Journal of Golden Generation Abdimas
Volume: 2, Nomor: 4, (2026), Desember: 27 - 40
Link Publish: https://ejournal.lppnusantara.com/index.php/JGGA/article/view/1207
E-ISSN: 3123-2876

Pengembangan Jiwa Kewirausahaan bagi Generasi Muda melalui Peltihan Business Plan dan Inovasi Produk

Nurmilasari [1], Af Yiyin Pamadeng Lette [2], Nur Achriaty Achmar [3]
Program Studi Manajemen Universitas Lamappapoleonro [1,2,3]
Corresponding Author: nurmilasarii088@gmail.com [1], afyiyin@unipol.ac.id [2], achriaty@unipol.ac.id [3]

Info Artikel
Submitted: *24 September 2026*
Revised : *26 Oktober 2026*
Accepted: *01 November 2026*
Published: *07 November 2026*

Keywords: *Business Plan; Younger Generation; Product Innovation; Entrepreneurship; Community Service.*

Abstract
This community service initiative aims to enhance the knowledge and skills of the younger generation in the field of entrepreneurship. The primary challenges faced by the target partners include a limited understanding of how to identify business opportunities, a lack of proficiency in developing business plans, and insufficient experience in creating product innovations and calculating production costs. The program employs a participatory approach, encompassing outreach, needs assessment, foundational entrepreneurship training, user-centered product innovation exercises, marketing training, as well as ongoing mentorship and evaluation. The expected outcome is that at least 80% of the participants will be able to complete a basic business plan and demonstrate an improvement in their understanding, as measured by pre- and post-tests. Furthermore, each group is expected to produce at least one product prototype or design, develop a marketing strategy and promotional materials, and create a market-testing plan. The application of science and technology (IPTEKS) in this initiative is facilitated through the provision of practical tools—such as business plan worksheets, cost and pricing calculators, and consumer feedback collection forms—to ensure that business ideas are developed in a structured and realistic manner.

Kata Kunci: *Business Plan; Generasi Muda; Inovasi Produk; Kewirausahaan; Pengabdian Masyarakat.*

Abstrak
Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan generasi muda dalam bidang kewirausahaan. Permasalahan utama yang dihadapi oleh mitra sasaran meliputi terbatasnya pemahaman terkait identifikasi peluang usaha, belum optimalnya keterampilan menyusun business plan, serta kurangnya pengalaman dalam mengembangkan inovasi produk dan menghitung biaya produksi. Metode pelaksanaan program ini menggunakan pendekatan partisipatif yang terdiri dari sosialisasi, asesmen kebutuhan, pelatihan dasar kewirausahaan, praktik inovasi produk berpusat pada pengguna, pelatihan pemasaran, serta pendampingan dan evaluasi. Hasil yang ditargetkan dari kegiatan ini adalah minimal 80% peserta mampu menyelesaikan dokumen business plan sederhana dan mengalami peningkatan nilai pemahaman berdasarkan tes awal dan akhir. Selain itu, setiap kelompok ditargetkan untuk mampu menghasilkan minimal satu prototipe atau rancangan produk, menyusun rancangan pemasaran dan materi promosi, serta membuat rencana uji pasar. Penerapan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi (IPTEKS) dalam kegiatan ini diwujudkan melalui pemberian perangkat praktis berupa lembar kerja business plan, alat bantu perhitungan biaya dan harga jual, serta lembar pengumpulan umpan balik konsumen untuk memastikan ide usaha dapat dirancang secara terstruktur dan realistis.

This work is licensed under a Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License.

Publisher: Lembaga Penerbit Penelitian Nusantara

PENDAHULUAN

1. Analisis Situasi dan Permasalahan Mitra

Generasi muda memiliki potensi penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi melalui kreativitas, pemanfaatan teknologi, dan penciptaan peluang usaha. Di berbagai daerah, termasuk wilayah mitra, potensi lokal seperti pangan, hasil pertanian, kerajinan, dan jasa dapat dikembangkan menjadi peluang bisnis apabila didukung kemampuan kewirausahaan yang memadai. Namun, potensi tersebut perlu dipetakan secara langsung bersama kelompok sasaran agar program yang dirancang sesuai dengan kebutuhan dan kondisi nyata mereka.

Kewirausahaan tidak hanya berkaitan dengan keberanian memulai usaha, tetapi juga meliputi kemampuan mengenali kebutuhan konsumen, menguji ide, mengelola sumber daya, mengambil keputusan, dan menghadapi risiko secara terukur. Generasi muda yang memiliki minat berwirausaha sering kali membutuhkan pendampingan praktis untuk menerjemahkan ide menjadi rencana bisnis yang realistis dan dapat dievaluasi.

Business plan atau rencana bisnis membantu calon wirausaha merumuskan produk atau jasa, target pasar, proposisi nilai, strategi pemasaran, kebutuhan operasional, sumber modal, biaya, harga jual, dan proyeksi pendapatan. Rencana bisnis yang disusun berdasarkan informasi dan asumsi yang jelas dapat membantu peserta menilai kelayakan gagasan serta mengurangi keputusan usaha yang hanya didasarkan pada perkiraan.

Selain perencanaan, inovasi produk dibutuhkan agar produk atau jasa memiliki nilai tambah dan dapat menjawab kebutuhan konsumen. Inovasi dapat dilakukan melalui perbaikan fungsi, mutu, desain, kemasan, kemudahan penggunaan, pemilihan bahan lokal, maupun cara penyampaian layanan. Permasalahan awal yang perlu divalidasi bersama calon mitra dapat berupa keterbatasan pengetahuan menyusun rencana bisnis, belum terbiasanya peserta menguji ide kepada calon konsumen, serta kurangnya pengalaman menghitung biaya dan mengembangkan prototipe.

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini diarahkan pada pengembangan jiwa kewirausahaan generasi muda melalui pelatihan, praktik, dan pendampingan penyusunan business plan serta inovasi produk. Peserta akan dilibatkan dalam identifikasi peluang usaha, analisis kebutuhan konsumen, perancangan model bisnis sederhana, perhitungan biaya dan harga jual, pembuatan prototipe atau rancangan produk, serta presentasi ide usaha. Materi dan

praktik disesuaikan dengan hasil asesmen awal serta potensi lokal yang disepakati bersama mitra.

Permasalahan prioritas yang akan ditangani meliputi:

(1) terbatasnya pemahaman peserta mengenai pola pikir kewirausahaan dan identifikasi peluang usaha;
(2) belum optimalnya keterampilan peserta dalam menyusun business plan yang memuat pasar, operasional, pemasaran, dan keuangan;
(3) terbatasnya pengalaman mengembangkan inovasi produk atau prototipe berdasarkan kebutuhan calon konsumen;
(4) perlunya penguatan keterampilan menghitung biaya produksi, menentukan harga jual, dan mempresentasikan gagasan bisnis. Permasalahan ini akan dikonfirmasi melalui observasi, wawancara, dan diskusi bersama mitra sebelum kegiatan dimulai.

2. Tujuan Kegiatan dan Keterkaitannya dengan MBKM, IKU, dan Fokus Pengabdian

Kegiatan bertujuan meningkatkan pengetahuan dan keterampilan generasi muda dalam kewirausahaan, melatih peserta menyusun business plan, mendorong pengembangan inovasi produk, serta meningkatkan kemampuan dasar pengelolaan keuangan dan pemasaran. Luaran yang ditargetkan meliputi modul pelatihan, dokumen business plan, prototipe atau rancangan inovasi produk, materi promosi, serta laporan evaluasi peningkatan kapasitas peserta.

Kegiatan mendukung pembelajaran kontekstual dan semangat kampus berdampak melalui keterlibatan dosen dan mahasiswa dalam mengidentifikasi kebutuhan mitra, merancang solusi, melaksanakan pelatihan, serta mendampingi praktik kewirausahaan. Mahasiswa dapat mengembangkan kompetensi komunikasi, kolaborasi, kreativitas, pemecahan masalah, dan penerapan ilmu bisnis melalui pengalaman langsung bersama komunitas sasaran.

Dari sisi Indikator Kinerja Utama perguruan tinggi, kegiatan ini berpotensi mendukung keterlibatan dosen dan mahasiswa dalam aktivitas di luar kampus serta pemanfaatan pengetahuan perguruan tinggi oleh masyarakat. Pengakuan atau rekognisi aktivitas mahasiswa dilaksanakan sesuai kebijakan akademik dan ketentuan yang berlaku di perguruan tinggi pengusul.

Fokus pengabdian diarahkan pada pemberdayaan generasi muda melalui penguatan kapasitas kewirausahaan dan penciptaan peluang ekonomi berbasis potensi lokal. Pendekatan partisipatif dipilih agar materi, rancangan usaha, dan inovasi produk tidak hanya bersifat teoritis, tetapi dapat dikembangkan berdasarkan masukan calon konsumen serta kondisi sumber daya mitra.

3. Keberlanjutan Kegiatan

Keberlanjutan program dirancang melalui penggunaan modul dan lembar kerja business plan, pendampingan tindak lanjut, serta pembentukan kelompok peserta yang saling berbagi perkembangan usaha. Peserta didorong menguji gagasan secara bertahap, menghimpun umpan balik konsumen, memperbaiki produk, dan memperbarui perhitungan usaha. Tindak lanjut bersama mitra akan membantu menjaga agar hasil pelatihan dapat diterapkan setelah kegiatan selesai.

1. Permasalahan Prioritas

Permasalahan prioritas maksimum terdiri atas 500 kata dengan font times new roman ukuran 12 dengan spasi 1.15 yang berisi uraian yang akan ditangani minimal 2 (dua) bidang/aspek kegiatan untuk setiap mitra sasarannya. Uraikan permasalahan prioritas tersebut dalam poin-poin permasalahan sesuai kesepakatan dengan mitra sasaran dan dilengkapi dengan sub permasalahan masing-masing yang akan diberikan solusi.

Untuk masyarakat produktif secara ekonomi, maka permasalahan prioritasnya meliputi bidang produksi, manajemen usaha dan pemasaran (hulu hilir usaha).

Untuk kelompok masyarakat yang tidak produktif secara ekonomi (masyarakat umum) maka permasalahannya sesuai dengan kebutuhan kelompok tersebut, seperti peningkatan pelayanan, peningkatan ketenteraman masyarakat, memperbaiki/membantu fasilitas layanan dalam segala bidang, seperti bidang sosial, budaya, ekonomi, keamanan, kesehatan, pendidikan, hukum, dan berbagai permasalahan lainnya secara komprehensif. Prioritas permasalahan dibuat secara spesifik dan harus mendapatkan persetujuan mitra sasaran.

Berdasarkan analisis awal, program diarahkan pada pemberdayaan generasi muda melalui dua bidang utama, yaitu manajemen/perencanaan usaha dan inovasi produk serta pemasaran. Rumusan berikut merupakan fokus awal yang perlu dikonfirmasi melalui asesmen kebutuhan dan disepakati bersama mitra sasaran.

1. Aspek Kewirausahaan dan Perencanaan Bisnis

Permasalahan prioritas: keterampilan peserta dalam mengidentifikasi peluang usaha dan menyusun rencana bisnis masih perlu diperkuat.

Subpermasalahan yang akan ditangani meliputi:

Peserta memerlukan panduan sistematis untuk mengidentifikasi masalah konsumen dan peluang usaha yang relevan dengan potensi lokal.

Peserta belum terbiasa menyusun segmentasi pasar, proposisi nilai, strategi pemasaran, dan rencana operasional secara terpadu.

Peserta membutuhkan latihan menyusun kebutuhan modal, biaya, harga jual, serta perkiraan pendapatan dan risiko usaha.

2. Aspek Inovasi Produk dan Pengembangan Prototipe

Permasalahan prioritas: pengalaman peserta dalam mengembangkan dan mengevaluasi inovasi produk berdasarkan kebutuhan calon konsumen masih terbatas.

Subpermasalahan yang akan ditangani meliputi:

Ide produk belum seluruhnya didasarkan pada identifikasi kebutuhan atau umpan balik calon konsumen.

Peserta membutuhkan pendampingan untuk meningkatkan nilai tambah produk melalui fungsi, desain, kualitas, kemasan, atau layanan.

Peserta memerlukan pengalaman membuat prototipe atau rancangan awal dan menilai tanggapan pengguna secara sederhana.

3. Aspek Pemasaran dan Kesiapan Menjalankan Usaha

Permasalahan prioritas: peserta membutuhkan keterampilan mempresentasikan ide, menyusun materi promosi, dan merencanakan langkah uji pasar.

Subpermasalahan yang akan ditangani meliputi:

(1) Belum semua peserta memiliki strategi pemasaran yang terhubung dengan segmen konsumen yang dituju.
(2) Peserta membutuhkan latihan membuat pesan promosi dan materi pemasaran digital yang sesuai dengan karakter produk.
(3) Diperlukan rencana tindak lanjut agar business plan dan prototipe dapat diuji serta disempurnakan setelah pelatihan.

2. Solusi

Solusi permasalahan maksimum terdiri atas 1.500 kata dengan font Times New Roman ukuran 12 dan spasi 1,15. Bagian ini menguraikan solusi secara sistematis sesuai prioritas masalah mitra, target luaran, indikator capaian, serta keterkaitan dengan hasil riset tim pengusul.

Solusi disusun melalui pelatihan partisipatif, praktik langsung, kerja kelompok, dan pendampingan. Materi dan alat bantu akan disesuaikan dengan tingkat pengetahuan peserta serta hasil identifikasi kebutuhan mitra.

Target luaran setiap solusi dibuat terukur, meliputi peningkatan pengetahuan, penyelesaian business plan, pengembangan prototipe atau rancangan produk, dan rencana uji pasar.

Setiap solusi mempunyai target luaran dan indikator capaian tersendiri. Target kuantitatif di bawah merupakan target usulan dan harus disesuaikan dengan jumlah peserta, kondisi awal, durasi, serta kesepakatan dengan mitra.

Keterkaitan dengan hasil penelitian atau pengabdian tim pengusul perlu dilengkapi berdasarkan rekam jejak aktual yang relevan dengan kewirausahaan, inovasi produk, pemasaran, atau pengelolaan usaha.

1. Solusi untuk Penguatan Kewirausahaan dan Business Plan

Untuk mengatasi keterbatasan kemampuan perencanaan bisnis, tim melaksanakan pelatihan identifikasi peluang usaha dan penyusunan business plan. Peserta akan menggunakan lembar kerja yang mencakup masalah konsumen, produk atau jasa yang ditawarkan, keunggulan, segmen pasar, saluran pemasaran, sumber daya, mitra, struktur biaya, dan sumber pendapatan.

Kegiatan diawali dengan studi kasus dan pemetaan potensi lokal. Peserta kemudian melakukan analisis calon konsumen melalui diskusi, observasi sederhana, atau wawancara singkat. Informasi tersebut digunakan untuk menyusun proposisi nilai dan menentukan asumsi bisnis yang perlu diuji.

Pada tahap keuangan, peserta berlatih menghitung kebutuhan modal awal, biaya tetap dan variabel, harga pokok atau biaya per unit, harga jual, serta perkiraan pendapatan. Perhitungan diberi contoh sederhana dan diperlakukan sebagai estimasi yang perlu diuji melalui data nyata.

Target luaran: minimal 80% peserta menyelesaikan business plan sederhana; setiap kelompok memiliki ringkasan model bisnis dan perhitungan biaya-harga jual; serta terjadi peningkatan nilai tes pengetahuan pada minimal 80% peserta yang mengikuti tes awal dan akhir.

2. Solusi untuk Inovasi Produk dan Prototipe

Untuk memperkuat inovasi, peserta mengikuti lokakarya pengembangan produk berbasis kebutuhan konsumen. Tim memperkenalkan teknik curah gagasan, pemetaan masalah pengguna, pembandingan produk sejenis, dan pemilihan ide berdasarkan manfaat, kemampuan pelaksanaan, biaya, serta potensi pasar.

Peserta membuat prototipe sederhana atau rancangan produk dan menyiapkan deskripsi manfaat, fitur, bahan, kemasan, dan nilai pembeda. Bentuk prototipe dapat berupa contoh produk fisik, desain kemasan, mock-up, rancangan layanan, atau purwarupa digital sesuai jenis ide yang dipilih.

Prototipe dipresentasikan kepada kelompok lain atau calon pengguna untuk memperoleh masukan. Umpan balik didokumentasikan dan digunakan untuk menyusun perbaikan produk. Apabila produk melibatkan pangan, kosmetik, atau kategori lain yang memerlukan standar khusus, pengembangan dan uji coba wajib memperhatikan aspek keamanan serta ketentuan yang relevan.

Target luaran: setiap kelompok menghasilkan minimal satu prototipe atau rancangan inovasi produk; seluruh kelompok menyusun catatan umpan balik; dan setiap kelompok mengidentifikasi sekurang-kurangnya dua perbaikan berdasarkan masukan yang diterima.

3. Solusi untuk Pemasaran dan Kesiapan Uji Pasar

Solusi berikutnya adalah pelatihan strategi pemasaran dan persiapan uji pasar. Peserta menentukan segmen konsumen, pesan utama, kanal pemasaran, perkiraan harga, serta cara memperoleh umpan balik tanpa mengeluarkan biaya yang tidak proporsional.

Peserta berlatih membuat materi promosi sederhana seperti deskripsi produk, poster digital, katalog ringkas, atau konten media sosial. Materi promosi disusun berdasarkan manfaat dan karakter produk, bukan klaim yang tidak dapat dibuktikan.

Setiap kelompok menyusun rencana uji pasar yang memuat sasaran responden, pertanyaan umpan balik, cara mencatat tanggapan, dan langkah perbaikan. Penjualan atau penerimaan pasar tidak diasumsikan terjadi otomatis; hasil uji pasar akan dilaporkan sesuai data yang benar-benar diperoleh.

Target luaran: setiap kelompok memiliki rancangan pemasaran dan materi promosi awal, rencana uji pasar sederhana, serta daftar tindak lanjut untuk menyempurnakan business plan dan produk.

4. Tabel Solusi, Target Luaran, dan Indikator Capaian

No.	Permasalahan prioritas	Solusi yang ditawarkan	Target luaran dan indikator capaian
1	Keterampilan identifikasi peluang dan business plan perlu diperkuat	Pelatihan dan pendampingan penyusunan business plan serta perhitungan biaya dan harga jual	Minimal 80% peserta menyelesaikan business plan sederhana; minimal 80% peserta yang mengikuti tes menunjukkan peningkatan nilai
2	Pengalaman inovasi produk dan pengembangan prototipe terbatas	Lokakarya inovasi berbasis kebutuhan konsumen dan praktik pembuatan prototipe	Setiap kelompok menghasilkan minimal satu prototipe/rancangan produk dan catatan umpan balik
3	Strategi pemasaran dan kesiapan uji pasar belum terstruktur	Pelatihan segmentasi pasar, materi promosi, presentasi, dan perencanaan uji	Setiap kelompok memiliki rancangan pemasaran, materi promosi awal, dan rencana uji pasar

		pasar	
4	Keberlanjutan hasil pelatihan perlu diperkuat	Pendampingan revisi business plan dan penyusunan rencana tindak lanjut	Setiap kelompok memiliki rencana tindak lanjut dan dokumen business plan yang diperbaiki

Catatan: target pada tabel merupakan target usulan, bukan hasil yang telah dicapai. Persentase dihitung berdasarkan jumlah peserta atau kelompok yang benar-benar mengikuti kegiatan dan melengkapi instrumen evaluasi.

5. Keterkaitan dengan Hasil Riset Tim Pengusul

Landasan konseptual program mencakup pembelajaran kewirausahaan, penyusunan model bisnis, pengembangan produk, dan pendekatan pengujian gagasan secara bertahap. Materi pelatihan akan menggunakan sumber akademik dan panduan yang relevan untuk mendukung penyusunan lembar kerja serta instrumen evaluasi.

Bagian ini perlu diperkuat dengan hasil penelitian atau pengabdian tim pengusul yang benar-benar tersedia, misalnya publikasi mengenai kewirausahaan, inovasi, pemasaran, UMKM, atau literasi keuangan. Judul, tahun, dan kontribusi hasil riset perlu dimasukkan berdasarkan dokumen yang dapat diverifikasi, bukan dibuat-buat.

Melalui pelaksanaan solusi secara bertahap, kegiatan diharapkan meningkatkan kapasitas peserta dalam merencanakan usaha, menghasilkan inovasi awal, dan menyiapkan langkah uji pasar. Keberhasilan akan dinilai melalui dokumen hasil kerja dan instrumen evaluasi, bukan semata-mata dari terlaksananya pelatihan.

METODE PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini menggunakan pendekatan partisipatif melalui sosialisasi, asesmen kebutuhan, pelatihan, praktik pengembangan produk, pendampingan, evaluasi, dan penyusunan rencana keberlanjutan. Kegiatan dilaksanakan bersama mitra generasi muda dengan materi yang disesuaikan pada hasil pemetaan awal.

1. Tahapan Pelaksanaan Kegiatan

A. Sosialisasi dan Identifikasi Kebutuhan Mitra

Tahap awal dilakukan melalui koordinasi dan sosialisasi bersama pengelola mitra serta calon peserta. Tim menjelaskan tujuan, manfaat, jadwal, peran pihak yang terlibat, serta luaran program. Observasi, wawancara, dan diskusi digunakan untuk mengetahui pengalaman kewirausahaan, minat usaha, potensi lokal, dan kebutuhan belajar peserta.

Identifikasi meliputi jenis ide usaha yang diminati, kebutuhan konsumen yang dapat dijawab, pengalaman menyusun business plan, keterampilan inovasi produk, dan kebutuhan pelatihan pemasaran serta keuangan dasar. Hasil asesmen digunakan untuk menetapkan materi, membentuk kelompok, dan menyepakati indikator keberhasilan bersama mitra.

Luaran tahap ini: profil dan data awal mitra, ringkasan kebutuhan peserta, daftar peserta, dokumentasi sosialisasi, serta kesepakatan pelaksanaan program.

B. Pelatihan Dasar Kewirausahaan dan Business Plan

Pelatihan dilakukan secara partisipatif melalui paparan singkat, diskusi, studi kasus, lembar kerja, dan presentasi. Peserta mempelajari pola pikir kewirausahaan, identifikasi peluang, pemetaan konsumen, proposisi nilai, saluran pemasaran, sumber daya, dan struktur biaya.

Pelatihan mencakup dua kegiatan utama.

1. Penyusunan business plan. Peserta merumuskan masalah konsumen, produk atau jasa, keunikan nilai, segmen pasar, pesaing, strategi pemasaran, proses operasional, kebutuhan sumber daya, modal awal, biaya, harga jual, dan perkiraan pendapatan. Tim memberi umpan balik agar asumsi dan perhitungan ditulis secara jelas.
2. Perencanaan keuangan usaha. Peserta berlatih membedakan biaya tetap dan biaya variabel, menghitung biaya per unit, menentukan harga jual awal, serta menyusun perkiraan arus kas sederhana. Angka yang digunakan pada latihan harus dinyatakan sebagai asumsi atau didukung informasi harga yang dapat diperiksa.

Pemahaman peserta dievaluasi melalui tes awal dan tes akhir, sedangkan keterampilan praktik dinilai melalui rubrik penilaian business plan.

Luaran tahap ini: modul dan lembar kerja, business plan sederhana per kelompok, perhitungan biaya dan harga jual, serta dokumentasi hasil pelatihan.

C. Praktik Inovasi Produk dan Pengembangan Prototipe

Praktik inovasi dilakukan dengan pendekatan berpusat pada pengguna. Peserta mengidentifikasi kebutuhan konsumen, mengembangkan beberapa alternatif ide, memilih ide yang paling layak, kemudian menyusun prototipe atau rancangan produk. Inovasi dapat berupa fungsi, kualitas, desain, kemasan, bahan lokal, layanan, atau pengalaman pengguna.

Tim mendampingi peserta membuat deskripsi produk, spesifikasi awal, manfaat bagi konsumen, nilai pembeda, serta perkiraan bahan dan biaya. Setiap kelompok mendokumentasikan proses pengembangan dan menyiapkan cara sederhana untuk memperoleh tanggapan calon pengguna.

Umpan balik dari calon pengguna dicatat secara sistematis dan digunakan untuk memperbaiki rancangan. Bila uji langsung tidak memungkinkan, peserta dapat melakukan simulasi penilaian konsep melalui diskusi terarah dan menjelaskan keterbatasan metode tersebut.

Luaran tahap ini: prototipe atau rancangan inovasi produk, dokumentasi proses, deskripsi nilai tambah, dan catatan umpan balik untuk perbaikan.

D. Pelatihan Pemasaran dan Presentasi Ide Usaha

Peserta menentukan segmen pasar dan pesan promosi yang sesuai dengan manfaat produk. Tim memberikan latihan membuat materi promosi sederhana, seperti poster, katalog digital, deskripsi produk, atau contoh konten media sosial, serta membahas etika promosi dan pentingnya informasi yang akurat.

Setiap kelompok mempresentasikan business plan dan prototipe di hadapan fasilitator, peserta lain, dan bila memungkinkan perwakilan calon pengguna. Penilaian meliputi kejelasan masalah dan solusi, relevansi pasar, inovasi, kelayakan operasional, perhitungan keuangan, dan rencana pemasaran.

Berdasarkan hasil presentasi, tim dan peserta menyusun rekomendasi perbaikan. Rencana uji pasar ditulis dengan mencantumkan sasaran responden, cara memperoleh tanggapan, indikator yang diamati, dan langkah tindak lanjut.

Luaran tahap ini: materi promosi awal, hasil presentasi kelompok, rubrik penilaian, dan rencana uji pasar sederhana.

E. Pendampingan, Evaluasi, dan Keberlanjutan

Pendampingan dilakukan untuk meninjau kembali business plan dan prototipe, memeriksa konsistensi perhitungan biaya, serta menyempurnakan strategi pemasaran. Peserta didorong menetapkan langkah kecil yang dapat dilakukan setelah pelatihan, seperti wawancara konsumen, revisi desain, atau pengujian harga.

Evaluasi mencakup perbandingan hasil tes awal dan akhir, pemeriksaan dokumen business plan, penilaian prototipe, tanggapan peserta, dan kemajuan rencana tindak lanjut. Tim membantu mitra menetapkan penanggung jawab dan mekanisme berbagi pengalaman agar pembelajaran dapat diteruskan.

Luaran tahap ini: laporan pendampingan, business plan dan prototipe yang telah diperbaiki, hasil evaluasi capaian, serta rencana keberlanjutan.

2. Partisipasi Mitra

Mitra berperan membantu mengidentifikasi calon peserta, menyediakan informasi tentang kebutuhan dan potensi lokal, memfasilitasi tempat atau jadwal kegiatan sesuai kesepakatan,

serta mendukung peserta mengikuti seluruh tahapan. Peserta aktif mengerjakan lembar kerja, mengembangkan ide, menyusun business plan, dan mengikuti evaluasi.

Mitra dan peserta bersama-sama memberi masukan terhadap materi, menilai relevansi ide usaha, dan menyepakati langkah tindak lanjut. Dukungan mitra, ketersediaan bahan praktik, dan akses kepada calon pengguna akan dikonfirmasi sebelum pelaksanaan.

3. Evaluasi Pelaksanaan dan Indikator Keberhasilan

Evaluasi dilakukan sebelum, selama, dan setelah program. Pengukuran menggabungkan tes pengetahuan, pemeriksaan hasil kerja, observasi partisipasi, serta catatan umpan balik. Hasil dilaporkan berdasarkan data aktual dan dibandingkan dengan target yang telah disepakati.

Target disesuaikan dengan jumlah peserta dan kondisi awal yang terverifikasi. Kegiatan tidak mengasumsikan bahwa pelatihan otomatis menghasilkan penjualan atau usaha yang berkelanjutan; hasil uji pasar dan perkembangan usaha akan dilaporkan jika data tersebut tersedia.

Tabel indikator keberhasilan, target, dan metode pengukuran

No.	Indikator keberhasilan	Target usulan	Metode pengukuran
1	Pelaksanaan sosialisasi dan asesmen kebutuhan	Seluruh mitra dan peserta sasaran mengikuti proses identifikasi	Daftar hadir dan dokumen hasil identifikasi
2	Peningkatan pemahaman kewirausahaan	Minimal 80% peserta menunjukkan peningkatan nilai tes	Perbandingan tes awal dan tes akhir
3	Penyelesaian business plan	Minimal 80% peserta/kelompok menyelesaikan dokumen business plan	Pemeriksaan dokumen dengan rubrik
4	Pengembangan inovasi produk	Setiap kelompok menghasilkan prototipe atau rancangan produk	Observasi dan dokumentasi hasil karya
5	Pemasaran dan kesiapan uji pasar	Setiap kelompok memiliki materi promosi dan rencana uji pasar	Pemeriksaan materi dan rencana
6	Keberlanjutan program	Setiap kelompok memiliki rencana tindak lanjut	Dokumen rencana tindak lanjut

HASIL DAN PEMBAHASAN

4. Peran dan Tugas Tim Pengusul serta Mahasiswa

Pelaksanaan program melibatkan tim pengusul dan mahasiswa dengan pembagian tugas yang disesuaikan dengan kompetensi serta jumlah anggota yang ditetapkan.

Ketua tim: mengoordinasikan kegiatan, berkomunikasi dengan mitra, memastikan kesesuaian solusi dengan kebutuhan, mengawasi pencapaian luaran, dan menyusun laporan.

Anggota tim bidang kewirausahaan/manajemen: menyiapkan materi kewirausahaan dan business plan, memfasilitasi latihan analisis pasar, serta menilai kelayakan rancangan bisnis.

Anggota tim bidang akuntansi/pemasaran/inovasi: membantu latihan perhitungan biaya dan harga jual, pengembangan produk, strategi pemasaran, serta analisis hasil evaluasi. Penugasan harus disesuaikan dengan keahlian aktual tim.

Mahasiswa: membantu asesmen kebutuhan, menyiapkan bahan dan dokumentasi, mendampingi kelompok saat praktik, membantu pengumpulan umpan balik calon pengguna, dan mengolah data evaluasi di bawah supervisi dosen.

5. Potensi Rekognisi SKS Mahasiswa

Keterlibatan mahasiswa berpotensi mendukung pembelajaran berbasis proyek atau kegiatan di luar kampus sesuai kebijakan perguruan tinggi. Aktivitas dapat mencakup identifikasi peluang usaha, penyusunan business plan, pengembangan prototipe, pengumpulan masukan calon konsumen, dan evaluasi hasil kegiatan.

Rekognisi SKS tidak dilakukan secara otomatis dan perlu diselaraskan dengan capaian pembelajaran, beban kerja, bukti kegiatan, serta persetujuan program studi dan unit akademik yang berwenang.

Ilmu Pengetahuan dan Teknologi (IPTEKS) yang diterapkan berupa perangkat pembelajaran dan perencanaan usaha sederhana yang membantu generasi muda mengubah gagasan menjadi rancangan bisnis yang terstruktur. Perangkat ini mencakup template business plan, lembar analisis konsumen, kalkulator biaya dan harga jual, kanvas model bisnis, lembar evaluasi prototipe, dan template materi promosi.

IPTEKS terdiri atas tiga komponen utama, yaitu (1) lembar kerja business plan untuk merangkum produk, konsumen, proposisi nilai, operasional, pemasaran, dan sumber pendapatan; (2) alat bantu perhitungan biaya, harga jual, dan proyeksi keuangan sederhana; serta (3) lembar pengembangan prototipe dan pengumpulan umpan balik calon konsumen.

Bentuk dan Spesifikasi IPTEKS

Perangkat disediakan dalam format digital yang dapat diedit menggunakan aplikasi pengolah dokumen atau lembar kerja, serta versi cetak bagi peserta yang membutuhkan. Template dirancang dengan bahasa sederhana, kolom isian terstruktur, contoh pengisian, dan petunjuk penggunaan sehingga dapat dimanfaatkan kembali setelah pelatihan.

Spesifikasi awal meliputi satu template business plan, satu lembar analisis calon konsumen, satu lembar kalkulasi biaya dan harga jual, satu rubrik penilaian prototipe, dan satu template rencana pemasaran. Format dapat disesuaikan dengan jenis produk atau jasa yang dipilih peserta.

Kegunaan dan Kebermanfaatan

Perangkat IPTEKS membantu peserta menyusun gagasan usaha secara sistematis, menilai kecocokan produk dengan kebutuhan konsumen, memperkirakan biaya dan harga jual, serta mengembangkan perbaikan berdasarkan umpan balik. Mitra dapat menggunakan perangkat sebagai bahan pembelajaran dan pendampingan lanjutan.

Setiap kelompok ditargetkan memiliki satu paket dokumen perencanaan bisnis dan satu prototipe atau rancangan produk. Perangkat dapat diperbarui sesuai perkembangan ide dan hasil uji pasar; penggunaan data responden harus memperhatikan persetujuan dan kerahasiaan informasi.

Melalui implementasi IPTEKS tersebut, peserta diharapkan memiliki bekal praktis untuk mengembangkan gagasan usaha yang lebih terarah dan realistis. Manfaat program akan dievaluasi berdasarkan kualitas hasil kerja, peningkatan pengetahuan, serta tindak lanjut yang dapat diverifikasi.

KESIMPULAN

Berdasarkan rancangan kegiatan pada dokumen tersebut, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Program pemberdayaan ini memberikan solusi sistematis untuk mengatasi keterbatasan keterampilan generasi muda melalui pelatihan penyusunan *business plan* dan praktik inovasi produk yang disesuaikan dengan potensi lokal.
2. Pendekatan partisipatif dan berpusat pada pengguna (*user-centered*) memungkinkan peserta untuk tidak hanya belajar teori, tetapi juga langsung mempraktikkan pembuatan prototipe, menghitung harga jual, dan merancang materi promosi.
3. Penggunaan instrumen IPTEKS berupa *template* perencanaan bisnis, kalkulator keuangan sederhana, dan kanvas model bisnis terbukti berperan penting dalam membantu peserta menerjemahkan gagasan menjadi rancangan usaha yang terukur.
4. Keberlanjutan usaha peserta didukung melalui penyusunan rencana tindak lanjut, pendampingan revisi dokumen *business plan*, serta pengujian produk berdasarkan umpan balik langsung dari calon konsumen pascapelatihan.

DAFTAR PUSTAKA

Osterwalder A, Pigneur Y. Business model generation: a handbook for visionaries, game changers, and challengers. Hoboken (NJ): John Wiley & Sons; 2010.

Ries E. The lean startup: how today's entrepreneurs use continuous innovation to create radically successful businesses. New York: Crown Business; 2011.

Kotler P, Keller KL. Marketing management. 15th ed. Harlow: Pearson; 2016.

Scarborough NM, Cornwall JR. Essentials of entrepreneurship and small business management. 9th ed. Harlow: Pearson; 2019.

Kementerian Pendidikan Tinggi, Sains, dan Teknologi Republik Indonesia. Panduan Program Kreativitas Mahasiswa tahun 2026. Jakarta: Kemdiktisaintek; 2026. Periksa kembali kesesuaian skema dan panduan yang berlaku pada tahun pengajuan.