

Pemberdayaan Ekonomi Kreatif Melalui Bazar Es Buah Haha pada Kegiatan Praktikum Entrepreneurship di Kampung Jepang Surabaya

Syahrial Fathur Rozi Darmawan^{*1}, Nazua Ilham Alifiansyah², Muhammad Iqbal Elang Saputra³, Achmad Raihan Habibie⁴, Frima Putri Timur⁵, Nanda Saraswati⁶, Verrel Daiva Ondine⁷, Milpa Abdullah Endik⁸, Kevin Tito Fitriansyach⁹, Beta Puspitaning Ayodya¹⁰

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

^{*}e-mail korespondensi: syahrialfathur@gmail.com¹

Abstrak

Kampung Jepang Surabaya merupakan destinasi wisata tematik berbasis masyarakat yang terus berkembang melalui berbagai kegiatan kolaboratif antara masyarakat dan institusi pendidikan. Salah satu bentuk kolaborasi tersebut diwujudkan melalui kegiatan bazar Entrepreneurship yang melibatkan mahasiswa Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya dalam rangkaian praktikum Entrepreneurship dan MICE. Kegiatan ini bertujuan meningkatkan kompetensi kewirausahaan mahasiswa sekaligus mendukung pengembangan ekonomi kreatif di kawasan wisata Kampung Jepang. Metode yang digunakan berupa praktik kewirausahaan secara langsung melalui pengelolaan stand bazar, mulai dari perencanaan produk, pemasaran, pelayanan konsumen, hingga evaluasi hasil penjualan. Kegiatan bazar diikuti oleh 35 stand usaha mahasiswa, dengan salah satu stand yang berpartisipasi adalah “Es Buah Haha”. Sasaran kegiatan meliputi pengunjung acara, masyarakat sekitar, serta pelaku usaha yang terlibat dalam kegiatan bazar. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa stand Es Buah Haha berhasil menjual 140 cup produk dengan omzet sebesar Rp980.000 dari modal awal Rp500.000 sehingga memperoleh keuntungan bersih sebesar Rp480.000. Selain menghasilkan manfaat ekonomi, kegiatan ini juga meningkatkan keterampilan mahasiswa dalam komunikasi pemasaran, pengelolaan usaha, dan kerja sama tim. Kegiatan bazar Entrepreneurship di Kampung Jepang Surabaya menunjukkan bahwa kolaborasi antara perguruan tinggi dan masyarakat dapat mendukung pemberdayaan ekonomi kreatif sekaligus memperkuat keberlanjutan wisata berbasis komunitas.

Kata kunci: *Entrepreneurship, student bazaar, creative economy, Japanese Village, community empowerment.*

Abstract

Japanese Village Surabaya is a community-based thematic tourism destination that continues to develop through collaborative activities involving local communities and educational institutions. One form of this collaboration was implemented through an Entrepreneurship Bazaar organized by students of Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya as part of the Entrepreneurship and MICE practicum program. This activity aimed to enhance students' entrepreneurial competencies while supporting the development of the creative economy within the Japanese Village tourism area. The method used was direct entrepreneurial practice through managing bazaar stands, including product planning, marketing, customer service, and sales evaluation. The bazaar involved 35 student business stands, one of which was “Es Buah Haha.” The target participants included event visitors, local residents, and student entrepreneurs participating in the bazaar. The results showed that the Es Buah Haha stand successfully sold 140 cups, generating a total revenue of IDR 980,000 from an initial capital of IDR 500,000 and producing a net profit of IDR 480,000. In addition to generating economic benefits, the activity improved students' skills in marketing communication, business management, customer service, and teamwork. The Entrepreneurship Bazaar at Japanese Village Surabaya demonstrates that collaboration between universities and local communities can support creative economic empowerment while strengthening the sustainability of community-based tourism development.

Keywords: *Entrepreneurship, student bazaar, creative economy, Japanese Village, community empowerment.*

PENDAHULUAN

Perguruan tinggi memiliki peran penting dalam pelaksanaan Tri Dharma Perguruan Tinggi, salah satunya melalui kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang bertujuan memberikan manfaat nyata bagi masyarakat sekaligus menjadi sarana pembelajaran bagi mahasiswa. Pengabdian kepada masyarakat tidak hanya dilakukan melalui penyuluhan atau pelatihan, tetapi juga dapat diwujudkan melalui kegiatan pemberdayaan ekonomi kreatif yang melibatkan partisipasi aktif mahasiswa dan masyarakat dalam menciptakan nilai ekonomi serta kebermanfaatan sosial.

Ekonomi kreatif merupakan salah satu sektor yang memiliki kontribusi penting dalam pembangunan ekonomi masyarakat. Selain mampu menciptakan peluang usaha dan lapangan pekerjaan, ekonomi kreatif juga berperan dalam meningkatkan daya saing daerah melalui pemanfaatan kreativitas, inovasi, dan potensi lokal. Khumair dan Yazid (2025) menjelaskan bahwa ekonomi kreatif menjadi salah satu pendorong pertumbuhan ekonomi yang inklusif dan berkontribusi terhadap pemberdayaan masyarakat lokal melalui pengembangan usaha berbasis kreativitas. Selain itu, pemberdayaan ekonomi kreatif yang dilakukan secara kolaboratif mampu mendukung pembangunan komunitas yang berkelanjutan (Hidajad et al., 2025).

Dalam konteks pengembangan pariwisata, keterlibatan masyarakat menjadi faktor penting dalam menciptakan destinasi yang berkelanjutan. Konsep Community-Based Tourism (CBT) menempatkan masyarakat sebagai pelaku utama dalam pengelolaan dan pengembangan kawasan wisata sehingga manfaat ekonomi, sosial, dan budaya dapat dirasakan secara langsung oleh masyarakat setempat. Keberhasilan pariwisata berbasis komunitas dipengaruhi oleh partisipasi masyarakat, kolaborasi multipihak, serta penguatan kapasitas sumber daya manusia yang terlibat dalam pengelolaan wisata.

Salah satu kawasan yang menerapkan konsep wisata berbasis komunitas adalah Kampung Jepang Surabaya yang berlokasi di kawasan Manukan, Surabaya Barat. Kampung Jepang dikembangkan oleh masyarakat dengan menghadirkan berbagai ornamen dan suasana khas Jepang, seperti lampion, bendera Jepang, mural budaya Jepang, serta berbagai kegiatan tematik yang menarik minat pengunjung. Keberadaan kampung tematik seperti ini tidak hanya berfungsi sebagai destinasi wisata, tetapi juga sebagai ruang pemberdayaan masyarakat melalui berbagai kegiatan ekonomi kreatif dan event berbasis komunitas. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa pengembangan kawasan wisata tematik yang didukung oleh kegiatan ekonomi kreatif mampu meningkatkan partisipasi masyarakat sekaligus memberikan dampak ekonomi bagi lingkungan sekitar.

Sebagai bentuk dukungan terhadap pengembangan wisata berbasis masyarakat tersebut, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya menjalin kolaborasi dengan Kampung Jepang melalui kegiatan praktikum Entrepreneurship dan MICE (Meeting, Incentive, Convention, and Exhibition). Pada kegiatan yang dilaksanakan tanggal 13 Juni 2026, mahasiswa diberi kesempatan untuk mengelola bazar kewirausahaan yang terdiri atas 35 stand usaha dengan berbagai produk makanan, minuman, dan merchandise kreatif. Kegiatan ini menjadi sarana pembelajaran yang memungkinkan mahasiswa menerapkan konsep kewirausahaan, komunikasi pemasaran, pelayanan konsumen, dan pengelolaan usaha secara langsung.

Salah satu stand yang berpartisipasi dalam kegiatan bazar tersebut adalah stand “Es Buah Haha”, yang menawarkan produk minuman segar kepada pengunjung acara. Melalui pengelolaan stand ini, mahasiswa memperoleh pengalaman nyata dalam merencanakan usaha, mengelola modal, melakukan promosi, serta berinteraksi dengan konsumen. Kegiatan tersebut juga menjadi bentuk kontribusi mahasiswa dalam mendukung aktivitas ekonomi kreatif yang berlangsung di Kampung Jepang Surabaya.

Berdasarkan uraian tersebut, kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan kompetensi kewirausahaan mahasiswa melalui praktik bisnis secara langsung, mendukung pengembangan ekonomi kreatif di Kampung Jepang Surabaya, serta memperkuat kolaborasi antara perguruan tinggi dan masyarakat dalam mewujudkan pemberdayaan berbasis komunitas yang berkelanjutan.

METODE

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan pada tanggal 13 Juni 2026 di Kampung Jepang Surabaya yang berlokasi di kawasan Manukan, Surabaya Barat. Kegiatan merupakan hasil kolaborasi antara Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya dengan masyarakat Kampung Jepang dalam rangka pelaksanaan praktikum Entrepreneurship dan MICE (Meeting, Incentive, Convention, and Exhibition). Sasaran kegiatan meliputi pengunjung acara, masyarakat sekitar Kampung Jepang, serta mahasiswa yang terlibat sebagai pelaku usaha dalam bazar kewirausahaan.

Pendekatan yang digunakan dalam kegiatan ini adalah praktik kewirausahaan partisipatif (entrepreneurship-based learning), yaitu mahasiswa diberikan kesempatan untuk merancang, mengelola, dan menjalankan usaha secara langsung dalam kegiatan bazar. Melalui pendekatan ini, mahasiswa tidak hanya memperoleh pemahaman teoritis mengenai kewirausahaan, tetapi juga pengalaman praktis dalam mengelola usaha, berinteraksi dengan konsumen, dan melakukan evaluasi bisnis. Kegiatan bazar diikuti oleh 35 stand usaha mahasiswa dengan berbagai produk makanan, minuman, dan merchandise kreatif. Salah satu stand yang berpartisipasi adalah stand “Es Buah Haha” yang menawarkan produk minuman segar kepada pengunjung acara. Strategi yang diterapkan meliputi perencanaan produk, pengelolaan modal usaha, penentuan harga jual, promosi langsung kepada pengunjung, serta pelayanan konsumen selama kegiatan berlangsung.

Pelaksanaan kegiatan dilakukan melalui beberapa tahapan yang disajikan pada Tabel 1 dibawah ini :

Tabel 1. Tahapan Pelaksanaan Kegiatan

Tahap	Kegiatan	Output
Perencanaan	Penentuan produk es buah haha, Modal usaha, dan pembagian tugas	Rencana usaha
Persiapan	Pengadaan bahan baku dan perlengkapan	Produk siap jual
Pelaksanaan	Penjualan produk pada bazar	Transaksi Penjualan
Monitoring	Pengamatan penjualan dan respon konsumen	Data Penjualan
Evaluasi	Perhitungan omset, keuntungan, serta refleksi pelaksanaan kegiatan	Laporan dan Hasil Penjualan

Sumber : Hasil Olahan Tim Pengabdi

Metode pengumpulan data dilakukan melalui observasi langsung selama kegiatan berlangsung, dokumentasi kegiatan, dan pencatatan hasil penjualan. Observasi digunakan

untuk melihat tingkat partisipasi pengunjung, efektivitas strategi pemasaran, serta interaksi antara mahasiswa dan konsumen. Dokumentasi dilakukan melalui foto dan catatan kegiatan sebagai bukti pelaksanaan program. Sementara itu, pencatatan penjualan digunakan untuk mengetahui capaian usaha yang dijalankan selama bazar berlangsung.



Gambar 1. Proses Penjualan saat Bazar di Kampung Jepang

Monitoring dan evaluasi dilakukan secara berkelanjutan selama kegiatan berlangsung hingga setelah kegiatan selesai. Monitoring dilakukan dengan mengamati perkembangan penjualan, jumlah pengunjung yang datang ke stand, serta respons konsumen terhadap produk yang ditawarkan. Evaluasi dilakukan melalui analisis hasil penjualan, tingkat keuntungan yang diperoleh, serta identifikasi faktor pendukung dan kendala selama pelaksanaan kegiatan. Hasil evaluasi digunakan sebagai bahan perbaikan dan pengembangan kegiatan kewirausahaan pada program serupa di masa mendatang serta sebagai bentuk kontribusi terhadap penguatan ekonomi kreatif berbasis komunitas di Kampung Jepang Surabaya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan bazar es buah berlangsung bersamaan dengan rangkaian acara praktikum MICE dan Entrepreneurship yang diselenggarakan di Kampung Jepang Surabaya. Kehadiran berbagai kegiatan hiburan, seperti lomba Mobile Legends dan cosplay bertema Jepang, berhasil menarik banyak pengunjung sehingga memberikan peluang pasar yang baik bagi pelaku bazar. Tingginya jumlah pengunjung yang hadir menjadi faktor pendukung keberhasilan penjualan produk selama kegiatan berlangsung.

Produk yang dijual berupa es buah dengan harga Rp7.000 per cup. Produk tersebut dipilih karena sesuai dengan kebutuhan pengunjung yang membutuhkan minuman segar selama mengikuti kegiatan di area terbuka. Selain itu, harga yang terjangkau membuat produk dapat dijangkau oleh berbagai kalangan, mulai dari anak-anak, remaja, hingga orang dewasa. Kombinasi antara kualitas produk, cita rasa yang menyegarkan, dan harga yang kompetitif menjadi faktor utama yang mendorong tingginya minat pembelian.

Konsep stan bertema putih memberikan nilai tambah dari sisi visual. Warna putih dipilih karena mencerminkan kebersihan, kesederhanaan, dan kenyamanan sehingga

mampu menarik perhatian pengunjung. Tema tersebut juga memiliki kesesuaian dengan nilai estetika yang identik dengan budaya Jepang, yaitu minimalis, rapi, dan bersih. Penataan stan yang menarik memberikan kesan profesional dan meningkatkan daya tarik produk di tengah banyaknya peserta bazar lainnya.

Tabel 2. Data Penjualan Bazar Es Buah

Keterangan	Jumlah
Modal Awal	Rp500.000
Harga Jual per Cup	Rp7.000
Jumlah Produk	140 Cup
Terjual Total	Rp980.000
Pendapatan (Omzet)	Rp480.000
Keuntungan	Rp0
Kotor Biaya	Rp480.000
Operasional	
Tambahan	
Keuntungan Bersih	

Sumber : Hasil Olahan Tim Pengabdi

Berdasarkan data pada Tabel 2, diperoleh omzet sebesar Rp980.000 dari hasil penjualan 140 cup es buah. Dengan modal awal sebesar Rp500.000, kelompok memperoleh keuntungan bersih sebesar Rp480.000. Hasil ini menunjukkan bahwa kegiatan bazar mampu memberikan hasil ekonomi yang cukup tinggi dalam waktu pelaksanaan yang relatif singkat.

Untuk mengetahui efektivitas usaha yang dilakukan, dapat dihitung persentase keuntungan terhadap modal sebagai berikut:

Hasil perhitungan menunjukkan bahwa keuntungan yang diperoleh mencapai 96% dari modal awal. Persentase tersebut mengindikasikan bahwa usaha yang dijalankan memiliki tingkat efektivitas dan efisiensi yang sangat baik. Keberhasilan ini dipengaruhi oleh pemilihan produk yang sesuai dengan kebutuhan pasar, lokasi penjualan yang strategis, serta tingginya jumlah pengunjung yang hadir selama kegiatan berlangsung.

Tabel 3. Analisis Kinerja Penjualan

Indikator	Hasil
Modal Awal	Rp500.000
Omzet Penjualan	Rp980.000
Laba Bersih	Rp480.000
Persentase	96%
Keuntungan Jumlah	140 Cup
Produk Terjual	Sangat Baik
Tingkat Keberhasilan Penjualan	Baik

Sumber : Hasil Olahan Tim Pengabdi

Selain memberikan keuntungan finansial, kegiatan ini juga memberikan manfaat nonfinansial bagi mahasiswa. Mahasiswa memperoleh pengalaman dalam menyusun strategi usaha, mengelola modal, menentukan harga jual, melakukan promosi, melayani konsumen, serta bekerja sama dalam tim. Pengalaman tersebut menjadi bentuk implementasi nyata dari pembelajaran kewirausahaan yang selama ini diperoleh di dalam

kelas. Melalui praktik langsung, mahasiswa dapat memahami berbagai tantangan dan peluang yang muncul dalam menjalankan usaha secara riil.

Dari sisi masyarakat, kegiatan bazar turut mendukung suasana acara dan menambah variasi produk yang tersedia bagi pengunjung. Kehadiran bazar juga memberikan nilai tambah terhadap daya tarik kegiatan yang diselenggarakan di Kampung Jepang Surabaya. Hal ini menunjukkan bahwa kolaborasi antara perguruan tinggi dan masyarakat dapat menciptakan kegiatan yang saling menguntungkan dan berkontribusi terhadap pengembangan ekonomi kreatif berbasis komunitas. Dengan demikian, kegiatan bazar tidak hanya berorientasi pada keuntungan ekonomi, tetapi juga menjadi sarana pembelajaran, pemberdayaan, dan penguatan hubungan antara dunia pendidikan dan masyarakat.

KESIMPULAN

Kegiatan bazar es buah bertema putih yang dilaksanakan dalam rangka praktikum Entrepreneurship dan MICE di Kampung Jepang Surabaya berhasil mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Melalui metode praktik kewirausahaan secara langsung, mahasiswa memperoleh pengalaman dalam merencanakan, mengelola, memasarkan, dan mengevaluasi usaha. Kegiatan ini juga memberikan kontribusi terhadap pengembangan ekonomi kreatif di lingkungan wisata berbasis komunitas dengan menyediakan produk yang sesuai dengan kebutuhan pengunjung. Hasil pelaksanaan menunjukkan bahwa bazar berjalan dengan baik, memperoleh keuntungan usaha, serta memberikan manfaat pembelajaran bagi mahasiswa dan nilai tambah bagi kegiatan yang diselenggarakan di Kampung Jepang Surabaya. Dengan demikian, kegiatan ini membuktikan bahwa kolaborasi antara perguruan tinggi dan masyarakat dapat menjadi sarana yang efektif dalam mendukung pemberdayaan ekonomi kreatif sekaligus meningkatkan kompetensi kewirausahaan mahasiswa.

Untuk mendukung keberlanjutan program, kegiatan bazar berbasis kewirausahaan perlu terus dikembangkan melalui inovasi produk, strategi promosi yang lebih kreatif, serta peningkatan kualitas pelayanan kepada konsumen. Bagi pengelola Kampung Jepang Surabaya, kolaborasi dengan perguruan tinggi dapat terus diperluas melalui berbagai kegiatan yang melibatkan masyarakat dan mahasiswa guna meningkatkan daya tarik wisata berbasis komunitas. Selain itu, kegiatan pengabdian serupa di masa mendatang diharapkan dapat melibatkan lebih banyak peserta, memperluas cakupan produk yang dipasarkan, serta mengembangkan metode pemasaran digital agar manfaat ekonomi yang dihasilkan dapat semakin optimal.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Kampung Jepang Surabaya yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas dalam pelaksanaan kegiatan ini. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, dosen pengampu mata kuliah Entrepreneurship dan MICE, panitia pelaksana kegiatan, serta seluruh pihak yang telah memberikan dukungan baik secara materi maupun nonmateri sehingga kegiatan bazar es buah dapat terlaksana dengan baik. Semoga kerja sama yang telah terjalin dapat terus berlanjut dan memberikan manfaat bagi semua pihak.

DAFTAR PUSTAKA

Amalia, R. T., & von Korfflesch, H. F. O. (2021). Entrepreneurship education in Indonesian higher education: Mapping literature from the country's perspective. *Entrepreneurship Education*, 4(3), 291–333. <https://doi.org/10.1007/s41959-021-00053-9>

Chen, L., Ifenthaler, D., & Yau, J. Y. K. (2021). Online and blended entrepreneurship education: A systematic review of applied educational technologies. *Entrepreneurship Education*, 4(2), 191–232. <https://doi.org/10.1007/s41959-021-00047-7>

Lidya, E., Yulasteriyani, Y., Yunindyawati, Y., & Yusnaini, Y. (2022). Strengthening community social capital to increase tourism in Burai Tourism Village, Ogan Ilir. *Community Empowerment*, 7(5), 840–846. <https://doi.org/10.31603/ce.6272>

Onjewu, A. K. E., Haddoud, M. Y., & Nowiński, W. (2021). The effect of entrepreneurship education on nascent entrepreneurship. *Industry and Higher Education*, 35(4), 389–399. <https://doi.org/10.1177/09504222211014038>

Othman, N. H., Othman, N., & Juhdi, N. H. (2020). Entrepreneurship education and business opportunity exploitation: Positive emotion as mediator. *Jurnal Cakrawala Pendidikan*, 39(2), 370–381. <https://doi.org/10.21831/cp.v39i2.30102>

Rahman, A. F., & Natalia, D. C. (2025). Community independence as empowerment in tourism village development: A study from Batu City, East Java. *Jurnal Pariwisata Pesona*, 10(1). <https://doi.org/10.26905/jpp.v10i1.15381>

Rusnarasyid, A. N., Sujarwo, S., & Hermawan, Y. (2026). Creative economy-based community empowerment in tourism villages: An integrated model from Indonesia. *Journal of Innovation and Research in Primary Education*, 5(1), 1042–1053. <https://doi.org/10.56916/jirpe.v5i1.2873>

Simmons, M. (2021). Lessons learned by educator and students through experiential entrepreneurship. *Industry and Higher Education*, 35(4), 454–459. <https://doi.org/10.1177/09504222211023419>

Sulaiman, A. I., Chusmeru, Adi, T. N., & Runtiko, A. G. (2022). Community empowerment as socio-economic education of tourism villages based on local wisdom. *Education Quarterly Reviews*, 5(3), 54–67. <https://doi.org/10.31014/aior.1993.05.03.524>

Winarni, D., Tubastuvi, N., & Dewandaru, R. O. (2022). Efforts to improve the economy of rural communities through the development of Banjarandap tourism management strategies. *Community Empowerment*, 7(4), 640–645. <https://doi.org/10.31603/ce.5957>