

**Start Up Talk to Entrepreneur: Merubah Mindset Shift dari Follower Menjadi Owner****Start Up Talk to Entrepreneurs: Shifting Your Mindset from Follower to Owner****Hadi Ismanto¹, Vembri Aulia Rahmi^{2*}, Muhammad Rosyihuddin³**^{1,2} Program Studi Kewirausahaan, Universitas Muhammadiyah Gresik, Indonesia^{2,3} Program Studi Magister Manajemen, Universitas Muhammadiyah Gresik, Indonesia*Penulis Korespondensi: vembriaulia@umg.ac.id**Article History:**

Naskah Masuk: 17 November 2025;

Revisi: 14 Desember 2025;

Diterima: 15 Januari 2026;

Terbit: 17 Januari 2026.

Keywords: Digital Marketing;

Entrepreneurial Mindset;

Entrepreneurship;

Entrepreneurship Seminar; Gresik

MSMEs.

Abstract: This Community Service (PkM) activity was implemented in the form of an entrepreneurship seminar. This seminar strategically raised the theme "Changing the Mindset Shift from Follower to Owner", with the crucial aim of facilitating a paradigm shift in participants from mere passive consumers or followers to active and empowered business owners (owners). The implementation of PkM is based on the reality of the high unemployment rate among educated people and the urgency of global economic challenges that demand mental transformation and strengthening of practical skills. The main target group of this activity included students of entrepreneurship study programs from various universities in East Java as well as representatives of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) operating in the Gresik area, ensuring the relevance of the material to academic and practical needs. This seminar featured two credible expert speakers in the field of entrepreneurship. The implementation method focused on interactive delivery of material, followed by a focused discussion session to maximize knowledge absorption. The results achieved showed a significant increase in understanding among participants, not only regarding the importance of instilling an entrepreneurial mindset but also mastery of practical aspects of business, including digital marketing implementation strategies and concrete steps in starting or developing a business unit. Through this intervention, PkM is expected to be able to provide a real contribution to accelerating the creation of new, innovative entrepreneurs and strengthening the sustainable entrepreneurial ecosystem in East Java.

Abstrak

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) ini dilaksanakan dalam bentuk seminar kewirausahaan. Seminar ini secara strategis mengangkat tema "Merubah Mindset Shift Dari Follower Menjadi Owner", bertujuan krusial untuk memfasilitasi perubahan paradigma peserta dari sekadar konsumen pasif atau pengikut (follower) menjadi pemilik bisnis yang aktif dan berdaya (owner). Pelaksanaan PkM didasarkan pada realitas tingginya tingkat pengangguran di kalangan terdidik dan urgensi tantangan ekonomi global yang menuntut transformasi mental dan penguatan keterampilan praktis. Kelompok sasaran utama kegiatan ini mencakup mahasiswa program studi kewirausahaan dari berbagai perguruan tinggi di Jawa Timur serta perwakilan pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang beroperasi di wilayah Gresik, memastikan relevansi materi dengan kebutuhan akademis dan praktis. Seminar ini menghadirkan dua narasumber ahli di bidang kewirausahaan yang kredibel. Metode pelaksanaan difokuskan pada penyampaian materi secara interaktif, diikuti dengan sesi diskusi terarah guna memaksimalkan penyerapan pengetahuan. Hasil yang dicapai menunjukkan peningkatan pemahaman yang signifikan di kalangan peserta, tidak hanya mengenai pentingnya menanamkan entrepreneurial mindset tetapi juga penguasaan aspek-aspek praktis usaha, termasuk strategi implementasi digital marketing dan langkah-langkah konkret dalam memulai atau mengembangkan unit bisnis. Melalui intervensi ini, PkM diharapkan mampu memberikan kontribusi nyata terhadap akselerasi penciptaan wirausaha baru yang inovatif dan penguatan ekosistem kewirausahaan yang berkelanjutan di Jawa Timur.

Kata Kunci: Digital Marketing; Kewirausahaan; Mindset Wirausaha; Seminar Kewirausahaan; UMKM Gresik.

1. PENDAHULUAN

Indonesia menghadapi tantangan krusial dalam meningkatkan rasio kewirausahaan nasional guna mencapai stabilitas dan kemandirian ekonomi. Data menunjukkan bahwa rasio wirausaha aktif masih perlu ditingkatkan agar sejalan dengan negara-negara maju, sekaligus mengatasi tingginya tingkat pengangguran terdidik. Perguruan tinggi, melalui pelaksanaan Tri Dharma, memiliki peran sentral sebagai agen perubahan dalam mencetak lulusan yang tidak hanya mencari pekerjaan, tetapi juga mampu menciptakan lapangan kerja. Oleh karena itu, kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) yang fokus pada pembentukan mentalitas ownership menjadi sangat mendesak. Kegiatan ini sejalan dengan arahan pemerintah dalam memperkuat sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) sebagai pilar utama ekonomi nasional (Kementerian Koperasi dan UKM RI, 2024).

Urgensi utama dari seminar ini terletak pada kebutuhan mendasar untuk mentransformasi pola pikir peserta, terutama mahasiswa kewirausahaan dan pelaku UMKM, dari mentalitas follower menjadi owner. Pola pikir follower dicirikan oleh sikap pasif, penghindaran risiko, dan ketergantungan pada tren pasar. Sebaliknya, pola pikir owner menuntut proaktivitas, inovasi, dan keberanian dalam mengelola risiko untuk menciptakan nilai (Bird, 1988). Seminar ini bertujuan untuk memfasilitasi transisi mental tersebut, memberikan bekal psikologis dan praktis agar peserta mampu menjadi agen perubahan (Drucker, 2007) dan pengambil keputusan strategis dalam bisnis mereka.

Kegiatan PkM ini diwujudkan dalam bentuk seminar kewirausahaan bertajuk "Start Up Talk to Entrepreneur: From Zero to Owner" dengan sub-tema krusial "Merubah Mindset Shift dari Follower Menjadi Owner". Tema ini dipilih berdasarkan observasi bahwa banyak calon wirausaha, terutama mahasiswa, masih memiliki kecenderungan untuk mengikuti tren pasar (follower) alih-alih mengambil inisiatif untuk berinovasi dan memimpin pasar (owner), sebuah konsep yang mendasari teori perkembangan ekonomi oleh Schumpeter (1934).

Perubahan pola pikir (mindset shift) merupakan prasyarat utama keberhasilan dalam dunia wirausaha. Pola pikir follower cenderung menghindari risiko, mencari jaminan penghasilan tetap, dan pasif terhadap peluang inovasi. Sebaliknya, pola pikir owner dicirikan oleh proaktivitas, fokus pada penciptaan kekayaan (nilai) jangka panjang, dan kemauan untuk mengelola ketidakpastian (Bird, 1988). Transisi mental dari seorang konsumen menjadi pemilik bisnis adalah tantangan psikologis dan praktis yang harus difasilitasi, terutama bagi mahasiswa program studi kewirausahaan yang memerlukan dorongan intensi wirausaha (Hisrich, Peters, & Shepherd, 2017).

Tujuan spesifik dari kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) ini adalah

memberikan pemahaman komprehensif mengenai perbedaan fundamental antara pola pikir *follower* dan *owner*, mendorong motivasi serta keberanian peserta untuk memulai atau mengembangkan usaha, serta membangun jaringan kolaboratif antara mahasiswa kewirausahaan se-Jawa Timur dengan pelaku UMKM di Gresik. Perubahan pola pikir dari ketergantungan menjadi kemandirian merupakan fondasi utama dalam pengembangan jiwa kewirausahaan yang berorientasi pada inovasi dan penciptaan nilai tambah (Hisrich et al., 2017). Selain itu, motivasi dan keberanian mengambil risiko menjadi faktor psikologis penting yang memengaruhi intensi dan keberlanjutan usaha, khususnya pada wirausahawan pemula dan pelaku UMKM (Robbins & Judge, 2019). Melalui interaksi kolaboratif antara mahasiswa dan pelaku UMKM, kegiatan ini juga berperan dalam memperkuat jejaring sosial dan pertukaran pengetahuan yang terbukti mampu meningkatkan kapasitas inovasi dan daya saing usaha kecil (Wibowo & Nursyamsiah, 2020).

2. METODE

Lokasi dan Waktu Pelaksanaan

Kegiatan seminar dilaksanakan pada tanggal 20 Juli 2025 dan bertempat di lingkungan kampus Universitas Muhammadiyah Gresik sebagai pusat aktivitas akademik dan ilmiah. Pemilihan lokasi tersebut didasarkan pada ketersediaan sarana dan prasarana yang memadai untuk menunjang jalannya kegiatan secara tertib dan efektif, sekaligus menciptakan suasana yang kondusif bagi proses penyampaian materi dan diskusi (Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi, 2020). Pelaksanaan seminar di area kampus juga mencerminkan peran aktif Universitas Muhammadiyah Gresik dalam memfasilitasi kegiatan pengembangan pengetahuan, peningkatan kapasitas intelektual, serta penguatan interaksi akademik antar peserta yang terlibat (Sugiyono, 2019; UNESCO, 2015).

Sasaran dan Peserta

Peserta kegiatan ini terdiri dari dua kelompok utama, yaitu:

1. Mahasiswa: Mahasiswa Program Studi Kewirausahaan dari berbagai perguruan tinggi di Jawa Timur.
2. UMKM: Pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah yang berlokasi di wilayah Gresik. Jumlah total peserta adalah 70 orang.

Tahapan pelaksanaan meliputi:

1. Sesi Presentasi: Narasumber menyampaikan materi mengenai pentingnya entrepreneurial mindset, studi kasus bisnis, dan strategi transisi dari *follower* menjadi *owner*.
2. Sesi Diskusi Panel: Moderator memfasilitasi sesi tanya jawab dan diskusi mendalam antara

peserta dengan narasumber, memastikan semua pertanyaan strategis terjawab.

3. Sesi Networking: Pemberian waktu khusus bagi peserta (mahasiswa dan UMKM) untuk berinteraksi dan bertukar pengalaman bisnis.

Pengukuran Keberhasilan

Keberhasilan kegiatan diukur melalui dua aspek: 1) Aspek Kuantitatif, yaitu jumlah kehadiran peserta sesuai target yang ditetapkan; 2) Aspek Kualitatif, yaitu hasil kuesioner pra-dan-pasca seminar yang mengukur peningkatan pemahaman peserta terhadap konsep mindset owner dan tingkat motivasi mereka untuk berwirausaha.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Kegiatan seminar Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) ini berhasil mencapai dan melampaui target kuantitatif yang telah ditetapkan. Seminar kewirausahaan “*Merubah Mindset Shift dari Follower Menjadi Owner*” dihadiri oleh 70 peserta secara keseluruhan yang berasal dari mahasiswa Program Studi Kewirausahaan dari berbagai perguruan tinggi di Jawa Timur serta perwakilan pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di wilayah Gresik. Capaian kuantitatif ini menjadi indikator langsung keberhasilan aspek perencanaan, logistik, dan strategi promosi kegiatan PkM (Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi, 2020; Kurniawan & Susanti, 2021).

Tingginya tingkat partisipasi menunjukkan kuatnya minat dan kebutuhan masyarakat terhadap pengembangan pola pikir kewirausahaan, khususnya dalam pergeseran peran dari *follower* menjadi *owner*. Topik perubahan *entrepreneurial mindset* terbukti relevan bagi wirausaha pemula dan pelaku UMKM karena berkaitan langsung dengan peningkatan kemandirian, inovasi, dan keberlanjutan usaha (Dweck, 2006; Kuratko, 2017). Keberagaman latar belakang peserta yang melibatkan unsur akademisi dan praktisi bisnis juga memperkaya diskusi melalui integrasi antara teori dan pengalaman empiris (Hisrich et al., 2017). Tingginya animo ini menegaskan bahwa kegiatan PkM dalam bentuk seminar interaktif merupakan sarana yang efektif dalam transfer pengetahuan dan peningkatan motivasi kewirausahaan di tingkat regional (Suryana, 2014; Wibowo, 2020).

Pembahasan

Bagian pembahasan ini menyajikan hasil dari pelaksanaan seminar, berfokus pada analisis substansi materi yang disampaikan oleh kedua narasumber serta dampak langsungnya terhadap pemahaman peserta mengenai transformasi mindset dan implementasi digital.

1. Transformasi Mindset

Pembahasan inti dalam seminar dimulai dengan pemaparan materi kunci yang berfokus pada tema fundamental "Merubah Mindset Follower menjadi Owner (Entrepreneur)". Sesi ini berfungsi sebagai landasan filosofis dan mental yang krusial bagi seluruh peserta. Tujuan utama dari penyajian materi ini adalah untuk menciptakan kesadaran mendalam mengenai perbedaan fundamental serta implikasi praktis antara Pola Pikir Follower dengan Pola Pikir Owner dalam konteks pembangunan bisnis. Secara spesifik bahwa Pola Pikir *Follower* dicirikan oleh beberapa sikap pasif dan reaktif yang cenderung menghambat pertumbuhan. Karakteristik ini umumnya meliputi kecenderungan untuk menghindari risiko, menunggu arahan, serta bersikap reaktif terhadap perubahan pasar alih-alih merencanakan atau memimpin perubahan tersebut. Pola pikir ini cenderung berorientasi pada keamanan jangka pendek dan mengikuti arus yang sudah ada.

Kontras dengan pola pikir sebelumnya, Pola Pikir *Owner* didefinisikan sebagai sikap yang proaktif, inovatif, dan berani dalam mengambil risiko yang telah terkelola dengan baik. Sifat proaktif ini sangat penting demi penciptaan nilai jangka panjang dalam bisnis, sebagaimana dikuatkan oleh literatur (Bird, 1988). Transisi ini menekankan adanya perubahan mendasar dari sekadar mengikuti dinamika pasar menjadi kemampuan untuk memimpin, menciptakan, dan mendefinisikan pasar itu sendiri.. Lebih lanjut, narasumber menjabarkan aspek kunci yang harus dikuasai dalam proses transformasi mental yang kompleks ini. Hal pertama yang ditekankan adalah pentingnya *Vision Setting*. Ini berarti mengubah fokus finansial dari sekadar pencapaian penghasilan rutin (gaji) menjadi visi pembangunan aset, ekuitas, dan nilai bisnis yang berlipat ganda dan berkelanjutan di masa depan. Pergeseran fokus ini merupakan pilar utama menjadi seorang *owner*.

Selain *Vision Setting*, penguasaan *Financial Literacy* dasar ditekankan sebagai prasyarat mutlak yang harus dimiliki oleh setiap pemilik bisnis. Pemahaman finansial ini sangat esensial agar seorang *owner* mampu mengelola modal, memantau arus kas, dan membuat keputusan investasi secara mandiri dan cerdas. Literasi keuangan menjadi kunci untuk memastikan keberlanjutan dan profitabilitas bisnis yang telah diciptakan.



Gambar 1. Pemaparan materi nara sumber 1.

2. Strategi Digital Marketing

Materi dari narasumber kedua berfungsi sebagai pelengkap implementasi praktis dari perubahan pola pikir *owner* yang telah dibahas sebelumnya. Dengan mengusung tema Strategi Digital Marketing, narasumber ini membawa perspektif praktisi yang menunjukkan bahwa kepemilikan bisnis (*ownership*) di era modern harus didukung oleh penguasaan saluran digital yang efektif. Hal ini menegaskan bahwa menjadi *owner* masa kini berarti mampu mengendalikan dan memanfaatkan teknologi sebagai mesin utama untuk pertumbuhan dan ekspansi bisnis.

Poin utama pembahasan berfokus pada strategi kunci dalam pemasaran digital. Ditekankan pentingnya membangun Branding Digital yang Kuat sebuah konsep yang melampaui sekadar aktivitas berjualan. Tujuannya adalah menciptakan identitas merek yang unik, otentik, dan berkesan yang mampu membedakan UMKM di tengah persaingan pasar digital yang ketat. Kekuatan *branding* adalah fondasi untuk mencapai loyalitas pelanggan. Selain *branding*, strategi yang efektif dalam pemanfaatan platform media sosial. Penggunaan media sosial tidak hanya dilihat sebagai tempat promosi, tetapi sebagai alat vital untuk *customer engagement*. Hal ini mencakup cara berinteraksi, membangun komunitas, dan menggunakan *feedback* pelanggan untuk perbaikan produk dan layanan. Media sosial diubah dari papan iklan menjadi saluran komunikasi dua arah yang aktif.

Aspek krusial lain yang diperkenalkan adalah dasar-dasar Optimasi Konten. Optimasi ini sangat penting agar produk yang ditawarkan oleh para peserta, khususnya UMKM, dapat ditemukan secara luas dan relevan oleh target pasar di ranah digital. Optimasi konten memastikan bahwa ketika calon pelanggan mencari produk atau layanan tertentu, konten milik *owner* baru tersebut muncul secara dominan, meningkatkan visibilitas dan potensi konversi. Secara keseluruhan, materi dari narasumber kedua memberikan *skillset* yang sangat konkret bagi para peserta, baik mahasiswa maupun pelaku UMKM. Presentasi ini

berhasil menjembatani kesenjangan antara teori kewirausahaan (yang berfokus pada mentalitas dan risiko) dengan kebutuhan pasar yang sangat terdigitalisasi saat ini. Dengan menguasai strategi ini, *owner* baru tidak hanya memiliki mentalitas yang tepat tetapi juga alat praktis yang diperlukan untuk mengeksekusi visi bisnis mereka secara efektif dan kompetitif di dunia maya.



Gambar 2. Pemaparan materi narasumber 2.

Keberhasilan dan dinamika PkM ini diperkuat dengan dokumentasi visual yang menunjukkan antusiasme tinggi dari peserta, baik mahasiswa maupun UMKM. Dampak kualitatif terbesar yang dihasilkan adalah peningkatan intensi kewirausahaan dan pemahaman teknis peserta. Melalui seminar ini, peserta tidak hanya mendapatkan motivasi, tetapi juga peta jalan yang jelas dari sekadar untuk beralih pengikut



(konsumen/pembaca) menjadi pengontrol penuh (pemilik) atas masa depan ekonomi dan bisnis mereka, menjadikannya kegiatan PkM yang berorientasi pada hasil dan aksi nyata.

Gambar 3. Sesi tanya jawab Interaktif peserta.



Gambar 4. Sesi Foto Bersama Peserta.

4. SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Kegiatan seminar Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) "Merubah Mindset Shift Dari Follower Menjadi Owner" berhasil mencapai tujuannya secara optimal. Keberhasilan ini terbukti dari tingginya antusiasme peserta yang mencapai 70 orang dan kualitas diskusi yang mendalam. Secara substantif, seminar ini sukses menanamkan mentalitas ownership yang kuat. Materi yang disajikan secara sistematis, meliputi kerangka transformasi mental oleh Pembicara 1 dan bekal implementasi praktis Strategi Digital Marketing oleh Pembicara 2, memberikan peserta pemahaman utuh: bahwa mentalitas owner harus didukung dengan skillset yang relevan untuk sukses di pasar digital.

Keberhasilan acara ini juga menunjukkan efektivitas model PkM yang mengedepankan kolaborasi. sinergi antara akademisi dan praktisi bisnis (HIPMI Gresik) merupakan model yang ideal untuk membangun ekosistem kewirausahaan yang kokoh. Sebagai rekomendasi, perlu adanya tindak lanjut berupa program mentoring atau workshop yang lebih spesifik bagi peserta yang telah memiliki ide bisnis konkret, serta perluasan kolaborasi dengan asosiasi wirausaha

regional. Langkah ini penting untuk menjamin bahwa mindset shift yang telah tercapai dapat berlanjut menjadi aksi bisnis nyata yang berkelanjutan.

Saran

Berdasarkan hasil dan dinamika kegiatan, terdapat beberapa saran untuk keberlanjutan PkM di masa depan:

1. Tindak Lanjut Mentoring Spesifik: Disarankan adanya program tindak lanjut berupa *mentoring* atau *workshop* yang lebih spesifik dan terfokus pada industri (misalnya: UMKM *Fashion* atau UMKM Kuliner) bagi kelompok peserta yang telah memiliki ide bisnis konkret, untuk memastikan *mindset shift* berlanjut menjadi aksi nyata.
2. Sinergi Kelembagaan: Perluasan dan penguatan kolaborasi antara organisasi kewirausahaan se-Jawa Timur dengan asosiasi UMKM lokal untuk menyelenggarakan program serupa secara berkala, menciptakan efek pengganda (*multiplier effect*) dalam akselerasi kewirausahaan di tingkat regional.

DAFTAR REFERENSI

- Bird, B. (1988). Implementing entrepreneurial ideas: The case for intention. *Academy of Management Review*, 13(3), 442–453. <https://doi.org/10.2307/258091>
- Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi. (2020a). *Panduan penyelenggaraan kegiatan akademik di perguruan tinggi*. Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia.
- Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi. (2020b). *Panduan pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat di perguruan tinggi*. Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia.
- Dweck, C. S. (2006). *Mindset: The new psychology of success*. Random House.
- Hisrich, R. D., Peters, M. P., & Shepherd, D. A. (2017). *Entrepreneurship* (10th ed.). McGraw-Hill Education.
- Hisrich, R. D., Peters, M. P., & Shepherd, D. A. (2017). *Entrepreneurship* (10th ed.). McGraw-Hill Education.
- Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia. (2024). *Laporan perkembangan rasio kewirausahaan nasional dan strategi peningkatan UMKM*. Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia.
- Kuratko, D. F. (2017). *Entrepreneurship: Theory, process, and practice* (10th ed.). Cengage Learning.
- Kurniawan, R., & Susanti, E. (2021). Peran seminar kewirausahaan dalam meningkatkan minat berwirausaha mahasiswa. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 14(2), 145–154.
- Robbins, S. P., & Judge, T. A. (2019). *Organizational behavior* (18th ed.). Pearson Education.
- Schumpeter, J. A. (1934). *The theory of economic development: An inquiry into profits, capital, credit, interest, and the business cycle*. Harvard University Press.
- Sugiyono. (2019). *Metode penelitian pendidikan: Pendekatan kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.

- Suryana. (2014). *Kewirausahaan: Kiat dan proses menuju sukses* (4th ed.). Salemba Empat.
- UNESCO. (2015). *Rethinking education: Towards a global common good?* UNESCO Publishing.
- Wibowo, A. (2020). Pendidikan kewirausahaan dan pengembangan UMKM berbasis komunitas. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(1), 25–33.
- Wibowo, A., & Nursyamsiah, S. (2020). Pengembangan jiwa kewirausahaan dan jejaring bisnis pada UMKM berbasis kolaborasi. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 22(2), 85–94. <https://doi.org/10.9744/jmk.22.2.85-94>