



Akselerasi Kemandirian Ekonomi Mahasiswa Tarbiyah IAIN Parepare melalui *Workshop Business Plan* Berbasis Digital

St. Humaerah Syarif^{1,*}, Ade Hastuty¹

¹Institut Agama Islam Negeri Parepare, Parepare, Indonesia

Informasi Artikel

Sejarah Artikel:

Submit: 10 Juni 2026

Revisi: 13 Juni 2026

Diterima: 17 Juni 2026

Diterbitkan: 30 Juni 2026

Kata Kunci

Keterampilan Bisnis, Kewirausahaan, *Workshop*, Kemandirian Ekonomi, Bisnis Digital

Correspondence

E-mail: st.humaerahsyarif@iainpare.ac.id*

A B S T R A K

Pengembangan keterampilan kewirausahaan menjadi aspek penting dalam membekali mahasiswa agar mampu beradaptasi dengan dinamika dunia kerja dan bisnis. Banyak mahasiswa memiliki ide usaha potensial, tetapi masih menghadapi kendala dalam merancang rencana bisnis, mengelola keuangan, memasarkan produk, serta memahami aspek legalitas usaha. Untuk menjawab kebutuhan tersebut, dilaksanakan *workshop* peningkatan keterampilan bisnis bagi mahasiswa Fakultas Tarbiyah IAIN Parepare. Kegiatan ini bertujuan meningkatkan pengetahuan, keterampilan praktis, dan kepercayaan diri mahasiswa dalam mengembangkan jiwa wirausaha yang mandiri. *Workshop* dilaksanakan selama dua hari dengan pendekatan edukatif-partisipatif melalui ceramah, diskusi, tanya jawab, dan praktik penyusunan proposal bisnis. Peserta kegiatan berjumlah 25 mahasiswa dari delapan program studi yang dipilih melalui seleksi terbuka. Materi *workshop* dirancang secara terpadu dengan menekankan aspek kepemimpinan dan manajemen usaha, keuangan bisnis, legalitas usaha, serta *branding* dan pemasaran digital. Evaluasi kegiatan dilakukan melalui penilaian proposal bisnis yang disusun peserta setelah mengikuti *workshop*. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa 84% proposal bisnis peserta berada pada kategori sangat baik dan 16% berada pada kategori baik. Temuan ini menunjukkan bahwa kegiatan *workshop* mampu memperkuat pemahaman dan keterampilan mahasiswa dalam merancang usaha secara lebih sistematis. Dengan demikian, kegiatan ini berkontribusi dalam mendorong kesiapan mahasiswa menjadi wirausahawan muda yang mandiri, kreatif, dan berdaya saing.

Abstract

The development of entrepreneurial skills is important in preparing students to adapt to the labor market and business environment. Many students have business ideas but still face difficulties in designing business plans, managing finances, marketing products, and understanding business legality. To address these needs, a business skills improvement workshop was conducted for students of the Faculty of Tarbiyah at IAIN Parepare. This activity aimed to enhance students' knowledge, practical skills, and confidence in developing an independent entrepreneurial mindset. The workshop was conducted over two days using an educational, participatory approach, including lectures, discussions, question-and-answer sessions, and practical business proposal writing. The participants were 25 students from eight study programs, selected through an open selection process. The workshop materials were designed in an integrated manner, emphasizing leadership and business management, business finance, business law, and branding and digital marketing. The evaluation was conducted by assessing the business proposals prepared by participants after completing the workshop. The results showed that 84% of participants' business proposals were rated very good, while 16% were rated good. These findings indicate that the workshop strengthened students' understanding and skills in designing business plans more systematically. Therefore, this activity contributed to improving students' readiness to become independent, creative, and competitive young entrepreneurs.

This is an open access article under the CC-BY-SA license





1. Pendahuluan

Pengangguran lulusan perguruan tinggi masih menjadi salah satu persoalan penting dalam pembangunan sumber daya manusia di Indonesia. Pendidikan tinggi diharapkan mampu menghasilkan lulusan yang tidak hanya memiliki penguasaan akademik, tetapi juga memiliki kesiapan menghadapi perubahan dunia kerja. Namun, kenyataannya tidak semua lulusan perguruan tinggi dapat segera terserap ke dunia kerja formal sesuai bidang keilmuan yang ditempuh [1][2]. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa lulusan perguruan tinggi perlu dibekali kemampuan adaptif, kreatif, dan produktif agar tidak hanya bergantung pada ketersediaan lapangan kerja, tetapi juga mampu menciptakan peluang kerja secara mandiri melalui kegiatan kewirausahaan [3][4].

Tantangan tersebut semakin relevan di tengah perubahan struktur ekonomi, perkembangan teknologi digital, dan meningkatnya kebutuhan terhadap sumber daya manusia yang inovatif. Kemajuan teknologi membuka peluang baru dalam bidang usaha, pemasaran, jasa, dan produk kreatif, tetapi pada saat yang sama juga menuntut generasi muda untuk memiliki keterampilan yang lebih fleksibel [5][6]. Oleh karena itu, kewirausahaan menjadi salah satu pendekatan strategis dalam membekali mahasiswa agar mampu mengenali peluang, menciptakan nilai, mengembangkan ide usaha, serta menghadirkan solusi yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat [7][8]. Kewirausahaan tidak hanya berkaitan dengan kegiatan membuka usaha, tetapi juga mencakup kemampuan berpikir kreatif, mengambil keputusan, mengelola risiko, dan mengembangkan inovasi secara berkelanjutan [9][10].

Dalam konteks perguruan tinggi keagamaan, khususnya Fakultas Tarbiyah IAIN Parepare, penguatan kewirausahaan memiliki urgensi yang lebih spesifik. Mahasiswa Fakultas Tarbiyah pada umumnya dipersiapkan sebagai calon pendidik, tenaga kependidikan, dan praktisi pendidikan yang kelak berperan di tengah masyarakat. Oleh karena itu, mereka tidak hanya membutuhkan kompetensi akademik dan pedagogik, tetapi juga keterampilan hidup yang mendukung kemandirian ekonomi. Kemampuan berwirausaha dapat menjadi bekal penting bagi mahasiswa Tarbiyah untuk mengembangkan berbagai peluang usaha berbasis pendidikan, seperti bimbingan belajar, media pembelajaran, produk edukatif, pelatihan anak, jasa literasi digital, usaha kreatif berbasis komunitas, maupun usaha lain yang relevan dengan kebutuhan masyarakat.

Profil mahasiswa Tarbiyah sebagai calon pendidik juga menjadikan kewirausahaan memiliki nilai strategis. Seorang calon pendidik tidak hanya dituntut mampu mengajar, tetapi juga diharapkan mampu menjadi pribadi kreatif, mandiri, komunikatif, dan mampu memberi teladan dalam memecahkan masalah sosial-ekonomi di lingkungan sekitarnya. Dengan keterampilan kewirausahaan, mahasiswa dapat mengembangkan pola pikir inovatif dan produktif yang bermanfaat bagi dirinya sendiri maupun bagi peserta didik dan masyarakat. Hal ini penting karena dunia pendidikan saat ini semakin membutuhkan pendidik yang tidak hanya memahami teori, tetapi juga mampu mengintegrasikan kreativitas, teknologi, dan kemandirian dalam proses pembelajaran maupun kehidupan sosial.

Berdasarkan identifikasi kebutuhan awal kegiatan, mahasiswa Fakultas Tarbiyah IAIN Parepare memiliki potensi untuk mengembangkan usaha, tetapi masih menghadapi sejumlah kendala praktis. Sebagian mahasiswa telah memiliki usaha kecil atau minat yang kuat dalam bidang kewirausahaan, namun belum sepenuhnya mampu menyusun rencana bisnis secara sistematis, mengelola keuangan usaha, membangun *branding*, memanfaatkan media sosial sebagai sarana pemasaran, serta memahami

aspek legalitas usaha. Kondisi ini menunjukkan adanya kesenjangan antara potensi kewirausahaan mahasiswa dengan kemampuan teknis yang dibutuhkan untuk mengembangkan usaha secara lebih terarah dan berkelanjutan.

Kesenjangan tersebut memperlihatkan bahwa pembelajaran kewirausahaan tidak cukup hanya diberikan dalam bentuk teori atau motivasi. Mahasiswa membutuhkan ruang pembelajaran yang lebih praktis, partisipatif, dan kontekstual agar mampu mengubah ide usaha menjadi rancangan bisnis yang dapat dijalankan. Penelitian Boldureanu *et al.* menunjukkan bahwa semangat berwirausaha di kalangan mahasiswa perlu didukung oleh pengalaman praktis, pendampingan, dan penguasaan keterampilan bisnis yang aplikatif [11]. Sementara itu, Hidayah mengungkapkan bahwa keterbatasan pemahaman mengenai legalitas usaha, pengelolaan sumber daya, dan perencanaan bisnis dapat menjadi hambatan dalam memulai dan mengembangkan usaha [12].

Salah satu bentuk kegiatan yang relevan untuk menjawab kebutuhan tersebut adalah *workshop* peningkatan keterampilan bisnis. Melalui *workshop*, mahasiswa tidak hanya memperoleh materi kewirausahaan, tetapi juga dilibatkan secara aktif dalam diskusi, tanya jawab, dan praktik penyusunan proposal bisnis. Pendekatan ini memungkinkan mahasiswa belajar secara langsung mengenai perencanaan usaha, pengelolaan keuangan, manajemen produk, legalitas usaha, *branding*, serta pemasaran digital. Dengan demikian, kegiatan *workshop* dapat menjadi jembatan antara pengetahuan konseptual yang diperoleh di bangku kuliah dengan keterampilan praktis yang dibutuhkan dalam pengembangan usaha.

Berdasarkan kondisi tersebut, kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan judul “Akselerasi Kemandirian Ekonomi Mahasiswa Tarbiyah IAIN Parepare Melalui *Workshop Business Plan* berbasis Digital” penting untuk dilaksanakan. Kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman, keterampilan, dan kepercayaan diri mahasiswa Fakultas Tarbiyah dalam merancang serta mengembangkan usaha. Melalui kegiatan ini, mahasiswa diharapkan mampu menyusun proposal bisnis yang lebih sistematis, memahami strategi pengelolaan usaha, dan mengembangkan jiwa kewirausahaan yang mandiri, kreatif, serta adaptif. Dalam jangka panjang, kegiatan ini diharapkan dapat mendorong mahasiswa Tarbiyah untuk tidak hanya menjadi pencari kerja, tetapi juga menjadi pencipta peluang kerja yang memberi kontribusi positif bagi masyarakat.

2. Metode Pelaksanaan

Pengabdian kepada masyarakat dilaksanakan dalam bentuk *workshop* bertajuk Akselerasi Kemandirian Ekonomi bagi Mahasiswa Fakultas Tarbiyah IAIN Parepare. Kegiatan ini dirancang untuk meningkatkan kapasitas mahasiswa dalam bidang kewirausahaan, khususnya dalam merancang ide usaha, menyusun rencana bisnis, mengelola keuangan sederhana, memahami legalitas usaha, serta mengembangkan strategi *branding* dan pemasaran digital. Metode yang digunakan adalah pendekatan edukatif-partisipatif melalui ceramah, tanya jawab, diskusi interaktif, dan praktik penyusunan proposal bisnis. Kegiatan berlangsung selama dua hari, yaitu pada 5–6 Juni 2023, bertempat di Lantai 5 Perpustakaan IAIN Parepare yang memiliki fasilitas ruang pelatihan memadai serta akses internet.

Peserta *workshop* merupakan mahasiswa aktif Fakultas Tarbiyah dari delapan program studi yaitu Prodi Pendidikan Agama Islam, Pendidikan Bahasa Arab, Pendidikan Bahasa Inggris, Pendidikan Matematika, Pendidikan IPS, Pendidikan IPA, Manajemen Pendidikan Islam, dan Pendidikan Islam Anak Usia Dini. Seleksi peserta dilakukan melalui pendaftaran terbuka, dengan kriteria mahasiswa yang telah memiliki usaha kecil dan berminat tinggi mengembangkan keterampilan kewirausahaan. Terpilih 25 mahasiswa yang berkomitmen mengikuti seluruh rangkaian kegiatan. Tahapan pelaksanaan kegiatan terdiri atas lima tahap, yaitu:

1. Analisis Kebutuhan

Dilakukan untuk mengidentifikasi kebutuhan mahasiswa dalam mengembangkan usaha. Hasil identifikasi menunjukkan bahwa mahasiswa memerlukan penguatan pada aspek perencanaan usaha, pengelolaan keuangan, branding, pemasaran digital, dan legalitas usaha.

2. Penentuan Tema

Berdasarkan analisis kebutuhan, ditetapkan tema: "Membangun Jiwa Wirausaha Muda yang Mandiri" sebagai fokus pembekalan pengetahuan dan keterampilan praktis kewirausahaan.

3. Penentuan Lokasi

Lantai 5 Perpustakaan IAIN Parepare dipilih karena aksesibilitas yang mudah, fasilitas memadai, dan mendukung kegiatan berbasis teknologi.

4. Pelaksanaan Workshop

Workshop dilakukan selama dua hari, dengan materi yang mencakup kepemimpinan kewirausahaan, etika komunikasi bisnis, keuangan usaha, penyusunan proposal bisnis, perencanaan usaha, manajemen produk, legalitas usaha, branding, media sosial, dan kreativitas.

2.1. Evaluasi

Evaluasi dilakukan melalui penilaian proposal bisnis yang disusun oleh peserta setelah mengikuti seluruh rangkaian *workshop*. Evaluasi kegiatan difokuskan pada kemampuan peserta dalam menyusun proposal bisnis sebagai luaran utama *workshop*. Aspek yang dinilai meliputi kelayakan ide usaha, kelengkapan rencana bisnis, analisis keuangan, strategi pemasaran dan *branding* digital, aspek legalitas dan keberlanjutan usaha, serta sistematika penulisan proposal. Rincian rubrik penilaian proposal bisnis disajikan pada tabel 1.

Tabel 1. Rubrik Penilaian Proposal Bisnis Peserta *Workshop*

No	Indikator	Bobot
1	Kelayakan ide usaha dan kesesuaian dengan kebutuhan pasar	20%
2	Kelengkapan rencana bisnis	20%
3	Analisis keuangan usaha	20%
4	Strategi pemasaran, <i>branding</i> , dan pemanfaatan media digital	15%
5	Aspek legalitas dan keberlanjutan usaha	15%
6	Sistematika dan kerapian proposal	10%
Total		100%

Skor akhir proposal diperoleh melalui penilaian terhadap setiap indikator pada rubrik penilaian sebagaimana disajikan pada Tabel 1. Setiap indikator memiliki bobot yang berbeda sesuai tingkat kepentingannya dalam menilai kualitas proposal bisnis. Skor akhir dihitung dengan persamaan:

$$S_{akhir} = 0,20s_1 + 0,20s_2 + 0,20s_3 + 0,15s_4 + 0,15s_4 + 0,10s_6$$

Skor akhir yang diperoleh peserta diklasifikasikan ke dalam empat kategori penilaian yang disajikan pada tabel 2 [13].

Tabel 2. Kategori Penilaian Proposal Bisnis

No	Rentang Skor	Kategori
1	85-100	Sangat Baik
2	70-84	Baik
3	55-69	Cukup
4	<55	Kurang

3. Hasil dan Pembahasan

Kegiatan *workshop* dilaksanakan dengan menempatkan proposal bisnis sebagai luaran utama kegiatan. Oleh karena itu, hasil kegiatan tidak hanya dilihat dari terlaksananya *workshop*, tetapi juga dari kemampuan peserta dalam mengubah ide usaha menjadi rencana bisnis yang lebih sistematis. Selama kegiatan, peserta memperoleh penguatan materi yang saling terhubung, meliputi kepemimpinan kewirausahaan, etika komunikasi bisnis, pengelolaan keuangan, penyusunan *business plan*, manajemen produk, legalitas usaha, *branding*, pemasaran digital, dan kreativitas. Rangkaian materi tersebut dirancang untuk menjawab kebutuhan utama mahasiswa, yaitu memperkuat kemampuan dalam merancang usaha, menghitung aspek keuangan, membangun identitas usaha, memahami dasar legalitas, serta memanfaatkan media digital untuk mendukung pemasaran.

Pelaksanaan *workshop* menunjukkan bahwa pendekatan edukatif-partisipatif mampu mendorong keterlibatan peserta dalam proses pembelajaran. Peserta tidak hanya menerima materi secara teoritis, tetapi juga terlibat dalam diskusi, tanya jawab, dan praktik penyusunan proposal bisnis. Keterlibatan ini tampak terutama pada pembahasan legalitas usaha, pengelolaan keuangan, dan *branding* digital, karena ketiga aspek tersebut berkaitan langsung dengan kebutuhan peserta yang telah memiliki usaha kecil maupun yang sedang merencanakan usaha. Dengan demikian, *workshop* tidak berfungsi sebagai kegiatan penyampaian materi semata, tetapi juga sebagai ruang pendampingan awal bagi mahasiswa untuk menguji kelayakan ide usaha dan menyusunnya dalam bentuk proposal bisnis.



Gambar 1. Penguatan Konsep Kewirausahaan melalui Penyampaian Materi dan Diskusi Interaktif

Praktik penyusunan proposal bisnis menjadi bagian penting dalam kegiatan ini. Pada tahap ini, peserta diarahkan untuk menyusun komponen utama proposal, mulai dari deskripsi ide usaha, analisis pasar, rencana operasional, strategi pemasaran, perhitungan modal, estimasi biaya, proyeksi pendapatan, hingga aspek legalitas dan keberlanjutan usaha. Praktik ini membantu peserta memahami bahwa ide usaha tidak cukup hanya menarik secara konsep, tetapi juga perlu dinilai dari sisi kelayakan pasar, kemampuan pengelolaan, perhitungan keuangan, dan strategi pengembangan. Dengan adanya praktik langsung, peserta dapat menghubungkan materi yang diterima dengan kebutuhan usaha yang akan atau sedang mereka jalankan.



Gambar 2. Praktik Penyusunan Proposal Bisnis sebagai Luarannya Utama *Workshop* Kewirausahaan

Hasil evaluasi proposal bisnis menunjukkan bahwa sebagian besar peserta mampu menyusun proposal dengan kualitas yang baik. Penilaian dilakukan menggunakan rubrik yang disajikan pada Tabel 1. Berdasarkan hasil penilaian, sebanyak 21 dari 25 proposal atau 84% berada pada kategori sangat baik, sedangkan 4 proposal atau 16% berada pada kategori baik. Tidak terdapat proposal yang berada pada kategori cukup maupun kurang. Distribusi hasil penilaian proposal bisnis peserta disajikan pada tabel 3.

Tabel 3. Hasil Penilaian Proposal Bisnis Peserta *Workshop*

No.	Kategori Penilaian	Rentang Skor	Jumlah Proposal	Persentase
1	Sangat Baik	85-100	21	84%
2	Baik	70-84	4	16%
3	Cukup	55-69	0	0%
4	Kurang	<55	0	0%
	Total		25	100%

Data pada tabel 3 menunjukkan bahwa *workshop* berhasil membantu peserta menghasilkan proposal bisnis yang memenuhi indikator utama perencanaan usaha. Capaian 84% pada kategori sangat baik menunjukkan bahwa sebagian besar peserta mampu menyusun ide usaha secara jelas, menentukan target pasar, merancang strategi pemasaran, menyusun perhitungan keuangan sederhana, serta menampilkan proposal secara sistematis. Hasil ini menunjukkan bahwa metode *workshop* yang memadukan pemaparan materi, diskusi, dan praktik langsung relevan digunakan dalam penguatan keterampilan kewirausahaan mahasiswa.

Meskipun demikian, terdapat 4 proposal atau 16% yang masih berada pada kategori baik dan belum mencapai kategori sangat baik. Berdasarkan telaah terhadap indikator penilaian, kelemahan yang masih muncul umumnya berkaitan dengan kedalaman analisis keuangan, kejelasan strategi pemasaran digital, dan perincian aspek legalitas usaha. Beberapa peserta telah memiliki ide usaha yang layak, tetapi belum sepenuhnya mampu menyusun proyeksi biaya, harga jual, estimasi pendapatan, serta strategi promosi secara terukur. Selain itu, sebagian peserta masih menjelaskan legalitas usaha secara umum dan belum mengaitkannya secara spesifik dengan jenis usaha yang dirancang. Kondisi ini menunjukkan bahwa meskipun *workshop* efektif sebagai penguatan awal, beberapa peserta masih membutuhkan pendampingan lanjutan, terutama pada aspek teknis perhitungan keuangan, legalitas usaha, dan pengembangan strategi pemasaran digital.

Temuan ini sejalan dengan hasil pengabdian Pelipa et al., yang menunjukkan bahwa pelatihan kewirausahaan dapat membantu peserta memahami cara berwirausaha, menyusun proposal bisnis, dan membuat pembukuan keuangan sederhana [14]. Kesamaan tersebut menunjukkan bahwa proposal bisnis merupakan luaran yang relevan dalam kegiatan pelatihan kewirausahaan karena dapat menjadi bukti awal kemampuan peserta dalam merancang usaha. Namun, kegiatan ini memiliki penekanan yang lebih luas karena tidak hanya membahas proposal bisnis dan keuangan, tetapi juga mengintegrasikan aspek *branding*, media sosial, legalitas usaha, dan kreativitas sebagai bagian dari keterampilan bisnis mahasiswa.

Hasil kegiatan ini juga mendukung temuan Dwijayanti et al. yang menekankan pentingnya pelatihan penyusunan *business plan* untuk menyiapkan mahasiswa menjadi *new entrepreneur* [15]. Dalam kegiatan ini, keberhasilan peserta dalam menyusun proposal bisnis tidak dapat dilepaskan dari kesesuaian materi dengan kebutuhan peserta. Materi mengenai keuangan, legalitas, *branding*, dan media sosial menjadi relevan karena mahasiswa tidak hanya membutuhkan motivasi berwirausaha, tetapi juga panduan praktis untuk merancang usaha yang dapat dijalankan secara nyata.

Jika dibandingkan dengan program *entrepreneurial practical* pada Program Wirausaha Merdeka “*Smart Entrepreneurship*” di Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, kegiatan *workshop* ini masih berada pada tahap penguatan perencanaan usaha [16]. Program *entrepreneurial practical* menempatkan mahasiswa dalam proses pendampingan, praktik pada UKM mitra, penyusunan proposal bisnis, *monitoring*, evaluasi, dan pengembangan prototipe produk. Perbandingan ini menunjukkan bahwa

workshop dua hari efektif untuk membangun pemahaman dan menghasilkan proposal bisnis, tetapi kegiatan lanjutan berupa *mentoring*, uji pasar, validasi produk, dan pendampingan usaha tetap diperlukan agar proposal yang telah disusun dapat berkembang menjadi usaha nyata.

Sebagai bagian dari proses pembelajaran, diskusi dan pendampingan yang dilakukan selama *workshop* memberikan ruang bagi peserta untuk mengklarifikasi berbagai kendala yang mereka hadapi dalam merancang usaha. Kendala tersebut terutama berkaitan dengan strategi pemasaran, *branding* digital, aspek legalitas, dan penyusunan proyeksi keuangan. Dokumentasi proses pendampingan tersebut disajikan pada gambar 3.



Gambar 3. Merumuskan Strategi Usaha, *Branding* Digital, dan Penyempurnaan Proposal Bisnis

Secara reflektif, keberhasilan *workshop* ini dipengaruhi oleh tiga faktor utama. Pertama, materi yang diberikan sesuai dengan kebutuhan peserta, khususnya pada aspek penyusunan *business plan*, pengelolaan keuangan, legalitas usaha, *branding*, dan pemasaran digital. Kedua, metode praktik langsung memungkinkan peserta menerapkan materi ke dalam proposal bisnis masing-masing. Ketiga, evaluasi berbasis rubrik membantu peserta memahami aspek-aspek penting yang harus diperhatikan dalam menyusun rencana usaha. Meskipun demikian, keterbatasan kegiatan ini terletak pada durasi pelaksanaan yang relatif singkat, sehingga pendalaman pada aspek keuangan, legalitas, dan strategi pemasaran digital belum dapat dilakukan secara maksimal untuk seluruh peserta. Dengan demikian, *workshop* ini dapat dipandang sebagai tahap awal yang efektif dalam membangun kesiapan kewirausahaan mahasiswa, tetapi keberlanjutannya tetap perlu didukung melalui *mentoring*, klinik proposal bisnis, uji kelayakan pasar, dan pendampingan pengembangan usaha agar proposal yang telah disusun dapat berkembang menjadi praktik kewirausahaan yang nyata dan berkelanjutan.

4. Kesimpulan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dalam bentuk *workshop* peningkatan keterampilan bisnis bagi mahasiswa Fakultas Tarbiyah IAIN Parepare telah berhasil mencapai tujuan utama, yaitu meningkatkan pemahaman dan keterampilan praktis mahasiswa dalam bidang kewirausahaan. Melalui pendekatan edukatif-partisipatif, peserta tidak hanya memperoleh materi mengenai kewirausahaan, perencanaan usaha, keuangan, legalitas, *branding*, dan pemasaran digital, tetapi juga berlatih menyusun proposal bisnis sebagai luaran utama kegiatan. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa 21 proposal atau 84% berada pada kategori sangat baik, sedangkan 4 proposal atau 16% berada pada kategori baik. Capaian ini menunjukkan bahwa sebagian besar peserta mampu menerjemahkan ide usaha ke dalam rancangan bisnis yang lebih sistematis, terukur, dan aplikatif. Meskipun demikian, hasil evaluasi juga menunjukkan bahwa sebagian peserta masih memerlukan penguatan lanjutan, terutama pada aspek analisis keuangan, legalitas usaha, dan strategi pemasaran digital. Oleh karena itu, keberlanjutan kegiatan perlu diarahkan pada program pendampingan pasca-*workshop* agar proposal bisnis yang telah disusun tidak berhenti sebagai dokumen perencanaan, tetapi dapat dieksekusi menjadi usaha nyata. Bentuk tindak lanjut yang direkomendasikan meliputi klinik proposal bisnis, pendampingan perhitungan modal dan proyeksi keuntungan, konsultasi legalitas usaha, pendampingan pembuatan identitas merek dan konten promosi digital, serta uji pasar sederhana terhadap produk atau jasa yang dirancang peserta. Sebagai rekomendasi konkret, Fakultas

Tarbiyah IAIN Parepare dapat membentuk program *mentoring* kewirausahaan selama satu sampai tiga bulan setelah *workshop* dengan melibatkan dosen, praktisi usaha, dan pelaku UMKM sebagai pendamping. Setiap peserta atau kelompok usaha dapat diarahkan untuk menyusun rencana aksi sederhana yang memuat tahapan pelaksanaan usaha, target pasar, kebutuhan modal, strategi promosi, dan indikator capaian usaha. Dengan adanya pendampingan berkelanjutan, proposal bisnis yang telah dihasilkan dalam kegiatan ini berpotensi dikembangkan menjadi praktik kewirausahaan yang lebih nyata, berkelanjutan, dan relevan dengan kebutuhan mahasiswa sebagai calon pendidik yang mandiri, kreatif, serta mampu menciptakan peluang ekonomi di masyarakat.

Daftar Pustaka

- [1] S. M. Indrawati and A. Kuncoro, "Improving Competitiveness Through Vocational and Higher Education: Indonesia's Vision For Human Capital Development In 2019-2024," *Bull. Indones. Econ. Stud.*, vol. 57, no. 1, pp. 29-59, 2021, doi: 10.1080/00074918.2021.1909692.
- [2] S. Jamaludin, R. Said, N. W. Ismail, and N. M. Nor, "Are Jobs Available in the Market? A Perspective from the Supply Side," *Sustain.* 2021, Vol. 13, Page 1973, vol. 13, no. 4, p. 1973, Feb. 2021, doi: 10.3390/SU13041973.
- [3] P. Jackson *et al.*, "Skill Loss during Unemployment and the Scarring Effects of the COVID-19 Pandemic *," 2023, Accessed: Jun. 10, 2026. [Online]. Available: <https://www.bls.gov/charts/employment-situation/unemployed-27-weeks-or-longer-as-a-percent-of-total>
- [4] G. Perone, "The effect of labor market institutions and macroeconomic variables on aggregate unemployment in 1990-2019: Evidence from 22 European countries," *Ind. Corp. Chang.*, vol. 31, no. 2, pp. 500-551, Mar. 2022, doi: 10.1093/ICC/DTAB074.
- [5] E. Carranza and D. McKenzie, "Job Training and Job Search Assistance Policies in Developing Countries," *J. Econ. Perspect.*, vol. 38, no. 1, pp. 221-44, Dec. 2024, doi: 10.1257/JEP.38.1.221.
- [6] K. Hötte, M. Somers, and A. Theodorakopoulos, "Technology and jobs: A systematic literature review," *Technol. Forecast. Soc. Change*, vol. 194, p. 122750, Sep. 2023, doi: 10.1016/J.TECHFORE.2023.122750.
- [7] G. Flamini, M. M. Pellegrini, M. Fakhar Manesh, and A. Caputo, "Entrepreneurial approach for open innovation: opening new opportunities, mapping knowledge and highlighting gaps," *Int. J. Entrep. Behav. Res.*, vol. 28, no. 5, pp. 1347-1368, Jul. 2022, doi: 10.1108/IJEBR-01-2021-0079.
- [8] E. Kromidha, D. Refai, S. Pattinson, L. Galloway, and A. Kevill, "International Journal of Entrepreneurship and Innovation Editors' Series: Innovation opportunities and future direction in entrepreneurship research," *Int. J. Entrep. Innov.*, vol. 23, no. 1, pp. 3-4, Feb. 2022, doi: 10.1177/14657503221077753.
- [9] M. Franco, "Entrepreneurship, Competitiveness and Innovation," *Sustain.* 2020, Vol. 12, Page 6576, vol. 12, no. 16, p. 6576, Aug. 2020, doi: 10.3390/SU12166576.
- [10] D. B. Audretsch, S. Aparicio, M. (Mat) Hughes, and D. Urbano, "Linking entrepreneurship and society: solutions for today and tomorrow," *Int. J. Entrep. Behav. Res.*, vol. 32, no. 3, pp. 557-577, Mar. 2026, doi: 10.1108/IJEBR-08-2024-0864.
- [11] G. Boldureanu, A. M. Ionescu, A. M. Bercu, M. V. Bedrule-Grigoruță, and D. Boldureanu, "Entrepreneurship Education through Successful Entrepreneurial Models in Higher Education Institutions," *Sustain.* 2020, Vol. 12, Page 1267, vol. 12, no. 3, p. 1267, Feb. 2020, doi: 10.3390/SU12031267.
- [12] N. Hidayah, "Gender, Economy, and the Law: Women Entrepreneurs in Indonesian and Islamic Legal Perspectives," *Samarah J. Huk. Kel. dan Huk. Islam*, vol. 7, no. 2, pp. 1171-1193, Jun. 2023, doi: 10.22373/SJHK.V7I2.17944.
- [13] N. Mahasiswa, "Rubrik Penilaian Project Based Learning Menyusun Cp".
- [14] E. D. Pelipa, A. Marganingsih, and Y. Suriyanti, "Pelatihan Kewirausahaan (Proposal Bisnis Dan Pembukuan Sederhana) Bagi Pemuda-Pemudi DI Desa Martiguna Kabupaten Sintang," *J. Pengabd. Masy. Khatulistiwa*, vol. 4, no. 2, pp. 67-74, Jan. 2021, doi: 10.31932/JPMK.V4I2.1198.
- [15] U. J. Rosmiati, N. S. Dwijayanti, N. Sari, I. Putra, and A. Nasori, "Pelatihan Penyusunan Bussines Plan Untuk Menciptakan New Entrepreneur Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Fkip Universitas Jambi," *Estungkara J. Pengabd. Pendidik. Sej.*, vol. 2, no. 2, pp. 1-14, Nov. 2023, doi: 10.22437/EST.V2I2.28343.
- [16] S. Handayani *et al.*, "Pendampingan Kewirausahaan Melalui Entrepreneurial Practical Pada Program Wirausaha Merdeka 'Smart Entrepreneurship' di Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara," *IHSAN J. Pengabd. Masy.*, vol. 7, no. 1, pp. 149-154, Apr. 2025, doi: 10.30596/IHSAN.V7I1.24279.