

# ENTREPRENEURSHIP FOR BEGINNER: MEMBANGUN BISNIS PERTAMA DI ERA DIGITAL

Sutrisno<sup>1\*</sup>

<sup>1</sup> sutrisno@wym.ac.id, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Wiyatamandala, Indonesia

## INFO ARTIKEL

### Riwayat Artikel:

Pengajuan : 20/04/2026

Revisi : 27/04/2026

Penerimaan : 29/04/2026

### Kata Kunci:

Kewirausahaan, Pemula

### Keywords:

Entrepreneurship, Beginner

### DOI:

10.52859/jam.v5i1.956

## ABSTRAK

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman kewirausahaan bagi pemula, khususnya pelajar SMA di Jakarta Barat. Permasalahan utama yang dihadapi peserta adalah kurangnya pengetahuan mengenai cara memulai usaha dan strategi pengembangan bisnis dengan modal terbatas. Metode yang digunakan adalah seminar interaktif, diskusi, dan tanya jawab yang melibatkan 56 peserta. Evaluasi dilakukan melalui observasi partisipasi dan pemahaman peserta selama kegiatan berlangsung. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pemahaman peserta terkait identifikasi peluang bisnis, pentingnya riset pasar, serta konsep *Minimum Viable Product* (MVP). Selain itu, peserta menunjukkan antusiasme tinggi dalam diskusi dan mampu mengemukakan ide bisnis sederhana. Kegiatan ini memberikan dampak positif dalam menumbuhkan motivasi berwirausaha bagi pemula.

## ABSTRACT

*Entrepreneurship For Beginner is the theme raised for community service held at the STIE Wiyatamandala Jakarta Campus. This theme was raised with the aim of providing knowledge and insight, especially to students or prospective students who want to become entrepreneurs who do not know how to start, what to prepare, how a business can be done with limited capital, and what strategies will be implemented when in the field to market their products. Entrepreneurial activities begin from identifying problems that arise in the surrounding environment, where these problems become experiences in a job, education or daily activities in the community, which need to be found solutions. These solutions can be raised into a business idea that can generate opportunities, therefore it is good if the business idea is adjusted to market or consumer needs through market research, responding to consumer complaints and competitor analysis. Business ideas can also be generated by following the latest trends that are viral in the community. The business idea ultimately needs to be validated by creating a prototype or initial concept to practically test the idea through an MVP (Minimum Viable Product) approach, which allows for the launch of a product with core features to quickly gauge market response. An MVP helps entrepreneurs focus on critical elements, save costs, accelerate adaptation based on consumer input, and gather consumer feedback. This helps ensure the product meets market needs, while simultaneously making strategic improvements and building customer loyalty by involving them in the development process.*

## Pendahuluan

Perkembangan teknologi yang semakin meningkat sekarang ini menuntut untuk lebih cepat beradaptasi di dalam segala lini kehidupan masyarakat. Perkembangan ilmu teknologi, sosial bahkan ekonomi sangat menentukan kesejahteraan masyarakat terutama dalam pemenuhan kebutuhan hidup. Globalisasi mendorong kemajuan pengetahuan dan teknologi terutama teknologi informasi telah menumbuhkan jiwa *entrepreneur* dan sangat penting untuk ditumbuhkan di dalam jiwa seseorang. Terlebih jika jiwa *entrepreneur* itu ditanamkan sejak dini, mengingat permasalahan ketenagakerjaan selalu muncul sejalan dengan kondisi perekonomian suatu negara. Salah satunya dikarenakan meningkatnya jumlah angkatan kerja yang cepat dengan jumlah yang tinggi, sedangkan kesempatan kerja yang tersedia sangat terbatas. Penciptaan wirausaha menjadi solusi untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi dan menciptakan lapangan kerja, karena itu perlu ditumbuhkan jiwa kewirausahaan. Kewirausahaan dianggap sebagai salah satu jalan keluar dalam mengatasi masalah pengangguran dan keterbatasan lapangan kerja, serta kemiskinan yang dihadapi oleh hampir semua negara, terutama negara berkembang (Hasan, 2020).

Banyak kisah pengusaha sukses berawal dari dirintisnya usaha sejak dini hingga bisa berkembang dengan pesat dan sukses. Salah satu cara untuk meningkatkan jumlah wirausaha adalah dengan mendorong mahasiswa untuk berwirausaha. Seperti diketahui, dikalangan mahasiswa minat untuk bergelut di bidang wirausaha boleh dikata masih sangat minim, selain keterbatasan modal, mereka

\*Penulis Korespondensi: Sutrisno / [sutrisno@wym.ac.id](mailto:sutrisno@wym.ac.id)

masih berpikir bahwa kuliah hanya untuk menjadi karyawan atau pegawai. Padahal sebenarnya gelar sarjana tidak menjamin seseorang untuk mendapatkan pekerjaan. Pola pikir mahasiswa yang demikian perlu dibenahi agar dapat lebih memahami seberapa besar peranan wirausaha dalam kehidupan sehari-hari. Peran pendidikan, khususnya pada perguruan tinggi sangat penting untuk menumbuhkan minat mahasiswa dalam berwirausaha sehingga terbatasnya lapangan pekerjaan tidak lagi menjadi masalah besar karena mahasiswa sudah mampu menjalankan usaha sendiri.

Untuk lebih meningkatkan kemampuan mahasiswa, pemerintah sudah memberi wadah bagi mahasiswa yang mau belajar, yakni berupa Gerakan Kewirausahaan Nasional (GKN), yang merupakan Program Nasional dan telah dicanangkan oleh Bapak Presiden pada bulan Februari 2011 silam sebagai bentuk komitmen pemerintah dalam menekan angka pengangguran dan kemiskinan. Gerakan Kewirausahaan Nasional perlu diimplementasikan secara bertahap dengan sasaran akhir tumbuhnya wirausaha-wirausaha baru yang mampu menggerakkan ekonomi masyarakat. Penumbuhan wirausaha baru perlu dilakukan melalui tahapan-tahapan, khususnya peningkatan motivasi, minat, semangat, dan cara berwirausaha (Saudahwati, 2017).

Berdasarkan permasalahan tersebut, kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk:

- (1) meningkatkan pemahaman peserta mengenai konsep dasar kewirausahaan,
- (2) memberikan wawasan tentang cara memulai usaha dengan modal terbatas,
- (3) melatih kemampuan peserta dalam mengidentifikasi peluang bisnis di lingkungan sekitar.

## Telaah Literatur

Kewirausahaan secara sederhana diartikan sebagai proses atau kegiatan berusaha, sedangkan pelakunya biasa disebut dengan wirausaha atau pengusaha. Jika diterjemahkan dalam Bahasa Inggris, wirausaha sama artinya dengan *businessman* atau *entrepreneur*. Istilah pengusaha pertama kali diperkenalkan oleh Richard Cantillon tahun 1755 yang berasal dari Prancis. Ia mendefinisikan pengusaha adalah individu yang membeli dengan harga tertentu dan menjual dengan harga yang tidak pasti, bertujuan menghasilkan keuntungan serta memahami risiko dari kegiatan tersebut.

Kewirausahaan memiliki beragam definisi dari berbagai perspektif. Dari segi bahasa, kewirausahaan berasal dari kata "wira" dan "usaha". Wira artinya pejuang, berani, berwatak agung dan berbudi luhur. Sedangkan jika dijadikan menjadi satu kesatuan, kewirausahaan merupakan proses kreatif yang penuh inovasi yang memberikan nilai lebih dan bermanfaat bagi orang lain (<https://kbbi.web.id>). KBBI menjelaskan wirausaha adalah orang yang mengerahkan tenaga, pikiran dan kemampuannya untuk mencapai tujuan tertentu. Jika dikaitkan dengan proses bisnis, maka yang menjadi tujuan adalah mendapatkan laba serta meningkatkan kesejahteraan diri maupun orang lain.

Ada beberapa definisi tentang kewirausahaan. Thomas W. Zimmerer dalam (Rachmat, 2023), kewirausahaan dijelaskan merupakan proses yang sistematis dalam penerapan inovasi dan kreativitas, serta hasil dari proses disiplin yang dimanfaatkan untuk memenuhi peluang dan kebutuhan di pasar. Kimmit, Munoz, & Newbery (2020) mengidentifikasi kewirausahaan sebagai pendorong utama kemakmuran ekonomi dan mendorong pertumbuhan ekonomi negara yang sedang berkembang. Hasiholan (2019) mengemukakan kewirausahaan sebagai tindakan pengambilan keputusan yang didasarkan untuk mengambil keuntungan. Alma (2016) menjelaskan kewirausahaan sebagai kemampuan seseorang dalam menangani usaha mulai dari mencari, menerapkan cara kerja baru, teknologi baru dan produk baru, serta memberikan nilai tambah pada barang dan jasa. ILO Unesco (2006) mengemukakan kewirausahaan sering dikaitkan dengan penciptaan bisnis dan menciptakan citra wirausahawan yang membangun bisnisnya dari awal, menciptakan kekayaan dan kemakmuran untuk dirinya sendiri dan orang lain.

Secara umum, jika ingin menjadi wirausaha tidak terbatas pada usia. Mulai dari muda ataupun ketika sudah usia matang menginjak 30 tahunan ke atas. Namun yang perlu digarisbawahi menjadi pengusaha tidak instan. Semuanya memerlukan proses belasan maupun puluhan tahun untuk sukses. Adapun pengusaha yang sukses di usia antara 35-45 tahun, ternyata memulai bisnisnya di usia 20 tahunan. Hal itu sejalan dengan hasil penelitian MIT pada pengusaha di Amerika Serikat. Sebagian besar pendiri bisnis di sana sukses di usia 45 tahun dan memulai bisnisnya pada usia 20 tahun. Pada usia tersebut merupakan usia produktif, memiliki banyak ide kreatif dan energi yang lebih besar dibandingkan fase lainnya ([www.cnbcindonesia.com](http://www.cnbcindonesia.com)).

Mentalitas wirausaha bisa ditanamkan sejak dini dengan tujuan agar menumbuhkan karakter kreatif dan berjiwa pengusaha. Selain itu, kegiatan lain berupa pembelajaran kewirausahaan pada anak usia dini juga dapat meningkatkan motivasi dan kreativitasnya menjadi pengusaha. Sarana belajar, kemenarikan cara pembelajaran guru dan peran orang tua turut serta dalam mendukung pengembangan mental wirausaha pada anak (Fitroh & Mayangsari, 2017).

Wirausaha atau pengusaha yang nantinya melakukan kewirausahaan, yaitu kegiatan mulai dari mengidentifikasi, mengembangkan dan membawa visi bisnis dalam kehidupannya, serta membawa asas kebermanfaatannya bagi banyak orang. Hal itu diharapkan akan tumbuh secara konsisten di Indonesia dan berdampak signifikan pada pertumbuhan ekonomi negara secara global. Kewirausahaan seyogyanya didukung pula oleh kebijakan yang pro terhadap usaha mulai dari usaha kecil dan mencakup semua sektor, terutama sektor yang potensial. Peraturan yang telah menaungi pengembangan kewirausahaan ada pada Perpres nomor 2 tahun 2024 tentang Pengembangan Kewirausahaan Nasional. (<https://indonesia.go.id>). Dari segi pelaku, sebelum memiliki usaha setidaknya mulai memastikan minat dan motivasi berusaha, mengenali kemampuan diri dan peluang pasar serta yang terpenting mempersiapkan mental yang inovatif, produktif, adaptif, tangguh, mandiri, dan proaktif berkolaborasi. Dari berbagai pandangan mengenai wirausaha, dapat disimpulkan bahwa wirausaha adalah orang yang memiliki mental berani, mandiri, kreatif dan inovatif yang mampu mengenali peluang untuk mendapatkan keuntungan maupun meningkatkan kesejahteraan.

## Metode

Metode pelaksanaan kegiatan ini menggunakan pendekatan partisipatif melalui seminar interaktif, diskusi dan tanya jawab. Evaluasi kegiatan dilakukan secara kualitatif melalui observasi terhadap partisipasi peserta serta kemampuan peserta dalam memahami materi yang disampaikan. Indikator keberhasilan meliputi: (1) tingkat keaktifan peserta dalam diskusi, (2) kemampuan peserta dalam mengidentifikasi ide bisnis, dan (3) pemahaman terhadap konsep dasar kewirausahaan seperti riset pasar dan MVP.

Pelaksanaan pengabdian dilakukan di kampus Wiyatamandala, Jakarta Barat, pada tanggal 5 Desember 2025, melalui pemaparan materi yang telah dipersiapkan oleh penyaji sebagai dosen, dan dihadiri oleh 56 pelajar dari berbagai SMA di Jakarta Barat. Adapun sasaran dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian ini adalah para pelajar SMA, calon mahasiswa ataupun para mahasiswa yang ingin tahu bagaimana memulai suatu usaha dan menjadi seorang wirausaha. Pengabdian kepada masyarakat dilaksanakan melalui kegiatan *students gathering* yang diisi dengan seminar dan ceramah serta tanya jawab, dibantu oleh Calvine Jonatan dari divisi marketing STIE Wiyatamandala. Penyampaian materi oleh penyaji menggunakan metode ceramah yang menarik bagi peserta seminar. Materi juga disusun dan dipersiapkan dengan sedemikian rupa menggunakan *power point*, sehingga mudah dipahami oleh *audience* sebagai peserta seminar. Melalui kegiatan yang bersifat partisipatif ini, diharapkan dapat

memberikan pengetahuan baru bagi para pelajar dan mahasiswa, khususnya mengenai ilmu kewirausahaan bagi pemula, sehingga dapat menumbuhkan motivasi bagi para pelajar dan mahasiswa yang memiliki jiwa *entrepreneurship*.



**Gambar 1. Pemaparan Materi**  
Sumber: Data diolah (2026)



**Gambar 2. Foto bersama**  
Sumber: Data diolah (2026)

## Hasil Dan Pembahasan

Mengenali potensi diri adalah langkah pertama yang krusial dalam menemukan ide bisnis yang tepat. Setiap individu memiliki keunikan dalam keterampilan, minat, dan pengalaman hidup yang dapat dijadikan dasar dalam merancang sebuah bisnis yang tidak hanya sesuai dengan kemampuan, tetapi juga memberikan kepuasan pribadi. Langkah awal dalam mengenali potensi diri adalah melakukan introspeksi mendalam untuk menyusun peta keterampilan dan keahlian yang dimiliki. Introspeksi ini bertujuan tidak hanya untuk mengenali kekuatan, tetapi juga untuk menyadari kelemahan yang perlu diperbaiki guna menghadapi tantangan bisnis (Dewi Mayangsari *et al.*, 2025).

Pengalaman hidup dari pekerjaan, pendidikan, atau aktivitas sehari-hari dapat menjadi sumber inspirasi dalam menemukan ide bisnis yang relevan dan inovatif. Refleksi terhadap pengalaman membantu mengenali peluang. Pengalaman masa lalu juga memberikan wawasan praktis, seperti keterampilan kepemimpinan dari mengelola tim atau pelajaran dari kegagalan yang membantu menciptakan pendekatan baru yang lebih efektif. Hal lain yang perlu menjadi perhatian adalah sumber daya yang dimiliki, seperti modal finansial, waktu, keterampilan, dan jaringan profesional, adalah elemen penting dalam menentukan jenis bisnis dan peluang keberhasilannya. Jaringan profesional juga merupakan aset strategis dalam mengembangkan bisnis. Koneksi yang kuat membantu menjangkau pelanggan potensial dan menemukan mitra usaha. Misalnya, seorang pengusaha di industri teknologi dengan jaringan luas memiliki akses lebih baik ke pakar teknologi dan investor, mempercepat proses pengembangan usaha. Selain itu, pemanfaatan teknologi dapat menjadi keunggulan, seperti menggunakan media sosial atau *marketplace* untuk menjangkau pasar secara luas dengan biaya rendah.

Memahami kebutuhan pasar adalah fondasi penting dalam membangun bisnis yang sukses. Setiap ide bisnis yang berhasil selalu didasarkan pada kemampuan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan atau menyelesaikan masalah tertentu. Dalam buku *Blue Ocean Strategy* karya W. Chan Kim dan Renée Mauborgne, ditekankan pentingnya menciptakan nilai bagi konsumen dengan menawarkan solusi yang inovatif dan relevan. Oleh karena itu, pemahaman mendalam tentang pasar menjadi elemen kunci untuk menciptakan diferensiasi yang kuat (Kim dan Mauborgne, 2016). Langkah pertama dalam memahami kebutuhan pasar adalah mengidentifikasi target pasar dengan detail dan akurat. Analisis demografi menjadi pondasi utama dalam proses ini, mencakup faktor faktor seperti usia, jenis kelamin, lokasi geografis, tingkat pendidikan, status pekerjaan, dan pendapatan. Informasi ini memberikan gambaran dasar tentang siapa calon konsumen Anda. Namun, analisis demografi saja tidak cukup. Untuk mendapatkan pemahaman yang lebih dalam, Anda juga perlu mengeksplorasi psikografi, yang mencakup gaya hidup, nilai, kebiasaan, minat, serta preferensi mereka. Dalam buku *Marketing 4.0* oleh Philip Kotler, dijelaskan bahwa memahami target pasar secara emosional dan rasional adalah kunci untuk menciptakan produk atau layanan yang relevan. Pendekatan yang berpusat pada konsumen ini mendorong pengusaha untuk memahami apa yang benar-benar dibutuhkan oleh konsumen, termasuk motivasi di balik keputusan pembelian mereka (Kotler, 2017).

Riset pasar juga merupakan metode penting untuk memahami kebutuhan dan preferensi konsumen. Sejalan dengan perkembangan teknologi, riset pasar digital banyak dikembangkan untuk mengetahui keutuhan dan permasalahan pelanggan. Media sosial seperti Instagram, Facebook, TikTok, Twitter, dan lain sebagainya menyediakan data berlimpah melalui fitur seperti *polling*, survei, atau analitik *insight*. Interaksi langsung di media sosial juga memperkuat hubungan dengan pelanggan melalui komunikasi yang transparan dan empati, membuka peluang untuk perbaikan dan inovasi berkelanjutan.

Keluhan konsumen adalah aset berharga yang dapat mendorong inovasi dan meningkatkan daya saing bisnis. Dalam bukunya *The Lean Startup*, Eric Ries (2011) menegaskan bahwa respons cepat terhadap umpan balik konsumen dapat menghasilkan produk yang relevan. Penelitian *Journal of Consumer Research* (2022) menunjukkan bahwa bisnis yang efektif menanggapi keluhan memiliki retensi pelanggan hingga 45% lebih tinggi, karena konsumen merasa dihargai dan lebih loyal. Dengan memanfaatkan ulasan produk, komentar media sosial dan survei pelanggan, bisnis dapat mengidentifikasi masalah utama serta menciptakan solusi yang meningkatkan nilai produk.

Analisis kompetitor adalah langkah strategis untuk menciptakan bisnis yang unggul dan relevan. Dengan mempelajari produk, layanan dan strategi pemasaran pesaing, kita dapat mengidentifikasi kelebihan dan kekurangan mereka sebagai peluang untuk diferensiasi, seperti menonjolkan layanan pelanggan yang responsif atau inovasi produk unik. Michael E. Porter dalam *Competitive Strategy* menekankan bahwa diferensiasi melalui inovasi, pengalaman pelanggan atau pengemasan dapat menciptakan keunggulan kompetitif, misalnya dengan pengemasan ramah lingkungan.

Mengikuti tren terkini adalah langkah krusial untuk menciptakan bisnis yang relevan dengan kebutuhan pasar. Tren mencerminkan perubahan gaya hidup, preferensi dan kebutuhan konsumen yang sering dipengaruhi oleh teknologi, isu sosial atau pergeseran budaya. Sebagai contoh, meningkatnya kesadaran terhadap keberlanjutan telah mendorong konsumen mencari produk ramah lingkungan. Dengan memahami tren ini, bisnis dapat mengembangkan produk yang relevan sekaligus menarik secara emosional. Malcolm Gladwell (2020) menekankan pentingnya memahami titik perubahan tren untuk memenuhi permintaan pasar secara efektif. Mengadopsi tren global seperti keberlanjutan dan digitalisasi dapat meningkatkan daya saing bisnis. Digitalisasi memungkinkan bisnis menjangkau pasar internasional yang lebih luas melalui *e-commerce*. Dengan mengintegrasikan tren global, bisnis dapat menciptakan dampak yang relevan, positif dan berkelanjutan.

Validasi ide bisnis adalah proses esensial untuk memastikan kelayakan ide Anda sebelum meluncurkannya ke pasar. Dengan memanfaatkan data konkret tentang kebutuhan pasar dan preferensi konsumen, validasi mengurangi risiko kegagalan. Eric Ries menekankan pentingnya validasi sebagai bagian dari pengembangan bisnis yang efisien (Ries, 2011). Proses ini dapat dimulai dengan pembuatan prototipe atau konsep awal untuk menguji ide secara praktis. Prototipe memberikan gambaran nyata kepada konsumen dan pemangku kepentingan, memungkinkan pengumpulan masukan sebelum investasi besar dilakukan. Pendekatan *Minimum Viable Product* (MVP) merupakan strategi yang efektif dalam validasi, karena memungkinkan peluncuran produk dengan fitur inti untuk mengukur respons pasar secara cepat. Misalnya, bisnis pakaian dapat dimulai dengan menjual secara online sebelum berinvestasi pada toko fisik. Peter Thiel dalam *Zero to One* menjelaskan bahwa MVP membantu pengusaha fokus pada elemen penting, menghemat biaya dan mempercepat adaptasi berdasarkan masukan konsumen (Thiel, 2014). Pendekatan ini sangat cocok untuk memahami kebutuhan pasar dan meminimalkan risiko kerugian. Mengumpulkan *feedback* konsumen adalah langkah penting berikutnya untuk memastikan produk sesuai dengan kebutuhan pasar. Melalui survei, wawancara atau *polling* di media sosial, anda dapat mengenali kekuatan dan kelemahan produk. Penelitian menunjukkan bahwa bisnis yang mendengarkan konsumen memiliki peluang keberhasilan lebih tinggi. Umpan balik yang relevan memungkinkan pengusaha melakukan perbaikan strategis sekaligus membangun loyalitas pelanggan dengan melibatkan mereka dalam proses pengembangan.

Setelah data validasi terkumpul, analisis mendalam terhadap metrik seperti tingkat konversi dan ulasan konsumen membantu mengungkap kelemahan atau potensi produk. Jika diperlukan, lakukan iterasi atau penyesuaian berdasarkan masukan tersebut. Iterasi memungkinkan perbaikan berkelanjutan

pada produk dan strategi bisnis (Christensen, 2000). Fleksibilitas untuk merespons kebutuhan pasar menjadi kunci menciptakan produk yang relevan dan kompetitif. Validasi bukan hanya langkah awal tetapi juga elemen strategis untuk memastikan keberlanjutan bisnis. Laporan McKinsey & Company menunjukkan bahwa perusahaan yang melakukan validasi memiliki peluang sukses lebih tinggi. Proses ini memberikan kepercayaan diri, arah yang jelas dan keunggulan kompetitif untuk menghadapi tantangan pasar dengan lebih mata.

Fenomena Era digital telah menghadirkan peluang dan tantangan baru bagi para pengusaha di seluruh dunia. Kemajuan teknologi, platform digital dan perubahan preferensi pelanggan telah menciptakan lingkungan yang sangat kompetitif bagi para pengusaha. Sementara era digital menghadirkan peluang besar bagi wirausahawan, banyak yang masih berjuang untuk mencapai kesuksesan wirausaha (Kitsios & Kamariotou, 2022). Beragam cara dan model menumbuhkan unit-unit usaha baru yang kental dengan nuansa inovasi teknologi di antaranya model waralaba, model kemitraan, model pendampingan, program inkubator bisnis serta pola pendidikan kewirausahaan di perguruan tinggi dan sekolah kejuruan yang dikembangkan oleh instansi pemerintah maupun non pemerintah.

Berdasarkan hasil observasi selama kegiatan, sekitar 80% peserta menunjukkan peningkatan pemahaman mengenai konsep dasar kewirausahaan. Hal ini terlihat dari kemampuan peserta dalam menjawab pertanyaan serta mengemukakan ide bisnis sederhana. Selain itu, lebih dari 70% peserta aktif berpartisipasi dalam sesi diskusi dan tanya jawab. Peserta juga mampu mengidentifikasi peluang usaha berdasarkan permasalahan di lingkungan sekitar, seperti bisnis kuliner rumahan dan jasa berbasis digital.

## Simpulan

Kegiatan pengabdian ini berhasil meningkatkan pemahaman dan motivasi peserta dalam bidang kewirausahaan. Peserta mampu memahami konsep dasar seperti identifikasi peluang bisnis, riset pasar serta pentingnya validasi ide melalui MVP. Ke depan, kegiatan serupa perlu dikembangkan dengan metode praktik langsung agar peserta dapat mengimplementasikan ide bisnis secara nyata.

Seorang *entrepreneur* bukanlah sekedar seseorang yang melakukan kegiatan wirausaha saja, tetapi juga selalu membawa perubahan, ide-ide dan inovasi-inovasi baru, yang mampu memberikan nilai tambah yang lebih besar dari pada sebelumnya. Mental dan karakter yang kuat merupakan hal yang sangat penting dan dibutuhkan untuk menjadi seorang *entrepreneur*. Akan tetapi diawal untuk memulai usaha, banyak pertanyaan yang ada pada benak mereka yakni bagaimana cara memulai berwirausaha khususnya dalam menghadapi kendala keterbatasan permodalan, takut mencoba, inovasi dan niat. Faktor-faktor tersebut sebenarnya bisa diatasi jika seseorang memiliki pemikiran yang positif dan kreatif. Kegiatan kewirausahaan dimulai dari mengidentifikasi masalah yang muncul di lingkungan sekitar, dimana masalah tersebut menjadi pengalaman pada sebuah pekerjaan, pendidikan ataupun aktivitas sehari-hari di masyarakat, yang mana perlu dicarikan solusinya. Solusi tersebut dapat diangkat menjadi sebuah ide bisnis yang bisa menghasilkan *opportunity*, karena itu baik kalau ide bisnis tersebut disesuaikan dengan kebutuhan pasar atau konsumen melalui riset pasar, menanggapi keluhan konsumen dan analisis kompetitor. Ide bisnis juga bisa juga dihasilkan dengan mengikuti tren terkini yang sedang viral di masyarakat. Ide bisnis tersebut pada akhirnya perlu divalidasi dengan membuat *prototype* atau konsep awal untuk menguji ide secara praktis melalui pendekatan MVP (*Minimum Viable Product*) yang memungkinkan peluncuran produk dengan fitur inti untuk mengukur *respons* pasar secara cepat. MVP membantu pengusaha fokus pada elemen penting, menghemat biaya dan mempercepat adaptasi berdasarkan masukan konsumen. Hal ini dilakukan untuk memahami kebutuhan pasar dan meminimalkan risiko kerugian. Mengumpulkan *feedback* konsumen adalah langkah penting berikutnya

untuk memastikan produk sesuai dengan kebutuhan pasar. *Feedback* yang relevan memungkinkan pengusaha melakukan perbaikan strategis sekaligus membangun loyalitas pelanggan dengan melibatkan mereka dalam proses pengembangan.

## Referensi

- Alma, B., 2016. *Kewirausahaan Untuk Mahasiswa Dan Umum*. Alfabeta, Bandung.
- Amaluddin Tanjung, Irma Tussa'diyah Hasibuan, Nur Khotima, Suwandi, 2024, Pengembangan Model Kewirausahaan Berbasis Teknologi (Technopreneurship) Di Era Bisnis Online. <https://journal.unimaramni.ac.id/index.php/Wawasan/article/download/1515/1241/3875>
- Christensen, C. M., 1997. *The innovator's dilemma: When new technologies cause great firms to fail*. Harvard Business Review Press.
- Dewi Mayangsari, Bagus Dwi Hari Setyono, Noorsyah Adi Noer Ridha, Anang Martoyo, Dede Yusuf Maulana, Eti Rahmawati, Ayi Muhiban, Sjamsuridjal, Dian Utama Pratiwi Putri, Wiwin Herwina, Soviyan Munawar, Ujang Sehabudin, Evie Farida Juliartha, Edah Jubaedah., 2025. *Kewirausahaan Untuk Pemula*, PT. Penerbit Qriset Indonesia, Anggota IKAPI No. 269/JTE/2023, Banjarnegara 53474.
- Eric Ries. 2011. *The Lean Startup: How Today's Entrepreneurs Use Continuous Innovation to Create Radically Successful Businesses*. Crown Business. New York.
- Fitroh, S.F., Mayangsari, D. 2017. Kreativitas Entrepreneurial Leadership dalam Pembelajaran Kewirausahaan pada Anak Usia Dini. *Jurnal Pendidikan Anak* 6, 2, 171-180.
- Gladwell, M., 2000. *The tipping point: How little things can make a big difference*. Little, Brown and Company.
- Hasan, 2020 - Pendidikan Kewirausahaan: Konsep, Karakteristik, dan Implikasi Dalam Memandirikan Generasi Muda. *Jurnal Kajian Islam Kontemporer*, 11(1), 99-111. <https://journal.unismuh.ac.id/index.php/pilar/article/view/4909>.
- Hasiholan, L. B., 2019. Diversifikasi Olahan Berorientasi B2SA Pada Pengembangan Kewirausahaan di Desa Karang Sari Kecamatan Karangtengah Demak. *Jurnal Inspiratif* 4, 7, 1-20.
- Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) - <https://kbbi.web.id>.
- Kitsios, Fotis & Kamariotou, Maria. (2022). Digital innovation and Entrepreneurship transformation through open data hackathons: Design Strategies for successful start up settings. *International Journal of Information Management*.
- Portal Informasi Indonesia - <https://indonesia.go.id>
- Porter. E. Michael, 2008. *Competitive Strategy, Techniques For Analyzing Industries and Competitors*, Free Press / Simon and Schuster.
- Saudahwati, 2017, Mengapa Penting Menjadi Wirausaha (Entrepreneur). <https://bkpsdmd.babelprov.go.id/content/mengapa-penting-menjadi-wirausaha-entrepreneur#:~:text=Kewirausahaan%20dirasa%20semakin%20penting%20peranann>
- Thiel, P., 2014. *Zero to one: Notes on startups, or how to build the future*. Crown Business. [www.cnbcindonesia.com](http://www.cnbcindonesia.com)