

Greenlicious Bazaar Kampung Jepang sebagai Media Pembelajaran Wirausaha Berbasis Proyek

M. Abdulloh Zakka N. C^{*1}, Lausia Riyu Mafada², Fifi Syaharani Yahya³, Aulia Rahmah⁴, Beryl
Lintang Isyaura⁵, Awin Mulyati⁶

^{1,2,3,4,5,6}Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

*e-mail korespondensi: Abdulloh@gmail.com

Abstrak

Rendahnya pengalaman praktis dalam berwirausaha pada mahasiswa menjadi latar belakang diselenggarakannya kegiatan pengabdian kepada masyarakat berbasis proyek greenlicious bazaar kampung jepang. Proyek ini bertujuan memberikan pengalaman nyata kepada mahasiswa dalam menjalankan siklus usaha secara langsung, sekaligus memberikan kontribusi ekonomi kreatif bagi masyarakat sekitar. Metode yang digunakan adalah experiential learning melalui tahapan persiapan, pelaksanaan bazaar, dan evaluasi hasil kegiatan. Sasaran kegiatan adalah mahasiswa Program Studi Administrasi Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya serta masyarakat pengunjung kawasan wisata Kampung Jepang Surabaya. Hasil kegiatan menunjukkan mahasiswa mampu menjalankan proses bisnis mulai dari perencanaan produk, produksi, pemasaran, hingga pencatatan keuangan sederhana, dengan total pendapatan Rp720.000 dari penjualan Es Kuwut dan Garlic Cheese Bread. Mahasiswa juga mengalami peningkatan kepercayaan diri, kemampuan komunikasi pemasaran, dan keterampilan kerja sama tim. Bagi masyarakat, kegiatan ini menambah variasi kuliner kreatif dan mendukung suasana kawasan wisata. Disimpulkan bahwa model bazaar kewirausahaan terbukti efektif sebagai sarana pembelajaran berbasis pengalaman sekaligus wujud nyata pengabdian perguruan tinggi kepada masyarakat yang berkelanjutan

Kata kunci: Kewirausahaan, Greenlicious Bazaar, Pengabdian Masyarakat, Kampung Jepang

Abstrak

The lack of practical entrepreneurship experience among university students is the background for organizing a project-based community service activity named the "Greenlicious Bazaar Kampung Jepang." This project aims to provide students with real-world experience in running a business cycle directly, while simultaneously contributing to the creative economy of the surrounding community. The method used is experiential learning, which includes the stages of preparation, bazaar execution, and evaluation of activity results. The targets of this activity were students of the Business Administration Study Program at Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya and visitors to the Kampung Jepang tourism area in Surabaya. The results of the activity showed that students were able to manage business processes ranging from product planning, production, and marketing to simple financial recording, generating a total revenue of IDR 720,000 from the sales of Es Kuwut and Garlic Cheese Bread. Students also experienced increases in self-confidence, marketing communication skills, and teamwork skills. For the community, this activity added to the variety of creative culinary options and supported the ambiance of the tourist area. It is concluded that the entrepreneurial bazaar model is proven effective as a medium for experiential learning, as well as a tangible manifestation of sustainable higher education community service.

Keywords: Entrepreneurship, Greenlicious Bazaar, Community Service, Japan Village

PENDAHULUAN

Keahlian berwirausaha telah menjadi kompetensi krusial bagi mahasiswa dalam menghadapi persaingan dunia kerja serta membuka lapangan pekerjaan secara mandiri (Suryana, 2014). Kendati demikian, pembelajaran kewirausahaan di perguruan tinggi umumnya masih didominasi oleh penyampaian teori. Keterbatasan ruang untuk praktik

langsung ini memicu kesenjangan antara pemahaman konseptual dan keterampilan teknis mahasiswa dalam mengelola bisnis, khususnya pada aspek perencanaan produk, proses produksi, hingga manajemen keuangan sederhana (Wardana et al, 2020).

Kesenjangan ini semakin relevan mengingat masih tingginya angka pengangguran di kalangan lulusan perguruan tinggi di Indonesia. Data Badan Pusat Statistik (BPS) mencatat bahwa sarjana masih menyumbang angka yang cukup besar dalam statistik pengangguran nasional, sebuah indikasi bahwa sistem pendidikan tinggi belum sepenuhnya berhasil melahirkan lulusan yang siap terjun ke dunia wirausaha. Fakta ini memperkuat perlunya transformasi pendekatan pembelajaran kewirausahaan ke arah yang lebih aplikatif dan berorientasi pada praktik lapangan.

Sejumlah kajian ilmiah telah mengonfirmasi efektivitas pendekatan berbasis pengalaman dalam membentuk jiwa wirausaha mahasiswa. (Mufahamah 2023) menemukan bahwa keterlibatan mahasiswa dalam kegiatan bazaar mampu mendorong peningkatan kompetensi kewirausahaan secara terukur. (Tania 2024) menambahkan bahwa bazar inovasi terbukti efektif dalam memunculkan kreativitas sekaligus menumbuhkan mentalitas wirausaha. Adapun (Septiana et al2023) menegaskan bahwa keterlibatan langsung dalam lingkungan pasar nyata merupakan metode paling komprehensif untuk membentuk kecakapan bisnis mahasiswa. Secara teoritis, pendekatan ini berpijak pada konsep experiential learning (Kolb 1984), yang menyatakan bahwa proses belajar paling bermakna terjadi melalui rangkaian pengalaman langsung, perenungan, dan uji coba aktif. (anwar 2022) serta (Purwana et al. 2018) turut memperkuat hal ini dengan menunjukkan bahwa penilaian berbasis proyek seperti bazaar lebih mampu mengembangkan kompetensi wirausaha mahasiswa dibandingkan metode konvensional.

Berangkat dari landasan tersebut, Program Studi Administrasi Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya menggelar kegiatan pengabdian kepada masyarakat bertajuk "Greenlicious Bazaar" pada 13 Juni 2026 di Kampung Jepang Surabaya. Nama "Greenlicious" mencerminkan semangat menghadirkan produk yang segar, menyehatkan, dan bersahabat dengan lingkungan, diwujudkan melalui dua produk andalan yaitu Es Kuwut dan Garlic Cheese Bread. Pemilihan Kampung Jepang Surabaya sebagai lokasi didasarkan pada karakteristiknya sebagai destinasi wisata tematik yang aktif dikunjungi warga, sehingga menjadi wadah ideal bagi mahasiswa untuk mempraktikkan strategi pemasaran langsung kepada konsumen nyata. Kegiatan ini bertujuan memberikan pengalaman wirausaha yang autentik, memperkuat kecakapan praktis mahasiswa, serta memberikan dampak positif bagi masyarakat melalui hadirnya produk kuliner kreatif sekaligus memperkuat sinergi antara perguruan tinggi dan masyarakat.

METODE

Kegiatan pengabdian ini diselenggarakan pada 13 Juni 2026 di kawasan wisata tematik Kampung Jepang Surabaya, tepatnya di Jl. Manukan Lor IV No. 51, Kelurahan Banjar Sugihan, Kecamatan Tandes, Kota Surabaya. Kegiatan ini melibatkan dua kelompok sasaran utama, yaitu mahasiswa Program Studi Administrasi Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya yang berperan sebagai pelaksana sekaligus subjek pembelajaran, serta masyarakat pengunjung kawasan Kampung Jepang yang menjadi konsumen sekaligus penerima manfaat dari program ini.

Pendekatan utama yang diterapkan adalah experiential learning, di mana mahasiswa diposisikan bukan sekadar sebagai pelajar pasif, melainkan sebagai pelaku usaha yang mengelola seluruh proses bisnis secara mandiri. Strategi pelaksanaan mencakup demonstrasi produksi kuliner secara langsung, pemasaran tatap muka kepada pengunjung melalui direct

selling, serta pendampingan intensif oleh dosen pembimbing sejak tahap awal hingga kegiatan berakhir. Pelaksanaan kegiatan berlangsung melalui tiga tahapan yang terstruktur.

Tahapan pertama adalah persiapan, yang diawali dengan penetapan tema dan produk yang akan dipasarkan, dilanjutkan dengan survei lapangan dan pengurusan izin kepada pengelola Kampung Jepang Surabaya. Pada tahap ini pula disusun rencana anggaran biaya, dilakukan pengadaan bahan baku dan perlengkapan stan, serta uji coba resep untuk memastikan cita rasa dan kualitas produk memenuhi standar sebelum hari pelaksanaan.

Tahapan kedua adalah pelaksanaan bazaar yang berlangsung mulai pukul 15.00 hingga 20.00 WIB. Mahasiswa menjalankan seluruh operasional stan secara mandiri, mulai dari penataan display produk, produksi Es Kuwut secara made to order demi menjaga kesegaran, penjualan Garlic Cheese Bread, hingga melayani setiap transaksi dengan pengunjung secara langsung. Promosi aktif juga dilakukan oleh mahasiswa di sekitar area bazaar guna menarik lebih banyak calon pembeli. Seluruh momen kegiatan diabadikan melalui foto dan video untuk keperluan dokumentasi dan publikasi.

Tahapan ketiga adalah evaluasi, yang dilaksanakan sesuai kegiatan bazaar berakhir. Pada tahap ini dilakukan rekapitulasi data penjualan, penghitungan laba sederhana, serta sesi diskusi dan refleksi bersama seluruh anggota tim untuk mengidentifikasi kendala yang dihadapi dan memetakan pembelajaran yang diperoleh.

Keberhasilan kegiatan diukur melalui observasi langsung di lapangan, dokumentasi visual, dan analisis data hasil penjualan sebagai indikator capaian praktik wirausaha mahasiswa. Proses monitoring dilakukan secara langsung oleh dosen pembimbing selama kegiatan berlangsung, sementara evaluasi menyeluruh dituangkan dalam laporan akhir pengabdian kepada masyarakat yang memuat seluruh hasil capaian beserta rekomendasi untuk pengembangan program serupa ke depannya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan Greenlicious Bazaar menghasilkan dua kategori luaran utama. Pertama, luaran fisik berupa dua produk kuliner siap jual yang dikemas secara menarik dengan identitas merek "Greenlicious Bazaar". Es Kuwut hadir sebagai minuman segar berbahan dasar timun serut yang dipadukan dengan jeruk nipis, biji selasih, dan sirup gula merah, disajikan dalam kemasan cup tertutup. Sementara itu, Garlic Cheese Bread menawarkan cita rasa gurih dari roti panggang beroles garlic butter dan keju leleh yang disajikan hangat dalam kemasan kertas food grade. Kedua, luaran non-fisik berupa peningkatan kompetensi kewirausahaan mahasiswa yang mencakup kemampuan perencanaan bisnis, pengelolaan produksi, strategi promosi, dan pengalaman melayani konsumen secara langsung.

Hasil pertama dalam kegiatan Greenlicious Bazaar adalah dari sisi hasil penjualan, kegiatan ini berhasil mencatatkan total pendapatan sebesar Rp720.000, yang diperoleh dari penjualan 54 cup Es Kuwut senilai Rp270.000 dan 30 pcs Garlic Cheese Bread senilai Rp450.000, sebagaimana tersaji pada tabel berikut.

Tabel dan Gambar



Gambar 1. *Produk bazaar*

Gambar 2. *Pelaksanaan kegiatan bazaar*

Tabel 1. Rincian Hasil Penjualan Produk Greenlicious Bazaar

No	Produk	Harga Satuan	Jumlah Terjual	Total Pendapatan
1	Es Kuwut	Rp5.000	54 Cup	Rp270.000
2	Garlic Cheese Bread	Rp15.000	30 Pcs	Rp450.000
Total Pendapatan				Rp720.000

Angka tersebut mencerminkan tingginya minat pengunjung terhadap kedua produk, sekaligus membuktikan bahwa pemilihan produk yang tepat sasaran dan strategi pemasaran langsung yang aktif mampu mendorong capaian penjualan yang memuaskan dalam waktu yang terbatas.

Hasil kedua dalam kegiatan Greenlicious Bazaar adalah kegiatan ini sejalan dengan tujuan utama yang telah ditetapkan, yakni memberikan pengalaman wirausaha yang nyata dan menyeluruh kepada mahasiswa. Temuan ini memperkuat pandangan (Mufahamah et al. 2023) yang menyatakan bahwa keterlibatan mahasiswa dalam kegiatan bazaar secara signifikan meningkatkan kompetensi kewirausahaan mereka. Selain itu, capaian penjualan yang positif mengonfirmasi argumen (Tania et al. 2024) bahwa forum bazar inovasi mampu mendorong kreativitas sekaligus menguji kemampuan mahasiswa dalam menghadapi dinamika pasar yang sesungguhnya.

Dalam perspektif experiential learning (Kolb 1984), kegiatan ini telah berhasil menghadirkan siklus belajar yang utuh. Mahasiswa melewati fase pengalaman konkret saat menjalankan stan, fase refleksi saat berdiskusi mengenai kendala yang dihadapi, fase konseptualisasi saat menyusun laporan, serta fase eksperimentasi aktif sepanjang proses penjualan berlangsung. Hal ini selaras dengan temuan Rusdiyana dan Joharudin (2020) yang menegaskan bahwa penilaian berbasis proyek seperti bazaar lebih efektif dalam mengembangkan jiwa wirausaha mahasiswa secara holistik.

Beberapa faktor pendukung keberhasilan kegiatan ini antara lain pemilihan lokasi yang strategis, produk yang sesuai dengan selera pasar, pembagian tugas tim yang terstruktur, serta dukungan penuh dari pengelola kawasan. Adapun kendala yang dihadapi meliputi keterbatasan waktu pelaksanaan yang hanya satu hari, tantangan menjaga kesegaran bahan baku Es Kuwut, serta persaingan dengan pedagang lain di sekitar lokasi. Kendala-kendala tersebut diatasi melalui sistem produksi made to order, desain kemasan yang mencolok, dan promosi aktif oleh seluruh anggota tim.

Kegiatan ini memberikan pengaruh nyata pada dua sisi. Bagi mahasiswa, terjadi peningkatan kepercayaan diri, kemampuan kerja sama tim, dan pemahaman praktis tentang siklus bisnis dari hulu ke hilir. Bagi masyarakat, kegiatan ini memperkaya variasi kuliner di kawasan Kampung Jepang Surabaya sekaligus menghidupkan suasana wisata secara lebih dinamis. Dari sisi keberlanjutan, model bazaar kewirausahaan ini berpotensi besar untuk dikembangkan pada periode pembelajaran berikutnya dengan cakupan produk yang lebih beragam, durasi pelaksanaan yang lebih panjang, serta integrasi pemasaran digital yang lebih intensif guna memperluas jangkauan konsumen dan memperkuat dampak pengabdian bagi masyarakat.

KESIMPULAN

Kegiatan "Greenlicious Bazaar" di Kampung Jepang Surabaya pada 13 Juni 2026 berhasil mewujudkan model pembelajaran kewirausahaan berbasis pengalaman nyata. Melalui pendekatan experiential learning, mahasiswa mampu menjalankan siklus usaha secara mandiri mulai dari perencanaan, produksi, hingga pemasaran, dengan total pendapatan sebesar Rp720.000 dari penjualan Es Kuwut dan Garlic Cheese Bread. Kegiatan ini sekaligus memperkuat sinergi antara perguruan tinggi dan masyarakat serta memberikan kontribusi positif bagi ekonomi kreatif kawasan wisata Kampung Jepang Surabaya. Model bazaar kewirausahaan terbukti efektif sebagai sarana pengembangan kompetensi wirausaha mahasiswa sekaligus wujud nyata pelaksanaan Tridarma Perguruan Tinggi.

Saran dari kami dengan beberapa rekomendasi untuk pengembangan program serupa ke depan: lokasi kegiatan sebaiknya lebih dekat dengan kampus agar efisiensi waktu terjaga; durasi pelaksanaan perlu diperpanjang lebih dari satu hari; pendampingan pencatatan keuangan perlu ditingkatkan; serta integrasi pemasaran digital perlu diperkuat sejak tahap persiapan guna memperluas jangkauan konsumen dan memaksimalkan dampak kegiatan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Universitas 17 Agustus 1945 (Untag) Surabaya, Program Studi Administrasi Bisnis atas segala dukungan dan fasilitasi kegiatan ini. Apresiasi juga disampaikan kepada pihak penyelenggara, panitia pelaksana, serta seluruh penduduk kawasan wisata Kampung Jepang Surabaya atas kerja sama dan ruang yang diberikan dalam pelaksanaan proyek ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Anwar, M. (2022). Pembelajaran Kewirausahaan Berbasis Experiential Learning di Perguruan Tinggi. *Jurnal Pendidikan dan Kewirausahaan*, 10(2), 415-428.
- Badan Pusat Statistik. (2024). Keadaan Ketenagakerjaan Indonesia Februari 2024. BPSRI.
- Kolb, D. A. (1984). *Experiential Learning: Experience as the Source of Learning and Development*. Prentice-Hall.
- Mufahamah, S. (2023). Peningkatan Kompetensi Kewirausahaan Mahasiswa melalui Kegiatan Bazaar Terstruktur. *Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat*, 7(1), 89-98.
- Purwana, D., Rahmi, & Wibowo, A. (2018). Pemanfaatan Business Bazaar sebagai Media Pembelajaran Praktis Kewirausahaan. *Jurnal Pendidikan Ekonomi dan Bisnis*, 6(2), 112-123.
- Rusdiyana, E., & Joharudin, A. (2020). Model Penilaian Berbasis Proyek (Project-Based Assessment) dalam Mengembangkan Jiwa Wirausaha Mahasiswa. *Jurnal Pendidikan Vokasi*, 10(3), 295-306.
- Septiana, R., Wardani, D. K., & Muliasari, D. (2023). Eksplorasi Pasar Nyata: Metode Komprehensif Pembentukan Kecakapan Bisnis Mahasiswa. *Jurnal Manajemen Kewirausahaan*, 20(1), 45-56.
- Suryana. (2014). *Kewirausahaan: Pedoman Praktis, Tantangan dan Proses* (Edisi 4). Salemba Empat.
- Tania, A., & Handayani, S. (2024). Bazar Inovasi sebagai Sarana Menumbuhkan Mentalitas Wirausaha dan Kreativitas Mahasiswa. *Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen*, 17(2), 134-145.
- Wardana, L. W., Narmaditya, B. S., Wibowo, A., & Mahendra, A. M. (2020). The Impact of Entrepreneurship Education on Entrepreneurial Intention: The Mediating Role of Entrepreneurial Mindset. *International Journal of Evaluation and Research in Education*, 9(3), 567-574.