

## **Penguatan Kewirausahaan Melalui Analisis *Bussines Model Canvas* Untuk Meningkatkan Kemandirian Ekonomi Pada Ikatan Pelajar Nahdlatul Ulama (IPNU) Kecamatan Bantarsari Kabupaten Cilacap**

**Yudi Agus Setiawan<sup>1</sup>, Suwono<sup>2</sup>, Hakim<sup>3</sup>**

<sup>1,2,3</sup>*Fakultas Ekonomi, Universitas Nahdlatul Ulama Al Ghazali, Cilacap, Indonesia*  
Jl. Kemerdekaan Barat No.17, Kecamatan Kesugihan, Kabupaten Cilacap, Jawa Tengah  
\*Korespondensi : (namakuyudiagus@gmail.com)

### **Abstrak**

Pendidikan kewirausahaan bagi pelajar merupakan hal yang penting dan perlu mendapatkan perhatian serius. Salah satu organisasi pelajar yang sudah memulai berwirausaha adalah IPNU Kecamatan Bantarsari yang memanfaatkan platform sosial media Instagram dan Facebook sebagai sarana memasarkan produk diantaranya kaos, peci border, tasbih dan gelang. Kondisi IPNU Kecamatan Bantarsari masih memiliki keterbatasan dari segi pengetahuan bisnis, kemampuan manajerial, terutama dari pemanfaatan digital marketing. Business Model Canvas (BMC) memberikan kerangka kerja yang terstruktur dan komprehensif untuk menggambarkan elemen-elemen kunci dari suatu bisnis, termasuk segmen pelanggan, proposisi nilai, kanal distribusi, dan sumber daya kunci. Analisis ini menggali keinginan mitra untuk peduli pada pengenalan, peminatan dan pengembangan bisnis digital. Penggunaannya tidak hanya sekedar tools, tetapi suatu pendekatan holistik yang membimbing wirausaha dalam merancang, mengimplementasikan, dan mengelola bisnis. Kegiatan pengabdian pada masyarakat ini bertujuan untuk pemasaran usaha yang lebih kreatif dan inovatif, sebagai upaya dalam meningkatkan potensi dan kemandirian. Pemberian asset berupa alat press sablon dan bahan produksi pendukungnya merupakan dukungan dari program Pemberdayaan Masyarakat Pemula sebagai langkah yang tepat untuk mengatasi permasalahan produksi. Solusi permasalahan usaha mitra dalam menentukan segmen konsumen, pemasaran produk menjadi lebih mudah untuk diatasi dengan diberi sosialisasi, pelatihan dan transfer teknologi.

**Kata kunci:** Business model canvas (BMC), IPNU Bantarsari, Wirausaha

### **Abstract**

Entrepreneurship education for students is important and needs serious attention. One of the student organizations that has started entrepreneurship is IPNU Bantarsari District, which utilizes social media platforms Instagram and Facebook as a means to market products such as t-shirts, border caps, prayer beads, and bracelets. The condition of IPNU Bantarsari District still has limitations in terms of business knowledge, managerial skills, especially in the utilization of digital marketing. Business Model Canvas (BMC) provides a structured and comprehensive framework to describe the key elements of a business, including customer segments, value propositions, distribution channels, and key resources. This analysis delves into the partners' desire to care about the introduction, interest, and development of digital business. Its use is not just as a tool, but as a holistic approach that guides entrepreneurs in designing, implementing, and managing their businesses. This community service activity aims to promote more creative and innovative business marketing, as an effort to enhance potential and independence. The provision of assets in the form of screen printing press equipment and supporting production materials is a support from the Beginner Community Empowerment program as a proper step to address production issues. The solution to the partner's business problem in determining consumer segments and marketing products becomes easier to address with socialization, training, and technology transfer.

**Keywords:** Business model canvas (BMC), IPNU Bantarsari, Entrepreneurship

---

Submit: Oktober 2024

Diterima: Oktober 2024

Publis: November 2024



*Amaliah: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International (CC-BY-NC-ND 4.0)*

## 1. PENDAHULUAN

Pemuda adalah salah satu komponen yang memegang estafet keberlangsungan kehidupan dan mempunyai peran penting untuk berdaya. Dalam perjalanannya pemuda memiliki kesempatan mempresentasikan dirinya sebagai agen perubahan dengan melakukan aktivitas berkelompok. Secara formal, pemuda membangun kelompok dengan membuat organisasi yang diakui secara resmi oleh negara. Salah satunya adalah organisasi pemuda seperti Ikatan Pelajar Nahdatul Ulama (IPNU)(Nudin, 2017). Pendidikan kewirausahaan bagi pemuda merupakan hal yang penting dan perlu mendapatkan perhatian serius. Dengan adanya pendidikan kewirausahaan yang baik dan berkelanjutan dapat memperoleh manfaat seperti meningkatnya kemampuan berwirausaha dan kemandirian, pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan untuk memulai dan mengelola bisnis, serta terciptanya lapangan kerja baru. Adanya atau tumbuhnya jiwa Kewirausahaan kepada anak muda ini akan membuat dan meningkatkan kualitas maupun nantinya akan meningkatkan pertumbuhan ekonomi Indonesia Kewirausahaan membantu mengurangi dan bisa membuka lapangan pekerjaan bagi pengangguran (Safitri & Nawawi, 2022).

Salah satu organisasi kepemudaan yang sudah memulai berwirausaha dan berpotensi dikembangkan adalah PAC IPNU Kecamatan Bantarsari dengan jumlah anggota sebanyak 17 orang, mereka memanfaatkan platform sosial media Instagram sebagai sarana memasarkan produknya. Lokasi mitra berada di Bantarsari adalah sebuah Kecamatan di Kabupaten Cilacap, Jawa Tengah. Kecamatan ini berjarak sekitar 41 Km dari ibu kota Kabupaten Cilacap dan penduduknya masih banyak dikategorikan miskin (Aspriyani & Istikaanah, 2023). Peningkatan kewirausahaan ini dibutuhkan sehingga bisa menjadi contoh untuk memotivasi pemuda-pemuda lainnya terutama dilingkungan desa yang belum tersedia cukup lapangan pekerjaan. Permasalahan mitra adalah keterbatasan

dari segi peralatan produksi, kemampuan pemasaran yang belum luas, pengetahuan bisnis digital, legalitas ijin usaha, dan terutama kelemahan pemanfaatan digital marketing.



Gambar 1. Produk dari IPNU IPPNU Bantarsari.

Berdasarkan hasil kuisisioner yang dibagikan kepada 4 produk usaha yang dipasarkan PAC IPNU Kecamatan Bantarsari melalui Instagram dan Facebook, diperoleh fakta bahwa usaha yang dijalankan masih terkendala dalam hal pemasaran digital. Masalah yang dialami meliputi kendala dalam hal peralatan produksi, pemasaran yang belum maksimal karena masih berperan sebagai reseller dan produk terbatas, tampilan konten belum menarik, platform masih terbatas sosial media belum ada dalam marketplace dan belum memiliki ijin usaha legal (Wardhana, 2022). Usaha PAC IPNU Kecamatan Bantarsari belum mampu mengkerucutkan segmen pasar atau konsumen yang menjadi sasaran utama penjualan. Hal ini menyebabkan produk susah untuk dijual dan omzet tidak ada kenaikan serta paling parah akan menyebabkan discontinue produk karena belum terbranding dengan baik (Asmuni et

al., 2022). Penggunaan kemasan yang tidak sesuai dan kurang menarik. Strategi bisnis secara fungsional berorientasi pada fungsi kegiatan manajemen yang meliputi pemasaran, produksi, operasional, distribusi dan keuangan. Business Model Canvas bukan hanya sekedar tools, tetapi suatu pendekatan holistik yang membimbing wirausaha dalam merancang, mengimplementasikan, dan mengelola bisnis yang akan mereka jalani. Dengan membentuk jiwa enterpreunership memiliki keterampilan digital, mempraktekan perijinan usaha dan strategi pemasaran secara digital (Riyanto & Noeris, 2018). Kegiatan pengabdian ini adalah salah satu solusi persoalan kelompok pemuda yang berkeinginan pengembangan ekonomi lokal melalui peningkatan ketrampilan marketing dalam pemanfaatan marketplace atau bisnis digital. Business Model Canvas (BMC) memberikan kerangka kerja yang terstruktur dan komprehensif untuk menggambarkan elemen-elemen kunci dari suatu bisnis, termasuk segmen pelanggan, proposisi nilai, kanal distribusi, dan sumber daya kunci (Rahmawan, 2019).

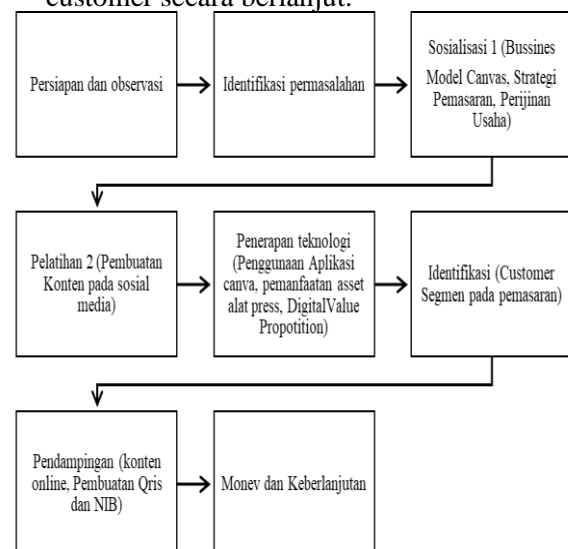
## 2. METODE PELAKSANAAN

Kegiatan PkM ini dilaksanakan dalam 5 (lima) tahapan, yaitu sosialisasi, pelatihan, penerapan teknologi, pendampingan, serta evaluasi dan keberlanjutan. Durasi waktu keseluruhan selama 6 (enam) bulan. Melalui tahapan-tahapan tersebut diharapkan program dan kegiatan dapat berjalan secara efektif untuk meningkatkan omzet penjualan produk online dalam rangka untuk mensejahterakan anggota PAC IPNU Kecamatan Bantarsari Kabupaten Cilacap. Penjelasan masing-masing tahapan adalah sebagai berikut:

1. Sosialisasi, berupa aktivitas presentasi/paparan program dan kegiatan oleh Tim Pelaksana kepada mitra sasaran yaitu PAC IPNU Kecamatan Bantarsari, bertempat di lokasi mitra. Materi sosialisasi meliputi strategi bisnis, *Product Branding*, perijinan usaha dan pemasaran marketplace sesuai segmentasi konsumen. Sosialisasi ini mencakup

penyampaian informasi terkait keberlanjutan usaha, penguatan manajemen organisasi, dan kemandirian ekonomi.

2. Pelatihan, berupa aktivitas penerapan bisnis digital dan pendampingan membuat NIB dan mengelola akun di dunia online dalam rangka membuat lapak usaha secara online.
3. Penerapan teknologi, meliputi aktivitas produksi menggunakan Mesin Press Sablon PRO Super High Pressure dan bahan baku, aplikasi menggunakan editing konten digital, produk branding dan peningkatan pemasaran online melalui marketplace.
4. Pendampingan, berupa pendampingan membuat packaging produk yang menarik, termasuk pemeliharaan marketplace dan troubleshooting dalam pengoperasian akun media sosial sebagai lapak pemasaran.
5. Evaluasi dan keberlanjutan, aktivitas ini dilaksanakan pengukuran dampak dari pelaksanaan program dan kegiatan oleh Tim Pengabdian. Keberlanjutan program merupakan aktivitas untuk memastikan bahwa mitra sasaran benar-benar dapat memanfaatkan marketplace dan peningkatan jumlah customer secara berlanjut.



Gambar 2. Metode pelaksanaan kegiatan pemberdayaan masyarakat

Berdasarkan hasil identifikasi masalah serta pemaparan solusi yang akan dilaksanakan, maka metode yang digunakan tentunya

dipilih berdasarkan ketepatan dan efisiensi kegiatan. Kegiatan ini melibatkan seluruh subjek dalam kelompok untuk diberi perlakuan (treatment), tidak menggunakan subjek yang diambil secara acak. Beberapa metode yang akan digunakan untuk kegiatan ini antara lain:

1. **Sosialisasi dan Transfer Teknologi**  
Metode ini digunakan pada kegiatan ini untuk menyampaikan materi terkait penggunaan alat produksi untuk meningkatkan produk, strategi bisnis digital dengan membuat konten editing dan akun marketplace. Pada metode ini dilakukan identifikasi masalah yang kemudian akan dianalisis dan dicari langkah penanganannya. Masing-masing anggota IPNU dibantu untuk mengidentifikasi permasalahan bisnisnya dan mendetil pada produknya. Pelatihan adalah suatu bentuk pembelajaran yang fokus pada interaksi langsung antara peserta dengan instruktur atau fasilitator. Dalam kegiatan ini, peserta berinteraksi pada kegiatan belajar yang praktis dan interaktif melalui diskusi dan analisis. Tujuan utama dari pelatihan adalah untuk memberikan peserta pengetahuan dan keterampilan baru serta meningkatkan kemampuan yang sudah dimiliki. Biasanya, pelatihan dilaksanakan dalam waktu yang terbatas dan diikuti oleh peserta yang memiliki tujuan yang sama.
2. **Pendampingan**  
Metode pendampingan dilaksanakan kepada anggota PAC IPNU Kecamatan Bantarsari yang menjadi mitra pengabdian mulai dari pengelolaan media pemasaran digital dan cara pembuatan konten yang menarik. Mendampingi pembuatan NIB dan QRIS melalui DPUMKM Kabupaten Cilacap Setelah semua anggota mitra mendapatkan materi dan pelatihan pada kegiatan workshop, maka semua anggota harus tetap mendapatkan pendampingan untuk memastikan apakah ilmu yang diperoleh mampu diimplementasikan atau tidak.

### **3. HASIL DAN PEMBAHASAN**

Hasil sosialisasi dan pelatihan dari BMC yang sudah kami lakukan sudah dapat menjadi suatu perkembangan yang diinginkan untuk strategi wirausaha IPNU Kecamatan Bantarsari Kabupaten Cilacap kedepannya (Pemkab, 2023). Permasalahan yang telah diatasi dalam kegiatan pengabdian kewirausahaan ini yaitu meliputi aspek produksi dengan pemerberian asset. Aspek produksi meliputi: menentukan value propotion produk, menemukan keunikan produk dan membangun product branding. Pada aspek pemasaran, yang menjadi sub aspek permasalahannya meliputi, penentuan customer segmen, membangun hubungan dengan konsumen atau customer relationship, mencari channel yang sesuai untuk memasarkan produk dan bagaimana caranya menjual produk dengan efektif. Selain itu, PAC IPNU Kecamatan Bantarsari juga belum memiliki konten usaha yang mampu menunjang penjualan dan pengenalan produk.



*Gambar 3. Serah terima asset kepada IPNU Kecamatan Bantarsari.*

Dari hasil pelatihan yang tim pengabdian berikan ada Sembilan elemen yang telah diterapkan sebelumnya. Berdasarkan penggunaan Business Model Canvas mitra yang masih pelajar lebih mudah mengetahui kelebihan maupun kekurangan yang ada dalam strategi usaha tersebut. Sembilan elemen tersebut adalah sebagai berikut:

Tabel 1. Analisis Business Model Canvas (BMC)

<b>Key Partners</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Konveksi</li> <li>▪ Network provider</li> <li>▪ Jasa Sablon</li> <li>▪ J&amp;T, POS, JNE</li> </ul>	<b>Key Activities</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Survei konsumen</li> <li>▪ Packing</li> <li>▪ Pemasaran</li> <li>▪ Direct Marketing</li> <li>▪ Marketing Online</li> </ul>	<b>Value Proposition</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Lembut dan nyaman</li> <li>▪ Harga terjangkau</li> <li>▪ Cocok cuaca tropis</li> <li>▪ Sablon berkualitas</li> </ul>	<b>Customer Relationships</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Harga Terjangkau</li> <li>▪ potongan harga</li> <li>▪ Gratis ongkir</li> </ul>
	<b>Key Resources</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Laptop</li> <li>▪ Tenaga kerja</li> <li>▪ Internet</li> <li>▪ Kendaraan</li> <li>▪ Distributor Bahan</li> </ul>	<b>Channels</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Offline store</li> <li>▪ Media sosial</li> <li>▪ Komunikasi Langsung</li> </ul>	
<b>Cost Structure</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Produksi</li> <li>▪ Sewa stand</li> <li>▪ Marketing</li> <li>▪ Transportasi</li> </ul>		<b>Revenue Streams</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Keuntungan dari penjualan</li> <li>▪ Ongkos kirim setiap delivery</li> <li>▪ Penjualan</li> </ul>	

Berdasarkan hasil pelatihan dengan anggota IPNU Kecamatan Bantarsari dan observasi langsung ke social media disertai dengan koordinasi mengenai Business Model Canvas, berikut deskripsi model bisnis yang telah dianalisis menggunakan konsep Business Model Canvas serta masukan untuk mengembangkan bisnis:

**Customer Segments** Customer merupakan kunci penting bagi perusahaan untuk mencapai tujuan bisnis, karena tanpa customer perusahaan akan sulit bertahan dan bersaing dalam jangka waktu yang panjang. Customer segments merupakan pengelompokan customer yang serupa dalam beberapa hal seperti preferensi, usia, jenis kelamin, dan kebiasaan pembelian. Customer segments dari kegiatan usaha anggota IPNU Kecamatan Bantarsari merupakan pelanggan bisnis seperti pelajar, komunitas pemuda karang taruna dan pelanggan individu yang aktif dalam kegiatan keagamaan. Masukan untuk elemen ini sebaiknya usaha anggota IPNU Kecamatan Bantarsari memiliki database pelanggannya dan menerapkan relationship

marketing sehingga dapat semakin mendekati diri kepada customer.

**Value Propositions** Dua aktivitas utama dalam bisnis adalah aktivitas menciptakan nilai (value creation) dan menangkap nilai (value capture), sehingga dapat disimpulkan bahwa suatu bisnis yang baik merupakan bisnis yang mampu memberikan nilai atau value pada konsumennya. *Value propositions* adalah manfaat yang diberikan organisasi atau perusahaan kepada segmen pasar yang dilayaninya dan merupakan elemen yang penting karena dapat membangun hubungan dan kesetiaan dengan pelanggan. Value propositions anggota IPNU Kecamatan Bantarsari adalah produk kaos berbahan lembut dan nyaman, harga terjangkau, bahan cutton cocok digunakan cuaca tropis dan kualitas sablon, kemudahan dalam proses pemesanan barang serta pemberian harga khusus (diskon) untuk langganan yang berbelanja melalui social media. Masukan untuk value propositions adalah memperluas jangkauan bisnis yaitu secara fisik (offline) dan online, melakukan pembaharuan produk mengikuti selera anak muda secara berkala sehingga dapat selalu memuaskan konsumen serta menyediakan alternatif pembayaran menggunakan Qris yang mempermudah transaksi.

**Channels** merupakan elemen yang penting bagi suatu perusahaan atau organisasi untuk menjangkau pangsa pasar serta calon pembeli yang lebih luas. Channels merupakan sarana dimana organisasi dapat mengkomunikasikan value propositions yang dimiliki kepada segmen pelanggan yang mereka targetkan dan layani. Channels usaha IPNU Kecamatan Bantarsari memanfaatkan social media, whatsapp group dan Word-of-mouth marketing (WOM marketing). Masukan untuk channels bagi anggota IPNU yaitu untuk memanfaatkan teknologi untuk memperluas channels dengan membuka lapak usaha secara offline dan menggunakan platform emarketplace sehingga mampu mengkomunikasikan proposisi nilainya dengan lebih maksimal. **Customer Relationships** pada intinya menggambarkan bagaimana hubungan yang

dibangun antara organisasi atau perusahaan dalam bisnis dengan konsumennya. Customer relationships adalah bagaimana organisasi menjaga hubungan dengan pelanggan. Customer relationship dari mitra IPNU Bantarsari adalah harga yang terjangkau, potongan harga (diskon atau promo) dan gratis ongkos kirim dari produk-produk yang dijual. Masukan untuk customer relationship adalah memperluas jaringan penjualan (offline dan online) serta dibuatnya product catalog online yang dapat mempermudah konsumen dalam menemukan produk yang diperlukan atau diinginkan. *Revenue Streams* merupakan sumber-sumber yang berkontribusi terhadap arus kas perusahaan atau organisasi baik secara tidak langsung maupun langsung. Revenue streams usaha IPNU Kecamatan Bantarsari adalah penjualan produk-produk usaha yang dihasilkan IPNU Kecamatan Bantarsari dengan harga lebih fleksibel dibandingkan competitor dan pembayaran secara cash di kegiatan pagelaran event. Sedangkan masukan untuk IPNU Kecamatan Bantarsari dapat menambah alternatif pembayaran sehingga untuk pembayaran akan berkembang secara online (e-money: OVO, Shopee Pay, GoPay).

*Key Resources* Sumber daya organisasi yang digunakan untuk mencapai proposisi nilai dapat disebut sebagai key resources yang berhubungan dengan aset penting yang dibutuhkan atau diperlukan bisnis dapat berjalan dengan baik. Empat jenis key resources yaitu intellectual, physical, financial dan human resources. Key resources IPNU Kecamatan Bantarsari berupa physical yaitu kendaraan untuk mengantar kiriman barang, alat press sablon yang sudah diterima dari program pengabdian ini kemudian perangkat laptop dan jaringannya dan human resources yaitu tenaga kerja dari anggota. Saran yang bisa diberikan untuk IPNU Kecamatan Bantarsari pada segmen ini adalah penambahan key resources berupa intellectual yaitu teknologi (e-commerce, e-money) agar usaha bisnis dapat berkembang dengan lebih luas dan menjangkau konsumen dari berbagai wilayah dan dapat

memperluas segmen yang dituju. *Key Activities* merupakan semua aktivitas terkait kinerja bisnis dengan produk yang aktivitas utamanya adalah menciptakan proposisi nilai. Key activities IPNU Kecamatan Bantarsari berupa distribusi, platform offline melalui lapak usaha di pameran dan pembelian produk dari penyedia bahan baku. Masukan untuk IPNU Kecamatan Bantarsari adalah menyediakan dua platform yaitu secara offline (yang sudah ada) disertai dengan platform online. *Key Partnership* Key partnership pada intinya menjelaskan kemitraan sehingga suatu model bisnis dapat dijalankan. Key partnership merupakan bagian dari pihak atau mitra yang bisa diajak untuk bekerjasama dalam membantu perkembangan bisnis atau organisasi. Key partnership IPNU Kecamatan Bantarsari adalah penyedia network provider, supplier perusahaan jasa kirim seperti J&T, POS, JNE yang memasok produk atau barang dagang yang dijual di IPNU Kecamatan Bantarsari serta pengusaha konveksi yang membantu suplay bahan baku di IPNU Kecamatan Bantarsari (bahan baku kaos dan bahan pendukungnya). Masukan untuk IPNU Kecamatan Bantarsari adalah mengadakan kerja sama dengan mitra berupa jasa pengiriman untuk mendukung perluasan bisnis secara offline maupun online.

*Cost Structure* merupakan komponen biaya operasional yang digunakan organisasi atau perusahaan untuk mewujudkan nilai yang diberikannya kepada pelanggan. Cost structure yang efektif dan efisien akan mendukung tercapainya laba yang dihasilkan organisasi atau perusahaan dengan lebih maksimal. Cost structure IPNU Kecamatan Bantarsari berupa sewa lapak pada saat kegiatan event, biaya marketing, dan pembelian bahan baku stok kain. Cost yang dikeluarkan IPNU Kecamatan Bantarsari cukup efisien namun masih mungkin dan bisa dioptimalkan seperti mematikan internet yang tidak diperlukan saat malam hari dan menggunakan tinta sablon secukupnya. Memperbaiki permasalahan yang dialami IPNU Kecamatan Bantarsari dapat

dilakukan dengan menerapkan strategi pengembangan bisnis yang tepat untuk mendukung kemajuan usaha yang dapat dianalisis melalui Business Model Canvas (BMC). Penerapan BMC dalam IPNU Kecamatan Bantarsari awalnya masih belum optimal dan belum dapat menjangkau pelanggan secara luas. Dengan BMC IPNU Kecamatan Bantarsari dapat mengetahui pada elemen-elemen mana yang masih bisa dikembangkan dan mengetahui strategi apa yang baik untuk digunakan.



Gambar 3. Pelaksanaan sosialisasi dan pelatihan di IPNU Kecamatan Bantarsari

Dari hasil analisis bisnis menggunakan BMC dan diskusi dengan tim pengabdian, diperoleh hasil bahwa IPNU Kecamatan Bantarsari dapat mengembangkan usaha dengan telah dimilikinya izin resmi berupa NIB dan pembuatan QRIS untuk mempermudah transaksi keuangan, peningkatan kreatifitas dalam marketing di social media dengan konten yang lebih menarik dan pemberian asset beserta bahan bakunya dari program pengabdian pemberdayaan masyarakat pemula ini membantu peningkatan kapasitas produksi yang akan meningkatkan omzet penjualan.

#### 4. KESIMPULAN

Program pengabdian dalam bidang kewirausahaan ini tentunya dilaksanakan sebagai bentuk partisipasi dan sumbangsih kepada permasalahan yang terjadi di

Masyarakat khususnya dalam konteks ini adalah usaha PAC IPNU Kecamatan Bantarsari Kabupaten Cilacap. Kewirausahaan dan inovasi dalam organisasi pelajar akan meningkatkan ekonomi dan derajat sosial sebagai strategi kunci untuk mencapai kemandirian dalam pembangunan berkelanjutan. Kegiatan ini berjalan dengan lancar dan mampu menjadi bagian dari solusi tujuan pencapaian jumlah wirausaha di Indonesia. LPPM UNUGHA Cilacap telah menjadi pendukung dan fasilitator yang memberikan ruang kepada para dosen agar bisa terjun langsung mengatasi permasalahan di Masyarakat. Upaya peningkatan keterampilan dan pendampingan secara berkelanjutan akan menjadi ukuran tingkat keberhasilan pada metode yang digunakan dan mengukur capaian yang sudah dilaksanakan.

#### UCAPAN TERIMA KASIH

Tim pengabdian Dosen dari UNUGHA Cilacap dan IPNU Kecamatan Bantarsari mengucapkan terima kasih atas terselenggaranya Program pengabdian masyarakat melalui skema Pemberdayaan Berbasis Masyarakat dengan ruang lingkup Pengabdian Masyarakat Pemula. Sumber anggaran dari Direktorat Riset, Teknologi, dan Pengabdian kepada Masyarakat, DIKTI RISTEK dan KEMDIKBUD RISTEK Tahun 2024.

#### REFERENSI

- Asmuni, A., Farida, L. N., & Septarini, M. A. (2022). Organisasi Pemuda dan Bisnis Digital: Usaha membangun Kewirausahaan Berbasis Digital. *Majalah Ilmiah Pelita Ilmu*, 5(2). <https://doi.org/10.37849/mipi.v5i2.317>
- Aspriyani, R., & Istikaanah, N. (2023). Analisis time series untuk memprediksi jumlah penduduk miskin di Cilacap. *Delta-Pi: Jurnal Matematika Dan Pendidikan Matematika*, 12(2). <https://doi.org/10.33387/dpi.v12i2.6707>
- Nudin. (2017). Peran Budaya Organisasi IPNU-IPPNU. *Jurnal Pendidikan*

- Pemkab, U. J. (2023). *Menuju Kemandirian Kuangan*. Dinas Koperasi Dan UMKM Provinsi Jawa Tengah.
- Rahmawan, Z. (2019). Analisis Strategi Pengembangan Bisnis Menggunakan Metode Bussines Model Canvas (BMC) Analisis SWOT dan Matriks QSPM (Studi Kasus : UKM Keripik Bayam Khasanah). *Sustainability (Switzerland)*, 11(1).
- Riyanto, A. D., & Noeris, M. F. (2018). Pelatihan Pemanfaatan Media Sosial sebagai Media Promosi Online untuk Pelaku UMKM di Cilacap. *J-ABDIPAMAS (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat)*, 2(2). <https://doi.org/10.30734/j-abdipamas.v2i2.236>
- Safitri, E., & Nawawi, Z. (2022). Pengembangan Jiwa Kewirausahaan/ Enterpreneurship di Kalangan Generasi Muda. *Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi Dan Manajemen (JIKEM)*, 2(1).
- Wardhana, A. (2022). Brand Marketing: The Art Of Branding. In *Brand Marketing: The Art of Branding* (Issue January).