



PENGEMBANGAN KARAKTER SOSIAL DALAM KEWIRAUSAHAAN MELALUI PRAKTIK PENJUALAN MAKANAN DI LINGKUNGAN KAMPUS

**Safira Oktaviani¹, Syahrul Hidayat², Zoraya Audry Erawan³, Syarifuddin⁴, Tyas
Fernanda⁵**

Pendidikan Sejarah, FKIP, Universitas Sriwijaya

Email : safiraoktaviani221004@gmail.com

ABSTRAK Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penerapan pembelajaran kewirausahaan secara praktis melalui kegiatan penjualan makanan di kampus sebagai sarana pembentukan kompetensi kewirausahaan mahasiswa. Kegiatan praktik berjualan dilakukan dengan menjual produk es ximilu dan siomay sebagai bentuk penerapan langsung teori bisnis yang telah dipelajari di kelas. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan deskriptif, di mana data dikumpulkan melalui observasi terhadap kegiatan praktik berjualan serta penelaahan sumber pustaka relevan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kegiatan penjualan makanan di kampus memberikan pengalaman nyata bagi mahasiswa dalam mengelola usaha kecil, mulai dari perencanaan, produksi, pemasaran, hingga evaluasi. Mahasiswa memperoleh keterampilan teknis seperti pengelolaan keuangan, promosi, dan pelayanan konsumen, serta keterampilan nonteknis berupa komunikasi, kerja sama, tanggung jawab, dan kreativitas. Tantangan yang dihadapi, seperti keterbatasan pasar dan waktu, mendorong mahasiswa untuk berpikir adaptif dan inovatif dalam mencari solusi. Kegiatan praktik ini terbukti efektif meningkatkan minat, kepercayaan diri, dan kesiapan mahasiswa untuk berwirausaha.

Kata kunci : kewirausahaan, pembelajaran praktis, mahasiswa, penjualan

ABSTRACT This study aims to analyze the practical application of entrepreneurship learning through food sales activities on campus as a means of developing students' entrepreneurial competencies. Practical sales activities were carried out by selling ice ximilu and siomay products as a form of direct application of business theories learned in class. The research method used was qualitative with a descriptive approach, where data were collected through observations of practical sales activities and review of relevant literature sources. The results show that food sales activities on campus provide students with real-world experience in managing a small business, from planning, production, marketing, to evaluation. Students acquire technical skills such as financial management, promotion, and customer service, as well as non-technical skills such as communication, collaboration, responsibility, and creativity. Challenges faced, such as market and time constraints, encourage students to think adaptively and innovatively in finding solutions. This practical activity has been proven effective in increasing students' interest, confidence, and readiness for entrepreneurship.



Keywords: entrepreneurship, practical learning, students, sales

A. PENDAHULUAN

Kewirausahaan (entrepreneurship) merupakan salah satu keterampilan esensial yang wajib dimiliki oleh mahasiswa di tengah arus globalisasi dan pesatnya perkembangan ekonomi kreatif. Pergeseran paradigma ekonomi yang kini berfokus pada inovasi dan kreativitas menuntut mahasiswa untuk tidak hanya memahami teori kewirausahaan, tetapi juga memiliki kemampuan praktis dalam menciptakan, mengelola, serta mengembangkan peluang usaha secara mandiri. Namun demikian, realitas di perguruan tinggi menunjukkan bahwa proses pembelajaran kewirausahaan masih didominasi oleh pendekatan teoritis. Hal ini menyebabkan mahasiswa kurang mendapatkan pengalaman nyata yang dapat mempersiapkan mereka menghadapi tantangan dan dinamika dunia usaha yang sesungguhnya. Akibatnya, banyak lulusan yang memahami konsep kewirausahaan secara akademis, namun belum memiliki keberanian, kesiapan mental, maupun keterampilan praktis untuk terjun langsung ke dunia bisnis (Azahra,2025).

Dalam konteks ini, kegiatan usaha mahasiswa di lingkungan kampus maupun di sekitarnya menjadi semakin relevan, terutama sejalan dengan implementasi kebijakan Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM). Program-program yang termasuk di dalamnya, seperti pengembangan *startup* mahasiswa atau jalur kewirausahaan, memberikan kesempatan bagi mahasiswa untuk mengaktualisasikan ide dan kreativitas mereka dalam bentuk praktik usaha yang nyata, bukan hanya sekadar memahami teori. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian “Start-Up Potensial Melalui Experiential Learning” yang menunjukkan bahwa mahasiswa yang memperoleh kesempatan langsung untuk menjalankan usaha memiliki minat berwirausaha yang lebih tinggi, serta menunjukkan karakter kewirausahaan yang lebih adaptif, kreatif, dan inovatif (Nurliani *et al*,2022).

Selain itu, beberapa penelitian juga menyoroti kegiatan kewirausahaan sederhana yang dilakukan mahasiswa, seperti penjualan makanan dan minuman di lingkungan kampus. Misalnya, studi berjudul “Partisipasi Mahasiswa dalam Bazar Kampus: Praktik Produksi dan Penjualan ‘Jelly Fruit Ball’ sebagai Wujud Kegiatan Kewirausahaan” menjelaskan bahwa mahasiswa terlibat secara langsung dalam seluruh tahapan kegiatan usaha, mulai dari persiapan produk, proses penjualan, hingga evaluasi hasil kegiatan. Melalui pengalaman tersebut, mahasiswa tidak hanya memahami proses bisnis secara teoritis, tetapi juga memperoleh pengalaman nyata dalam mengelola usaha makanan sehat dan bertanggung jawab terhadap hasil kerja mereka sendiri (Hikma *et al*, 2025)

Lebih lanjut, aspek kepuasan konsumen juga menjadi bagian penting dalam pelaksanaan kegiatan kewirausahaan mahasiswa. Penelitian berjudul “Studi Kepuasan Konsumen pada Tempat Penyedia Makanan di Kampus Universitas Negeri Jakarta” menemukan bahwa persepsi civitas akademika, baik dosen, mahasiswa, maupun tenaga



kependidikan terhadap penyedia makanan di kampus dipengaruhi oleh beberapa faktor utama, yaitu kualitas produk, harga, kebersihan, serta pelayanan. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa tingkat kepuasan konsumen berperan penting dalam menentukan keberhasilan sebuah usaha di lingkungan kampus. Selain itu, kepuasan pelanggan juga memberikan umpan balik langsung bagi mahasiswa yang menjalankan kegiatan usaha, sehingga mereka dapat memperbaiki dan meningkatkan kualitas produk maupun layanan mereka ke depannya (Sari, 2019).

Dengan mempertimbangkan berbagai hasil penelitian tersebut, dapat disimpulkan bahwa kegiatan penjualan makanan di lingkungan kampus bukan hanya sekadar aktivitas tambahan atau bentuk usaha kecil semata, melainkan memiliki potensi besar sebagai sarana pembelajaran kewirausahaan yang menyeluruh. Melalui praktik ini, mahasiswa tidak hanya menerapkan teori yang telah dipelajari, tetapi juga mendapatkan pengalaman langsung dalam berinteraksi dengan konsumen, mengelola modal dan operasional, serta beradaptasi dengan berbagai regulasi dan dinamika dunia bisnis secara nyata.

B. TUJUAN PENELITIAN

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis penerapan pembelajaran kewirausahaan secara praktis melalui kegiatan penjualan makanan di kampus sebagai sarana pembentukan kompetensi kewirausahaan mahasiswa. Penelitian ini juga bertujuan untuk mengetahui sejauh mana kegiatan tersebut dapat meningkatkan keterampilan manajerial, kreativitas, serta kepercayaan diri mahasiswa dalam berwirausaha (Azahra, 2025; Nurliani et al., 2022). Selain itu, penelitian ini bermaksud mengevaluasi faktor pendukung dan hambatan yang dihadapi mahasiswa selama menjalankan usaha, serta menilai tingkat kepuasan konsumen terhadap produk yang ditawarkan sebagai indikator keberhasilan kegiatan kewirausahaan di lingkungan kampus.

C. METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam artikel berjudul “Pembelajaran Praktis Kewirausahaan Melalui Penjualan Makanan di Kampus” adalah metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Penelitian ini berfokus pada pengalaman langsung mahasiswa dalam menerapkan konsep kewirausahaan melalui kegiatan praktik penjualan makanan di lingkungan kampus. Pendekatan ini dipilih karena mampu menggambarkan secara mendalam proses pembelajaran, tantangan, serta hasil yang diperoleh dari aktivitas kewirausahaan tersebut. Data primer diperoleh melalui observasi langsung terhadap kegiatan praktik penjualan, mulai dari perencanaan produk, strategi pemasaran, interaksi dengan konsumen, hingga evaluasi hasil penjualan. Sementara itu, data sekunder diperoleh dari berbagai sumber



pustaka seperti artikel ilmiah, jurnal pendidikan kewirausahaan, serta literatur yang relevan untuk memperkuat analisis dan pembahasan penelitian.

D. HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN

1. Hasil Penelitian

Kegiatan praktik kewirausahaan melalui penjualan makanan di kampus menjadi sarana pembelajaran yang memberikan pengalaman nyata bagi mahasiswa dalam menerapkan teori bisnis yang telah dipelajari di kelas. Dalam kegiatan ini, kelompok kami memilih untuk menjual dua jenis produk, yaitu es ximilu dan siomay. Pemilihan kedua produk ini didasarkan pada pertimbangan bahwa keduanya memiliki daya tarik yang luas di kalangan mahasiswa karena harganya terjangkau dan sesuai dengan selera anak muda. Es ximilu menawarkan kesegaran yang cocok dikonsumsi di tengah cuaca panas Palembang, sedangkan siomay menjadi pilihan makanan ringan yang mengenyangkan. Kedua produk tersebut juga mudah diolah, memiliki bahan baku yang mudah diperoleh, dan tidak memerlukan peralatan produksi yang rumit sehingga dapat dikelola secara efisien oleh mahasiswa. (Azahra et al., 2025).

Selama kegiatan berlangsung, pelaksanaan penjualan dilakukan di area kampus Palembang dengan waktu yang disesuaikan dengan jadwal perkuliahan agar tidak mengganggu aktivitas akademik. Strategi sederhana kami dalam menarik minat konsumen antara lain dengan menggunakan kemasan menarik, menawarkan harga promo di hari pertama, serta memanfaatkan media sosial kampus untuk menginformasikan penjualan. Selain itu, kami juga menggunakan pendekatan interpersonal, seperti promosi langsung kepada teman sekelas dan dosen yang bersedia menjadi pembeli awal. Meskipun tidak menggunakan strategi pemasaran besar-besaran, upaya ini menjadi latihan awal bagi kami untuk memahami perilaku konsumen, cara mempresentasikan produk, serta pentingnya pelayanan yang ramah agar pelanggan merasa puas.

Melalui kegiatan jualan ini, mahasiswa mendapatkan banyak pengalaman berharga yang tidak dapat diperoleh hanya dari teori di kelas. Interaksi langsung dengan konsumen melatih kemampuan komunikasi dan pelayanan, terutama dalam menghadapi berbagai karakter pelanggan. Mahasiswa juga belajar bagaimana mengelola penjualan, mencatat keuangan harian, serta menjaga kualitas produk agar tetap menarik hingga akhir hari. Dari segi kerja sama, setiap anggota kelompok memiliki peran masing-masing, ada yang bertugas menyiapkan bahan, melayani pembeli, hingga mengatur promosi sehingga terbangun rasa tanggung jawab dan koordinasi tim yang baik. (Suranto, Sulistyanto, & Marimin, 2022).

Selain itu, kegiatan ini juga menumbuhkan sikap kreatif, mandiri, dan inovatif. Kreativitas muncul ketika kami mencoba variasi penyajian es ximilu dengan tambahan topping atau penyesuaian rasa agar lebih disukai. Kemandirian terlihat saat setiap anggota harus mengatur waktu antara kuliah dan berjualan tanpa mengabaikan tanggung jawab akademik. Sementara itu, inovasi menjadi bagian penting ketika kami harus menyesuaikan



strategi promosi agar penjualan tetap berjalan di tengah persaingan dan keterbatasan konsumen. Secara keseluruhan, kegiatan ini memberikan pembelajaran nyata tentang dinamika usaha kecil dan pentingnya sikap adaptif dalam menghadapi perubahan situasi di lapangan. (Hisyam et al., 2024).

Selama pelaksanaan kegiatan jualan di kampus, tantangan utama yang kami hadapi adalah minimnya jumlah pembeli. Hal ini terjadi karena kampus tempat kami berjualan berada di kawasan Palembang, sementara sebagian besar mahasiswa Universitas Sriwijaya berkuliah di kampus Indralaya yang memiliki jumlah mahasiswa jauh lebih banyak. Kondisi ini menyebabkan potensi pasar di lingkungan kampus Palembang relatif kecil sehingga penjualan tidak seramai yang kami harapkan. Selain itu, jadwal kuliah yang padat juga membuat banyak mahasiswa tidak memiliki waktu luang untuk membeli makanan di area kampus.

Untuk mengatasi kendala tersebut, kami berusaha melakukan beberapa langkah adaptif. Salah satunya dengan memperluas target konsumen, tidak hanya mahasiswa tetapi juga staf kampus dan pengunjung sekitar. Kami juga mencoba menjual melalui sistem pre-order dengan memanfaatkan grup WhatsApp kelas dan komunitas kampus, agar pembeli dapat memesan lebih dulu sebelum jam makan siang. Selain itu, kami memperhatikan umpan balik konsumen dan memperbaiki rasa serta tampilan produk agar lebih menarik. Pendekatan kolaboratif ini membantu kami belajar pentingnya inovasi, strategi pemasaran yang menyesuaikan kondisi lingkungan, serta ketekunan dalam menghadapi tantangan usaha.

Melalui proses tersebut, kami menyadari bahwa kegagalan atau hambatan bukan akhir dari proses belajar, melainkan bagian penting dari pembentukan mental wirausaha yang tangguh. Keberhasilan kecil seperti meningkatnya jumlah pesanan setelah melakukan promosi digital menjadi bukti bahwa kerja keras dan strategi yang tepat dapat menghasilkan perubahan positif. Kegiatan praktik ini akhirnya tidak hanya memberikan pengalaman berjualan, tetapi juga pemahaman mendalam tentang realitas dunia usaha, khususnya bagaimana menghadapi keterbatasan pasar dan menciptakan peluang dari kondisi yang ada.

2. Pembahasan Penelitian

Pembelajaran kewirausahaan merupakan salah satu bentuk pendidikan yang bertujuan untuk menumbuhkan jiwa, sikap, dan keterampilan berwirausaha pada peserta didik. Dalam konteks pendidikan tinggi, pembelajaran kewirausahaan menjadi bagian penting dari kurikulum karena diharapkan mampu menyiapkan mahasiswa agar tidak hanya berorientasi pada pencarian kerja setelah lulus, tetapi juga mampu menciptakan peluang usaha baru yang produktif. Konsep ini berakar pada kebutuhan dunia modern yang menuntut sumber daya manusia memiliki kemampuan adaptif, kreatif, dan inovatif dalam menghadapi tantangan ekonomi yang terus berubah. Pendidikan kewirausahaan tidak hanya mengajarkan teori-teori dasar mengenai bisnis, manajemen, dan pemasaran, melainkan juga melatih mahasiswa untuk berpikir strategis dan bertindak berdasarkan peluang yang ada di sekitarnya (Insana & Mayndarto, 2017).

JURNAL NAGUR
PENDIDIKAN SEJARAH
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS SIMALUNGUN



Dalam pendekatan pembelajaran tradisional, kewirausahaan sering kali diajarkan dalam bentuk teori di ruang kelas. Mahasiswa diajak memahami konsep seperti analisis SWOT, studi kelayakan usaha, strategi pemasaran, hingga pengelolaan keuangan. Pendekatan ini memang penting untuk memberikan dasar pengetahuan yang sistematis, namun sering kali tidak cukup untuk membentuk kemampuan praktis yang sesungguhnya dibutuhkan dalam dunia nyata. Hal ini karena kewirausahaan bukan hanya soal memahami konsep, tetapi juga tentang keberanian mengambil risiko, kemampuan beradaptasi terhadap situasi pasar, serta kecakapan berkomunikasi dan membangun relasi. Inilah yang kemudian melahirkan konsep pembelajaran kewirausahaan berbasis praktik, yaitu model pembelajaran yang mengintegrasikan teori dengan pengalaman langsung di lapangan melalui kegiatan berwirausaha nyata (Nurliani, Rosada, & Amri, 2022).

Pembelajaran kewirausahaan berbasis praktik merupakan suatu pendekatan yang menempatkan mahasiswa sebagai pelaku utama dalam proses pembelajaran. Mahasiswa tidak hanya mempelajari teori dari dosen, tetapi juga menerapkannya secara langsung dalam bentuk kegiatan nyata seperti membuka usaha kecil, mengikuti bazar kampus, menjual produk tertentu, atau mengelola proyek bisnis sederhana. Melalui aktivitas ini, mahasiswa mengalami langsung bagaimana menghadapi tantangan yang dihadapi seorang wirausahawan, mulai dari perencanaan produk, pengelolaan modal, promosi, hingga pelayanan terhadap konsumen. Proses belajar menjadi lebih bermakna karena mahasiswa belajar dari pengalaman riil, bukan sekadar dari simulasi atau studi kasus.

Konsep pembelajaran berbasis praktik menekankan prinsip *learning by doing*, yaitu belajar melalui pengalaman langsung. Prinsip ini berakar pada teori pendidikan konstruktivistik yang menyatakan bahwa pengetahuan tidak dapat ditransfer secara utuh dari guru ke siswa, melainkan harus dibangun sendiri oleh individu berdasarkan pengalaman yang dialaminya. Dalam konteks kewirausahaan, hal ini berarti bahwa mahasiswa hanya akan benar-benar memahami makna menjadi seorang pengusaha ketika mereka terlibat langsung dalam proses usaha itu sendiri (Suranto, Sulistyanto, & Marimin, 2022).

Selain itu, pembelajaran kewirausahaan berbasis praktik juga mendorong lahirnya inovasi dan kreativitas di kalangan mahasiswa. Ketika mahasiswa diberi kebebasan untuk memilih produk atau jasa yang akan dijual, mereka terdorong untuk berpikir kreatif dalam menciptakan ide yang menarik dan berbeda dari yang lain. Proses ini melatih kemampuan berpikir kritis, pemecahan masalah, serta kerja sama tim. Mahasiswa yang bekerja dalam kelompok belajar untuk berkolaborasi, membagi tugas, dan mengatur strategi agar usaha mereka dapat berjalan lancar. Hal ini juga membentuk karakter kepemimpinan dan tanggung jawab yang kuat karena setiap keputusan yang diambil akan berdampak langsung pada hasil usaha mereka (Hisyam, Maharani, Istiharoh, & Putri, 2024).

Salah satu bentuk nyata dari pembelajaran kewirausahaan berbasis praktik adalah kegiatan praktik jualan di lingkungan kampus. Kegiatan ini memberikan ruang bagi mahasiswa untuk menguji ide bisnis mereka secara langsung di pasar yang relatif aman dan terbatas, namun tetap mencerminkan kondisi nyata dunia usaha. Misalnya, mahasiswa yang



menjual produk makanan dan minuman seperti es ximilu atau siomay di lingkungan kampus akan belajar mengenai preferensi konsumen, waktu penjualan yang efektif, dan cara meningkatkan daya tarik produk (Sari, Fadiati, & Artanti, 2019).

Tujuan utama dari kegiatan praktik jualan bagi mahasiswa adalah memberikan pengalaman langsung dalam berwirausaha. Melalui kegiatan ini, mahasiswa tidak hanya mengembangkan keterampilan teknis seperti manajemen keuangan, produksi, dan pemasaran, tetapi juga mengasah keterampilan nonteknis seperti komunikasi, negosiasi, dan kerja sama. Kegiatan praktik jualan membantu mahasiswa memahami bagaimana mengelola usaha secara holistik mulai dari tahap perencanaan hingga evaluasi. Mereka belajar menyusun rencana bisnis sederhana, menentukan target pasar, menghitung harga pokok produksi, serta melakukan strategi promosi yang efektif.

Selain aspek keterampilan, kegiatan praktik jualan juga memiliki nilai edukatif dalam membentuk mental wirausaha yang tangguh. Mahasiswa dilatih untuk menghadapi kegagalan, tekanan, dan persaingan secara langsung. Tidak semua produk yang mereka jual akan laku keras, dan tidak semua strategi promosi berjalan sesuai harapan. Namun, dari pengalaman tersebut, mahasiswa belajar tentang pentingnya ketekunan, fleksibilitas, dan kemampuan mengambil pelajaran dari kesalahan (Lestari & Djamilah, 2020).

Manfaat lain dari pembelajaran kewirausahaan berbasis praktik adalah terbentuknya jejaring sosial dan peluang kolaborasi. Dalam kegiatan praktik jualan, mahasiswa akan berinteraksi dengan banyak pihak, baik sesama mahasiswa, dosen pembimbing, maupun pihak luar seperti pemasok bahan baku atau konsumen. Interaksi ini melatih kemampuan komunikasi interpersonal dan membuka kesempatan untuk membangun jaringan bisnis yang bermanfaat di masa depan (Utami et al., 2022).

Kegiatan praktik jualan di kampus juga memiliki dampak sosial yang signifikan. Melalui aktivitas ini, mahasiswa dapat menumbuhkan rasa empati terhadap kondisi ekonomi di sekitarnya. Misalnya, dalam proses penyediaan bahan baku, mereka bisa bekerja sama dengan pedagang kecil atau produsen lokal, sehingga ikut mendorong ekonomi mikro di lingkungan sekitar kampus. Selain itu, mahasiswa juga dapat mengembangkan usaha dengan memperhatikan aspek keberlanjutan, seperti mengurangi penggunaan plastik sekali pakai atau memilih bahan yang ramah lingkungan.

Hubungan antara teori kewirausahaan dan penerapan langsung di lapangan menjadi aspek penting dalam memahami efektivitas pembelajaran berbasis praktik. Teori memberikan dasar konseptual yang membantu mahasiswa memahami prinsip-prinsip bisnis seperti perencanaan strategis, analisis pasar, inovasi produk, dan manajemen risiko (Azahra et al., 2025). Namun teori tanpa praktik akan menjadi pengetahuan yang kering dan sulit diterapkan. Sebaliknya, praktik tanpa dasar teori bisa membuat mahasiswa bertindak tanpa arah dan kehilangan pemahaman terhadap konsep yang mendasarinya. Oleh sebab itu, keseimbangan antara teori dan praktik menjadi kunci keberhasilan dalam pembelajaran kewirausahaan.



Dalam praktik jualan, teori-teori kewirausahaan dapat diuji langsung dalam konteks nyata. Misalnya, teori mengenai perilaku konsumen dapat diterapkan ketika mahasiswa mencoba memahami mengapa suatu produk laris atau tidak diminati. Teori mengenai promosi dan strategi pemasaran juga dapat diuji ketika mahasiswa memilih media promosi yang paling efektif untuk menjangkau target pasar mereka. Sementara itu, teori mengenai manajemen keuangan membantu mahasiswa dalam menghitung modal, keuntungan, dan mengatur arus kas dengan benar. Hubungan ini menjadikan pembelajaran kewirausahaan tidak hanya bersifat konseptual, tetapi juga aplikatif (Yuliana, Hasmidyani, Susanti, & Budiman, 2023).

Selain membantu penerapan teori, kegiatan praktik juga berfungsi sebagai alat evaluasi pembelajaran. Dosen dapat menilai sejauh mana mahasiswa memahami teori melalui cara mereka menjalankan praktik kewirausahaan. Keberhasilan mahasiswa dalam menjalankan usaha bukan hanya diukur dari besarnya keuntungan yang diperoleh, tetapi juga dari kemampuan mereka dalam menerapkan prinsip-prinsip manajerial, etika bisnis, dan kreativitas dalam memecahkan masalah.

Kegiatan penjualan makanan di lingkungan kampus terbukti mampu meningkatkan kompetensi kewirausahaan mahasiswa secara signifikan. Melalui keterlibatan langsung dalam proses perencanaan, produksi, promosi, hingga pelayanan konsumen, mahasiswa memperoleh pengalaman nyata mengenai bagaimana suatu usaha dijalankan secara menyeluruh. Mereka belajar membuat keputusan berdasarkan pertimbangan pasar, mengelola risiko yang muncul, serta mengembangkan strategi bisnis yang sesuai dengan kondisi lapangan. Aktivitas ini memberikan pembelajaran yang lebih bermakna dibandingkan hanya memahami teori kewirausahaan di ruang kelas, karena mahasiswa dapat merasakan langsung dinamika pasar dan proses pengambilan keputusan yang dihadapi pelaku usaha. Hal ini sejalan dengan pendapat Azahra (2025) yang menyatakan bahwa pembelajaran berbasis praktik merupakan sarana efektif dalam meningkatkan kesiapan mahasiswa untuk terjun ke dunia usaha melalui pendekatan *learning by doing*.

Selain meningkatkan pemahaman terhadap proses bisnis, kegiatan penjualan makanan di kampus juga membantu mahasiswa mengembangkan kemampuan bekerja sama, berpikir kreatif, dan memecahkan masalah. Tantangan seperti keterbatasan modal, fluktuasi permintaan, dan manajemen waktu mendorong mahasiswa untuk beradaptasi, berinovasi, dan mencari solusi yang efektif. Pengalaman ini turut menumbuhkan sikap tanggung jawab, ketekunan, dan rasa percaya diri dalam menjalankan usaha. Dengan demikian, kegiatan penjualan makanan tidak hanya memperkuat aspek kognitif mahasiswa melalui penerapan teori kewirausahaan, tetapi juga membentuk karakter wirausaha yang mandiri, inovatif, serta siap menghadapi tantangan dunia bisnis di masa mendatang.

E. KESIMPULAN

Kegiatan praktik kewirausahaan melalui penjualan makanan di kampus memberikan pengalaman nyata bagi mahasiswa untuk menerapkan teori bisnis yang telah dipelajari di



kelas secara langsung dalam konteks kehidupan sehari-hari. Melalui kegiatan ini, mahasiswa tidak hanya belajar mengenai aspek teknis seperti manajemen keuangan, strategi promosi, dan pengelolaan produksi, tetapi juga mengembangkan keterampilan nonteknis seperti komunikasi, kerja sama tim, kepemimpinan, dan pelayanan terhadap konsumen. Pengalaman berjualan secara langsung melatih mahasiswa untuk menghadapi tantangan nyata dalam dunia usaha, seperti keterbatasan pasar, persaingan, dan perubahan kondisi lingkungan. Dari proses tersebut, mahasiswa belajar beradaptasi, berinovasi, serta membangun mental tangguh yang dibutuhkan untuk menjadi wirausahawan yang sukses. Kegiatan ini juga membuktikan bahwa pembelajaran berbasis praktik lebih efektif dalam membentuk kompetensi kewirausahaan dibandingkan pembelajaran teoritis semata, karena mahasiswa terlibat langsung dalam proses perencanaan hingga evaluasi usaha. Selain itu, kegiatan ini menumbuhkan nilai-nilai kemandirian, tanggung jawab, kreativitas, dan ketekunan, yang menjadi modal penting bagi mahasiswa dalam menghadapi dunia kerja maupun menciptakan peluang usaha sendiri di masa depan.

DAFTAR PUSTAKA

- Azahra, A. S., Sepha, D. P., Septiani, N., Nurwahyudin, R. M., Hidayah, S., & Mangundjaya, W. L. (2025). Mengembangkan Kompetensi Bisnis Mahasiswa Melalui Implementasi Langsung. *Jurnal Komunikasi dan Ilmu Sosial*, 3(2), 76–82.
- Hikma, L., Rahmadani, N., & Fadhilah, S. (2025). Partisipasi Mahasiswa dalam Bazar Kampus: Praktik Produksi dan Penjualan “Jelly Fruit Ball” sebagai Wujud Kegiatan Kewirausahaan. *Jurnal Inovasi Pendidikan Ekonomi*, 8(2), 101–112.
- Hidayati, A. T., Widyantoro, A. E., & Ramadhani, H. J. (2023). Perancangan Sistem Informasi Wirausaha Mahasiswa (Siwirma) Berbasis Web dengan Unified Modelling Language (UML). *Jurnal Penelitian Rumpun Ilmu Teknik*, 2(4), 86–107.
- Hisyam, C. J., Maharani, A. I., Istiharoh, I., & Putri, P. A. (2024). Analisis Peluang Wirausaha Mahasiswa di Tengah Perkembangan Ekonomi Era Digital. *Journal of Creative Student Research*, 2(3), 116–134.
- Indahsari, L., & Puspitowati, I. (2021). Pengaruh pendidikan kewirausahaan dan efikasi diri terhadap intensi wirausaha mahasiswa Universitas Tarumanagara. *Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan*, 3(1), 267–276.
- Insana, D. R. M., & Mayndarto, E. C. (2017). Pembangunan Karakter Wirausaha Mahasiswa Melalui Peningkatan Kualitas Pendidikan Kewirausahaan. *Jurnal Ekonomi*, 19(3), 348–356.
- Insana, D. R. M., Suseno, I., & Yolanda, Y. (2022). Minat Wirausaha Mahasiswa Berbasis Ekonomi Kreatif di Masa Pandemi Covid 19. *Sosio E-Kons*, 14(1), 45–53.

JURNAL NAGUR
PENDIDIKAN SEJARAH
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS SIMALUNGUN



- Lestari, N. A. A. U., & Djamilah, S. (2020). Solusi peningkatan minat wirausaha dan pengurangan hambatan minat wirausaha mahasiswa. *Pragmatis*, 1(1), 1–6.
- Mopangga, H. (2014). Faktor determinan minat wirausaha mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis universitas negeri gorontalo. *TRIKONOMIKA: Jurnal Ekonomi*, 13(1), 78–90.
- Nurliani, N., Rosada, I., & Amri, A. A. (2022). Start-Up Potensial Melalui Experiential Learning. *Jurnal Ilmiah Ecosystem*, 22(1), 33–40.
- Ramlan, P., & Nikmat, R. (2019). Pendekatan manajemen strategik dalam meningkatkan minat wirausaha mahasiswa melalui program kreativitas mahasiswa-kewirausahaan (PMK-K). *Moderat: Jurnal Ilmiah Ilmu Pemerintahan*, 5(3), 240–250.
- Sari, E. F., Fadiati, A., & Artanti, G. D. (2019). Studi Kepuasan Konsumen Pada Tempat Penyedia Makanan di Kampus Universitas Negeri Jakarta. *Jurnal Sains Boga*, 2(1), 12–17.
- Sari, I. P. (2018). Implementasi model addie dan kompetensi kewirausahaan dosen terhadap motivasi wirausaha mahasiswa. *Jurnal Ekonomi Pendidikan Dan Kewirausahaan*, 6(1), 83–94.
- Sunnatullah, M. P., Nawarcono, W., & Ekowati, D. (2022, September). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Wirausaha Mahasiswa. In *Prosiding Seminar Nasional Manajemen, Ekonomi dan Akuntansi* (Vol. 7, pp. 1245–1251).
- Supit, N. F. S., Lasut, J., & Kandowangko, N. (2022). Wirausaha Mahasiswa Universitas Sam Ratulangi Manado Pada Masa Pandemi Covid 19. *Jurnal Ilmiah Society*, 2(3).
- Suranto, S., Sulistyanto, A., & Marimin, A. (2022). Program magang wirausaha merdeka meningkatkan mental berdaya wirausaha mahasiswa. *Budimas: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(2), 530–535.
- Utami, D. P., Hasanah, U., Windani, I., Wicaksono, I. A., Widiyantono, D., & Zulfanita, Z. (2022). Penguatan Minat Wirausaha Mahasiswa Melalui Pendampingan Penyusunan Proposal Program Kreativitas Mahasiswa-Kewirausahaan Pada Mahasiswa Program Studi Agribisnis Universitas Muhammadiyah Purworejo. *SELAPARANG: Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan*, 6(2), 936–942.
- Wirausaha, M. J. (2023). Program Peningkatan Kecakapan Hidup Berbasis Vocational Skill Untuk Membangun Jiwa Wirausaha Mahasiswa Semester Akhir Mahasiswa Universitas Mathla'ul Anwar Banten.
- Yuliana, F. H., Hasmidyani, D., Susanti, E., & Budiman, M. A. (2023). Menumbuhkan semangat wirausaha mahasiswa melalui webinar kewirausahaan berkelanjutan. *Warta LPM*, 22–30.