

## Optimalisasi Start Up Bisnis Entrepreneurs Mahasiswa dan Milenial Kota Lhoksemawe Aceh

Kamarudin Hasan\*, Awaludin Arifin, Asmaul Husna, Muchlis, Zahari, Jafaruddin, Zulfadli

Department of Communication Studies, Faculty of Social and Political Sciences

\*Corresponding author: [kamaruddin@unimal.ac.id](mailto:kamaruddin@unimal.ac.id)

---

### Abstrak

Kegiatan Pengabdian Masyarakat (PM) ini bertujuan untuk mengoptimalkan keterampilan StartUp Bisnis Entrepreneurs kalangan Mahasiswa Universitas Malikussaleh. Pengabdian melibatkan mahasiswa yang akan dan sedang menjalankan bisnis startup baik di dalam maupun luar Kampus. Melalui startup bisnis dengan digital entrepreneurship memberikan pengetahuan dan keterampilan pada mahasiswa untuk dapat memulai, mengelola, mengembangkan usaha dengan memanfaatkan digitalisasi. Memilih menjadi entrepreneur startup era digital, merupakan pilihan dan solusi yang tepat. Menjadi digital entrepreneur dapat memperkaya pengalaman dan pengetahuan. Mahasiswa akan memahami, menjalankan, mengembangkan bisnis startup untuk dapat meminimalisir kegagalan usaha, mau mengambil resiko untuk menjadi lebih sukses, tentu tidak perlu ragu untuk memulai bisnis di era kemudahan teknologi digital. Metode pengabdian dengan proses observasi, need assesment, wawancara, focus group discustion (FGD), pelatihan, monitoring evaluasi dan pendampingan. Hasil pengabdian ini mampu memotivasi, meningkatkan pemahaman, mempengaruhi minat untuk melakukan bisnis start up. Terdapat ada tiga sektor startup yaitu sektor on demand service berbasis sociopreneur, sektor e-commerce dan sektor public service. Faktor pendorog mahasiswa dalam mendirikan startup antara lain motivasi sosial ekonomi, lapangan pekerjaan, kesempatan peluang bisnis dan pemberdayaan. Tantangan dalam menjalankan startup yaitu paradigma masyarakat, komitmen tim, ekosistem startup, pendanaan termasuk kemampuan memanfaatkan teknologi digital. Pengembangan startup bisnis tidak perlu menunggu tua, kalau bisa sukses usia muda, kenapa harus ditunda. Bagaimana sukses di usia muda yang cerdas mencari peluang dan giat dalam berusaha sehingga apa yang diimpikan dan dianggap mustahil oleh banyak orang berhasil dicapai oleh anak muda mahasiswa. Memang, setiap menit muncul start up digital baru dengan fitur yang hampir sama antara satu dengan yang lain. Maka keterampilan, inovasi, ide-ide kreatif, keberanian dan kreativitas yang cenderung dimiliki mahasiswa yakin mampu diaplikasikan.

**Kata Kunci:** startup bisnis; digital entrepreneurship; mahasiswa; milenial

---

### Pendahuluan

Memperhatikan situasi saat ini, kalangan mahasiswa perlu dibangun optimisme untuk memanfaatkan teknologi digital agar menjadi wirausaha dan talenta digital. Digital Entrepreneurship ditujukan untuk memberikan pengetahuan dan keterampilan kepada mahasiswa agar dapat memulai dan atau mengelola, serta mengembangkan usahanya dengan memanfaatkan media digital. Mahasiswa perlu dikenalkan bisnis startup dan cara mengembangkan agar dapat meminimalisir kegagalan. Era serba digital saat ini, berwirausaha mesti memanfaatkan kecanggihan teknologi untuk mengembangkan usaha. Karena teknologi merupakan suatu alternative sebagai pendobrak kesuksesan dalam usaha.

Tentu, kalangan mahasiswa tidak asing dengan kegiatan berwirausaha dilingkungan kampus maupun luar kampus. Status sebagai mahasiswa bukanlah suatu pembatas untuk berwirausaha di tengah kesibukannya dalam menjalani aktivitas perkuliahannya. Secara ekonomi, mahasiswa terbantu dengan berwirausaha dalam memenuhi kebutuhan hidupnya selama berkuliah. Maraknya mahasiswa yang berwirausaha sejak dini di bantu dengan kemajuan teknologi yang membuat jiwa muda semakin bersemangat dalam menumbuhkan jiwa berwirausaha. Hal ini di harapkan mahasiswa mampu mengurangi pengangguran dan mampu membuat lapangan pekerjaan dengan adanya startup entrepreneur yang berbasis teknologi untuk membangun bangsa di era revolusi 4.0.

Dari beberapa mahasiswa Universitas Malikussaleh yang sedang dan akan menjalankan start up bisnis yang ditemui, tidak di pungkiri startup entrepreneur hampir keseluruhan dalam proses menjalani usahanya dari awal hingga akhir tidak jauh dengan namanya teknologi. Salah satunya hal yang terbukti, yakni dari proses produksi, teknologi berperan dalam mencari refensi mengenai cara membuat dan kebutuhan pokok produksi. Untuk promosipun memanfaatkan media sosial untuk memperkenalkan barang dan banyak hal yang teknologi sangat di butuhkan. Melibatkan mahasiswa dalam dunia usaha startup, diharapkan mampu memberikan kontribusi positif terhadap perkembangan ekonomi termasuk perekonomian daerah. Karena selain telah menunjang dari segi pendapatan, juga telah terciptanya lapangan kerja baru dan mengurangi angka pengangguran.

Lapangan pekerjaan yang tidak mampu menampung seluruh lulusan perguruan tinggi menuntut tidak hanya menciptakan lulusan siap kerja juga lulusan yang mampu menciptakan lapangan pekerjaan. Hal ini menuntut perguruan tinggi mendorong mahasiswanya agar mempunyai keberhasilan memulai bisnis sejak dulu. Oleh karena itu dilakukan mahasiswa, maka mahasiswa dapat memulai dengan menciptakan bisnis yang berbasis riset dan inovasi teknologi kampus.

Sebagai contoh di Kota Lhokseumawe provinsi Aceh umumnya terdapat banyak jumlah mahasiswa dan lulusan perguruan tinggi tidak dapat semua tertampung dalam dunia kerja formal, sehingga menyebabkan pengangguran. Data BPS 2022, angka Pengangguran Terbuka (TPT) Kota Lhokseumawe mencapai 10.804 jiwa, didominasi oleh Sekolah Menengah Atas (SMA) Umum 3.532 jiwa, Sekolah Menengah Atas (SMA) Kejuruan 2.153 jiwa, tamatan SD sebanyak 1019 jiwa, Diploma satu hingga tiga 671 jiwa dan terakhir dari lulusan Universitas mencapai 1.422 jiwa. Persentase angka pengangguran terbuka terhadap jumlah angkatan kerja pada tahun 2019 mencapai 11.06 persen, 2020 sebanyak 11.99 persen, dan pada tahun 2021 mencapai 11.16 persen.

Menurut data dari Dinas Penanaman Modal Perizinan Dan Tenaga Kerja (DPMPPT) Kota Lhokseumawe menyebutkan, bahwa jumlah angka pengangguran tersebut sebanyak 21.146 jiwa dengan berbagai jenis katagori pengangguran. Diantaranya adalah Pengangguran terbuka, yakni angkatan kerja yang sama sekali tidak mempunyai pekerjaan dan sedang berusaha memperoleh pekerjaan adalah sebanyak 8.141 jiwa. Jumlah penduduk Kota Lhokseumawe sebanyak 202.269 jiwa, jumlah usia kerja (17-60 tahun) adalah sebanyak 145.273 jiwa. Sedangkan jumlah angkatan kerja secara keseluruhan di Kota Lhokseumawe adalah sebanyak 110.659 jiwa.

Dari jumlah angkatan kerja tersebut, sebanyak 68.367 jiwa sudah bekerja. Sedangkan selebihnya adalah pengangguran. sebanyak 7.540 jiwa katagori setengah menganggur dan sebanyak 5.465 jiwa katagori pengangguran penuh (sama sekali tidak punya pekerjaan). Penduduk Kota Lhokseumawe yang bukan angkatan kerja adalah sebanyak 55.760 jiwa. Diantaranya, Ibu rumah tangga sebanyak 14.796 jiwa dan mahasiswa atau pelajar sebanyak 31.850 jiwa serta lain-lain sebagainya sebanyak 9.114 jiwa.

Selain itu, menghadapi persaingan mencari pekerjaan saat ini terjadi ketimpangan antara lapangan pekerjaan dengan pencari kerja terbatas sehingga menimbulkan permasalahan dalam pengangguran. Pengangguran terdidik menjadi masalah yang terus mengalir setiap tahunnya. Hal ini membutuhkan solusi yang tepat dan memberikan multiplier effect dalam penanganannya. Data Badan Pusat Statistik pusat (BPS.2019) menunjukkan tingkat pengangguran dari lulusan universitas sebesar 5.8 persen. Pengangguran terdidik dari tahun ke tahun mendominasi dan terus bertambah merupakan masalah sentral yang harus segera diberikan solusi.

Untuk dapat mengatasi masalah pengangguran maka solusinya yaitu melalui kegiatan berwirausaha dengan startup bisnis. Milenial perlu memiliki jiwa kewirausahaan, membuat startup bisnis dan memberikan edukasi agar startup yang akan dan telah dibuat dapat bertahan dan berkembang. Seperti hasil penelitian (Astuti, 2019) lulusan perguruan tinggi saat ini lebih banyak yang menjadi pencari kerja dibandingkan dengan lulusan yang membuka lapangan pekerjaan. Dampak yang menyebabkan tingginya job seeker ditengarai karena banyak perguruan tinggi yang menerapkan sistem untuk mempersiapkan mahasiswa untuk cepat lulus dan mendapat pekerjaan bukannya menjadikan mereka kreatif serta dapat membuka lapangan pekerjaan baru (Margahana, 2020; Ningrum dkk., 2020).

Kampus misalnya, strategi dalam penciptaan wirausaha mahasiswa yang dilakukan adalah dengan pelaksanaan Ipteks bagi Kewirausahaan (IbK) yang meliputi model program mahasiswa wirausaha (PMW) dan program kreativitas mahasiswa kewirausahaan (PKM-K). Tahapan-tahapan kewirausahaan yang dilaksanakan adalah PALS (Participatory Action, Learning, System) yang terbagi menjadi (1) fase penyadaran kewirausahaan (awareness phase), (2) fase pengkapasitasan (capaciting phase), dan (3) fase kelembagaan (institutional phase). Strategi start-up bisnis bagi wirausaha mahasiswa berbasis riset inovasi ilmu pengetahuan dan teknologi seni (IPTEKS) menghasilkan mahasiswa-mahasiswa dan lulusan yang menjalankan bisnis.

## **Metode Pelaksanaan**

Kegiatan Pengabdian didasari pada prinsip partisipatoris mahasiswa yang terlibat. Melakukan perencanaan secara bersama, melakukan aktifitas, monitoring dan mengevaluasi bersama sejauh mana progres kegiatan berlangsung. Tim Pengabdian berperan sebagai fasilitator didampingi oleh mahasiswa yang memiliki latar belakang keilmuan yang relevan dan pengalaman dalam mendampingi peserta. Metode dan pendekatan pelaksanaan dilakukan dengan langkah sebagai berikut; Pertama, Tahap sosialisasi, need assessment dan pendataan mahasiswa yang akan dan sedang menjalankan start up bisnis baik dalam maupun luar kampus. Kedua, proses diskusi dan atau wawancara dengan mahasiswa terpilih tentang permasalahan yang dihadapi milenial berkaitan dengan startup entrepreneurs termasuk mencari solusi. Ketiga, Fokus Group Diskusi (FGD) bersama mahasiswa dan tim pengabdian. Keempat, Pelatihan dan sukses story tentang start up bisnis dan entrepreneurs kalangan mahasiswa. Kelima, evaluasi dan rekomendasi Bersama.

## **Hasil dan Pembahasan**

Kegiatan Pengabdian Masyarakat (PM) yang dilakukan ini bertujuan untuk mengoptimalkan keterampilan StartUp Bisnis Entrepreneurs kalangan Mahasiswa Universitas Malikussaleh. Pengabdian melibatkan mahasiswa yang akan dan sedang menjalankan bisnis startup baik di dalam maupun luar Kampus. Melalui startup bisnis dengan digital entrepreneurship memberikan pengetahuan dan keterampilan pada mahasiswa untuk dapat memulai, mengelola, mengembangkan usaha dengan memanfaatkan digitalisasi. Memilih menjadi entrepreneur startup era digital, merupakan pilihan dan solusi yang tepat.

Dalam proses kegiatan Pengabdian Masyarakat (PM) yang dilakukan, dimulai dengan pemahaman bersama tentang Pemetaan permasalahan start up Mahasiswa, kemudian dilanjutkan dengan materi Urgensi StartUp Bisnis Mahasiswa dan Pemuda, tentang Design Thinking, Peluang dan manfaat Start Up Bisnis, Kemampuan Khusus Startup Bisnis termasuk Sekilas tentang Marketing 4.0.

a. Pemetaan Permasalahan StartUp Bisnis Mahasiswa

Secara umum permasalahan yang dihadapi oleh calon dan pelaku start up bisnis kalangan mahasiswa di Kota Lhokseumawe, antara lain; 1]. Mereka belum memiliki planning atau perencanaan yang jelas. Perencanaan yang matang memang mutlak diperlukan dalam mengelola bisnis apapun, termasuk bisnis startup. Tidak hanya berperan dalam mengoperasikan bisnis, sebuah planning yang jelas akan ikut menentukan kesuksesan bisnis startup di masa yang akan datang. 2]. Tidak memanfaatkan peluang dan kesempatan yang ada. Sebagai seorang pebisnis pemula bagi milenial, mesti memiliki rasa peka terhadap kondisi sekitar. Termasuk peka dalam melihat peluang yang ada. Peluang tersebut bentuknya bisa berbagai macam. Mulai dari kerja sama dengan pebisnis lain, permintaan pasar dan konsumen, dan lain sebagainya.

3]. Konsep yang kurang focus dan kurang jelas. Untuk bisa mencapai kesuksesan pada bisnis startup, mesti memiliki konsep bisnis yang jelas sejak awal. Setiap pebisnis memang boleh saja meniru startup lain yang sudah lebih dulu ada, namun jangan lupa untuk memastikan, juga memiliki ide yang segar, orisinal, dan tentu saja dapat memenuhi selera pasar dengan baik. 4]. Tidak memiliki modal yang memadai, kurangnya modal juga menjadi salah satu menyebabkan gagalnya sebuah bisnis startup. Meskipun modal yang besar tidak menjamin kesuksesan bisnis, namun tetap pastikan bahwa kondisi keuangan dikelola sebaik mungkin agar tidak terjadi defisit di kemudian hari. 5]. Memiliki sikap mudah menyerah. Persaingan bisnis startup memang semakin ramai. Matinya satu bisnis startup dapat diikuti dengan tumbuhnya seribu bisnis startup yang baru. Memiliki sikap mudah menyerah hanya karena ada satu dua problem baik internal maupun eksternal tentu saja bukan merupakan keputusan yang bijak.

6]. Mendirikan bisnis startup seorang diri, padahal dibalik bisnis startup yang sukses, pada umumnya terdapat tim yang kuat dan ideal. Pemilihan lokasi yang kurang tepat, sehingga bisnis startup akan kesulitan untuk berkembang. Menghindari pesaing atau kompetitor, seperti mengurangi kualitas atau keuntungan dapat mengakibatkan kegagalan pada bisnis startup. Memecahkan masalah yang sama yang berujung sia-sia. Jadi daripada memecahkan masalah yang sama, sebaiknya mencari masalah lain dan membayangkan bagaimana bisnis startup akan memecahkan masalah tersebut. 7]. Tidak mampu beradaptasi dengan cepat termasuk salah dalam merekrut tim, juga programmer. Memilih programmer merupakan salah satu hal penting dalam mendirikan bisnis startup. Namun ternyata memilih programmer yang tepat bukanlah perkara mudah. 8]. Salah dalam memilih platform. Memilih platform yang salah akan membebani bisnis start up atau bisa jadi akan kehilangan pengguna. Tidak memikirkan target pengguna, sehingga produk yang dibuat kurang tepat sasaran.

9]. Memasarkan produk dan jasa di banyak sosial media. Milenial sebagai pebisnis start up membuat akun di semua jejaring sosial, namun tidak berinteraksi yang sesuai dengan norma dan standar yang ada. Alih-alih menambahkan tingkat komunikasi, bisnis startup justru akan terlihat buruk dan mematikan potensi calon pelanggan. Cara terbaik untuk memperbaiki kesalahan ini adalah dengan memulai pemasaran digital menggunakan satu atau dua media saja. 10]. Kesalahan juga terjadi dalam memasarkan produk untuk semua orang. Mencoba untuk menargetkan ke semua orang, maka sebenarnya tidak menargetkan siapa pun. Hal ini merupakan salah satu kesalahan terbesar. Jika bisnis startup mencoba untuk memasarkan ke khalayak yang terlalu beragam dengan berbagai keinginan, kebutuhan, dan kemauan. Maka akan kesulitan dalam membuat pesan pemasaran digital yang beresonansi dengan siapa pun. Selain itu, dengan audiens yang besar, pesan marketing akan bersaing dengan kumpulan pesaing yang jauh lebih besar. Oleh karena itu, Anda dapat mempersempit target audience dengan berbagai demografi dan psikografis.

11]. Kurangnya kreatif-inovatif dan tidak berani mengambil resiko untuk memulai, membuka, dan mengelola usaha. Kreatif-inovatif dan keberanian mengambil resiko merupakan kepribadian wirausaha. Beberapa kepribadian wirausaha lainnya seperti percaya diri, berorientasi pada hasil, kepemimpinan, kerja keras akan mendukung terlahirnya sumberdaya manusia yang mampu mengelola usaha. Wirausahawan berupa seseorang yang mampu mengembangkan produk baru atau ide baru dan membangun bisnis dengan konsep baru.

Beberapa mahasiswa di Kota Lhokseumawe yang masih terus berjuang, dan ada juga yang bahkan berhenti begitu saja dan tak mampu meneruskan usaha dan bisnis mereka. Salah satu faktor yang membuat para anak muda ini berhenti di tengah jalan adalah kebosanan. Bosan yang dialami oleh para pengusaha muda ini bisa disebabkan oleh beraneka ragam masalah. Saat ini, masa dimana mahasiswa mulai menyadari akan pentingnya berwirausaha. Mahasiswa yang mulai menekuni dunia bisnis dengan mengusung beragam ide kreatif untuk ditawarkan pada pasar. Memang sekian banyak mahasiswa yang mencoba peruntungan di dunia bisnis, tidak semuanya bisa mengecap kesuksesan.

b. Urgensi StartUp Bisnis Mahasiswa

Kata startup merupakan sesuatu yang merujuk pada perusahaan yang belum lama beroperasi. Perusahaan ini yang baru dirikan dengan melalui fase pengembangan dan penelitian untuk memilih pasar yang tepat. Istilah ini juga di hubungkan dengan perusahaan mandiri yang berkaitan dengan bidang teknologi komunikasi dan informasi. Sehingga makna dari Startup Entrepreneur menjadi suatu bisnis yang selalu indetik degan dunia digital, teknologi informasi, dan aplikasi. Startup entrepreneur hampir keseluruhan dalam proses menjalani usahanya dari awal hingga akhir tidak jauh dengan namanya teknologi. Salah satunya hal yang terbukti, yakni dari proses produksi, teknologi berperan dalam mencari referensi mengenai cara membuat dan kebutuhan pokok produksi. Untuk promosipun memanfaatkan media sosial untuk memperkenalkan barang dan banyak hal yang teknologi sangat di butuhkan.

Memang, dikalangan mahasiswa dan pemuda masih banyak yang ingin mendapatkan pekerjaan tetap dengan gaji yang tinggi dibandingkan membuka usaha mereka sendiri (Mustofa & Dwi, 2018). Hal ini tentu tidak terlepas dari pola pikir dan pola asuh yang ditanamkan sejak kecil oleh orang tua mereka. Keinginan generasi orang tua mereka agar anaknya menjadi pekerja di perusahaan ternama atau menjadi pegawai negeri sipil atau PNS masih mendominasi cita-cita mahasiswa saat ini (Jailani, 2019). Situasi lainnya adalah faktor-faktor penting yang berperan dimulainya usaha oleh milenial. Menurut Bygrave dalam Alma (2003) antara lain : (1) personal, menyangkut aspek-aspek kepribadian (2)

sosiologica, menyangkut masalah dengan keluarga dan sebagainya, (3) lingkungan, menyangkut hubungan seseorang dengan lingkungannya. Bagi Bygrave (Alma;2003) menyatakan bahwa yang paling mendorong pemuda untuk memasuki karir wirausaha menyangkut dua hal yaitu (1). Faktor personal, David McClelland di dalam bukunya *The Achieving Society* (1961), menyatakan bahwa seorang wirausaha adalah seseorang yang memiliki keinginan berprestasi yang sangat tinggi dibandingkan dengan orang yang tidak berwirausaha; (2) faktor lingkungan, di samping faktor personal yang ada di dalam diri pribadi wirausaha, ada pengaruh faktor luar terhadap pembentukan watak wirausaha. Penelitian yang dilakukan oleh Cuninningham (Benedicta, 2003) menyebutkan sifat-sifat wirausaha itu antara lain: keinginan untuk melakukan pekerjaan dengan baik, keinginan untuk berhasil, motivasi diri, percaya diri dan berpikir positif, komitmen dan sabar. Peneliti lain Plotkin (Benedicta, 2003:7) menyatakan hal yang hampir sama, misalnya menyebut sifat kreatif dan rasa ingin tahu, mengikuti perkembangan teknologi dan dapat menerapkan secara produktif, energi yang melimpah dan asertif.

Banyak penelitian menunjukkan bahwa keberhasilan usaha itu bergantung pada kemampuan berhubungan dengan pelanggan (17%) atau kemampuan untuk membangun hubungan positif dengan pihak lain, baik di dalam maupun di luar organisasi, kemampuan memahami lingkungan bisnis (15%) yang mencakup kemampuan untuk belajar dari pesaing, rasa tertarik pada industri, pengetahuan mengenai bidang usaha, kemauan untuk belajar dari pengalaman tentang bidang usaha dan lain-lain. Rasa takut akan gagal menyebabkan enggan untuk berwirausaha, sehingga lingkungan keluarga sangat berperan dalam membangkitkan semangat wirausaha. Lingkungan keluarga menjadi panutan terdekat. Sebab seseorang terpupuk dari kecil untuk menjadi seperti apa yang dilihatnya.

Selanjutnya, situasi dalam pemanfaatan kesempatan dalam dunia digital yang masih sulit dilakukan oleh milenial, karena mereka belum berpikir untuk menjadi pengusaha. Sehingga pada tahap proses membentuk wirausaha membutuhkan dukungan dari lingkungannya. Memang, membangun sebuah bisnis startup tidaklah mudah. Banyak bisnis startup yang jatuh bangun dalam menjalankan bisnisnya bahkan kalah bersaing dengan startup yang lebih besar. Kantor dengan sistem lama tidaklah sesuai dengan perilaku milenial dan bisnis startup ini yang lebih banyak membutuhkan ide-ide kreatif dan inovatif. Para milenial membutuhkan sebuah tempat bekerja dengan konsep baru dalam meningkatkan kreatifitas dan produktivitas mereka dalam bekerja.

#### c. Mulai dari Design Thinking

Mulai dari Design Thinking, merupakan proses dalam membuat ide baru dan inovatif yang dipakai untuk memecahkan masalah. "Design Thinking memiliki inti yang berpusat pada manusia (Human Centered), yang dapat mendorong organisasi melakukan inovasi melalui penciptaan produk, layanan, dan proses internal lebih baik dengan memfokuskan pada pengguna/manusia" David M. Kelley (Stanford D.School).

Langkah awal pendekatan Design Thinking adalah dengan memahami berbagai kebutuhan manusia, membuat pertanyaan yang tepat, memunculkan ide, membuat prototipe dan melakukan pengujian secara langsung atau melalui lima tahap empathize, define, ideate, prototype dan test. Perusahaan start-up yang saat ini sedang booming di Indonesia, menghadapi ekosistem bisnis yang semakin besar yang menuntut solusi multidimensi dan akan membutuhkan lebih dari sekadar produk dan jasa. Disinilah metode Design Thinking memiliki peran penting. Dengan memahami kerangka kerja Design Thinking, maka SDM yang baik bukan cuma bisa mengatasi masalah bisnis yang muncul sehari-hari. Tetapi juga mendapatkan keunggulan yang kompetitif. Bagaimanapun juga, sebuah perusahaan diharuskan untuk bisa berinovasi agar tetap tumbuh dan juga profit. Design Thinking yang akan di aplikasikan di kelas sehingga para mahasiswa baik yang kelak akan meniti karir di korporasi atau menjalankan bisnis start-up akan memahami konsep Design Thinking sebagai alat inovasi yang bisa digunakan untuk menyelesaikan berbagai masalah dan meningkatkan kualitas hidup baik untuk diri sendiri maupun untuk khalayak dan institusi.

#### d. Peluang dan manfaat StartUp Bisnis Mahasiswa

Peluang dan kesempatan bagi mahasiswa adalah menguasai teknologi internet, dan lebih tertarik membuat usaha sendiri daripada bekerja menjadi karyawan dan tidak ragu untuk membuat usaha dengan memanfaatkan teknologi berbasis internet. Sudah semestinya, milenial saat ini tertarik untuk membuat usaha sendiri dikarenakan para milenial lebih memilih pekerjaan yang mempunyai waktu fleksibel, dan dapat menjalankan hobi dan pekerjaan secara bersamaan. Para milenial ingin bebas menentukan waktu dimana bisa fokus secara maksimal, dan melakukan suatu hal yang di sukai dapat meningkatkan produktivitas dan juga merasa senang untuk menjalankannya. Mahasiswa atau kalangan milenial yang sangat akrab dengan teknologi informasi dan hal ini dapat dijadikan sebagai modal untuk berbisnis. Bisnis berbasis internet dan teknologi telah memberikan peluang yang begitu besar untuk berkarya dan memulai usaha. Tentunya generasi milenial yang up to date dengan pengetahuan teknologi terkini dapat memanfaatkan internet dan teknologi sebagai media pemasaran atau promosi dalam berbisnis, dan juga dapat menciptakan layanan aplikasi berbasis internet yang saat ini sangat dibutuhkan masyarakat modern. Menjadi entrepreneur dapat memperkaya pengalaman dan pengetahuan, dan milenial yang mau mengambil resiko dapat menjadi generasi yang lebih sukses dan juga tentunya akan mengarahkan milenial saat ini ke hal yang lebih positif.

Dalam proses diskusi, wawancara dan FGD, mahasiswa yang akan terjun dalam bisnis start up berusaha memiliki rencana konkret dan ide-ide bisnis yang cemerlang sebelum memutuskan untuk terjun ke dunia bisnis startup. Dalam sektor startup perlu dipahami sektor on demand service berbasis sociopreneur, sektor e-commerce dan sektor public service. Perlu ditumbuhkan faktor pendorog pemuda startup dalam mendirikan startup yaitu motivasi sosial, membuka lapangan pekerjaan dan pemberdayaan masyarakat, kesempatan peluang bisnis dan permasalahan layanan publik. Dalam tahapan pelatihan dan sukses story, mahasiswa suguhkan cara untuk mengembangkan startup dari mulai membuat produk, jaya inovatif sampai kepada proses pemasaran yang efektif. Termasuk membuat indikator yang menentukan keberhasilan sebuah start up. Mulai dari penentuan waktu yang tepat, tim, ide, model bisnis, dan pendanaan. Karena faktor-faktor tersebut adalah faktor kunci yang menentukan apakah sebuah bisnis startup akan

sukses atau gagal. Secara umum pertumbuhan start up business yang begitu cepat sangat terasa dan juga tanpa batas.

Banyak hal penting yang mesti dilakukan oleh milenial dengan memperhitungkan bagaimana langkah awal saat membangun usaha start up. Memiliki sebuah ide dan inovasi merupakan langkah awal yang perlu dilakukan. Untuk mendapatkan sebuah ide dan inovasi tentunya harus mengenali permasalahan apa yang sedang terjadi di lingkungan masyarakat dan setelah itu tentukan bagaimana solusinya. Sebuah ide dan inovasi yang bermanfaat untuk masyarakat luas, sangatlah membantu masyarakat era globalisasi pada saat ini dan pemuda mampu mengatasi permasalahan yang terjadi di masyarakat era globalisasi. Dalam setiap proses kegiatan yang dilakukan lapangan, terasa bahwa begitu tertariknya milenial dalam usaha start up bisnis era digital. Pemahaman bersama bahwa start-up pada dasarnya aktivitas perintisan bisnis yang memiliki model bisnis yang terencana dan memanfaatkan teknologi dalam bentuk platform dana atau aplikasi. Yang dapat menunjukkan faktor-faktor dalam mempengaruhi motivasi milenial menjadi start up digital entrepreneur atau technopreneurship. Faktor-faktor tersebut terdiri dari semangat, kreatifitas, inovasi, pendampingan, pelatihan-pelatihan dan adanya keberanian mengambil resiko, serta harus peka terhadap inovasi teknologi yang didukung dengan penemuan ide kreatif.

e. Kemampuan Khusus Startup Bisnis

Kemampuan khusus sebagai bentuk sikap dan perilaku yang bisa yang mesti dioptimalkan dalam mengembangkan bisnis start up kalangan mahasiswa. Teori dan konsep yang dikemukakan Nitisusatro (2009) bahwa untuk memasuki dunia usaha, milenial perlu memiliki kesiapan diantaranya kesiapan sikap mental, kesiapan pengetahuan dan keterampilan dan kesiapan sumberdaya. Kesiapan keterampilan yang dimaksud disini yaitu kemampuan untuk merencanakan, menjalankan dan mengendalikan kemampuan yang dimiliki didalam melaksanakan praktek usaha. Maka diperlukan, Kemampuan berpikir kritis, berpikir kritis merupakan konsep pemikiran dimana kita harus membuat keputusan yang masuk akal dan logis. Ketika melakukannya, kita tidak hanya menerima berbagai argumen tetapi harus mempertanyakan validitas dari argumen tersebut. Berpikir kritis sangat diperlukan ketika hendak mengembangkan bisnis karena kita akan dihadapi oleh berbagai masalah dan harus mampu menyelesaikan masalah – masalah tersebut dengan bijak dan rasional.

Problem solving, kemampuan untuk memecahkan masalah. Kemampuan untuk problem solving merupakan tindak lanjut dari berpikir kritis. Oleh sebab itu kedua hal ini harus berjalan linear. Jika seorang pebisnis atau pimpinan tidak memiliki kemampuan ini akan sangat merugikan untuk perusahaannya. Kreatif, inovatif dan memiliki business plan. Team work yang memiliki solidaritas atau kerja tim merupakan hal yang tidak bisa dipisahkan dari dunia perbisnisan karena pasti membutuhkan orang lain untuk bekerja sama agar bisnis cepat meraih kesuksesan. Kerja sama tim yang baik dengan membangun sikap saling percaya melalui komunikasi yang baik, menerima pendapat dan mencari solusi bersama serta mengutamakan kepentingan bersama diatas ego pribadi. Bisnis tidak selalu tentang uang, saat membangun bisnis, kita pasti berharap meraup keuntungan yang banyak dengan cepat. Tetapi ada banyak hal yang harus diperhatikan selain keuntungan, salah satunya yaitu rasa kemanusiaan dan empati. Perilaku ini sudah seyogyanya ditiru oleh para pebisnis karena sebaik – baiknya manusia adalah manusia yang bisa bermanfaat untuk orang banyak.

f. Sekilas tentang Marketing 4.0

Pendekatan Pemasaran Baru itulah kondisi di era transisi dari tradisional menuju era digital. Dalam konteks ini, dibutuhkan pendekatan pemasaran baru untuk membantu pemasar dalam mengantisipasi dan mengelola dampak teknologi yang disruptif tersebut. Hermawan Kartajaya, memperkenalkan konsep Marketing 4.0 dalam buku berjudul "Citizen 4.0" (Kartajaya, 2017). Buku tersebut merupakan sekuel dari buku sebelumnya yang terbit enam tahun lalu, yakni "Marketing 3.0: From Products to Customers to the Human Spirit" (Wiley, 2010). Marketing 4.0 mengedepankan pengembangan teknologi tidak hanya berhenti pada teknologi, tapi bagaimana teknologi mampu membantu merek dalam memanasikan relasi dengan para pelanggannya. Marketing 4.0 yang mengusung konsep digital atau lebih mengedepankan teknologi tidak serta merta mematikan pemasaran tradisional, karena marketing 4.0 bergerak dari enjoyment (1.0), experience (2.0), engagement (3.0) sampai kepada empowerment (4.0) dalam hubungannya dengan konsumen (Kertajaya, 2017: 73).

Ada empat karakter pokok dari marketing 4.0, yaitu pertama, waktu menjadi asset dan hal ini meminta pemasar untuk menyediakan waktu dua puluh empat jam melakukan operasi penjualan. Kedua, mengendalikan momen yang tepat bagi konsumen menjadi kunci bagi keunggulan perusahaan. Pada karakter kedua ini dapat dilakukan dengan memadukan saluran pemasaran, saluran pembayaran, dan saluran logistic, sehingga konsumen tidak kehilangan momen untuk bekerja sambil melakukan kegiatan shopping. Ketiga, melakukan identifikasi secara tepat situasi konsumen agar dapat menyesuaikan diri dengan perubahan dan memberikan solusi pemasaran yang tepat, contohnya adalah menggunakan teknologi untuk menyesuaikan materi promosi yang disampaikan kepada konsumen. Karakter keempat adalah perubahan penawaran, pemasaran dan promosi dapat dilakukan setiap saat. Marketing 4.0 menuntut pemasar untuk selalu bergerak dinamis, membaca perilaku konsumen sekaligus menyinergikan dengan peningkatan kualitas produk dan layanan.

## **Kesimpulan**

Kesimpulan dan saran yang dapat disampaikan dari hasil pengabdian ini, terutama bagi mahasiswa calon dan pelaku start up bisnis atau technopreneurship Kota Lhokseumawe, antara lain; (1). Bagi mahasiswa dan milenial, startup bisnis di era digital tidak perlu menunggu tua, kalau bisa sukses usia muda, kenapa harus ditunda. Sukses di usia muda yang cerdas mencari peluang dan giat dalam berusaha sehingga apa yang diimpikan dan dianggap mustahil oleh banyak orang berhasil dicapai oleh anak muda kota Lhokseumawe. Memang, setiap menit muncul start up digital baru dengan fitur yang hampir sama antara satu dengan yang lain. Maka keterampilan, inovasi, ide-ide kreatif, keberanian dan

keaktivitas yang cenderung dimiliki milenial yakin mampu diaplikasikan.

(2). Optimisme dalam memanfaatkan teknologi digital agar menjadi wirausaha dan talenta digital. Digital Entrepreneurship untuk memberikan pengetahuan dan keterampilan kepada mahasiswa untuk dapat memulai dan atau mengelola, serta mengembangkan usahanya dengan memanfaatkan media digital. Perlu secara kontiu dikenalkan bisnis start up dan cara mengembangkan agar dapat meminimalisir kegagalan. (3). Perkembangan startup business yang begitu cepat sangat terasa dan juga tanpa batas. Banyak hal penting yang harus dilakukan oleh para pelaku. Memperhitungkan bagaimana langkah awal saat membangun usaha tersebut. Memiliki sebuah ide dan inovasi merupakan langkah awal yang perlu dilakukan. Untuk mendapatkan sebuah ide dan inovasi tentunya harus mengenali permasalahan apa yang sedang terjadi dilingkungan, setelah itu tentukan bagaimana solusinya. Menggali ide-ide kreatif, inovasi, solutif, sangatlah membantu di era digitalisasi.

(4). Dunia startup bisnis perlu penting dipahami; sektor on demand service berbasis sociopreneur, sektor e-commerce dan sektor public service. Menumbuhkan faktor pendorong mahasiswa dan milenial dalam mendirikan, menjalankan dan mengembangkan start up dengan penguatan motivasi sosial, membuka lapangan pekerjaan dan tentu pemberdayaan masyarakat. Selan itu, adanya semangat tinggi, pantang menyerah, keberanian, adanya pendampingan, pelatihan-pelatihan, peka dan adaptif terhadap inovasi teknologi digitalisasi. (5). Start up entrepreneur, mahasiswa dan milenial perlu memiliki perencanaan yang jelas, baik dan benar. Perencanaan yang matang memang mutlak diperlukan dalam mengelola bisnis apapun, termasuk bisnis startup. Tidak hanya berperan dalam mengoperasikan bisnis, sebuah planning yang jelas juga akan ikut menentukan kesuksesan bisnis startup. Memanfaatkan peluang yang ada, sebagai pebisnis, mesti memiliki rasa peka terhadap kondisi sekitar. Termasuk peka dalam melihat peluang yang ada. Peluang tersebut bentuknya bisa berbagai macam. Mulai dari kerja sama dengan pebisnis lain, permintaan pasar, konsumen, konsep bisnis yang jelas sejak awal dan lain-lain. Setiap pebisnis memang boleh saja meniru startup lain yang sudah lebih dulu ada, namun jangan lupa untuk memastikan dengan memiliki ide yang segar, orisinal, dengan memenuhi selera pasar dengan baik.

(6). Modal yang memadai, kurangnya modal juga menjadi salah satu menyebabkan gagalnya sebuah bisnis startup. Meskipun modal yang besar tidak menjamin kesuksesan bisnis, namun tetap pastikan bahwa kondisi keuangan dikelola sebaik mungkin agar tidak terjadi defisit. Persaingan bisnis startup memang semakin ramai. Matinya satu bisnis startup dapat diikuti dengan tumbuhnya seribu bisnis startup yang baru.

(7). Bisnis start up Tim, dibalik bisnis startup yang sukses, pada umumnya terdapat tim yang kuat dan ideal. Termasuk pemilihan lokasi yang kurang tepat, sehingga bisnis startup akan kesulitan untuk berkembang. (8). Dukungan dari pemerintah, Perguruan Tinggi, perusahaan swasta, dan stakeholders yang peduli dengan masa depan generasi milenial dalam melakukan aktifitas usaha bisnis era digital. (9). Pendampingan, mengubah paradigma konvensional dalam masyarakat, penguatan personality mahasiswa, kreatif-inovatif, dukungan lingkungan, komitmen tim, ekosistem startup yang sehat, berorientasi pada proses dan hasil, berani mengambil resiko, percaya diri, kerja keras, jiwa kepemimpinan, tidak cepat bosan juga kemampuan adaptasi.

(10). Termasuk kurikulum Pendidikan tinggi, saat ini output dan outcame lulusannya lebih banyak yang mental menjadi pencari kerja dibandingkan dengan lulusan yang membuka lapangan pekerjaan. Sehingga tingginya job seeker akibat banyak perguruan tinggi yang menerapkan sistem untuk mempersiapkan mahasiswa untuk cepat lulus dan mendapat pekerjaan bukannya menjadikan mereka kreatif serta dapat membuka lapangan pekerjaan baru.

## Ucapan Terima Kasih

Dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini, tim pelaksana mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang turut membantu terlaksananya kegiatan ini. Khususnya kepada Narasumber, Universitas Malikussaleh dan peserta kegiatan. Berikut beberapa dokumentasi terkait kegiatan pengabdian dalam Upaya optimalisasi start up bisni kalangan mahasiswa dan milenial kota Lhokseumawe.

## Referensi

- Azwar, B. (2013). Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Niat Kewirausahaan (Entrepreneurial Intention)(Studi Terhadap Mahasiswa Universitas Islam Negeri SUSKA Riau). *Menara*, 12(1), 12-22.
- Burhan, Bungin. (2005). Metodologi Penelitian Kuantitatif Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya, Edisi Pertama. Jakarta, Prenada Media.
- Claria, D. A. K., & Sariyani, N. K. (2020). Metode Komunikasi Persuasif untuk Meningkatkan Motivasi Berwirausaha Masyarakat di Desa Kesiman Kertalangu pada Masa Pandemi Covid-19. *Linguistic Community Services Journal*, 1(1), 1-8.
- Candra, A. I., Hendy, H., Pratikto, H., Gunarto, A., & Sumargono, S. (2021). Digital Marketing untuk Kewirausahaan Pesantren di Masa Pandemi COVID-19. *Wikrama Parahita: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(1), 1-6.
- Coyanda, J. R. (2020). Model Technopreneur IT Mahasiswa Pada Masa Pandemic Covid 19 dengan Metode Business Model Canvas. *Jurnal Informatika Global*, 11(1).
- Casson, M. (1982). *The entrepreneur: An economic theory*. Rowman & Littlefield.
- Darwis, M. (2017). Entrepreneurship Dalam Perspektif Islam; Meneguhkan Paradigma Pertautan Agama Dengan Ekonomi. *IQTISHODUNA: Jurnal Ekonomi Islam*, 6(1), 190\_221-190\_221.

- Fajrillah, F., Purba, S., Sirait, S., Sudarso, A., Sugianto, S., Sudirman, A., ... & Simarmata, J. (2020). *SMART ENTREPRENEURSHIP: Peluang Bisnis Kreatif & Inovatif di Era Digital*. Yayasan Kita Menulis.
- Jadmiko, P. (2020). Minat Berwirausaha Sosial Dikalangan Mahasiswa. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 17(3), 445-456.
- Maryati, W., & Masriani, I. (2019). Peluang Bisnis Di Era Digital Bagi Generasi Muda Dalam Berwirausaha: Strategi Memperkuat Perekonomian. *Jurnal Mebis (Manajemen dan Bisnis)*, 4(2), 125-130.
- Rakib, M. (2016). Model Komunikasi Wirausaha, Pembelajaran Wirausaha, Sikap Kewirausahaan, dan Kinerja Usaha Kecil. *Jurnal Ilmu Pendidikan*, 17(2).
- Sudaryono, S., Rahwanto, E., & Komala, R. (2020). E-Commerce Dorong Perekonomian Indonesia, Selama Pandemi Covid 19 Sebagai Entrepreneur Modern Dan Pengaruhnya Terhadap Bisnis Offline. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 2(01), 200-2014.
- Santika, A., Lestari, A. P., Kumara, L., Jajang, M., & Khairunnisa, N. (2021). Peran Pemuda Kreatif Dalam Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Peningkatan Perekonomian Di Era Pandemi. *Jurnal PADMA: Pengabdian Dharma Masyarakat*, 1(2).
- Suhatri, R. A. (2018). Konsep Diri Wirausahawan Muda (Analisis Kualitatif Kepercayaan Diri Wirausahawan Muda di Kalangan Mahasiswa Ilmu Komunikasi FISIP USU).
- Wibowo, A., Pradiptha, A. P., Mulyati, M., & Utari, D. R. (2020). Penyuluhan Wirausaha Berbasis Teknologi untuk Pemulihan Ekonomi Masyarakat Terdampak Covid-19 di Masa New Normal. *E-Dimas: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 11(3), 357-365.
- Yunus, M. (2019). Ekonomi kreatif, konsep ekonomi baru penggerak mahasiswa menjadi wirausaha kreatif. In *Seminar Nasional Keindonesiaan Iv* (pp. 125-130).
- Zuraida, R., & Ayu, K. G. (2013). Perilaku Berwirausaha di Kalangan Mahasiswa Universitas Bina Nusantara (Binus). *ComTech: Computer, Mathematics and Engineering Applications*, 4(2), 904-913.
- Zakaria, Z. (2021). Penyuluhan Inovasi Kewirausahaanpada Masa Pandemi Covid-19 Diwilayah Geowisata, Desa Gunungmasigit, Jawa Barat. *Dharmakarya*, 10(1), 76-81.

**Sumber lain:**

FGD, wawancara, observasi lapangan, 2023  
BPS 2021-2022 Kota Lhokseumawe