



Edukasi Kewirausahaan Berbasis Digital bagi Mahasiswa Tingkat Akhir untuk Mempersiapkan Karir Pasca-Kampus

Muhammad Ichklasul Amal¹, Al Ramadhan²

¹Universitas Muhammadiyah Malang

²Universitas Islam Malang

Corresponding Author: muhihclasul4@gmail.com

Article History:

Received: 09-12-2024

Revised: 19-12-2024

Accepted: 27-12-2024

Keywords:

Kewirausahaan Digital, Mahasiswa, Pemasaran Digital, Persiapan Karir, Lulusan

Abstract: Tujuan dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah untuk membekali mahasiswa tingkat akhir di sebuah fakultas pendidikan dengan kompetensi kewirausahaan digital yang relevan dengan tuntutan pasar kerja saat ini. Di era disrupsi digital, banyak lulusan yang menghadapi tantangan dalam mempersiapkan diri memasuki dunia profesional, baik sebagai karyawan maupun sebagai wirausaha. Program ini dirancang untuk memberikan pemahaman teoretis dan praktis mengenai pemasaran digital, manajemen bisnis online, dan inovasi produk. Metode yang digunakan adalah workshop intensif dan mentoring personal yang berfokus pada penyusunan rencana bisnis digital. Peserta kegiatan ini berjumlah 40 mahasiswa tingkat akhir. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa mahasiswa tidak hanya meningkatkan pemahaman mereka tentang kewirausahaan digital, tetapi juga berhasil menyusun prototype produk dan rencana pemasaran. Berdasarkan perbandingan skor pre-test dan post-test, terjadi peningkatan pemahaman peserta sebesar 35%, yang didukung oleh data kualitatif yang menunjukkan pergeseran mindset karir dan peningkatan kepercayaan diri. Diharapkan, program ini dapat meningkatkan daya saing lulusan dan menumbuhkan minat berwirausaha sebagai alternatif karir yang menjanjikan di masa depan.

© 2025 SWARNA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi yang sangat pesat telah mengubah lanskap ekonomi dan dunia kerja secara fundamental. Revolusi digital telah menciptakan peluang-peluang baru yang tak terbayangkan sebelumnya, namun di sisi lain, juga menuntut adaptasi dan inovasi yang berkelanjutan. Dalam konteks ini, kewirausahaan bukan lagi hanya menjadi pilihan karir, melainkan sebuah kompetensi penting yang harus dimiliki oleh setiap individu, terutama bagi mereka yang baru memasuki dunia profesional (Putra & Handayani, 2021). Konsep kewirausahaan digital muncul sebagai respons terhadap pergeseran ekonomi yang kini sangat bergantung pada platform online, media sosial, dan *e-commerce*. Fenomena ini mengharuskan perguruan tinggi untuk tidak hanya berfokus pada pengembangan keilmuan inti, tetapi juga pada pembekalan keterampilan non-teknis (*soft skills*) dan kewirausahaan yang relevan dengan kebutuhan industri.

Sebuah fakultas pendidikan, sebagai institusi yang secara tradisional berfokus pada pencetakan calon pendidik, menyadari pentingnya diversifikasi kompetensi lulusan.

Lulusan pendidikan kini tidak lagi hanya diserap oleh sektor sekolah formal, tetapi juga memiliki peluang besar untuk berkiprah di sektor-sektor lain, seperti *edutech*, konsultan pendidikan, atau wirausaha sosial. Berdasarkan observasi awal dan data dari Biro Karir kampus, banyak mahasiswa tingkat akhir di institusi ini memiliki ide-ide kreatif dan inovatif yang berpotensi menjadi bisnis, namun terkendala oleh minimnya pengetahuan dan keterampilan praktis mengenai cara mengonversi ide tersebut menjadi model bisnis yang berkelanjutan. Keterbatasan ini menghambat mereka untuk mengambil inisiatif kewirausahaan, yang sering kali dianggap sebagai jalur karir yang penuh risiko dan tidak aman.

Berbagai studi telah menguatkan peran penting perguruan tinggi dalam menumbuhkan jiwa kewirausahaan. Penelitian dari Setiadi dan Sari (2022) menunjukkan bahwa integrasi mata kuliah kewirausahaan dan metode pembelajaran berbasis proyek (*project-based learning*) sangat efektif dalam meningkatkan minat mahasiswa untuk berwirausaha. Program ini tidak hanya memberikan pengetahuan teoretis, tetapi juga memberikan pengalaman langsung dalam merancang dan mengelola sebuah proyek bisnis. Selain itu, Suryana dan Rosana (2022) menemukan bahwa program inkubasi bisnis yang difasilitasi oleh kampus dapat memberikan dukungan yang signifikan, termasuk akses ke mentor, modal, dan jaringan, yang sangat penting bagi keberlanjutan bisnis rintisan mahasiswa. Dengan demikian, perguruan tinggi dapat berperan sebagai ekosistem kewirausahaan yang komprehensif.

Di era digital, kewirausahaan tidak lagi terikat pada batasan geografis. Menurut Putra dan Handayani (2021), kewirausahaan digital memungkinkan individu untuk memulai bisnis dengan modal yang relatif kecil dan menjangkau pasar yang lebih luas melalui platform *online*. Kunci dari kewirausahaan digital adalah kemampuan menguasai pemasaran digital (*digital marketing*), yang mencakup strategi seperti *Social Media Marketing* (SMM), *Search Engine Optimization* (SEO), dan *Content Marketing* (Anggraeni & Pratama, 2020). Kemampuan ini menjadi sangat vital karena perilaku konsumen saat ini sangat dipengaruhi oleh informasi yang mereka dapatkan dari internet. Penelitian oleh Gunawan et al. (2023) bahkan menunjukkan bahwa 75% keberhasilan bisnis *startup* di Indonesia sangat bergantung pada strategi pemasaran digital yang efektif.

Mengacu pada latar belakang ini, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dirancang untuk menjembatani kesenjangan tersebut. Kami bertujuan untuk memberikan edukasi dan pendampingan praktis mengenai kewirausahaan berbasis digital. Program ini tidak hanya berfokus pada aspek teknis, seperti cara membuat akun bisnis atau strategi pemasaran, tetapi juga pada pembentukan mindset kewirausahaan yang berani mengambil risiko, inovatif, dan adaptif. Kami meyakini bahwa dengan bekal yang tepat, mahasiswa tingkat akhir akan memiliki pilihan karir yang lebih luas dan inovatif, serta mampu menciptakan lapangan kerja bagi diri sendiri dan orang lain, sejalan dengan visi pemerintah untuk menumbuhkan generasi muda wirausaha.

METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pengabdian ini menggunakan pendekatan pelatihan dan mentoring partisipatif yang berpusat pada kebutuhan peserta. Metode ini dipilih karena memungkinkan transfer pengetahuan dan keterampilan yang efektif dan personal. Pelaksanaan program ini dibagi menjadi tiga fase utama, dirancang untuk memberikan pengalaman belajar yang komprehensif.

Kegiatan ini diikuti oleh 40 mahasiswa tingkat akhir dari sebuah fakultas pendidikan. Pemilihan subjek didasarkan pada kebutuhan mendesak untuk membekali

mereka dengan keterampilan praktis menjelang kelulusan. Lokasi kegiatan dilaksanakan di laboratorium komputer dan ruang kelas di kampus, yang dilengkapi dengan fasilitas proyektor dan akses internet yang memadai.

Untuk mengukur efektivitas program, digunakan metode kuantitatif dan kualitatif. Instrumen kuantitatif adalah kuisioner *pre-test* dan *post-test* yang terdiri dari 20 pertanyaan pilihan ganda dan skala Likert untuk mengukur tingkat pemahaman peserta terhadap topik-topik kunci, seperti definisi kewirausahaan digital, strategi pemasaran digital, dan manajemen keuangan sederhana. Sementara itu, instrumen kualitatif berupa pedoman wawancara mendalam (*in-depth interview*) yang digunakan untuk menggali persepsi, motivasi, dan manfaat yang dirasakan peserta. Wawancara dilakukan terhadap 10 mahasiswa yang dipilih secara acak. Pedoman wawancara mencakup pertanyaan terbuka seperti "Bagaimana pandangan Anda tentang kewirausahaan sebelum dan sesudah program ini?", "Kendala apa yang Anda rasakan dalam memulai bisnis?", dan "Apa manfaat paling signifikan yang Anda dapatkan dari sesi mentoring?".

Adapun tahap pelaksanaan dari penelitian ini terdiri dari beberapa fase yaitu: (1) fase persiapan yang terdiri dari (a) Perancangan Modul: Tim pelaksana, yang terdiri dari dosen dan dua praktisi bisnis digital dari industri (*startup*), menyusun modul pelatihan yang terstruktur dan relevan. Materi ini mencakup topik-topik krusial seperti ideasi bisnis berbasis digital, penyusunan rencana bisnis digital (menggunakan *Business Model Canvas*), pemasaran digital (media sosial dan SEO), dan manajemen keuangan sederhana untuk bisnis rintisan. (b) Penyebaran Kuisioner *Pre-Test*: Sebuah kuisioner disebarakan untuk mengukur tingkat pemahaman awal mahasiswa tentang kewirausahaan dan pemasaran digital. Kuisioner ini juga digunakan untuk mengidentifikasi ekspektasi peserta dan minat bisnis spesifik mereka. (2) **Fase Pelatihan (*Workshop Intensif*)**, diantaranya (a) **Hari Pertama: Penguatan *Mindset* dan Ideasi Bisnis**. Sesi ini diawali dengan diskusi interaktif mengenai tantangan karir pasca-kampus. Peserta diajarkan untuk mengubah *mindset* dari pencari kerja menjadi pencipta lapangan kerja. Kemudian, sesi dilanjutkan dengan praktik ideasi bisnis, di mana mahasiswa diajak untuk mengidentifikasi masalah di sekitar mereka dan mencari solusi yang bernilai ekonomi menggunakan metode *Design Thinking* sederhana. (b) Hari Kedua: Praktik Pemasaran Digital dan *Branding*. Ini adalah sesi yang paling dinamis. Mahasiswa dilatih secara langsung untuk membuat konten promosi yang menarik, mengelola akun bisnis di media sosial, dan memahami dasar-dasar analitik untuk mengukur efektivitas kampanye. Mereka diajarkan untuk menggunakan platform gratis seperti Canva untuk mendesain materi visual dan memanfaatkan fitur-fitur bisnis yang ada di Instagram dan TikTok. (c) Hari Ketiga: Penyusunan Rencana Bisnis. Pada hari terakhir, setiap kelompok mahasiswa (terdiri dari 4-5 orang) didampingi oleh mentor untuk menyusun draf rencana bisnis digital mereka. Mereka diajarkan cara menggunakan *Business Model Canvas* (BMC) sebagai kerangka kerja untuk memetakan ide bisnis, mulai dari segmen pelanggan hingga struktur biaya. (3) **Fase Pendampingan dan Evaluasi, berupa (a) Pendampingan Jarak Jauh**: Setelah *workshop*, tim pelaksana membuka sesi mentoring personal selama satu bulan melalui platform daring. Setiap kelompok bisnis diberikan jadwal konsultasi rutin dengan mentor untuk membahas kemajuan dan kendala yang mereka hadapi dalam mengimplementasikan rencana bisnis. (b) Evaluasi Pasca-Kegiatan (*Post-Test*) dan Wawancara: Kuisioner yang sama seperti *pre-test* disebarakan kembali untuk mengukur peningkatan pemahaman dan keterampilan peserta. Selain itu, wawancara mendalam dengan 10 perwakilan peserta juga dilakukan untuk mendapatkan data kualitatif mengenai persepsi, tantangan, dan manfaat yang mereka rasakan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Program pengabdian ini berhasil memberikan dampak yang signifikan terhadap minat, kompetensi, dan keberanian kewirausahaan mahasiswa. Analisis data dari *pre-test* dan *post-test* menunjukkan peningkatan pemahaman dan keterampilan secara substansial.

Hasil Kuantitatif: Peningkatan Pemahaman dan Keterampilan

Hasil perbandingan skor rata-rata *pre-test* dan *post-test* disajikan pada tabel di bawah ini.

Tabel 1. Perbandingan skor rata-rata *pre-test* dan *post-test*

Aspek Pengetahuan	Skor Rata-rata <i>Pre-Test</i> (%)	Skor Rata-rata <i>Post-Test</i> (%)	Peningkatan (%)
Konsep Kewirausahaan Digital	58,5	82,3	40,7
Pemasaran Digital (Media Sosial)	45,2	79,8	76,5
Manajemen Keuangan Dasar	38,7	65,5	69,2
Penyusunan Rencana Bisnis	29,1	71,9	147,1
Rata-Rata Keseluruhan	42,9	74,9	74,6

Dari tabel di atas, terlihat bahwa peningkatan terbesar terjadi pada aspek Penyusunan Rencana Bisnis, dengan kenaikan skor mencapai 147,1%. Ini menunjukkan bahwa mahasiswa memiliki kebutuhan besar akan kerangka kerja yang terstruktur untuk mengonversi ide menjadi rencana yang konkret. Peningkatan signifikan juga terlihat pada aspek Pemasaran Digital, yang mengindikasikan bahwa materi dan praktik yang diberikan relevan dan mudah dipahami oleh peserta. Rata-rata kenaikan skor keseluruhan sebesar 74,6% jauh melampaui ekspektasi awal, mengindikasikan efektivitas metode yang digunakan.

Hasil Kualitatif dan Pembahasan: Pergeseran Mindset dan Keberanian

Analisis dari data kualitatif, yang diperoleh dari umpan balik peserta dan wawancara, memperkuat temuan kuantitatif dan memberikan wawasan yang lebih mendalam. Tiga poin utama yang menjadi fokus pembahasan adalah pergeseran *mindset* karir, peningkatan keterampilan praktis, dan keberanian memulai. **(a) Pergeseran *Mindset* Karir:** Sebelum mengikuti program, banyak peserta yang melihat kewirausahaan sebagai pilihan yang riskan. Mereka menganggapnya sebagai "jalan terakhir" atau hanya untuk mereka yang tidak mendapatkan pekerjaan tetap. Namun, setelah pelatihan, terjadi pergeseran pandangan yang fundamental. Mereka mulai melihat kewirausahaan sebagai alternatif karir yang menjanjikan, di mana mereka dapat menciptakan lapangan kerja sendiri, memiliki kontrol lebih besar atas karir, dan mengejar *passion* mereka. Seorang peserta bernama Maya menuturkan, "*Awalnya saya hanya berpikir menjadi guru di sekolah formal, tapi sekarang saya jadi punya ide untuk buka les privat online dengan marketing yang lebih modern. Saya jadi lebih optimis tentang masa depan, dan tidak hanya bergantung pada lowongan PNS.*"

Pergeseran ini menunjukkan bahwa edukasi yang tepat dapat mengubah persepsi dan menumbuhkan inisiatif. Hal ini sejalan dengan penelitian Rahman & Wulandari (2023) yang menyatakan bahwa edukasi kewirausahaan di kampus dapat menumbuhkan niat berwirausaha di kalangan mahasiswa. **(b) Peningkatan Keterampilan Praktis:** Peserta tidak hanya mendapatkan pemahaman teoretis, tetapi juga keterampilan praktis yang dapat langsung diterapkan. Dari wawancara, terungkap bahwa sesi praktik menjadi bagian yang paling bermanfaat. Banyak kelompok yang berhasil menyusun *prototype* produk atau jasa (misalnya, jasa desain edukasi, produk makanan sehat, dan kursus online) dan merancang strategi pemasaran digital yang terperinci. Salah satu peserta, Budi, menjelaskan, *"Sesi pembuatan konten dan manajemen media sosial sangat membuka mata saya. Dulu saya pikir itu hanya untuk orang-orang kreatif, tapi ternyata ada strateginya. Kami langsung praktik membuat mockup poster promosi dan rencana posting."* Keterampilan ini sangat relevan dengan tuntutan pasar, karena bisnis saat ini membutuhkan kemampuan untuk berinteraksi dan memasarkan produk di ranah digital (Anggraeni & Pratama, 2020). Ini membuktikan bahwa metode pelatihan berbasis proyek (*project-based learning*) sangat efektif dalam konteks kewirausahaan (Setiadi & Sari, 2022). **(c) Keberanian Memulai:** Salah satu hasil yang paling signifikan dari program ini adalah menumbuhkan keberanian pada peserta untuk mengambil langkah awal. Mereka tidak lagi merasa takut memulai karena telah dibekali dengan alat dan strategi dasar. Mereka kini memiliki gambaran yang jelas tentang bagaimana memulai dan mengelola bisnis digital, bahkan dari skala yang sangat kecil. Mentoring personal menjadi kunci dalam fase ini, di mana mentor membantu mengatasi keraguan dan memberikan dukungan moral yang sangat dibutuhkan. Seorang mentor, Bapak Rian, memberikan testimoni, *"Beberapa mahasiswa awalnya ragu, 'Apakah ide saya cukup bagus? Apakah saya bisa menjualnya?' Tapi setelah sesi mentoring, mereka jadi lebih percaya diri karena kami memberikan validasi dan strategi yang konkret. Dukungan ini sangat penting untuk menumbuhkan mental wirausaha."* Dukungan dari dosen dan praktisi memberikan mereka keyakinan bahwa jalur kewirausahaan bukanlah jalan yang harus dilalui sendirian. Temuan ini konsisten dengan penelitian Suryana & Rosana (2022) yang menunjukkan bahwa dukungan institusi dan mentor sangat penting untuk keberlanjutan bisnis rintisan mahasiswa.

Secara keseluruhan, kegiatan ini menunjukkan bahwa pembekalan kewirausahaan berbasis digital sangat relevan dan dibutuhkan oleh mahasiswa tingkat akhir, terutama di fakultas pendidikan. Program ini tidak hanya meningkatkan kompetensi, tetapi juga membangun resiliensi dan kreativitas yang esensial untuk karir pasca-kampus

KESIMPULAN DAN SARAN

Kegiatan pengabdian masyarakat "Edukasi Kewirausahaan Berbasis Digital bagi Mahasiswa Tingkat Akhir untuk Mempersiapkan Karir Pasca-Kampus" telah berhasil mencapai tujuannya. Terbukti, program ini mampu meningkatkan pemahaman, keterampilan, dan minat mahasiswa tingkat akhir di sebuah fakultas pendidikan dalam bidang kewirausahaan digital. Keberhasilan ini tidak hanya terlihat dari data kuantitatif yang menunjukkan peningkatan signifikan pada pemahaman, tetapi juga dari perubahan *mindset* dan peningkatan kepercayaan diri peserta.

Hasil yang positif ini menunjukkan bahwa **integrasi kurikulum kewirausahaan** di kampus perlu diperkuat, tidak hanya di fakultas ekonomi, tetapi juga di fakultas-fakultas lain seperti fakultas pendidikan. Program seperti ini harus menjadi bagian integral dari sistem pendidikan tinggi untuk mempersiapkan lulusan yang adaptif dan inovatif.

Adapun saran untuk keberlanjutan program dapat dilakukan beberapa Upaya yaitu: Menjadikan materi tentang kewirausahaan digital sebagai mata kuliah wajib atau pilihan yang berfokus pada implementasi proyek nyata, Menjalinkan kerja sama yang erat dengan inkubator bisnis atau perusahaan rintisan untuk memberikan pengalaman magang atau proyek nyata kepada mahasiswa, Mengadakan pelatihan lanjutan yang lebih spesifik, Memberikan pelatihan kepada para dosen agar mereka juga mampu menjadi mentor kewirausahaan bagi mahasiswa, dan Mempertimbangkan pembentukan inkubator bisnis di lingkungan kampus untuk memberikan dukungan penuh. Dengan langkah-langkah ini, institusi pendidikan tinggi dapat berkontribusi secara signifikan dalam mencetak lulusan yang tidak hanya siap bekerja, tetapi juga mampu menciptakan lapangan kerja, menggerakkan roda ekonomi, dan memberikan solusi inovatif bagi masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraeni, A., & Pratama, R. (2020). Strategi Pemasaran Digital bagi Wirausaha Muda. *Jurnal Kewirausahaan dan Manajemen Bisnis*, 4(1), 12-23.
- Creswell, J. W. (2013). *Qualitative Inquiry & Research Design: Choosing Among Five Approaches*. Sage Publications.
- Gunawan, R., Puspitasari, D., & Haryanto, R. (2023). Faktor-Faktor Keberhasilan Startup di Indonesia: Studi Kasus Perusahaan Rintisan di Bidang Edutech. *Jurnal Manajemen Inovasi*, 9(2), 154-168.
- Putra, A., & Handayani, R. (2021). Peran Kewirausahaan Digital dalam Menghadapi Era Disruptif. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 12(1), 45-56.
- Rahman, A., & Wulandari, R. (2023). Pengaruh Pelatihan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa. *Jurnal Ekonomi Pendidikan*, 5(2), 112-120.
- Setiadi, R., & Sari, N. (2022). Efektivitas Metode Pembelajaran Berbasis Proyek dalam Menumbuhkan Jiwa Kewirausahaan Mahasiswa. *Jurnal Pendidikan Vokasi*, 8(1), 89-100.
- Suryana, Y., & Rosana, S. (2022). Pengaruh Program Inkubasi Bisnis terhadap Niat Berwirausaha Mahasiswa. *Jurnal Manajemen Kewirausahaan*, 7(3), 205-218.