



MENGGALI POTENSI KREATIVITAS KEWIRAUSAHAAN MAHASISWA MELALUI BAZAR INOVASI

Rezky Tania

rezkytania11@gmail.com

Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Lampung

Susan Febriyanti

[susannnn344@gmail.com](mailto:susanannn344@gmail.com)

Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Lampung

Rozalia

ozaa1802@gmail.com

Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Lampung

Karyadi Hidayat

karyadihidayat@fkip.unila.ac.id

Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Lampung

Alamat: Jalan Prof. Dr Jl. Prof. Dr. Ir. Sumantri Brojonegoro No.1, Kota Bandar Lampung,
Lampung 35141

Korespondensi penulis: rezkytania11@gmail.com

Abstract. *The innovation bazaar is an effective contextual learning strategy for fostering students' creativity, innovation, and entrepreneurial spirit. Through this activity, students not only learn entrepreneurial theory but also gain hands-on experience in managing business ideas, marketing products, and interacting with the campus community. This initiative aims to explore students' creative and innovative potential through the innovation bazaar. The implementation method involves students in the planning, implementation, and evaluation of the innovation bazaar. Results indicate that the innovation bazaar enhances students' creative thinking skills, communication skills, teamwork skills, and self-confidence in developing innovative business ideas. Furthermore, this activity fosters a sense of responsibility and independence within the context of project-based learning. Therefore, the innovation bazaar can serve as an effective learning medium for integrating entrepreneurial values into students.*

Keywords: *creativity, innovation bazaar, students, entrepreneurship.*

Abstrak. Kegiatan bazar inovasi merupakan strategi pembelajaran kontekstual yang efektif untuk menumbuhkan kreativitas, inovasi, dan jiwa kewirausahaan mahasiswa. Melalui kegiatan ini, mahasiswa tidak hanya belajar teori kewirausahaan, tetapi juga memperoleh pengalaman langsung dalam mengelola ide usaha, memasarkan produk, dan berinteraksi dengan masyarakat kampus. Pelaksanaan ini bertujuan untuk menggali potensi kreativitas dan inovasi mahasiswa melalui pelaksanaan bazar inovasi. Metode pelaksanaan melibatkan mahasiswa dalam proses perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi kegiatan bazar inovasi. Hasil pelaksanaan menunjukkan bahwa kegiatan bazar inovasi mampu meningkatkan kemampuan berpikir kreatif, keterampilan komunikasi, kerja sama tim, serta rasa percaya diri mahasiswa dalam mengembangkan ide bisnis yang inovatif. Selain itu, kegiatan ini juga menumbuhkan sikap tanggung jawab dan kemandirian dalam konteks pembelajaran berbasis proyek. Dengan demikian, bazar inovasi dapat dijadikan sebagai media pembelajaran yang efektif untuk mengintegrasikan nilai-nilai kewirausahaan pada mahasiswa.

Kata kunci: kreativitas, bazar inovasi, mahasiswa, kewirausahaan.

PENDAHULUAN

Pendidikan tinggi memiliki peran strategis dalam membentuk sumber daya manusia yang kreatif, inovatif, dan berdaya saing di era globalisasi. Pada konteks tersebut, pengembangan jiwa kewirausahaan menjadi aspek penting yang tidak hanya berkaitan dengan kemampuan ekonomi,

tetapi juga karakter, kemandirian, dan tanggung jawab sosial mahasiswa. Perguruan tinggi perlu menyediakan ruang pembelajaran yang tidak hanya berorientasi pada teori, tetapi juga memberikan pengalaman nyata kepada mahasiswa dalam mengelola dan mengembangkan potensi diri (Ernawati et al., 2023; Rafico et al., 2025).

Kegiatan bazar inovasi merupakan bentuk implementasi pembelajaran berbasis proyek (project-based learning) yang memungkinkan mahasiswa untuk menerapkan ilmu kewirausahaan secara langsung. Melalui kegiatan ini, mahasiswa dilatih untuk menciptakan produk, menyusun strategi pemasaran, serta memahami dinamika pasar dalam skala kecil (Juwita et al., 2024). Bazar juga menjadi wadah untuk melatih keterampilan manajerial, komunikasi, dan kolaborasi yang menjadi dasar penguatan karakter kewirausahaan (Sri Wahyuni & Jayatri, 2022).

Kegiatan bazar inovasi memiliki relevansi yang kuat dalam menggali potensi kreativitas kewirausahaan mahasiswa karena menanamkan nilai-nilai tanggung jawab, kerja sama, disiplin, dan inovasi yang menjadi bagian penting dari pendidikan karakter. Melalui kegiatan ini, mahasiswa tidak hanya bertindak sebagai calon sarjana yang memahami konsep secara teoritis, tetapi juga sebagai individu yang mampu berpikir kreatif dan berinisiatif dalam menciptakan gagasan bisnis yang bernilai serta berkontribusi pada kehidupan sosial-ekonomi masyarakat (Rafico et al., 2025; Wardhani et al., 2025; Nuraini & Fadillah, 2024).

Kegiatan kewirausahaan berbasis bazar inovasi telah terbukti memberikan dampak positif terhadap peningkatan rasa percaya diri, kemandirian, serta kemampuan inovatif mahasiswa (Wirta & Ilham, 2024; Rahmawati & Saputra, 2025). Melalui keterlibatan aktif dalam proses perencanaan hingga evaluasi, mahasiswa belajar untuk memecahkan masalah secara kreatif dan berpikir kritis dalam menghadapi tantangan pasar. Hal ini sejalan dengan paradigma pendidikan abad ke-21 yang menekankan pada pengembangan 4C skills (critical thinking, creativity, collaboration, communication).

Dengan demikian, kegiatan bazar inovasi bukan sekadar aktivitas ekonomi, melainkan juga wahana pembelajaran yang mendukung pengembangan karakter kewirausahaan mahasiswa. Artikel ini bertujuan untuk menggali lebih dalam potensi kreativitas dan inovasi mahasiswa melalui kegiatan bazar inovasi, serta menganalisis dampaknya terhadap penguatan nilai-nilai karakter dan kemandirian belajar mahasiswa.

KAJIAN TEORI

Kewirausahaan Mahasiswa

Kewirausahaan mahasiswa adalah proses yang melibatkan pengembangan kemampuan untuk menciptakan nilai melalui ide-ide kreatif, inovasi produk, dan keberanian mengambil risiko di lingkungan universitas. Nabi et al. (2017) berpendapat bahwa pendidikan kewirausahaan di perguruan tinggi memiliki peran penting dalam membangun minat, kompetensi, dan perilaku kewirausahaan jangka panjang. Perguruan tinggi harus menyediakan pengalaman dunia nyata yang relevan agar mahasiswa dapat mengembangkan keterampilan manajerial, kemampuan memecahkan masalah, dan kreativitas dalam bisnis (Ratten & Jones, 2021). Dalam konteks Indonesia, program kewirausahaan praktis, seperti bazar, terbukti meningkatkan literasi bisnis, motivasi kewirausahaan, dan kemandirian mahasiswa (Nuraini & Fadillah, 2024). Oleh karena itu, lingkungan kampus yang mendukung praktik langsung sangat penting dalam membentuk karakter kewirausahaan mahasiswa.

Kreativitas dalam Kewirausahaan

Kreativitas adalah kemampuan untuk menciptakan ide-ide baru, bernilai, dan unik sebagai dasar untuk inovasi dalam kewirausahaan. Amabile (1996) menyatakan bahwa kreativitas muncul dari interaksi antara motivasi intrinsik, proses kognitif, dan lingkungan yang mendukung eksplorasi ide-ide. Dalam kewirausahaan, kreativitas menjadi landasan penting untuk menghasilkan produk unik, strategi pemasaran yang baru, dan diferensiasi bisnis (Ward, 2004). Penelitian nasional oleh Murniawaty et al. (2022) menunjukkan bahwa mahasiswa yang terlibat dalam kegiatan berbasis proyek cenderung menunjukkan tingkat kreativitas yang lebih tinggi karena mereka diberikan kesempatan untuk mengembangkan ide, melakukan eksperimen, dan menciptakan inovasi baru. Oleh karena itu, kreativitas adalah aspek fundamental dalam mengembangkan potensi kewirausahaan mahasiswa.

Inovasi sebagai Penggerak Kegiatan Kewirausahaan

Inovasi merupakan suatu proses mengimplementasikan ide-ide kreatif ke dalam produk, layanan, atau proses terbaru yang memberikan nilai tambah. Drucker (2014) menekankan bahwa inovasi merupakan inti dari kewirausahaan dan merupakan faktor pembeda utama dalam kompetisi bisnis modern. Mahasiswa dapat mengembangkan inovasi ketika diberi kesempatan untuk melakukan riset pasar, membuat prototipe, dan menguji produk pada konsumen. Sebuah penelitian oleh Astuti, Farid, & Supandi (2023) menunjukkan bahwa kegiatan kewirausahaan yang melibatkan praktik langsung terbukti meningkatkan kemampuan siswa untuk menciptakan inovasi produk yang relevan dengan kebutuhan pasar. Hal ini menunjukkan bahwa aktivitas seperti bazar inovasi dapat menjadi platform pembelajaran yang secara sistematis merangsang inovasi. Bazar inovasi adalah metode pembelajaran berbasis proyek yang memungkinkan siswa menerapkan teori kewirausahaan dalam praktik nyata. Dari perspektif pendidikan, PjBL membantu siswa mengembangkan keterampilan 4C: kreativitas, kolaborasi, komunikasi, dan berpikir kritis (Thomas, 2000).

Bazar Inovasi sebagai Media Pembelajaran Kontekstual

Penelitian internasional oleh Bell (2010) mengonfirmasi bahwa pembelajaran berbasis proyek memberikan pengalaman yang autentik yang meningkatkan kemampuan berpikir kreatif dan memecahkan masalah siswa. Dalam konteks nasional, Ernawati et al. (2023) menemukan bahwa bazar kampus dapat meningkatkan keberanian kewirausahaan siswa, mendorong rasa percaya diri, dan menyediakan platform untuk menguji ide bisnis secara langsung. Oleh karena itu, bazar inovasi tidak hanya berfungsi sebagai platform untuk promosi produk tetapi juga sebagai sarana pendidikan untuk mengembangkan kreativitas, inovasi, dan karakter kewirausahaan siswa.

Potensi Kreativitas Kewirausahaan Mahasiswa Melalui Bazar Inovasi

Bazar inovasi memberikan kesempatan bagi siswa untuk menguji langsung daya kreativitas dan inovasi mereka melalui produksi, pemasaran, dan interaksi dengan konsumen. Aktivitas ini memungkinkan siswa untuk belajar mengenali kebutuhan pasar, menyesuaikan produk, dan mengembangkan strategi pemasaran yang kreatif (Wardhani et al., 2025). Selain itu, kegiatan bazar menawarkan pengalaman nyata dalam manajemen usaha kecil, mulai dari pengelolaan modal hingga pencatatan yang sederhana serta evaluasi bisnis. Penelitian yang dilakukan oleh Putra et al. (2024) menunjukkan bahwa keterlibatan siswa dalam praktik kewirausahaan dapat meningkatkan pemahaman mereka tentang dinamika bisnis dan memperkuat sifat kewirausahaan

seperti rasa percaya diri, tanggung jawab, dan kerja sama tim. Dengan demikian, bazar inovasi dapat menjadi cara yang efektif untuk menggali potensi kewirausahaan kreatif siswa dengan memberikan pengalaman komprehensif, mulai dari ide hingga penerapan bisnis.

METODE PELAKSANAAN

Kegiatan bazar inovasi ini dilaksanakan melalui beberapa tahapan yang melibatkan seluruh mahasiswa dan dosen dalam perannya masing-masing. Adapun metode pelaksanaan yang diterapkan dalam kegiatan ini adalah sebagai berikut:

1. Pada tahap perencanaan dilakukan pembentukan kelompok. Mahasiswa dibagi menjadi beberapa kelompok, masing-masing kelompok akan bertanggung jawab menyiapkan 1 jenis produk makanan salah satunya adalah gimbab ketan ayam jimbaran. Selanjutnya, mereka menentukan tujuan dilaksanakannya bazar inovasi seperti belajar berwirausaha dan mempromosikan produk yang mereka buat. Mahasiswa dan dosen berdiskusi untuk menentukan lokasi bazar yang strategis, waktu pelaksanaan, dan tema bazar yang menarik.
2. Pada tahap persiapan, mahasiswa mulai berdiskusi dengan anggota kelompoknya untuk mempersiapkan bahan apa saja yang diperlukan dalam membuat produk yang akan mereka jual. Mahasiswa juga sebelum menjual, mencoba terlebih dahulu membuat produk tersebut untuk mengetahui apakah produk tersebut enak dan dapat diminati oleh banyak kalangan. Selanjutnya mahasiswa juga menyiapkan materi promosi seperti pamflet dan brosur yang akan di share di media sosial.
3. Pada tahap pelaksanaan, mahasiswa mulai menyiapkan produk berupa gimbab ketan ayam jimbaran yang sudah dibuat dan dikemas menarik. Kemudian melakukan penataan produk di stand bazar dengan dekorasi yang menarik agar dapat menarik perhatian pembeli. Selama kegiatan berlangsung, mahasiswa bertugas melayani pembeli dan melakukan promosi secara aktif seperti menawarkan produk. Selain penjualan ditempat, promosi dan pemesanan dilakukan secara online untuk memperluas pasar.
4. Setelah kegiatan bazar inovasi selesai, dilakukan evaluasi bersama. Evaluasi dilakukan dengan melihat jumlah produk yang terjual, pendapatan yang diperoleh, dan umpan balik dari pembeli untuk mengetahui kelebihan dan kekurangan dalam pelaksanaan bazar inovasi. Mahasiswa juga melakukan refleksi mengenai kerja sama tim, strategi pemasaran dan manajemen waktu selama pelaksanaan bazar inovasi.

Metode pelaksanaan yang melibatkan mahasiswa secara aktif ini dirancang untuk memberikan pengalaman langsung dan pembelajaran praktis. Dengan melibatkan mahasiswa dalam setiap tahapan, kegiatan ini diharapkan tidak hanya meningkatkan pemahaman mereka tentang inovasi produk, tetapi juga menumbuhkan keterampilan berwirausaha pada masing-masing individu.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pengalaman langsung yang diperoleh mahasiswa dalam kegiatan bazar inovasi kewirausahaan memberikan dampak positif terhadap potensi kreativitas dan inovasi kewirausahaan mereka. Dengan melibatkan diri dalam setiap aspek bisnis, mahasiswa dapat memahami tantangan dan peluang yang ada di dunia usaha. Kegiatan mini bazar kampus menjadi sarana yang sangat efektif untuk mendorong kreativitas dan inovasi mahasiswa dalam dunia kewirausahaan. Mahasiswa yang terlibat dalam kegiatan bazar inovasi kampus memperoleh kesempatan untuk menguji ide bisnis mereka dalam lingkungan yang relatif aman namun kompetitif. Hal ini sangat penting bagi

pengembangan produk dan jasa yang inovatif (Depi&Ilham,2024). Beberapa mahasiswa mengakui bahwa mereka belajar untuk lebih tanggap terhadap kebutuhan pasar setelah mendapatkan umpan balik langsung dari pelanggan.

Mengeksplorasi potensi untuk kreativitas dan inovasi melalui bazar inovasi kewirausahaan, mahasiswa dapat meningkatkan kemampuan berwirausaha sekaligus memperkuat karakter kewargaan. Bazar inovasi kewirausahaan adalah kegiatan yang dirancang untuk memberikan kesempatan bagi mahasiswa, terutama mahasiswa, untuk mengembangkan inovasi dan kreativitas mereka dengan menjual atau mempromosikan inovasi produk buatan mereka sendiri (Ernawati.dkk,2023). Kegiatan ini sangat penting karena mampu menggali potensi diri mahasiswa dalam berpikir kreatif dan inovatif, yang merupakan kunci utama dalam menghadapi tantangan dunia kerja dan kewirausahaan di masa depan. Melalui bazar inovasi, mahasiswa dapat langsung belajar tentang cara mengatur keuangan bisnis, memasarkan produk, dan bekerja sama dalam waktu yang singkat, sehingga pengalaman ini sangat bermanfaat bagi pengembangan diri mereka (Nurhayati,E.C,2018).

Melalui bazar inovasi ini, mahasiswa diajak untuk menghasilkan produk inovatif untuk dijual, seperti gimbab ketan ayam Jimbaran. Produk kuliner ini menggabungkan cita rasa modern dengan budaya lokal. Gimbab ketan ayam Jimbaran memiliki inovasi yang berbeda dari yang lain. Penggunaan bahan dasar ketan adalah salah satu inovasi utama yang digunakan sebagai pengganti nasi putih yang biasa digunakan dalam pembuatan gimbab. Ketan yang memiliki tekstur lebih lengket dan pulen, menjadi lebih padat dan terasa khas saat digulung dengan bahan isian. Selain itu, beras ketan alami memiliki rasa yang berbeda, lebih gurih dan sedikit manis, hal ini menjadikan produk lebih istimewa dan memberikan pengalaman makan yang berbeda dibandingkan gimbab lainnya. Inovasi berikutnya terdapat pada isian utama, yaitu ayam yang dimasak dengan bumbu khas Jimbaran, Bali. Berbeda dari isian gimbab biasa yang cenderung menggunakan daging rebus polos, ayam pada gimbab ketan ini dilumuri bumbu dengan perpaduan rempah tradisional yang membuat cita rasa pedas, dan sedikit manis yang kuat, sekaligus aroma harum yang sangat menggugah selera. Bumbu khas jimbaran juga memenuhi cita rasa lokal Bali yang autentik sehingga meskipun makanan ini bertema Korea, namun terasa sangat Indonesia, khususnya daerah Bali. Selain bahan ketan dan bumbu ayam yang khas, inovasi pada produk gimbab ini adalah kombinasi ide kuliner dari berbagai budaya. Rasa bumbu jimbaran dari Indonesia dikombinasikan dengan gimbab, makanan Korea yang terbuat dari gulungan nasi. Selain menghasilkan variasi rasa dan tekstur baru, gimbab ketan ayam Jimbaran juga menambah nilai inovatif sebagai produk makanan. Gimbab ketan ayam Jimbaran merupakan pengalaman budaya yang menarik dan kreatif bagi penikmat kuliner.

Inovasi produk ini memberikan peluang kepada mahasiswa untuk belajar langsung tentang cara memasarkan dan mengelola bisnis kuliner kecil. Keberhasilan kegiatan mahasiswa bergantung pada kreativitas mereka dalam merancang produk dan strategi pemasaran. Kegiatan menjual produk gimbab ketan ayam jimbaran di bazar memberi mahasiswa kesempatan untuk berinovasi dalam berbagai hal, mulai dari pengembangan resep yang menarik dengan cita rasa ayam jimbaran yang menggugah selera, penggunaan bahan lokal berkualitas tinggi, hingga penataan kemasan yang estetik dan informatif. Bagi mahasiswa, proses inovasi ini lebih dari sekedar bisnis, tetapi juga menunjukkan nilai-nilai seperti gotong royong, kreativitas, dan keadilan sosial melalui kerja sama tim selama kegiatan bazar. Hal ini sekaligus melatih siswa untuk menyesuaikan diri dengan kebutuhan pasar dan dinamika bisnis (Putra.dkk,2024).

Bazar inovasi juga berfungsi sebagai tempat di mana ide-ide baru dikumpulkan dari kreativitas mahasiswa, tidak hanya pembuatan produk, kreatifitas yang digali mencakup strategi pemasaran dan layanan konsumen. Hal ini menunjukkan pentingnya aktivitas bazar inovasi untuk mendorong terciptanya produk baru yang inovatif dan kreatif, yang sangat penting dalam dunia kewirausahaan modern (Wardhani,2020). Diharapkan dengan kegiatan seperti ini, mahasiswa akan memiliki bekal yang cukup untuk menjadi calon wirausahawan muda yang tangguh. Mahasiswa diminta untuk menjadi inovatif dalam menggunakan berbagai media pemasaran, termasuk media sosial seperti whatshapp, tiktok dan Instragram untuk menjangkau pembeli yang lebih luas (Febrian.dkk,2025). Misalnya mahasiswa dapat mempromosikan bahwa gimbab ketan ayam jimbaran ini berbeda dengan gimbab biasa, nasi ketan dan ayam Jimbaran memiliki rasa dan tekstur unik yang berasal dari bahan-bahan lokal dan metode pengolahan tradisional. Hal ini membuat produk menjadi lebih unik dan menarik perhatian pelanggan yang tertarik pada sesuatu yang baru dan asli. Cerita budaya ini membuat produk menjadi pengalaman budaya dan lebih dari sekedar makanan. Rasa dan kisah budaya dalam strategi pemasaran sangat membantu meningkatkan daya saing produk, terutama bagi mahasiswa yang ingin menjual karya mereka. Dengan metode inovatif ini, produk dapat menjadi lebih menonjol daripada produk serupa dan menarik perhatian konsumen yang lebih mengutamakan nilai daripada sekedar makanan.

Selain itu, mahasiswa belajar dari bidang manajemen tentang pencatatan keuangan yang mudah, komunikasi antar anggota, dan pembagian tugas yang efektif. Semua tindakan ini termasuk dalam inovasi produk dan proses bisnis yang terstruktur. Pengalaman langsung ini membantu mahasiswa memahami dinamika wirausaha dan menumbuhkan semangat wirausaha yang inovatif dan mandiri (Aulia&Kartika,2018). Kegiatan bazar inovasi juga berfungsi sebagai alat untuk pembelajaran kontekstual karena menghubungkan ide-ide yang diajarkan di kelas dengan situasi dunia nyata. Hal ini membantu mahasiswa memahami konsep kewirausahaan secara lebih mendalam dan aplikatif. Hasilnya, proses pembelajaran menjadi lebih hidup dan menarik, yang dapat meningkatkan keinginan mahasiswa untuk belajar dan memupuk jiwa kewirausahaan mereka. Sebagai sarana praktis, bazar inovasi menjadi sarana edukasi kewirausahaan yang berguna dan relevan dengan pembelajaran mata kuliah kewirausahaan (Azzahra&Yuningsih,2024).

Penjualan produk kreatif seperti gimbab ketan ayam Jimbaran adalah tantangan yang mengajarkan mahasiswa untuk membuat keputusan kritis dan menemukan cara baru untuk menyelesaikan masalah. Mahasiswa dapat membantu melakukan evaluasi dan inovasi yang berkelanjutan dengan dosen dan mentor. Ini akan membuat produk lebih diminati pasar. Selain itu, kegiatan ini menanamkan soft skill seperti kreativitas, pemecahan masalah seperti penyesuaian harga jual dan serta harmonisasi penjualan produk kepada konsumen dan kepemimpinan yang relevan dengan kewirausahaan nyata (Mardiana,2020).

Selain itu, ide-ide yang dibuat oleh mahasiswa pada bazar inovasi kewirausahaan ini sesuai dengan tren kewirausahaan kampus yang berbasis nilai-nilai lokal dan budaya. Produk seperti gimbab ketan ayam jimbaran menunjukkan upaya untuk mempertahankan dan meningkatkan potensi daerah melalui inovasi kuliner yang dikemas dengan cara yang menarik. Hal ini didukung oleh banyak penelitian dan literatur yang menunjukkan bahwa inovasi dan kreativitas adalah kunci keberhasilan kewirausahaan siswa, yang dapat meningkatkan produktivitas dan daya saing usaha kecil (Syahrani.dkk,2023). Oleh karena itu, kegiatan ini secara bersamaan berkontribusi pada pembangunan ekonomi lokal dan pembangunan karakter mahasiswa.

Mahasiswa memiliki kesempatan untuk mentransfer pengetahuan yang mereka pelajari ke dunia nyata melalui partisipasi dalam kegiatan seperti bazar inovasi. Mereka dapat mengatasi tantangan yang tidak dapat diajarkan di ruang kelas dan menemukan peluang dengan berpartisipasi secara langsung. Hasil kegiatan ini menunjukkan bahwa bazar inovasi kampus adalah sarana yang efektif untuk meningkatkan semangat kewirausahaan mahasiswa. Berpartisipasi dalam bazar inovasi kampus memberi mahasiswa kesempatan untuk memperoleh keterampilan praktis, mendapatkan pemahaman yang lebih baik tentang bisnis, dan membangun hubungan yang bermanfaat untuk masa depan (Ramadhan&putri,2020). Oleh karena itu, penting bagi lembaga pendidikan untuk terus mendukung dan memperluas kegiatan seperti ini agar mahasiswa siap menghadapi tantangan dunia wirausaha. Bazar inovasi juga membantu mahasiswa menjadi lebih mandiri dan bertanggung jawab dalam mengelola bisnis mereka sendiri, melalui dukungan yang terus-menerus, mahasiswa akan lebih siap untuk beradaptasi dan berhasil dalam lingkungan kewirausahaan yang semakin kompetitif.

KESIMPULAN

Bazar inovasi merupakan strategi pembelajaran kontekstual yang efektif dalam mendorong kreativitas, inovasi, dan semangat kewirausahaan di kalangan siswa. Melalui bazar, siswa tidak hanya memperoleh teori kewirausahaan, tetapi juga mendapatkan pengalaman langsung dalam mengelola ide bisnis, memasarkan produk, dan berinteraksi dengan komunitas kampus. Kegiatan ini telah terbukti meningkatkan kemampuan berpikir kreatif siswa, keterampilan komunikasi, kerja sama tim, dan rasa percaya diri dalam mengembangkan ide bisnis yang inovatif. Selain itu, bazar inovasi juga menumbuhkan rasa tanggung jawab dan kemandirian dalam konteks pembelajaran berbasis proyek, sehingga menjadi media pembelajaran yang efektif untuk mengintegrasikan nilai-nilai kewirausahaan kepada siswa.

Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki keterbatasan yang berkaitan dengan ruang lingkup dan konteks bazar inovasi, yang terbatas pada lingkungan kampus dan jenis produk yang dikembangkan, yaitu produk kuliner seperti gimbab ketan ayam jimbangan. Selain itu, penelitian ini lebih memfokuskan pada aspek kreativitas dan inovasi dalam kewirausahaan siswa tanpa mengeksplorasi lebih dalam faktor eksternal yang mungkin mempengaruhi keberhasilan bazar, seperti dukungan institusi, ketersediaan modal, atau kondisi pasar yang lebih luas. Waktu dan skala bazar yang terbatas juga menghadirkan kendala yang dapat memengaruhi keberlakuan hasil penelitian ini secara umum

Saran

Berdasarkan hasil penelitian, disarankan agar lembaga pendidikan terus mendukung dan mengembangkan kegiatan bazaar inovasi sebagai sarana pembelajaran kewirausahaan yang melibatkan partisipasi aktif mahasiswa. Penting untuk mengembangkan variasi produk dan memperluas skala bazaar agar mahasiswa bisa menghadapi dinamika pasar yang lebih kompleks dan realistis. Selain itu, disarankan agar penelitian lebih lanjut memperluas cakupan dengan memasukkan faktor eksternal yang mempengaruhi pengembangan kewirausahaan dan menggunakan metode penelitian yang lebih komprehensif untuk mendapatkan pemahaman yang lebih dalam tentang dampak bazaar inovasi terhadap karakter dan keterampilan kewirausahaan mahasiswa.

DAFTAR PUSTAKA

- Amabile, T. M. (1996). *Creativity in context*. Westview Press.
- Astuti, D., & Hidayat, R. (2023). Penerapan pembelajaran berbasis proyek untuk meningkatkan kreativitas dan kemandirian mahasiswa kewirausahaan. *Jurnal Pendidikan Ekonomi dan Kewirausahaan*, 11(2), 112–125.
- Astuti, M., Farid, R., & Supandi, F. P. (2023). Inovasi dan Kreativitas: Pilar Utama dalam Kewirausahaan. *Jurnal Ilmiah Nian Tana Sikka*, 1(1), 82-92.
- Aulia, M & Kartika, R. (2018). Pengaruh partisipasi dalam kegiatan kewirausahaan kampus terhadap kemampuan wirausaha mahasiswa. *Jurnal ekonomi dan bisnis*. Vol 25(3). Hal 345-358.
- Azzahra, J & Yuningsih, Y. (2024). Hasil implementasi kegiatan bazar kewirausahaan pada siswa SMPN 49. *Jurnal ilmiah wahana pendidikan*. Vol 10(17). Hal 438-443.
- Bell, S. (2010). Project-based learning for the 21st century: Skills for the future. *The Clearing House*, 83(2), 39–43.
- Depi, S.J & Ilham, M. (2024). Pendampingan pembuatan bazar usaha dalam mata kuliah kewirausahaan oleh mahasiswa universitas Adzkie kota Padang. *Jurnal pengabdian kepada masyarakat*. Vol 1(1). Hal 42-52.
- Drucker, P. F. (2014). *Innovation and entrepreneurship*. Routledge.
- Ernawati, S., Ismunandar, I., Haryanti, I., Purnama, I., & Dwiryansyah, M. S. (2023). Implementasi mata kuliah kewirausahaan 1 melalui kegiatan bazar untuk menumbuhkan jiwa wirausaha pada mahasiswa. *BATIK: Jurnal Pengembangan dan Pengabdian Masyarakat Multikultural*, 1(2), 66–70.
- Febrian, R.R, dkk. (2025). Meningkatkan jiwa wirausaha dengan mengikuti stand bazar kampus sebagai ajang kreatifitas mahasiswa. *Jurnal pengabdian cendekia*. Vol 3(10). Hal 33-39.
- Mardiana, A. (2020). Pengaruh kegiatan praktik kewirausahaan terhadap kemandirian siswa. *Jurnal pendidikan vokasi*. Vol 10(2). Hal 123-135.
- Nabi, G., Walmsley, A., Liñán, F., Akhtar, I., & Neame, C. (2017). Does entrepreneurship education in the first year of higher education develop entrepreneurial intentions? *Studies in Higher Education*, 43(3), 1–23.
- Nuraini, S., & Fadillah, R. (2024). Peran kegiatan kewirausahaan kampus dalam membentuk karakter kreatif dan inovatif mahasiswa. *Jurnal Inovasi Pendidikan*, 14(1), 44–53.
- Nurhayati, E.C. (2018). Analisis program bazar kampus sebagai upaya membangun jiwa wirausaha mahasiswa. *Jurnal pendidikan ekonomi*. Vol 3(1).
- Putra, C, dkk. (2024). Persepsi mahasiswa terhadap mata kuliah kewirausahaan dalam menumbuhkan jiwa kewirausahaan mahasiswa PPKn. *Jurnal ideologi dan konstitusi PKP UNP*. Vol 4(1). Hal 55-65.
- Rafico, R. F., Lidyawati, C. O. E., Muthoharoh, S. L., Mardikaningsih, R., Darmawan, D., Hariani, M., Putra, A. R., & Arifin, S. (2025). Meningkatkan jiwa wirausaha dengan

- mengikuti stand bazar kampus sebagai ajang kreativitas mahasiswa. Nanggroe: Jurnal Pengabdian Cendikia, 3(10), 33–39.
- Rahmawati, N., & Saputra, Y. (2025). Model pembelajaran kewirausahaan berbasis mini bazar dalam meningkatkan kemampuan inovatif mahasiswa. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Pendidikan*, 5(1), 50–59.
- Ramadhan, A., & Putri, A. (2020). Dampak Partisipasi Mahasiswa dalam Bazar Kampus terhadap Pengembangan Bisnis Pasca Kelulusan. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 15(2), 224–238.
- Ratten, V., & Jones, P. (2021). Entrepreneurship and management education: Exploring creativity, design thinking, and innovation. *Journal of Small Business & Entrepreneurship*, 33(6), 607–613.
- Syahrani, L., dkk. (2023). Pengadaan bazar sebagai upaya meningkatkan pendapatan usaha mikro kecil menengah (UMKM) di desa Sindon. *Jurnal pengabdian masyarakat sains dan teknologi*. Vol 2(4). Hal 67-73.
- Thomas, J. W. (2000). *A review of research on project-based learning*. The Autodesk Foundation.
- Wahyuni, S., & Jayatri, F. (2022). Analisis program bazar kampus sebagai sarana menumbuhkan kepercayaan diri mahasiswa dalam berwirausaha. Dalam *Prosiding SNPE FKIP Universitas Muhammadiyah Metro*, 1(1), 57–66.
- Ward, T. B. (2004). Cognition, creativity, and entrepreneurship. *Journal of Business Venturing*, 19(2), 173–188.
- Wardhani, D. A. P., Oktiningrum, W., Restya Ningrahyu, A. D. S., & Rahmadani, H. V. A. (2025). Menanamkan nilai-nilai kewirausahaan siswa melalui bazar nusantara dengan pengolahan makanan tradisional. *Jurnal Edukasi Pengabdian Masyarakat: EDUABDIMAS*, 4(1), 1–5.
- Wirta, J., & Ilham, M. (2024). Pendampingan pembuatan bazar usaha dalam mata kuliah kewirausahaan oleh mahasiswa Universitas Adzkie di Kota Padang. *Risalah: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 42–52.