

***Strengthening Student Entrepreneurship Capacity through Business Legality,  
Digital Marketing, and Branding Strategy Training at Universitas  
Muhammadiyah Riau***

**Penguatan Kapasitas Kewirausahaan Mahasiswa Melalui Pelatihan Legalitas  
Usaha, Pemasaran Digital, dan Strategi Branding di Universitas  
Muhammadiyah Riau**

**Sri Fitria Retnawaty<sup>\*1</sup>, Denny Astrie Anggraini<sup>2</sup>, Wan Laura Hardilawati<sup>3</sup>, Yeeri Badrun<sup>4</sup>,  
Retno Tri Wahyuni<sup>5</sup>**

<sup>1,2,3,4</sup>Universitas Muhammadiyah Riau, <sup>5</sup>Politeknik Caltex Riau

E-mail: fitriretno@umri.ac.id<sup>1\*</sup>, dennyastrie@umri.ac.id<sup>2</sup>, wanlaura@umri.ac.id,  
yeeribadrun@umri.ac.id, retnotri@umri.ac.id

Disubmit : 10 September 2025, Diterima : 10 Oktober 2025, Terbit: 20 Oktober 2025

---

**ABSTRAK**

Pengembangan kewirausahaan mahasiswa menjadi kebutuhan penting bagi perguruan tinggi dalam menyiapkan lulusan yang produktif, inovatif, dan berdaya saing pada era revolusi industri 4.0. Namun, berbagai kendala dialami mahasiswa wirausaha, antara lain keterbatasan pengetahuan manajerial, sumber daya manusia, dan legalitas usaha, sehingga banyak usaha yang tidak berkelanjutan. Penelitian ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas kewirausahaan mahasiswa Universitas Muhammadiyah Riau (UMRI) melalui pelatihan dan pendampingan kewirausahaan yang mencakup tiga aspek utama: (1) legalitas dan perizinan usaha, (2) sosial media & content marketing, serta (3) strategi pengembangan bisnis dan branding. Metode pelaksanaan dilakukan melalui seleksi peserta, penyusunan modul, pelatihan berbasis simulasi, pendampingan intensif, serta monitoring dan evaluasi. Sebanyak 20 mahasiswa yang terbagi dalam 10 usaha terlibat dalam program ini. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan signifikan pada kapasitas kewirausahaan mahasiswa, yang ditandai dengan terbitnya 10 dokumen legalitas usaha, 2 usulan merek dagang, serta kemampuan mahasiswa dalam menghasilkan konten pemasaran digital dan dokumen strategi pengembangan bisnis dan branding. Pelatihan ini terbukti efektif dalam memperkuat kapasitas manajerial dan pengetahuan bisnis mahasiswa, serta mendorong keberlanjutan usaha mahasiswa di UMRI. Dengan demikian, program ini dapat menjadi model pembinaan kewirausahaan berbasis kampus yang mampu menjawab keterbatasan pengalaman dan pengetahuan bisnis mahasiswa.

**Kata Kunci :** kewirausahaan mahasiswa, legalitas usaha, pemasaran digital, branding, UMRI.

**Abstract**

*The development of student entrepreneurship is an essential need for universities in preparing graduates who are productive, innovative, and competitive in the era of the Industrial Revolution 4.0. However, student entrepreneurs face various challenges, including limited managerial knowledge, human resources, and business legality, which often result in unsustainable ventures. This study aims to enhance the entrepreneurial capacity of students at Universitas Muhammadiyah Riau (UMRI) through entrepreneurship training and mentoring covering three main aspects: (1) business legality and licensing, (2) social media & content marketing, and (3) business development and branding strategies. The implementation method was carried out through participant selection, module preparation, simulation-based training, intensive mentoring, as well as monitoring and evaluation. A total of 20 students involved in 10 business ventures participated in this program. The results showed a significant improvement in students' entrepreneurial capacity, as evidenced by the issuance of 10 business legality documents, 2 trademark proposals, and students' ability to produce digital marketing content and business development and branding strategy documents. This training proved effective in strengthening students' managerial capacity and business knowledge, as well as encouraging the sustainability of student businesses at UMRI. Thus, the program can serve as a campus-based entrepreneurship development model that addresses the limitations of students' business knowledge and experience.*

**Keywords:** student entrepreneurship, business legality, digital marketing, branding, UMRI.

## 1. Pendahuluan

Wirausaha merupakan salah satu bentuk pembelajaran yang harus diberikan kepada mahasiswa di perguruan tinggi. Program wirausaha ini selaras dengan amanah yang tertuang pada pasal 14 ayat 5 dalam Peraturan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Nomor 3 Tahun 2020 tentang Standar Nasional Pendidikan Tinggi. Tuntutan perkembangan era revolusi industri 4.0 membutuhkan wirausaha yang produktif, inovatif dan berkualitas. Perguruan tinggi dalam hal ini memiliki sumberdaya manusia (SDM) yang berpotensi menjadi inisiator dan penguat wirausaha produktif di kalangan anak muda milenial khususnya mahasiswa.

Saat ini, rasio kewirausahaan di dalam negeri masih terbilang cukup rendah, bahkan tertinggal dibandingkan sejumlah negara ASEAN lainnya. Rasio kewirausahaan di dalam negeri masih sekitar 3,18 persen dari total populasi penduduk, masih tertinggal dari negara-negara ASEAN khususnya Thailand yang saat ini sudah 4,2 persen, Malaysia sudah 4,7 persen, dan Singapura sudah mencapai 8,7 persen (Santia, 2021). Sementara itu, di negara maju diperlukan pencapaian rasio wirausaha minimal 4%. Indonesia melalui Kementerian Koperasi dan UKM menargetkan rasio kewirausahaan nasional Indonesia bisa mencapai 3,9 persen sampai 2024, dengan memprioritaskan program pengembangan wirausaha muda milenial pada 2021 (Santia, 2020).

Universitas Muhammadiyah Riau (UMRI) sebagai salah satu kampus yang mendukung program pengembangan wirausaha menyadari hal tersebut, sehingga UMRI memasukkan Kewirausahaan sebagai salah satu mata kuliah wajib yang ada di perguruan tinggi. Selain itu UMRI juga giat memberikan pembinaan pada mahasiswa untuk menjadi wirausaha atau pekerja informal. Hal itu terlihat dari tingkat keikutsertaan dan keberhasilan mahasiswa UMRI pada beberapa kompetisi kemahasiswaan yang berkaitan dengan program kewirausahaan dalam beberapa tahun terakhir. Keberhasilan yang diraih seperti pendanaan dalam Program Kreativitas Mahasiswa Skim Kewirausahaan, Program Pembinaan Mahasiswa Wirausaha (P2MW) dan berbagai program kewirausahaan lainnya (Retnawaty, et al, 2024). Namun setelah program berakhir, usaha mahasiswa tidak lagi maksimal dijalankan karena mereka tidak mampu menyelesaikan permasalahan-permasalahan yang mereka hadapi dalam menjalankan usaha. Berdasarkan wawancara dengan mahasiswa berwirausaha, umumnya permasalahan yang terjadi adalah kesulitan untuk mempertahankan usaha yang ada karena keterbatasan pengetahuan dalam mengelola usaha, keterbatasan sumber daya manusia dan peralatan serta beberapa masalah lain-lainnya. Hal ini sejalan dengan yang dinyatakan dalam penelitian bahwa penghambat utama mahasiswa dalam menjalankan usaha adalah kurangnya pengalaman/pengetahuan bisnis, keterbatasan waktu dan modal serta keterbatasan sumber daya (termasuk alat dan SDM) (Boediman, 2024). Pernyataan Fauzi dan Amelia (2020) bahwa kalangan Usaha Kecil dan Menengah (UKM) memiliki keterbatasan sumber daya, baik dalam hal modal, pengetahuan, maupun akses pasar sehingga pembinaan wirausaha menjadi kebutuhan utama UKM. Pembinaan ini dapat mencakup pelatihan keterampilan manajerial, peningkatan akses terhadap sumber daya keuangan, serta penyediaan mentor yang mampu membimbing pengusaha dalam merencanakan dan mengelola bisnisnya dengan lebih efektif (Riyanto, 2022). Begitu juga dalam pelaksanaan usaha yang dilakukan oleh mahasiswa. Mahasiswa sebagai generasi muda memiliki potensi besar untuk mengembangkan ide-ide inovatif melalui wirausaha. Namun, banyak mahasiswa yang belum memiliki pengetahuan dan keterampilan yang cukup untuk memulai dan mengembangkan usaha (Handayani & Setiawan, 2019). Hal ini disebabkan karena pendidikan kewirausahaan masih belum memadai di banyak institusi, sehingga mahasiswa kekurangan keterampilan praktis (*financial literacy, marketing digital*) dan membuat mahasiswa kesulitan menjalankan dan mempertahankan usaha (Roca, Paco, Alves, 2024).

Fokus utama dari kegiatan ini adalah pada masalah kurangnya pengalaman/pengetahuan bisnis, sehingga melalui kegiatan ini diberikan penguatan kapasitas manajerial dan pengetahuan bisnis bagi mahasiswa dengan pelatihan dan pendampingan dari

akademisi/praktisi usaha kepada mahasiswa wirausaha agar bisa terus menjalankan usahanya masing-masing.

## 2. Metode

Metode pelaksanaan dirancang dalam bentuk kegiatan berjenjang yang meliputi:

### a. Persiapan :

1. Seleksi peserta yang memiliki usaha aktif atau rencana usaha.
2. Penyusunan modul dan narasumber pelatihan.

### b. Pelatihan dan Transfer Iptek “

1. Pelatihan Legalitas dan Perizinan Usaha: Pengenalan jenis legalitas (NIB, PIRT, Halal, HAKI), simulasi pembuatan dokumen, dan klinik konsultasi.
2. Pelatihan Sosial Media & Content Marketing: Pemanfaatan Instagram, TikTok, marketplace, serta pelatihan desain konten menggunakan aplikasi editing berbasis AI.
3. Pelatihan Strategi Pengembangan Bisnis dan Branding: Analisis SWOT, model bisnis canvas, strategi diferensiasi, hingga personal & product branding.

### c. Pendampingan Intensif (Mentoring) untuk keberlanjutan usaha :

1. Pendampingan oleh tim dosen/praktisi.
2. Klinik bisnis mini untuk konsultasi terkait keuangan, pemasaran, dan operasional.

### d. Monitoring dan Evaluasi :

1. Evaluasi capaian luaran pelatihan.
2. Indikator: usaha mahasiswa memiliki legalitas usaha, mahasiswa mampu menghasilkan konten pemasaran dan dokumen strategi pengembangan bisnis dan branding produk usaha mereka.

## 3. Hasil Pelaksanaan

Peserta yang dijadikan mitra dalam kegiatan pelatihan ini adalah mahasiswa UMRI yang memiliki usaha aktif atau rencana usaha. Sebanyak 20 orang mahasiswa terlibat dalam program ini yang terdiri dari 5 kelompok usaha dengan 15 orang mahasiswa, dan 5 orang mahasiswa yang sedang merintis usaha mandiri.

Tabel 2. Data Peserta Pelatihan

No	Produk Usaha	Program yang diikuti	Jumlah Mahasiswa (Orang)
1	Kerupuk Ikan Rasau : Makanan	Usaha Berjalan	3
2	3D Waldecor Creative Potlot : Produk Manufaktur	Entrepreneurship Award Tahun 2023	3
3	Tote Bag Laptop R19 : Perdagangan	P2MW dan KMI Expo Tahun 2023-2024	3
4	J'Cake : Makanan	Merintis Usaha	3
5	KOPSU : Minuman	Merintis Usaha	3
6	Istana Madu : Makanan	Merintis Usaha	1
7	Jilbab : Ghaniyya.id	Usaha Berjalan	1
8	Sedjiwa Rasa : Dimsum Mentai : Makanan	Usaha Berjalan	1
9	Teh Tarik Sero : Minuman	Usaha Berjalan	1
10	Rumah Jahit Nciq	Usaha Berjalan	1

Berdasarkan identifikasi masalah pada mahasiswa wirausaha, ditetapkan modul dan materi pelatihan yaitu :

- a. Legalitas dan Perizinan Usaha : Pengenalan jenis legalitas (NIB, PIRT, Halal, HAKI), simulasi pembuatan dokumen, dan klinik konsultasi.

- b. Sosial Media & Content Marketing: Pemanfaatan Instagram, TikTok, marketplace, serta pelatihan desain konten menggunakan aplikasi editing berbasis AI.
- c. Strategi Pengembangan Bisnis dan Branding: Analisis SWOT, model bisnis canvas, strategi diferensiasi, hingga personal & product branding.

Narasumber pelatihan Legalitas dan Perizinan Usaha merupakan praktisi dan akademisi yang ahli dibidangnya yang merupakan penyuluh Dinas Perindustrian, Perdagangan, Koperasi dan UMKM. Sementara narasumber pelatihan Sosial Media & Content Marketing dan Strategi Pengembangan Bisnis dan Branding merupakan akademisi sekaligus praktisi usaha yang memiliki pengalaman dalam menjalankan usaha.

Pelatihan dilaksanakan dalam 3 sesi dan hari yang berbeda yaitu pada 19-21 Agustus 2025. Pelatihan tidak hanya diberikan dengan teknik ceramah, tetapi juga dengan Teknik diskusi dan simulasi pembuatan dokumen, dan klinik konsultasi. Edukasi terkait legalitas usaha akan membantu pemilik UMKM memahami tata cara pengurusan dokumen legalitas dan meningkatkan perlindungan hukum usaha mereka sehingga meningkatkan kesadaran hukum pemilik UMKM (Indrawati, Rachmawati, 2021). Gambar 1 merupakan kegiatan pelatihan Legalitas dan Perizinan Usaha serta simulasi dan mentoring pembuatan dokumen.



Gambar 1 .Pelatihan Legalitas dan Perizinan Usaha

Dari pelatihan ini mahasiswa wirausaha didampingi untuk melakukan pengurusan NIB, pendaftaran merek usaha dan beberapa perizinan usaha lainnya, sehingga dari pelatihan ini dihasilkan 10 dokumen perizinan usaha dan 1 dokumen pengurusan merek. Gambar 2 merupakan output kegiatan yang dihasilkan antara lain berupa dokumen NIB.





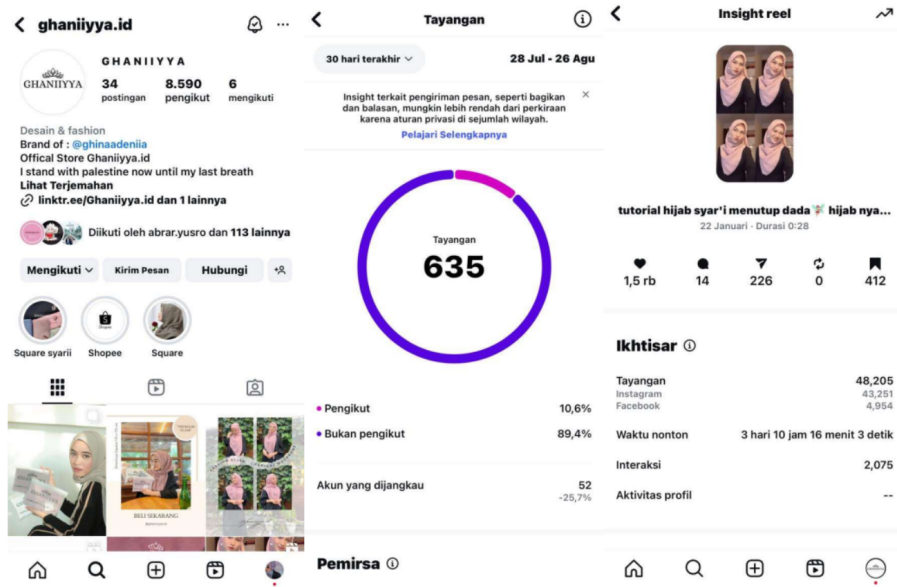
Gambar 2. Output Kegiatan Pelatihan dan Mentoring Legalitas dan Perijinan Usaha

Selain pelatihan legalitas dan perijinan usaha juga diberikan pelatihan sosial media & *content marketing* untuk menunjang pemasaran produk usaha mahasiswa. Penelitian Patma (2021) menunjukkan bahwa adopsi social media marketing berhubungan positif dengan keberlanjutan usaha dan performa pemasaran pada UKM di Indonesia; hambatan utama adalah keterbatasan pengetahuan teknis dan strategi pemasaran digital. Dalam sesi ini mahasiswa wirausaha tidak hanya diberikan pengetahuan teoritis terkait sosial media dan *content marketing*, mahasiswa wirausaha juga diberikan pelatihan untuk mendesain konten, sehingga dihasilkan konten pemasaran produk usaha yang dapat mereka unggah dan promosikan melalui berbagai media sosial mereka. Gambar 3 merupakan kegiatan pelatihan sosial media dan *content marketing* serta simulasi mendesain konten dan Gambar 4 merupakan output kegiatan yang dihasilkan yaitu salah satu konten pemasaran usaha mahasiswa.



Gambar 3 Pelatihan Sosial Media Dan *Content Marketing*

Berdasarkan gambar 4 terlihat salah satu konten pemasaran usaha mahasiswa yang diunggah di media sosialnya terkait tutorial pemasangan hijab syar'i. Konten ini mendapatkan tanggapan yang cukup baik dari konsumennya terlihat konten tersebut dalam 1 bulan diputar sebanyak 635 tayangan.



Gambar 4. output kegiatan yang dihasilkan yaitu salah satu konten pemasaran dan media sosial usaha mahasiswa

Sesi ketiga pelatihan adalah terkait strategi pengembangan bisnis dan branding. Melalui pelatihan ini mahasiswa wirausaha menghasilkan dokumen strategi pengembangan bisnis dan branding produk usahanya. Di pelatihan ini mahasiswa wirausaha diminta untuk melakukan analisis problem solution fit (PSF) dan product-market fit. Analisis problem solution fit dilakukan untuk mengetahui apakah usaha kita menyelesaikan permasalahan konsumen, sedangkan product market fit dilakukan untuk mengoptimalkan produk agar sesuai dengan kebutuhan pasar. Sehingga strategi pengembangan bisnis dan pendampingan memastikan mahasiswa tidak hanya mampu membuat produk, tetapi juga bisa menjualnya dengan tepat kepada target market. Gambar 5 dan 6 adalah dokumentasi kegiatan pelatihan yang dilakukan serta luaran yang dihasilkan dari kegiatan ini.



Gambar 5. Pelatihan Strategi Pengembangan Bisnis Dan Branding



STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS DAN BRANDING

Analisis Problem-Solution Fit (PSF) dan Product-Market Fit (PMF), Perancangan Strategi Branding



Gambar 6. merupakan output kegiatan yang dihasilkan yaitu dokumen Strategi Pengembangan Bisnis dan Branding

Setelah kegiatan pelatihan selesai, maka Pendampingan Intensif (Mentoring) untuk keberlanjutan usaha masih terus dilakukan oleh tim dosen/praktisi dalam bentuk klinik bisnis mini untuk konsultasi terkait keuangan, pemasaran, dan operasional usaha mahasiswa. Dengan adanya Pendampingan intensif ini mahasiswa wirausaha dapat mendiskusikan permasalahan usaha mereka, sehingga dihasilkan Solusi terbaik agar usaha mahasiswa tetap terus berkembang. Gambar 7 menunjukkan beberapa kegiatan pendampingan intensif yang dilakukan di klinik bisnis.



Gambar 7. Dokumentasi Kegiatan Pendampingan Intensif Yang Dilakukan

Dalam rangka mengevaluasi keberhasilan dan keberlanjutan dari program yang telah dihasilkan maka perlu dilakukan kegiatan Monitoring dan Evaluasi pelaksanaan kegiatan. Dari kegiatan yang telah dilakukan mahasiswa wirausaha memiliki dokumen legalitas usaha sesuai dengan jenis usahanya. Selain itu kegiatan ini telah meningkatkan pengetahuan dan kemampuan mahasiswa wirausaha untuk menghasilkan konten pemasaran dan dokumen strategi pengembangan bisnis dan branding produk yang bermanfaat bagi pengembangan usaha mereka.

## 5. Penutup

Dari kegiatan pelatihan dan pendampingan yang telah dilakukan pada mahasiswa wirausaha, maka dihasilkan sebanyak 10 dokumen legalitas usaha, dan 2 usulan merek. Selain itu kegiatan ini telah meningkatkan pengetahuan dan kemampuan mahasiswa wirausaha untuk menghasilkan konten pemasaran dan dokumen strategi pengembangan bisnis dan branding produk yang bermanfaat bagi pengembangan usaha mereka. Hal ini ditunjukkan dengan peningkatan kemampuan mahasiswa wirausaha menghasilkan konten yang dipublikasi di media sosial mereka untuk mengenalkan atau membranding produk/usaha mereka. Kegiatan ini telah memberikan penguatan kapasitas manajerial dan pengetahuan bisnis bagi mahasiswa wirausaha sehingga diharapkan dapat menyelesaikan permasalahan utama saat ini yaitu terkait kurangnya pengalaman/pengetahuan bisnis mahasiswa. Kegiatan lain dapat dilakukan untuk menyelesaikan permasalahan mahasiswa wirausaha lainnya di waktu yang akan datang.

## Ucapan Terima Kasih

Ucapan terima kasih kepada Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi Riset dan Teknologi, Kementerian Pendidikan Tinggi, Sains, dan Teknologi yang telah mendanai Program Pengabdian Kepada Masyarakat skim Pemberdayaan Berbasis Kewirausahaan dengan program Kewirausahaan Berbasis Mahasiswa Tahun ke-3 dari 3 tahun program. Ucapan terimakasih juga kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat yang telah memfasilitasi kegiatan ini serta kepada UPT Kewirausahaan Universitas Muhammadiyah Riau sebagai mitra pelaksanaan program.

## Daftar Pustaka

- Boediman, A. (2024). Analisis Faktor Penghambat Mahasiswa untuk Memulai Usaha Saat Masih Aktif di Perguruan Tinggi: Tinjauan dari Sudut Pandang Pengalaman dan Keterbatasan. *Socius: Jurnal Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial*, 1(10), 99-103. <https://doi.org/10.5281/zenodo.11180893>
- Fauzi, A., & Amalia, R. (2020). Pembinaan UKM dalam meningkatkan daya saing usaha. *Jurnal Manajemen UKM*, 8(2), 114-122. <https://doi.org/10.1234/jmu.v8i2.2020>
- Handayani, L., & Setiawan, A. (2019). Peran pembinaan kewirausahaan di perguruan tinggi dalam meningkatkan kompetensi mahasiswa. *Jurnal Kewirausahaan Pendidikan*, 11(1), 56-65. <https://doi.org/10.5678/jkp.2019.11.1.56>
- Indrawati, S. Rachmawati, A.F. (2021). Edukasi Legalitas Usaha sebagai Upaya Perlindungan Hukum bagi Pemilik UMKM. *Jurnal Dedikasi Hukum*, 1(3). <https://doi.org/10.22219/jdh.v1i3.17113>
- Patma, T.S., Wardana, L.W., Wibowo, A, Narmaditya, B.S., Akbarina, F., Awan, U. (2021). The impact of social media marketing for Indonesian SMEs sustainability: Lesson from Covid-19 pandemic. *Cogent Business & Management*, 8(195367), 1-16. <https://doi.org/10.1080/23311975.2021.1953679>
- Retnawaty, S.F, Anggraini, D.A, Hardilawati, W.L, Badrun, Y., Wahyuni, R.T. (2024). Pembinaan Berbasis Pendampingan untuk Membentuk Kewirausahaan Mahasiswa yang Inovatif dan Mandiri. *Dinamisia : Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 8(6), 1757-1766. <https://doi.org/10.31849/dinamisia.v8i6.23201>
- Riyanto, M. (2022). Pembinaan kewirausahaan untuk meningkatkan produktivitas UKM di era digital. *Jurnal Inovasi Bisnis*, 10(3), 233-245. <https://doi.org/10.1234/jib.v10i3.2022>
- Rocha, R.G., Paco, Ad., Alves, H. (2024). Entrepreneurship Education For Non-Business Students: A Social Learning Perspective. *The International Journal of Management Education*, 22(2024), 1-22. <https://doi.org/10.1016/j.ijme.2024.100974>
- Santia, T. (2021, Maret 14). Rasio Wirausaha Indonesia 3,47 Persen, Lebih Rendah Dibanding Malaysia dan Thailand. *liputan 6*, <https://www.liputan6.com/bisnis/read/4526628/rasio-wirausaha-indonesia-347-persen-lebih-rendah-dibanding-malaysia-dan-thailand>.
- Santia T. (2020, Desember 30). Rasio Kewirasuahaan Nasional Ditargetkan 3,9 Persen di 2024. *liputan 6*, <https://www.liputan6.com/bisnis/read/4445278/rasio-kewirasuahaan-nasional-ditargetkan-39-persen-di-2024>.