



Kegiatan Ekspo Kewirausahaan Berbasis *Experiential Learning* sebagai Upaya Penguatan Kompetensi Kewirausahaan Mahasiswa Program Studi Kewirausahaan Fakultas Ekonomi Universitas Pasir Pengaraian

Triyani Capeg Hadmandho¹, Sri Wahyuni²

^{1,2}Universitas Pasir Pengaraian

E-mail: triyani@upp.ac.id

Article History:

Received: 9 Maret 2026

Revised: 28 Maret 2026

Accepted: 31 Maret 2026

Kata kunci: Kewirausahaan, Expo Kewirausahaan, *Experiential Learning*, Inovasi Bisnis

Keywords: BUMDes, freshwater lobster, business management, digital marketing, village economy

Abstrak: Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk membangun ekosistem kewirausahaan yang aplikatif melalui penyelenggaraan Ekspo Kewirausahaan Mahasiswa. Kegiatan ini melibatkan 27 mahasiswa dari Program Studi Kewirausahaan Fakultas Ekonomi Universitas Pasir Pengaraian yang memamerkan 27 jenis usaha di bidang kuliner, fashion, dan jasa. Expo bertujuan untuk melatih keterampilan praktik bisnis mahasiswa secara langsung, meningkatkan kepercayaan diri berwirausaha, serta memperkenalkan produk mahasiswa kepada masyarakat luas. Metode pelaksanaan dilakukan melalui pendekatan *experiential learning* yang menggabungkan perencanaan, pelaksanaan, observasi, dan evaluasi langsung di lapangan. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan kemampuan komunikasi bisnis, kreativitas pemasaran, dan penguatan jejaring mahasiswa dengan masyarakat dan pelaku UMKM lokal. Expo ini juga mendapatkan tanggapan positif dari pengunjung dan menjadi sarana promosi yang efektif. Kegiatan ini diharapkan dapat menjadi program berkelanjutan yang mendukung pencapaian profil lulusan sebagai wirausahawan muda yang inovatif, mandiri, dan kompetitif.

Abstract:

This community service activity aims to build an applicable entrepreneurship ecosystem through the organization of a Student Entrepreneurship Expo. The activity involved 27 students from the Entrepreneurship Study Program, Faculty of Economics, Universitas Pasir Pengaraian, who showcased 27 types of businesses in the culinary, fashion, and service sectors. The expo aims to train students' practical business skills directly, increase entrepreneurial self-confidence, and introduce students' products to the wider community. The implementation method was carried out through an *experiential learning* approach that combines planning, implementation, observation, and direct field evaluation. The results of the activity show improvements in business communication skills, marketing creativity, and the strengthening of student networks with the community and local MSME (micro, small, and medium enterprises) actors. The expo also received positive feedback from visitors and served as an effective promotional platform. This activity is expected to become a sustainable program that supports the achievement of the graduate profile as young entrepreneurs who are innovative, independent, and competitive.



Pendahuluan

Kewirausahaan merupakan salah satu pilar penting dalam pembangunan ekonomi nasional (Suryana, 2016). Dalam konteks pendidikan tinggi, pengembangan jiwa kewirausahaan tidak hanya bertujuan mencetak lulusan yang mampu menciptakan lapangan kerja, tetapi juga membentuk karakter mandiri, kreatif, inovatif, serta adaptif terhadap dinamika perubahan sosial dan ekonomi (Kuratko, 2017). Pemerintah melalui kebijakan Merdeka Belajar – Kampus Merdeka (MBKM) mendorong perguruan tinggi untuk menciptakan ekosistem pembelajaran yang lebih kontekstual, transformatif, dan berdampak nyata, salah satunya melalui integrasi pendidikan kewirausahaan ke dalam kurikulum dan kegiatan berbasis praktik lapangan (Kemdikbud, 2020).

Program Studi Kewirausahaan Fakultas Ekonomi Universitas Pasir Pengaraian memiliki tanggung jawab untuk memfasilitasi mahasiswa dalam mengembangkan potensi dan minat berwirausaha secara terarah dan aplikatif. Mahasiswa tidak hanya dibekali dengan teori dan konsep kewirausahaan di ruang kelas, tetapi juga didorong untuk menciptakan dan mengelola usaha riil sebagai bagian dari proses pembelajaran aktif (Zimmerer *et al.*, 2008). Melalui pendekatan *experiential learning*, mahasiswa belajar dari pengalaman langsung dalam menghadapi tantangan berbisnis, seperti bagaimana memasarkan produk, memahami perilaku konsumen, hingga membangun jaringan usaha (Kolb, 1984).

Kegiatan expo kewirausahaan mahasiswa merupakan salah satu bentuk implementasi pembelajaran berbasis pengalaman (*experiential learning*) yang bertujuan untuk meningkatkan kompetensi kewirausahaan mahasiswa. Kegiatan ini dilaksanakan oleh mahasiswa Program Studi Kewirausahaan Fakultas Ekonomi Universitas Pasir Pengaraian dengan melibatkan 27 gerai usaha yang menampilkan berbagai jenis produk, seperti kuliner, kerajinan, dan produk kreatif lainnya. Metode pelaksanaan meliputi tahap persiapan, pelaksanaan expo, serta evaluasi melalui observasi dan pengumpulan testimoni peserta dan pengunjung.

Hasil kegiatan menunjukkan bahwa setiap gerai usaha mampu menghasilkan rata-rata transaksi sebesar Rp300.000–Rp500.000, sehingga secara keseluruhan mencerminkan adanya aktivitas ekonomi yang cukup baik selama kegiatan berlangsung. Selain itu, hasil evaluasi kualitatif melalui testimoni menunjukkan bahwa seluruh peserta memberikan respons positif terhadap pelaksanaan expo, terutama dalam aspek peningkatan kepercayaan diri, kemampuan komunikasi bisnis, dan pengalaman langsung dalam memasarkan produk.

Dengan demikian, kegiatan expo kewirausahaan berbasis *experiential learning* ini terbukti memberikan dampak positif dalam penguatan kompetensi kewirausahaan mahasiswa, baik dari sisi keterampilan praktis maupun pengalaman berwirausaha secara langsung. Kegiatan ini berpotensi untuk dikembangkan sebagai model pembelajaran aplikatif yang berkelanjutan di lingkungan perguruan tinggi.

Metode Pelaksanaan

Kegiatan dilaksanakan dengan pendekatan *experiential learning*, yaitu pembelajaran berbasis pengalaman nyata (Kolb, 1984). Tahapan kegiatan meliputi:

1. Perencanaan
 - Sosialisasi kegiatan kepada mahasiswa
 - Penentuan jenis usaha dan segmentasi pasar



- Pendampingan dalam perencanaan *booth* dan strategi promosi
- 2. Pelaksanaan Expo
 - Diselenggarakan selama 1 hari penuh di area kampus terbuka
 - Terdapat 27 *booth* yang mewakili 27 mahasiswa dengan bidang usaha kuliner, jasa, dan *fashion*
 - Pengunjung terdiri dari mahasiswa, sivitas akademika, masyarakat sekitar, dan pelaku UMKM lokal
- 3. Observasi dan Evaluasi
 - Pengamatan langsung terhadap aktivitas jual beli
 - Penilaian oleh dosen pembimbing dan mitra tamu undangan
 - Refleksi mahasiswa melalui kuesioner dan laporan akhir
- 4. Teknik Pengumpulan Data
 - Observasi terstruktur: dilakukan oleh dosen pembimbing menggunakan lembar observasi yang memuat indikator kinerja, seperti kemampuan komunikasi, strategi pemasaran, kreativitas produk, dan pelayanan konsumen.
 - Kuesioner: diberikan kepada mahasiswa peserta untuk mengukur persepsi terhadap peningkatan kompetensi kewirausahaan. Instrumen menggunakan skala Likert (1-5) yang mencakup aspek kepercayaan diri, kemampuan pemasaran, dan manajemen usaha.
 - Dokumentasi transaksi: data penjualan diperoleh dari laporan masing-masing booth terkait jumlah transaksi dan omzet yang dihasilkan selama kegiatan.
 - Testimoni: dikumpulkan dari peserta dan pengunjung sebagai data kualitatif pendukung.
- 5. Teknik Analisis Data
 - Analisis deskriptif kuantitatif: digunakan untuk mengolah data kuesioner dan transaksi, dengan menghitung nilai rata-rata, persentase, serta estimasi total omzet kegiatan.
 - Analisis deskriptif kualitatif: digunakan untuk menganalisis hasil observasi dan testimoni, dengan mengelompokkan temuan berdasarkan tema-tema utama seperti peningkatan keterampilan, pengalaman berwirausaha, dan kepuasan peserta.
 - Triangulasi data: dilakukan dengan membandingkan hasil observasi, kuesioner, dan dokumentasi transaksi untuk meningkatkan validitas temuan.

Hasil dan Pembahasan

Pelaksanaan Ekspo Kewirausahaan Mahasiswa dilaksanakan melalui beberapa tahapan yang mengacu pada metode **experiential learning**, yaitu tahap perencanaan, pelaksanaan, serta observasi dan evaluasi. Pada tahap **perencanaan**, dosen memberikan sosialisasi mengenai tujuan kegiatan, mekanisme pelaksanaan, serta indikator penilaian. Mahasiswa kemudian menentukan jenis usaha yang akan dijalankan berdasarkan hasil identifikasi peluang pasar, menyusun konsep produk, menentukan target konsumen, serta merancang strategi promosi dan desain booth. Selama tahap ini, dosen juga melakukan pendampingan untuk memastikan setiap

kelompok memiliki kesiapan dari aspek produk, pemasaran, hingga pelayanan kepada konsumen.

Tahap berikutnya adalah **pelaksanaan expo**, yang diselenggarakan selama satu hari di area terbuka Universitas Pasir Pengaraian. Sebanyak **27 booth** yang mewakili **27 jenis usaha** menampilkan berbagai produk kuliner, fashion, dan jasa. Kegiatan diawali dengan sambutan dan pemberian motivasi kewirausahaan kepada mahasiswa, kemudian dilanjutkan dengan peresmian expo melalui prosesi gunting pita oleh Rektor Universitas Pasir Pengaraian. Setelah pembukaan, seluruh booth mulai beroperasi dan melayani transaksi dengan pengunjung yang berasal dari mahasiswa, sivitas akademika, masyarakat sekitar, serta pelaku UMKM lokal. Selama kegiatan berlangsung, mahasiswa mempraktikkan secara langsung kemampuan menawarkan produk, melakukan komunikasi bisnis, memberikan pelayanan kepada konsumen, serta mengelola transaksi penjualan.

Pada tahap **observasi dan evaluasi**, dosen melakukan pengamatan secara langsung menggunakan lembar observasi terhadap kemampuan komunikasi bisnis, strategi pemasaran, kreativitas produk, pelayanan kepada konsumen, serta pengelolaan transaksi. Selain observasi, evaluasi juga dilakukan melalui dokumentasi omzet penjualan, penyebaran kuesioner kepada peserta, dan pengumpulan testimoni dari mahasiswa maupun pengunjung sebagai bahan refleksi terhadap efektivitas kegiatan.

Hasil pelaksanaan kegiatan menunjukkan bahwa expo memberikan kontribusi nyata terhadap pengembangan keterampilan praktis mahasiswa. Berdasarkan data transaksi, setiap booth mampu menghasilkan rata-rata omzet sebesar **Rp300.000–Rp500.000** selama kegiatan berlangsung. Dengan total **27 booth**, estimasi total omzet kegiatan berada pada kisaran **Rp8.100.000–Rp13.500.000**. Data ini menunjukkan bahwa mahasiswa tidak hanya mampu memasarkan produk, tetapi juga berhasil melakukan transaksi nyata sebagai bagian dari proses pembelajaran kewirausahaan berbasis pengalaman.



Gambar 1. Penyampaian Kata Sambutan dan Motivasi Bisnis



Gambar 2. Gunting Pita dan Peresmian Oleh Rektor UPP



Gambar 3. Foto Booth Mahasiswa pada Expo Kewirausahaan

Dari hasil observasi terstruktur, sebagian besar mahasiswa menunjukkan peningkatan pada aspek komunikasi bisnis, kreativitas pemasaran, dan kemampuan membangun jaringan. Hal ini terlihat dari kemampuan mahasiswa dalam menjelaskan produk, melakukan pendekatan persuasif kepada konsumen, serta mengelola proses transaksi secara langsung. Temuan ini sejalan dengan pendapat Thomas W. Zimmerer *et al.* (2008) dan Donald F. Kuratko (2017) yang menyatakan bahwa kompetensi kewirausahaan berkembang secara optimal melalui pengalaman praktik langsung.



Tabel 1. Ringkasan Hasil Kegiatan Ekpo Kewirausahaan

No	Indikator	Hasil
1.	Jumlah Booth	27 booth
2.	Rata-rata omzet per booth	Rp300.000 – Rp500.000
3.	Estimasi total omzet	Rp8.100.000 – Rp13.500.000
4.	Bidang usaha	Kuliner, jasa, fashion
5.	Respon peserta	100% positif
6.	Keterampilan meningkat	Komunikasi, pemasaran, networking
7.	Soft skills berkembang	Leadership, teamwork, decision making

Tabel 2. Indikator Peningkatan Kompetensi Mahasiswa (Hasil Observasi)

Aspek Kompetensi	Aspek Kompetensi	Aspek Kompetensi
Komunikasi Bisnis	Kemampuan menjelaskan produk	Baik
Pemasaran	strategi promosi langsung	Baik
Networking	Interaksi dengan konsumen	Baik
Manajemen Usaha	Pengelolaan transaksi	Baik
Adaptasi	Respon terhadap permintaan pasar	Baik

Respons pengunjung terhadap kegiatan ini juga sangat positif. Tingginya tingkat partisipasi dan aktivitas pembelian menjadi indikator bahwa expo mampu menarik minat pasar. Selain itu, hasil testimoni menunjukkan bahwa 100% peserta memberikan respons positif terhadap kegiatan, terutama dalam aspek peningkatan kepercayaan diri dan pengalaman berwirausaha. Kondisi ini memperkuat temuan bahwa expo berperan sebagai sarana efektif dalam membangun *brand awareness* serta memperkenalkan produk mahasiswa kepada masyarakat, sebagaimana dikemukakan oleh Suryana (2016).

Dari sisi pengembangan *soft skills*, kegiatan ini memberikan dampak signifikan terhadap kemampuan *leadership*, kerja tim, dan pengambilan keputusan. Mahasiswa menunjukkan kemampuan adaptif dalam menghadapi dinamika pasar, seperti keterbatasan stok dan perubahan permintaan konsumen. Beberapa strategi yang diterapkan meliputi pemberian diskon, bundling produk, dan promosi langsung di lokasi expo. Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa mampu menerapkan konsep pemasaran secara kontekstual dan responsif.

Selain itu, kegiatan expo mendorong munculnya kolaborasi antarmahasiswa, seperti berbagi booth, *co-branding*, dan promosi silang antarproduk. Fenomena ini mencerminkan terbentuknya ekosistem pembelajaran bisnis yang integratif dan kolaboratif. Temuan ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menekankan pentingnya pembelajaran kolaboratif dalam meningkatkan keberhasilan wirausaha pemula.

Dari perspektif akademik, kegiatan ini juga memberikan umpan balik penting bagi dosen

dalam mengevaluasi efektivitas metode pembelajaran berbasis proyek. Data empiris yang diperoleh, baik berupa transaksi maupun hasil evaluasi, menunjukkan bahwa pendekatan pembelajaran berbasis pengalaman lebih efektif dibandingkan metode konvensional. Hal ini sesuai dengan teori *experiential learning* yang dikemukakan oleh David A. Kolb (1984), yang menekankan bahwa pengalaman langsung merupakan kunci dalam proses pembelajaran yang bermakna.

Lebih lanjut, kegiatan ini membuka peluang kolaborasi antara mahasiswa dan pelaku UMKM lokal sebagai bagian dari pengembangan ekosistem kewirausahaan daerah. Dengan adanya interaksi langsung antara mahasiswa dan pelaku usaha, kegiatan ini berpotensi menjadi model sinergi berkelanjutan dalam penguatan ekonomi lokal berbasis pendidikan tinggi.



Gambar 4. Foto Bersama Pengunjung Expo Kewirausahaan Kesimpulan

Kesimpulan

Expo Kewirausahaan Mahasiswa terbukti menjadi media penguatan keterampilan bisnis yang efektif bagi mahasiswa Program Studi Kewirausahaan. Kegiatan Expo Kewirausahaan Mahasiswa terbukti efektif dalam meningkatkan kompetensi kewirausahaan mahasiswa, baik dari aspek keterampilan teknis (komunikasi bisnis, pemasaran, dan pengelolaan usaha) maupun *soft skills* (kepercayaan diri, kerja tim, dan kemampuan adaptasi). Penerapan pendekatan *experiential learning* memungkinkan mahasiswa memperoleh pengalaman langsung dalam menghadapi pasar riil, yang berdampak pada penguatan kesiapan berwirausaha.

Secara praktis, kegiatan ini menghasilkan output ekonomi nyata dengan adanya transaksi penjualan serta memperoleh respons positif dari peserta dan pengunjung. Selain itu, expo



berkontribusi dalam menjembatani interaksi antara dunia akademik dengan masyarakat dan pelaku UMKM lokal.

Kebaruan (*novelty*) dari kegiatan ini terletak pada integrasi pembelajaran berbasis pengalaman dengan praktik bisnis langsung melalui expo sebagai media pembelajaran aplikatif. Secara akademik, kegiatan ini memberikan model pembelajaran kewirausahaan yang kontekstual dan terukur, sementara secara praktis berkontribusi dalam penguatan ekosistem kewirausahaan lokal.

Pengakuan/Acknowledgements

Penulis mengucapkan terima kasih kepada pimpinan Fakultas Ekonomi Universitas Pasir Pengaraian, seluruh dosen yang hadir, mahasiswa peserta expo, serta para pengunjung dan mitra UMKM yang telah berpartisipasi aktif dalam kegiatan ini. Kegiatan ini tidak akan berhasil tanpa dukungan kolaboratif semua pihak.

Daftar Referensi

- Kuratko, D. F. (2017). *Entrepreneurship: Theory, Process, and Practice* (10th ed.). Cengage Learning.
- Kolb, D. A. (1984). *Experiential Learning: Experience as the Source of Learning and Development*. Prentice Hall.
- Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia. (2020). *Panduan Merdeka Belajar - Kampus Merdeka*.
- Zimmerer, T. W., Scarborough, N. M., & Wilson, D. (2008). *Essentials of Entrepreneurship and Small Business Management*. Pearson Education.
- Suryana. (2016). *Kewirausahaan: Kiat dan Proses Menuju Sukses*. Salemba Empat.
- Drucker, P. F. (1985). *Innovation and Entrepreneurship*. Harper & Row.
- Hisrich, R. D., Peters, M. P., & Shepherd, D. A. (2017). *Entrepreneurship* (10th ed.). McGraw-Hill Education.
- Robbins, S. P., & Coulter, M. (2018). *Management* (14th ed.). Pearson.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.
- Bandura, A. (1997). *Self-efficacy: The Exercise of Control*. W.H. Freeman.
- Fayolle, A., & Gailly, B. (2015). The impact of entrepreneurship education on entrepreneurial attitudes and intention. *Journal of Small Business Management*, 53(1), 75–93.
- Neck, H. M., Greene, P. G., & Brush, C. G. (2014). *Teaching Entrepreneurship: A Practice-Based Approach*. Edward Elgar Publishing.
- Rae, D. (2006). Entrepreneurial learning: A conceptual framework for technology-based enterprise. *Technology Analysis & Strategic Management*, 18(1), 39–56.
- Gibb, A. (2002). In pursuit of a new 'enterprise' and 'entrepreneurship' paradigm for learning. *International Journal of Management Reviews*, 4(3), 233–269.
- Wibowo, A. (2011). Pendidikan kewirausahaan: Konsep dan strategi. *Pustaka Pelajar*.



- Alma, B. (2013). *Kewirausahaan untuk Mahasiswa dan Umum*. Alfabeta.
- Linan, F., & Chen, Y. W. (2009). Development and cross-cultural application of a specific instrument to measure entrepreneurial intentions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33(3), 593–617.
- OECD. (2019). *SME and Entrepreneurship Outlook 2019*. OECD Publishing.