



**OPTIMALISASI KREATIVITAS MAHASISWA MELALUI PENDAMPINGAN
PRODUK *HANDMADE* DAN PAMERAN KEWIRAUSAHAAN DI TRANS STUDIO
MALL MAKASSAR**

***OPTIMIZING STUDENTS' CREATIVITY THROUGH HANDMADE PRODUCT
MENTORING AND AN ENTREPRENEURSHIP EXHIBITION AT TRANS STUDIO MALL
MAKASSAR***

Sry Wahyuni^{1*}, Ita Sarmita Samad², Muawwal Al As'ary³, Nur Nasharuddin Noni⁴,
Nirdayanti Mustarih⁵

^{1*,2,3,4,5} Universitas Negeri Makassar, Indonesia

*Email korespondensi: sry.wahyuni@unm.ac.id

Article History:

Received: Maret 10th, 2026

Revised: April 10th, 2026

Published: April 15th, 2026

Abstract: *This community service activity aimed to optimize students' creativity and entrepreneurial skills through handmade product mentoring and an entrepreneurship exhibition at Trans Studio Mall Makassar. The activity involved students from the Mandarin Language Education Study Program, Faculty of Languages and Literature, Universitas Negeri Makassar, as the main participants in the production and promotion of creative products. The handmade products developed included headbands, chenille wire flowers, trendy phone charms, mirrors, keychains, and Hanzi-patterned tote bags. The method employed is a participatory approach and entrepreneurship practice-based mentoring through several stages, including preparation, product production mentoring, entrepreneurship training, exhibition implementation, and activity evaluation. The results of the activity showed that the students were able to produce creative, innovative, and marketable handmade products. The products displayed at the exhibition received positive responses from visitors due to their unique designs and alignment with current market trends. In addition, this activity improved students' skills in product promotion, business communication, and customer service, while also fostering self-confidence and an entrepreneurial mindset among the participants. Therefore, this community service activity successfully served as a medium for developing students' creativity, entrepreneurial skills, and practical business experience through handmade product-based creative economy activities.*

Keywords: *student creativity; entrepreneurship; handmade products; mentoring; entrepreneurship exhibition.*

Abstrak

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk mengoptimalkan kreativitas dan keterampilan kewirausahaan mahasiswa melalui pendampingan produk *handmade* dan pameran kewirausahaan di Trans Studio Mall Makassar. Kegiatan ini melibatkan mahasiswa Program Studi Pendidikan Bahasa Mandarin, Fakultas Bahasa dan Sastra, Universitas Negeri Makassar sebagai peserta utama dalam proses produksi dan promosi produk kreatif. Produk *handmade* yang dikembangkan meliputi bando karakter, bunga kawat bulu, gantungan HP kekinian, cermin karakter, gantungan kunci karakter, dan *totebag* bercorak hanzi. Metode pelaksanaan menggunakan pendekatan partisipatif dan pendampingan berbasis praktik kewirausahaan melalui tahapan persiapan, pendampingan produksi produk, pelatihan kewirausahaan, pelaksanaan pameran, serta evaluasi kegiatan. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa mahasiswa mampu menghasilkan produk *handmade* yang kreatif, inovatif, dan memiliki nilai jual. Produk-produk yang dipamerkan mendapatkan respon positif dari masyarakat karena memiliki desain yang unik dan mengikuti tren pasar. Selain itu, kegiatan ini juga meningkatkan keterampilan mahasiswa dalam promosi produk, komunikasi bisnis, pelayanan konsumen, serta menumbuhkan rasa percaya diri dan jiwa *entrepreneurship* mahasiswa. Dengan demikian, kegiatan pengabdian ini berhasil menjadi sarana pengembangan kreativitas, keterampilan kewirausahaan, dan pengalaman praktik usaha bagi mahasiswa melalui kegiatan ekonomi kreatif berbasis produk *handmade*.

Kata Kunci: kreativitas mahasiswa; kewirausahaan; produk *handmade*; pendampingan; pameran kewirausahaan.

PENDAHULUAN

Perkembangan ekonomi kreatif di Indonesia mendorong perguruan tinggi untuk semakin aktif dalam membangun kompetensi kewirausahaan mahasiswa melalui kegiatan berbasis praktik dan kreativitas. Mahasiswa tidak hanya dituntut menguasai teori akademik, tetapi juga mampu menghasilkan produk inovatif yang memiliki nilai ekonomis dan daya saing di masyarakat. Produk *handmade* seperti bando karakter, bunga kawat bulu, gantungan HP kekinian, cermin karakter, gantungan kunci karakter, dan *totebag* bercorak hanzi merupakan bentuk kreativitas mahasiswa yang memadukan unsur estetika, tren pasar, dan identitas budaya dalam produk bernilai jual. Pengembangan produk kreatif menunjukkan bahwa pembelajaran produk kreatif dan kewirausahaan memiliki hubungan positif terhadap tumbuhnya minat berwirausaha mahasiswa dan peserta didik (Wulandari dkk., 2023).

Kewirausahaan kreatif menjadi salah satu strategi penting dalam membangun kemandirian mahasiswa di era ekonomi digital dan industri kreatif saat ini. Melalui kegiatan kewirausahaan, mahasiswa dapat mengembangkan kemampuan berpikir inovatif, keterampilan produksi, serta kemampuan membaca peluang pasar. Orientasi kewirausahaan dan inovasi produk memiliki pengaruh terhadap pengembangan produk baru dalam sektor ekonomi kreatif. Hal ini menunjukkan bahwa kreativitas dan inovasi menjadi faktor utama dalam membangun daya saing usaha mahasiswa, khususnya pada produk *handmade* yang mengutamakan keunikan dan nilai estetika (Darmanastra & Nursyamsiah, 2023).

Produk *handmade* saat ini memiliki peluang pasar yang cukup besar karena masyarakat cenderung menyukai produk yang unik, personal, dan mengikuti tren kekinian. Produk aksesoris karakter dan kerajinan kreatif menjadi bagian dari industri kreatif yang berkembang pesat di kalangan generasi muda. Selain memiliki nilai estetika, produk *handmade* juga mampu menjadi media ekspresi kreativitas dan identitas budaya. *Totebag* bercorak hanzi, misalnya, tidak hanya berfungsi sebagai produk fesyen, tetapi juga menjadi bentuk integrasi budaya dan kreativitas dalam dunia usaha mahasiswa. Pengembangan usaha *handmade* menunjukkan bahwa keberhasilan produk kreatif sangat dipengaruhi oleh inovasi produk dan strategi promosi yang tepat agar mampu menarik perhatian konsumen (Faizatul & Mashudi, 2023).

Meskipun mahasiswa memiliki kreativitas dalam menghasilkan produk, masih terdapat berbagai kendala dalam pengembangan usaha, seperti kurangnya pengalaman pemasaran, keterbatasan kemampuan branding produk, dan minimnya pengalaman berinteraksi langsung dengan konsumen. Oleh karena itu, kegiatan pendampingan kewirausahaan menjadi penting untuk membantu mahasiswa memahami strategi pemasaran, pengemasan produk, penentuan harga, hingga teknik promosi yang efektif. Pendampingan juga berfungsi untuk meningkatkan rasa percaya diri mahasiswa dalam memperkenalkan hasil karya mereka kepada masyarakat luas. Gaul dkk. (2024) mengungkapkan bahwa pelatihan dan pendampingan mampu meningkatkan keterampilan kreatif serta mendorong mahasiswa lebih siap dalam menjalankan usaha mandiri. Selain itu, menjelaskan bahwa dengan praktik usaha langsung mampu meningkatkan pemahaman dan keberanian mahasiswa dalam mengembangkan usaha mandiri (Sihombing & Herlini, 2021).

Selain pendampingan, kegiatan pameran kewirausahaan menjadi media strategis dalam memperkenalkan produk kreatif mahasiswa kepada masyarakat. Pameran tidak hanya berfungsi sebagai sarana promosi produk, tetapi juga menjadi wadah pembelajaran nyata bagi mahasiswa dalam mengembangkan keterampilan komunikasi bisnis, pelayanan konsumen, dan pemasaran langsung. Kegiatan expo kreatif juga memberikan pengalaman kepada mahasiswa untuk memahami kebutuhan pasar dan membangun jejaring usaha. Keterlibatan mahasiswa dalam kegiatan pameran mampu meningkatkan motivasi berwirausaha, kreativitas produk, serta kemampuan promosi usaha secara langsung kepada konsumen (Ernawati dkk., 2025).

Pelaksanaan pameran kewirausahaan di Trans Studio Mall Makassar menjadi langkah strategis dalam mempertemukan produk *handmade* mahasiswa dengan masyarakat luas. Sebagai salah satu pusat perbelanjaan dan hiburan yang ramai dikunjungi masyarakat, lokasi ini memiliki potensi besar sebagai media promosi produk kreatif mahasiswa. Melalui kegiatan ini, mahasiswa dapat memperoleh pengalaman langsung dalam memasarkan produk, memahami respon konsumen, serta meningkatkan kemampuan *entrepreneurship* berbasis praktik nyata. Oleh karena itu, kegiatan pengabdian dengan judul “*Optimalisasi Kreativitas Mahasiswa melalui Pendampingan Produk Handmade dan Pameran Kewirausahaan di Trans Studio Mall Makassar*” diharapkan mampu menjadi wadah pengembangan kreativitas, keterampilan wirausaha, dan penguatan daya saing produk kreatif mahasiswa di tengah perkembangan ekonomi kreatif saat ini.

METODE

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan dengan pendekatan partisipatif dan pendampingan berbasis praktik kewirausahaan yang melibatkan mahasiswa Program Studi Pendidikan Bahasa Mandarin, Fakultas Bahasa dan Sastra, Universitas Negeri Makassar. Metode yang digunakan bertujuan untuk mengoptimalkan kreativitas mahasiswa dalam menghasilkan produk *handmade* sekaligus meningkatkan kemampuan promosi dan pemasaran produk melalui kegiatan pameran kewirausahaan. Adapun sasaran kegiatan adalah mahasiswa yang terlibat dalam pengembangan produk kreatif berupa bando karakter, bunga kawat bulu, gantungan HP kekinian, cermin karakter, gantungan kunci karakter, dan *totebag* bercorak hanzi.

Pelaksanaan kegiatan pengabdian dilakukan melalui beberapa tahapan sebagai berikut.

1. Tahap Persiapan

Pada tahap ini, tim pengabdian melakukan koordinasi dengan mahasiswa peserta kegiatan terkait perencanaan program, jadwal pelaksanaan, serta konsep pameran kewirausahaan yang akan dilaksanakan. Selain itu, dilakukan identifikasi kebutuhan mahasiswa dalam pengembangan produk *handmade*, mulai dari kebutuhan bahan, desain produk, pengemasan, hingga strategi promosi produk. Tim juga melakukan persiapan lokasi pameran dan penyediaan sarana pendukung kegiatan pameran kewirausahaan.

2. Tahap Pendampingan Produksi Produk *Handmade*

Tahap ini difokuskan pada proses pendampingan mahasiswa dalam pembuatan dan pengembangan produk *handmade*. Pendampingan dilakukan secara langsung melalui praktik pembuatan produk kreatif seperti bando karakter, bunga kawat bulu, gantungan HP dari manik-manik, cermin karakter, gantungan kunci karakter, dan *totebag* bercorak hanzi. Tim pengabdian memberikan arahan mengenai kreativitas desain, kombinasi warna, kualitas produk, teknik finishing, serta inovasi produk agar memiliki nilai estetika dan daya tarik pasar yang lebih tinggi. Selain itu, mahasiswa juga diberikan pendampingan mengenai teknik pengemasan produk yang menarik dan sesuai dengan karakter pasar generasi muda.





Gambar 1. Hasil Produk Handmade Mahasiswa

3. Tahap Pelatihan dan Pendampingan Kewirausahaan

Pada tahap ini, mahasiswa diberikan pelatihan terkait dasar-dasar kewirausahaan dan strategi pemasaran produk kreatif. Materi pelatihan meliputi teknik branding produk, strategi promosi, komunikasi pemasaran, penentuan harga produk, pelayanan konsumen, dan penggunaan media sosial sebagai sarana promosi usaha. Pendampingan dilakukan secara interaktif melalui diskusi, simulasi promosi produk, dan praktik pelayanan konsumen untuk meningkatkan kesiapan mahasiswa dalam menghadapi kegiatan pameran kewirausahaan secara langsung.

4. Tahap Pelaksanaan Pameran Kewirausahaan

Tahap inti kegiatan dilakukan melalui pelaksanaan pameran kewirausahaan di Trans Studio Mall Makassar sebagai media promosi produk *handmade* mahasiswa kepada masyarakat luas. Pada tahap ini, mahasiswa berperan langsung sebagai pelaku usaha yang mempromosikan dan menawarkan produk kepada pengunjung pameran. Mahasiswa juga melakukan interaksi langsung dengan konsumen untuk memperkenalkan keunggulan produk, memberikan pelayanan, serta memahami minat dan respon pasar terhadap produk yang dipamerkan. Kegiatan ini menjadi sarana praktik nyata dalam mengembangkan keterampilan kewirausahaan mahasiswa.

5. Tahap Evaluasi dan Refleksi Kegiatan

Tahap evaluasi dilakukan untuk mengetahui efektivitas kegiatan pengabdian dalam meningkatkan kreativitas dan keterampilan kewirausahaan mahasiswa. Evaluasi dilakukan melalui observasi selama kegiatan berlangsung, dokumentasi kegiatan, serta diskusi reflektif bersama mahasiswa terkait pengalaman, kendala, dan manfaat yang diperoleh selama proses pendampingan dan pameran berlangsung. Hasil evaluasi digunakan sebagai bahan perbaikan dan pengembangan program kewirausahaan mahasiswa pada kegiatan selanjutnya.

HASIL

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini menunjukkan hasil yang positif dalam meningkatkan kreativitas dan keterampilan kewirausahaan mahasiswa. Produk-produk *handmade* yang dipamerkan mendapatkan respon yang baik dari pengunjung pameran di Trans Studio Mall Makassar. Produk seperti bando karakter, bunga kawat bulu, gantungan HP kekinian, cermin karakter, gantungan kunci karakter, dan *totebag* bercorak hanzi menjadi daya tarik tersendiri karena memiliki desain unik, estetik, dan mengikuti tren yang diminati generasi muda. Beberapa mahasiswa bahkan berhasil menjual sebagian besar produk yang dipamerkan selama kegiatan berlangsung. Hal ini menunjukkan bahwa melalui pendampingan yang tepat, mahasiswa mampu menghasilkan produk kreatif yang memiliki nilai jual dan diminati oleh masyarakat.

Pelaksanaan kegiatan pengabdian ini berhasil melibatkan mahasiswa secara aktif dalam kegiatan kewirausahaan berbasis ekonomi kreatif melalui proses pendampingan produksi dan pelaksanaan pameran produk *handmade*. Mahasiswa tidak hanya berperan sebagai peserta, tetapi juga terlibat langsung dalam proses perencanaan produk, pembuatan produk, hingga promosi produk kepada pengunjung. Keterlibatan aktif tersebut memberikan pengalaman nyata kepada mahasiswa dalam memahami proses kewirausahaan secara langsung. Produk-produk yang ditampilkan juga memperlihatkan kreativitas mahasiswa dalam memadukan unsur estetika dan budaya, seperti penggunaan corak hanzi pada *totebag* yang memberikan ciri khas dan nilai artistik tersendiri pada produk yang dipasarkan.

Melalui keterlibatan dalam kegiatan pameran kewirausahaan, mahasiswa memperoleh pengalaman langsung dalam mengembangkan usaha kreatif, mulai dari menentukan konsep produk, memahami strategi pemasaran, hingga melakukan komunikasi dengan konsumen. Pengalaman ini membantu meningkatkan rasa percaya diri mahasiswa dalam mempromosikan hasil karya mereka kepada masyarakat luas. Selain itu, mahasiswa juga belajar memahami minat pasar dan pentingnya pelayanan konsumen dalam membangun usaha yang berkelanjutan. Interaksi secara langsung dengan pengunjung pameran memberikan wawasan baru bagi mahasiswa mengenai preferensi konsumen terhadap produk *handmade* yang unik dan mengikuti tren kekinian.

Kegiatan ini juga memberikan pemahaman kepada mahasiswa mengenai pentingnya inovasi dan identitas produk dalam meningkatkan daya saing usaha kreatif. Produk *handmade* yang dibuat mahasiswa tidak hanya berfungsi sebagai produk aksesoris atau kerajinan semata, tetapi juga menjadi media ekspresi kreativitas dan identitas budaya. *Totebag* dengan corak hanzi, misalnya, menjadi salah satu produk yang menarik perhatian pengunjung karena mengintegrasikan unsur budaya dengan desain modern. Mahasiswa mulai memahami bahwa keunikan produk menjadi salah satu faktor penting dalam menarik minat konsumen di tengah persaingan produk kreatif yang semakin berkembang.

Selama pelaksanaan kegiatan pengabdian, terdapat beberapa kendala yang dihadapi mahasiswa, seperti keterbatasan waktu dalam proses produksi, jumlah produk yang masih terbatas, serta kurangnya pengalaman mahasiswa dalam menghadapi konsumen secara langsung. Sebagian mahasiswa juga masih mengalami kesulitan dalam menentukan harga produk dan melakukan promosi secara persuasif kepada pengunjung pameran. Untuk mengatasi kendala tersebut, tim pengabdian memberikan pendampingan secara intensif melalui pelatihan kewirausahaan, simulasi promosi produk, serta pengarahan mengenai teknik komunikasi pemasaran dan pelayanan konsumen. Pendampingan yang dilakukan secara berkelanjutan membantu mahasiswa lebih percaya diri dan mampu menyesuaikan diri selama kegiatan pameran berlangsung.



Gambar 2. Pameran produk di Trans Studio Mall

Keberhasilan kegiatan pengabdian ini membuka peluang untuk pengembangan program kewirausahaan mahasiswa yang lebih luas di masa mendatang. Kegiatan serupa dapat dikembangkan melalui pembentukan komunitas wirausaha mahasiswa kreatif, pelaksanaan pameran produk secara berkelanjutan, serta pengembangan pemasaran digital melalui media sosial dan platform online. Pengembangan pemasaran digital menjadi penting karena promosi melalui media online mampu memperluas jangkauan pasar produk kreatif mahasiswa. Selain itu, kolaborasi dengan berbagai pihak, seperti pusat perbelanjaan, UMKM lokal, dan pemerintah daerah, juga dapat menjadi strategi dalam mendukung pengembangan ekonomi kreatif mahasiswa secara berkelanjutan. Dengan demikian, kegiatan ini tidak hanya memberikan pengalaman praktik kewirausahaan kepada mahasiswa, tetapi juga menjadi sarana pengembangan kreativitas, kemandirian usaha, dan penguatan daya saing produk kreatif mahasiswa di era ekonomi digital.

PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat, dapat diketahui

bahwa pendampingan produk *handmade* dan pelaksanaan pameran kewirausahaan memberikan dampak positif terhadap peningkatan kreativitas dan keterampilan *entrepreneurship* mahasiswa. Mahasiswa mampu menghasilkan berbagai produk *handmade* yang inovatif, seperti bando karakter, bunga kawat bulu, gantungan HP kekinian, cermin karakter, gantungan kunci karakter, dan *totebag* bercorak hanzi yang memiliki nilai estetika dan daya jual. Temuan ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Wulandari dkk. (2023) yang menyatakan bahwa pembelajaran berbasis produk kreatif dan kewirausahaan mampu meningkatkan minat berwirausaha serta kreativitas peserta didik dalam menghasilkan produk yang bernilai ekonomis. Selain itu, penelitian Darmanastra dan Nursyamsiah (2023) juga menegaskan bahwa inovasi produk menjadi faktor penting dalam meningkatkan daya saing usaha kreatif, khususnya pada sektor ekonomi kreatif berbasis *handmade*.

Pelaksanaan pendampingan berbasis praktik dalam kegiatan ini juga memberikan pengalaman langsung kepada mahasiswa dalam memahami proses produksi, pemasaran, dan pelayanan konsumen. Mahasiswa tidak hanya belajar membuat produk, tetapi juga memahami pentingnya kualitas produk, pengemasan, *branding*, dan strategi promosi dalam menarik minat konsumen. Hal ini sejalan dengan penelitian Nibulan dkk. (2022) yang menyebutkan bahwa pembelajaran berbasis proyek dan praktik langsung mampu meningkatkan kompetensi kewirausahaan mahasiswa secara signifikan karena mahasiswa terlibat aktif dalam proses pembelajaran. Selain itu, Kurniawan dkk. (2021) menjelaskan bahwa pembelajaran berbasis produk efektif dalam menumbuhkan jiwa *entrepreneurship* mahasiswa melalui pengalaman nyata (*learning by doing*). Dengan demikian, pendekatan partisipatif dan praktik langsung yang diterapkan dalam kegiatan ini terbukti mampu memperkuat kemampuan mahasiswa dalam mengembangkan usaha kreatif secara mandiri.

Kegiatan pameran kewirausahaan di Trans Studio Mall Makassar juga memberikan kontribusi positif terhadap pengembangan keterampilan komunikasi bisnis dan promosi produk mahasiswa. Mahasiswa memperoleh pengalaman secara langsung dalam menawarkan produk kepada pengunjung, memahami respon pasar, dan membangun interaksi dengan konsumen. Pengalaman tersebut menjadi sarana pembelajaran nyata dalam membangun rasa percaya diri dan kemampuan komunikasi bisnis mahasiswa. Temuan ini mendukung penelitian Ernawati dkk. (2024) yang menyatakan bahwa keterlibatan mahasiswa dalam kegiatan pameran ekonomi kreatif mampu meningkatkan keterampilan promosi, kreativitas produk, dan motivasi berwirausaha mahasiswa. Selain itu, Faizatul dan Mashudi (2023) juga menegaskan bahwa strategi promosi yang tepat, baik secara langsung maupun melalui media digital, sangat berpengaruh terhadap perkembangan usaha *handmade* dan daya tarik produk di kalangan konsumen muda.

Selain meningkatkan keterampilan kewirausahaan, kegiatan ini juga membantu mahasiswa memahami pentingnya diferensiasi produk dalam menghadapi persaingan pasar. Produk *totebag* bercorak hanzi yang dikembangkan mahasiswa menunjukkan adanya integrasi antara kreativitas dan unsur budaya dalam produk *handmade*. Penggabungan unsur budaya dalam produk kreatif

menjadi salah satu strategi untuk menciptakan identitas produk yang unik dan memiliki daya saing. Hal ini sejalan dengan penelitian Zaidan dan Junanah (2021) yang menjelaskan bahwa pengembangan ekonomi kreatif berbasis budaya mampu meningkatkan nilai tambah produk sekaligus menjadi sarana pelestarian budaya melalui kegiatan kewirausahaan kreatif.

Secara keseluruhan, kegiatan pengabdian ini tidak hanya memberikan manfaat dalam aspek pengembangan kreativitas dan keterampilan kewirausahaan mahasiswa, tetapi juga menjadi sarana pembelajaran berbasis pengalaman nyata yang mendukung pengembangan soft skills mahasiswa, seperti komunikasi, kerja sama tim, kreativitas, dan problem solving. Dengan demikian, kegiatan pendampingan produk handmade dan pameran kewirausahaan ini dapat menjadi model pengembangan entrepreneurship mahasiswa berbasis ekonomi kreatif yang relevan dengan kebutuhan generasi muda di era modern.

KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini berhasil dilaksanakan dengan baik melalui kegiatan pendampingan produksi produk *handmade*, pelatihan kewirausahaan, dan pelaksanaan pameran produk kreatif mahasiswa. Kegiatan ini mampu meningkatkan kreativitas mahasiswa dalam menghasilkan produk *handmade* yang inovatif dan memiliki nilai jual, seperti bando karakter, bunga kawat bulu, gantungan HP kekinian, cermin karakter, gantungan kunci karakter, dan *totebag* bercorak hanzi.

Melalui kegiatan pendampingan dan pameran kewirausahaan, mahasiswa memperoleh pengalaman langsung dalam proses produksi, pengemasan, promosi, dan pemasaran produk kepada masyarakat. Keterlibatan aktif mahasiswa dalam kegiatan pameran di Trans Studio Mall Makassar juga memberikan pengalaman nyata dalam membangun komunikasi bisnis, memahami kebutuhan konsumen, serta meningkatkan rasa percaya diri dalam berwirausaha. Produk-produk yang dipamerkan mendapatkan respon positif dari pengunjung karena memiliki desain yang unik, kreatif, dan sesuai dengan tren pasar saat ini.

Selain meningkatkan keterampilan kewirausahaan, kegiatan ini juga memberikan pemahaman kepada mahasiswa mengenai pentingnya inovasi produk, branding, dan strategi promosi dalam mengembangkan usaha kreatif yang berdaya saing. Meskipun terdapat beberapa kendala, seperti keterbatasan waktu produksi dan minimnya pengalaman mahasiswa dalam menghadapi konsumen secara langsung, kegiatan pendampingan yang dilakukan secara intensif mampu membantu mahasiswa mengatasi berbagai hambatan tersebut.

Dengan demikian, kegiatan pengabdian ini tidak hanya menjadi sarana pengembangan kreativitas dan jiwa entrepreneurship mahasiswa, tetapi juga menjadi wadah pembelajaran praktik kewirausahaan berbasis ekonomi kreatif yang relevan dengan kebutuhan mahasiswa di era modern. Oleh karena itu, kegiatan serupa diharapkan dapat dilaksanakan secara berkelanjutan dengan pengembangan pemasaran digital dan kolaborasi yang lebih luas agar produk kreatif mahasiswa

dapat terus berkembang dan memiliki daya saing di masyarakat.

PENGAKUAN/ACKNOWLEDGEMENTS

Tim pelaksana pengabdian kepada masyarakat mengucapkan terima kasih kepada Universitas Negeri Makassar, khususnya Program Studi Pendidikan Bahasa Mandarin Fakultas Bahasa dan Sastra, yang telah memberikan dukungan dan fasilitas sehingga kegiatan pengabdian ini dapat terlaksana dengan baik. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada seluruh mahasiswa yang telah berpartisipasi secara aktif dalam proses pendampingan, produksi produk *handmade*, hingga pelaksanaan pameran kewirausahaan. Penghargaan dan terima kasih yang sebesar-besarnya juga diberikan kepada pihak manajemen Trans Studio Mall Makassar yang telah memberikan izin, dukungan, dan kesempatan kepada mahasiswa untuk melaksanakan kegiatan pameran kewirausahaan sebagai media promosi produk kreatif mahasiswa. Dukungan dari pihak Trans Studio Mall Makassar sangat membantu dalam menciptakan ruang promosi yang edukatif, kreatif, dan kondusif bagi pengembangan keterampilan entrepreneurship mahasiswa.

DAFTAR REFERENSI

- Darmanastra, M. Y., & Nursyamsiah, S. (2023). Pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap kinerja pengembangan produk baru yang dimediasi oleh inovasi model bisnis (Studi empiris pada UMKM ekonomi kreatif di Kabupaten Bantul). *Selekta Manajemen: Jurnal Mahasiswa Bisnis & Manajemen*, 2 (2), 114–128.
- Darmanastra, M. Y., & Nursyamsiah, S. (2023). Pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap kinerja pengembangan produk baru yang dimediasi oleh inovasi model bisnis. *Selekta Manajemen: Jurnal Mahasiswa Bisnis & Manajemen*, 2 (2), 114–128.
- Ernawati, S., Purnama, I., Haryanti, I., Aryani, F., & Ovriyadin. (2024). Sinergi inkubator bisnis dan budaya dalam pengembangan wirausaha mahasiswa melalui pameran ekonomi kreatif di Festival Rimpu Mantika. *COMSEP: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6 (2), 112–120.
- Ernawati, S., Purnama, I., Haryanti, I., Aryani, F., & Ovriyadin. (2024). Sinergi inkubator bisnis dan budaya dalam pengembangan wirausaha mahasiswa melalui pameran ekonomi kreatif di Festival Rimpu Mantika. *COMSEP: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6 (2), 112–120.
- Faizatul, Z., & Mashudi. (2023). Pemasaran digital pengembangan usaha *handmade* aksesoris “SARACA”. *Jurnal Industri Kreatif dan Kewirausahaan*, 6 (2), 85–94.
- Faizatul, Z., & Mashudi. (2023). Pemasaran digital pengembangan usaha *handmade* aksesoris “SARACA”. *Jurnal Industri Kreatif dan Kewirausahaan*, 6 (2), 85–94.
- Gaul, M. M. L., Waruwu, E., Fajariyanto, T. C., Gurusinga, R. E., Logor, N. N., & Gaol, R. M. L. (2024). Creative Entrepreneurship Training in Product Creation at SMA RK 2 Kabanjahe: Pelatihan Kewirausahaan Kreatif dalam membuat Produk di SMA RK 2 Kabanjahe. *Dinamisia : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 8 (5), 1533-1544.
- Kurniawan, E. D., Nopriyanti, N., & Darlius, D. (2021). Kefektifan pembelajaran berbasis produk untuk menumbuhkan jiwa kewirausahaan mahasiswa. *Jurnal Dinamika Vokasional Teknik Mesin*, 6 (2), 144–157.
- Nibulan, T. R., Hafas, H. R., & Sriadhi, S. (2022). Peningkatan kompetensi kewirausahaan melalui

- pembelajaran berbasis proyek berbantuan teknologi informasi dan komunikasi. *Jurnal Teknologi Informasi & Komunikasi dalam Pendidikan*, 9 (2), 121–127.
- Sihombing, N. L. N., & Herlini, H. (2021). Pembentukan jiwa kewirausahaan mahasiswa melalui praktik usaha langsung di era Covid-19. *Intervensi Komunitas*, 2 (2), 94–101.
- Wulandari, R., Karyaningsih, E. W., & Inayah, D. T. (2023). Hubungan hasil belajar produk kreatif dan kewirausahaan dengan minat berwirausaha pada siswa kelas XI kompetensi keahlian tata busana di SMK Negeri 4 Yogyakarta tahun ajaran 2022/2023. *Prosiding Pendidikan Teknik Boga Busana*, 18 (1), 1–10.
- Wulandari, R., Karyaningsih, E. W., & Inayah, D. T. (2023). Hubungan hasil belajar produk kreatif dan kewirausahaan dengan minat berwirausaha pada siswa kelas XI kompetensi keahlian tata busana di SMK Negeri 4 Yogyakarta tahun ajaran 2022/2023. *Prosiding Pendidikan Teknik Boga Busana*, 18 (1), 1–10.
- Zaidan, A. W. S., & Junanah. (2021). Pendidikan kewirausahaan melalui pengembangan ekonomi kreatif sablon cukil. *el-Tarbawi*, 14 (1), 67–82.