



Membangun Bisnis Berkelanjutan melalui Penguatan Kapasitas Kewirausahaan Pemuda Karang Taruna

**Diah Ayu Septi Fauji¹, Subagyo², Faisol³, Anneke Shierly F Widodo⁴, Estri
Mujiati⁵, Samsi Rahayu⁶**

¹⁻⁶Universitas Nusantara PGRI Kediri
septifauji@unpkediri.ac.id¹

Received: 30 Maret 2026; Revised: 8 Mei 2026.; Accepted: 12 July 2026

Abstract

Youth play a strategic role in promoting economic growth through entrepreneurship. However, many young entrepreneurs still face various challenges, including limited understanding of sustainable business concepts, inadequate ability to identify business opportunities, weak financial management, and underutilization of digital technology for business development. Similar conditions were identified among members of the Youth Organization (Karang Taruna) in Ngronggo Village, Kediri City. Therefore, this community engagement program aimed to strengthen youth entrepreneurial capacity through a Sustainable Business Development training program conducted in collaboration with UKM Caraka as a local business partner. The implementation methods included preliminary observation, needs assessment, lectures, interactive discussions, case studies, mentoring, and evaluation through pre-tests, post-tests, and participant observations. The training covered sustainable business concepts, the Triple Bottom Line, business development strategies, branding, financial management, and the development of an antifragile entrepreneurial mindset. The results demonstrated improved participant understanding of sustainable business principles, enhanced ability to identify business opportunities, better marketing strategy formulation, and stronger motivation to develop adaptive, innovative, and long-term business ventures. Collaboration among the university, youth organizations, and local business actors significantly contributed to strengthening the local entrepreneurial ecosystem. This program is expected to serve as a community empowerment model for developing sustainable youth entrepreneurship that creates economic, social, and environmental value.

Keywords: sustainable business; entrepreneurship; community empowerment; MSMEs; youth organization

Abstrak

Pemuda merupakan salah satu kelompok masyarakat yang memiliki peran strategis dalam mendorong pertumbuhan ekonomi melalui kegiatan kewirausahaan. Namun demikian, sebagian besar wirausaha muda masih menghadapi berbagai kendala, seperti rendahnya pemahaman mengenai konsep bisnis berkelanjutan, keterbatasan kemampuan dalam mengidentifikasi peluang usaha, lemahnya pengelolaan keuangan, serta belum optimalnya pemanfaatan teknologi digital sebagai media pengembangan usaha. Kondisi tersebut juga ditemukan pada anggota Karang Taruna Kelurahan Ngronggo Kota Kediri. Oleh karena itu, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan meningkatkan kapasitas kewirausahaan pemuda melalui pelatihan Membangun Bisnis Berkelanjutan yang dilaksanakan bekerja sama dengan UKM Caraka sebagai mitra. Metode pelaksanaan meliputi observasi awal, identifikasi kebutuhan mitra, penyampaian materi, diskusi interaktif, studi kasus, pendampingan, serta evaluasi menggunakan pre-test, post-test, dan observasi partisipasi peserta. Materi pelatihan mencakup konsep Sustainable Business, Triple Bottom Line, strategi membangun usaha, branding, pengelolaan keuangan, dan penguatan antifragile mindset. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pemahaman peserta mengenai prinsip bisnis berkelanjutan, kemampuan mengidentifikasi peluang usaha, penyusunan strategi pemasaran, serta meningkatnya motivasi untuk membangun usaha yang adaptif, inovatif, dan berorientasi jangka panjang. Kolaborasi antara perguruan tinggi, Karang Taruna, dan pelaku usaha lokal memberikan kontribusi positif terhadap penguatan ekosistem kewirausahaan berbasis masyarakat. Program ini diharapkan menjadi model pemberdayaan pemuda dalam mengembangkan usaha yang mampu menciptakan manfaat ekonomi, sosial, dan lingkungan secara berkelanjutan.

Kata Kunci: bisnis berkelanjutan; kewirausahaan; pemberdayaan masyarakat; UMKM; Karang Taruna



A. PENDAHULUAN

Perkembangan ekonomi global yang ditandai dengan kemajuan teknologi digital, perubahan perilaku konsumen, serta meningkatnya perhatian terhadap isu keberlanjutan telah mengubah paradigma dalam menjalankan usaha. Saat ini keberhasilan suatu bisnis tidak lagi hanya diukur berdasarkan kemampuan menghasilkan keuntungan (profit), tetapi juga ditentukan oleh kontribusinya terhadap kesejahteraan masyarakat (people) serta kepedulian terhadap kelestarian lingkungan (planet) (Elkington, 1997). Paradigma tersebut melahirkan konsep bisnis berkelanjutan (sustainable business) yang semakin banyak diterapkan oleh perusahaan maupun pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) sebagai strategi untuk meningkatkan daya saing sekaligus menjaga keberlangsungan usaha dalam jangka panjang.

Di Indonesia, UMKM merupakan sektor yang memiliki kontribusi besar terhadap perekonomian nasional melalui penciptaan lapangan kerja, peningkatan pendapatan masyarakat, dan pemerataan pembangunan ekonomi. Namun demikian, sebagian besar UMKM masih menghadapi berbagai tantangan, antara lain rendahnya literasi kewirausahaan, keterbatasan inovasi, lemahnya pengelolaan usaha, serta belum optimalnya pemanfaatan teknologi digital dalam mendukung pengembangan bisnis. Kondisi tersebut menyebabkan banyak usaha mikro sulit berkembang dan kurang mampu beradaptasi terhadap perubahan lingkungan bisnis yang semakin dinamis.

Selain pelaku UMKM yang telah menjalankan usaha, kelompok pemuda juga merupakan aktor penting dalam pengembangan ekonomi lokal. Generasi muda memiliki kreativitas, kemampuan belajar yang tinggi, serta lebih adaptif terhadap perkembangan teknologi dibandingkan kelompok usia lainnya. Potensi tersebut perlu dioptimalkan melalui program pemberdayaan yang mampu meningkatkan kompetensi kewirausahaan sehingga mereka tidak hanya menjadi pencari kerja, tetapi juga mampu menciptakan lapangan kerja baru. Oleh karena itu, penguatan kapasitas kewirausahaan menjadi salah satu strategi penting dalam mendorong lahirnya wirausaha muda yang inovatif dan berdaya saing.

Karang Taruna Kelurahan Ngronggo Kota Kediri merupakan organisasi kepemudaan yang aktif dalam berbagai kegiatan sosial kemasyarakatan dan memiliki potensi besar dalam pengembangan kewirausahaan. Berdasarkan hasil observasi awal dan diskusi bersama pengurus Karang Taruna, diketahui bahwa sebagian anggota telah memiliki minat bahkan mulai merintis usaha di bidang kuliner, perdagangan, maupun jasa. Akan tetapi, sebagian besar peserta masih memiliki keterbatasan dalam memahami konsep bisnis berkelanjutan, menyusun strategi usaha, menentukan target pasar, mengelola keuangan, serta memanfaatkan media digital sebagai sarana membangun merek (branding) dan memperluas pasar.

Hasil identifikasi kebutuhan juga menunjukkan bahwa pola pikir kewirausahaan peserta masih didominasi oleh orientasi keuntungan jangka pendek. Banyak usaha dibangun berdasarkan tren pasar tanpa didukung oleh analisis kebutuhan konsumen maupun perencanaan usaha yang matang. Di sisi lain, aspek keberlanjutan seperti tanggung jawab sosial, efisiensi penggunaan sumber daya, serta pengelolaan lingkungan



belum menjadi bagian dari strategi bisnis yang dikembangkan. Kondisi tersebut menunjukkan perlunya intervensi melalui kegiatan edukasi dan pendampingan yang mampu membangun pemahaman mengenai pentingnya menjalankan usaha secara berkelanjutan.

Menjawab kebutuhan tersebut, tim pengabdian Universitas Nusantara PGRI Kediri bekerja sama dengan UKM Caraka menyelenggarakan program "Membangun Bisnis Berkelanjutan". Kegiatan ini dirancang sebagai media peningkatan kapasitas kewirausahaan melalui pemberian materi mengenai konsep Sustainable Business, Triple Bottom Line, strategi membangun usaha, pengelolaan keuangan, branding, pemanfaatan media digital, serta pembentukan antifragile mindset, yaitu kemampuan pelaku usaha untuk belajar, beradaptasi, dan berkembang di tengah perubahan dan ketidakpastian bisnis.

Pelaksanaan kegiatan tidak hanya berfokus pada penyampaian materi, tetapi juga menerapkan pendekatan partisipatif melalui diskusi, studi kasus, berbagi pengalaman bersama pelaku usaha, serta pendampingan dalam mengidentifikasi peluang usaha yang sesuai dengan potensi lokal. Pendekatan tersebut diharapkan mampu meningkatkan pengetahuan, keterampilan, dan motivasi peserta untuk membangun usaha yang lebih adaptif, inovatif, dan berorientasi jangka panjang.

Berdasarkan uraian tersebut, tujuan kegiatan pengabdian ini adalah meningkatkan kapasitas kewirausahaan anggota Karang Taruna Kelurahan Ngronggo melalui penguatan pemahaman mengenai bisnis berkelanjutan dan strategi pengembangan usaha yang mengintegrasikan aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan. Program ini diharapkan tidak hanya meningkatkan kompetensi individu peserta, tetapi juga memperkuat ekosistem kewirausahaan lokal melalui kolaborasi antara perguruan tinggi, organisasi kepemudaan, dan pelaku UMKM sehingga mampu memberikan dampak yang berkelanjutan bagi pembangunan ekonomi masyarakat..

B. PELAKSANAAN DAN METODE

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini dilaksanakan di Kota Kediri, dengan sasaran utama anggota Karang Taruna Kelurahan yang memiliki minat dalam bidang kewirausahaan maupun sedang merintis usaha mikro. Kegiatan dilaksanakan melalui kerja sama antara tim pengabdian Universitas Nusantara PGRI Kediri dengan UKM Caraka sebagai mitra yang berperan dalam berbagi praktik baik (best practice) mengenai pengelolaan usaha yang berkelanjutan.

Metode pelaksanaan menggunakan pendekatan Participatory Learning and Empowerment, yaitu metode pemberdayaan yang menempatkan peserta sebagai subjek utama dalam proses pembelajaran. Pendekatan ini dipilih agar peserta tidak hanya memperoleh pengetahuan secara konseptual, tetapi juga mampu mengidentifikasi permasalahan usaha, menyusun alternatif solusi, serta mengembangkan strategi bisnis yang sesuai dengan kondisi lingkungan mereka.



Pelaksanaan kegiatan diawali dengan observasi dan identifikasi kebutuhan melalui diskusi bersama pengurus Karang Taruna dan mitra UKM Caraka. Tahap ini bertujuan untuk memperoleh informasi mengenai karakteristik peserta, potensi kewirausahaan, kendala yang dihadapi, serta kebutuhan materi pelatihan. Hasil identifikasi menunjukkan bahwa peserta memerlukan peningkatan pemahaman mengenai konsep bisnis berkelanjutan, strategi membangun usaha, pengelolaan keuangan, pemanfaatan media digital, dan penguatan karakter kewirausahaan.

Tahap berikutnya adalah pelaksanaan pelatihan yang dilakukan melalui metode ceramah interaktif, diskusi kelompok, studi kasus, dan berbagi pengalaman (sharing session). Materi pelatihan meliputi konsep Sustainable Business, prinsip Triple Bottom Line (Profit, People, Planet), strategi membangun usaha berbasis kebutuhan pasar, branding, pengelolaan keuangan sederhana, pemanfaatan media sosial sebagai media pemasaran, serta pembentukan antifragile mindset sebagai karakter penting dalam menghadapi dinamika dunia usaha. Selama pelaksanaan kegiatan, peserta diberikan kesempatan untuk mendiskusikan ide usaha yang dimiliki serta memperoleh masukan langsung dari tim pengabdian dan mitra.

Setelah penyampaian materi, kegiatan dilanjutkan dengan pendampingan kelompok. Pada tahap ini peserta diminta mengidentifikasi peluang usaha yang dapat dikembangkan di lingkungan Kelurahan Ngronggo dengan mempertimbangkan kebutuhan pasar, keunggulan produk, serta penerapan prinsip keberlanjutan. Setiap kelompok kemudian mempresentasikan hasil diskusi untuk memperoleh umpan balik dari narasumber dan peserta lainnya. Pendekatan ini bertujuan untuk meningkatkan kemampuan analisis peserta sekaligus menumbuhkan budaya kolaborasi dalam pengembangan usaha.

Evaluasi kegiatan dilakukan untuk mengetahui tingkat ketercapaian tujuan program. Evaluasi menggunakan beberapa instrumen, yaitu pre-test dan post-test untuk mengukur peningkatan pengetahuan peserta, lembar observasi untuk menilai tingkat partisipasi selama kegiatan, serta angket kepuasan untuk mengetahui persepsi peserta terhadap materi, metode penyampaian, dan manfaat pelatihan. Selain itu, dilakukan penilaian terhadap kemampuan peserta dalam menjelaskan konsep bisnis berkelanjutan, mengidentifikasi peluang usaha, menentukan target pasar, serta menyusun strategi pengembangan usaha sederhana.

Keberhasilan kegiatan diukur berdasarkan beberapa indikator, yaitu meningkatnya pemahaman peserta mengenai konsep bisnis berkelanjutan, meningkatnya kemampuan dalam menyusun strategi usaha, meningkatnya motivasi berwirausaha, serta terjalinnya kemitraan antara Karang Taruna dengan UKM Caraka sebagai bagian dari pengembangan ekosistem kewirausahaan lokal. Hasil evaluasi tersebut menjadi dasar dalam menyusun rekomendasi program pendampingan lanjutan agar implementasi konsep bisnis berkelanjutan dapat diterapkan secara nyata oleh peserta dalam mengembangkan usaha mereka.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN



Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat dilaksanakan di Kota Kediri, dengan sasaran utama anggota Karang Taruna Kelurahan. Karang Taruna merupakan organisasi sosial kepemudaan yang berperan sebagai wadah pengembangan potensi generasi muda melalui berbagai kegiatan sosial, ekonomi, pendidikan, maupun pemberdayaan masyarakat. Dalam beberapa tahun terakhir, organisasi ini mulai menunjukkan perhatian terhadap pengembangan kewirausahaan sebagai salah satu upaya meningkatkan kemandirian ekonomi anggotanya.

Berdasarkan hasil observasi awal dan diskusi dengan pengurus Karang Taruna, diketahui bahwa sebagian anggota telah memiliki minat untuk memulai usaha, bahkan beberapa di antaranya telah menjalankan usaha mikro di bidang kuliner, perdagangan, jasa, dan pemasaran digital. Namun demikian, usaha yang dijalankan masih bersifat sederhana dengan skala usaha yang relatif kecil serta belum memiliki sistem pengelolaan usaha yang memadai. Sebagian besar peserta masih menjalankan usaha berdasarkan pengalaman pribadi tanpa didukung oleh perencanaan bisnis yang sistematis.

Hasil identifikasi kebutuhan menunjukkan bahwa kendala utama yang dihadapi peserta tidak terletak pada rendahnya motivasi berwirausaha, melainkan pada keterbatasan pengetahuan mengenai bagaimana membangun usaha yang mampu bertahan dalam jangka panjang. Sebagian besar peserta masih memahami keberhasilan usaha hanya dari besarnya keuntungan yang diperoleh, sedangkan aspek keberlanjutan, inovasi, pengelolaan sumber daya, dan tanggung jawab sosial belum menjadi perhatian utama.

Selain itu, perkembangan teknologi digital yang sangat pesat belum dimanfaatkan secara optimal oleh peserta sebagai sarana pengembangan usaha. Meskipun hampir seluruh peserta telah menggunakan media sosial dalam kehidupan sehari-hari, penggunaannya masih didominasi untuk komunikasi pribadi dan hiburan. Pemanfaatan media digital sebagai media pemasaran, pembangunan merek (branding), maupun pengembangan hubungan dengan pelanggan masih relatif rendah. Kondisi ini menunjukkan adanya kesenjangan antara tingginya akses terhadap teknologi digital dengan kemampuan memanfaatkannya untuk kepentingan bisnis.

Permasalahan lain yang ditemukan adalah belum adanya pemahaman mengenai pentingnya pengelolaan keuangan usaha. Sebagian besar peserta masih mencampurkan keuangan usaha dengan keuangan pribadi sehingga sulit mengetahui keuntungan usaha secara riil. Di samping itu, peserta belum memiliki kemampuan dalam menentukan target pasar, menyusun strategi pemasaran, maupun melakukan analisis kebutuhan konsumen sebelum memulai usaha.

Kondisi tersebut menunjukkan bahwa pengembangan kewirausahaan di kalangan pemuda tidak cukup hanya dilakukan melalui pemberian motivasi, tetapi memerlukan peningkatan kompetensi yang mencakup aspek pengetahuan, keterampilan, dan pembentukan karakter kewirausahaan. Oleh karena itu, kegiatan pengabdian ini dirancang untuk memberikan solusi melalui pendekatan pelatihan dan pendampingan mengenai bisnis berkelanjutan (Sustainable Business) sehingga peserta mampu membangun usaha yang tidak hanya menghasilkan keuntungan ekonomi, tetapi juga mampu memberikan manfaat sosial dan memperhatikan keberlanjutan lingkungan.

Pelaksanaan kegiatan pengabdian dilakukan melalui beberapa tahapan yang saling berkaitan, dimulai dari observasi kebutuhan, penyampaian materi, diskusi kelompok, pendampingan, hingga evaluasi kegiatan. Pendekatan ini dipilih agar proses pembelajaran



tidak hanya bersifat satu arah, tetapi mampu mendorong peserta untuk berpartisipasi aktif dalam mengidentifikasi permasalahan dan merumuskan solusi yang sesuai dengan kondisi usaha mereka.

Tahap pertama adalah identifikasi kebutuhan mitra. Pada tahap ini tim pengabdian melakukan diskusi bersama pengurus Karang Taruna dan UKM Caraka mengenai kondisi kewirausahaan pemuda di Kelurahan Ngronggo. Informasi yang diperoleh menjadi dasar dalam penyusunan materi pelatihan sehingga topik yang disampaikan benar-benar sesuai dengan kebutuhan peserta.

Tahap kedua adalah pelaksanaan pelatihan. Kegiatan diawali dengan penyampaian materi mengenai konsep Sustainable Business sebagai paradigma baru dalam menjalankan usaha. Peserta diberikan pemahaman bahwa keberhasilan usaha tidak lagi hanya ditentukan oleh kemampuan memperoleh keuntungan, tetapi juga oleh kemampuan memberikan manfaat kepada masyarakat dan menjaga kelestarian lingkungan. Konsep tersebut dijelaskan melalui pendekatan Triple Bottom Line yang terdiri atas Profit, People, dan Planet.

Pada sesi berikutnya peserta memperoleh materi mengenai strategi membangun usaha yang dimulai dari kemampuan mengidentifikasi masalah di masyarakat sebagai sumber peluang bisnis. Peserta diajak memahami bahwa usaha yang dibangun berdasarkan kebutuhan konsumen memiliki peluang keberhasilan yang lebih besar dibandingkan usaha yang hanya mengikuti tren pasar. Materi ini kemudian dilanjutkan dengan pembahasan mengenai penentuan target pasar, penciptaan nilai unik produk (unique value proposition), pentingnya melakukan uji pasar sebelum produksi dalam skala besar, serta menjaga kualitas produk agar mampu menciptakan pelanggan yang loyal.

Selain aspek strategi bisnis, peserta juga memperoleh materi mengenai branding dan pemanfaatan media sosial sebagai sarana membangun citra usaha. Pada sesi ini dijelaskan bahwa media sosial bukan hanya digunakan untuk meningkatkan jumlah pengikut (followers), tetapi harus dimanfaatkan sebagai media komunikasi yang mampu membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan. Peserta diberikan contoh bagaimana membangun identitas merek yang konsisten melalui konten yang informatif, pelayanan yang baik, dan kualitas produk yang terjaga.

Materi lain yang mendapatkan perhatian besar dari peserta adalah mengenai mindset antirapuh (antifragile mindset). Dalam sesi ini peserta diajak memahami bahwa tantangan dan kegagalan merupakan bagian dari proses pembelajaran dalam berwirausaha. Seorang wirausaha tidak cukup hanya mampu bertahan menghadapi perubahan, tetapi juga harus mampu belajar dari setiap tantangan sehingga usahanya menjadi semakin kuat. Konsep ini mendapat respons positif karena sebagian besar peserta mengaku pernah mengalami kegagalan atau keraguan ketika memulai usaha.

Setelah penyampaian materi, kegiatan dilanjutkan dengan diskusi kelompok. Peserta diminta mengidentifikasi peluang usaha yang dapat dikembangkan di lingkungan Kelurahan Ngronggo berdasarkan kebutuhan masyarakat sekitar. Setiap kelompok kemudian menyusun ide usaha sederhana yang memuat target pasar, keunggulan produk, strategi pemasaran, serta penerapan prinsip keberlanjutan. Hasil diskusi dipresentasikan kepada seluruh peserta untuk memperoleh masukan dari tim pengabdian maupun mitra UKM Caraka.



Melalui metode diskusi dan presentasi, suasana pelatihan menjadi lebih interaktif. Peserta tidak hanya menerima informasi dari narasumber, tetapi juga belajar dari pengalaman peserta lain sehingga proses pembelajaran berlangsung secara kolaboratif. Salah satu indikator keberhasilan kegiatan pengabdian ini adalah meningkatnya kapasitas peserta dalam memahami konsep bisnis berkelanjutan. Berdasarkan hasil observasi selama kegiatan berlangsung, terlihat adanya perubahan yang cukup signifikan pada pola pikir peserta mengenai cara membangun usaha.

Sebelum pelatihan dilaksanakan, sebagian besar peserta menganggap bahwa keberhasilan usaha hanya ditentukan oleh besarnya keuntungan yang diperoleh. Setelah mengikuti kegiatan, peserta mulai memahami bahwa keberlanjutan usaha sangat dipengaruhi oleh kemampuan menjaga keseimbangan antara keuntungan ekonomi, kepuasan pelanggan, serta kepedulian terhadap lingkungan. Perubahan cara pandang tersebut menunjukkan bahwa materi mengenai Triple Bottom Line berhasil memberikan perspektif baru mengenai konsep keberhasilan usaha.

Peningkatan kapasitas juga terlihat dari kemampuan peserta dalam mengidentifikasi peluang usaha. Sebelum kegiatan, ide usaha yang muncul cenderung mengikuti tren pasar tanpa didasarkan pada kebutuhan konsumen. Setelah mengikuti pelatihan, peserta mulai mampu mengidentifikasi masalah di lingkungan sekitar sebagai sumber peluang bisnis. Pendekatan ini mendorong peserta untuk menghasilkan ide usaha yang lebih realistis dan memiliki nilai tambah bagi masyarakat.

Dari aspek pemasaran, peserta menunjukkan peningkatan pemahaman mengenai pentingnya menentukan target pasar sebelum menyusun strategi promosi. Sebelumnya peserta cenderung menggunakan media sosial hanya sebagai sarana mengunggah foto produk, sedangkan setelah pelatihan mereka mulai memahami pentingnya membangun identitas merek (branding), menjaga konsistensi komunikasi pemasaran, serta menciptakan hubungan jangka panjang dengan pelanggan.

Peningkatan kapasitas juga terlihat pada aspek pengelolaan keuangan. Dalam sesi diskusi, beberapa peserta mengemukakan bahwa mereka baru menyadari pentingnya memisahkan keuangan usaha dengan keuangan pribadi. Kesadaran tersebut merupakan langkah awal yang penting dalam membangun tata kelola usaha yang lebih profesional.

Selain peningkatan pengetahuan, kegiatan ini juga memberikan dampak terhadap aspek psikologis peserta. Melalui pembahasan mengenai antifragile mindset, peserta menjadi lebih percaya diri untuk memulai usaha dan tidak lagi memandang kegagalan sebagai akhir dari proses bisnis. Sebaliknya, kegagalan dipahami sebagai sumber pembelajaran yang dapat digunakan untuk memperbaiki strategi usaha pada masa mendatang.

Secara umum, hasil kegiatan menunjukkan bahwa pendekatan pelatihan partisipatif yang dipadukan dengan pendampingan mampu meningkatkan kompetensi kewirausahaan peserta secara lebih komprehensif. Tidak hanya aspek pengetahuan yang meningkat, tetapi juga keterampilan berpikir kritis, kemampuan bekerja sama, serta motivasi untuk mengembangkan usaha secara berkelanjutan.

PENUTUP

Simpulan



Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat melalui program "Membangun Bisnis Berkelanjutan" telah memberikan kontribusi positif dalam meningkatkan kapasitas kewirausahaan anggota Karang Taruna Kelurahan . Pelaksanaan kegiatan yang mengintegrasikan penyampaian materi, diskusi interaktif, studi kasus, dan pendampingan mampu meningkatkan pemahaman peserta mengenai konsep Sustainable Business, prinsip Triple Bottom Line (Profit, People, Planet), strategi membangun usaha, pengelolaan keuangan, branding, serta pentingnya membangun karakter wirausaha yang adaptif melalui antifragile mindset.

Hasil pelaksanaan kegiatan menunjukkan bahwa peserta mengalami perubahan pola pikir dari orientasi usaha yang hanya berfokus pada keuntungan jangka pendek menuju pemahaman bahwa keberhasilan usaha juga ditentukan oleh kemampuan menciptakan nilai sosial, menjaga kelestarian lingkungan, serta membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan. Selain itu, peserta mulai memahami pentingnya melakukan identifikasi kebutuhan pasar sebelum memulai usaha, menentukan target konsumen secara lebih spesifik, membangun keunggulan produk, serta memanfaatkan media digital sebagai sarana membangun identitas merek dan memperluas jangkauan pemasaran.

Pendekatan pemberdayaan yang bersifat partisipatif juga mendorong meningkatnya kemampuan peserta dalam mengidentifikasi peluang usaha yang sesuai dengan potensi lokal. Melalui proses diskusi dan pendampingan, peserta mampu menyusun gagasan usaha yang lebih sistematis dengan mempertimbangkan aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan sebagai bagian dari strategi pengembangan usaha berkelanjutan. Kegiatan ini sekaligus memperkuat motivasi peserta untuk mengembangkan usaha yang lebih inovatif, adaptif terhadap perubahan, dan memiliki daya saing yang lebih tinggi.

Kolaborasi antara Universitas , Karang Taruna Kelurahan , dan UKM Caraka menunjukkan bahwa sinergi antara perguruan tinggi, organisasi kepemudaan, dan pelaku usaha lokal merupakan strategi yang efektif dalam mendukung pemberdayaan masyarakat. Kehadiran mitra memberikan pengalaman praktis yang melengkapi materi pelatihan sehingga peserta memperoleh pemahaman yang lebih aplikatif mengenai implementasi bisnis berkelanjutan dalam dunia usaha.

Ke depan, program pemberdayaan seperti ini perlu dikembangkan melalui kegiatan pendampingan yang lebih berkelanjutan, khususnya dalam aspek digitalisasi usaha, penguatan manajemen keuangan, pengembangan model bisnis, inovasi produk, serta perluasan jejaring pemasaran. Dengan demikian, peningkatan kompetensi yang telah diperoleh peserta tidak berhenti pada tataran pengetahuan, tetapi dapat diimplementasikan secara nyata dalam pengembangan usaha yang mampu memberikan manfaat ekonomi, sosial, dan lingkungan secara berkelanjutan.

D. DAFTAR PUSTAKA

- [1] Alonso-Martinez, D., De Marchi, V., & Di Maria, E. (2021). The sustainability performances of sustainable business models. *Journal of Cleaner Production*, 297, 129145. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2021.129145>



-
- [2] Elkington, J. (1997). *Cannibals with forks: The triple bottom line of 21st century business*. Capstone Publishing.
 - [3] Joyce, A., & Paquin, R. L. (2016). The triple layered business model canvas: A tool to design more sustainable business models. *Journal of Cleaner Production*, 135, 1474–1486. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2016.06.067>
 - [4] Kotler, P., & Keller, K. L. (2022). *Marketing management* (16th ed.). Pearson.
 - [5] Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2021). *Marketing 5.0: Technology for humanity*. Wiley.
 - [6] Miles, M. P., & Covin, J. G. (2000). Environmental marketing: A source of reputational, competitive, and financial advantage. *Journal of Business Ethics*, 23(3), 299–311.
 - [7] Nosratabadi, S., Mosavi, A., Shamshirband, S., Zavadskas, E. K., Rakotonirainy, A., & Chau, K. W. (2019). Sustainable business models: A review. *Sustainability*, 11(6), 1663.
 - [8] Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010). *Business model generation*. John Wiley & Sons.
 - [9] Porter, M. E., & Kramer, M. R. (2011). Creating shared value. *Harvard Business Review*, 89(1–2), 62–77.
 - [10] Schaltegger, S., Hansen, E. G., & Lüdeke-Freund, F. (2016). Business models for sustainability: Origins, present research, and future avenues. *Organization & Environment*, 29(1), 3–10.
 - [11] Shepherd, D. A., & Patzelt, H. (2011). The new field of sustainable entrepreneurship: Studying entrepreneurial action linking “what is to be sustained” with “what is to be developed.” *Entrepreneurship Theory and Practice*, 35(1), 137–163.
 - [12] Szekely, F., & Dossa, Z. (2017). *Beyond the triple bottom line: Eight steps toward a sustainable business model*. MIT Press.
 - [13] Taleb, N. N. (2012). *Antifragile: Things that gain from disorder*. Random House.
 - [14] Wahyudi, T., Prasetyo, A. A. S. P., Wulandari, S. S., & Artanti, Y. (2025). Aligning MSMEs with the Triple Bottom Line: A systematic literature review on sustainable business implementation in Indonesia. *JPEKA: Jurnal Pendidikan Ekonomi, Manajemen dan Keuangan*, 9(1), 57–86. <https://doi.org/10.26740/jpeka.v9n1.p57-86>
 - [15] Yunus, M., Moingeon, B., & Lehmann-Ortega, L. (2010). Building social business models: Lessons from the Grameen experience. *Long Range Planning*, 43(2–3), 308–325.