

Implementasi Praktikum Entrepreneurship di Kampung Jepang sebagai Sarana Pembelajaran Pemasaran Produk Meatball Mentai with Katsuobushi

Amar Zubaeri¹, Asa Avriia Fernanda², Tiara Devita Permatasari³, Nadiva Nurfaizah³, Bunga Aurelia P.S³, Zahwa Tri Handini⁶, Della Jinianto Putri⁷, Nadia Tri Aqila⁸, Mustika Dewy Anggraeny⁹, Hajidah Fildzahun Nadhilah Kusnadi¹⁰

^{1,2,3,4,5,6,7,8,9,10} Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

*e-mail korespondensi: zubaeriamar@gmail.com¹

Abstrak

Praktikum entrepreneurship merupakan salah satu metode pembelajaran berbasis pengalaman yang bertujuan untuk meningkatkan kompetensi kewirausahaan mahasiswa melalui praktik bisnis secara langsung. Kegiatan ini dilaksanakan di Kampung Jepang dengan memasarkan produk inovatif Meatball Mentai with Katsuobushi, yaitu olahan bakso yang dipadukan dengan saus mentai dan taburan katsuobushi. Tujuan kegiatan ini adalah untuk memberikan pengalaman nyata kepada mahasiswa dalam mengembangkan produk, menerapkan strategi pemasaran, serta memahami perilaku konsumen. Metode yang digunakan meliputi tahap perencanaan, produksi, pemasaran, dan evaluasi. Pemasaran dilakukan melalui penjualan langsung dan promosi menggunakan media sosial untuk memperluas jangkauan konsumen. Evaluasi kegiatan dilakukan melalui observasi terhadap respons konsumen, tingkat penjualan, dan kepuasan pelanggan. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa praktikum entrepreneurship mampu meningkatkan kemampuan mahasiswa dalam komunikasi pemasaran, pengambilan keputusan bisnis, kerja sama tim, serta pengelolaan usaha. Selain itu, penerapan strategi pemasaran digital terbukti efektif dalam meningkatkan daya tarik produk dan memperluas jangkauan promosi. Kegiatan ini memberikan kontribusi positif dalam membentuk jiwa kewirausahaan mahasiswa dan mendukung pengembangan kompetensi bisnis yang aplikatif.

Kata kunci: entrepreneurship, pemasaran digital, kewirausahaan, inovasi produk, Meatball Mentai with Katsuobushi.

Abstrak

Entrepreneurship practicum is an experiential learning method aimed at improving students' entrepreneurial competencies through direct business practice. This activity was conducted in Kampung Jepang by marketing an innovative product, Meatball Mentai with Katsuobushi, a meatball-based culinary product combined with mentai sauce and katsuobushi flakes. The objective of this program was to provide students with practical experience in product development, marketing strategy implementation, and consumer behavior analysis. The methods employed included planning, production, marketing, and evaluation stages. Marketing activities were carried out through direct selling and social media promotion to reach a broader consumer market. Evaluation was conducted through observations of consumer responses, sales performance, and customer satisfaction. The results indicated that the entrepreneurship practicum successfully enhanced students' competencies in marketing communication, business decision-making, teamwork, and business management. Furthermore, the implementation of digital marketing strategies proved effective in increasing product attractiveness and expanding promotional reach. This activity contributed positively to the development of students' entrepreneurial mindset and strengthened their practical business competencies.

Keywords: *entrepreneurship, digital marketing, product innovation, business learning, Meatball Mentai with Katsuobushi.*

PENDAHULUAN

Kewirausahaan merupakan salah satu kompetensi yang penting untuk dikembangkan karena mampu membentuk kemandirian, kreativitas, keberanian mengambil risiko, serta kemampuan melihat dan memanfaatkan peluang usaha. Seorang wirausahawan tidak hanya berorientasi pada pencapaian keuntungan, tetapi juga memiliki kemampuan menciptakan inovasi, mengembangkan ide bisnis, dan menghasilkan nilai tambah melalui produk maupun jasa yang ditawarkan. Kewirausahaan juga dipahami sebagai kemampuan menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda melalui proses kreatif dan inovatif yang dapat memberikan manfaat ekonomi bagi individu maupun masyarakat (Indarto; Djoko Santoso, 2020).

Praktikum entrepreneurship menjadi salah satu metode pembelajaran yang efektif karena memberikan kesempatan kepada mahasiswa untuk mengembangkan kemampuan berpikir kritis, kreativitas, komunikasi pemasaran, serta pengambilan keputusan dalam situasi bisnis yang nyata. Melalui praktik langsung, mahasiswa dapat memahami dinamika pasar sekaligus mengaplikasikan konsep-konsep kewirausahaan yang diperoleh selama perkuliahan (Wijayanti, 2018).

Salah satu aspek penting dalam keberhasilan suatu usaha adalah kemampuan pemasaran. Pemasaran tidak hanya berfungsi sebagai sarana memperkenalkan produk kepada konsumen, tetapi juga menjadi strategi untuk membangun nilai produk, menarik minat pelanggan, serta menciptakan loyalitas konsumen. Keberhasilan usaha sangat dipengaruhi oleh kemampuan pelaku usaha dalam memahami kondisi pasar, persaingan usaha, perubahan gaya hidup masyarakat, dan akses terhadap pemasaran. Oleh karena itu, pengalaman praktik pemasaran menjadi bagian yang penting dalam pembelajaran kewirausahaan bagi mahasiswa.

Perkembangan industri makanan dan minuman saat ini menunjukkan adanya perubahan preferensi konsumen yang semakin tertarik pada produk pangan inovatif yang menggabungkan cita rasa lokal dan internasional. Kondisi tersebut membuka peluang bagi mahasiswa untuk mengembangkan produk kreatif yang memiliki nilai jual tinggi. Salah satu produk yang dapat dikembangkan adalah Meatball Mentai with Katsuobushi, yaitu olahan bakso yang dipadukan dengan saus mentai dan taburan katsuobushi sebagai inovasi produk kuliner yang mengikuti tren makanan modern. Pengembangan produk inovatif seperti ini sejalan dengan karakteristik kewirausahaan yang menekankan kemampuan menciptakan ide baru, membaca peluang pasar, dan menghasilkan produk yang sesuai dengan kebutuhan konsumen.

Pelaksanaan praktikum entrepreneurship dalam penelitian ini dilakukan di Kampung Jepang sebagai lokasi pembelajaran berbasis pengalaman (*experiential learning*). Kampung Jepang dipilih karena merupakan salah satu kawasan yang memiliki aktivitas

ekonomi dan kunjungan masyarakat yang cukup tinggi sehingga berpotensi menjadi media pembelajaran pemasaran produk secara langsung. Melalui kegiatan ini mahasiswa tidak hanya belajar menjual produk, tetapi juga mempelajari perilaku konsumen, strategi komunikasi pemasaran, pelayanan pelanggan, serta teknik promosi yang efektif. Pengalaman tersebut diharapkan mampu meningkatkan kompetensi kewirausahaan mahasiswa sekaligus memberikan pemahaman nyata mengenai proses pengembangan usaha dari tahap produksi hingga pemasaran.

Selain itu, kegiatan entrepreneurship juga memiliki kontribusi dalam membangun sikap mandiri, kerja keras, tanggung jawab, kreativitas, dan kemampuan beradaptasi terhadap perubahan lingkungan usaha. Karakteristik tersebut merupakan modal penting bagi mahasiswa untuk menghadapi tantangan dunia kerja maupun menciptakan lapangan pekerjaan secara mandiri di masa depan. Pembelajaran kewirausahaan yang terintegrasi dengan praktik lapangan diharapkan dapat menghasilkan lulusan yang tidak hanya memiliki kemampuan akademik, tetapi juga kompetensi kewirausahaan yang mampu memberikan dampak ekonomi dan sosial bagi masyarakat.

METODE

Kegiatan Praktikum Entrepreneurship Komunikasi dilaksanakan di Kampung Jepang dengan sasaran masyarakat setempat, khususnya kalangan remaja dan dewasa yang memiliki minat terhadap produk kuliner inovatif. Produk yang dipasarkan adalah Meatball Mentai with Katsuobushi, yaitu olahan pentol dengan saus mentai dan taburan katsuobushi yang dikembangkan sebagai makanan kekinian dengan cita rasa khas.

Metode pelaksanaan kegiatan menggunakan pendekatan kewirausahaan dan komunikasi pemasaran yang meliputi tahap perencanaan, produksi, pemasaran, serta evaluasi. Tahap pelaksanaan meliputi proses produksi dan pemasaran produk. Produksi dilakukan dengan menyiapkan bahan baku, mengolah produk, serta mengemasnya secara higienis dan menarik. Selanjutnya, pemasaran dilakukan melalui penjualan langsung kepada masyarakat serta promosi melalui media sosial untuk meningkatkan jangkauan informasi dan minat konsumen.

Evaluasi kegiatan dilakukan melalui observasi dan dokumentasi. Data yang diperoleh digunakan untuk mengetahui respons konsumen terhadap kualitas produk, kemasan, harga, serta minat pembelian ulang. Monitoring dan evaluasi dilakukan dengan meninjau hasil penjualan dan tingkat kepuasan konsumen sebagai dasar perbaikan strategi pemasaran dan pengembangan produk pada kegiatan selanjutnya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Implementasi praktikum entrepreneurship melalui penjualan produk Meatball Mentai with Katsuobushi di Kampung Jepang memberikan kontribusi nyata dalam menjembatani kesenjangan teoritis dalam dunia akademik. Melalui aktivitas praktis langsung ini, atmosfer akademik mengenai kewirausahaan dapat diwujudkan secara konkret melalui pengalaman lapangan, yang tidak sekadar mengandalkan kurikulum teoritis di

dalam ruang kelas. Proses ini merangsang mahasiswa untuk berpikir kritis-kreatif dan melatih kemampuan kerja sama tim saat mengelola operasional usaha kuliner Jepang ini. Dengan demikian, atmosfer praktikum ini berhasil membentuk landasan kompetensi awal yang kokoh bagi mahasiswa untuk menghadapi dinamika pasar yang nyata (Nofrans Eka Saputra dkk, 2019).

Hasil pelaksanaan praktikum entrepreneurship di Kampung Jepang menunjukkan bahwa pembentukan minat dan kompetensi kewirausahaan mahasiswa memerlukan proses pembelajaran yang sistematis, berkelanjutan, dan berbasis pengalaman. Minat berwirausaha tidak terbentuk secara spontan, melainkan berkembang melalui kombinasi pendidikan, pelatihan, dan praktik langsung yang mampu mendorong kemampuan mahasiswa dalam mengenali serta memanfaatkan peluang usaha. Keterlibatan mahasiswa dalam aktivitas bisnis di kawasan wisata kuliner memberikan pengalaman nyata yang memperkuat pemahaman kewirausahaan, menumbuhkan keberanian dalam pengambilan risiko, serta meningkatkan kemampuan mereka dalam mengembangkan usaha kuliner secara mandiri dan inovatif (Jurnal et al., 2017).

Lebih jauh lagi, pelaksanaan praktikum ini mengonfirmasi pentingnya pendidikan entrepreneurship dalam membentuk karakter mandiri mahasiswa agar mampu menggeser pola pikir dari pencari kerja (*job seeker*) menjadi pencipta lapangan kerja (*job creator*). Di tengah padatnya kawasan Kampung Jepang, mahasiswa diposisikan sebagai penggerak utama (*activator*) yang belajar mengelola sebuah bisnis kuliner dari tahap produksi hingga ke tangan konsumen. Pola pendidikan berbasis aksi nyata ini sangat mendesak untuk diaplikasikan demi menyiapkan sumber daya manusia handal yang memiliki daya tahan tinggi dan mampu menciptakan inovasi komersial secara berkesinambungan (Helisia Margahana, 2020).

Selama masa implementasi proyek di lapangan, pembentukan jiwa kewirausahaan praktikan terlihat meningkat seiring dengan tingginya tantangan yang dihadapi. Jiwa kewirausahaan tersebut dicirikan oleh munculnya kemandirian dalam menyalurkan ide-ide segar, rasa percaya diri yang tinggi, kedisiplinan operasional, serta cara berpikir yang kreatif dan inovatif dalam menyajikan menu Meatball Mentai with Katsuobushi. Praktikum lapangan ini secara bersamaan bertindak sebagai pemicu motivasi internal mahasiswa karena mereka dihadapkan langsung pada ekspektasi pendapatan nyata serta kemandirian pengelolaan keuangan usaha (Saputra et al., n.d.).



Gambar 1. Dokumentasi saat melakukan penjualan produk

Dalam pelaksanaan praktikum entrepreneurship, mahasiswa memperoleh pengalaman langsung terkait penerapan strategi pemasaran digital sebagai upaya meningkatkan daya saing produk. Pemasaran produk Meatball Mentai with Katsuobushi menunjukkan capaian yang cukup baik karena didukung oleh pemilihan produk yang sesuai dengan perkembangan tren kuliner yang diminati masyarakat. Penggunaan berbagai platform media sosial sebagai media promosi memberikan kemudahan dalam menjangkau konsumen secara lebih luas, sekaligus meningkatkan tingkat keterlibatan konsumen terhadap produk yang ditawarkan. Hasil tersebut menunjukkan bahwa strategi pemasaran yang adaptif terhadap perkembangan teknologi digital memiliki peran penting dalam meningkatkan efektivitas promosi, mendorong pertumbuhan penjualan, serta memaksimalkan potensi pendapatan selama periode praktikum (Nursyifa Sofian et al., 2024).

Pelaksanaan praktikum entrepreneurship menunjukkan bahwa proses transformasi mahasiswa menjadi pelaku usaha pemula membutuhkan pembelajaran yang sistematis dan pendampingan yang memadai. Pertukaran pengalaman, serta praktik bisnis secara langsung (*learning, sharing, and practice*) memberikan pengalaman nyata yang membantu mahasiswa menghadapi berbagai kendala pemasaran selama kegiatan berlangsung di Kampung Jepang. Pendekatan ini tidak hanya berkontribusi terhadap peningkatan antusiasme dan kepercayaan diri mahasiswa dalam menjalankan usaha, tetapi juga memperkuat kemampuan mereka dalam memahami dinamika pasar, mengambil keputusan bisnis, serta mengelola risiko yang berpotensi muncul dalam kegiatan usaha kuliner (Jurnal Pkm Manajemen Bisnis ; Wahyudi et al., 2021).

Implementasi praktikum entrepreneurship di Kampung Jepang sebagai sarana pembelajaran pemasaran produk Meatball Mentai with Katsuobushi menunjukkan hasil yang efektif. Proses edukasi yang mengombinasikan aspek *soft-skill* dan *hard-skill* ini memberikan modal penting bagi mahasiswa untuk memahami konsep bisnis secara komprehensif, sehingga mereka mampu mengidentifikasi serta memanfaatkan peluang pasar di sekitar kawasan Kampung Jepang untuk mengeksekusi strategi pemasaran produk kuliner inovatif tersebut secara optimal (Nainggolan & Harny, 2020).

KESIMPULAN

Implementasi praktikum entrepreneurship di Kampung Jepang melalui pemasaran produk Meatball Mentai with Katsuobushi telah berhasil menjadi sarana pembelajaran yang efektif dalam meningkatkan kompetensi kewirausahaan mahasiswa. Melalui tahapan perencanaan, produksi, pemasaran, dan evaluasi, mahasiswa memperoleh pengalaman langsung dalam mengelola usaha, memahami perilaku konsumen, serta menerapkan strategi pemasaran yang sesuai dengan kebutuhan pasar. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa pembelajaran berbasis praktik mampu meningkatkan kemampuan komunikasi pemasaran,

keaktivitas, kerja sama tim, pengambilan keputusan, serta kepercayaan diri mahasiswa dalam menjalankan usaha.

Selain itu, pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi terbukti mendukung efektivitas pemasaran dengan memperluas jangkauan konsumen dan meningkatkan daya tarik produk. Produk Meatball Mentai with Katsuobushi juga mendapatkan respons positif dari konsumen karena menawarkan inovasi kuliner yang menggabungkan cita rasa lokal dan internasional. Dengan demikian, praktikum entrepreneurship tidak hanya memberikan pengalaman bisnis yang nyata bagi mahasiswa, tetapi juga berkontribusi dalam membentuk karakter wirausaha yang mandiri, kreatif, inovatif, dan adaptif terhadap perkembangan dunia usaha.

UCAPAN TERIMA KASIH (Bila Perlu)

Penulis mengucapkan terima kasih kepada pihak yang telah memberi dukungan baik secara moril ataupun materil terhadap pengabdian ini, dan tentunya tingkat keberhasilan pelaksanaan praktikum ini tidak lepas dari berbagai pihak, oleh karena itu penulis mengucapkan banyak trimakasih kepada ibu Dia Puspitasari S.Sosio., M.Si., selaku dosen pengampu mata kuliah praktikum ini yang telah membimbing selama proses perencanaan hingga pengimplementasian. Kepada pihak pengelola kampung jepang sebagai tempat sekaligus mitra pelaksana kegiatan yang telah memberikan izin untuk melaksanakan kegiatan praktikum sekaligus tempat pemasaran produk, serta tim kelompok kegiatan yang telah menerapkan ide hingga proses produk yang siap dijual, bahkan juga memberikan kontribusi pendekorasi booth, terimakasih juga atas kerja sama yang luar biasa. Dan tentunya kepada mitra kelompok MICE Diversum atas kontribusi pengorganize acara dan akses kegiatan sehingga acara lebih hidup dengan perlombaan dan aksi cosplay yang diadakan.

DAFTAR PUSTAKA

- Arnesia Iskandar dan Arie Syah Safrianto, K., Arnesia Iskandar, K., Program Studi Manajemen UNKRIS Alamat, D. F., Unkris, K., & Jakarta Timur, J. (n.d.). *PENGARUH KETERAMPILAN WIRAUSAHA DAN PENGALAMAN USAHA TERHADAP KEBERHASILAN KEWIRAUSAHAAN Arief Syah Safrianto 2) 2*).
- Helisia Margahana. (2020). *URGENSI PENDIDIKAN ENTREPRENEURSHIP DALAM MEMBENTUK KARAKTER ENTREPRENEUR MAHASISWA*.
- Indarto; Djoko Santoso. (2020). *KARAKTERISTIK WIRAUSAHA, KARAKTERISTIK USAHA DAN LINGKUNGAN USAHA PENENTU KESUKSESAN USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH*.
- Jurnal, L., Dzulfikri, A., & Kusworo, B. (2017). *Sikap, Motivasi, Dan Minat Berwirausaha Mahasiswa Di Surabaya*. 5(2), 183–200. <https://doi.org/10.21070/jkmp.5i2.1310>

Jurnal Pkm Manajemen Bisnis ; Wahyudi, W., Sugiarti, E., Mukrodi, M., Salam, R., & Anwar, S. (2021). Membangun Minat Berwirausaha Melalui Kegiatan Learning, Sharing & Practice. In *Jurnal PKM Manajemen Bisnis* (Vol. 1, Number 1).

Nainggolan, R., & Harny, D. (2020). PENGARUH PENDIDIKAN ENTREPRENEURSHIP DAN LINGKUNGAN SOSIAL TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA (STUDI DI UNIVERSITAS CIPUTRA). *JURNAL EKONOMI PENDIDIKAN DAN KEWIRAUSAHAAN*, 8(2), 183. <https://doi.org/10.26740/jepk.v8n2.p183-198>

Nofrans Eka Saputra dkk. (2019). *Karakteristik enterpreneur mahasiswa Universitas Jambi*. Nursyifa Sofian, D., Ningrum, D., Diana Sari, P., Ali Winata, S., Maimunah, S., Mahardhika Surabaya, S., & Nursyifa Sofian STIE Mahardhika Surabaya, D. (2024). STRATEGI PEMASARAN PADA PRODUK DIMSUM MENTAI TERHADAP PENINGKATAN PENDAPATAN DENGAN MEMANFAATKAN MEDIA SOSIAL DI ERA DIGITAL. *Business,*

Management, Accounting and Social Sciences (JEBMASS), 2(2).
<http://putrajawa.co.id/ojs/index.php/jebmass>