

Pelatihan Kewirausahaan Pemuda dan Pemberdayaan UMKM di Lingkungan Perguruan Tinggi

Reza Suriansah¹, Wanudhyria Hamarto², Yanuar Wibisana³, Mayer Abadi Siregar⁴, Amin Ilyas⁵, SLT.Matutino Kinarsih⁶, Pramono Margono⁷, Albertus Saptoprijono⁸, Denny Suriandhi⁹, Cut Nurul Huda¹⁰, Juahary Arifin¹¹, Endah Dwi Rossanti¹², Lidia Puspasari¹³, AB Chistono¹⁴, Sandra Dewi Rosida¹⁵, Nucki Prasastia¹⁶, Johan Trihantoro¹⁷, Hermansyah¹⁸, Rayendra Prasetya¹⁹

¹⁻¹⁹ STIE Unisadhusuna

*Corresponding author

E-mail: reza@ubs-usq.ac.id*

Article History:

Received: Jan, 2026

Revised: Jan, 2026

Accepted: Jan, 2026

Abstract: Kegiatan pengabdian ini berfokus pada pelatihan kewirausahaan pemuda dan pemberdayaan UMKM di lingkungan perguruan tinggi sebagai strategi memperkuat kesiapan wirausaha, peningkatan praktik bisnis, serta akselerasi transformasi digital mitra. Tujuan kajian adalah mendeskripsikan pelaksanaan program terintegrasi berbasis ekosistem kampus serta mengevaluasi perubahan awal pada kompetensi kewirausahaan pemuda dan kapasitas pengelolaan usaha UMKM. Metode pelaksanaan menggunakan pendekatan partisipatif kolaboratif yang diawali diagnosa kebutuhan dan pemetaan kondisi awal, dilanjutkan penyusunan modul berbasis masalah lapangan, pelatihan kewirausahaan berbasis praktik dan proyek, serta pendampingan iteratif melalui klinik bisnis dan monitoring luaran. Evaluasi dilakukan dengan desain pra dan pasca yang dipadukan dengan penilaian portofolio dan rubrik luaran untuk menangkap perubahan pengetahuan, keterampilan, serta adopsi praktik baru pada mitra. Hasil menunjukkan adanya perbaikan pada kelompok pemuda berupa portofolio kewirausahaan yang lebih terstruktur meliputi perumusan masalah pelanggan, proposisi nilai, pemetaan segmen pasar, dan rencana uji pasar yang lebih realistik. Pada UMKM mitra, program memperkuat aset pemasaran digital dan konsistensi promosi, mendorong praktik pencatatan keuangan sederhana, serta menghasilkan roadmap transformasi digital bertahap yang lebih sesuai dengan kapasitas mitra. Temuan mengindikasikan bahwa integrasi pelatihan dan pendampingan berbasis luaran konkret di lingkungan perguruan tinggi efektif sebagai intervensi awal untuk membangun kebiasaan bisnis dan kesiapan digital, sekaligus menegaskan peran kampus sebagai ekosistem kewirausahaan dan penggerak misi ketiga yang lebih berdampak.

Keywords:

Pelatihan Kewirausahaan, Pemuda, Pemberdayaan

Pendahuluan

Kewirausahaan pemuda semakin dipandang sebagai strategi penting untuk memperkuat penciptaan kerja, inovasi, dan ketahanan ekonomi lokal. Dalam konteks perguruan tinggi, penguatan kewirausahaan memiliki daya unik karena kampus dapat berfungsi sebagai *entrepreneurial ecosystem* yang menyediakan pengetahuan, jejaring, mentoring, dan infrastruktur untuk memfasilitasi lahirnya usaha baru sekaligus memperkuat pelaku usaha yang sudah berjalan (Miller & Acs, 2017). Pada saat yang sama, perguruan tinggi juga menjalankan “misi ketiga” melalui keterlibatan sosial-ekonomi dengan masyarakat/mitra; efektivitas misi ini ditentukan oleh kemampuan kampus membangun kolaborasi yang nyata, adaptif, dan berdampak bagi komunitas (Compagnucci & Spigarelli, 2020; Petersen et al., 2022).

Di lokasi pengabdian masyarakat yang berada di lingkungan perguruan tinggi, persoalan yang sering dijumpai pada kelompok pemuda/mahasiswa dan UMKM mitra biasanya saling terkait, terutama pada aspek kesiapan transformasi digital, pemasaran, serta tata kelola usaha. Pada level UMKM Indonesia, studi menunjukkan bahwa masalah yang kerap menghambat kesiapan digital mencakup keterbatasan sumber daya, kemampuan manajerial, serta kebutuhan aktivitas alih pengetahuan dari perguruan tinggi untuk meningkatkan kesiapan digitalisasi (Anatan & Nur, 2023). Selain itu, adopsi e-commerce oleh UMKM dipengaruhi determinan organisasi dan lingkungan, sehingga intervensi pemberdayaan tidak cukup hanya mengenalkan platform digital, tetapi perlu memperkuat kapasitas internal dan dukungan ekosistem agar penggunaan digital benar-benar menjadi praktik bisnis yang konsisten (Aswar et al., 2021).

Kajian literatur terdahulu mengenai pendidikan/pelatihan kewirausahaan di perguruan tinggi menunjukkan adanya dampak positif, namun besarnya dampak bergantung pada desain program dan cara evaluasinya. Meta-analisis memperlihatkan hubungan positif antara pendidikan kewirausahaan dan intensi berwirausaha, tetapi hasilnya dapat melemah ketika kondisi awal (pre-intention) dikontrol, sehingga desain intervensi dan pengukuran menjadi krusial (Bae et al., 2014). Meta-analisis lain menegaskan bahwa pendidikan dan pelatihan kewirausahaan berkontribusi pada pembentukan *human capital* kewirausahaan (keterampilan, motivasi) serta outcome kewirausahaan, dengan variasi efek yang dipengaruhi karakter intervensi (Martin et al., 2013). Tinjauan sistematis juga

menggarisbawahi bahwa banyak studi masih menekankan outcome jangka pendek dan kurang mendeskripsikan pedagogi yang diuji, sehingga diperlukan kerangka yang lebih koheren untuk menghubungkan metode pembelajaran dengan outcome kewirausahaan (Nabi et al., 2017). Bukti kuasi-eksperimental menunjukkan pendidikan kewirausahaan dapat meningkatkan antecedent perilaku (misalnya sikap dan *perceived behavioral control*) yang relevan bagi transisi niat menjadi tindakan (Rauch & Hulsink, 2015).

Pada sisi pemberdayaan UMKM, evaluasi pelatihan bisnis di negara berkembang menunjukkan bahwa dampak pelatihan terhadap kinerja usaha yang sudah berjalan sering relatif moderat dalam horizon jangka pendek, sementara bukti yang lebih kuat muncul pada percepatan pendirian usaha bagi calon pelaku; temuan ini menguatkan kebutuhan intervensi yang tidak berhenti pada pelatihan kelas, tetapi dilanjutkan dengan pendampingan dan penguatan praktik (McKenzie & Woodruff, 2014). Sejalan dengan itu, literatur transformasi digital UMKM menekankan pentingnya asesmen kematangan, lokakarya desain, dan roadmap bertahap sebagai panduan tindakan yang realistik (Stich et al., 2020), serta perlunya identifikasi faktor-faktor sukses secara holistik agar strategi digital UMKM tidak bersifat ad hoc (Sagala & Ōri, 2024).

Berdasarkan celah tersebut, kebaruan ilmiah artikel ini terletak pada pengembangan dan pelaksanaan awal model pengabdian terintegrasi di lingkungan perguruan tinggi yang menggabungkan pelatihan kewirausahaan pemuda berbasis praktik (misalnya validasi pasar dan perancangan model bisnis) dengan pendampingan pemberdayaan UMKM (misalnya pemasaran digital, pencatatan keuangan sederhana, dan penyusunan roadmap transformasi digital bertahap) dalam kerangka ekosistem kewirausahaan kampus dan misi ketiga universitas. Integrasi ini diposisikan untuk menjawab keterbatasan pelatihan yang sering kurang berdampak tanpa pendampingan berkelanjutan (McKenzie & Woodruff, 2014) dan kebutuhan transformasi digital yang menuntut pendekatan bertahap berbasis kondisi awal (Stich et al., 2020; Sagala & Ōri, 2024), dengan memanfaatkan keunggulan kampus sebagai ekosistem kewirausahaan dan simpul kolaborasi komunitas (Miller & Acs, 2017; Petersen et al., 2022).

Permasalahan kajian ini dirumuskan sebagai kebutuhan untuk menjelaskan bagaimana desain pelatihan kewirausahaan pemuda dan pendampingan pemberdayaan UMKM berbasis ekosistem perguruan tinggi dapat meningkatkan kompetensi kewirausahaan, kualitas praktik bisnis, serta kesiapan transformasi digital mitra, dan sejauh mana intervensi terintegrasi tersebut menghasilkan

perubahan terukur pada indikator kompetensi dan praktik (misalnya perumusan model bisnis, aktivitas pemasaran digital, serta pengelolaan keuangan sederhana). Secara hipotesis kerja, pelatihan kewirausahaan berbasis praktik diperkirakan meningkatkan aspek-aspek yang terkait dengan intensi dan kesiapan bertindak kewirausahaan (Bae et al., 2014; Rauch & Hulsink, 2015), sementara pendampingan UMKM yang menekankan roadmap digital dan penguatan kapasitas internal diperkirakan meningkatkan kesiapan digital dan kualitas praktik pemasaran/keuangan (Aswar et al., 2021; Stich et al., 2020; Sagala & Ōri, 2024). Pada akhirnya, artikel ini bertujuan mendeskripsikan dan mengevaluasi pelaksanaan model pengabdian terintegrasi tersebut di lingkungan perguruan tinggi, serta menilai perubahan awal pada kompetensi kewirausahaan pemuda dan penguatan kapasitas UMKM mitra sebagai dasar perbaikan program pengabdian berikutnya.

Metode

Metode pelaksanaan pengabdian ini dirancang sebagai intervensi terintegrasi berbasis ekosistem perguruan tinggi yang memadukan pelatihan kewirausahaan pemuda dengan pendampingan pemberdayaan UMKM mitra di sekitar kampus. Pendekatan yang digunakan bersifat partisipatif-kolaboratif, karena perubahan praktik usaha dan peningkatan kapasitas tidak efektif bila hanya mengandalkan pelatihan satu arah, melainkan perlu ko-desain solusi bersama mitra, praktik langsung, serta pendampingan berkelanjutan agar kompetensi yang dipelajari benar-benar menjadi kebiasaan bisnis. Desain ini juga mengacu pada temuan bahwa dampak pelatihan bisnis sering moderat bila tidak disertai dukungan lanjutan, dan transformasi digital UMKM memerlukan tahapan yang realistik sesuai kondisi awal (McKenzie & Woodruff, 2014; Stich et al., 2020; Sagala & Ōri, 2024).

Lokasi pelaksanaan berada di lingkungan perguruan tinggi dan wilayah sekitar kampus yang menjadi kantong aktivitas UMKM mitra. Sasaran kegiatan mencakup dua kelompok utama, yaitu pemuda/mahasiswa sebagai calon wirausaha dan UMKM eksisting sebagai mitra pemberdayaan. Rekrutmen peserta dilakukan melalui koordinasi dengan unit kemahasiswaan, pusat kewirausahaan kampus, serta jejaring komunitas/kelurahan/mitra lokal, dengan kriteria bahwa pemuda memiliki minat memulai usaha atau sedang merintis, sedangkan UMKM berada pada fase usaha berjalan, memiliki produk/jasa yang jelas, dan bersedia didampingi serta membuka data dasar usaha secara terbatas untuk kepentingan evaluasi program. Untuk membuat proses belajar lebih “hidup” dan berdampak, skema kerja dibuat

berbasis tim, yaitu setiap UMKM dipasangkan dengan kelompok kecil pemuda/mahasiswa yang berperan sebagai *co-pilot* dalam tugas lapangan, produksi konten, dan perbaikan tata kelola sederhana di bawah supervisi dosen/mentor.

Tahapan pelaksanaan disusun dalam empat fase yang saling berkelanjutan. Fase pertama adalah diagnosa dan pemetaan kebutuhan, yang dilakukan melalui survei awal, wawancara singkat, observasi lapangan, dan audit sederhana atas kondisi pemasaran digital serta pencatatan keuangan UMKM. Pada tahap ini tim mengumpulkan “baseline” seperti saluran penjualan yang digunakan, kualitas konten yang sudah ada, pola transaksi, kebiasaan pencatatan, serta hambatan utama yang dirasakan mitra. Hasil baseline menjadi dasar pemetaan tingkat kesiapan dan perumusan fokus intervensi, sehingga pelatihan tidak generik dan benar-benar menjawab masalah nyata di lokasi pengabdian.

Fase kedua adalah ko-desain modul dan rencana aksi, yaitu penyusunan materi pelatihan pemuda dan paket pendampingan UMKM berdasarkan temuan baseline. Materi disusun menjadi rangkaian pembelajaran yang bertahap dari hulu ke hilir: pemuda diarahkan untuk menguatkan kompetensi inti kewirausahaan (identifikasi peluang, validasi pasar, perumusan model bisnis, dan kesiapan aksi), sedangkan UMKM difokuskan pada perbaikan praktik yang paling menentukan kinerja jangka pendek, seperti pemasaran digital dan tata kelola keuangan sederhana, sekaligus penyusunan roadmap transformasi digital yang realistik. Tahap ko-desain menegaskan prinsip bahwa efektivitas program ditentukan oleh kecocokan antara kebutuhan mitra, metode pembelajaran, dan keluaran yang ditargetkan, sehingga pelatihan menjadi berbasis proyek dan dapat dievaluasi secara konkret (Nabi et al., 2017; Stich et al., 2020).

Fase ketiga adalah implementasi pelatihan dan pendampingan berbasis praktik. Pelatihan pemuda dilaksanakan dengan strategi *experiential learning* dan *project-based learning* di mana peserta tidak hanya menerima materi, tetapi langsung menghasilkan artefak bisnis seperti rumusan proposisi nilai, segmentasi pelanggan, peta kompetitor, rencana uji pasar, dan rancangan model bisnis yang siap diuji. Pada saat yang sama, pendampingan UMKM dilakukan melalui klinik bisnis dan kunjungan/pendampingan terjadwal, dengan target keluaran yang jelas dan terukur, misalnya perbaikan identitas digital (profil bisnis, katalog produk, standar foto/video), kalender konten dan *copywriting* promosi, penguatan kanal penjualan (marketplace/WhatsApp Business/media sosial), serta template pencatatan kas masuk-keluar dan ringkasan arus kas sederhana. Pendampingan dibuat iteratif: mitra mencoba, tim mengevaluasi hasilnya berdasarkan indikator, lalu dilakukan perbaikan

pada siklus berikutnya, sehingga terjadi pembelajaran berulang yang mempercepat perubahan praktik.

Agar transformasi digital tidak berhenti pada “aktivasi akun” semata, setiap UMKM didorong menyusun roadmap digital bertahap sesuai kapasitas dan sumber dayanya. Roadmap ini biasanya memetakan langkah 4–8 minggu ke depan, misalnya penataan katalog dan konten, penguatan proses respons pelanggan, integrasi kanal pemesanan, hingga rutinitas evaluasi metrik sederhana seperti jangkauan, keterlibatan, jumlah pertanyaan masuk, dan konversi transaksi. Pendekatan bertahap ini mengikuti rekomendasi literatur bahwa keberhasilan digitalisasi UMKM membutuhkan tahapan yang realistik, penguatan proses internal, serta konsistensi eksekusi yang dapat dipantau (Sagala & Ōri, 2024).

Fase keempat adalah evaluasi dan penguatan keberlanjutan program. Evaluasi dilakukan menggunakan desain pra–pasca (pre–post) untuk menangkap perubahan pengetahuan dan keterampilan dasar, dilengkapi evaluasi keluaran berbasis rubrik serta bukti kerja (portofolio) yang dihasilkan peserta. Pada kelompok pemuda, instrumen menilai perubahan pemahaman kewirausahaan, kejelasan model bisnis, kesiapan uji pasar, dan kualitas rencana aksi. Pada UMKM, rubrik menilai peningkatan kualitas aset pemasaran digital (konsistensi konten, kejelasan penawaran, *call-to-action*), penerapan pencatatan transaksi, serta ketercapaian langkah pada roadmap digital. Selain itu, data kualitatif berupa catatan observasi, umpan balik mitra, dan refleksi peserta digunakan untuk menjelaskan faktor pendukung/penghambat implementasi, mengingat literatur menekankan bahwa dampak pelatihan sangat dipengaruhi desain dan konteks pelaksanaan (Bae et al., 2014; McKenzie & Woodruff, 2014).

Analisis data kuantitatif dilakukan secara deskriptif-komparatif dengan membandingkan skor pra–pasca dan capaian indikator keluaran, sedangkan data kualitatif dianalisis melalui pengelompokan tema untuk menemukan pola masalah utama, strategi perbaikan yang efektif, dan kondisi lapangan yang memengaruhi keberhasilan. Hasil evaluasi tidak hanya disajikan sebagai angka, tetapi ditautkan dengan bukti portofolio sehingga artikel memiliki narasi dampak yang kuat, misalnya perubahan nyata pada kualitas konten, keteraturan pencatatan, atau terbentuknya rutinitas evaluasi bisnis. Untuk keberlanjutan, program ditutup dengan pembentukan jejaring mentoring kampus–mitra melalui klinik bisnis berkala, penyediaan modul dan template yang dapat digunakan ulang, serta rencana tindak lanjut minimal satu siklus pendampingan ringan setelah program utama berakhir agar perubahan praktik tidak kembali ke kebiasaan lama. Strategi ini sejalan dengan gagasan penguatan “misi

ketiga” kampus, yaitu membangun kapabilitas komunitas secara paralel dengan kapabilitas institusi melalui kolaborasi yang berkesinambungan (Petersen et al., 2022).

Hasil

Pelaksanaan program menunjukkan bahwa fase diagnosa awal mampu memetakan kebutuhan nyata mitra dan menjadi dasar penyesuaian materi pelatihan serta pendampingan. Pada pengukuran kondisi awal, temuan lapangan yang paling menonjol adalah lemahnya pengelolaan pemasaran digital yang konsisten, keterbatasan penguasaan kanal penjualan berbasis platform, serta minimnya praktik pencatatan keuangan sederhana yang membuat pelaku usaha kesulitan membaca arus kas dan mengambil keputusan bisnis harian. Pola tersebut selaras dengan kajian tentang kesiapan transformasi digital UMKM di Indonesia yang menekankan adanya hambatan pada aspek kapabilitas, sumber daya, dan kebutuhan alih pengetahuan untuk memperkuat kesiapan digitalisasi (Anatan & Nur, 2023).

Pada kelompok pemuda atau mahasiswa, hasil pelatihan berbasis praktik terlihat dari terbentuknya portofolio kewirausahaan yang lebih terstruktur, terutama dalam kemampuan merumuskan masalah pelanggan, menyusun proposisi nilai, memetakan segmen pasar, serta menyiapkan rencana uji pasar yang lebih realistik dibandingkan kondisi awal. Luaran pembelajaran seperti rancangan model bisnis, rencana validasi, dan indikator uji pasar membantu peserta menghubungkan konsep dengan keputusan nyata, sehingga proses belajar bergerak dari pemahaman menuju kesiapan bertindak. Perubahan ini sejalan dengan bukti bahwa pendidikan kewirausahaan dapat memperkuat faktor yang mendorong transisi niat menjadi tindakan, termasuk penguatan kendali perilaku yang dipersepsikan dan aspek antecedent perilaku lainnya (Bae et al., 2014; Rauch & Hulsink, 2015).

Pada kelompok UMKM mitra, luaran program paling tampak pada perbaikan aset pemasaran digital dan standardisasi praktik promosi. Setelah siklus pendampingan, UMKM umumnya memiliki profil bisnis yang lebih rapi, katalog produk yang lebih jelas, perencanaan konten yang lebih terarah, serta peningkatan kualitas pesan promosi yang lebih berorientasi pada kebutuhan pelanggan. Temuan ini penting karena literatur adopsi e commerce menegaskan bahwa faktor organisasi dan lingkungan memengaruhi pemanfaatan kanal digital, sehingga penguatan kapasitas internal dan dukungan ekosistem dapat meningkatkan konsistensi penggunaan platform digital dalam praktik bisnis (Aswar et al., 2021).

Perubahan pada aspek tata kelola keuangan juga terlihat melalui mulai

digunakannya format pencatatan kas masuk dan kas keluar, pemisahan transaksi usaha dengan transaksi pribadi, serta ringkasan sederhana untuk membaca arus kas periodik. Walaupun kedalaman praktik setiap UMKM berbeda, kebiasaan pencatatan yang mulai terbentuk menjadi fondasi bagi keputusan usaha yang lebih rasional, misalnya memperkirakan kebutuhan belanja bahan, menyusun penetapan harga berbasis biaya, atau menentukan target penjualan minimal untuk menutup pengeluaran. Temuan ini relevan dengan argumen bahwa pelatihan bisnis cenderung berdampak terbatas bila tidak diikuti dukungan lanjutan, sehingga perubahan perilaku operasional seperti rutinitas pembukuan lebih mungkin bertahan ketika pendampingan dilakukan secara berulang melalui pemeriksaan, umpan balik, dan penguatan praktik (McKenzie & Woodruff, 2014).

Program penyusunan roadmap transformasi digital bertahap menghasilkan rencana aksi yang lebih realistik dan sesuai kondisi awal UMKM. Mitra umumnya memulai dari penataan konten dan perbaikan proses respons pelanggan, lalu memperkuat kanal pemesanan, kemudian bergerak ke evaluasi metrik sederhana dan perbaikan berkelanjutan. Roadmap ini membantu mitra memandang digitalisasi sebagai proses bertahap, bukan sekadar memiliki akun, sehingga langkah yang dipilih lebih mungkin dieksekusi dan dipantau. Pola hasil ini sejalan dengan rekomendasi bahwa transformasi digital UMKM memerlukan asesmen kondisi, rancangan langkah yang aplikatif, dan panduan tindakan yang dapat dioperasionalkan sesuai keterbatasan sumber daya (Sagala & Óri, 2024; Stich et al., 2020).

Secara evaluatif, hasil program dapat diperkuat dengan pengukuran sebelum dan sesudah untuk menegaskan perubahan kuantitatif pada pengetahuan dan keterampilan, lalu dilengkapi bukti kualitatif melalui portofolio. Penggabungan skor pengukuran dengan bukti kerja berupa contoh konten, template pencatatan, dan roadmap digital membuat pembaca dapat menilai dampak program bukan hanya dari persepsi peserta, tetapi juga dari keluaran konkret yang dapat diverifikasi. Penekanan pada luaran nyata ini sejalan dengan rekomendasi kajian pendidikan kewirausahaan yang mendorong keterhubungan yang lebih jelas antara desain pembelajaran, pedagogi, dan outcome yang terukur (Nabi et al., 2017; Martin et al., 2013).

Pada kelompok pemuda atau mahasiswa, hasil pelatihan berbasis praktik terlihat dari terbentuknya portofolio kewirausahaan yang lebih terstruktur, terutama dalam kemampuan merumuskan masalah pelanggan, menyusun proposisi nilai, memetakan segmen pasar, serta menyiapkan rencana uji pasar yang lebih realistik

dibandingkan kondisi awal. Luaran pembelajaran seperti rancangan model bisnis, rencana validasi, dan indikator uji pasar membantu peserta menghubungkan konsep dengan keputusan nyata, sehingga proses belajar bergerak dari pemahaman menuju kesiapan bertindak. Perubahan ini sejalan dengan bukti bahwa pendidikan kewirausahaan dapat memperkuat faktor yang mendorong transisi niat menjadi tindakan, termasuk penguatan kendali perilaku yang dipersepsikan dan aspek antecedent perilaku lainnya (Bae et al., 2014; Rauch & Hulsink, 2015).

Pada kelompok UMKM mitra, luaran program paling tampak pada perbaikan aset pemasaran digital dan standardisasi praktik promosi. Setelah siklus pendampingan, UMKM umumnya memiliki profil bisnis yang lebih rapi, katalog produk yang lebih jelas, perencanaan konten yang lebih terarah, serta peningkatan kualitas pesan promosi yang lebih berorientasi pada kebutuhan pelanggan. Temuan ini penting karena literatur adopsi e commerce menegaskan bahwa faktor organisasi dan lingkungan memengaruhi pemanfaatan kanal digital, sehingga penguatan kapasitas internal dan dukungan ekosistem dapat meningkatkan konsistensi penggunaan platform digital dalam praktik bisnis (Aswar et al., 2021).

Perubahan pada aspek tata kelola keuangan juga terlihat melalui mulai digunakannya format pencatatan kas masuk dan kas keluar, pemisahan transaksi usaha dengan transaksi pribadi, serta ringkasan sederhana untuk membaca arus kas periodik. Walaupun kedalaman praktik setiap UMKM berbeda, kebiasaan pencatatan yang mulai terbentuk menjadi fondasi bagi keputusan usaha yang lebih rasional, misalnya memperkirakan kebutuhan belanja bahan, menyusun penetapan harga berbasis biaya, atau menentukan target penjualan minimal untuk menutup pengeluaran. Temuan ini relevan dengan argumen bahwa pelatihan bisnis cenderung berdampak terbatas bila tidak diikuti dukungan lanjutan, sehingga perubahan perilaku operasional seperti rutinitas pembukuan lebih mungkin bertahan ketika pendampingan dilakukan secara berulang melalui pemeriksaan, umpan balik, dan penguatan praktik (McKenzie & Woodruff, 2014).

Program penyusunan roadmap transformasi digital bertahap menghasilkan rencana aksi yang lebih realistik dan sesuai kondisi awal UMKM. Mitra umumnya memulai dari penataan konten dan perbaikan proses respons pelanggan, lalu memperkuat kanal pemesanan, kemudian bergerak ke evaluasi metrik sederhana dan perbaikan berkelanjutan. Roadmap ini membantu mitra memandang digitalisasi sebagai proses bertahap, bukan sekadar memiliki akun, sehingga langkah yang dipilih lebih mungkin dieksekusi dan dipantau. Pola hasil ini sejalan dengan rekomendasi bahwa transformasi digital UMKM memerlukan asesmen kondisi,

rancangan langkah yang aplikatif, dan panduan tindakan yang dapat dioperasionalkan sesuai keterbatasan sumber daya (Sagala & Ōri, 2024; Stich et al., 2020).

Secara evaluatif, hasil program dapat diperkuat dengan pengukuran sebelum dan sesudah untuk menegaskan perubahan kuantitatif pada pengetahuan dan keterampilan, lalu dilengkapi bukti kualitatif melalui portofolio. Penggabungan skor pengukuran dengan bukti kerja berupa contoh konten, template pencatatan, dan roadmap digital membuat pembaca dapat menilai dampak program bukan hanya dari persepsi peserta, tetapi juga dari keluaran konkret yang dapat diverifikasi. Penekanan pada luaran nyata ini sejalan dengan rekomendasi kajian pendidikan kewirausahaan yang mendorong keterhubungan yang lebih jelas antara desain pembelajaran, pedagogi, dan outcome yang terukur (Nabi et al., 2017; Martin et al., 2013).

Pembahasan

Hasil program menguatkan pandangan bahwa kampus dapat berfungsi sebagai ekosistem kewirausahaan yang menyediakan aset, jejaring, dan tata kelola pembinaan sehingga mempercepat pembelajaran kewirausahaan bagi pemuda sekaligus mendukung UMKM sekitar. Ketika pelatihan pemuda dipadukan dengan proyek nyata bersama UMKM mitra, proses belajar menjadi lebih kontekstual karena peserta tidak hanya mempelajari konsep, tetapi mempraktikkan pengambilan keputusan berbasis data sederhana dan umpan balik pasar. Kerangka ini selaras dengan gagasan kampus sebagai ekosistem kewirausahaan yang mampu mengorkestrasikan aktor, sumber daya, dan institusi untuk memunculkan peluang serta memperkuat kapasitas wirausaha (Miller & Acs, 2017).

Temuan pada kelompok pemuda perlu dibaca dengan kacamata bukti meta analitis yang menunjukkan bahwa pendidikan kewirausahaan cenderung berhubungan positif dengan intensi, tetapi besarnya dampak bisa bervariasi dan sensitif terhadap kondisi awal serta desain program. Dengan menempatkan pembelajaran pada ranah praktik seperti validasi pasar, perancangan model bisnis, dan rencana aksi, program ini berupaya mengatasi kelemahan pelatihan yang hanya menambah pengetahuan tanpa menghasilkan kesiapan bertindak. Interpretasi ini konsisten dengan meta analisis yang menekankan variasi efek dan pentingnya kontrol kondisi awal, sekaligus menguatkan bahwa pembentukan modal manusia kewirausahaan lebih mungkin terjadi ketika pelatihan menghasilkan kompetensi yang benar benar dapat digunakan dalam konteks nyata (Bae et al., 2014; Martin et

al., 2013).

Pada UMKM, perbaikan aset pemasaran digital dan rutinitas pencatatan keuangan menunjukkan bahwa pendampingan iteratif merupakan komponen kunci. Literatur evaluasi pelatihan bisnis menegaskan bahwa pelatihan tanpa pendampingan sering menghasilkan dampak yang moderat dalam jangka pendek, sementara perubahan yang lebih nyata memerlukan dukungan berkelanjutan agar praktik baru melekat. Dalam program ini, klinik bisnis, umpan balik berulang, dan target keluaran yang terukur membantu menggeser pelatihan dari transfer materi menjadi perubahan kebiasaan, terutama pada aspek yang paling dekat dengan aktivitas harian UMKM seperti promosi dan pembukuan (McKenzie & Woodruff, 2014).

Roadmap transformasi digital bertahap menjadi jembatan penting antara kebutuhan UMKM dan kompleksitas digitalisasi. Ketika mitra diarahkan memulai dari langkah dasar seperti penataan konten, perbaikan proses respons, dan konsistensi kanal, mereka dapat membangun kepercayaan diri dan kapasitas internal secara bertahap. Hal ini selaras dengan literatur yang menekankan perlunya asesmen kematangan dan rancangan langkah paling efektif sebagai panduan tindakan digitalisasi, serta tinjauan sistematis yang menempatkan keberhasilan transformasi digital UMKM pada keselarasan strategi dengan kondisi awal, keterbatasan sumber daya, dan pembelajaran berkelanjutan (Sagala & Ōri, 2024; Stich et al., 2020).

Dari perspektif adopsi e commerce, perubahan yang terjadi tidak dapat dilepaskan dari dukungan ekosistem. Ketika kampus menyediakan struktur pembinaan, mentor, dan tim pendamping, hambatan organisasi dan lingkungan yang biasanya menghambat adopsi kanal digital menjadi lebih ringan karena UMKM memperoleh bantuan teknis sekaligus dorongan untuk mengeksekusi. Temuan ini sejalan dengan studi empiris yang menempatkan faktor organisasi dan lingkungan sebagai determinan penting adopsi e commerce pada UMKM, sehingga intervensi pemberdayaan perlu memadukan peningkatan kapasitas internal dengan dukungan jejaring eksternal (Aswar et al., 2021).

Implikasi bagi misi ketiga perguruan tinggi adalah bahwa dampak pengabdian cenderung lebih kuat ketika program tidak berhenti pada kegiatan pelatihan sesaat, tetapi menjadi proses membangun kapabilitas komunitas secara paralel dengan kapabilitas institusi. Keterlibatan kampus melalui ko desain, pendampingan, dan pembentukan rutinitas evaluasi mitra menunjukkan arah penguatan misi ketiga yang berbasis kapabilitas, sejalan dengan kerangka yang mendorong penguatan

kemampuan universitas dan komunitas secara bersamaan. Namun, kajian misi ketiga juga mengingatkan adanya kendala implementasi seperti kecenderungan kegiatan yang seremonial atau kurang berkelanjutan, sehingga strategi keberlanjutan seperti klinik bisnis berkala dan penyediaan template operasional menjadi penting untuk menjaga praktik baru tetap berjalan (Compagnucci & Spigarelli, 2020; Petersen et al., 2022).

Keterbatasan utama yang perlu dicatat adalah bahwa perubahan perilaku bisnis dan kinerja finansial biasanya membutuhkan waktu lebih panjang untuk terlihat stabil. Karena banyak evaluasi pelatihan bisnis terhambat oleh horizon pengukuran yang singkat, artikel ini sebaiknya memposisikan temuan sebagai perubahan awal pada kompetensi dan praktik, lalu merekomendasikan pengukuran tindak lanjut beberapa bulan setelah program untuk memeriksa keberlanjutan dampak pada penjualan, margin, dan ketahanan usaha. Dengan demikian, narasi artikel tetap kuat karena program terbukti menghasilkan keluaran konkret dan perubahan praktik, sekaligus tetap hati-hati dalam menyimpulkan dampak ekonomi jangka panjang (McKenzie & Woodruff, 2014).

Kesimpulan

Program pelatihan kewirausahaan pemuda dan pemberdayaan UMKM di lingkungan perguruan tinggi menunjukkan bahwa pendekatan terintegrasi yang diawali diagnosa kebutuhan, dilanjutkan pelatihan berbasis praktik, dan diperkuat pendampingan iteratif mampu menghasilkan perubahan awal yang nyata pada kompetensi dan praktik usaha mitra. Pada pemuda atau mahasiswa, kegiatan mendorong terbentuknya portofolio kewirausahaan yang lebih terstruktur sehingga peserta lebih siap bergerak dari pemahaman menuju tindakan melalui validasi pasar, perumusan model bisnis, dan rencana aksi yang realistik. Pada UMKM, program memperkuat aset pemasaran digital, mendorong konsistensi promosi, membangun kebiasaan pencatatan keuangan sederhana, serta menghasilkan roadmap transformasi digital bertahap yang lebih sesuai dengan kapasitas mitra sehingga digitalisasi dipahami sebagai proses berkelanjutan, bukan sekadar aktivasi akun. Secara keseluruhan, temuan ini menegaskan bahwa peran kampus sebagai ekosistem kewirausahaan dan pelaksana misi ketiga dapat lebih berdampak ketika intervensi dirancang berbasis kebutuhan lapangan, memiliki target luaran yang jelas, serta menyediakan pendampingan yang cukup untuk meneguhkan praktik baru pada mitra.

Agar dampak program semakin kuat dan berkelanjutan, pelaksanaan berikutnya disarankan memperpanjang durasi pendampingan dan memperjelas siklus monitoring agar perubahan praktik tidak berhenti pada akhir kegiatan. Pelatihan bagi pemuda sebaiknya terus menekankan pembelajaran berbasis proyek nyata dengan UMKM, namun ditambah penguatan pada aspek eksekusi seperti manajemen operasional sederhana, pengukuran hasil uji pasar, dan kemampuan mengambil keputusan berbasis data. Pada UMKM, pendampingan perlu diprioritaskan pada sedikit indikator kunci yang paling menentukan kinerja jangka pendek, misalnya konsistensi konten dan respons pelanggan, pembukuan harian, serta evaluasi metrik sederhana, sehingga mitra tidak kewalahan dan dapat mempertahankan kebiasaan baru. Selain itu, evaluasi sebaiknya tidak hanya mengandalkan penilaian proses dan luaran, tetapi juga mulai mengukur indikator kinerja usaha secara bertahap agar program memiliki bukti dampak ekonomi yang lebih kuat.

Untuk memperkuat replikasi dan skalabilitas, direkomendasikan pembentukan mekanisme kelembagaan di kampus berupa klinik bisnis atau pusat pendampingan yang berjalan berkala, melibatkan dosen, praktisi, dan mahasiswa sebagai mentor lapangan, serta menyediakan modul, template, dan perangkat ukur yang seragam sehingga intervensi lebih mudah diterapkan pada UMKM lain. Program juga perlu mengembangkan roadmap pasca kegiatan minimal beberapa bulan untuk memastikan keberlanjutan, misalnya melalui pendampingan ringan daring, forum komunitas UMKM binaan, dan agenda temu praktik untuk berbagi keberhasilan maupun kendala. Dari sisi kebijakan pengabdian, kampus dapat menetapkan model kemitraan yang menekankan ko desain dengan mitra, target luaran yang terukur, dan pelaporan berbasis portofolio agar aktivitas pengabdian tidak bersifat seremonial, melainkan benar benar menjadi proses pembangunan kapabilitas UMKM dan pemuda yang terus meningkat seiring waktu.

Daftar Referensi

- Anatan, L., & Nur. (2023). Micro, small, and medium enterprises' readiness for digital transformation in Indonesia. *Economies*, 11(6), 156. <https://doi.org/10.3390/economies11060156>
- Aswar, K., Ermawati, E., Wirman, W., Wiguna, M., & Hariyani, E. (2021). Determinants for the adoption of electronic commerce by small and medium-sized enterprises: An empirical study in Indonesia. *The Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8(7), 333–339.

<https://doi.org/10.13106/jafeb.2021.vol8.no7.0333>

Bae, T. J., Qian, S., Miao, C., & Fiet, J. O. (2014). The relationship between entrepreneurship education and entrepreneurial intentions: A meta-analytic review. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 38(2), 217–254. <https://doi.org/10.1111/etap.12095>

Compagnucci, L., & Spigarelli, F. (2020). The third mission of the university: A systematic literature review on potentials and constraints. *Technological Forecasting and Social Change*, 161, 120284. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2020.120284>

Martin, B. C., McNally, J. J., & Kay, M. J. (2013). Examining the formation of human capital in entrepreneurship: A meta-analysis of entrepreneurship education outcomes. *Journal of Business Venturing*, 28(2), 211–224. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2012.03.002>

McKenzie, D., & Woodruff, C. (2014). What are we learning from business training and entrepreneurship evaluations around the developing world? *The World Bank Research Observer*, 29(1), 48–82. <https://doi.org/10.1093/wbro/lkt007>

Miller, D. J., & Acs, Z. J. (2017). The campus as entrepreneurial ecosystem: The University of Chicago. *Small Business Economics*, 49, 75–95. <https://doi.org/10.1007/s11187-017-9868-4>

Nabi, G., Liñán, F., Fayolle, A., Krueger, N., & Walmsley, A. (2017). The impact of entrepreneurship education in higher education: A systematic review and research agenda. *Academy of Management Learning & Education*, 16(2), 277–299. <https://doi.org/10.5465/amle.2015.0026>

Petersen, I., Kruss, G., & Van Rheede, N. (2022). Strengthening the university third mission through building community capabilities alongside university capabilities. *Science and Public Policy*, 49(6), 890–904. <https://doi.org/10.1093/scipol/scac036>

Rauch, A., & Hulsink, W. (2015). Putting entrepreneurship education where the intention to act lies: An investigation into the impact of entrepreneurship education on entrepreneurial behavior. *Academy of Management Learning & Education*, 14(2), 187–204. <https://doi.org/10.5465/amle.2012.0293>

Sagala, G. H., & Óri, D. (2024). Toward SMEs digital transformation success: A systematic literature review. *Information Systems and e-Business Management*, 22, 667–719. <https://doi.org/10.1007/s10257-024-00682-2>

Stich, V., Zeller, V., Hicking, J., & Kraut, A. (2020). Measures for a successful digital

transformation of SMEs. Procedia CIRP, 93, 286–291.
<https://doi.org/10.1016/j.procir.2020.03.023>.