



Optimalisasi Wawasan dan Keterampilan Kewirausahaan Mahasiswa melalui Kunjungan Industri pada Bakpia Wong Keraton Yogyakarta

I Gusti Agung Ayu Pramita Indraswari

Universitas Pendidikan Nasional

Ni Putu Budiadnyani

Universitas Pendidikan Nasional

I G. A. N Alit Sumantri

Universitas Pendidikan Nasional

Jl. Bedugul No.39, Sidakarya, Denpasar Selatan, Kota Denpasar, Bali

pramitaindraswari@undiknas.ac.id

Abstrak. *Industrial visits are an effective form of contextual learning that enhances students' entrepreneurial insight and skills. This article aims to analyze the role of industrial visits to Bakpia Wong Keraton Yogyakarta in strengthening students' understanding of business processes, small and medium enterprise (SME) management, and entrepreneurial values. The method used was a qualitative descriptive approach through direct observation, interviews with business owners, and reflections from participating students. The results indicate that industrial visits can enhance students' understanding of real-world entrepreneurial practices, including aspects of production, marketing, financial management, and product innovation. Furthermore, these activities foster entrepreneurial motivation and foster students' professional attitudes. Therefore, industrial visits can be an effective learning strategy in entrepreneurship education at universities.*

Keywords: *entrepreneurship, industrial visits, contextual learning, students, SMEs*

Abstrak. Kegiatan kunjungan industri merupakan salah satu bentuk pembelajaran kontekstual yang efektif dalam meningkatkan wawasan dan keterampilan kewirausahaan mahasiswa. Artikel ini bertujuan untuk menganalisis peran kunjungan industri ke Bakpia Wong Keraton Yogyakarta dalam memperkuat pemahaman mahasiswa mengenai proses bisnis, manajemen usaha kecil dan menengah (UKM), serta nilai-nilai kewirausahaan. Metode yang digunakan adalah pendekatan deskriptif kualitatif melalui observasi langsung, wawancara dengan pelaku usaha, dan refleksi mahasiswa peserta kegiatan. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa kunjungan industri mampu meningkatkan pemahaman mahasiswa terhadap praktik kewirausahaan nyata, meliputi aspek produksi, pemasaran, pengelolaan keuangan, dan inovasi produk. Selain itu, kegiatan ini juga menumbuhkan motivasi berwirausaha dan sikap profesional mahasiswa. Dengan demikian, kunjungan industri dapat menjadi strategi pembelajaran yang efektif dalam pendidikan kewirausahaan di perguruan tinggi.

Kata Kunci: *kewirausahaan, kunjungan industri, pembelajaran kontekstual, mahasiswa, UKM*

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran strategis dalam menopang perekonomian nasional, terutama melalui kontribusinya terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) serta kemampuannya dalam menyerap tenaga kerja dalam jumlah besar (Aprilia & Rahmawati, 2020; Kementerian Koperasi dan UKM, 2021). Selain berdampak secara ekonomi, keberadaan UMKM juga berfungsi sebagai penguat struktur sosial masyarakat dan sarana pelestarian nilai-nilai budaya lokal yang berkembang secara turun-temurun (Sari & Yusri, 2021). Di Daerah Istimewa Yogyakarta, salah satu UMKM yang menunjukkan keberlanjutan usaha berbasis kearifan lokal adalah Bakpia Wong Keraton, produsen makanan tradisional yang tidak hanya bernilai komersial, tetapi juga merepresentasikan identitas kuliner khas daerah.

Dalam konteks persaingan pasar yang semakin dinamis dan percepatan transformasi digital, pelaku UMKM dituntut untuk mengembangkan strategi kewirausahaan yang adaptif, inovatif, dan berorientasi pada keberlanjutan usaha (Pertiwi & Nugroho, 2021; Rahayu & Day, 2017). Strategi tersebut meliputi pemanfaatan teknologi digital dalam aktivitas pemasaran, peningkatan efisiensi manajemen operasional, diversifikasi produk sesuai preferensi konsumen, serta penguatan jejaring dan kemitraan usaha guna memperluas akses pasar (Widjajanti & Nugraha, 2020). Berbagai tantangan yang dihadapi UMKM, seperti perubahan perilaku konsumen, fluktuasi kondisi pasar, keterbatasan sumber daya, serta tuntutan inovasi berkelanjutan, menegaskan pentingnya peningkatan kapasitas kewirausahaan agar pelaku usaha mampu bertahan dan bersaing secara berkelanjutan (Tambunan, 2019; Setiawan & Putri, 2022). Kondisi tersebut menjadi relevan untuk dikaji lebih lanjut, tidak hanya sebagai fenomena bisnis, tetapi juga sebagai sumber pembelajaran kontekstual dalam pengembangan pendidikan kewirausahaan di perguruan tinggi.

Di sisi lain, mahasiswa sebagai generasi muda intelektual perlu dibekali dengan wawasan praktis dan pengalaman nyata mengenai dunia usaha agar mampu mengembangkan pola pikir kritis, kreatif, serta berjiwa kewirausahaan (Kuratko, 2016). Dalam kerangka kebijakan Merdeka Belajar–Kampus Merdeka (MBKM), mahasiswa diharapkan tidak hanya memahami konsep kewirausahaan secara teoretis di ruang kelas, tetapi juga terlibat langsung dalam aktivitas lapangan yang memberikan pengalaman belajar kontekstual dan aplikatif (Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi, 2020; Anwar & Mulyadi, 2021). Salah satu metode pembelajaran yang efektif untuk menjembatani kesenjangan antara teori dan praktik tersebut adalah melalui kegiatan *company visit*, yaitu kunjungan langsung ke dunia usaha untuk mempelajari proses bisnis secara real time.

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) ini dirancang sebagai sarana edukasi kewirausahaan bagi mahasiswa dengan menjadikan UMKM Bakpia Wong Keraton sebagai mitra sekaligus sumber pembelajaran utama. Melalui kegiatan observasi langsung dan diskusi interaktif dengan pelaku usaha, mahasiswa memperoleh pemahaman yang komprehensif mengenai proses produksi, strategi pemasaran, pengelolaan keuangan usaha, serta berbagai tantangan yang dihadapi UMKM dalam mempertahankan keberlanjutan bisnis di tengah persaingan yang semakin ketat (Purwanto & Wahyuni, 2022; Hadi & Prabowo, 2020). Kegiatan ini juga memberikan ruang reflektif bagi mahasiswa untuk menginternalisasi nilai-nilai kewirausahaan, seperti kemandirian, inovasi, ketekunan, dan keberanian dalam mengambil risiko.

Dengan menerapkan pendekatan observatif-partisipatif, kegiatan ini diharapkan mampu menciptakan sinergi yang efektif antara perguruan tinggi dan sektor UMKM dalam membangun ekosistem kewirausahaan yang adaptif, inklusif, dan berorientasi masa depan (Sari & Yusri, 2021; Setyawati et al., 2020). Pendekatan ini memungkinkan terjadinya interaksi dua arah, di mana mahasiswa dapat belajar langsung dari praktik bisnis nyata, sementara pelaku UMKM memperoleh perspektif baru dari kalangan akademisi muda yang kreatif dan inovatif. Pertukaran pengetahuan dan pengalaman tersebut diharapkan dapat memperkaya pemahaman mengenai peluang dan tantangan pengelolaan usaha mikro dan kecil di era ekonomi yang terus berkembang.

Lebih lanjut, kegiatan ini merupakan bentuk kontribusi nyata perguruan tinggi dalam mendukung pemberdayaan pelaku usaha lokal melalui kolaborasi edukatif yang berkelanjutan dan saling menguntungkan (Anwar & Mulyadi, 2021). Keterlibatan aktif mahasiswa dalam dinamika usaha lokal mencerminkan peran strategis institusi pendidikan tinggi dalam mencetak calon wirausahawan muda yang tidak hanya memiliki kompetensi akademik, tetapi juga kepekaan sosial, kemampuan adaptasi, serta kesiapan menghadapi tantangan nyata dunia usaha.

METODE PENELITIAN

Kegiatan ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan metode observatif-partisipatif, yang bertujuan untuk memperoleh pemahaman mendalam mengenai proses pembelajaran kewirausahaan mahasiswa melalui interaksi langsung dengan pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Pendekatan ini dipilih karena relevan untuk menggambarkan fenomena secara komprehensif berdasarkan pengalaman empiris di lapangan. Penelitian ini dilaksanakan dalam bentuk kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) yang terintegrasi dengan pembelajaran kewirausahaan mahasiswa melalui metode *company visit*. UMKM Bakpia Wong Keraton Yogyakarta dipilih sebagai mitra kegiatan karena representatif sebagai usaha berbasis kearifan lokal yang mampu bertahan dan berkembang di tengah persaingan industri pangan. Subjek kegiatan adalah mahasiswa perguruan tinggi yang mengikuti program kunjungan industri sebagai bagian dari penguatan pembelajaran kewirausahaan. Objek kajian dalam kegiatan ini meliputi:

1. Proses produksi Bakpia Wong Keraton,
2. Strategi pemasaran dan distribusi produk,
3. Manajemen operasional dan pengelolaan usaha, serta
4. Tantangan dan peluang pengembangan UMKM di era digital.

Data dikumpulkan melalui observasi secara langsung, yaitu pengamatan terhadap aktivitas produksi, pengemasan, dan pemasaran yang dilakukan oleh UMKM mitra. Wawancara semi-terstruktur, dilakukan dengan pemilik atau pengelola UMKM untuk menggali informasi terkait strategi kewirausahaan, pengelolaan usaha, serta tantangan yang dihadapi. Diskusi interaktif dan refleksi mahasiswa, yang bertujuan untuk mengetahui pemahaman, persepsi, serta nilai-nilai kewirausahaan yang diperoleh mahasiswa setelah mengikuti kegiatan kunjungan industri. Dokumentasi, berupa foto kegiatan, catatan lapangan, dan materi pendukung yang relevan. Data yang diperoleh dianalisis secara deskriptif kualitatif melalui tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan simpulan. Analisis difokuskan pada perubahan wawasan dan keterampilan kewirausahaan mahasiswa, serta relevansi pembelajaran berbasis pengalaman lapangan dalam mendukung pencapaian tujuan pendidikan kewirausahaan. Kegiatan dilaksanakan di UMKM Bakpia Wong Keraton Yogyakarta pada tahun pelaksanaan PKM, dengan melibatkan dosen pendamping dan mahasiswa peserta kunjungan industri.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan kegiatan *company visit* ke UMKM Bakpia Wong Keraton memberikan pengalaman pembelajaran yang bermakna bagi mahasiswa dalam memahami praktik kewirausahaan secara langsung. Melalui kegiatan observasi lapangan dan dialog interaktif dengan pelaku usaha, mahasiswa memperoleh gambaran nyata mengenai proses produksi yang menuntut tingkat ketelitian dan konsistensi tinggi dalam menjaga kualitas produk, penerapan strategi branding yang mengintegrasikan nilai-nilai tradisional dengan pendekatan digital, serta pengelolaan operasional harian yang menekankan efisiensi dan ketahanan mental pelaku usaha. Dalam sesi diskusi, pemilik UMKM menegaskan bahwa keberhasilan usaha tidak hanya ditentukan oleh kualitas produk, tetapi juga sangat bergantung pada kemampuan adaptasi terhadap dinamika pasar dan perkembangan teknologi digital (Handayani & Putra, 2022). Kegiatan diawali dengan pemaparan materi oleh pemilik UMKM yang menjelaskan sejarah berdirinya Bakpia Wong Keraton, nilai-nilai utama yang menjadi landasan pengembangan produk, serta struktur organisasi yang diterapkan dalam menjalankan usaha. Pada sesi diskusi

yang berlangsung secara aktif, mahasiswa menunjukkan antusiasme tinggi dengan mengajukan berbagai pertanyaan kritis dan relevan. Salah satu pertanyaan yang muncul berkaitan dengan strategi promosi yang diterapkan dalam menghadapi persaingan dengan merek bakpia lain yang telah lebih dahulu dikenal di Yogyakarta. Menanggapi hal tersebut, pemilik usaha menjelaskan bahwa strategi yang diterapkan berfokus pada penguatan diferensiasi produk, antara lain melalui pengembangan varian inovatif seperti bakpia kukus dan bakpia premium, serta penggunaan desain kemasan yang modern dan menarik. Selain itu, pemanfaatan media sosial sebagai sarana pemasaran untuk menjangkau segmen pasar generasi muda menjadi salah satu prioritas strategi yang terus dikembangkan.

Mahasiswa mengamati bahwa Bakpia Wong Keraton memanfaatkan platform media sosial, seperti Instagram dan TikTok, tidak hanya sebagai media promosi, tetapi juga sebagai sarana membangun kedekatan emosional dengan konsumen serta memperkuat identitas merek. Inovasi produk dilakukan tanpa mengesampingkan cita rasa autentik yang menjadi ciri khas utama, sehingga mencerminkan keseimbangan antara upaya pelestarian tradisi dan tuntutan pasar modern (Aprilia & Rahmawati, 2020). Selain itu, mahasiswa menyadari bahwa pengelolaan UMKM membutuhkan ketekunan, keberanian dalam mengambil risiko, serta visi strategis jangka panjang, yang merupakan nilai-nilai fundamental dalam membentuk karakter wirausaha (Putri & Kurniawan, 2021).

Pengalaman pembelajaran ini tidak hanya memperkaya pemahaman konseptual mahasiswa, tetapi juga berkontribusi terhadap pengembangan soft skills, seperti kemampuan berpikir kritis, komunikasi interpersonal, dan empati sosial. Interaksi langsung dengan pelaku usaha meningkatkan kesadaran mahasiswa akan kompleksitas dunia usaha serta pentingnya kolaborasi lintas peran. Beberapa mahasiswa bahkan menyampaikan gagasan terkait diversifikasi produk dan optimalisasi strategi promosi digital, yang mendapat respons positif dari pemilik UMKM sebagai wujud sinergi antara generasi muda dan pelaku usaha lokal (Santoso & Wijayanti, 2021). Dengan demikian, kegiatan ini menjadi contoh nyata penerapan pendekatan experiential learning dalam pendidikan kewirausahaan yang efektif dalam menjembatani pemahaman teoretis dan praktik lapangan (Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi, 2020).



Gambar 1. Tempat Produksi UMKM Bakpia Wong Keraton

KESIMPULAN

Pelaksanaan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat melalui company visit ke UMKM Bakpia Wong Keraton Yogyakarta memberikan dampak positif dalam meningkatkan wawasan

kewirausahaan mahasiswa. Melalui keterlibatan langsung di lapangan, mahasiswa memperoleh pengalaman empiris yang memperdalam pemahaman mengenai alur proses bisnis, tantangan operasional, strategi pemasaran, serta dinamika pengelolaan usaha mikro secara nyata. Interaksi intensif dengan pelaku UMKM memungkinkan mahasiswa tidak hanya melakukan pengamatan, tetapi juga menganalisis kondisi aktual usaha serta menyampaikan masukan yang bersifat konstruktif sebagai bagian dari pembelajaran kontekstual berbasis permasalahan.

Hasil kegiatan menunjukkan bahwa penerapan pendekatan experiential learning efektif dalam membentuk karakter kewirausahaan mahasiswa. Selain meningkatkan pemahaman konseptual, kegiatan ini turut mengembangkan soft skills yang esensial, seperti kemampuan komunikasi, berpikir kritis, adaptabilitas, serta keterampilan berkolaborasi dengan mitra eksternal. Di samping itu, kegiatan ini memperkuat sinergi antara perguruan tinggi dan pelaku UMKM lokal dalam upaya pengembangan kapasitas usaha dan pemberdayaan masyarakat secara berkelanjutan. Melalui proses pembelajaran ini, mahasiswa juga menginternalisasi nilai-nilai fundamental kewirausahaan, antara lain etos kerja, ketekunan, inovasi, kepemimpinan, serta keberanian dalam mengambil risiko. Nilai-nilai tersebut menjadi bekal strategis bagi mahasiswa dalam menghadapi tantangan dunia kerja maupun dalam merintis dan mengembangkan usaha mandiri di masa depan.

Dengan demikian, program company visit tidak hanya berfungsi sebagai sarana pembelajaran, tetapi juga sebagai wahana pemberdayaan yang memberikan manfaat timbal balik bagi perguruan tinggi dan UMKM mitra. Oleh karena itu, kegiatan serupa diharapkan dapat terus dikembangkan secara berkelanjutan dan diintegrasikan secara sistematis dalam kurikulum pembelajaran, khususnya pada mata kuliah kewirausahaan dan pengabdian kepada masyarakat. Implementasi program yang konsisten akan mendukung terbentuknya ekosistem pembelajaran yang aplikatif serta menghasilkan lulusan yang adaptif, visioner, dan berkontribusi sebagai penggerak kewirausahaan nasional di masa mendatang.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, B. (2018). *Kewirausahaan*. Alfabeta.
- Anwar, M., & Mulyadi, D. (2021). Implementasi kebijakan Merdeka Belajar–Kampus Merdeka dalam pengembangan kompetensi kewirausahaan mahasiswa. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 14(2), 85–96.
- Aprilia, S., & Rahmawati, D. (2020). Strategi pengembangan UMKM berbasis kearifan lokal dalam meningkatkan daya saing produk tradisional. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*, 5(1), 42–50.4
- Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi. (2020). *Buku panduan Merdeka Belajar–Kampus Merdeka*. Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia.
- Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi. (2020). *Panduan Merdeka Belajar-Kampus Merdeka*. Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan RI.
- Hadi, S., & Prabowo, H. (2020). Strategi penguatan daya saing UMKM melalui pembelajaran berbasis praktik lapangan. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 5(3), 233–241.
- Handayani, R., & Putra, B. (2022). Strategi adaptasi UMKM terhadap digitalisasi pemasaran. *Jurnal Manajemen UMKM*, 4(2), 123–132.
- Kementerian Koperasi dan UKM. (2021). *Perkembangan data usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) tahun 2021*. Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia.
- Kuratko, D. F. (2016). *Entrepreneurship: Theory, process, practice* (10th ed.). Cengage Learning.
- Marlina, S., Hartono, B., & Dewi, L. (2023). Gap antara teori dan praktik kewirausahaan di kalangan mahasiswa. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 8(2), 101–110.
- Pertiwi, R. D., & Nugroho, A. (2021). Pengaruh influencer marketing terhadap loyalitas konsumen melalui brand trust. *Jurnal Riset Ekonomi dan Bisnis*, 14(1), 45–56.
- Purwanto, A., & Wahyuni, S. (2022). *Strategi komunikasi pemasaran pada era digitalisasi: Teori dan praktik*. Deepublish.

- Putri, A. D., & Kurniawan, T. (2021). Karakteristik wirausahawan muda dan pengaruhnya terhadap inovasi bisnis. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 6(1), 88–95.
- Rahayu, R., & Day, J. (2017). E-commerce adoption by SMEs in developing countries: Evidence from Indonesia. *Eurasian Business Review*, 7(1), 25–41.
- Santoso, R., & Wijayanti, D. (2021). Kolaborasi akademik dan UMKM dalam membangun daya saing lokal. *Jurnal Pengembangan Masyarakat*, 2(3), 45–50.
- Sari, M. P., & Yusri, A. (2021). Edukasi hygiene sanitasi untuk peningkatan kualitas produk pangan pada UMKM makanan tradisional. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bina Bangsa*, 2(1), 60–68.
- Setiawan, D., & Wibowo, A. (2021). Implementasi SOP kebersihan pada UMKM industri makanan di Yogyakarta. *Jurnal Teknologi Pangan Nusantara*, 5(2), 112–118.
- Setyawati, H., Suroso, A., Suryana, A., & Nurjannah, D. (2020). Entrepreneurial orientation and SME performance: The role of innovation capability. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 7(11), 519–530.
- Tambunan, T. (2019). UMKM di Indonesia: Perkembangan, kendala, dan tantangan. Ghalia Indonesia.
- Widjajanti, K., & Nugraha, A. (2020). Strategi pemasaran UMKM berbasis digital marketing. *Jurnal Manajemen Strategi dan Aplikasi Bisnis*, 3(1), 45–56.
- Yuliana, S., & Handayani, D. (2023). Peran sosialisasi dalam meningkatkan pemahaman mahasiswa tentang dunia industri. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara*, 3(1), 33–40.