

Implementasi Kolaborasi MICE dalam Open Tenant Produk Inovasi Cibomb di Kampung Jepang

Ravelina Maylahfazha¹, Shellen Maulidia², Bianca Najwa Shonaya³, Maria N. N. Ta'a⁴,
Priyati Dyawi⁵, Lia Indyra Ramadhina⁶, Gabriela Monica Erwina⁷, Indzar Fadilah⁸,
Fransisca Benedicta Avira Citra Paramita⁹

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

*e-mail korespondensi: indzararaa@gmail.com¹

Abstrak

Kegiatan *Open Tenant* merupakan implementasi pembelajaran kolaboratif antara mata kuliah *Komunikasi Entrepreneur* dan *MICE* yang bertujuan mengembangkan kompetensi kewirausahaan mahasiswa melalui praktik langsung berwirausaha. Program ini dilaksanakan di Kampung Jepang Surabaya dengan menghadirkan produk inovasi *Cibomb*, yaitu camilan berbahan dasar cilok goreng dengan berbagai varian isian. Tujuan utama kegiatan adalah meningkatkan kemampuan mahasiswa dalam merancang produk, menerapkan strategi komunikasi pemasaran, serta mengelola kegiatan usaha dan event secara terpadu. Metode yang digunakan meliputi perencanaan produk, pendampingan, praktik penjualan langsung (*open tenant*), promosi kepada pengunjung, serta evaluasi hasil kegiatan. Sasaran kegiatan adalah mahasiswa sebagai pelaku usaha sekaligus masyarakat pengunjung sebagai konsumen. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan kemampuan mahasiswa dalam komunikasi pemasaran, kerja sama tim, pengelolaan event, dan pelayanan konsumen. Selain itu, masyarakat memperoleh alternatif produk kuliner inovatif yang menarik dan berkualitas. Kegiatan ini membuktikan bahwa kolaborasi antara pembelajaran kewirausahaan dan penyelenggaraan event mampu menciptakan pengalaman belajar yang aplikatif, meningkatkan keterampilan praktis mahasiswa, serta mendukung pemberdayaan ekonomi kreatif secara berkelanjutan.

Kata kunci: *Komunikasi Entrepreneur, MICE, Open Tenant, Inovasi Produk*

Abstrak

The *Open Tenant* activity is an implementation of collaborative learning between the *Entrepreneurial Communication* and *MICE* (Meetings, Incentives, Conferences, and Exhibitions) courses, aimed at developing students' entrepreneurial competencies through hands-on business practice. The program was conducted at Kampung Jepang Surabaya by introducing an innovative product called *Cibomb*, a fried cilok-based snack available in various filling options. The primary objective of this activity was to enhance students' abilities in product development, marketing communication strategies, and the integrated management of business operations and events. The methods employed included product planning, mentoring, direct selling through an open tenant, promotional activities targeting visitors, and evaluation of the overall outcomes. The target participants were university students as entrepreneurs and community visitors as consumers. The results demonstrated significant improvements in students' marketing communication skills, teamwork, event management, and customer service capabilities. Furthermore, the community gained access to an innovative and high-quality culinary product. This activity confirms that collaboration between entrepreneurship education and event management can provide practical learning experiences, strengthen students' professional competencies, and contribute to the sustainable development of the creative economy.

Keywords: *Entrepreneurial Communication, MICE, Open Tenant, Product Innovation*

PENDAHULUAN

Perkembangan ekonomi kreatif dan industri kuliner mendorong perguruan tinggi untuk menghasilkan lulusan yang tidak hanya memiliki kompetensi akademik, tetapi juga keterampilan kewirausahaan, komunikasi, dan kemampuan mengelola kegiatan bisnis secara nyata. Salah satu pendekatan yang dinilai efektif adalah pembelajaran berbasis proyek

(Project-Based Learning) yang memberikan pengalaman langsung kepada mahasiswa dalam mengembangkan produk, menyusun strategi pemasaran, serta berinteraksi dengan konsumen. Model pembelajaran ini terbukti mampu meningkatkan kreativitas, kemampuan komunikasi, kolaborasi, dan kompetensi kewirausahaan mahasiswa karena proses belajar berlangsung melalui penyelesaian permasalahan nyata di lapangan (Santoso et al., 2023).

Meskipun demikian, pembelajaran kewirausahaan di perguruan tinggi masih sering didominasi oleh penyampaian teori sehingga mahasiswa belum memperoleh pengalaman yang memadai dalam menghadapi dinamika pasar, memahami perilaku konsumen, maupun mengelola sebuah kegiatan bisnis secara langsung. Kesenjangan antara pembelajaran di kelas dengan praktik di lapangan menyebabkan mahasiswa belum optimal dalam mengembangkan kemampuan komunikasi pemasaran, inovasi produk, dan pengambilan keputusan bisnis. Penelitian menunjukkan bahwa implementasi Project-Based Learning dan Experiential Learning mampu menjembatani kesenjangan tersebut melalui pengalaman belajar autentik yang mendorong mahasiswa lebih adaptif, kreatif, dan kolaboratif.

Sebagai bentuk implementasi pembelajaran tersebut, Program Studi Ilmu Komunikasi menyelenggarakan kegiatan Open Tenant melalui kolaborasi mata kuliah Komunikasi Entrepreneur dan Meeting, Incentive, Convention, and Exhibition (MICE). Kegiatan dilaksanakan di Kampung Jepang Surabaya sebagai ruang interaksi antara mahasiswa dan masyarakat. Dalam kegiatan ini mahasiswa tidak hanya berperan sebagai penjual, tetapi juga bertanggung jawab merancang konsep usaha, melakukan inovasi produk, menyusun strategi komunikasi pemasaran, mengelola tenant, serta memberikan pelayanan kepada konsumen. Salah satu produk inovasi yang dikembangkan adalah Cibomb, yaitu camilan berbahan dasar cilok goreng dengan berbagai varian isian, seperti keju, ayam suwir, abon, dan coklat, yang dirancang untuk memberikan nilai tambah dibandingkan produk sejenis.

Kolaborasi antara mata kuliah Komunikasi Entrepreneur dan MICE menjadi penting karena mengintegrasikan kompetensi komunikasi pemasaran dengan kemampuan penyelenggaraan event dalam satu kegiatan pembelajaran yang aplikatif. Melalui kegiatan ini, mahasiswa memperoleh pengalaman nyata dalam mengelola bisnis sekaligus memahami bagaimana sebuah event dapat dimanfaatkan sebagai media promosi produk dan interaksi dengan konsumen. Pendekatan tersebut sejalan dengan konsep Project-Based Entrepreneurial Learning yang menekankan bahwa pengalaman langsung dalam merancang, memasarkan, dan mengevaluasi produk mampu meningkatkan kompetensi kewirausahaan secara lebih efektif dibandingkan pembelajaran konvensional.

Bagi masyarakat sebagai pengunjung, kegiatan Open Tenant memberikan manfaat berupa tersedianya alternatif produk kuliner inovatif sekaligus menciptakan interaksi yang mendukung pengembangan ekonomi kreatif lokal. Sementara itu, bagi mahasiswa, kegiatan ini menjadi sarana untuk mengembangkan kemampuan komunikasi interpersonal, negosiasi, pelayanan pelanggan, kerja sama tim, dan pengambilan keputusan berdasarkan kondisi pasar secara langsung.

Berdasarkan uraian tersebut, kegiatan pengabdian ini bertujuan mengimplementasikan kolaborasi mata kuliah Komunikasi Entrepreneur dan MICE melalui kegiatan Open Tenant di Kampung Jepang Surabaya sebagai media pembelajaran berbasis praktik. Kegiatan ini diharapkan dapat meningkatkan kompetensi kewirausahaan, komunikasi pemasaran, serta kemampuan manajemen event mahasiswa, sekaligus memberikan manfaat bagi masyarakat melalui penyediaan produk kuliner inovatif dan penguatan ekosistem ekonomi kreatif. Selain memberikan kontribusi praktis terhadap

pemberdayaan masyarakat, kegiatan ini juga diharapkan menjadi referensi dalam pengembangan model pembelajaran kolaboratif berbasis proyek di perguruan tinggi.

METODE

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan melalui kolaborasi mata kuliah Komunikasi Entrepreneur dan Meeting, Incentive, Convention, and Exhibition (MICE) dalam bentuk kegiatan Open Tenant yang diselenggarakan di Kampung Jepang Surabaya. Sasaran kegiatan meliputi mahasiswa sebagai pelaksana program sekaligus pelaku usaha, serta masyarakat dan pengunjung event sebagai konsumen yang berinteraksi langsung dengan produk inovasi mahasiswa.

Produk yang dikembangkan pada kegiatan ini adalah Cibomb, yaitu camilan berbahan dasar cilok goreng dengan berbagai varian isian sebagai hasil inovasi mahasiswa. Pendekatan yang digunakan mengacu pada konsep Project-Based Learning (PjBL) dan Experiential Learning (EL), yaitu pembelajaran berbasis proyek yang menekankan pengalaman langsung melalui perencanaan, pelaksanaan, hingga evaluasi kegiatan kewirausahaan. Pendekatan ini dipilih karena mampu meningkatkan kompetensi komunikasi, kreativitas, kolaborasi, kemampuan memecahkan masalah, serta keterampilan berwirausaha melalui praktik nyata di lapangan. Selain itu, integrasi kegiatan kewirausahaan dengan penyelenggaraan event memberikan pengalaman belajar yang lebih kontekstual dan aplikatif.

Pelaksanaan kegiatan dilakukan melalui empat tahapan. Tahap pertama adalah perencanaan, yang meliputi identifikasi kebutuhan kegiatan, penyusunan konsep Open Tenant, pembagian tugas, perancangan strategi komunikasi pemasaran, pengembangan identitas merek, inovasi produk Cibomb, serta persiapan kebutuhan operasional tenant. Pada tahap ini mahasiswa juga melakukan observasi sederhana terhadap karakteristik pengunjung Kampung Jepang Surabaya untuk menentukan strategi promosi dan penetapan harga produk.

Tahap kedua adalah pelaksanaan, yaitu penyelenggaraan Open Tenant di lokasi kegiatan. Mahasiswa menerapkan strategi komunikasi pemasaran secara langsung melalui promosi personal (personal selling), penyampaian informasi produk kepada konsumen, pelayanan pelanggan, serta pengelolaan transaksi penjualan. Di sisi lain, implementasi mata kuliah MICE diwujudkan melalui pengelolaan tenant, pengaturan alur pelayanan, koordinasi tim, serta penciptaan pengalaman pengunjung selama event berlangsung. Pendekatan ini sejalan dengan pembelajaran kewirausahaan berbasis pengalaman (experiential learning) yang menempatkan mahasiswa sebagai pelaku utama dalam proses belajar.

Tahap ketiga adalah evaluasi, yang bertujuan mengetahui efektivitas pelaksanaan kegiatan. Evaluasi dilakukan menggunakan beberapa teknik, yaitu observasi terhadap proses pelayanan dan interaksi dengan konsumen, dokumentasi kegiatan, diskusi reflektif antaranggota kelompok, serta pencatatan hasil penjualan dan tanggapan pengunjung terhadap produk Cibomb. Data yang diperoleh dianalisis secara deskriptif untuk mengidentifikasi kelebihan, kendala, dan peluang pengembangan produk maupun strategi pemasaran pada kegiatan berikutnya.

Tahap terakhir adalah monitoring dan tindak lanjut. Monitoring dilakukan oleh dosen pengampu selama proses persiapan hingga pelaksanaan kegiatan melalui pengamatan terhadap ketercapaian target pembelajaran, kemampuan komunikasi mahasiswa, kerja sama tim, dan efektivitas strategi pemasaran yang diterapkan. Hasil monitoring menjadi dasar

penyusunan rekomendasi perbaikan terhadap inovasi produk, strategi promosi, serta pengelolaan event pada kegiatan selanjutnya. Mekanisme ini diharapkan dapat menciptakan keberlanjutan program, meningkatkan kompetensi kewirausahaan mahasiswa, serta memberikan kontribusi terhadap pengembangan ekonomi kreatif melalui kolaborasi antara perguruan tinggi dan masyarakat. Pendekatan monitoring dan refleksi berkelanjutan juga sejalan dengan prinsip Project-Based Entrepreneurial Learning yang menekankan pentingnya evaluasi dalam penyempurnaan kompetensi kewirausahaan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan acara Open Tenant di Kampung Jepang Surabaya telah dilakukan sesuai dengan rencana yang dirancang melalui kerjasama antara mata kuliah Komunikasi Entrepreneur dan MICE. Produk yang disajikan, yaitu Cibomb (cilok bomb dengan beragam isi), berhasil menarik minat pengunjung berkat konsep yang inovatif dan berbeda dari cilok yang biasa ditemukan.

Dari hasil pengamatan selama acara berlangsung, terlihat bahwa mahasiswa menunjukkan kemajuan dalam beberapa bidang. Pertama, dalam hal komunikasi pemasaran, mahasiswa dapat menjelaskan keunggulan produk secara langsung kepada konsumen menggunakan teknik penjualan personal. Interaksi ini membantu mahasiswa dalam memahami cara yang persuasif dan efektif untuk menyampaikan informasi tentang produk.

Kedua, dalam aspek kerjasama tim, mahasiswa dapat menjalankan pembagian tugas dengan baik, mencakup produksi, pelayanan konsumen, promosi, dan pengelolaan transaksi. Koordinasi di antara anggota tim menunjukkan adanya peningkatan pada kemampuan kolaboratif yang menjadi salah satu indikator keberhasilan dalam pembelajaran berbasis proyek. Ketiga, di bidang pengelolaan acara (MICE), siswa mendapatkan latihan langsung dalam mengatur stand, mengelola alur pelayanan, dan menghadirkan pengalaman yang menyenangkan bagi pengunjung. Ini menunjukkan bahwa penggabungan pembelajaran kewirausahaan dengan manajemen acara menawarkan pengalaman belajar yang lebih praktis.

Di sisi lain, evaluasi menunjukkan produk Cibomb mendapatkan sambutan yang baik dari masyarakat. Sebagian besar pengunjung menilai bahwa produk itu memiliki rasa yang menarik, variasi isian yang berbeda, dan harga yang terjangkau. Tingginya permintaan menunjukkan bahwa inovasi produk yang diciptakan oleh mahasiswa memiliki prospek untuk dikembangkan lebih lanjut. Namun, selama pelaksanaan, ada beberapa tantangan, seperti keterbatasan waktu pelayanan ketika banyak pengunjung, promosi digital yang kurang efektif sebelum acara, dan kesulitan dalam menjaga kualitas produk secara konsisten. Tantangan ini menjadi bahan pertimbangan untuk perbaikan di kegiatan mendatang.

Secara keseluruhan, acara Open Tenant berhasil memenuhi tujuan pembelajaran, yakni meningkatkan kemampuan siswa dalam kewirausahaan, komunikasi pemasaran, pelayanan konsumen, dan manajemen acara. Kegiatan ini juga memberikan manfaat positif bagi masyarakat dengan menawarkan pilihan produk kuliner yang inovatif serta mendukung pertumbuhan ekonomi kreatif lokal. Hasil ini menegaskan bahwa pendekatan Project-Based Learning dan Experiential Learning efektif dalam meningkatkan kompetensi praktis mahasiswa melalui pengalaman langsung di lapangan.

1. Peningkatan Kemampuan Komunikasi Penjualan

Kegiatan Open Tenant memberi peluang kepada mahasiswa untuk menerapkan komunikasi penjualan secara langsung melalui hubungan dengan konsumen.

Mahasiswa mempelajari cara menjelaskan produk, meyakinkan pembeli, serta menjalin hubungan yang positif. Ini menunjukkan bahwa praktik langsung lebih berpengaruh dibandingkan pembelajaran teoritis dalam meningkatkan kemampuan komunikasi.

2. Penerapan Pembelajaran Berbasis Proyek (PjBL) dalam Kewirausahaan

Dalam kegiatan ini, mahasiswa menjalani keseluruhan proses bisnis dari mulai merencanakan produk, menetapkan harga, menyusun strategi promosi, hingga menilai hasil penjualan. Ini selaras dengan prinsip Pembelajaran Berbasis Proyek yang menekankan pentingnya pengalaman nyata dalam mengembangkan kompetensi kewirausahaan.

3. Kolaborasi Antara Mata Kuliah Komunikasi Entrepreneur dan MICE

Penggabungan kedua mata kuliah ini menunjukkan bahwa kewirausahaan tidak hanya memerlukan kemampuan untuk menjual produk, tetapi juga keterampilan dalam merancang acara sebagai alat promosi. Pengelolaan tenant, pelayanan, dan koordinasi tim menjadi manifestasi konkret dari konsep MICE.

4. Inovasi Produk sebagai Daya Tarik Konsumen

Cibomb merupakan contoh dari inovasi dalam bidang kuliner yang berhasil menarik perhatian konsumen dengan menghadirkan variasi isian yang berbeda dari cilok biasa. Inovasi ini menunjukkan bahwa kreativitas dalam menciptakan produk adalah salah satu kunci dalam persaingan bisnis.

5. Penguatan Soft Skills Mahasiswa

Tidak hanya fokus pada keterampilan teknis, kegiatan ini juga berpengaruh pada peningkatan soft skills mahasiswa seperti kerja tim, kepemimpinan, kemampuan untuk memecahkan masalah, serta mengambil keputusan secara cepat ketika dihadapkan dengan situasi di lapangan.

6. Respon Positif Masyarakat terhadap Produk

Reaksi pengunjung terhadap Cibomb menunjukkan bahwa kegiatan Open Tenant memberikan manfaat tidak hanya bagi mahasiswa sebagai sarana belajar, tetapi juga bagi masyarakat sebagai konsumen yang memperoleh pilihan produk kuliner yang inovatif.

7. Evaluasi dan Pengembangan Berkelanjutan

Hambatan seperti waktu pelayanan yang terbatas dan promosi digital yang kurang efektif menjadi perhatian penting untuk pengembangan kegiatan di masa depan. Evaluasi ini menekankan pentingnya pemantauan dan refleksi sebagai elemen dalam proses pembelajaran kewirausahaan.

KESIMPULAN

Kegiatan Open Tenant yang merupakan kolaborasi antara mata kuliah Komunikasi Entrepreneur dan MICE di Kampung Jepang Surabaya berhasil membuktikan efektivitas pendekatan Project-Based Learning (PjBL) dan Experiential Learning dalam pengembangan kompetensi kewirausahaan mahasiswa. Melalui kegiatan ini, mahasiswa tidak hanya belajar secara teori, tetapi juga terlibat langsung dalam seluruh proses bisnis, mulai dari perencanaan produk inovasi Cibomb, penyusunan strategi komunikasi pemasaran, pelaksanaan penjualan langsung, hingga evaluasi hasil kegiatan. Hasilnya, terjadi peningkatan nyata pada kemampuan komunikasi pemasaran, kerja sama tim, pengelolaan event, serta soft skills mahasiswa seperti kepemimpinan dan pengambilan keputusan di lapangan.

Di sisi lain, kegiatan ini juga memberikan manfaat bagi masyarakat dengan menghadirkan alternatif produk kuliner inovatif yang mendapat sambutan positif dari

pengunjung. Meski demikian, beberapa tantangan masih ditemukan, seperti keterbatasan waktu pelayanan saat pengunjung membludak, kurang efektifnya promosi digital sebelum acara, serta kesulitan menjaga konsistensi kualitas produk. Tantangan-tantangan tersebut menjadi bahan evaluasi penting untuk penyempurnaan kegiatan serupa di masa mendatang, sekaligus menegaskan bahwa kolaborasi antara pembelajaran kewirausahaan dan manajemen event dapat menjadi model pembelajaran berbasis proyek yang aplikatif dan berkelanjutan dalam mendukung pengembangan ekonomi kreatif.

DAFTAR PUSTAKA

- Ananda, R., & Fadhillah, N. (2022). Experiential learning dalam meningkatkan kompetensi kewirausahaan mahasiswa. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 10(1), 45–56.
- Hidayat, R., & Lestari, D. (2020). Komunikasi pemasaran dalam kegiatan penjualan langsung pada UMKM kuliner. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 18(3), 233–244.
- Nugroho, S., & Wulandari, T. (2021). Peran MICE dalam mendukung promosi produk dan pengembangan event. *Jurnal Pariwisata dan Event*, 9(2), 77–86.
- Santoso, A., Wijaya, R., & Prasetyo, D. (2023). Implementasi project-based learning dalam meningkatkan kompetensi kewirausahaan mahasiswa. *Jurnal Pendidikan Kewirausahaan*, 8(2), 112–124.
- . (2019). Project-based learning in higher education: Developing entrepreneurial competencies. *Journal of Entrepreneurship Education*, 22(4), 1–10.