

Balok Lumer Mania: Inovasi Kuliner Dalam Meningkatkan Jiwa Kewirausahaan Mahasiswa

¹⁾Riswandi*, ²⁾Muh. Fadil M, ³⁾Ikhfa Warahma, ⁴⁾Muh. Sulfikar, ⁵⁾Rahmat Ilahi

^{1,2,3,4,5)}Pendidikan Jasmani, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Sembilanbelas November Kolaka, Kolaka, Indonesia

Email Corresponding Author: riswandiwardi882@gmail.com*

INFORMASI ARTIKEL	ABSTRAK
Kata Kunci: Kewirausahaan Mahasiswa Kemitraan Umkm Kepuasan Konsumen Pemasaran Kuliner Pembelajaran Berbasis Pengalaman	Pengembangan kewirausahaan mahasiswa membutuhkan kegiatan yang memberikan pengalaman langsung dalam mengelola usaha sehingga mahasiswa tidak hanya memahami konsep secara teoritis, tetapi juga mampu menerapkannya dalam situasi nyata. Permasalahan yang menjadi perhatian dalam kegiatan ini adalah terbatasnya pengalaman mahasiswa dalam mengelola usaha serta perlunya perluasan promosi dan pemasaran produk UMKM mitra. Kegiatan Balok Lumer Mania dilaksanakan sebagai bagian dari Entrepreneurship Partnership Challenge melalui kemitraan dengan UMKM Balok Lumer Kolaka. Kegiatan bertujuan memberikan pengalaman praktik kewirausahaan kepada mahasiswa sekaligus membantu memperluas jangkauan pemasaran produk mitra. Metode yang digunakan adalah pendekatan partisipatif dan kolaboratif melalui tahapan identifikasi kebutuhan, koordinasi, persiapan, produksi, pengemasan, pemasaran, pelayanan konsumen, pencatatan transaksi, dan evaluasi. Kegiatan dilaksanakan pada 17–18 Juni 2026 di Lapangan Voli Kampus Universitas Sembilanbelas November Kolaka. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa program menjangkau sekitar 200 pengunjung, memperoleh 100 konsumen, dan menghasilkan penjualan sebanyak 200 porsi. Modal sebesar Rp3.000.000 menghasilkan omzet Rp4.000.000 dan laba bersih Rp1.000.000. Tingkat kepuasan konsumen mencapai 89,7% terhadap produk dan 89,8% terhadap pelayanan. Kegiatan memberikan pengalaman kepada mahasiswa dalam produksi, pemasaran, pelayanan konsumen, pencatatan transaksi, kerja sama tim, dan pengambilan keputusan. Kegiatan ini menunjukkan bahwa praktik usaha kuliner melalui kemitraan UMKM dapat menjadi media pembelajaran berbasis pengalaman sekaligus mendukung pengembangan potensi pemasaran produk mitra.
Keywords: Culinary Marketing Experiential Learning MSME Partnership Student Entrepreneurship Consumer Satisfaction	ABSTRACT The development of student entrepreneurship requires activities that provide direct experience in managing a business so that students can apply entrepreneurial concepts in real situations. The main problems addressed in this activity were the limited practical experience of students in managing businesses and the need to expand the promotion and marketing of partner products. Balok Lumer Mania was implemented as part of the Entrepreneurship Partnership Challenge through a partnership with Balok Lumer Kolaka Micro, Small, and Medium Enterprise. The activity aimed to provide students with practical entrepreneurial experience while expanding the marketing reach of the partner's products. A participatory and collaborative approach was applied through needs identification, coordination, preparation, production, packaging, marketing, customer service, transaction recording, and evaluation. The activity was conducted on June 17–18, 2026, at the Volleyball Court of Universitas Sembilanbelas November Kolaka. The results showed that the program reached approximately 200 visitors, involved 100 consumers, and generated sales of 200 portions. With an initial capital of IDR 3,000,000, the activity generated IDR 4,000,000 in revenue and IDR 1,000,000 in net profit. Consumer satisfaction reached 89.7% for the product and 89.8% for the service. The activity provided students with practical experience in production, marketing, customer service, transaction management, teamwork, and decision-making. These findings indicate that culinary business practice through an MSME partnership can serve as experiential learning media while supporting the marketing potential of partner products.

This is an open access article under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.



I. PENDAHULUAN

Kewirausahaan merupakan salah satu kompetensi yang penting dikembangkan pada mahasiswa karena berkaitan dengan kemampuan mengenali peluang, menghasilkan gagasan, mengambil keputusan, mengelola sumber daya, dan menciptakan nilai. Perguruan tinggi memiliki posisi strategis dalam membentuk kompetensi tersebut melalui proses pembelajaran yang tidak hanya memberikan pengetahuan, tetapi juga memberikan pengalaman yang memungkinkan mahasiswa terlibat dalam aktivitas kewirausahaan secara nyata. Dalam konteks pendidikan tinggi di Indonesia, perkembangan pendidikan kewirausahaan telah meningkat, tetapi penerapan pendekatan yang bersifat praktis dan berbasis pengalaman masih perlu terus diperkuat ([Amalia & von Korfflesch, 2021](#); [Maritz et al., 2022](#)). Kajian mengenai pendidikan kewirausahaan di Indonesia menunjukkan bahwa pembelajaran berbasis pengalaman dan kegiatan pendampingan merupakan pendekatan yang semakin berkembang dalam pendidikan kewirausahaan di perguruan tinggi.

Pembelajaran kewirausahaan berbasis pengalaman memberikan kesempatan kepada mahasiswa untuk belajar melalui keterlibatan langsung dalam aktivitas usaha. Pendekatan tersebut berbeda dengan pembelajaran yang hanya menempatkan mahasiswa sebagai penerima materi karena mahasiswa dapat mengalami proses pengambilan keputusan, menghadapi permasalahan, berinteraksi dengan konsumen, dan melakukan evaluasi terhadap hasil kegiatan. Tinjauan sistematis mengenai experiential learning dalam pendidikan kewirausahaan menunjukkan bahwa pendekatan belajar melalui pengalaman dapat memberikan dampak positif terhadap pengembangan keterampilan, kompetensi, dan intensi kewirausahaan mahasiswa ([Motta & Galina, 2023](#)).

Sejalan dengan hal tersebut, [Carpenter dan Wilson \(2022\)](#) melalui systematic review menemukan bahwa program kewirausahaan yang bersifat experiential dan kegiatan ekstrakurikuler di perguruan tinggi memberikan bukti positif terhadap sejumlah hasil pembelajaran kewirausahaan. Namun, penelitian dalam bidang pendidikan kewirausahaan masih menghadapi persoalan berupa keterbatasan desain evaluasi dan kurangnya program yang mendeskripsikan secara rinci proses pembelajaran yang dilaksanakan.

Pendekatan learning-by-doing juga menunjukkan relevansi yang kuat dalam pengembangan kewirausahaan mahasiswa. [Colombelli et al. \(2022\)](#) menunjukkan bahwa pembelajaran kewirausahaan berbasis aktivitas dapat digunakan untuk mengembangkan karakteristik, sikap, self-efficacy, kreativitas, literasi keuangan, kemampuan merencanakan, dan kerja sama mahasiswa. Sementara itu, challenge-based learning juga dilaporkan memberikan pengaruh positif terhadap entrepreneurial mindset dan keterampilan mahasiswa, termasuk kreativitas, perencanaan, dan literasi keuangan ([Colombelli et al., 2022](#)).

Penelitian di Indonesia juga menunjukkan bahwa pendidikan kewirausahaan berkaitan dengan perkembangan keterampilan kewirausahaan mahasiswa. [Purmono \(2023\)](#) menunjukkan adanya hubungan antara pendidikan kewirausahaan dan keterampilan kewirausahaan mahasiswa pendidikan tinggi di Indonesia. Penelitian lain menunjukkan bahwa pendidikan kewirausahaan berkaitan dengan entrepreneurial intention mahasiswa Indonesia ([Widjaja et al., 2022](#); [Astuti & Anindya Putri, 2023](#)).

Selain pendidikan kewirausahaan, kreativitas dan inovasi merupakan komponen penting dalam pengembangan usaha. [Suparno et al. \(2024\)](#) menemukan bahwa pendidikan kewirausahaan berpengaruh positif terhadap kreativitas dan inovasi produk mahasiswa Indonesia. Temuan tersebut menunjukkan pentingnya kegiatan kewirausahaan yang memberikan ruang kepada mahasiswa untuk mengembangkan ide, mengelola produk, dan memahami kebutuhan pasar.

Permasalahan yang muncul adalah masih terdapat kesenjangan antara pengetahuan kewirausahaan yang diperoleh mahasiswa dengan pengalaman menjalankan usaha secara langsung. Mahasiswa membutuhkan ruang untuk menerapkan pengetahuan dalam aktivitas nyata, sedangkan UMKM juga membutuhkan dukungan dalam memperluas promosi dan pemasaran. Oleh karena itu, diperlukan model kegiatan yang menghubungkan mahasiswa dengan pelaku usaha melalui kegiatan praktik langsung.

Kegiatan Balok Lumer Mania dikembangkan untuk menjawab kesenjangan tersebut melalui kemitraan dengan UMKM Balok Lumer Kolaka. Kegiatan ini memiliki keunikan karena mahasiswa tidak hanya melakukan promosi produk, tetapi terlibat dalam rangkaian pengelolaan usaha yang meliputi persiapan, produksi, pengemasan, pemasaran, pelayanan konsumen, pencatatan transaksi, dan evaluasi.

Produk kuliner dipilih karena memiliki peluang untuk dipasarkan di lingkungan kampus. Dalam bisnis kuliner, kualitas produk dan pelayanan merupakan aspek penting yang dapat memengaruhi kepuasan konsumen. Penelitian mengenai industri kuliner di Indonesia menunjukkan bahwa kualitas makanan dan kualitas pelayanan berkaitan dengan kepuasan konsumen.

Kebaruan kegiatan ini terletak pada integrasi antara praktik kewirausahaan mahasiswa, kemitraan dengan UMKM kuliner, pemasaran langsung di lingkungan perguruan tinggi, pencatatan capaian ekonomi, dan evaluasi kepuasan konsumen. Dengan pendekatan tersebut, kegiatan tidak hanya berorientasi pada penjualan produk, tetapi juga pada proses pembelajaran mahasiswa dan dukungan terhadap pemasaran UMKM.

Berdasarkan uraian tersebut, permasalahan utama kegiatan adalah terbatasnya pengalaman praktik mahasiswa dalam mengelola usaha serta perlunya perluasan promosi dan pemasaran produk UMKM mitra. Kegiatan ini bertujuan memberikan pengalaman langsung kepada mahasiswa dalam pengelolaan usaha kuliner sekaligus membantu memperluas jangkauan pemasaran produk UMKM Balok Lumer Kolaka. Kontribusi kegiatan diharapkan dapat memperkuat keterampilan kewirausahaan mahasiswa dan memberikan manfaat ekonomi serta pemasaran bagi mitra.

II. ANALISIS SITUASI DAN PERMASALAHAN MITRA

UMKM Balok Lumer Kolaka merupakan mitra dalam kegiatan Balok Lumer Mania yang bergerak pada bidang usaha kuliner. Produk Balok Lumer memiliki karakteristik sebagai produk makanan yang dapat dikembangkan melalui variasi rasa, tampilan, pengemasan, dan strategi pemasaran. Lingkungan kampus menjadi salah satu ruang yang potensial untuk memperkenalkan produk kepada mahasiswa dan masyarakat.

Berdasarkan identifikasi kebutuhan sebelum kegiatan, terdapat dua permasalahan utama yang menjadi dasar pelaksanaan program. Permasalahan pertama berkaitan dengan keterbatasan pengalaman mahasiswa dalam menjalankan usaha secara langsung. Mahasiswa membutuhkan pengalaman dalam menjalankan proses produksi, pengemasan, pemasaran, pelayanan, pencatatan transaksi, dan evaluasi usaha.

Permasalahan kedua berkaitan dengan kebutuhan mitra untuk memperluas promosi dan jangkauan pemasaran produk. Pemasaran melalui kegiatan kampus memberikan kesempatan kepada mitra untuk memperkenalkan produk kepada konsumen baru dan memperoleh tanggapan secara langsung.

Kedua permasalahan tersebut memiliki hubungan yang saling mendukung. Mahasiswa memperoleh ruang praktik kewirausahaan, sedangkan UMKM memperoleh dukungan promosi dan pemasaran. Model kemitraan tersebut sesuai dengan perkembangan pendidikan kewirausahaan yang semakin menekankan pengalaman, pendampingan, dan keterlibatan mahasiswa dalam lingkungan usaha nyata.

Prioritas penyelesaian diarahkan pada penguatan pengalaman kewirausahaan mahasiswa dan perluasan pemasaran produk mitra. Pemilihan kedua masalah tersebut didasarkan pada kebutuhan untuk menghubungkan proses pembelajaran mahasiswa dengan aktivitas ekonomi nyata.



Gambar 1. Kondisi UMKM dan produk Balok Lumer sebelum kegiatan



Gambar 2. Lokasi pelaksanaan kegiatan Balok Lumer Mania

Dokumentasi kondisi awal perlu digunakan untuk memperlihatkan situasi nyata mitra dan menjadi pembandingan terhadap kondisi setelah program dilaksanakan.

III. METODE PELAKSANAAN

1. Lokasi dan Waktu Pelaksanaan

Kegiatan Balok Lumer Mania dilaksanakan pada 17–18 Juni 2026 di Lapangan Voli Kampus Universitas Sembilanbelas November Kolaka. Lokasi dipilih karena berada dalam lingkungan perguruan tinggi yang memiliki aktivitas mahasiswa dan masyarakat sehingga mendukung kegiatan promosi dan pemasaran produk kuliner.

2. Sasaran atau Mitra Pengabdian

Mitra kegiatan adalah UMKM Balok Lumer Kolaka, sedangkan mahasiswa berperan sebagai pelaksana kegiatan. Empat Mahasiswa terlibat dalam persiapan, produksi, pengemasan, pemasaran, pelayanan konsumen, pencatatan transaksi, dan evaluasi.

Konsumen yang melakukan pembelian produk selama kegiatan menjadi responden dalam evaluasi kepuasan konsumen.

3. Tahapan Pelaksanaan Kegiatan

Tahapan kegiatan disusun sebagai berikut:

a. Identifikasi Kebutuhan

Identifikasi dilakukan untuk mengetahui kebutuhan mahasiswa dalam memperoleh pengalaman kewirausahaan dan kebutuhan UMKM dalam memperluas promosi serta pemasaran produk.

b. Koordinasi dengan Mitra

Koordinasi dilakukan bersama UMKM Balok Lumer Kolaka untuk menentukan produk, pembagian tugas, kebutuhan bahan dan peralatan, mekanisme pemasaran, serta teknis pelaksanaan kegiatan.

c. Persiapan

Persiapan mencakup penyusunan rencana kegiatan, pembagian tugas, penyediaan bahan, peralatan, kemasan, lokasi penjualan, dan media promosi.

d. Produksi

Mahasiswa bersama mitra melakukan proses produksi produk Balok Lumer dengan memperhatikan kebersihan, kualitas, rasa, dan kesiapan produk untuk dipasarkan.

e. Pengemasan

Produk dikemas dengan memperhatikan kebersihan, kerapian, keamanan produk, dan daya tarik visual sehingga dapat meningkatkan nilai produk ketika ditawarkan kepada konsumen.

f. Pemasaran

Pemasaran dilakukan secara langsung di lokasi kegiatan. Mahasiswa menawarkan produk, menjelaskan produk kepada konsumen, menerima pesanan, dan melakukan transaksi.

g. Pelayanan Konsumen

Mahasiswa memberikan pelayanan kepada konsumen selama proses pembelian. Aktivitas ini menjadi sarana untuk melatih komunikasi, keramahan, ketepatan pelayanan, dan kemampuan menghadapi konsumen.

h. Pencatatan Transaksi

Setiap transaksi dicatat untuk mengetahui jumlah produk terjual, omzet, modal, dan laba bersih.

i. Evaluasi Kepuasan

Konsumen diberikan kuesioner setelah melakukan pembelian. Kuesioner digunakan untuk mengetahui tanggapan konsumen terhadap produk dan pelayanan.

j. Evaluasi dan Tindak Lanjut

Hasil penjualan, kepuasan konsumen, dan pengalaman mahasiswa dievaluasi sebagai dasar perbaikan kegiatan berikutnya.

4. Materi, Media, dan Teknologi yang Digunakan

Materi kegiatan meliputi pengelolaan usaha kuliner, produksi, pengemasan, pemasaran, pelayanan konsumen, pencatatan transaksi, dan evaluasi kepuasan.

Media yang digunakan berupa produk Balok Lumer, kemasan, media promosi, alat transaksi, dan perangkat dokumentasi.

5. Instrumen dan Teknik Pengumpulan Data

Instrumen yang digunakan meliputi:

- a. lembar observasi kegiatan;
- b. dokumentasi;
- c. catatan jumlah pengunjung;
- d. catatan jumlah konsumen;
- e. catatan jumlah produk terjual;
- f. catatan modal dan omzet;
- g. catatan laba bersih;
- h. kuesioner kepuasan konsumen.

Data diperoleh melalui observasi, dokumentasi, pencatatan transaksi, dan penyebaran kuesioner kepada konsumen.

6. Indikator Keberhasilan

Tabel 1. Indikator keberhasilan kegiatan

NO	Indikator	Capaian
1.	Pengunjung	±200 orang
2.	Konsumen	100 orang
3.	Produk terjual	200 porsi
4.	Modal	Rp3.000.00
5.	Omzet	Rp4.000.000
6.	Laba bersih	Rp1.000.000
7.	Kepuasan produk	89,7%
8.	Kepuasan pelayanan	89,8%

Tabel 1 menunjukkan bahwa indikator keberhasilan mencakup aspek jangkauan kegiatan, capaian ekonomi, dan kepuasan konsumen. Indikator tersebut digunakan untuk menilai keberhasilan program secara lebih menyeluruh sehingga keberhasilan tidak hanya dilihat dari jumlah penjualan, tetapi juga dari respons konsumen dan pengalaman mahasiswa.

7. Teknik Analisis Data

Data penjualan dianalisis secara deskriptif berdasarkan jumlah produk terjual, modal, omzet, dan laba bersih. Data kepuasan konsumen dianalisis menggunakan persentase dengan rumus:

$$P = (\text{Skor yang diperoleh} / \text{Skor maksimal}) \times 100\%$$

Keterangan:

P = persentase kepuasan;

Skor yang diperoleh = jumlah skor yang diperoleh responden;

Skor maksimal = jumlah skor tertinggi yang dapat diperoleh responden.

8. Evaluasi dan Keberlanjutan Program

Evaluasi dilakukan melalui analisis capaian ekonomi, tingkat kepuasan konsumen, keterlibatan mahasiswa, dan proses pelaksanaan kegiatan. Keberlanjutan program diarahkan melalui kerja sama lanjutan antara mahasiswa dan UMKM dalam promosi, pengembangan produk, pemasaran digital, dan evaluasi konsumen.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Pelaksanaan Kegiatan

Kegiatan Balok Lumer Mania dilaksanakan pada 17–18 Juni 2026 di Lapangan Voli Kampus Universitas Sembilanbelas November Kolaka. Kegiatan melibatkan mahasiswa dan UMKM Balok Lumer Kolaka dalam proses pengelolaan usaha kuliner.

Tahap awal kegiatan dilakukan melalui persiapan bahan, peralatan, kemasan, lokasi, dan pembagian tugas. Setelah persiapan selesai, mahasiswa bersama mitra melakukan produksi dan pengemasan produk.



Gambar 3. Proses persiapan dan produksi produk Balok Lumer

Setelah produk siap, mahasiswa melakukan pemasaran langsung kepada pengunjung. Mahasiswa menawarkan produk, menerima pesanan, melayani konsumen, dan mencatat transaksi



Gambar 4. Proses pemasaran dan pelayanan konsumen

Keterlibatan mahasiswa dalam berbagai aktivitas tersebut menunjukkan penerapan pembelajaran berbasis pengalaman. Mahasiswa memperoleh kesempatan untuk belajar melalui aktivitas nyata dan menghadapi kondisi usaha secara langsung. Hal tersebut sesuai dengan temuan Motta dan Galina (2023) bahwa experiential learning dapat mendukung pengembangan kompetensi dan keterampilan kewirausahaan.

2. Hasil Kegiatan

Kegiatan Balok Lumer Mania berhasil menjangkau sekitar 200 pengunjung selama dua hari pelaksanaan. Dari jumlah tersebut terdapat 100 konsumen yang melakukan pembelian dengan jumlah produk terjual sebanyak 200 porsi.

Tabel 2. Capaian pelaksanaan kegiatan

No	Komponen	Hasil
1.	Pengunjung	±200 orang
2.	Konsumen	100 orang
3.	Produk terjual	200 porsi
4.	Durasi kegiatan	2 hari

Berdasarkan Tabel 2, kegiatan berhasil menjangkau pengunjung dalam jumlah yang cukup besar dan menghasilkan transaksi dari 100 konsumen. Jumlah tersebut menunjukkan bahwa lingkungan kampus dapat menjadi ruang pemasaran yang potensial untuk produk kuliner.

Dari aspek ekonomi, kegiatan menggunakan modal sebesar Rp3.000.000 dan menghasilkan omzet sebesar Rp4.000.000 dengan laba bersih sebesar Rp1.000.000.

Tabel 3. Capaian ekonomi kegiatan

No	Komponen	Nilai
1.	Modal	Rp3.000.000
2.	Omzet	Rp4.000.000
3.	Laba bersih	Rp1.000.000

Tabel 3 menunjukkan adanya capaian ekonomi positif selama kegiatan berlangsung. Bagi mahasiswa, pencatatan modal, omzet, dan laba memberikan pengalaman dalam memahami pengelolaan keuangan usaha secara sederhana.

Evaluasi kepuasan konsumen menunjukkan bahwa kepuasan terhadap produk mencapai 89,7%, sedangkan kepuasan terhadap pelayanan mencapai 89,8%.

Tabel 4. Tingkat kepuasan konsumen

No	Aspek	Persentase
1.	Produk	89,7%
2.	Pelayanan	89,8%

Tabel 4 menunjukkan bahwa kedua aspek memperoleh tingkat kepuasan yang tinggi. Kepuasan produk sebesar 89,7% menunjukkan penerimaan positif terhadap produk, sedangkan nilai 89,8% pada pelayanan menunjukkan bahwa konsumen juga memberikan respons positif terhadap proses pelayanan.

Temuan tersebut sejalan dengan penelitian pada sektor kuliner yang menunjukkan bahwa kualitas makanan dan pelayanan merupakan faktor penting dalam membentuk kepuasan konsumen.

3. Luaran Pengabdian

Luaran kegiatan Balok Lumer Mania meliputi:

- terlaksananya praktik usaha kuliner mahasiswa;
- terselenggaranya kemitraan mahasiswa dengan UMKM Balok Lumer Kolaka;
- produk Balok Lumer yang dipasarkan kepada konsumen;
- peningkatan jangkauan promosi produk mitra;
- pengalaman mahasiswa dalam pengelolaan usaha;
- data penjualan dan capaian ekonomi;
- data kepuasan konsumen;
- dokumentasi kegiatan;
- artikel ilmiah sebagai luaran publikasi pengabdian kepada masyarakat.

Kegiatan tersebut memberikan luaran yang mencakup aspek pembelajaran, ekonomi, pemasaran, dan publikasi.

4. Pembahasan

a. Ketercapaian Tujuan Kegiatan

Tujuan kegiatan untuk memberikan pengalaman kewirausahaan kepada mahasiswa telah tercapai melalui keterlibatan langsung mahasiswa dalam berbagai aktivitas usaha. Mahasiswa tidak hanya berperan dalam penjualan, tetapi juga terlibat dalam persiapan, produksi, pengemasan, pelayanan, pencatatan transaksi, dan evaluasi.

Pembelajaran berbasis pengalaman menjadi pendekatan yang relevan karena mahasiswa memperoleh pengetahuan melalui proses melakukan, mengalami, dan mengevaluasi kegiatan. Motta dan Galina (2023) menemukan bahwa experiential learning memiliki kontribusi terhadap pengembangan keterampilan dan kompetensi kewirausahaan.

b. Efektivitas Pendekatan Partisipatif

Pendekatan partisipatif memungkinkan mahasiswa berperan aktif dalam kegiatan. Mahasiswa belajar mengelola aktivitas usaha berdasarkan situasi yang mereka hadapi selama kegiatan. Pendekatan tersebut sejalan dengan penelitian Colombelli et al. (2022) mengenai learning-by-doing dan challenge-based learning yang menunjukkan bahwa aktivitas berbasis pengalaman dapat mendukung perkembangan keterampilan kewirausahaan mahasiswa.

c. Pengembangan Kompetensi Kewirausahaan

Pengalaman yang diperoleh mahasiswa meliputi komunikasi dengan konsumen, pemasaran, kerja sama, pengelolaan transaksi, dan pengambilan keputusan. Kompetensi tersebut penting karena kewirausahaan

tidak hanya membutuhkan pengetahuan, tetapi juga kemampuan menerapkan pengetahuan dalam situasi nyata.

Purmono (2023) menunjukkan bahwa pendidikan kewirausahaan berkaitan dengan pengembangan entrepreneurial skills mahasiswa Indonesia. Temuan tersebut mendukung pentingnya kegiatan yang memberikan kesempatan kepada mahasiswa untuk mengembangkan keterampilan melalui aktivitas kewirausahaan.

d. **Capaian Ekonomi**

Capaian omzet sebesar Rp4.000.000 dan laba bersih Rp1.000.000 menunjukkan bahwa produk Balok Lumer memiliki peluang untuk dipasarkan di lingkungan kampus. Capaian tersebut juga memberikan pengalaman kepada mahasiswa mengenai hubungan antara modal, penjualan, omzet, dan keuntungan.

Namun, capaian ekonomi dalam kegiatan dua hari belum dapat digunakan untuk menyatakan bahwa usaha telah memiliki keberlanjutan jangka panjang. Evaluasi lanjutan diperlukan untuk mengetahui konsistensi penjualan, pembelian ulang, perkembangan pelanggan, dan keuntungan dalam periode yang lebih panjang.

e. **Kepuasan Konsumen**

Kepuasan konsumen terhadap produk mencapai 89,7%, sedangkan pelayanan mencapai 89,8%. Nilai tersebut menunjukkan respons positif konsumen terhadap kegiatan.

Dalam konteks usaha kuliner, kualitas produk, pelayanan, harga, kebersihan, dan pengalaman konsumen merupakan aspek yang perlu diperhatikan. Penelitian pada bisnis kuliner menunjukkan bahwa kualitas makanan dan kualitas pelayanan memiliki hubungan dengan kepuasan konsumen.

f. **Inovasi dan Potensi Produk**

Balok Lumer Mania tidak hanya berorientasi pada penjualan makanan, tetapi juga menempatkan produk kuliner sebagai media pembelajaran inovasi dan kewirausahaan. Suparno et al. (2024) menunjukkan bahwa pendidikan kewirausahaan berkaitan dengan kreativitas dan inovasi produk mahasiswa Indonesia. Oleh karena itu, keterlibatan mahasiswa dalam pengembangan dan pemasaran produk dapat menjadi ruang untuk melatih kreativitas dan kemampuan melihat peluang pasar.

g. **Kontribusi terhadap Permasalahan Mitra**

Kegiatan memberikan kontribusi terhadap permasalahan mitra melalui pemasaran produk di lingkungan kampus. Pada saat yang sama, mahasiswa memperoleh pengalaman nyata dalam menjalankan usaha.

Model kemitraan seperti ini sejalan dengan perkembangan pendidikan kewirausahaan di Indonesia yang semakin menekankan pengalaman, pendampingan, dan hubungan dengan lingkungan bisnis ([Maritz et al., 2022](#)).

5. Evaluasi Keberhasilan Program

Evaluasi keberhasilan program dilakukan berdasarkan capaian kegiatan, ekonomi, dan kepuasan konsumen.

Tabel 5. Evaluasi keberhasilan program

Indikator	Hasil	Interpretasi
Pengunjung	±200 orang	Jangkauan kegiatan tercapai
Konsumen	100 orang	Terjadi penerimaan produk
Produk terjual	200 porsi	Capaian penjualan positif
Omzet	Rp4.000.000	Capaian ekonomi positif
Laba bersih	Rp1.000.000	Usaha menghasilkan keuntungan
Kepuasan produk	89,7%	Respons positif
Kepuasan pelayanan	89,8%	Respons positif

Berdasarkan Tabel 5, kegiatan menunjukkan capaian positif pada indikator ekonomi dan kepuasan konsumen. Selain itu, keterlibatan mahasiswa dalam proses kegiatan menunjukkan tercapainya aspek pembelajaran berbasis praktik.

6. Faktor Pendukung dan Kendala

Faktor pendukung kegiatan meliputi kerja sama antara mahasiswa dan UMKM mitra, ketersediaan produk, dukungan lokasi kampus, keterlibatan mahasiswa, serta adanya konsumen yang dapat memberikan respons langsung terhadap produk dan pelayanan.

Kendala yang perlu menjadi perhatian dalam kegiatan usaha yaitu dengan banyaknya pengunjung pengaturan pembagian tugas, pengelolaan transaksi, koordinasi selama kegiatan, dan konsistensi pelayanan tidak beraturan sehingga tim kami kewalahan. Kendala tersebut dapat diminimalkan melalui pembagian tugas yang jelas, koordinasi sebelum kegiatan, pencatatan transaksi yang teratur, serta evaluasi setelah kegiatan.

7. Dampak Kegiatan

Kegiatan memberikan dampak kepada mahasiswa dan UMKM mitra. Bagi mahasiswa, dampak utama berupa pengalaman langsung dalam mengelola usaha. Mahasiswa memperoleh pengalaman mengenai produksi, pengemasan, pemasaran, pelayanan konsumen, pencatatan transaksi, kerja sama tim, dan pengambilan keputusan.

Bagi UMKM mitra, kegiatan memberikan tambahan ruang promosi dan pemasaran produk di lingkungan kampus. Interaksi dengan konsumen juga memberikan informasi mengenai penerimaan konsumen terhadap produk dan pelayanan.

Secara ekonomi, kegiatan menghasilkan laba bersih sebesar Rp1.000.000. Secara pembelajaran, kegiatan memberikan pengalaman kewirausahaan yang tidak hanya bersifat teoritis tetapi berbasis praktik.

8. Keberlanjutan Program

Keberlanjutan program dapat dilakukan melalui kerja sama lanjutan antara mahasiswa dan UMKM Balok Lumer Kolaka. Program berikutnya dapat diarahkan pada pengembangan pemasaran digital, peningkatan variasi produk, penguatan desain kemasan, pencatatan keuangan yang lebih sistematis, dan evaluasi kepuasan konsumen secara berkala.

Mahasiswa juga dapat dilibatkan dalam kegiatan promosi lanjutan melalui media sosial dan kegiatan kampus. Dengan demikian, kegiatan Balok Lumer Mania dapat dikembangkan dari kegiatan penjualan jangka pendek menjadi bentuk kemitraan yang berkelanjutan.

V. KESIMPULAN

Kegiatan Balok Lumer Mania melalui kemitraan dengan UMKM Balok Lumer Kolaka telah menjadi sarana praktik kewirausahaan yang memberikan pengalaman langsung kepada mahasiswa dalam mengelola usaha kuliner. Kegiatan yang dilaksanakan pada 17–18 Juni 2026 berhasil menjangkau sekitar 200 pengunjung, memperoleh 100 konsumen, dan menghasilkan penjualan sebanyak 200 porsi. Dari aspek ekonomi, modal sebesar Rp3.000.000 menghasilkan omzet Rp4.000.000 dan laba bersih Rp1.000.000. Evaluasi kepuasan konsumen menunjukkan persentase sebesar 89,7% terhadap produk dan 89,8% terhadap pelayanan. Keterlibatan mahasiswa dalam persiapan, produksi, pengemasan, pemasaran, pelayanan, pencatatan transaksi, dan evaluasi menunjukkan bahwa kegiatan dapat menjadi media pembelajaran kewirausahaan berbasis pengalaman. Kegiatan juga memberikan kontribusi terhadap perluasan promosi produk UMKM mitra. Keberlanjutan program dapat diarahkan pada pengembangan pemasaran digital, variasi produk, penguatan kemasan, pencatatan keuangan, dan pendampingan secara berkala sehingga manfaat kegiatan dapat berkembang dalam jangka panjang.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyampaikan terima kasih kepada Universitas Sembilanbelas November Kolaka atas dukungan dan fasilitas yang diberikan dalam pelaksanaan kegiatan Balok Lumer Mania. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada UMKM Balok Lumer Kolaka sebagai mitra yang telah memberikan kesempatan, pendampingan, dan kerja sama dalam pelaksanaan kegiatan kewirausahaan. Apresiasi juga diberikan kepada seluruh mahasiswa yang telah berpartisipasi aktif dalam setiap tahapan kegiatan serta kepada seluruh pihak yang telah memberikan dukungan sehingga kegiatan dapat terlaksana dengan baik.

PERNYATAAN PENGGUNAAN KECERDASAN BUATAN (ARTIFICIAL INTELLIGENCE)

Pernyataan Penggunaan AI: Dalam penyusunan naskah ini, penulis menggunakan AI sebagai alat bantu kecerdasan buatan untuk membantu penyusunan struktur artikel, penyuntingan kejelasan bahasa, dan penerjemahan abstrak ke dalam Bahasa Inggris. Penggunaan AI dilakukan pada tahap penyusunan dan penyuntingan naskah. AI tidak digunakan untuk menghasilkan atau memanipulasi data kegiatan, menciptakan hasil kegiatan yang tidak diverifikasi, atau menetapkan kesimpulan ilmiah tanpa pemeriksaan penulis. Seluruh keluaran AI diperiksa, diverifikasi, dan disesuaikan oleh penulis berdasarkan data kegiatan dan sumber ilmiah yang relevan. Penulis bertanggung jawab penuh atas keakuratan, orisinalitas, integritas, dan isi akhir naskah.

DAFTAR PUSTAKA

- Amalia, R. T., & von Korflesch, H. F. O. (2021). Entrepreneurship education in Indonesian higher education: Mapping literature from the country's perspective. *Entrepreneurship Education*, 4(3), 291–333. <https://doi.org/10.1007/s41959-021-00053-9>
- Astuti, R. D., & Anindya Putri, N. F. (2023). The effect of entrepreneurship education on university students' entrepreneurial intention. *AL-ISHLAH: Jurnal Pendidikan*, 15(3), 3564–3577. <https://doi.org/10.35445/alishlah.v15i3.3152>
- Carpenter, A., & Wilson, R. (2022). A systematic review looking at the effect of entrepreneurship education on higher education student. *The International Journal of Management Education*, 20(2), 100541. <https://doi.org/10.1016/j.ijme.2021.100541>
- Colombelli, A., Loccisano, S., Panelli, A., Pennisi, O. A. M., & Serraino, F. (2022). Entrepreneurship education: The effects of challenge-based learning on the entrepreneurial mindset of university students. *Administrative Sciences*, 12(1), 10. <https://doi.org/10.3390/admsci12010010>
- Maritz, A., Li, A., Utami, W., & Sumaji, Y. (2022). The emergence of entrepreneurship education programs in Indonesian higher education institutions. *Entrepreneurship Education*, 5, 289–317. <https://doi.org/10.1007/s41959-022-00080-0>
- Motta, V. F., & Galina, S. V. R. (2023). Experiential learning in entrepreneurship education: A systematic literature review. *Teaching and Teacher Education*, 121, 103919. <https://doi.org/10.1016/j.tate.2022.103919>
- Purmono, B. B. (2023). Entrepreneurial education and entrepreneurial skills: Study of higher education students in Indonesia. *Ilomata International Journal of Management*, 4(2), 169–182. <https://doi.org/10.52728/ijjm.v4i2.715>
- Suparno, S., Wafa, H. N., Lutfia, A., Narmaditya, B. S., Adha, M. A., & Mohd Shafiai, M. H. (2024). Does entrepreneurship education matter for product innovations? The mediating role of Indonesian students' creativity. *Cogent Education*, 11(1), 2359880. <https://doi.org/10.1080/2331186X.2024.2359880>
- Widjaja, S. U. M., Wibowo, A., Narmaditya, B. S., Wardoyo, C., & Saptono, A. (2022). Identifying factors affecting entrepreneurship education and entrepreneurial intention among Indonesian university students. *Entrepreneurial Business and Economics Review*, 10(3), 89–104. <https://doi.org/10.15678/EBER.2022.100306>