

Kreativitas dan Inovasi Mahasiswa Mengembangkan Usaha Mori & Moon Melalui Kegiatan Bazar di Kampung Jepang

Zalifa Putri Herdiana¹, Rosinta Permadani², Nadiva Aulia Maharani³, Andira Reni Septiana⁴, Shelia Dhea Maharani⁵, Glorry Aletta Akemi Sumarsono⁶, Yasmine Abril Avrelly⁷, Dinar Khalishah Zahirah Permadi⁸, Flora Nabila Ramadhani⁹, Ni Kade Cantika Dwi Putri¹⁰, Destya Zabryna Damayanti Puteri¹¹, Awin Mulyati¹²

^{1,2,3,4,5,6,7,8,9,10,11,12} Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

*e-mail korespondensi: ZalifaputriH@gmail.com⁴

Abstrak

Kegiatan bazar merupakan salah satu sarana pembelajaran kewirausahaan yang memberikan kesempatan kepada mahasiswa untuk mengembangkan kreativitas dan inovasi dalam menjalankan usaha. Program ini dilaksanakan melalui kegiatan bazar di Kampung Jepang dengan mengangkat usaha Mori & Moon, yang menawarkan produk makanan dan minuman kepada pengunjung. Tujuan kegiatan ini adalah meningkatkan kemampuan mahasiswa dalam berwirausaha, mengembangkan kreativitas dalam pemasaran produk, serta melatih keterampilan berkomunikasi dan bekerja sama dalam tim. Metode yang digunakan meliputi perencanaan usaha, produksi, promosi, penjualan langsung, dan evaluasi hasil kegiatan. Sasaran kegiatan adalah pengunjung bazar serta mahasiswa yang terlibat dalam pengelolaan usaha. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa mahasiswa mampu menerapkan konsep kewirausahaan secara nyata, meningkatkan kemampuan pemasaran, memahami kebutuhan konsumen, serta mengembangkan strategi penjualan yang lebih inovatif. Selain itu, usaha Mori & Moon memperoleh respons positif dari pengunjung yang ditunjukkan melalui tingginya minat terhadap produk yang ditawarkan. Kegiatan ini memberikan pengalaman praktis yang berharga bagi mahasiswa serta berkontribusi dalam meningkatkan jiwa kewirausahaan, kreativitas, dan kemampuan beradaptasi dalam menghadapi tantangan bisnis sehingga mendukung pemberdayaan dan keberlanjutan usaha di masa mendatang.

Kata Kunci: Kewirausahaan, Bazar, Mori & Moon, Kampung Jepang.

Abstrak

A bazaar is a form of entrepreneurship education that provides students with the opportunity to develop creativity and innovation in running a business. This program was implemented through a bazaar held at Kampung Jepang, featuring the Mori & Moon business, which offered food and beverage products to visitors. The objectives of this activity were to enhance students' entrepreneurial skills, foster creativity in product marketing, and develop communication and teamwork skills. The methods used include business planning, production, promotion, direct sales, and evaluation of activity results. The target audience for the activity is bazaar visitors as well as students involved in managing the business. The results of the activity indicate that students were able to apply entrepreneurial concepts in practice, improve their marketing skills, understand consumer needs, and develop more innovative sales strategies. Additionally, the Mori & Moon business received positive feedback from visitors, as evidenced by the high level of interest in the products offered. This activity provided valuable practical experience for the students and contributed to fostering an entrepreneurial spirit, creativity, and adaptability in facing business challenges, thereby supporting the empowerment and sustainability of the business in the future.

Keywords: Entrepreneurship, Bazaar, Mori & Moon, Kampung Jepang.

PENDAHULUAN

Kegiatan bazar merupakan salah satu bentuk implementasi praktikum Mata Kuliah Kewirausahaan yang bertujuan memberikan pengalaman langsung kepada mahasiswa dalam mengelola dan mengembangkan suatu usaha. Melalui kegiatan ini, mahasiswa tidak hanya mempelajari konsep kewirausahaan secara teoritis di dalam kelas, tetapi juga menerapkannya secara nyata melalui proses perencanaan usaha, produksi, promosi, hingga penjualan produk kepada konsumen. Praktikum ini menjadi sarana bagi mahasiswa untuk mengembangkan kreativitas, inovasi, kemampuan komunikasi, serta keterampilan manajerial yang dibutuhkan dalam dunia usaha.

Sejalan dengan visi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (FISIP) Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya dalam mewujudkan masyarakat yang berkelanjutan, mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi dan Administrasi Niaga berpartisipasi dalam kegiatan **Diversum Synergasia 3.0**, sebuah program kolaboratif antara mahasiswa UNTAG Surabaya dan masyarakat Kampung JEBAL (Jepang Bali) yang bertujuan mendukung pengembangan pariwisata dan ekonomi kreatif. Melalui kegiatan tersebut, mahasiswa melaksanakan bazar kewirausahaan dengan menghadirkan usaha **Mori & Moon** di Kampung Jepang Surabaya yang berlokasi di Kampung JEBAL, Jl. Manukan Lor IV I No. 51, Banjar Sugihan, Kecamatan Tandes, Kota Surabaya, Jawa Timur (Disway, 2026; Singaparna, 2025). Kegiatan ini menjadi wadah bagi mahasiswa untuk menerapkan ilmu kewirausahaan secara langsung sekaligus berkontribusi dalam meningkatkan daya tarik wisata dan aktivitas ekonomi kreatif masyarakat setempat.

Kampung Jepang Surabaya dipilih sebagai lokasi kegiatan karena merupakan contoh keberhasilan pemberdayaan masyarakat berbasis kreativitas warga. Menurut (Az-Zahra, 2026), kawasan yang sebelumnya kurang produktif berhasil dikembangkan menjadi destinasi wisata tematik bernuansa Jepang melalui partisipasi aktif masyarakat. Transformasi tersebut menunjukkan bahwa kreativitas masyarakat mampu menciptakan nilai ekonomi sekaligus meningkatkan daya tarik kawasan wisata (Vebryna et al., 2025). Namun demikian, pengembangan potensi ekonomi masyarakat masih memerlukan dukungan promosi, pemasaran, dan kolaborasi dengan berbagai pihak agar manfaat ekonomi yang dihasilkan dapat berlangsung secara berkelanjutan.

Kondisi tersebut menunjukkan adanya kesenjangan antara kondisi ideal dan kondisi nyata. Secara ideal, kawasan wisata berbasis masyarakat dapat menjadi pusat aktivitas ekonomi yang mampu memberdayakan warga secara mandiri. Akan tetapi, masih diperlukan upaya untuk memperluas eksposur kawasan, meningkatkan partisipasi masyarakat, serta mengembangkan peluang usaha yang dapat meningkatkan kesejahteraan warga. Oleh karena itu, kegiatan bazar tidak hanya berfungsi sebagai media praktikum mahasiswa, tetapi juga sebagai sarana promosi kawasan dan penguatan ekonomi masyarakat.

Dari perspektif akademik, kegiatan ini sejalan dengan konsep *experiential learning* yang menekankan pembelajaran melalui pengalaman langsung (Ramadhan et al., 2025). Penelitian menunjukkan bahwa pendidikan kewirausahaan berbasis praktik mampu meningkatkan kreativitas, inovasi, kemampuan komunikasi, serta kompetensi bisnis mahasiswa (Harianti et al., 2020). Selain itu, kolaborasi antara perguruan tinggi dan masyarakat dapat mendorong pemberdayaan ekonomi lokal melalui transfer pengetahuan dan penguatan kapasitas masyarakat.

Berdasarkan uraian tersebut, kegiatan ini bertujuan untuk mengembangkan kreativitas dan inovasi mahasiswa dalam mengelola usaha Mori & Moon melalui kegiatan bazar di Kampung Jepang Surabaya sekaligus mendukung promosi kawasan wisata dan pemberdayaan masyarakat. Kegiatan ini diharapkan dapat meningkatkan kompetensi kewirausahaan mahasiswa, memperluas pengenalan Kampung Jepang kepada masyarakat,

serta memperkuat kolaborasi antara perguruan tinggi dan masyarakat dalam mewujudkan pembangunan yang berkelanjutan.

METODE

Kegiatan ini dilaksanakan melalui praktikum Mata Kuliah Kewirausahaan yang diselenggarakan dalam bentuk bazar di Kampung Jepang Surabaya. Kegiatan melibatkan mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi dan Administrasi Niaga sebagai pelaksana usaha melalui usaha Mori & Moon. Sasaran kegiatan ini adalah pengunjung Kampung Jepang Surabaya yang terdiri atas masyarakat umum, mahasiswa UNTAG Surabaya, serta pelaku usaha yang berada di sekitar lokasi kegiatan. Melalui kegiatan ini, mahasiswa diberikan kesempatan untuk menerapkan pengetahuan kewirausahaan secara langsung sekaligus berinteraksi dengan masyarakat dalam lingkungan bisnis yang nyata.

Metode pelaksanaan kegiatan dilakukan dengan pendekatan *experiential learning* atau pembelajaran berbasis pengalaman (Ramadhan et al., 2025). Pendekatan ini memungkinkan mahasiswa memperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai proses kewirausahaan melalui praktik langsung di lapangan. Kegiatan dilaksanakan melalui beberapa tahapan yang meliputi perencanaan usaha, persiapan produk, promosi, pelaksanaan bazar, serta evaluasi kegiatan.

Tahap pertama adalah perencanaan usaha. Pada tahap ini, mahasiswa melakukan diskusi kelompok untuk menentukan konsep bisnis yang akan dijalankan, memilih jenis produk yang akan dipasarkan, serta menyusun strategi pemasaran yang sesuai dengan karakteristik konsumen sasaran. Selain itu, dilakukan pembagian tugas kepada setiap anggota kelompok agar seluruh proses usaha dapat berjalan secara efektif dan terorganisasi. Mahasiswa juga melakukan perhitungan kebutuhan modal, estimasi biaya produksi, penentuan harga jual, serta target penjualan yang ingin dicapai selama kegiatan bazar berlangsung.

Tahap kedua adalah persiapan dan produksi produk. Pada tahap ini, mahasiswa mempersiapkan seluruh bahan baku, perlengkapan penjualan, kemasan produk, serta media promosi yang akan digunakan selama kegiatan berlangsung. Produk yang ditawarkan oleh Mori & Moon dipersiapkan dengan memperhatikan kualitas, kebersihan, dan daya tarik visual guna meningkatkan minat konsumen. Selain itu, mahasiswa juga menyiapkan identitas usaha berupa nama brand, desain promosi, dan konsep pelayanan yang dapat memberikan pengalaman positif bagi pelanggan.

Tahap ketiga adalah pelaksanaan promosi dan penjualan produk pada kegiatan bazar. Promosi dilakukan melalui media sosial dan komunikasi langsung kepada pengunjung yang hadir di Kampung Jepang Surabaya. Selama kegiatan bazar berlangsung, mahasiswa melakukan promosi secara langsung kepada pengunjung serta memanfaatkan media sosial untuk meningkatkan minat konsumen terhadap produk yang ditawarkan. Strategi ini sejalan dengan pemanfaatan digital marketing yang efektif dalam memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan interaksi dengan konsumen (Anas et al., 2025).

Tahap keempat adalah observasi dan pengumpulan data selama kegiatan berlangsung. Mahasiswa melakukan pengamatan terhadap respons konsumen, tingkat minat pembelian, pola perilaku konsumen, serta efektivitas strategi promosi yang diterapkan. Data diperoleh melalui observasi langsung, dokumentasi kegiatan, dan umpan balik yang diberikan oleh konsumen selama bazar berlangsung. Informasi tersebut digunakan untuk mengetahui tingkat penerimaan masyarakat terhadap produk yang ditawarkan serta mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian.

Tahap terakhir adalah evaluasi kegiatan. Evaluasi dilakukan melalui diskusi kelompok setelah bazar selesai dilaksanakan. Aspek yang dievaluasi meliputi pencapaian

target penjualan, efektivitas strategi pemasaran, kualitas pelayanan kepada konsumen, serta kendala yang dihadapi selama pelaksanaan kegiatan. Hasil evaluasi digunakan sebagai bahan refleksi untuk meningkatkan kemampuan kewirausahaan mahasiswa, memperbaiki strategi bisnis yang telah diterapkan, serta menjadi dasar pengembangan usaha yang lebih inovatif dan berkelanjutan pada kegiatan berikutnya (Sinaga et al., 2025). Dengan demikian, kegiatan bazar tidak hanya memberikan pengalaman praktis dalam berwirausaha, tetapi juga menjadi sarana pembelajaran yang mendukung pengembangan kreativitas, inovasi, dan jiwa kewirausahaan mahasiswa.

Monitoring dan evaluasi dilakukan untuk mengukur tingkat keberhasilan kegiatan bazar. Monitoring dilaksanakan selama kegiatan berlangsung dengan mengamati jumlah pengunjung, respons konsumen, serta perkembangan penjualan produk (Ilmiah & Pendidikan, 2025). Sementara itu, evaluasi dilakukan setelah kegiatan selesai melalui diskusi kelompok dan analisis hasil penjualan. Indikator keberhasilan kegiatan meliputi ketercapaian target penjualan, peningkatan keterampilan kewirausahaan mahasiswa, efektivitas strategi promosi, serta tingkat penerimaan konsumen terhadap produk Mori & Moon.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan bazar kewirausahaan melalui usaha Mori & Moon di Kampung Jepang Surabaya berhasil dilaksanakan sesuai dengan tahapan yang telah direncanakan, yaitu perencanaan usaha, persiapan produk, promosi, penjualan, observasi, dan evaluasi kegiatan. Pelaksanaan kegiatan ini memberikan pengalaman langsung kepada mahasiswa dalam mengelola usaha serta menerapkan konsep kewirausahaan yang telah dipelajari selama perkuliahan.



Gambar 1. Stand Mori & Moon



Gambar 2 & 3. Antusias Konsumen pada Mori & Moon

Dokumentasi kegiatan menunjukkan antusiasme pengunjung terhadap produk yang ditawarkan oleh Mori & Moon. Lokasi penjualan yang berada di kawasan Kampung Jepang Surabaya mendukung terciptanya suasana yang menarik dan sesuai dengan konsep produk yang diusung. Selain berfungsi sebagai sarana penjualan, stand bazar juga menjadi media promosi yang memperkenalkan kreativitas mahasiswa kepada masyarakat.

Produk yang ditawarkan terdiri atas makanan berupa *Japanese Fried Sando* dengan nama **Kurimu** dan minuman dengan nama **Ponyo** serta **Totoro**. Kurimu tersedia dalam tiga varian rasa, yaitu strawberry, cokelat, dan matcha. Sementara itu, Ponyo memiliki rasa strawberry dan Totoro memiliki rasa melon. Selama kegiatan bazar berlangsung, mahasiswa melakukan promosi secara langsung kepada pengunjung serta memanfaatkan media sosial untuk meningkatkan minat konsumen terhadap produk yang ditawarkan.

Hasil penjualan menunjukkan bahwa usaha Mori & Moon memperoleh respons yang cukup baik dari pengunjung Kampung Jepang Surabaya. Dari target penjualan sebanyak 50 pcs makanan dan 25 pcs minuman, berhasil terjual 45 pcs makanan dan 23 pcs minuman. Rincian penjualan dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Realisasi Penjualan Mori & Moon

Produk	Varian	Jumlah Terjual
Kurimu	Strawberry	28 pcs
Kurimu	Cokelat	12 pcs
Kurimu	Matcha	5 pcs
Ponyo	Strawberry	9 pcs
Totoro	Melon	14 pcs
Total Makanan		45 pcs
Total Minuman		23 pcs

Berdasarkan data tersebut, varian **Kurimu Strawberry** menjadi produk yang paling diminati konsumen dengan jumlah penjualan sebanyak 28 pcs atau sekitar 62,2% dari total penjualan makanan. Pada kategori minuman, **Totoro rasa melon** menjadi varian terlaris dengan penjualan sebanyak 14 pcs. Tingginya minat konsumen terhadap kedua produk tersebut menunjukkan bahwa pemilihan rasa yang sesuai dengan preferensi pasar menjadi salah satu faktor penting dalam menarik minat pembelian.

Jika dibandingkan dengan target yang telah ditetapkan, tingkat pencapaian penjualan makanan mencapai **90%**, sedangkan penjualan minuman mencapai **92%**. Secara keseluruhan, usaha Mori & Moon berhasil mencapai **90,67% dari total target penjualan** yang telah direncanakan. Hasil ini menunjukkan bahwa strategi pemasaran dan promosi yang diterapkan selama kegiatan bazar berjalan cukup efektif dalam menarik perhatian pengunjung.

Dari aspek pembelajaran, kegiatan ini memberikan peningkatan keterampilan kewirausahaan mahasiswa sesuai dengan tujuan kegiatan yang telah ditetapkan. Mahasiswa memperoleh pengalaman nyata dalam menyusun perencanaan usaha, menghitung kebutuhan produksi, menentukan harga jual, melakukan promosi, melayani konsumen, hingga mengevaluasi hasil penjualan. Selain itu, mahasiswa juga belajar memahami karakteristik konsumen melalui interaksi langsung selama kegiatan berlangsung.

Hasil tersebut sejalan dengan pendekatan *experiential learning* yang digunakan dalam kegiatan ini. Melalui pengalaman langsung di lapangan, mahasiswa memperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai proses kewirausahaan. Pengalaman ini membantu mahasiswa meningkatkan kemampuan komunikasi pemasaran, kerja sama tim, kreativitas dalam menawarkan produk, serta kemampuan beradaptasi terhadap kondisi pasar yang dinamis. Temuan ini juga mendukung hasil penelitian (Harianti et al., 2020) yang menyatakan bahwa pendidikan kewirausahaan berbasis praktik dapat meningkatkan kompetensi dan kesiapan mahasiswa dalam menghadapi dunia usaha.

Keberhasilan kegiatan didukung oleh beberapa faktor, antara lain kerja sama tim yang baik dalam pembagian tugas, konsep produk yang sesuai dengan tema Kampung Jepang Surabaya, serta antusiasme pengunjung terhadap produk yang ditawarkan. Faktor kerja sama tim dan kemampuan manajerial merupakan elemen penting dalam keberhasilan usaha mahasiswa sebagaimana dijelaskan oleh (Sibarani et al., 2025). Selain itu, penggunaan identitas merek Mori & Moon dan penamaan produk yang bernuansa Jepang memberikan daya tarik tersendiri bagi konsumen. Namun demikian, terdapat beberapa kendala yang dihadapi selama pelaksanaan kegiatan, seperti persaingan dengan stan lain dan keterbatasan waktu promosi kepada seluruh pengunjung yang hadir. Untuk mengatasi kendala tersebut, mahasiswa melakukan promosi secara aktif dan memberikan pelayanan yang ramah sehingga mampu meningkatkan minat beli konsumen.

Secara keseluruhan, kegiatan bazar Mori & Moon memberikan kontribusi positif terhadap pengembangan kompetensi kewirausahaan mahasiswa sekaligus mendukung promosi Kampung Jepang Surabaya sebagai destinasi wisata berbasis masyarakat. Kegiatan ini menunjukkan bahwa kolaborasi antara perguruan tinggi dan masyarakat dapat menciptakan manfaat bersama, baik dalam bentuk peningkatan pengalaman belajar mahasiswa maupun penguatan aktivitas ekonomi kreatif di lingkungan masyarakat. Dengan demikian, kegiatan serupa memiliki potensi untuk terus dikembangkan sebagai sarana pembelajaran kewirausahaan yang berkelanjutan serta mendukung pemberdayaan masyarakat di masa mendatang.

KESIMPULAN

Kegiatan bazar kewirausahaan melalui usaha Mori & Moon di Kampung Jepang Surabaya memberikan pengalaman yang berharga bagi mahasiswa dalam menerapkan ilmu kewirausahaan secara langsung. Melalui kegiatan ini, mahasiswa tidak hanya memahami teori yang diperoleh di perkuliahan, tetapi juga belajar menghadapi kondisi nyata dalam menjalankan usaha, mulai dari perencanaan, produksi, promosi, hingga penjualan produk.

Hasil kegiatan dapat menunjukkan bahwa produk yang ditawarkan mendapatkan respons yang baik dari pengunjung dan mampu mencapai sebagian besar target penjualan yang telah ditetapkan. Selain itu, mahasiswa memperoleh pengalaman dalam memahami kebutuhan konsumen, meningkatkan kemampuan komunikasi, bekerja sama dalam tim, serta menyusun strategi pemasaran yang efektif.

Kegiatan bazar ini juga memberikan manfaat bagi Kampung Jepang Surabaya sebagai sarana promosi kawasan wisata dan penguatan aktivitas ekonomi kreatif masyarakat. Oleh karena itu, kegiatan serupa perlu dikembangkan terus karena dapat menjadi media pembelajaran yang efektif untuk menumbuhkan jiwa kewirausahaan, kreativitas, dan inovasi mahasiswa sekaligus mendukung pemberdayaan masyarakat secara berkelanjutan.

Untuk kegiatan selanjutnya, diperlukan peningkatan strategi promosi digital melalui media sosial agar jangkauan konsumen menjadi lebih luas. Selain itu, pengembangan variasi produk dan inovasi kemasan juga perlu dilakukan guna meningkatkan daya tarik konsumen. Kolaborasi yang lebih intensif antara mahasiswa, masyarakat, dan pengelola Kampung Jepang Surabaya diharapkan dapat mendukung keberlanjutan kegiatan kewirausahaan serta memperkuat pemberdayaan ekonomi kreatif masyarakat.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (FISIP) Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya yang telah memberikan dukungan dan kesempatan kepada mahasiswa untuk melaksanakan praktikum Mata Kuliah Kewirausahaan melalui kegiatan bazar di Kampung Jepang Surabaya. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada pengelola Kampung Jepang Surabaya atas kerja sama dan fasilitas yang diberikan selama kegiatan berlangsung. Selain itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada dosen pengampu Mata Kuliah Kewirausahaan atas bimbingan dan arahan yang diberikan, serta kepada seluruh anggota tim Mori & Moon yang telah bekerja sama dalam perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi kegiatan. Apresiasi turut diberikan kepada seluruh pengunjung dan konsumen yang telah mendukung kegiatan ini sehingga dapat berjalan dengan baik dan memberikan pengalaman pembelajaran yang berharga bagi mahasiswa.

DAFTAR PUSTAKA

- Anas, N. R., Lediya, E., Febrian, A., Banuwa, L. F., Wulan, M. N., & Hudalil, A. (2025). *Peningkatan Aktivitas Pasar Tradisional Melalui Bazar UMKM dan Pemanfaatan Media Sosial sebagai Strategi Digitalisasi di Talang Padang*. 5(1), 480–491.
- Az-Zahra, F. M. (2026). *Kampung Jepang Surabaya, Wisata Tematik Berbasis Kemandirian Warga*. DetikJatim.
<https://www.detik.com/jatim/wisata/d-8305279/kampung-jepang-surabaya-wisata-tematik-berbasis-kemandirian-warga>
- Disway, H. (2026). *Diversum Synergasia 3.0: Sinergi Mahasiswa UNTAG dan Kampung JEBAL Gairahkan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif*. Harian Disway.

<https://harian.disway.id/read/952086/diversum-synergasia-30-sinergi-mahasiswa-untag-dan-kampung-jebal-gairahkan-pariwisata-dan-ekonomi-kreatif>

- Harianti, A., Malinda, M., Suwarno, H. L., Margaretha, Y., & Kambuno, D. (2020). *Peran Pendidikan Kewirausahaan dalam Meningkatkan Motivasi , Kompetensi dan Menumbuhkan Minat Mahasiswa*. 16(3), 214-220.
- Ilmiah, J., & Pendidikan, W. (2025). *No Title*. 11, 260-287.
- Ramadhan, D., Nurlaili, I., Primastuti, K. P., & Widyawati, R. (2025). *Mengembangkan Karakter Aktif dan Mandiri Dengan Metode Experiental Learning di SD IT Alam Nurul Islam*. 4(2), 1672-1685.
- Sibarani, Y. P., Medan, U. N., Baru, K., & Serdang, D. (2025). *Peran kepemimpinan dalam meningkatkan kerjasama kelompok mahasiswa*. 3(12).
- Sinaga, A. V., Sianipar, R., Novia, L., & Fauziah, F. (2025). *Identifikasi Peluang Bisnis : Strategi Membangun Usaha Mandiri*. 2, 110-119.
- Singaparna, K. (2025). *Liburan Ala Jepang dan Bali dalam Satu Tempat di Kampung JEBAL Surabaya, Wisata Hemat dan Mengasikan*. *Kabar Singaparna - Pikiran Rakyat Media Network*.
<https://kabarsingaparna.pikiran-rakyat.com/pariwisata/pr-3239016335/liburan-ala-jepang-dan-bali-dalam-satu-tempat-di-kampung-jebal-surabaya-wisata-hemat-dan-mengasikan>
- 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.