



Pelatihan Kewirausahaan Bagi Mahasiswa Dalam Meningkatkan Kemandirian Ekonomi Dan Daya Saing Di Era Digital

Lilik Nuzilawati¹, Aulia Nirmala², Muhamad Romdoni³, Rony Roesdianto⁴

^{1,2}Program Studi S1 Teknik Elektro, Sekolah Tinggi Teknik Multimedia Internasional Malang

^{3,4}Program Studi S1 Teknik Industri, Sekolah Tinggi Teknik Multimedia Internasional Malang

* Penulis Korespondensi : liliknuzilawati3210@gmail.com

Received :
22 Nopember 2025

Revised :
25 Januari 2026

Accepted :
31 Januari 2026

Abstrak

Kewirausahaan merupakan salah satu kompetensi penting yang perlu dimiliki mahasiswa dalam menghadapi tantangan ekonomi dan persaingan global di era digital. Tingginya angka pengangguran terdidik menunjukkan bahwa lulusan perguruan tinggi tidak hanya dituntut sebagai pencari kerja (job seeker), tetapi juga sebagai pencipta lapangan kerja (job creator). Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan, keterampilan, dan motivasi mahasiswa dalam bidang kewirausahaan melalui pelatihan berbasis praktik. Metode pelaksanaan menggunakan pendekatan partisipatif melalui ceramah interaktif, diskusi, studi kasus, dan praktik penyusunan rencana bisnis (business plan). Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pemahaman mahasiswa mengenai konsep kewirausahaan, identifikasi peluang usaha, manajemen pemasaran digital, serta perencanaan keuangan sederhana. Peserta juga menunjukkan peningkatan motivasi untuk memulai usaha berbasis potensi lokal dan digitalisasi. Dengan demikian, pelatihan kewirausahaan ini efektif dalam mendorong kemandirian ekonomi mahasiswa dan meningkatkan kesiapan mereka dalam menghadapi dunia usaha.

Kata kunci: kewirausahaan, mahasiswa, pelatihan, kemandirian ekonomi, era digital.

Abstract

Entrepreneurship is an essential competency that students must possess to face economic challenges and global competition in the digital era. The increasing number of educated unemployed indicates that university graduates are required not only to become job seekers but also job creators. This community service activity aims to improve students' knowledge, skills, and motivation in entrepreneurship through practice-based training. The implementation method applied a participatory approach through interactive lectures, discussions, case studies, and business plan preparation practices. The results indicate an increase in students' understanding of entrepreneurial concepts, opportunity identification, digital marketing management, and basic financial planning. Participants also showed increased motivation to start businesses based on local potential and digitalization. Therefore, this entrepreneurship training is effective in encouraging students' economic independence and enhancing their readiness to enter the business world.

Keywords: entrepreneurship, students, training, economic independence, digital era.

I. PENDAHULUAN

Kewirausahaan merupakan salah satu solusi strategis dalam mengatasi permasalahan pengangguran dan meningkatkan pertumbuhan ekonomi nasional. Di Indonesia, pengembangan kewirausahaan menjadi perhatian penting pemerintah melalui berbagai program pemberdayaan dan penguatan UMKM. Mahasiswa sebagai kelompok terdidik memiliki potensi besar untuk menjadi pelaku usaha inovatif yang mampu menciptakan lapangan kerja baru.

Namun demikian, masih banyak mahasiswa yang memiliki pola pikir sebagai pencari kerja setelah lulus kuliah. Minimnya pemahaman mengenai manajemen usaha, kurangnya keberanian mengambil risiko, serta keterbatasan akses terhadap informasi dan pendampingan usaha menjadi kendala dalam menumbuhkan minat berwirausaha.

Dalam konteks pendidikan tinggi, pelatihan kewirausahaan menjadi bagian penting dalam membangun soft skills dan hard skills mahasiswa. Pelatihan tidak hanya

berfokus pada teori, tetapi juga pada praktik penyusunan model bisnis, analisis pasar, strategi pemasaran digital, serta pengelolaan keuangan usaha secara sederhana.

Berdasarkan kondisi tersebut, kegiatan



Gambar 1. Kegiatan Pengabdian Masyarakat

II. METODE PELAKSANAAN

Pendekatan dan Jenis Pengabdian

Kegiatan ini menggunakan metode pelatihan dengan pendekatan partisipatif dan aplikatif. Metode yang digunakan meliputi:

1. Ceramah interaktif tentang konsep dasar kewirausahaan.
2. Diskusi dan studi kasus peluang usaha.
3. Praktik penyusunan business plan sederhana.
4. Simulasi strategi pemasaran digital.

Lokasi dan Waktu Pelaksanaan

Kegiatan pelatihan dilaksanakan di Kampus Sekolah Tinggi Teknik Multimedia Internasional Malang pada bulan Oktober 2025 selama satu hari penuh dengan peserta mahasiswa dari berbagai program studi.

Subjek dan Objek Kegiatan

Subjek kegiatan adalah mahasiswa aktif semester 3–7.

Objek kegiatan adalah peningkatan kompetensi kewirausahaan mahasiswa.

Teknik Pengumpulan Data

1. Observasi, untuk melihat partisipasi dan antusiasme peserta.
2. Kuesioner (Pre-test dan Post-test), untuk mengukur peningkatan pemahaman.
3. Wawancara singkat, untuk mengetahui motivasi dan minat usaha peserta.
4. Dokumentasi, berupa foto kegiatan dan hasil rancangan business plan.
5. Teknik Analisis Data

Analisis data menggunakan model Miles & Huberman:



- Reduksi Data
- Penyajian Data
- Penarikan Kesimpulan

PELAKSANAAN KEGIATAN

Tahap Persiapan

Tim pengabdian melakukan koordinasi internal, menyusun modul pelatihan kewirausahaan, serta menyiapkan materi terkait:

- Mindset entrepreneur
- Identifikasi peluang usaha
- Business Model Canvas
- Digital marketing
- Manajemen keuangan usaha
- Tahap Pelaksanaan

Pelatihan diawali dengan penyampaian materi mengenai pentingnya kewirausahaan di era digital. Selanjutnya peserta dibagi dalam kelompok kecil untuk mengidentifikasi peluang usaha berbasis potensi sekitar.

Peserta kemudian menyusun rencana usaha sederhana yang mencakup:

- Nama dan konsep usaha
- Segmentasi pasar
- Strategi promosi digital
- Perkiraan modal dan laba

Diskusi dan presentasi kelompok dilakukan untuk melatih kepercayaan diri serta kemampuan komunikasi bisnis.

Tahap Evaluasi

Evaluasi dilakukan melalui post-test dan umpan balik peserta. Hasil menunjukkan peningkatan pemahaman rata-rata sebesar 35–40% dibandingkan sebelum pelatihan.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil kegiatan menunjukkan:

1. Peningkatan pemahaman mahasiswa tentang konsep kewirausahaan.
2. Meningkatnya kemampuan mahasiswa dalam mengidentifikasi peluang usaha.
3. Mahasiswa mampu menyusun business plan sederhana.
4. Tumbuhnya motivasi untuk memulai usaha kecil berbasis digital.

Sebagian besar peserta menyatakan pelatihan sangat relevan dengan kebutuhan mahasiswa saat ini, khususnya dalam menghadapi tantangan ekonomi dan persaingan kerja.

Keterbatasan kegiatan terletak pada durasi pelatihan yang relatif singkat sehingga praktik belum dapat dilakukan secara lebih mendalam. Ke depan, kegiatan dapat dikembangkan dalam bentuk pendampingan usaha berkelanjutan.

Pelaksanaan kegiatan pelatihan kewirausahaan berjalan sesuai dengan rencana yang telah disusun. Kegiatan diikuti oleh 45 mahasiswa dari berbagai program studi yang memiliki minat terhadap pengembangan usaha mandiri. Secara umum, peserta menunjukkan antusiasme yang tinggi sejak awal hingga akhir kegiatan.

1. Peningkatan Pemahaman Konseptual Kewirausahaan

Berdasarkan hasil pre-test dan post-test, terjadi peningkatan signifikan dalam pemahaman peserta terkait konsep dasar kewirausahaan.

Sebelum pelatihan:

- 62% peserta belum memahami perbedaan antara wirausaha dan pedagang.
- 70% peserta belum memahami konsep Business Model Canvas.
- 68% peserta belum mengetahui strategi pemasaran digital yang efektif.

Setelah pelatihan:

- 88% peserta memahami konsep kewirausahaan secara komprehensif.
- 85% peserta mampu menjelaskan elemen Business Model Canvas.
- 90% peserta memahami pentingnya digital marketing dalam pengembangan usaha.

Rata-rata peningkatan pemahaman peserta mencapai $\pm 38\%$.

2. Kemampuan Identifikasi Peluang Usaha

Peserta mampu mengidentifikasi peluang usaha berbasis:

- Potensi lingkungan sekitar kampus
 - Tren digital (jualan online, jasa desain konten, reseller marketplace)
 - Produk kreatif berbasis kebutuhan mahasiswa
- Dari 8 kelompok diskusi yang terbentuk, seluruhnya berhasil menyusun ide usaha yang



layak dikembangkan. Beberapa contoh ide usaha yang muncul antara lain:

- Usaha minuman kekinian berbasis pre-order
- Jasa pembuatan konten media sosial UMKM
- Reseller produk fashion melalui marketplace
- Jasa editing video untuk kebutuhan promosi digital

Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa mulai mampu berpikir opportunity-based, bukan sekadar mengikuti tren.

3. Penyusunan Business Plan Sederhana

Seluruh kelompok berhasil menyusun rancangan business plan sederhana yang mencakup:

- Deskripsi produk/jasa
- Segmentasi pasar
- Strategi promosi digital
- Estimasi modal awal
- Proyeksi keuntungan

Sebanyak 75% kelompok mampu menyusun estimasi keuangan secara realistis dan terstruktur. Meskipun masih sederhana, peserta sudah memahami pentingnya perencanaan sebelum memulai usaha.

4. Peningkatan Motivasi dan Mindset Entrepreneur

Berdasarkan hasil wawancara singkat dan lembar evaluasi:

- 82% peserta menyatakan tertarik memulai usaha dalam 6 bulan ke depan.
- 76% peserta merasa lebih percaya diri untuk mencoba usaha kecil.
- 91% peserta menyatakan pelatihan ini membuka wawasan baru tentang peluang usaha digital.

Perubahan mindset terlihat dari meningkatnya keberanian peserta dalam menyampaikan ide bisnis dan berdiskusi mengenai risiko usaha.

5. Partisipasi dan Dinamika Kegiatan

Selama pelaksanaan, suasana pelatihan berlangsung interaktif. Mahasiswa aktif bertanya mengenai:

- Cara memulai usaha dengan modal terbatas
- Strategi promosi melalui media sosial
- Cara menentukan harga jual
- Pengelolaan risiko usaha

Metode diskusi kelompok dan presentasi dinilai efektif dalam mendorong keterlibatan peserta.

• 6. Dampak Awal (Output Nyata Kegiatan)

Sebagai tindak lanjut langsung dari pelatihan:

- 3 kelompok menyatakan akan merealisasikan ide usaha mereka dalam waktu dekat.
- 2 kelompok mulai membuat akun media sosial bisnis pada minggu yang sama.
- Beberapa peserta meminta pendampingan lanjutan untuk pengembangan usaha.

Hal ini menunjukkan bahwa kegiatan tidak hanya berhenti pada peningkatan pengetahuan, tetapi juga menghasilkan output nyata berupa inisiasi usaha mahasiswa.

IV. KESIMPULAN

Pelatihan kewirausahaan bagi mahasiswa merupakan upaya strategis dalam meningkatkan kemandirian ekonomi dan daya saing di era digital. Kegiatan ini terbukti mampu meningkatkan pengetahuan, keterampilan, serta motivasi mahasiswa untuk memulai usaha mandiri.

Pelatihan berbasis praktik dan diskusi interaktif dinilai efektif dalam menumbuhkan mindset entrepreneur pada mahasiswa. Kegiatan ini diharapkan dapat menjadi program berkelanjutan melalui inkubasi bisnis kampus dan pendampingan usaha mahasiswa.

V. UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyampaikan terima kasih kepada Sekolah Tinggi Teknik Multimedia Internasional Malang dan semua tim mendukung pelaksanaan kegiatan ini.

VI. DAFTAR PUSTAKA

- Alma, B. (2018). *Kewirausahaan*. Bandung: Alfabeta.
- Drucker, P. F. (2014). *Innovation and entrepreneurship*. New York: Harper & Row.
- Hisrich, R. D., Peters, M. P., & Shepherd, D. A. (2017). *Entrepreneurship* (10th ed.). New York: McGraw-Hill Education.



Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia. (2022). *Perkembangan data UMKM di Indonesia*. Jakarta: Kemenkop UKM.

Kuratko, D. F. (2020). *Entrepreneurship: Theory, process, practice* (11th ed.). Boston: Cengage Learning.

Saiman, L. (2014). *Kewirausahaan: Teori, praktik, dan kasus-kasus*. Jakarta: Salemba Empat.

Sugiyono. (2020). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Suryana. (2013). *Kewirausahaan: Kiat dan proses menuju sukses*. Jakarta: Salemba Empat.

Zimmerer, T. W., & Scarborough, N. M. (2008). *Essentials of entrepreneurship and small business management*. New Jersey: Pearson Education.

World Bank. (2021). *Entrepreneurship and SME development in emerging economies*. Washington, DC: World Bank Publications.