



DOI: <https://doi.org/10.38035/Jmsd.v3i1>
<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

Penerapan Mata Kuliah Kewirausahaan Melalui Kegiatan Bazar Guna Menumbuhkan Jiwa Berwirausaha Mahasiswa

Raihan Saputra¹, Jihan Luthfi Nabillah², Citra Nabilah³, Dianita M Sholikhah⁴,
Wustari L Mangundjaya⁵, Adinda Zahra⁶

¹Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, Jakarta, Indonesia, raihansaputra0502@gmail.com

²Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, Jakarta, Indonesia, jihanluthfinabillah@gmail.com

³Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, Jakarta, Indonesia, 202210515122@mhs.ubharajaya.ac.id

⁴Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, Jakarta, Indonesia, 202210515139@mhs.ubharajaya.ac.id

⁵Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, Jakarta, Indonesia, wustari.larasati@dsn.ubharajaya.ac.id

⁶Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, Jakarta, Indonesia, dindai@gmail.com

Corresponding Author: wustari.larasati@dsn.ubharajaya.ac.id⁵

Abstract: *Research has shown that entrepreneurship, small businesses, and startups affect the economy of the country. As a result, government developed many policies regarding this, including involving students and universities. In this regard, bazaar is one of an entrepreneurship activity which aims to apply entrepreneurship theories and concept that enable to foster an entrepreneurial spirit among students. The selected product for this bazaar is infused water and fruit salad, which at present align with the current healthy lifestyle trends. A participatory team approach was employed, involving all team members in planning, production, and evaluation phases. The result showed that all products were sold out, generating a net profit of almost 48% from a total capital of IDR 355,000. From this activities students gained valuable insights into business management, marketing strategies, teamwork, and decision-making. This activity proves that even small business ideas can make a significant impact when executed with proper planning and innovation, and university students have developed their skills in entrepreneurship by participating in bazaar.*

Keyword: *Entrepreneurship, Healthy Lifestyle, Creative Product*

Abstrak: Penelitian menunjukkan bahwa wirausaha, industri kecil dan *startup* memiliki dampak pada perekonomian suatu negara. Untuk itu berbagai program pemerintah perlu dilakukan untuk mengembangkan hal ini antara lain dengan melibatkan perguruan tinggi. Hal ini adalah vital, karena pengembangan wirausaha harus ditangani secara serius. *Bazar* adalah merupakan kegiatan wirausaha yang bertujuan untuk menerapkan teori dan konsep mengenai kewirausahaan secara praktek kepada mahasiswa serta menumbuhkan jiwa wirausaha sejak dini. Produk yang dipilih oleh tim pada kegiatan ini adalah berupa *infused water* dan salad buah karena sesuai dengan tren gaya hidup sehat masyarakat. Metode yang digunakan adalah pendekatan tim partisipatif, di mana seluruh anggota terlibat dalam setiap tahapan kegiatan, mulai dari perencanaan, produksi, hingga evaluasi. Hasil menunjukkan bahwa produk habis terjual dan menghasilkan keuntungan bersih sebesar hampir 48% dari total modal sebesar Rp.

355.000. Pada kegiatan ini mahasiswa memperoleh pembelajaran terkait manajemen usaha, pemasaran, kerja tim, dan pengambilan keputusan dalam dunia bisnis. Kegiatan ini menunjukkan bahwa ide usaha kecil pun dapat berdampak positif bila dijalankan dengan perencanaan dan inovasi yang matang.

Kata Kunci: Kewirausahaan, Gaya Hidup Sehat, Produk Kreatif

PENDAHULUAN

Penelitian menunjukkan bahwa wirausaha, usaha kecil dan mikro serta *startup* memberikan dampak yang besar terhadap kondisi perekonomian suatu negara. Dalam hal ini Kritik (2014) untuk meningkatkan intensi, pengetahuan, keterampilan dan kemampuan masyarakat untuk menjadi seorang wirausaha. (Rachmawan, Lizar & Mangundjaya, 2018). Selain itu, pemerintah Indonesia juga menyadari bahwa perguruan tinggi dan kampus memiliki peran penting dalam mengembangkan kewirausahaan. Untuk itu, pemerintah Indonesia juga membuat berbagai kebijakan untuk percepatan peran serta perguruan tinggi dengan cara pemberian hibah penelitian, serta penentuan mata kuliah yang perlu diajarkan di perguruan tinggi. Pelibatan perguruan tinggi adalah vital, karena pekerjaan sebagai wirausaha sudah harus ditangani secara serius, hal ini antara lain terlihat pada penelitian yang dilakukan pada mahasiswa mengenai intensi berwirausaha. (Rachmawan, Lizar & Mangundjaya, 2018; Mangundjaya, 2012).

Terkait dengan pengembangan *mindset* serta keterampilan dalam hal wirausaha di perguruan tinggi, salah satu mata kuliah wajib universitas yang perlu ditempuh oleh mahasiswa adalah kewirausahaan yang didalamnya termasuk praktek nyata mengenai berwirausaha yang dikemas dalam bentuk kegiatan *bazar*. Pada kegiatan *bazar* kali ini yang akan ditampilkan adalah produk yang berhubungan dengan gaya hidup sehat. Kesadaran akan pentingnya menjaga kesehatan, terutama melalui asupan makanan dan minuman, semakin meningkat seiring dengan maraknya kasus penyakit yang berkaitan dengan pola hidup tidak sehat seperti obesitas, diabetes, dan hipertensi (Fatmawati et al., 2021). Hal ini memunculkan tren konsumsi makanan dan minuman sehat yang alami, segar, dan bergizi tinggi. Salah satu bentuk inovasi dalam bidang kuliner sehat adalah *infused water* dan salad buah. Kedua produk ini menjadi solusi alternatif yang praktis dan menyegarkan untuk menunjang gaya hidup sehat (Haitami et al., 2017). Untuk itu yang akan menjadi topik bahasan selanjutnya adalah mengenai bagaimana produk *infused water* dan salad buah dapat menjadi alternatif dalam kegiatan berwirausaha tidak hanya di kampus tetapi juga di lingkungan lainnya.

Infused water merupakan air mineral yang diberi tambahan irisan buah-buahan, daun mint, atau rempah alami lain yang direndam dalam waktu tertentu sehingga menghasilkan minuman beraroma dan berasa ringan tanpa tambahan gula atau bahan kimia (Ritonga et al., 2022). Sementara itu, salad buah merupakan campuran potongan buah segar yang biasanya disajikan dengan tambahan *yoghurt*, keju parut, atau saus *dressing* alami yang kaya serat dan vitamin (Nazaruddin et al., 2021).

Kondisi ini memberikan peluang besar dalam dunia kewirausahaan, terutama bagi kalangan muda dan pelaku usaha pemula. Masyarakat, khususnya di daerah perkotaan, semakin mencari alternatif konsumsi yang sehat namun tetap praktis, terjangkau, dan menarik dari segi tampilan maupun rasa (Darpito & Muttaqin, 2025). *Infused water* dan salad buah memenuhi semua aspek tersebut. Selain mudah dibuat, bahan-bahan yang digunakan juga mudah diperoleh di pasar lokal dengan harga yang relatif terjangkau. Ini menjadikan kedua produk tersebut sangat cocok dijadikan sebagai ide usaha mikro atau rumahan yang dapat dijalankan dengan modal terbatas namun memiliki potensi keuntungan yang menjanjikan (Surati et al., 2019).

Usaha ini juga sejalan dengan prinsip ekonomi kreatif dan kewirausahaan sosial yang mengedepankan nilai inovasi dan kebermanfaatan. Dalam menjalankan usaha *infused water* dan salad buah, pelaku usaha tidak hanya berorientasi pada keuntungan finansial, tetapi juga turut berkontribusi dalam membentuk pola konsumsi masyarakat yang lebih sehat dan bertanggung jawab (Fahrika, 2025). Melalui produk yang ditawarkan, pelaku usaha dapat memberikan edukasi kepada konsumen tentang pentingnya mengurangi konsumsi minuman berpemanis buatan dan makanan cepat saji yang tinggi kalori namun rendah gizi. Dengan demikian, usaha ini tidak hanya memberikan nilai tambah secara ekonomi tetapi juga secara sosial dan lingkungan (Issalillah et al., 2021).

Lebih lanjut, menjalankan usaha *infused water* dan salad buah memberikan pengalaman langsung dalam mengelola bisnis mulai dari perencanaan, produksi, pemasaran, hingga penjualan (Ritonga et al., 2022). Dalam proses produksi, pelaku usaha belajar memilih bahan berkualitas, menjaga kebersihan, dan meracik komposisi agar produk memiliki rasa yang seimbang serta tampilan yang menarik. Dari sisi pemasaran, dibutuhkan kreativitas dalam mempromosikan produk, baik secara langsung maupun melalui media sosial yang kini menjadi sarana utama untuk menjangkau konsumen secara luas dan efisien (Kumalasari et al., 2017). Strategi penetapan harga juga menjadi aspek penting, di mana produk harus tetap terjangkau dan mampu menutup biaya produksi dan memberikan margin keuntungan yang layak (Saputra et al., 2023).

Secara umum modal awal yang diperlukan untuk usaha mikro relatif kecil tetapi cukup untuk menjalankan produksi awal dalam skala kecil (Adiristi & Hermawan, 2022). Misalnya, terlihat dalam hal memproduksi *infused water* dan salad buah. Tampak bahwa untuk memproduksi 10 botol *infused water* dan 25 porsi salad buah, pelaku usaha hanya memerlukan modal ratusan ribu rupiah yang dialokasikan untuk membeli buah-buahan segar seperti lemon, stroberi, semangka, dan melon, serta bahan tambahan seperti daun mint, selasih, dan jelly. Dengan harga jual yang kompetitif, yaitu Rp15.000 per botol untuk *infused water* dan Rp15.000 per porsi untuk salad buah. Dengan kondisi tersebut, usaha ini memiliki potensi menghasilkan pendapatan yang mampu menutupi modal awal dan bahkan memberikan keuntungan dalam waktu singkat (Cucu Sumartini & Fajriany Ardining Tias, 2019)

Dengan melihat berbagai aspek tersebut, dapat disimpulkan bahwa ide usaha *infused water* dan salad buah merupakan peluang kewirausahaan yang realistis dan potensial. Selain menjawab kebutuhan pasar akan produk sehat dan praktis, usaha ini juga memberikan ruang belajar dan pengembangan diri dalam bidang bisnis secara nyata. Oleh karena itu, pelaksanaan kegiatan kewirausahaan ini dapat dikatakan bukan hanya sekadar praktik jual-beli, tetapi juga sarana pembelajaran yang aplikatif mengenai manajemen usaha, strategi pemasaran, serta penguatan soft skill seperti kerja sama tim, tanggung jawab, dan komunikasi yang efektif. Dengan semangat inovatif dan kepedulian terhadap kesehatan masyarakat, usaha ini diharapkan dapat berkembang dan memberi dampak positif yang luas, serta dapat ikut mengembangkan jiwa dan keterampilan kewirausahaan di lingkungan mahasiswa dan kampus.

METODE

Metode penelitian yang digunakan dalam kegiatan kewirausahaan ini menggunakan pendekatan partisipatif, di mana seluruh anggota kelompok terlibat secara aktif dalam seluruh tahap kegiatan, mulai dari perencanaan, persiapan, pelaksanaan, hingga evaluasi. Pendekatan partisipatif dipilih agar setiap individu dalam kelompok memiliki tanggung jawab yang sama dan dapat mengembangkan kemampuan kewirausahaan secara langsung melalui pengalaman nyata (Nurdelila, Nirmala Haty Harahap et al., 2022).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan kewirausahaan ini dilaksanakan dengan tujuan untuk melatih kemampuan berwirausaha, memperkenalkan produk sehat kepada masyarakat, serta mengelola perencanaan bisnis dalam skala kecil. Produk yang dipilih dalam kegiatan ini adalah infused water dan salad buah, yang keduanya mengusung konsep makanan dan minuman sehat yang sedang tren di kalangan masyarakat, terutama mereka yang sadar akan pentingnya gaya hidup sehat. Seluruh proses produksi dilakukan secara mandiri, mulai dari perencanaan, pembelian bahan baku, proses produksi, pengemasan, hingga pemasaran.

Untuk produk *infused water*, bahan-bahan yang digunakan antara lain daun mint segar, irisan lemon, potongan stroberi, biji selasih, serta air mineral. Semua bahan dipilih dalam kondisi segar untuk menjaga kualitas rasa dan memberikan manfaat kesehatan maksimal, seperti membantu detoksifikasi tubuh dan menjaga kesegaran. Setiap botol infused water dikemas dalam botol plastik bening ukuran sedang yang menampilkan kombinasi warnanya yang menarik, sehingga mampu menarik perhatian calon pembeli. Sementara itu, untuk salad buah, bahan-bahan yang digunakan terdiri dari semangka, melon, stroberi, dan jelly yang dipotong kecil-kecil dan disusun dalam wadah plastik transparan. Untuk menambah cita rasa, salad buah ini diberi saus yogurt dan parutan keju sebagai topping, sehingga menghasilkan perpaduan rasa manis, segar, dan gurih yang sangat digemari.

Modal awal yang dikeluarkan dalam kegiatan ini sebesar Rp355.000, yang digunakan untuk membeli bahan baku seperti buah-buahan segar, daun mint, lemon, jelly, air mineral, botol plastik, wadah salad, dan bahan tambahan lain seperti yogurt dan keju. Selain itu, sebagian dari modal juga digunakan untuk keperluan operasional seperti pembelian es batu, kantong plastik, serta biaya transportasi selama belanja bahan. Semua pengeluaran dicatat dengan rapi agar mudah dilakukan evaluasi dan perhitungan keuntungan.

Dari hasil penjualan, *infused water* berhasil terjual habis sebanyak 10 botol, sehingga menghasilkan pendapatan sebesar Rp.150.000, sementara itu, salad buah juga berhasil terjual habis sebanyak 25 pcs, dengan total pendapatan sebesar Rp375.000. Hal ini menjadikan total omset keseluruhan yang diperoleh dari penjualan kedua produk ini adalah Rp.525.000. Jika dibandingkan dengan modal awal sebesar Rp.355.000, maka kegiatan kewirausahaan ini memperoleh keuntungan bersih sebesar Rp.170.000. (atau sekitar 48%). Keuntungan ini menunjukkan bahwa kegiatan wirausaha yang dijalankan cukup efektif dan menghasilkan profit yang lumayan dari skala usaha kecil.

Selama proses penjualan, respons dari konsumen cukup positif. Banyak konsumen memberikan komentar bahwa *infused water* terasa segar dan menarik karena memadukan rasa dari buah dan daun mint yang menyegarkan, serta tampilannya yang estetik. Begitu juga dengan salad buah, yang dinilai enak, segar, dan porsi yang sesuai dengan harga. Hal ini menunjukkan bahwa produk yang ditawarkan mampu memenuhi ekspektasi pasar sasaran. Pemasaran dilakukan secara langsung di lingkungan sekolah dan sekitar rumah, serta memanfaatkan media sosial dan grup *WhatsApp* untuk memperluas jangkauan promosi.

Dari kegiatan ini, dapat disimpulkan bahwa usaha kecil seperti penjualan *infused water* dan salad buah berpotensi menghasilkan keuntungan apabila dijalankan dengan perencanaan yang baik, pengelolaan modal yang cermat, dan strategi pemasaran yang tepat. Kegiatan ini juga mengajarkan pentingnya kreativitas dalam memilih produk yang diminati pasar dan bagaimana mengemasnya secara menarik. Selain itu, kemampuan bekerja sama dalam tim, manajemen waktu, dan pencatatan keuangan juga menjadi bagian penting yang diperoleh dari pengalaman ini.

Secara keseluruhan, kegiatan kewirausahaan ini memberikan pembelajaran berharga dalam menjalankan usaha mandiri, sekaligus meningkatkan kepercayaan diri dalam mengelola bisnis kecil. Dengan melihat hasil yang cukup menguntungkan, kegiatan ini sangat layak untuk dikembangkan di masa depan dengan menambah variasi produk atau meningkatkan kapasitas

produksi. Kegiatan wirausaha yang dilakukan di kampus perlu dikembangkan, hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Mangundjaya dan Wicaksana (2022), yang menunjukkan bahwa *edupreneur* perlu dikembangkan karena bermanfaat tidak hanya bagi mahasiswa tetapi juga bagi institusi.

KESIMPULAN

Kegiatan bazar kewirausahaan yang dilaksanakan oleh kelompok ini memberikan pengalaman berharga dalam mempraktikkan teori kewirausahaan secara nyata. Mahasiswa tidak hanya terlibat dalam merancang dan menjual produk, tetapi juga mendapatkan pemahaman langsung mengenai proses bisnis, mulai dari perencanaan usaha, produksi, pengemasan, strategi pemasaran, pelayanan pelanggan, hingga pengelolaan keuangan. Produk yang ditawarkan, yaitu infused water dan salad buah, dipilih berdasarkan tren gaya hidup sehat yang sedang berkembang, terutama di lingkungan akademik. Berdasarkan hasil evaluasi, infused water menjadi produk paling diminati dan habis terjual dalam waktu singkat, sedangkan salad buah juga terjual habis setelah strategi penjualan diubah dari sistem prasmanan menjadi kemasan siap saji.

Kegiatan ini menunjukkan pentingnya fleksibilitas dan kemampuan beradaptasi dalam dunia usaha. Keberhasilan kelompok dalam menyesuaikan strategi, mengelola waktu, membagi tugas, serta menjaga komunikasi tim menjadi faktor kunci dalam kelancaran pelaksanaan usaha. Dari segi finansial, kegiatan ini berhasil memperoleh keuntungan bersih yang relatif besar, yang mencerminkan efektivitas dan efisiensi pengelolaan keuangan. Lebih dari itu, mahasiswa belajar bahwa kewirausahaan bukan hanya sekadar menjual produk, melainkan juga menciptakan nilai, memberikan pengalaman positif bagi konsumen, dan membentuk sikap kerja yang tangguh, kreatif, dan bertanggung jawab. Secara keseluruhan, kegiatan ini membuktikan bahwa ide usaha kecil pun dapat memberikan dampak besar jika dijalankan dengan semangat, inovasi, dan perencanaan yang matang. Selain itu pula, kegiatan bazar yang dilakukan pada mata kuliah kewirausahaan membuktikan dapat menjadi ajang pembelajaran dan pengembangan *mindset* serta keterampilan berwirausaha bagi para mahasiswa.

REFERENSI

- Adiristi, S. P., & Hermawan, Y. (2022). Strategi Bertahan Usaha Kuliner Di Masa Pandemi Covid-19. *Jendela PLS*, 7(1), 1–7. <https://doi.org/10.37058/jpls.v7i1.4570>
- Cucu Sumartini, L., & Fajriany Ardining Tias, D. (2019). Analisis Kepuasan Konsumen Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Kedai Kopi Kala Senja. *Jurnal E-Bis (Ekonomi-Bisnis)*, 3(2), 111–118. <https://doi.org/10.37339/e-bis.v3i2.124>
- Darpito, D., & Muttaqin, Z. (2025). Faktor Psikologi dan Sosial dalam Membentuk Minat Beli Produk Taste Twist di Jatinangor Abstrak. 6(2), 1083–1095.
- Fatmawati, B. R., Suprayitna, M., & Istianah, I. (2021). Self Efficacy Dan Perilaku Sehat Dalam Modifikasi Gaya Hidup Penderita Hipertensi. *Jurnal Ilmiah STIKES Yarsi Mataram*, 11(1), 1–7. <https://doi.org/10.57267/jisym.v11i1.73>
- Haitami, H., Ulfa, A., & Muntaha, A. (2017). Kadar Vitamin C Jeruk Sunkist Peras dan Infused Water. *Medical Laboratory Technology Journal*, 3(1), 22. <https://doi.org/10.31964/mltj.v3i1.149>
- Issalillah, F., Khayru, R. K., Darmawan, D., & ... (2021). Analisis Perilaku Konsumen Rokok Mild Berdasarkan Persepsi dan Sikap. *Journal of Trends ...*, 2(2), 49–53. <https://journal.fkpt.org/index.php/jtear/article/view/235%0Ahttps://journal.fkpt.org/index.php/jtear/article/download/235/140>
- Kritikos., A.S (2014). Entrepreneurs and their impact on jobs and economic growth. *IZA World of Labor*, no. 8, pp. 1-10, 2014. Available at:<http://wol.iza.org/articles/entrepreneur>

- and-their-impact-on-jobs-and-economic-growth pdf (accessed 28May2015)
- Kumalasari, D., Mangundjaya, W., Hartana, G., dan Kunci, K. (2017). Hubungan antara Pembelajaran Observasional dengan Intensi Berwirausaha pada Mahasiswa Universitas Indonesia Correlation between Observational Learning and Entrepreneurial Intention among University of Indonesia ' s Students. *Jurnal Psikogenesis*, 5(1).
- Mangundjaya, W.L dan Wicaksana, S.A (2022). Edupreneur: Developing Boardgame As a product of University Entrepreneurial Activities, *IJEED (International Journal of Entrepreneurship and Business Development.)* Volume 05 Number 02 March 2022, 303-311. DOI <https://doi.org/10.29138/ijeed.v5i2.1758>
- Mangundjaya, W (2012). Challenges in developing young entrepreneurs (A study at unemployed youth in Jakarta)." *Conference proceedings of International Conference on Entrepreneurship Forum (IEF)*, Kuala Lumpur, Malaysia., 2012
- Nazaruddin, I., Mahmud, R., Umara, Y., Heni, N. I., dan Dewani, D. W. (2021). Pelatihan Pembuatan Salad Buah Keju Sebagai Program Usaha Ekonomi Masyarakat Menengah ke Bawah. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 1(6), 329–333. <https://doi.org/10.52436/1.jpmi.64>
- Nurdelila, Nirmala Haty Harahap, N. J., Indra Surya Permana, A. A. Y., Mariyah Ulfah, Tjandra, S. H., Rosdita Indah Yuniawati, Y. N., Siska Aprilia Hardiyanti, W. L. M., & Nurwatin, N. (2022). *Buku Ajar Kewirausahaan* (D. S. Manteende (ed.); 1st ed.). CV. Feniks Muda Sejahtera.
- R, A. R., Fahrika, A. I., Ekonomi, F., Agama, I., Negeri, I., dan Bone, I. (n.d.). *Analisis Perubahan Pola Konsumsi Masyarakat Muslim pada Bulan Ramadhan Menurut Perspektif Ekonomi Syariah*. 8(1), 472–485.
- Rachmawan, A.; Lizar, dan Mangundjaya (2018). "The role of parent's influence and self-efficacy on entrepreneurial intention. *Journal of Entrepreneurship, Management and Innovation (JEMI)*, vol. 14, issue I, pp. 91–108,
- Ritonga, A. H., Aritonang, B., Harefa, K., Sitorus, R. S., . H., & Meilani, D. (2022). Counseling on the Use of Infused Water for Body Health in Junior High Schools Amal Luhur Medan. *Jurnal Pengmas Kestra (Jpk)*, 2(2), 184–190. <https://doi.org/10.35451/jpk.v2i2.1448>
- Saputra, F., Khaira, N., & Saputra, R. (2023). Pengaruh User Interface dan Variasi Produk terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Literature). *Jurnal Komunikasi Dan Ilmu Sosial*, 1(1), 18–25. <https://doi.org/10.38035/jkis.v1i1.115>
- Surati, S., Widiyanto, S. D., Qomariyah, N., & Wikandari, R. J. (2019). Levels of Minerals, Vitamin and Power Received in Drink Infused Water With Diversification. *Jurnal Riset Kesehatan*, 8(2), 11. <https://doi.org/10.31983/jrk.v8i2.5367>