro, S., Kendi, I. K., & Wairata, J. (2024). *Pemberdayaan Masyarakat Berbasis Kewirausahaan di Kampung Nolakla Distrik Sentani Timur Kabupaten Jayapura*. 5.

Gosestjahjanti, F. S., Basuki, S., & Lestari, S. (2023). *Meningkatkan Produktivitas UMKM dan Ketahanan Pangan Melalui Pelatihan dan Penanaman Pohon pada Kampung Tematik Drum Bujana Kabupaten Tangerang*. 6(1), 139–145.

Lailin, U. R. (2023). *Pemberdayaan Masyarakat melalui Komunikasi Kolaboratif dalam Program Pemerintah Daerah (Program RT Keren) di Kelurahan Bendogerit Kota Blitar Community Empowerment through Collaborative Communication in Regional Government Program (RT Keren Program) in Bendogerit Village , Blitar City*. 12(2), 1–6.

Nugraha, A. R., Perbawasari, S., Zubair, F., Novianti, E., Nugraha, A. R., Perbawasari, S., Zubair, F., & Novianti, E. (2019). *COMMUNITY EMPOWERMENT THROUGH EFFECTIVE COMMUNICATION Kabupaten Bandung Barat sebagai salah satu kabupaten di Jawa Barat yang secara alam maupun sosial budaya untuk menjadi modal kegiatan pariwisata . Keberadaan sektor pariwisata dapat menjadi sektor unggulan pendapatan bagi pemerintah kabupaten dalam upaya memenuhi pembiayaan pembangunan infrastruktur dan suprastruktur yang ada di terjadi koordinasi yang baik antarsektor yang dimiliki oleh suatu daerah tersebut . pembangunan kepariwisataan di wilayah kabupaten Bandung Barat tentunya harus disesuaikan dengan permasalahan yang terdapat di suatu kawasan wisata . Salah objek pariwisata adalah sering tidak komunikatifnya antarsektor yang pariwisata yang berkelanjutan di suatu pembangunan sektor pariwisata harus merujuk pada Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata yang kegiatan kepariwisataan adalah upaya melestarikan alam , lingkungan dan prinsip-prinsip memelihara kelestarian dan keterpaduan antarsektor , rangka otonomi daerah serta keterpaduan antarpemangku kepentingan . Sehingga pariwisata secara tepat harus dapat melibatkan berbagai masyarakat dalam meningkatkan kualitas kesejahteraan di daerah pariwisata . untuk meningkatkan kepercayaan , peluang , sangat cocok dalam mendukung proses pembangunan pariwisata yang kecamatan Cililin kabupaten Bandung Seiring dengan pembangunan objek pariwisata yang digalakan oleh pemerintah yaitu harus melibatkan peranan komunitas yang terdapat dalam kawasan yang akan dijadikan sebagai objek wisata . Secara konseptual prinsip dasar kepariwisataan berbasis masyarakat adalah menempatkan masyarakat sebagai pelaku utama melalui pemberdayaan masyarakat dalam berbagai kegiatan kepariwisataan , diperuntukkan bagi masyarakat . Sasaran utama pengembangan kesejahteraan masyarakat (setempat) . komunitas atau Community Based Tourism (CBT) lazimnya digunakan oleh para perancang pembangunan pariwisata memobilisasi komunitas tertentu untuk berpartisipasi secara aktif dalam mengembangkan objek wisata sebagai rekan industri pariwisata . Apabila melihat trend dunia global saat ini pengembangan CBT dibakukan sebagai alat dan strategi untuk berpartisipasi dalam proses*. 3(1).

Rochmania, W., & Mu, A. (2024). *Eksistensi Kampung Kota Melalui Pemberdayaan Masyarakat : Studi di Kampung Ondomohen , Kota Surabaya*. 1(1), 1–11.

Senaen, W. M., & Casmiwati, D. (2025). *Pemberdayaan Masyarakat Kampung Jepang Manukan dalam Perspektif ACTORS Empowerment of the Manukan Japanese Village Community in the*

Vebyrna, E. N., Damayanti, K. S., Sari, P. R., & Rining, E. (2025). *Partisipasi Gen Z Pada Pengembangan Kampung Wisata Jelita (Jepang Bali Kita) Banjar Sugihan , Kecamatan Tandes , Surabaya*. 4(5), 8154–8163.

Widhiastuti, R., Rahmaningtyas, W., Farliana, N., & Endah, D. (2022). *Pemberdayaan Perempuan di Kampung Tematik Jamrut melalui Kreativitas Berbasis Ecoprint*. 7(2), 237–250.

Yuana, C., Poerbowati, E., Ramadhan, H. F., & Fauziah, A. (2024). *Pembuatan Media Aspirasi untuk Meningkatkan Kreativitas Masyarakat Kampung Ketandan melalui Pemanfaatan Barang Bekas*. 1(11), 3223–3229.