



Homepage Journal: <https://jurnal.unismuhpalu.ac.id/index.php/JKS>

## Evaluasi Kepuasan Pengunjung terhadap Produk Jajanan dan Makanan Kekinian pada Bazar Kewirausahaan Kampus

*Evaluation of Visitor Satisfaction with Contemporary Snack and Food Products at the Campus Entrepreneurship Bazaar*

Nurlaila Ramadhan<sup>1</sup>, Caroline Glorya Manurung<sup>2</sup>, Femy Geria Rohimah<sup>3</sup>, Widya Florensia Tarigan<sup>4</sup>, Primanita Sholihah Rosmana<sup>5</sup>

<sup>1</sup> Universitas Pendidikan Indonesia, nurlailaramadhan22@upi.edu

<sup>2</sup> Universitas Pendidikan Indonesia, carolineglorya12@upi.edu

<sup>3</sup> Universitas Pendidikan Indonesia, femyrohimah@upi.edu

<sup>4</sup> Universitas Pendidikan Indonesia, Widyatarigan01@upi.edu

<sup>5</sup> Universitas Pendidikan Indonesia, primanitarosmana@upi.edu

\*Corresponding Author: E-mail: nurlailaramadhan22@upi.edu

### Artikel Penelitian

#### Article History:

Received: 06 Dec, 2025

Revised: 07 Jan, 2026

Accepted: 21 Jan, 2026

#### Kata Kunci:

kepuasan pengunjung, kewirausahaan mahasiswa, bazar kewirausahaan, produk makanan kekinian

#### Keywords:

visitor satisfaction, student entrepreneurship, entrepreneurship bazaar, contemporary food products

DOI: 10.56338/jks.v9i1.10025

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi kepuasan pengunjung terhadap produk jajanan dan makanan kekinian pada kegiatan Bazar Kewirausahaan Kampus, dengan fokus pada salah satu kelompok usaha mahasiswa yang berpartisipasi, yaitu JAJANTRIP. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif dengan teknik accidental sampling yang melibatkan 20 responden. Data dikumpulkan menggunakan kuesioner skala Likert 1–4 dan dianalisis menggunakan statistik deskriptif melalui perhitungan nilai rata-rata. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat kepuasan pengunjung berada pada kategori baik hingga sangat baik. Aspek dengan nilai tertinggi meliputi pelayanan, kepraktisan, higienitas, dan harga, sedangkan aspek kemasan memperoleh nilai rata-rata terendah. Berdasarkan hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa produk jajanan dan makanan kekinian yang diteliti dinilai layak, diminati, dan berpotensi untuk terus dikembangkan sebagai sarana pembelajaran kewirausahaan mahasiswa.

### ABSTRACT

This study aims to evaluate visitor satisfaction with contemporary snack and food products at a campus entrepreneurship bazaar, focusing on one participating student business group, namely JAJANTRIP. The research employed a descriptive quantitative method with accidental sampling involving 20 respondents. Data were collected using a 1–4 Likert scale questionnaire and analyzed through descriptive statistics by calculating mean scores. The results indicate that visitor satisfaction is categorized as good to very good. The highest scores were found in service, practicality, hygiene, and price, while packaging received the lowest mean score. It can

---

*be concluded that the analyzed products are feasible, attractive, and have strong potential to be further developed as a student entrepreneurship learning medium.*

---

## PENDAHULUAN

Menurut Nuraeni (2022), pendidikan kewirausahaan di perguruan tinggi memiliki peran penting dalam membentuk sikap mandiri, kreatif, dan bertanggung jawab pada mahasiswa. Pendidikan kewirausahaan tidak hanya berfokus pada pemahaman teori, tetapi juga perlu memberikan pengalaman nyata agar mahasiswa mampu mengaplikasikan pengetahuan yang diperoleh dalam kehidupan sehari-hari. Pembelajaran berbasis praktik menjadi salah satu strategi penting dalam meningkatkan kompetensi mahasiswa agar siap menghadapi tantangan dunia kerja dan dunia usaha. Pembelajaran berbasis praktik ini sejalan dengan tujuan *Sustainable Development Goals* (SDGs) poin 4, yaitu Pendidikan Berkualitas, yang menekankan pentingnya peningkatan kualitas pendidikan melalui pengembangan keterampilan dan kompetensi mahasiswa (Rahayu et al., 2024).

Salah satu bentuk pembelajaran kewirausahaan berbasis praktik adalah kegiatan bazar kewirausahaan. Menurut Tunru et al. (2024), bazar kewirausahaan memberikan kesempatan kepada mahasiswa untuk terlibat langsung dalam proses perencanaan dan pelaksanaan usaha, mulai dari penentuan jenis produk, proses produksi, penetapan harga, hingga strategi pemasaran. Melalui kegiatan bazar, mahasiswa tidak hanya belajar menjalankan usaha, tetapi juga memperoleh umpan balik langsung dari konsumen sebagai bahan evaluasi dan pengembangan usaha. Kegiatan ini juga mendukung pencapaian SDGs poin 8, yaitu Pekerjaan Layak dan Pertumbuhan Ekonomi, karena mendorong mahasiswa untuk mengembangkan jiwa kewirausahaan serta menciptakan peluang usaha mandiri di lingkungan kampus (Sinaga et al., 2025).

Produk makanan merupakan jenis produk yang paling banyak diminati dalam kegiatan bazar kewirausahaan mahasiswa. Menurut Wardhani et al. (2025), produk makanan memiliki daya tarik tinggi karena bersifat praktis, mudah dikonsumsi, dan sesuai dengan kebutuhan pengunjung bazar. Jajanan dan makanan kekinian menjadi pilihan utama karena menawarkan variasi menu yang menarik serta harga yang relatif terjangkau, khususnya bagi konsumen di lingkungan kampus (Siregar et al., 2023). Produk jajanan dan makanan kekinian yang dikembangkan oleh mahasiswa tidak hanya memiliki nilai konsumtif, tetapi juga nilai edukatif, karena mahasiswa terlibat langsung dalam proses produksi dan pengelolaan usaha sederhana. Aktivitas ini sejalan dengan SDGs poin 4, karena mendorong pengembangan keterampilan praktis, kreativitas, dan kemampuan berpikir kritis mahasiswa melalui pengalaman belajar yang kontekstual (Thohir et al., 2024).

Selain itu, pengelolaan usaha makanan mahasiswa dalam kegiatan bazar kewirausahaan juga mendukung pencapaian SDGs poin 8, yaitu Pekerjaan Layak dan Pertumbuhan Ekonomi. Melalui usaha makanan skala kecil, mahasiswa dilatih untuk memahami konsep

kewirausahaan, produktivitas, dan kemandirian ekonomi sebagai bekal menghadapi dunia kerja di masa depan (Nadhifah et al., 2025). Usaha makanan mahasiswa berpotensi menjadi sarana pembelajaran ekonomi produktif yang berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi mikro di lingkungan kampus.

Pada kegiatan Bazar Kewirausahaan Mahasiswa di Universitas Pendidikan Indonesia (UPI) Kampus Purwakarta, terdapat kelompok usaha mahasiswa bernama JAJANTRIP. JAJANTRIP merupakan nama kelompok usaha mahasiswa dalam kegiatan pembelajaran kewirausahaan, bukan merek dagang komersial. Kelompok ini menawarkan tujuh produk jajanan dan makanan kekinian, yaitu Cireng Popcorn, Sosbak (Sosis Bakar), BuJel (Buah Jelly), MiTwist (Donat Mie), Mie Gomak Goreng, Mie Suit, dan Bamini (Bakso Mini Pedas). Produk-produk tersebut dipilih karena mudah diproduksi, memiliki harga terjangkau, serta sesuai dengan karakteristik pengunjung bazar kampus.

Keberhasilan suatu produk makanan tidak hanya ditentukan oleh variasi produk yang ditawarkan, tetapi juga oleh tingkat kepuasan konsumen. Menurut Razak et al. (2019), kepuasan konsumen merupakan hasil evaluasi konsumen terhadap kinerja produk yang dibandingkan dengan harapan sebelumnya. Dalam konteks produk makanan, kepuasan konsumen dipengaruhi oleh rasa atau kualitas produk, kesesuaian harga, kemasan, serta minat beli ulang. Penelitian Mutiara et al. (2021) menunjukkan bahwa rasa dan harga merupakan faktor utama yang memengaruhi kepuasan konsumen terhadap produk makanan. Penelitian ini difokuskan pada salah satu kelompok usaha mahasiswa yang berpartisipasi dalam kegiatan bazar kewirausahaan kampus, yaitu kelompok usaha JAJANTRIP.

Berdasarkan uraian tersebut, diperlukan penelitian untuk mengevaluasi tingkat kepuasan pengunjung terhadap produk jajanan dan makanan kekinian pada kegiatan bazar kewirausahaan kampus. Evaluasi ini penting dilakukan sebagai bahan refleksi dan perbaikan bagi mahasiswa dalam mengembangkan usaha, khususnya dalam meningkatkan kualitas produk, kemasan, dan daya tarik konsumen. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan dengan judul “Evaluasi Kepuasan Pengunjung terhadap Produk Jajanan dan Makanan Kekinian pada Bazar Kewirausahaan Kampus.”

## **METODE**

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif kuantitatif. Penelitian deskriptif kuantitatif bertujuan untuk menggambarkan atau mendeskripsikan suatu fenomena berdasarkan data numerik yang diperoleh dari responden tanpa menguji hipotesis tertentu (Sugiyono, 2022). Pendekatan kuantitatif digunakan karena data penelitian diperoleh dari hasil kuesioner yang disajikan dalam bentuk angka.

Penelitian dilaksanakan pada kegiatan Bazar Kewirausahaan Mahasiswa yang diselenggarakan pada Jumat, 19 Desember 2025 di Universitas Pendidikan Indonesia (UPI) Kampus Purwakarta. Penelitian ini dilaksanakan selama satu hari pada kegiatan tersebut. Subjek penelitian adalah pengunjung bazar yang membeli atau mencicipi produk jajanan dan makanan kekinian kelompok usaha mahasiswa JAJANTRIP. Objek penelitian adalah tingkat

kepuasan pengunjung terhadap produk JAJANTRIP yang ditinjau dari aspek rasa atau kualitas produk, harga, kemasan, dan minat beli.

**Gambar 1. Kegiatan Bazar Kewirausahaan Mahasiswa UPI Kampus Purwakarta**



Responden penelitian berjumlah 20 orang pengunjung bazar. Teknik pengambilan responden menggunakan accidental sampling, yaitu penentuan sampel berdasarkan pengunjung yang secara kebetulan ditemui di lokasi penelitian dan bersedia mengisi kuesioner. Teknik pengumpulan data dilakukan menggunakan kuesioner yang disebarakan melalui Google Form. Kuesioner disusun dalam bentuk pernyataan tertutup dengan skala Likert 1–4, yaitu 1 = sangat tidak setuju, 2 = tidak setuju, 3 = setuju, dan 4 = sangat setuju. Data yang diperoleh dianalisis menggunakan statistik deskriptif dengan menghitung nilai rata-rata (mean) untuk mengetahui tingkat kepuasan pengunjung pada setiap aspek penilaian. Kategori tingkat kepuasan pengunjung ditentukan berdasarkan interval skor rata-rata pada skala Likert 1–4 dengan kriteria: 1,00–1,75 (sangat tidak baik); 1,76–2,50 (tidak baik); 2,51–3,25 (baik); dan 3,26–4,00 (sangat baik).



**Evaluasi Kepuasan Pengunjung terhadap jajanan dan Makanan Kekinian pada Bazar Kewirausahaan Kampus**

Berpikir kritis sudah muncul, namun eksplorasi mandiri perlu ditambah.

nurlailaramadhan22@gmail.com  
Ganti akun

Tidak dibagikan  
Draf disimpan

\* Menunjukkan pertanyaan yang wajib diisi

**Aneka Jajanan dan Makanan Kekinian**

**JAJAN TRIP**

**Usia \***

☐ < 15 tahun  
☐ 15 - 18 tahun  
☐ 19 - 22 tahun  
☐ > 25 tahun

**Nama \***

Jawaban Anda

**Jenis Kelamin \***

☐ Perempuan  
☐ Laki-laki

**Pekerjaan \***

☐ Mahasiswa  
☐ Dosen  
☐ Siswa  
☐ Ibu rumah tangga  
☐ Yang lain:

**Produk yang di coba (beri tanda ✓): \***

☐ Cireng Popcorn  
☐ SOSBAK (Sosis Bakso)  
☐ BUJEL (Buah Jelly)  
☐ MITWIST (Donat Mie)  
☐ Mie GOMAK  
☐ Mie SULT  
☐ BAKMINI (Bakso Mini Mercon)

**Rasa makanan/jajanan ini enak \***

☐ 4  
☐ 3  
☐ 2  
☐ 1

**Gambar 2. Tampilan Kuesioner Kepuasan Pengunjung terhadap Produk JAJANTRIP**

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini melibatkan 20 responden pengunjung bazar kewirausahaan kampus UPI Purwakarta yang membeli atau mencicipi produk jajanan dan makanan kekinian kelompok usaha mahasiswa JAJANTRIP. Data diperoleh melalui kuesioner yang diisi oleh responden menggunakan Google Form setelah melakukan pembelian atau mencicipi produk. Analisis data dilakukan menggunakan statistik deskriptif dengan menghitung nilai rata-rata (mean) pada setiap aspek penilaian kepuasan. Nilai rata-rata tersebut digunakan untuk menggambarkan tingkat kepuasan pengunjung terhadap produk JAJANTRIP. Hasil perhitungan nilai rata-rata kepuasan pengunjung disajikan pada Tabel 1.

**Tabel 1. Rata-rata Kepuasan Pengunjung terhadap Produk JAJANTRIP**

No	Aspek Penilaian	Nilai Rata-rata	Kategori
1.	Rasa/Kualitas Produk	3,81	Sangat Baik
2.	Tekstur Produk	3,69	Baik
3.	Harga Produk	3,88	Sangat Baik
4.	Porsi Produk	3,77	Baik
5.	Kemasan Produk	3,62	Baik
6.	Higienitas Penyajian	3,88	Sangat Baik
7.	Kepraktisan Produk	3,92	Sangat Baik
8.	Pelayanan Penjual	3,96	Sangat Baik
9.	Minat Beli Ulang	3,85	Sangat Baik
10.	Rekomendasi Produk	3,81	Sangat Baik

Berdasarkan Tabel 1, secara umum tingkat kepuasan pengunjung terhadap produk jajanan dan makanan kekinian JAJANTRIP berada pada kategori baik hingga sangat baik. Aspek rasa atau kualitas produk memperoleh nilai rata-rata sebesar 3,81 dengan kategori sangat

baik. Hal ini menunjukkan bahwa cita rasa produk mampu memenuhi harapan pengunjung, yang merupakan faktor utama dalam penilaian produk makanan. Temuan ini sejalan dengan penelitian Mutiara et al. (2021) yang menyatakan bahwa rasa menjadi faktor dominan dalam memengaruhi kepuasan konsumen terhadap produk makanan.

Aspek tekstur dan porsi produk masing-masing memperoleh nilai rata-rata sebesar 3,69 dan 3,77 dengan kategori baik. Hasil ini menunjukkan bahwa sebagian besar pengunjung merasa tekstur dan porsi produk sudah sesuai dengan kebutuhan, meskipun masih terdapat peluang untuk dilakukan penyempurnaan agar tingkat kepuasan dapat lebih ditingkatkan. Aspek harga produk memperoleh nilai rata-rata sebesar 3,88 dengan kategori sangat baik. Penilaian ini menunjukkan bahwa harga produk JAJANTRIP dinilai terjangkau dan sebanding dengan kualitas yang ditawarkan. Kesesuaian antara harga dan kualitas merupakan faktor penting dalam menciptakan kepuasan konsumen, sebagaimana dikemukakan oleh Razak et al. (2019) bahwa kepuasan konsumen muncul ketika kinerja produk sesuai atau melebihi harapan konsumen.

Aspek kemasan produk memperoleh nilai rata-rata terendah, yaitu sebesar 3,62, meskipun masih berada pada kategori baik. Hal ini mengindikasikan bahwa kemasan produk masih perlu dikembangkan, baik dari segi desain visual maupun daya tarik, agar dapat meningkatkan minat konsumen. Wardhani et al. (2025) menyatakan bahwa kemasan memiliki peran penting dalam menarik perhatian konsumen, khususnya pada produk makanan yang dipasarkan dalam kegiatan bazar.

Aspek higienitas penyajian dan kepraktisan produk masing-masing memperoleh nilai rata-rata sebesar 3,88 dan 3,92 dengan kategori sangat baik. Hasil ini menunjukkan bahwa produk disajikan secara bersih, aman, dan praktis untuk dikonsumsi. Higienitas dan kepraktisan produk menjadi aspek penting dalam menciptakan rasa aman dan kenyamanan konsumen, terutama pada produk makanan yang dikonsumsi secara langsung (Mutiara et al., 2021).

Selain itu, aspek pelayanan penjual memperoleh nilai rata-rata tertinggi sebesar 3,96 dengan kategori sangat baik. Hal ini menunjukkan bahwa pelayanan yang ramah dan responsif memberikan pengalaman positif bagi pengunjung bazar. Aspek minat beli ulang dan rekomendasi produk memperoleh nilai rata-rata masing-masing sebesar 3,85 dan 3,81 dengan kategori sangat baik. Temuan ini menunjukkan bahwa tingkat kepuasan pengunjung berpengaruh positif terhadap keinginan untuk membeli kembali serta merekomendasikan produk kepada pihak lain. Hasil ini sejalan dengan penelitian Razak et al. (2019) yang menyatakan bahwa kepuasan konsumen berkontribusi terhadap terbentuknya minat beli ulang dan loyalitas konsumen.

Dengan demikian, produk jajanan dan makanan kekinian JAJANTRIP memiliki potensi untuk terus dikembangkan sebagai bagian dari pembelajaran kewirausahaan mahasiswa, khususnya dalam meningkatkan kualitas produk, kemasan, dan pelayanan sebagai bekal menghadapi kegiatan usaha di masa mendatang.

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian pada kegiatan bazar kewirausahaan kampus, tingkat kepuasan pengunjung terhadap produk jajanan dan makanan kekinian yang diteliti berada pada kategori baik hingga sangat baik. Aspek rasa/kualitas produk, harga, higienitas penyajian, kepraktisan produk, pelayanan, minat beli ulang, dan rekomendasi memperoleh nilai tinggi, sehingga menunjukkan bahwa produk mampu memenuhi harapan pengunjung bazar. Namun demikian, beberapa aspek seperti tekstur, porsi, dan terutama kemasan masih memerlukan peningkatan meskipun tetap berada pada kategori baik. Secara keseluruhan, produk yang diteliti, yaitu produk kelompok usaha mahasiswa JAJANTRIP, dinilai layak, diminati, dan memiliki potensi untuk terus dikembangkan sebagai sarana pembelajaran kewirausahaan mahasiswa serta peluang usaha di lingkungan kampus.

## SARAN

Berdasarkan temuan penelitian, disarankan agar kelompok usaha mahasiswa JAJANTRIP terus mempertahankan kualitas rasa, kebersihan, serta pelayanan yang sudah dinilai sangat baik. Selain itu, perlu dilakukan pengembangan lebih lanjut pada aspek tekstur, porsi, dan khususnya kemasan agar lebih menarik, ergonomis, dan memiliki daya tarik visual yang lebih tinggi. Strategi pemasaran juga perlu ditingkatkan, misalnya melalui promosi digital dan inovasi produk untuk memperkuat minat beli ulang. Untuk penelitian selanjutnya, disarankan melibatkan jumlah responden yang lebih besar dan cakupan produk yang lebih beragam agar hasil yang diperoleh lebih komprehensif dan representatif.

## DAFTAR PUSTAKA

- Mutiara, S., Hamid, R. S., & Suardi, A. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan Persepsi Harga dan Cita Rasa terhadap Kepuasan Konsumen. *Jesya (Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah)*, 4(1), 411-427.
- Nadhifah, A., Farisa, I., Nadya, B. N. P., Febriani, E. P., Erlynniha, N. P. A., Lutfiani, S. H., Indriyanti, N., & Damar, A. M. (2025). Peluang usaha makanan berdasarkan survei makanan yang paling banyak diminati mahasiswa Unnes. *Jurnal Potensial*, 4(1), 43–51.
- Nuraeni, Y. A. (2022). Peran Pendidikan dalam Pembentukan Jiwa Wirausaha: Pendidikan kewirausahaan. *Jurnal Ilmu Pendidikan (ILPEN)*, 1(2), 38-53.
- Rahayu, P., Subhiyanto, S., Adityarini, E., & Marzuki, M. (2024). Analisis Kemampuan Literasi Digital dan Berpikir Kritis Mahasiswa sebagai Wujud Quality Education dalam Mendukung Sustainable Development Goals (SDGs). *Go Infotech: Jurnal Ilmiah STMIK AUB*, 30(2), 256-266.
- Razak, I., Nirwanto, N., & Triatmanto, B. (2019). Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, 7(2), 1-14.
- Thohir, M. A., Ahdhianto, E., Irawan, D., Andhini, N. S., Faustina, A. N., & Cahyani, I. G. (2024). *Model Challenge Based Learning Terintegrasi Sustainable Development Goals untuk Calon Guru SD*. Malang: PT Literasi Nusantara Abadi.

- 
- Tunru, A. A., Brantasari, M., & Handayani, L. (2024). Dinamika Pendidikan Kewirausahaan melalui Kegiatan Bazar di Lingkungan Perguruan Tinggi Swasta. *Jurnal Pengabdian Kreativitas Pendidikan Mahakam (JPKPM)*, 4(1), 63-72.
- Sinaga, A. V., Sianipar, R., Novia, L., Fauziah, F., & Syafir, M. I. (2025). Identifikasi Peluang Bisnis: Strategi Membangun Usaha Mandiri Bagi Mahasiswa. *Jurnal Pengabdian Negeri*, 2(2), 110-119.
- Siregar, P. P., Julmasita, R., Ananda, S., & Nurbaiti, N. (2023). Pentingnya Pendidikan Kewirausahaan di Perguruan Tinggi. *Asatiza: Jurnal Pendidikan*, 4(1), 43-50.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Supriyadi, N., Khudhori, K. U., & Fitmawati, F. (2025). *Pengembangan Usaha Berbasis Kuliner dalam Mendukung Sustainable Development Goals (Sdgs) di Dusun Curup* (Doctoral dissertation, Institut Agama Islam Negeri Curup).
- Wardhani, D. A. P., Oktiningrum, W., Ningrahayu, A. D. S. R., & Rahmadani, H. V. A. (2025). Menanamkan Nilai-Nilai Kewirausahaan Siswa melalui Bazar Nusantara dengan Pengolahan Makanan Tradisional. *Jurnal Edukasi Pengabdian Masyarakat*, 4(1), 1-7.