

**Penguatan Efikasi Diri melalui *Talkshow* Kreativitas Tanpa Batas:  
Membangun Jiwa Berwirausaha Mahasiswa Bimbingan dan Konseling**

Ulfatul Mutahidah<sup>1\*</sup>, Faijin<sup>2</sup>, Nurhayati<sup>3</sup>, Amiruddin<sup>4</sup>, Nurrahmania<sup>5</sup>, Muhamadiah<sup>6</sup>

<sup>1 2 3 4 5 6</sup> Universitas Nggusuwaru, Nusa Tenggara Barat, Indonesia

\* Penulis Korespondensi: [ulfatulmutahidahbk@gmail.com](mailto:ulfatulmutahidahbk@gmail.com)

---

**Abstrak:** Penguatan efikasi diri sangat penting dalam membentuk kemandirian profesional mahasiswa, khususnya di Program Studi Bimbingan dan Konseling. Mahasiswa sering menghadapi tantangan seperti keraguan tentang kemampuan mereka dan kurangnya modal. Kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk menumbuhkan semangat kewirausahaan dan meningkatkan efikasi diri kewirausahaan mahasiswa melalui integrasi pembelajaran berbasis proyek ke dalam Bazar dan Talkshow "Kreativitas Tanpa Batas". Metode pelaksanaannya melibatkan 117 mahasiswa semester pertama, meliputi pengembangan ide produk, desain identitas merek, uji coba produk, dan pemasaran di bazar. Selain itu, wawasan diperkuat melalui talkshow yang menampilkan praktisi bisnis kuliner dan lembaga keuangan (PT. Pegadaian). Data evaluasi dikumpulkan melalui kuesioner, observasi lapangan, dan wawancara singkat. Hasil pengabdian masyarakat menunjukkan peningkatan kepercayaan diri yang signifikan, di mana mahasiswa percaya pada kelayakan produk mereka dan mayoritas responden merasakan dampak positif dari paparan pengalaman para pembicara. Pengalaman sukses langsung (pengalaman penguasaan) selama bazar dan pengamatan terhadap kesuksesan tokoh inspiratif (pengalaman tidak langsung) terbukti dapat menumbuhkan motivasi. Selain itu, keberhasilan kegiatan ini memperkuat teori dan praktik akademik, mampu menjadikan mahasiswa Bimbingan dan Konseling sebagai calon lulusan yang inovatif, mandiri, dan siap bertransformasi menjadi konselor dengan jiwa kewirausahaan di era digital.

**Kata kunci:** Efikasi Diri, *Talkshow*, Kreativitas, Wirausaha, Mahasiswa, Bimbingan, Konseling

---

### **Pendahuluan**

Kewirausahaan merupakan fenomena sosial, ekonomi, dan budaya yang telah diterima secara luas di kalangan pemerintah, akademisi, dan pelajar, (Wijaya & Nuringsih, 2024). Kewirausahaan dapat mengatasi berbagai tantangan ekonomi dan sosial, mulai dari mengurangi pengangguran, mendorong inovasi, hingga mendukung pembangunan sosial dan ekonomi, (Aisyahrani, 2024). Lebih dari itu, kewirausahaan merupakan nilai yang dibutuhkan untuk memulai suatu usaha dengan sesuatu yang berbeda, dengan tujuan pertumbuhan melalui inovasi dan kreativitas dalam sebuah usaha, (Suwandi, Situmorang, & Parlindungan, 2024).

Pendidikan kewirausahaan di perguruan tinggi merupakan instrumen mendesak untuk membekali mahasiswa dengan kompetensi inovatif, kepemimpinan, dan ketangguhan mental guna menekan angka pengangguran lulusan, yang

---

keberhasilannya bergantung pada kurikulum relevan dan kolaborasi aktif dengan dunia usaha, (Gumilar, Sehabudin, & Erfiyana, 2023). Pendidikan kewirausahaan bertujuan meningkatkan kesadaran bahwa wirausaha adalah pilihan karier yang layak sekaligus meningkatkan pemahaman proses pendirian dan pengelolaan usaha baru, (Khairani, 2020). Selain aspek ekonomi, pendidikan ini berfokus pada pembentukan karakter wirausaha yang tangguh melalui pengembangan kepemimpinan, kemampuan manajerial, dan ketajaman dalam pengambilan keputusan (Siregar, Julmasita, Ananda, & Nurbaiti, 2023).

Dalam perspektif bimbingan dan konseling, kewirausahaan berfungsi sebagai media efektif untuk meningkatkan potensi peserta didik agar mengenali minat dan bakatnya secara mendalam, (Widyanti & Putro, 2025). Dinamika kelompok dalam bimbingan dan konseling, individu memperoleh penguatan melalui pengalaman keberhasilan orang lain (*vicarious experience*) yang dapat meningkatkan motivasi berprestasi dalam kewirausahaan, (Aryani, 2022). Pembinaan minat wirausaha karenanya memerlukan program layanan bimbingan kelompok bidang pengembangan karier untuk memberikan pemahaman praktis sekaligus mengatasi hambatan psikologis seperti kurangnya rasa percaya diri, (Riani, Manurung, & Syarqawi, 2022). Dapat disimpulkan bahwa kewirausahaan adalah kompetensi penting dalam pendidikan tinggi, termasuk program studi bimbingan dan konseling. Konselor berjiwa wirausaha tidak hanya mampu bekerja di lembaga, tetapi juga mampu berwirausaha sebagai bentuk kemandirian.

Pada semester ganjil tahun akademik 2025/2026, mahasiswa semester 1 program studi bimbingan dan konseling Universitas Nggusuwaru yang menempuh mata kuliah Kewirausahaan melaksanakan, seperti studi pasar untuk mendapatkan ide dan melihat peluang usaha, pengembangan ide produk, pembuatan produk, perancangan identitas merek (*branding*) beserta logo, uji coba produk bersama dosen, uji coba kepada konsumen awal (*tester*), penjualan langsung, keikutsertaan dalam bazar, penyusunan *business plan*, hingga promosi kreatif melalui media sosial. Untuk mendukung keseluruhan proses, dengan dilaksanakan Talkshow Kreativitas Tanpa Batas: Membangun Jiwa Berwirausaha Mahasiswa Bimbingan dan Konseling, pada Rabu 12 November 2025 pukul 08.30 WIB di Aula M. Djafar Aryn Universitas Nggusuwaru. Bazar produk mahasiswa berlangsung sejak sebelum sesi talkshow dimulai hingga acara selesai. Kegiatan ini bertujuan menumbuhkan jiwa wirausaha sejak dari bangku kuliah. Mahasiswa bimbingan dan konseling tidak hanya dibekali keilmuan bimbingan dan konseling, tetapi juga bagaimana berwirausaha juga.

Efikasi diri merupakan faktor determinan yang secara signifikan mempengaruhi minat wirausaha melalui keyakinan individu dalam mengorganisasi tindakan dan menghadapi risiko bisnis, (Sulastri & Pangestu, 2022). Di era digital, efikasi diri berfungsi sebagai variabel moderasi yang memperkuat perilaku berwirausaha keyakinan atas kemampuan diri memungkinkan mahasiswa memanfaatkan teknologi lebih efektif dan berani mengambil keputusan strategis, (Aprilia, Pratama, & Adinata, 2025). Layanan bimbingan dan konseling tidak hanya berfokus pada minat, tetapi juga penguatan efikasi diri agar mahasiswa mampu memanfaatkan media sosial secara produktif, (Purwaningsih, Karlina, & Tukiran, 2023). Mahasiswa bimbingan dan konseling memiliki potensi wirausaha yang besar jika efikasi diri mereka diperkuat.

Efikasi diri wirausaha merujuk pada keyakinan seseorang bahwa ia mampu menjalankan peran dan tugas wirausaha. Mahasiswa yang telah melewati proses pembuatan produk, *branding*, dan penjualan sudah membangun fondasi efikasi diri dari pengalaman langsung (*mastery experience*). Talkshow hadir memperkuat fondasi tersebut melalui paparan *vicarious experience* dari narasumber wirausahawan yang sukses serta dorongan verbal persuasif dari yang berpengalaman. Talkshow menghadirkan dua narasumber: Ningsih Kusuma Wati, S.Pd, owner Mamachi dan Pisco

---

Pizza yang memulai dari nol, hingga menjadi merek kuliner yang dikenal luas, serta Taufan Nugroho, Deputi Bisnis PT. Pegadaian, yang berbagi perspektif dari sisi lembaga keuangan negara dalam mendukung ekosistem wirausaha. Kegiatan melibatkan 117 mahasiswa (kelas 1A: 35, 1B: 37, 1C: 45) dan dihadiri lebih dari 117 pengunjung tercatat dari berbagai kalangan, tidak hanya mahasiswa bimbingan dan konseling tetapi juga lintas program studi, dosen, dan civitas akademika lainnya.

### **Metode**

Kegiatan pengabdian ini merupakan rangkaian pembelajaran berbasis proyek (project-based learning) dalam mata kuliah Kewirausahaan semester ganjil 2025/2026 yang berpuncak pada Talkshow Kreativitas Tanpa Batas: Membangun Jiwa Berwirausaha Mahasiswa bimbingan dan konseling. Talkshow diselenggarakan pada Rabu, 12 November 2025, pukul 08.30 WIB, bertempat di Aula M. Djafar Aryn Universitas Nggusuwaru. Kegiatan melibatkan 117 mahasiswa semester 1 angkatan 2025 Program studi bimbingan dan konseling yang terbagi dalam tiga kelas (Kelas 1A, 1B, dan 1C). Tahapan pelaksanaan pengabdian disusun sebagai berikut;

#### **Tahap Pengembangan Produk**

Mahasiswa secara berkelompok mengidentifikasi ide produk berdasarkan studi pasar dan studi kebutuhan sesuai yang dibutuhkan target pasarnya, kemudian menentukan target pasar, melakukan uji coba awal kepada orang terdekat, dan memproduksi barang atau jasa yang akan dipasarkan. Proses ini berlangsung selama satu semester di bawah bimbingan dosen pengampu mata kuliah untuk memastikan kesiapan produk sebelum dipasarkan.

#### **Tahap Branding dan Identitas Merek**

Setiap kelompok merancang nama merek, logo, kemasan, dan tagline produk secara mandiri dengan melibatkan rekan sejawat dan dosen pengampu untuk mendapatkan masukan terkait logo dan nama merek yang kekinian dan menarik pasar. Promosi dilakukan secara offline maupun online. Mahasiswa membuat video promosi dan memanfaatkan media sosial seperti Facebook, Instagram, dan WhatsApp Status. Selain itu, mahasiswa juga melakukan promosi langsung dengan menawarkan produk kepada rekan-rekan mahasiswa sebagai target pasar utama.

#### **Tahap Uji Coba Produk**

Sebelum bazar dan talkshow diselenggarakan, produk terlebih dahulu diuji cobakan kepada dosen pengampu dan teman-teman sekelas. Jika sudah dinyatakan layak, mahasiswa baru diperbolehkan melakukan produksi dan pemasaran awal kepada konsumen untuk memperoleh umpan balik. Masukan dari dosen dan rekan-rekan dijadikan saran praktis dalam perbaikan atau penggantian produk. Pada tahap ini mahasiswa juga menghitung rugi, laba dan biaya operasional yang terangkum dalam business plan, merencanakan modal, menetapkan harga, serta menyiapkan strategi penjualan.

#### **Tahap Talkshow Kreativitas Tanpa Batas**

Talkshow diselenggarakan sebagai puncak rangkaian kegiatan, melibatkan HMPS bimbingan dan konseling dan seluruh mahasiswa bimbingan dan konseling semester satu. Bazar produk yang merupakan hasil karya mahasiswa bimbingan dan konseling semester satu, dibuka sejak sebelum sesi talkshow dimulai dan berlangsung terus hingga seluruh acara selesai, sehingga pengunjung dapat berinteraksi langsung dengan produk mahasiswa sepanjang hari. Sesi talkshow menghadirkan dua narasumber; Narasumber 1, Ningsih Kusuma Wati, S.Pd, owner Mamachi dan Pisco Pizza. Beliau berbagi pengalaman membangun usaha kuliner dari nol, pentingnya branding dalam membangun pasarnya, serta strategi mempertahankan konsumen di tengah persaingan. Narasumber 2, Taufan Nugroho, Deputi Bisnis PT. Pegadaian. Beliau memaparkan

peran lembaga keuangan dalam mendukung wirausaha pemula, akses permodalan, serta pentingnya kreativitas dan keberanian dalam memulai usaha.

#### Tahap Evaluasi

Angket evaluasi diisi oleh seluruh 117 mahasiswa pelaku bazar dan talkshow. Indikator keberhasilan kegiatan juga terlihat dari tingginya antusiasme civitas akademika, di mana jumlah pengunjung bazar melampaui kapasitas administratif yang dipersiapkan. Absensi pengunjung tidak terisi semua karena lembar yang tersedia tidak mencukupi. Fenomena ini menunjukkan besarnya ketertarikan publik terhadap produk kreatif mahasiswa bimbingan dan konseling, sekaligus menjadi bukti nyata efektivitas promosi yang dilakukan oleh para mahasiswa.

### Hasil & Pembahasan

#### Hasil

Talkshow Kreativitas Tanpa Batas: Membangun Jiwa Berwirausaha Mahasiswa bimbingan dan konseling berjalan dengan sangat baik dan di luar ekspektasi, sangat meriah serta disambut baik oleh hampir seluruh mahasiswa Universitas Nggusuwaru. Bazar merupakan inti dari perkuliahan ini karena menampilkan hasil kreativitas mahasiswa bimbingan dan konseling. Bazar berhasil membuat mahasiswa bimbingan dan konseling, memiliki rasa percaya diri dengan produknya.

Peningkatan kepercayaan diri mahasiswa selama bazar sejalan dengan temuan bahwa pengalaman langsung (*mastery experience*) melalui praktik merupakan strategi efektif untuk menghadapi hambatan psikologis dengan terlibat langsung dalam proses transaksi dan interaksi di bazar, mahasiswa membangun persepsi positif terhadap kemampuan dirinya yang membentuk pola keberanian dan ketangguhan mental, (Istikakimi & Kurniawati, 2024).

Selain itu, mereka merasakan bagaimana bekerja sama dan memimpin rekan-rekannya dalam membuat produk, serta terjun langsung bagaimana membuat produk mereka terjual habis. Mahasiswa terbagi dalam kelompok kecil dalam tahap pengembangan produk dan branding merupakan bentuk penerapan pembelajaran kolaboratif berbasis *team-based project* yang terbukti efektif meningkatkan partisipasi aktif dan kemampuan mencari solusi kolektif atas tantangan bisnis, (Listiani, Rachmawati, Wijayanti, Napfiah, Kurniawan, & Yasinta, 2023).

Bazar yang dibuka sejak sebelum sesi talkshow dimulai berhasil menarik pengunjung dari berbagai kalangan, tercatat lebih dari 117 pengunjung tidak hanya dari mahasiswa bimbingan dan konseling, tetapi juga dari program studi lain, dosen, dan civitas akademika. Antusiasme ini menjadi bukti nyata bahwa produk-produk karya mahasiswa memiliki daya tarik dan nilai pasar yang sesungguhnya.

Berikut disajikan hasil angket evaluasi yang diisi oleh seluruh 117 mahasiswa, dilengkapi dengan narasi hasil observasi dan wawancara singkat setelah kegiatan.

**Tabel 1.** Keyakinan Produk Layak Dijual

TS	KS	S	SS
0	0	51	66

Tabel di atas menunjukkan bahwa tidak ada responden yang memilih tidak setuju maupun kurang setuju, 51 responden memilih setuju, dan 66 responden memilih sangat setuju. Dapat disimpulkan bahwa seluruh mahasiswa meyakini produk yang mereka kembangkan layak dipasarkan kepada konsumen. Hal ini menunjukkan tingkat entrepreneurial self-efficacy yang tinggi pada mahasiswa bimbingan dan konseling. Efikasi diri kewirausahaan merupakan keyakinan individu terhadap kemampuannya dalam melakukan berbagai tugas dan peran kewirausahaan secara efektif, termasuk

---

menciptakan produk yang kompetitif, (Duong, 2025). Proses pengembangan produk yang telah dilalui mahasiswa berhasil membentuk persepsi positif terhadap diri mereka, dan keyakinan akan kelayakan produknya, sehingga memunculkan kepercayaan diri bahwa produk mereka layak untuk diproduksi secara massal.

**Tabel 2.** Percaya Diri dalam Branding & Logo

TS	KS	S	SS
0	3	56	58

Tabel ini menunjukkan bahwa responden yang memilih tidak setuju 0, kurang setuju 3, setuju 56, dan sangat setuju 58. Proses merancang merek, logo, dan kemasan secara mandiri berhasil meningkatkan kepercayaan diri mahasiswa dalam membangun identitas usaha mereka. Keberhasilan ini mencerminkan antara keterampilan, kreatifitas dan kolaborasi tim, di mana praktik pembuatan identitas merek merupakan aset penting untuk memperkuat jiwa kewirausahaan, (Aliman, Susanto, & Mulyono, 2025). Di sisi lain, proses kreatif ini juga didorong oleh kerja tim yang solid, karena interaksi dalam selama proyek kewirausahaan menjadi pemicu pembelajaran yang signifikan, (Pazos, Perez-Lopez, & Gonzalez-Lopez, 2022). Kepercayaan diri yang muncul merupakan hasil dari penguasaan branding yang didukung oleh dinamika kelompok yang positif.

**Tabel 3.** Kepuasan Respons Tester

TS	KS	S	SS
0	5	52	60

Tabel ini menunjukkan bahwa responden yang memilih tidak setuju 0, kurang setuju 5, setuju 52, dan sangat setuju 60. Sebagian besar mahasiswa merasa puas dengan umpan balik konsumen dan menjadikannya sebagai acuan dalam penyempurnaan produk sebelum bazar. Tingginya tingkat kepuasan ini menunjukkan bahwa umpan balik merupakan bagian penting dari siklus belajar. Strategi pembelajaran kewirausahaan yang efektif harus memberikan ruang bagi umpan balik konstruktif agar mahasiswa dapat mengidentifikasi kekurangan produk secara dini, (Wardani, Novantiko, Rahayu, & Wati, 2026). Proses ini tidak hanya menyempurnakan teknis produk, tetapi juga membangun lingkungan pembelajaran yang fleksibel di mana mahasiswa belajar menyesuaikan diri dengan keinginan konsumen sebagai bentuk adaptabilitas bisnis.

**Tabel 4.** Pengalaman Berjualan di Bazar

TS	KS	S	SS
0	0	45	72

Tabel ini menunjukkan bahwa responden yang memilih tidak setuju 0, kurang setuju 0, setuju 45, dan sangat setuju 72. Pengalaman berjualan langsung kepada pengunjung bazar memberikan dampak positif paling kuat bagi mahasiswa merasakan secara nyata bahwa produk mereka diterima dan diminati pasar. Keberhasilan menjual produk di bazar memberikan pengalaman keberhasilan secara langsung. Realisasi penjualan menjadi bukti nyata bagi mahasiswa untuk menilai kemampuan diri mereka, membentuk pribadi terhadap kinerja wirausaha di masa depan. Pengalaman sukses ini terbukti memicu kegigihan dan fleksibilitas mahasiswa dalam menghadapi dinamika pasar, (Abdal, Sulaiman, & Setialaksana, 2023).

**Tabel 5.** Talkshow Perkuat Efikasi Diri

TS	KS	S	SS
0	1	43	73

Tabel ini menunjukkan bahwa responden yang memilih tidak setuju 0, kurang setuju 1, setuju 43, dan sangat setuju 73. Paparan pengalaman nyata dari narasumber Ningsih Kusuma Wati dan Taufan Nugroho terbukti secara signifikan memperkuat efikasi diri mahasiswa dalam berwirausaha. Hal ini menunjukkan adanya mekanisme *vicarious experience*, mahasiswa memperoleh keyakinan baru setelah mendengarkan keberhasilan narasumber. Proses pengamatan terhadap sosok inspiratif ini membantu mahasiswa membangun persiapan mental, sehingga mereduksi keraguan diri untuk memulai langkah nyata dalam berwirausaha, (Kabir & Rabby, 2023).

**Tabel 6.** Motivasi Berwirausaha Meningkat

TS	KS	S	SS
0	2	43	72

Tabel ini menunjukkan bahwa responden yang memilih tidak setuju 0, kurang setuju 2, setuju 43, dan sangat setuju 72. Meskipun motivasi awal sudah terbentuk dari proses mata kuliah, produksi dan penjualan awal, talkshow dan bazar semakin memperkuat dan meningkatkan motivasi berwirausaha mahasiswa. Hal ini membuktikan bahwa rangkaian kegiatan berhasil membuat motivasi intrinsik mahasiswa seperti hasrat untuk berhasil dan harapan akan masa depan memiliki pengaruh besar terhadap keberhasilan proses belajar, (Rismayanti, Rayhan, Adzim, & Fatihah, 2023). Bazar dan talkshow tidak hanya berperan sebagai stimulus eksternal, melainkan menjadi pemantik kesadaran diri mahasiswa akan pentingnya kemandirian ekonomi.

**Tabel 7.** Kegiatan Relevan dan Bermakna

TS	KS	S	SS
0	0	46	71

Tabel ini menunjukkan bahwa responden yang memilih tidak setuju 0, kurang setuju 0, setuju 46, dan sangat setuju 71. Seluruh mahasiswa menilai kegiatan talkshow beserta bazar sangat relevan dan bermakna sebagai puncak pembelajaran kewirausahaan mereka. Motivasi ekstrinsik yang tumbuh dipicu oleh rangsangan luar seperti lingkungan belajar yang kondusif dan peran fasilitator yang inspiratif, (Nababan, 2026). Kehadiran praktisi narasumber dalam talkshow memberikan penguatan eksternal, sehingga mahasiswa menginternalisasi pengalaman tersebut sebagai sesuatu yang bermakna realitas dunia kerja.

### **Pembahasan**

Selain data angket, tim pengabdian melakukan observasi langsung selama kegiatan berlangsung dan wawancara singkat tidak terstruktur kepada beberapa mahasiswa setelah acara selesai. Temuan kualitatif ini melengkapi gambaran dampak kegiatan yang tidak sepenuhnya tertangkap oleh instrumen angket. Dari hasil observasi, bazar yang berlangsung sejak sebelum talkshow dibuka menampilkan stand-stand dengan produk beridentitas merek yang beragam dan kreatif dengan berbagai produk kuliner hasil dari inovasi mahasiswa bimbingan dan konseling. Mahasiswa terlihat percaya diri mempromosikan produknya, menjelaskan harga dan menjelaskan keunggulan produk kepada pengunjung. Interaksi berlangsung aktif bahkan sebelum sesi talkshow dimulai, menciptakan suasana wirausaha di dalam kampus.

Sesi talkshow sendiri berlangsung penuh antusias. Paparan Ningsih Kusuma Wati tentang perjalanan membangun Mamachi dan Pisco Pizza dari nol, memberikan emosional yang kuat, mahasiswa melihat sosok yang memulai dari kondisi serupa dengan mereka. Teori Bandura menekankan bahwa penguatan keyakinan diri diperoleh melalui pengamatan terhadap keberhasilan orang lain, (Mahshunah, Padmaningrum, & Widiyanti, 2022). Mahasiswa merasa memiliki kemiripan latar belakang dengan narasumber, sehingga pengamatan ini secara otomatis meningkatkan efikasi diri mereka. Hal ini membuktikan bahwa kehadiran narasumber sukses menjadi model yang efektif dalam menumbuhkan jiwa wirausaha mahasiswa.

Paparan Taufan Nugroho dari PT. Pegadaian memberikan perspektif baru bahwa keterbatasan modal bukanlah hambatan yang tidak memiliki solusi, (Aisyahrani, 2024; Riani, Manurung, & Syarqawi, 2022). Pegadaian berperan sebagai lembaga keuangan yang menyediakan peluang pembiayaan inklusif bagi mahasiswa, seperti melalui produk KUR Syariah dan Program HoKi (hobi dan kreasi) yang dirancang khusus untuk memfasilitasi mahasiswa yang memiliki ide bisnis namun terkendala modal, (Aristawidyahartanti, 2022). Pegadaian juga berperan sebagai eksponen pembangunan yang menyediakan akses permodalan cepat, efisien, dan transparan bagi masyarakat yang tergolong unbankable, (Sutrisno, Ompusunggu, & Hukom, 2023). Dengan dukungan tersebut, mahasiswa tidak lagi melihat modal sebagai halangan. Faktor penghambat utama wirausahawan pemula seperti mahasiswa meliputi keterbatasan modal, kurangnya pengalaman, serta tekanan akademik yang menimbulkan keraguan internal, (Novita, Aulia, Hasanah, & Zahara, 2025). Kehadiran narasumber yang berbagi pengalaman dan lembaga keuangan yang menawarkan solusi permodalan dalam pengabdian ini bertujuan mereduksi hambatan tersebut, dengan memberikan informasi, sehingga meningkatkan kepercayaan diri mahasiswa untuk tetap berkarya.

Dari wawancara singkat, sebagian besar mahasiswa menyatakan bahwa mendengar pengalaman narasumber jauh lebih memotivasi dibandingkan teori di kelas. Beberapa mahasiswa mengungkapkan niat untuk melanjutkan usaha setelah mata kuliah selesai, bahkan ada yang berencana mendaftarkan merek produknya secara resmi. Beberapa kelompok juga melaporkan kehabisan stok produk sebelum bazar ditutup. Keterbatasan utama kegiatan ini adalah absensi pengunjung yang tidak terisi semua karena jumlah kehadiran jauh melampaui perkiraan, sehingga lembar absensi tidak mencukupi. Data absensi hanya mencatat 117 pengunjung, sementara jumlah sesungguhnya diperkirakan lebih besar. Kedepannya, perlu disiapkan absensi yang lebih memadai.

### **Simpulan**

Kegiatan pengabdian masyarakat melalui talkshow dan bazar "Kreativitas Tanpa Batas" secara signifikan memperkuat efikasi diri mahasiswa bimbingan dan konseling Universitas Nggusuwaru dengan memadukan pengalaman keberhasilan langsung (mastery experience) dan pengamatan kesuksesan figur inspiratif (vicarious experience). Integrasi pembelajaran berbasis proyek, mulai dari pengembangan produk hingga ikut serta di bazar, berhasil menghilangkan keraguan terkait permodalan. Keberhasilan ini tidak hanya membuktikan kesiapan mental dan kompetensi inovatif mahasiswa, tetapi juga pentingnya sinergi antara teori akademik dan dukungan dalam mencetak lulusan yang mandiri, berdaya saing, dan mampu bertransformasi menjadi konselor berjiwa wirausaha. Rangkaian proses dari pengembangan produk, perancangan branding dan logo, uji coba kepada tester, penjualan di bazar, hingga paparan inspiratif dari Ningsih Kusuma Wati (owner Mamachi & Pisco Pizza) dan Taufan Nugroho (Deputi Bisnis PT. Pegadaian) terbukti secara efektif memperkuat efikasi diri mahasiswa. Motivasi berwirausaha yang sudah terbentuk sejak awal proses perkuliahan

semakin meningkat setelah mahasiswa mendapat validasi pasar nyata dan inspirasi dari narasumber berpengalaman. Direkomendasikan agar kegiatan serupa terus diselenggarakan secara rutin dengan perencanaan yang lebih matang, khususnya dalam penyediaan absensi pengunjug.

#### Daftar Pustaka

- Abdal, N. M., Sulaiman, D. A., & Setialaksana, W. (2023). Pengembangan Instrumen Efikasi Diri dalam Matematika: Studi Validasi dengan Analisis Faktor Eksploratori. *Jurnal MediaTIK : Jurnal Media Pendidikan Teknik Informatika dan Komputer*.
- Aisyahrani, A. (2024). Peran Kewirausahaan dalam meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat. *BENEFIT: Journal Of Business, Economics, And Finance*.
- Aliman, Susanto, H., & Mulyono, S. (2025). Pelatihan Personal Dan Digital Branding Untuk Meningkatkan Jiwa Wirausaha Siswa di SMAN 1 Pebayuran Bekasi. *Trend Jurnal – Abdimas*.
- Aprilia, N., Pratama, D. P., & Adinata, R. E. (2025). Perilaku Wirausaha Ditinjau dari Penggunaan Media Sosial dengan Efikasi Diri Sebagai Variabel Moderasi. *Journal of Education and Research (JEDARR)*.
- Aristawidyahartanti, D. (2022). skripsi : Pembiayaan Kewirausahaan Mahasiswa (Baitul Maal Wa Tamwil Dan Pegadaian Syariah). bengkulu: repository.uinfasbengkulu.ac.id.
- Aryani, S. (2022). Layanan Bimbingan Kelompok Dalam Meningkatkan Self-Efficacy Kewirausahaan Siswa Kelas XI Di Smk Islam Adiluwih Kabupaten Pringsewu. Lampung: Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.
- Duong, C. D. (2025). AI literacy and e-entrepreneurial intention: A serial mediation model of e-entrepreneurial self-efficacy and e-entrepreneurial identity aspiration. *International Journal of Information Management Data Insights*.
- Gumilar, D., Sehabudin, B., & Erfiyana, E. (2023). Pendidikan Kewirausahaan Pada Mahasiswa Dalam Rangka Mengatasi Tingkat Pengangguran Lulusan Perguruan Tinggi. *Jurnal Tahsinia*.
- Istikakimi, & Kurniawati, V. (2024). Upaya meningkatkan Kepercayaan Diri Siswa dalam Berbicara di Depan Umum dengan Media Modul dan Tugas Tantangan. *JSPED: Jurnal Studi Pendidikan Dasar*.
- Kabir, E. B., & Rabby, S. H. (2023). Self-Efficacy as a Predictor of Cyberloafing: The Role of Mastery Experience, Vicarious Experience, Verbal Persuasion, and Physiological States. *International Journal of Research Publication and Reviews*.
- Khairani, A. (2020). Analisis Peran Pembiayaan Dan Pembinaan Terhadap Perkembangan Usaha Dan Peningkatan Kesejahteraan Mitra Bmt Al Fath Ikmi. Jakarta: Repository.uinjkt.ac.id.
- Listiani, W., Rachmawati, Wijayanti, R., Napfiah, S., Kurniawan, C., & Yasinta Y. (2023). Penerapan Pembelajaran Blended Learning melalui Team Based Project. *Jurnal Filsafat, Sains, Teknologi, dan Sosial Budaya*.
- Mahshunah, N. R., Padmaningrum, D., & Widiyanti, E. (2022). Pengaruh Vicarious Experience dan Social Persuasion terhadap Self-Efficacy Petani Milenial. *Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian*.
- Nababan, F. (2026). Peran Dan Aktualisasi Kompetensi Sosial Guru Dalam Meningkatkan Motivasi Ekstrinsik Siswa Pada Pelajaran Pak Di Sds Maranatha. *Metanoia : Jurnal pendidikan Agama Kristen*.
- Novita, Y., Aulia, R., Hasanah, F. H., & Zahara, A. (2025). Faktor Pendorong Dan Penghambat Kewirausahaan mahasiswa DI ERA MILENIAL. *Pediaqu : Jurnal Pendidikan Sosial dan Humaniora*.
-

- Pazos, P., Perez-Lopez, M. C., & Gonzalez-Lopez, M. J. (2022). Examining teamwork competencies and team performance in experiential entrepreneurship education: emergent intragroup conflict as a learning triggering event. Education + Training Emerald Publishing Limited.
- Purwaningsih, D., Karlina, E., & Tukiran, M. (2023). Pengaruh Efikasi Diri Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa. Research and Development Journal Of Education.
- Riani, Manurung, P., & Syarqawi, A. (2022). Faktor Pendukung Dan Penghambat Dalam Meningkatkan Minat Wirausaha Siswa Di Sma Negeri 1 Silangkitang Kabupaten Labuhanbatu Selatan. Al-Mursyid : Jurnal ikatan alumni bimbingan dan konseling islam (IKA Bimbingan dan Konseling).
- Rismayanti, R., Rayhan, M. A., Adzim, Q. K., & Fatihah, L. A. (2023). Pengaruh Motivasi Instrinsik dan Motivasi Ekstrinsik Terhadap Proses Pembelajaran Mahasiswa Universitas Pendidikan Indonesia. JPST: Jurnal Pendidikan, Sains dan teknologi .
- Siregar, A. P., Julmasita, R., Ananda, S., & Nurbaiti. (2023). Pentingnya Pendidikan Kewirausahaan di Perguruan Tinggi. Asatiza: Jurnal Pendidikan.
- Sulastri, A. N., & Pangestu, E. (2022). Pengaruh Efikasi Diri Dan Motivasi Berwirausaha Terhadap Minat Wirausaha Mahasiswa . Brainy.
- Sutrisno, F. A., Ompusunggu, D. P., & Hukom, A. (2023). Analisis Peran Lembaga Keuangan (Pegadaian) Terhadap Pengembangan perekonomian Masyarakat Umum (Usaha UMKM). Gema Ekonomi (Jurnal Fakultas Ekonomi ).
- Suwandi, Situmorang, M. S., & Parlindungan, S. (2024). Peran Kewirausahaan dalam Membangun dan Memajukan Perekonomian Bangsa . Jurnal Manajemen Dan Bisnis Ekonomi.
- Wardani, A. K., Novantiko, K., Rahayu, W. P., & Wati, A. P. (2026). Strategi Guru Dalam Mengoptimalkan Pembelajaran Kewirausahaan Berbasis Kurikulum Merdeka: Studi Kasus Di Smk Pgri Sumbermanjing. Jurnal Manajemen Pendidikan.
- Widyanti, W., & Putro, H. Y. (2025). Proyek Kewirausahaan Berdampak Meningkatkan Potensi Siswa Dengan Menghasilkan Produk Yang Dikemas Dalam Kurikulum Merdeka. Jp bimbingan dan Konseling: Jurnal Pelayanan Bimbingan dan Konseling.
- Wijaya, A., & Nuringsih, K. (2024). Pengetahuan Kewirausahaan, Motivasi Kewirausahaan, Dan Kreativitas Dapat Memengaruhi Minat Berwirausaha. Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan.