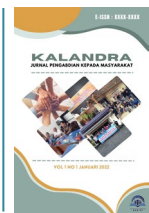




KALANDRA
JURNAL PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT
E-ISSN : 2828 – 500X
Tersedia Secara Online Pada Website : <https://jurnal.radisi.or.id/index.php/JurnalKALANDRA>



Bazar sebagai Alternative Menumbuhkan Jiwa Wirausaha Berbasis Kearifan Lokal Mahasiswa

MUHAMAD YUSUF¹

¹Fakultas Tarbiyah dan Ilmu
Keguruan
IAIN Kerinci
yusufgayo32@gmail.com

RINI SYEVYILNI WISDA^{2*}

²Fakultas Tarbiyah dan Ilmu
Keguruan
IAIN Kerinci
wisdarini@gmail.com

YELNI ERNIYATI³

³Fakultas Tarbiyah dan Ilmu
Keguruan
IAIN Kerinci
yelnierniyati1@gmail.com

Diterima : 23/04/2026

Revisi : -

Disetujui : 31/05/2026

ABSTRAK

Pembelajaran kewirausahaan di perguruan tinggi merupakan salah satu cara menanamkan nilai dan jiwa berwirausaha bagi mahasiswa sebagai salahsatu cara dalam menghadapi kompetisi dunia kerja. Menumbuhkan jiwa wirausaha dengan kegiatan aplikatif dari berbagaimacam teori yang didapatkan di kelas melalui kegiatan bazar berbasis kearifan lokal. Bazar dilakukan dengan mengembangkan produk-produk lokal, potensi lokal, terdiri dari hasil alam yang memiliki nilai guna, nilai jual namun sering terlupakan. Proses bazar ini dilakukan melalui beberapa tahapan dimulai dari *perencanaan, pelaksanaan, evaluasi*. Proses bazar dilakukan melalui kegiatan merencanakan anggota bazar, merencanakan produk bernilai kearifan lokal yang akan diproduksi secara inovatif, dipasarkan pada kegiatan bazar, kegiatan pelaksanaan, meliputi proses kegiatan bazar, dimulai dari memasarkan produk hingga melayani konsumen dan kegiatan evaluasi meninjau dan mengukur keterlaksanaan kegiatan bazar. Kegiatan bazar mampu menciptakan proses pembelajaran bermakna seperti mampu membangun nilai, jiwa berwirausaha meliputi, nilai berani memulai, berani menemukan ide, merancang produk, keberanian mengelolah resiko, kreativitas, inovasi, tanggungjawab dalam diri mahasiswa.

Ini adalah artikel akses terbuka di bawah lisensi **CC BY-NC-SA 4.0**



Kata Kunci : Bazar, jiwa Wirausaha, Kearifan Lokal

PENDAHULUAN

Pesatnya perkembangan era globalisasi, mengakibatkan tingginya persaingan untuk mendapatkan pekerjaan, fenomena ini mendorong para lulusan atau generasi muda untuk mampu menemukan dan menciptakan peluang pekerjaan. Generasi dituntut untuk bisa mengembangkan keterampilan, kemampuan dalam membaca dan membuka peluang berbisnis untuk bisa mengurangi lonjakan angka pengangguran melalui penciptaan lapangan pekerjaan melalui berwirausaha. Salahs atu kunci untuk mengurangi angka pengangguran yang terdidik. Berwirausaha merupakan proses yang teratur, terkelolah dalam menciptakan sesuatu hal yang

* Penulis Korespondensi : wisdarini@gmail.com (RINI SYEVYILNI WISDA)

<https://doi.org/10.55266/kalandra.v5i3.662>

baru, bernilai guna, bernilai jual dengan mempertimbangkan dalam pengelolaan resiko serta peluang-peluang yang ada.

Perguruan tinggi memiliki peran dan tanggungjawab besar dalam mempersiapkan generasi yang tanggap, mandiri, kreatif, dan siap bersaing di tingkat global melalui penciptaan lapangan pekerjaan untuk mengatasi tingginya angka pengangguran, lembaga pendidikan berperan memberikan bekal melalui pengembangan kemampuan, keterampilan berwirausaha melalui pendidikan secara teori maupun praktik tentang kewirausahaan. Hal demikian perguruan tinggi perlu mengembangkan system pembelajaran yang komprehensif dalam mendorong dan mempersiapkan lulusan yang semangat untuk berwirausaha bagi mahasiswa. Salah satu kegiatan yang mendorong dalam menumbuhkan jiwa berwirausaha melalui pengembangan kurikulum kewirausahaan, proses pembelajaran dan aktif dalam kegiatan yang bisa mengembangkan kemampuan dan keterampilan melalui kegiatan kewirausahaan di lingkungan kampus seperti kegiatan bazar sebagai bentuk aplikatif dari teori yang dipelajari di kelas. (Juwita Wirta Sri Depi, 2024) Kegiatan kewirausahaan melalui bazar mampu membangun minat dan motivasi mahasiswa untuk berani memulai, membaca peluang usaha, serta mampu menciptakan suasana akademik yang kondusif untuk mempersiapkan lulusan perguruan tinggi yang memiliki karakter berwirausaha.

Kewirausahaan yang diungkapkan oleh Carl Jschramn memiliki 3 peran penting dalam memperbaiki roda perekonomian yaitu melalui konsep kewirausahaan bisa melahirkan ide-ide yang baru untuk dikembangkan melalui inovasi dalam bidang usaha, kewirausahaan mampu menciptakan peluang lapangan pekerjaan bagi generasi dalam memutar roda perekonomian suatu Negara, kewirausahaan merupakan sebuah magnet untuk menciptakan kekayaan (Gita Wahyu Ningsih, 2023). Untuk meningkatkan SDM unggul diperlukan proses pendidikan yang bermakna (BM, 2022) Proses pembelajaran kewirausahaan yang bermakna mahasiswa diberikan ruang untuk bisa memahami potensi lokal yang perlu dikembangkan melalui kreasi dan inovasi, dengan pendekatan kewirausahaan. Kegiatan bazar mendukung proses pengambilan keputusan untuk memulai menciptakan produk layak jual berbasis kearifan, potensi lokal dimulai dari hasil pertanian, kerajinan, dan produk lokal yang mampu membangun nilai inovasi, tanggungjawab sosial mahasiswa dalam mengembangkan kearifan lokal yang berkelanjutan.

Era globalisasi saat ini Pendidikan kewirausahaan dituntut mampu mempersiapkan lulusan dalam menanamkan nilai-nilai berwirausaha bagi mahasiswa. (Sulaeman, 2020) Salah satu kegiatan untuk penanaman nilai berwirausaha yaitu melalui kegiatan bazar. Mahasiswa diberikan tidak hanya sebatas teori di kelas tapi juga melalui pengalamannya lapangan yang nyata. Melalui bazar diharapkan mahasiswa lebih mampu memahami konsep dan praktik berwirausaha dimulai dari menemukan ide, merealisasikan dan memasarkan. Kegiatan bazar mampu dijadikan sebagai media pengembangan bakat, keterampilan dalam menumbuhkan, menemukan ide, usaha dengan realitas potensi alam yang harus dikembangkan dan sesuai dengan realitas kebutuhan konsumen. Mahasiswa berkesempatan untuk belajar berbagai hal terkait dunia wirausaha, terkait potensi alam yang bernilai guna, bernilai jual dan perlu dikembangkan. (Hendra Y, 2025) Bazar juga membentuk pengalaman mahasiswa dalam memahami konsep konsumen terkait, perilaku pasar, preferensi pembeli, komunikasi persuasive serta perlunya inovasi produk dalam menarik konsumen. Kegiatan bazar memberikan pembelajaran yang bersifat aplikatif, reflektif, inovatif dan transformative dalam proses pembelajaran yang bermakna untuk menumbuhkan jiwa kewirausahaan terkait peluang dan tantangan dalam berwirausaha.

Kewirausahaan sebagai kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda, proses Sesuatu yang baru yang mampu memberikan pengalaman nyata kepada

mahasiswa dalam mengembangkan jiwa entrepreneurship. Melalui kegiatan ini, mahasiswa tidak hanya memperoleh pemahaman teoritis di dalam kelas, tetapi juga terlibat langsung dalam praktik berwirausaha, mulai dari menemukan ide usaha, merancang produk, memasarkan, hingga mengevaluasi hasil penjualan. Bazar menjadi sarana bagi mahasiswa untuk mengasah kreativitas, keterampilan berkomunikasi, kemampuan bekerja sama, serta keberanian dalam mengambil keputusan. Selain itu, mahasiswa belajar memanfaatkan potensi alam dan sumber daya yang tersedia menjadi produk yang memiliki nilai guna dan nilai jual sesuai dengan kebutuhan konsumen. Interaksi langsung dengan pembeli juga membantu mahasiswa memahami perilaku pasar, preferensi konsumen, pentingnya komunikasi persuasif, serta perlunya inovasi agar produk mampu bersaing. Dengan demikian, bazar menjadi media pembelajaran yang aplikatif, reflektif, inovatif, dan transformatif dalam menumbuhkan jiwa kewirausahaan. Sejalan dengan pandangan bahwa kewirausahaan adalah kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda, kegiatan bazar mendorong mahasiswa untuk menghasilkan ide-ide kreatif, mengubah peluang menjadi usaha yang nyata, serta mengembangkan kemampuan beradaptasi terhadap berbagai tantangan dalam dunia usaha.

Menumbuhkan jiwa berwirausaha merupakan gerbang untuk membentuk dan menanamkan menumbuhkan pribadi yang bertanggung jawab, berani, ulet, berkualitas, berdaya saing, yang akan bermuara pada terwujudnya pribadi yang kompetitif, berkualitas, bernilai guna dalam mengembangkan peluang dunia kerja. Perguruang tinggi merupakan cikal bakal dalam proses menumbuhkan dan memfasilitasi ruang edukasi yang kondusif untuk menumbuhkan semangat entrepreneurship dengan mempertajam minat melalui proses belajar mengajar yang insklusif, bermakna sehingga mahasiswa mampu dan siapa mengembangkan dirinya setelah lulus nantinya untuk memulai berwirausaha dan menciptakan lapangan pekerjaan bagi lulusan-lulusan. Jurusan manajemen pendidikan islam IAIN kerinci telah memulai proses pembelajaran kewirausahaan melalui pengalaman langsung

METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pengabdian ini menggunakan pendekatan partisipatif deskriptif, karena penulis terlibat langsung dalam proses kegiatan, dimulai dari proses perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi kegiatan. Dalam penulisan artikel menggunakan pendekatan deskriptif bertujuan untuk menggambarkan proses kegiatan di lapangan, bentuk partisipasi kegiatan, menguraikan manfaat kegiatan bazar dalam menumbuhkan jiwa berwirausaha mahasiswa selama proses berlangsung. Kegiatan pengabdian melalui bazar ini diharapkan mampu memberikan manfaat secara praktis maupun akademis melalui pengintegrasian nilai-nilai akademik tentang kewirausahaan dalam proses pengabdian sosial dengan kegiatan aplikatif yang berdampak. Proses pengabdian masyarakat melalui kegiatan bazar diharapkan mahasiswa peduli dengan pemberdayaan masyarakat local dala, meningkatkan perekonomian.

Kegiatan ini dilakukan dalam bentuk bazar produk berbasis kearifan lokal, berlokasi di lingkungan kampus IAIN Kerinci pada tanggal 18 Mei 2028, selain pengenalan dan meningkatkan hasil produksi lokal kerinci yang memiliki nilai jual kegiatan ini bertujuan untuk melengkapi tangkai proses evaluasi matakuliah kewirausahaan dalam menciptakan produk berbasis kearifan lokal.. melalui kegiatan bazar ini diharapkan mahasiswa mampu mengimplementasikan teori yang telah dipelajari di kelas. Fokus utama partisipatif dalam proses pelaksanaan ada beberapa aspek penting pada kegiatan bazar ini yaitu:

1. Merencanakan Produk yang Akan Dikembangkan Dari Hasil Kearifan Lokal

Kegiatan awal yang dipersiapkan dalam pelaksanaan bazar adalah menemukan produk baku hasil daerah setempat yang memiliki nilai jual, bisa dikembangkan (inovasi). Pada tahap ini mahasiswa diberikan kesempatan untuk melihat potensi alam yang bisa

dikembangkan menjadi nilai jual dan memiliki nilai-nilai inovasi atau kebaruaran. Pada produk yang akan dibuat.pada tahap ini mahasiswa dibagi berkelompok yang disesuaikan dengan wilayah lokal masing-masing hal ini bertujuan untuk memudahkan mereka dalam menggali, menemukan, memahami, dan mengembangkan produk yang memiliki nilai jual. Pada tahap perencanaan ini, mahasiswa dibagi dengan 8 kelompok terdiri dari 2 orang anggota dari setiap kelompok, anggota kelompok saling berkoordinasi dan berkomunikasi dengan anggota kelompok tentang produk apa yang akan diciptakan, dikembangkan, dengan melihat potensi lokal yang bisa dijadikan sebagai nilai jual, serta melihat target pasar dan juga harga jual terhadap produk. Setelah menentukan produk apa yang mau dibuat, selanjutnya menentukan kapan waktu dan tempat pelaksanaan Bazarnya, mempersiapkan sarana prasarana apa yang dibutuhkan, untuk memeriahkan dan menarik perhatian pengunjung untuk memutuskan membeli produk. Sebelum pelaksanaan Bazar mahasiswa membuat pamphlet, fleyer tentang kegiatan Bazar dan menyebar luaskan info melalui media sosial masing-masing mahasiswa, hal ini bertujuan memberi tahu ke khalayak aka nada kegiatan bazar yang berbasis kearifan lokal.

2. Tahap Pelaksanaan Kegiatan Bazar Kewirausahaan Berbasis Kearifan Lokal

Kegiatan Bazar berbasis kearifan lokal dilaksanakan di depan gedung Perpustakaan Digital IAIN Kerinci, dilaksanakan bertepatan dengan upacara hari kesadaran Nasional pada tanggal 18 Mei 2026. Target pasar pada kegiatan bazar ini yaitu para dosen peserta upacara hari kesadaran dan para mahasiswa. Setelah melakukan analisis potensi lokal yang perlu dikembangkan menjadi nilai jual serta nilai inovasi terhadap produk disimpulkan bahwa saat bazar mahasiswa membuat produk yang memiliki unsur nilai kearifan lokal dan terdiri dari 8 kelompok yaitu:

Tabel 1
Pembagian Kelompok Mahasiswa

No	Nama Kelompok	Produk
1	Kelompok 1	Kue Bawang Ubi Unggu
2	Kelompok 2	Serundeng kentang dan Puding Labu
3	Kelompok 3	Kripang (Keripik daun Jipang)
4	Kelompok 4	Gantungan Kunci dari Bambu
5	Kelompok 5	Keripik Sukun
6	Kelompok 6	Gabin Labu
7	Kelompok 7	Klepon Pisang
8	Kelompok 8	Kerupuk Rebung (Kerupuk Penawar)

3. Tahap Evaluasi Kegiatan Bazar Kewirausahaan Berbasis Kearifan Lokal

Pelaksanaan evaluasi bertujuan untuk melihat sejauh mana tingkat ketercapaian, keberhasilan kegiatan bazar kewirausahaan berbasis kearifan lokal dilaksanakan di lingkungan IAIN kerinci. Tahap evaluasi meninjau bagaimana proses berwirausaha dapat memberikan semangat dan motivasi mahasiswa untuk bisa menumbuhkan menanamkan nilai berwirausaha pada diri sendiri melalui prose berdagang itu menyenangkan, dan perlu dilanjutkan di tempat-tempat lainnya, dan perlu adanya proses pengembangan-pengembangan dalam berwirausaha agar dilirik oleh konsumen.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Matakuliah kewirausahaan dan menciptakan produk adalah matakuliah yang bertujuan untuk membentuk sikap, perilaku dalam mengembangkan keterampilan keahlian mahasiswa di dalam bidang berwirausaha dengan berbasis kearifan lokal atau potensi alam melalui proses pelaksanaan kegiatan bazar . Pelakasaan kegiatan bazar berbasis kearifan lokal dilaksanakan

pada tanggal 18 Mei 2026 di lingkungan kampus IAIN Kerinci yang bertujuan untuk memasarkan produk-produk dari bahan baku hasil potensi alam lokal dimulai dari berbagai makanan, kreatifitas kerajinan tangan dengan berbagaimacam bentuk inovasi pada produk yang diproduksi. Pada proses kegiatan bazar ini tidak hanya berfokus pada proses jual beli melainkan bagaimana si penjual atau siperancang produk menjelaskan kepada konsumen tentang produk yang mereka jual, terkait kandungan yang ada pada produk meliputi nilai kearifan lokal, kebarharuan atau inovasi produk dengan produk yang telah dipasarkan sebelumnya.



Gambar 1

Bahan Baku dan Produk Bazar- Keripik Daun Labu Siam

Selain proses penjualan secara offline melalui bazar pemasaran produk yang dibuat juga dipromosikan melalui media sosial secara online, berbagai macam strategi dan pemasaran yang dilakukan, seperti membagikan fleyer-fleyer produk melalui media sosial masing-masing, dana proses pembayaran dan pengiriman melalui jasa online. Strategi tersebut memberikan dampak bagi motivasi mahasiswa dalam menciptakan produk, memasarkan dan membangun kepercayaan konsumen terhadap produk dan peningkatan pencapaian target penjualan harian. Selain dari keberhasilan dalam membuat produk dan pemasaran kegiatan bazar juga mmebrikan pengalaman belajar secara lansung bagi mahasiswa dalm menghadapi berbagaimcam keunikan dalam berwirausaha, dimulai dari masalah bahan baku, pengelolaan bahan, pengelolaan keuangan dan sebagainya. Dari kegiatan ini diharapkan mahasiswa mampu menyikapi dan mengambil keputusan yang ideal dalam melakukan proses berwirausaha. Dukungan dan respon positif banyak diberikan oleh berbagai kalangan konsumen mulai dari dosen hingga pimpinan bahwa kegiatan bazar ini merupakan bagian integral dari proses matakuliah kewirausahaan dan mesti dilesatrikand an dan dikembangkan setiap semesternya bagi jurusan lainnya. Respon positif terkait rasa dan bahan baku yang digunakan juga banyak diutarakan oleh konsumen bahwa proses bazar atau menciptakan produk berbasis kearifan lokal ini snagat bagus untuk budidaya hasil alam, apalagi sekarang banyak varian-varian rasa yang bisa dijadikans ebagai bahan untuk meningkatkan nilai kearifan alam.

Kegiatan bazar ini tidak hanya menjadi ajang Praktik kewirausahaan, melainkan menjadi mobilitas pembelajaran yang bermakna untuk mempertajam pemahaman, keterampilan mahasiswa terhadap teori-teori kewirausahaan yang telah dipelajari di kelas. Kegiatan ini berhasil membangunkan pengalaman-pengalam praktis dalam menjalankan dan mengelolah usaha kecil dengan memanfaatkan hasil potensi alam serta mampu membentuk karakter wirausaha yang kreatif, adaptif, dan solutif terhadap fenomena tingginya kompetisi untuk mendapatkan peluang dunia kerja.

Membuat produk dengan Bahan baku local yaitu pucuk daun labu merupakan sejenis sayuran yang melimpah di alam kerinci namun belum begitu banyak dikelolah selain untuk sayur, pada kegiatan bazar ini mahasiswa menemukan ide dan mengembangkan produk yang berbahan baku drai pucuk labu menjadi keripik yang gurih sesuai dnegan selera antar generasi. Warga lokal memberi sebutan nama untuk sayur ini “pucuk jipang”.



Gambar 2.
Kegiatan Bazar

Pelaksanaan kegiatan bazar berbasis kearifan lokal pada mata kuliah Kewirausahaan dan Menciptakan Produk di lingkungan IAIN Kerinci menunjukkan bahwa proses pembelajaran kewirausahaan menjadi lebih bermakna ketika mahasiswa diberikan kesempatan untuk praktik secara langsung proses berwirausaha. Kegiatan ini tidak hanya berorientasi pada penguasaan konsep teoretis di dalam kelas, tetapi juga memberikan pengalaman nyata dalam menemukan ide usaha, mengembangkan produk, memasarkan, serta melakukan evaluasi terhadap usaha yang dijalankan. Hasil tersebut menunjukkan bahwa pembelajaran kewirausahaan berbasis pengalaman mampu membentuk sikap, perilaku, dan keterampilan kewirausahaan mahasiswa.

Temuan ini sejalan dengan teori Experiential Learning yang dikemukakan oleh David A. Kolb (1984), yang menyatakan bahwa pembelajaran merupakan proses transformasi pengalaman menjadi pengetahuan. Menurut Kolb, individu belajar melalui empat tahapan, yaitu pengalaman konkret (*concrete experience*), observasi reflektif (*reflective observation*), konseptualisasi abstrak (*abstract conceptualization*), dan eksperimen aktif (*active experimentation*). Dalam kegiatan bazar, mahasiswa memperoleh pengalaman konkret melalui proses produksi dan penjualan, melakukan refleksi terhadap hambatan yang dihadapi, menghubungkan pengalaman tersebut dengan teori kewirausahaan yang dipelajari di kelas, kemudian mencoba strategi baru dalam praktik berikutnya. Dengan demikian, bazar menjadi wahana pembelajaran yang mampu mengintegrasikan teori dan praktik secara utuh.

Kegiatan bazar juga memperlihatkan bahwa mahasiswa mampu mengembangkan kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda melalui pemanfaatan potensi alam lokal. Hal ini sesuai dengan pandangan (Drucker, 1996) Schumpeter (1934) yang mendefinisikan kewirausahaan sebagai kemampuan melakukan inovasi (*innovation*) melalui penciptaan kombinasi baru dalam bentuk produk, metode produksi, pasar, maupun sumber bahan baku. Inovasi yang dilakukan mahasiswa terlihat pada pengolahan pucuk daun labu atau yang dikenal masyarakat Kerinci sebagai "pucuk jipang" menjadi produk keripik yang memiliki cita rasa sesuai dengan selera berbagai generasi. Produk tersebut menunjukkan adanya proses transformasi sumber daya lokal yang sebelumnya hanya dimanfaatkan sebagai sayuran menjadi produk bernilai ekonomi yang lebih tinggi.

Pemanfaatan Pucuk Jipang sebagai bahan baku produk bazar juga menunjukkan implementasi konsep kewirausahaan berbasis kearifan lokal. Kearifan lokal merupakan nilai,

pengetahuan, dan praktik yang berkembang dalam masyarakat serta diwariskan secara turun-temurun sebagai bentuk adaptasi terhadap lingkungan (sedyawati e, 2006). Melalui kegiatan bazar, mahasiswa belajar mengenali potensi daerah, menggali kekayaan sumber daya lokal, serta mengembangkannya menjadi produk inovatif yang memiliki nilai jual. Pendekatan ini sangat penting karena mampu memperkuat identitas lokal sekaligus mendukung pemberdayaan ekonomi masyarakat melalui pemanfaatan sumber daya yang tersedia di lingkungan sekitar.

Selain inovasi produk, hasil kegiatan menunjukkan bahwa mahasiswa memperoleh pemahaman mengenai pentingnya komunikasi pemasaran. Pada saat bazar berlangsung, mahasiswa tidak hanya menjual produk, tetapi juga menjelaskan kandungan produk, keunggulan bahan baku, nilai kearifan lokal, serta perbedaan produk yang ditawarkan dibandingkan produk sejenis yang telah ada di pasaran. Aktivitas tersebut sesuai dengan konsep pemasaran modern yang dikemukakan oleh (Kotler, P., & Keller, 2016) bahwa pemasaran bukan sekadar menjual barang, melainkan proses menciptakan, mengomunikasikan, dan memberikan nilai kepada pelanggan. Kemampuan menjelaskan nilai produk menjadi salah satu faktor penting dalam membangun kepercayaan konsumen dan memengaruhi keputusan pembelian.

Pelaksanaan pemasaran melalui media sosial memperkuat pengalaman kewirausahaan mahasiswa. Berbagai strategi dilakukan, seperti penyebaran flyer digital, promosi melalui akun media sosial pribadi, pemanfaatan jasa pengiriman, hingga penggunaan pembayaran digital. Temuan ini menunjukkan bahwa mahasiswa mulai memahami konsep digital entrepreneurship, yaitu pemanfaatan teknologi digital dalam aktivitas bisnis untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan efisiensi usaha. Menurut (Nambisan, 2017), teknologi digital mampu menciptakan peluang baru bagi wirausahawan dalam membangun relasi dengan konsumen, mempercepat arus informasi, dan memperluas akses pasar tanpa dibatasi oleh ruang dan waktu. Pengalaman tersebut menjadi bekal penting bagi mahasiswa dalam menghadapi perubahan pola bisnis pada era digital.

Kegiatan bazar memberikan pengalaman belajar terkait berbagai tantangan yang dihadapi dalam dunia usaha, seperti keterbatasan bahan baku, proses produksi, pengelolaan keuangan, penentuan harga, hingga pencapaian target penjualan. Bahwa individu dalam berwirausaha dengan motivasi berprestasi tinggi cenderung menyukai tantangan, berani mengambil risiko yang diperhitungkan, bertanggung jawab terhadap hasil kerja, dan selalu berupaya mencapai standar yang lebih baik. Pengalaman menghadapi berbagai persoalan usaha selama bazar mendorong mahasiswa untuk belajar mengambil keputusan secara rasional serta mengembangkan ketangguhan dalam berwirausaha. Hasil kegiatan juga menunjukkan bahwa bazar mampu membentuk karakter kewirausahaan mahasiswa. Mahasiswa menjadi lebih percaya diri, kreatif, adaptif, solutif, serta berani mengambil peluang. Temuan ini sejalan dengan pendapat (Meredith, G. G., Nelson, R. E., & Neck, 2002) yang menyebutkan bahwa karakteristik wirausaha meliputi percaya diri, berorientasi pada tugas dan hasil, berani mengambil risiko, memiliki jiwa kepemimpinan, kreatif, inovatif, serta berorientasi ke masa depan. Pengalaman praktik secara langsung terbukti menjadi sarana efektif dalam menginternalisasikan nilai-nilai tersebut kepada mahasiswa. Dengan demikian, kegiatan bazar berbasis kearifan lokal pada mata kuliah Kewirausahaan dan Menciptakan Produk terbukti menjadi media pembelajaran yang efektif dalam mengembangkan kompetensi kewirausahaan mahasiswa. Kegiatan ini berhasil mengintegrasikan pengalaman praktik dengan teori kewirausahaan, menumbuhkan kreativitas dan inovasi melalui pemanfaatan potensi lokal, meningkatkan kemampuan pemasaran konvensional maupun digital, serta membentuk karakter wirausaha yang tangguh, adaptif, dan berorientasi pada pemecahan masalah. Oleh

karena itu, kegiatan bazar perlu dilaksanakan secara berkelanjutan dan dikembangkan pada berbagai program studi sebagai bagian integral dari proses pembelajaran di perguruan tinggi dalam rangka mempersiapkan lulusan yang mampu berkontribusi terhadap peningkatan perekonomian masyarakat melalui pengembangan potensi daerah.

KESIMPULAN

Kegiatan bazar kewirausahaan berbasis kearifan lokal yang dilaksanakan oleh mahasiswa di lingkungan kampus IAIN Kerinci dapat memberikan pengalaman langsung melalui proses pembelajaran bermakna dalam mengaplikasikan teori-teori yang didapatkan di kelas. kegiatan bazar membangun kerjasama melalui penglibatan berbagai macam kegiatan berwirausaha dimulai dari proses menemukan perencanaan dalam menemukan ide apa produk yang akan dikembangkan, bagaimana proses memasarkan, pelaksanaan kegiatan bazar dan proses memberikan pelayanan bagi konsumen, dan evaluasi proses meninjau sejauh mana proses perencanaan dan pelaksanaan terlaksana dengan baik. proses pelaksanaan bazar mampu dijadikan sebagai sarana bagi mahasiswa untuk menemukan, mengembangkan keterampilan dalam menumbuhkan jiwa berwirausaha dan juga mengembangkan keterampilan berkomunikasi, bekerjasama, serta kemampuan dalam memasarkan produk secara langsung dan secara tidak langsung. Proses bazar memberikan hasil yang berkualitas terlihat dari produk yang dipasarkan habis dengan waktu yang singkat. Proses bazar memberikan kontribusi bagi mahasiswa dan masyarakat yang terlibat langsung dimulai dari menemukan ide, membuat produk dan memasarkan melalui pengalaman dan menumbuhkan rasa ingin untuk mengembangkan keterampilan diri dan kreatifitas dalam berwirausaha, proses bazar berbasis kearifan lokal dapat membantu mengenalkan bahan baku lokal yang mesti dikembangkan, serta mampu meningkatkan penjualan dan taraf perekonomian masyarakat berbasis UMKM atau kearifan lokal.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah memberikan kontribusi dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat melalui kegiatan bazar. Ucapan terima kasih secara khusus disampaikan kepada tim perlengkapan IAIN Kerinci telah menyediakan fasilitas kegiatan bazar sebagai kegiatan pengabdian kepada masyarakat dan civitas akademika IAIN Kerinci telah berpartisipasi dalam kelancaran proses bazar sebagai peserta kegiatan. Apresiasi juga diberikan kepada mahasiswa MPI 6A telah bekerja sama dalam merancang dan melaksanakan kegiatan, dimulai dari kegiatan analisis potensi lokal, mempeersipakan produk, serta pelaksanaan kegiatan bazar. Semoga kegiatan ini memberikan manfaat yang berkelanjutan bagi lulusan MPI dan mahasiswa lainnya agar bisa memberikan motivasi dalam mengembangkan keterampilan dalma berwirausaha.

DAFTAR PUSTAKA

- BM, J. S. J. (2022). Urgensi Entrepreneurship Education bagi mahasiswa perguruan Tinggi. *Jurnal Pembangunan Ekonomi Dan Keuangan Daerah*, 23 NO 4.
- Drucker, P. (1996). . *Inovasi Dan Kewiraswastaan*. ERLANGGA.
- Gita Wahyu Ningsih, Y. C. W. (2023). Upaya Menumbuhkan Jiwa Kewirausahaan Melalui Bazar Festival Numerasi di SD Negeri Plumpungrejo 02. *SEWAGATI: Jurnal Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 2 no 4(116–129). <https://doi.org/DOI>: <https://doi.org/10.56910/sewagati.v2i4.1122>
- Hendra Y, dkk. (2025). PRAKTIK KEWIRAUSAHAAN MAHASISWA MELALUI BAZAR CHIPS PLATTER DI UNIVERSITAS BHAYANGKARA. *Krepa: Kreativitas Pada Abdimas*, 6 no 4. <https://doi.org/10.9765/Krepa.V2i8.3784>

- Juwita Wirta Sri Depi, & M. I. (2024). Pendampingan Pembuatan Bazar Usaha Dalam Mata Kuliah Kewirahusahaan Oleh Mahasiswa Universitas Adzkie Di Kota Padang. Risalah: *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1 no 1.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management (15th Global ed.)*.
- Meredith, G. G., Nelson, R. E., & Neck, P. A. (2002). *Kewirausahaan: Teori dan praktik (A. Asparsayogi, Penerj.) Karya asli diterbitkan dengan judul The Practice of Entrepreneurship*. pustaka binaman pressido.
- Nambisan, S. (2017). Digital entrepreneurship: Toward a digital technology perspective of entrepreneurship Entrepreneurship Theory and Practice. *Economy*, 41 no 6, 1029–1055. <https://doi.org/https://doi.org/10.1111/etap.12254>]
- sedyawati e. (2006). *Budaya Indonesia: Kajian arkeologi, seni, dan sejarah*. Raja Grafindo Persada.
- Sulaeman, M. M. (2020). Sosialisasi Kewirausahaan Dalam Upaya Peningkatan UMKM Desa Palangan Kecamatan Karangbinangun Kabupaten Lamongan.”. *Jurnal Abdimas Berdaya : Jurnal Pembelajaran, Pemberdayaan Dan Pengabdian Masyarakat*, 2 no 1.