
Edukasi Bisnis *Startup* Bagi Gen-Z Di Warkop Sehat Kota Pasuruan

M. Asif nur Fauzi ^{1*}, Ali Machrus ², Nuruddin³
^{1,2,3} STEBI Syaikhona Kholil Sidogiri Pasuruan
* E-mail: asif.elek24@gmail.com

Abstrak

Sejarah Artikel

Diterima : 16 Juli 2025
Disetujui : 23 Juli 2025
Dipublikasikan : 15 Agustus 2025

Kata kunci: Tuliskan 3–5
Edukasi *startup* , Gen-Z,
kewirausahaan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk memberikan edukasi dan pendampingan bisnis *startup* kepada generasi Z (Gen-Z) di lingkungan Warkop Sehat Kota Pasuruan sebagai upaya meningkatkan literasi kewirausahaan digital dan kesiapan generasi muda dalam membangun usaha rintisan yang inovatif dan berkelanjutan. Gen-Z merupakan kelompok usia produktif yang memiliki potensi besar dalam dunia wirausaha, namun masih menghadapi kendala dalam hal pengetahuan praktis, model bisnis, serta pemanfaatan teknologi digital secara strategis. Melalui metode pelatihan partisipatif, mentoring, dan simulasi penyusunan *Business Model Canvas* (BMC), kegiatan ini memberikan pemahaman tentang konsep dasar *startup* , pentingnya inovasi, strategi pemasaran digital, serta pengelolaan keuangan usaha. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan pemahaman peserta terhadap prinsip dasar kewirausahaan dan kemampuan awal dalam merancang ide bisnis berbasis masalah lokal. Kegiatan ini juga berhasil membentuk forum diskusi wirausaha muda di Warkop Sehat sebagai embrio komunitas *startup* Gen-Z di Kota Pasuruan. Ke depan, keberlanjutan kegiatan ini diharapkan mampu mendorong terbentuknya ekosistem *startup* lokal yang kuat dan inklusif di kalangan generasi muda.

Abstract

Keywords: Describe 3-5
Startup education, Gen-Z,
entrepreneurship

This community service activity aims to provide startup business education and mentoring to Generation Z (Gen-Z) in the Warkop Sehat environment in Pasuruan City as an effort to increase digital entrepreneurship literacy and the readiness of the young generation in building innovative and sustainable startups. Gen-Z is a productive age group that has great potential in the field of entrepreneurship, but still faces obstacles in terms of practical knowledge, business models, and the strategic use of digital technology. Through methods of participatory training, mentoring, and simulations of preparing a Business Model Canvas (BMC), this activity provides an understanding of the basic concepts of startups, the importance of innovation, digital marketing strategies, and business financial management. The results of the activity showed an increase in participants' understanding of the basic principles of entrepreneurship and initial skills in designing business ideas based on local problems. This activity also succeeded in establishing a discussion forum for young entrepreneurs at Warkop Sehat as an embryo of the Gen-Z startup community in Pasuruan City. The sustainability of this activity is expected to encourage the emergence of a strong and inclusive local startup ecosystem among youth.

PENDAHULUAN

Generasi Z (Gen-Z) memiliki potensi besar dalam dunia kewirausahaan digital karena karakteristik mereka yang akrab dengan teknologi, kreatif, dan adaptif terhadap perubahan. Namun,

kenyataannya, masih banyak pemuda Gen-Z di daerah seperti Kota Pasuruan yang belum memiliki akses yang memadai terhadap pendidikan kewirausahaan berbasis *startup*. Minimnya pengetahuan tentang bagaimana mengelola ide menjadi usaha nyata, kurangnya mentor, dan keterbatasan akses terhadap ekosistem *startup* menjadi kendala utama dalam mendorong kemandirian ekonomi mereka. Keberadaan Warkop Sehat di Kota Pasuruan memiliki potensi sebagai ruang komunitas informal yang dapat dimanfaatkan sebagai pusat edukasi dan pemberdayaan. Tempat ini bukan hanya sekadar tempat berkumpul, tetapi juga bisa menjadi media pembelajaran dan inkubasi ide-ide bisnis anak muda.

Budaya serba instan (*streaming*, belanja *online*, *fast food*) membuat Gen-Z kurang menghargai proses dan kesabaran dalam mencapai hasil jangka panjang, termasuk dalam dunia kerja atau membangun bisnis (Wibowo et al., 2021). Selain itu, terpengaruhnya tren media sosial dan *influencer*, Gen-Z cenderung mudah terdorong untuk membeli produk demi status sosial atau penampilan, meskipun belum memiliki kestabilan ekonomi. Edukasi ini berfokus pada meningkatkan pemahaman tentang konsep dasar *startup* dan kewirausahaan digital. Dengan adanya pemahaman yang tepat diharapkan mampu menumbuhkan semangat kolaboratif dan inovatif di kalangan pemuda lokal. Warkop Sehat tidak hanya sebagai sarana untuk lokasi *ngopi* tetapi juga dapat digunakan sebagai sarana edukasi bertukar ide GEN-Z dan komunitas kewirausahaan.

Edukasi bisnis *startup* bagi Gen-Z bukan hanya menjadi solusi atas persoalan pengangguran dan krisis identitas, tetapi juga sebagai langkah konkret membangun generasi muda yang adaptif, inovatif, dan berdaya saing tinggi di era digital. Generasi Z (Gen-Z), yang lahir dan tumbuh di tengah perkembangan teknologi digital yang pesat memiliki potensi besar sebagai motor penggerak ekonomi kreatif di masa depan (Laturette et al., 2020). Mereka dikenal adaptif terhadap teknologi, cepat menyerap informasi, serta memiliki semangat eksploratif yang tinggi. Namun, potensi ini sering kali belum dimaksimalkan secara optimal. Banyak di antara mereka yang masih mengalami kebingungan arah karier, minim pemahaman tentang literasi keuangan, serta belum memiliki bekal kewirausahaan yang memadai untuk menghadapi tantangan dunia kerja yang semakin kompetitif.

Di sisi lain, perkembangan bisnis *startup* berbasis digital telah membuka peluang baru yang lebih fleksibel dan kreatif bagi generasi muda untuk mengembangkan usaha secara mandiri. Bisnis *startup* tidak hanya menjadi wadah inovasi dan solusi terhadap masalah sosial, tetapi juga mendorong kemandirian ekonomi dan menciptakan lapangan kerja baru. Namun, realitanya masih banyak Gen-Z yang belum memahami bagaimana mengubah ide menjadi usaha konkret, merancang model bisnis yang berkelanjutan, atau menjalin jaringan yang mendukung pengembangan usahanya (Atmoko, 2021).

Oleh karena itu, edukasi bisnis *startup* menjadi strategi penting dan relevan untuk memberdayakan Gen-Z, terutama di tingkat lokal seperti Kota Pasuruan. Program ini dirancang tidak hanya untuk mentransfer pengetahuan, tetapi juga untuk membentuk pola pikir wirausaha (*entrepreneurial mindset*) yang inovatif dan resilien. Melalui pendekatan yang komunikatif,

aplikatif, dan berbasis komunitas, edukasi ini diharapkan dapat menjadi jembatan antara potensi ide kreatif anak muda dengan kebutuhan nyata dunia usaha saat ini.

Edukasi bisnis *startup* bagi Gen-Z tidak hanya menjawab isu pengangguran dan minimnya literasi kewirausahaan, tetapi juga menjadi langkah strategis dalam membangun ekosistem kewirausahaan muda yang berkelanjutan, inklusif, dan berdampak sosial. Subjek edukasi dalam program ini adalah pemuda-pemudi Generasi Z (Gen-Z) di Kota Pasuruan, khususnya yang berada pada rentang usia 17–25 tahun. Mereka umumnya merupakan pelajar, mahasiswa, lulusan baru, atau pemuda yang sedang mencari arah pengembangan diri dan peluang ekonomi. Sebagian besar dari mereka memiliki akses yang cukup terhadap teknologi digital dan media sosial, namun belum banyak yang memahami bagaimana memanfaatkan potensi tersebut untuk membangun usaha atau mengembangkan ide bisnis.

Kondisi ini menunjukkan adanya kesenjangan antara potensi dan pembinaan, yang perlu dijawab melalui program edukatif yang tepat sasaran. Oleh karena itu, edukasi bisnis *startup* ini dirancang untuk menjangkau subjek edukasi dengan pendekatan yang sesuai karakteristik Gen-Z.

METODE PELAKSANAAN

Pelaksanaan program Transformasi Ide Menjadi Usaha, tim pengabdian menerapkan strategi berbasis pendekatan ABCD (*Asset-Based Community Development*) yang mengedepankan potensi, kekuatan lokal, dan partisipasi aktif komunitas Gen-Z di sekitar Warkop Sehat Kota Pasuruan. *Output* konkret yang tidak hanya bersifat jangka pendek, tetapi juga dapat memberikan dampak berkelanjutan dalam pengembangan potensi kewirausahaan generasi muda. Adapun output dari edukasi yang diberikan diantaranya:

1. Meningkatnya pengetahuan dan pemahaman peserta mengenai konsep dasar kewirausahaan digital, model bisnis *startup*, serta strategi mengelola ide usaha secara sistematis.
2. Terbentuknya ide-ide bisnis kreatif dari peserta yang dirumuskan dalam bentuk *Business Model Canvas* (BMC).
3. Tumbuhnya jiwa wirausaha dan pola pikir produktif di kalangan pemuda Gen-Z, khususnya yang sebelumnya belum memiliki pengalaman dalam merintis usaha.
4. Tersusunnya jejaring awal antar peserta, mentor, dan pelaku usaha lokal untuk mendukung proses inkubasi ide dan kolaborasi bisnis di masa mendatang.
5. Adanya minimal 3 prototipe ide bisnis unggulan yang memiliki potensi untuk ditindaklanjuti melalui inkubasi lanjutan, kolaborasi, atau pelatihan tingkat lanjut.
6. Peningkatan keterampilan presentasi dan komunikasi bisnis peserta, yang ditunjukkan melalui sesi pitching ide atau simulasi presentasi usaha.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Identifikasi pengetahuan Gen-Z tentang bisnis *Startup*

Program edukasi bisnis *startup* yang dilaksanakan di Warkop Sehat Kota Pasuruan telah memberikan dampak positif terhadap peningkatan pemahaman dan keterampilan kewirausahaan di kalangan Gen-Z. Pertama, dari segi pengetahuan, peserta memperoleh pemahaman yang lebih utuh mengenai konsep dasar *startup*, pentingnya identifikasi masalah pasar, analisis peluang usaha, hingga penyusunan model bisnis menggunakan *Business Model Canvas* (BMC). Sebagian besar peserta hanya memiliki gagasan ide mentah tanpa kerangka usaha yang jelas. Namun setelah sesi edukasi, mereka mampu mengidentifikasi nilai unik produk, segmen pelanggan, saluran distribusi, serta strategi pendapatan secara sistematis.

Kedua, dari aspek keterampilan praktis, edukasi ini berhasil mengasah kemampuan peserta dalam mempresentasikan ide bisnis, melakukan simulasi pemasaran, serta memahami dasar-dasar branding dan promosi digital. Melalui aktivitas kelompok dan simulasi validasi pasar, peserta juga menunjukkan peningkatan dalam kemampuan kerja tim, komunikasi, dan pemecahan masalah.



Gambar 1. Edukasi Bisnis *Startup* pada GenZ

Ketiga, dari sisi sikap dan motivasi, terjadi perubahan mindset di kalangan peserta. Jika sebelumnya sebagian besar peserta menganggap wirausaha sebagai pilihan terakhir, setelah edukasi mereka mulai memandang bisnis sebagai sarana aktualisasi diri, kemandirian ekonomi, dan bahkan sebagai kontribusi sosial bagi komunitas. Hal ini terlihat dari munculnya semangat kolaborasi serta komitmen beberapa kelompok untuk melanjutkan ide bisnis mereka pasca pelatihan.

Keberhasilan ini tidak lepas dari suasana edukatif yang dibangun di lingkungan non-formal seperti Warkop Sehat, yang menciptakan suasana belajar yang santai namun tetap produktif. Pemanfaatan tempat yang dekat dengan kehidupan sehari-hari peserta terbukti mampu menjembatani antara teori kewirausahaan dan praktik nyata di lapangan.

Namun demikian, masih terdapat beberapa tantangan yang teridentifikasi, seperti kebutuhan akan pendampingan lanjutan dalam hal legalitas usaha, permodalan awal, serta akses pemasaran

digital yang lebih luas. Oleh karena itu, keberlanjutan program dalam bentuk mentoring dan pembentukan komunitas wirausaha muda menjadi penting untuk memastikan keberlangsungan dan pertumbuhan usaha peserta. *Mentoring* berperan sebagai jembatan antara pengalaman dan pembelajaran. (Samiono & Nurlatifah, 2019) berpendapat bahwa pendampingan langsung oleh mentor yang berpengalaman, wirausaha muda mendapatkan akses pada pengetahuan praktis, strategi menghadapi tantangan, serta bimbingan dalam mengembangkan model bisnis yang relevan dengan kondisi pasar. Mentor juga menjadi sumber motivasi dan inspirasi, yang mendorong pemula untuk tetap konsisten dan resilien dalam menjalani proses wirausaha yang penuh dinamika.

Sementara itu, komunitas wirausaha muda menyediakan ruang kolaboratif untuk saling belajar, berbagi pengalaman, menjalin relasi, bahkan berpotensi membentuk kerja sama bisnis. Komunitas ini menjadi wadah yang mendukung terciptanya ekosistem kewirausahaan yang sehat, inovatif, dan adaptif terhadap perubahan zaman. Dalam komunitas, pelaku usaha muda bisa mengakses informasi peluang pasar, program inkubasi, pendanaan, hingga pelatihan keterampilan yang dibutuhkan dalam dunia bisnis modern (Atmaja, 2023).

Dengan kata lain, mentoring dan komunitas bukan sekadar pelengkap, tetapi fondasi penting dalam pembentukan karakter, jaringan, dan daya saing wirausaha muda. Keduanya mempercepat proses belajar, memperluas jejaring sosial dan profesional, serta meningkatkan keberhasilan bisnis jangka panjang.

Oleh karena itu, lembaga pendidikan, pemerintah, dan sektor swasta perlu mengambil peran aktif dalam menciptakan ruang-ruang mentoring yang berkualitas dan membentuk komunitas wirausaha yang produktif dan inklusif bagi generasi muda (Subardjo & Rahmawati, 2022). Di tengah pesatnya pertumbuhan minat kewirausahaan di kalangan generasi muda, terdapat tantangan nyata yang sering kali menghambat keberhasilan usaha pemula, seperti minimnya pengalaman, keterbatasan akses terhadap jaringan, kurangnya pengetahuan praktis, serta ketidakpastian dalam pengambilan keputusan bisnis. Dalam konteks ini, mentoring dan pembentukan komunitas wirausaha muda menjadi elemen krusial dalam mendukung tumbuh kembangnya wirausahawan yang tangguh, inovatif, dan berkelanjutan.

Hasil edukasi ini menunjukkan bahwa pendekatan transformasi ide menjadi usaha melalui edukasi bisnis *startup* sangat relevan dan efektif bagi Gen-Z, terutama bila dikembangkan dengan pendekatan lokal berbasis komunitas. Ini menjadi model potensial yang dapat direplikasi di wilayah lain sebagai upaya penguatan kapasitas wirausaha muda dalam mendukung ketahanan ekonomi lokal.

2. Edukasi *Substainability* Bisnis untuk Pemula

Edukasi *Substainability* Bisnis untuk Pemula dirancang untuk membekali para peserta, khususnya wirausahawan pemula dan generasi muda, dengan pemahaman mendasar mengenai pentingnya keberlanjutan dalam praktik bisnis. Program ini menekankan pada integrasi antara

tujuan ekonomi, sosial, dan lingkungan sebagai fondasi dari usaha yang tidak hanya menguntungkan, tetapi juga bertanggung jawab terhadap masa depan.

Hasil edukasi menunjukkan bahwa peserta mengalami peningkatan signifikan dalam pemahaman konsep keberlanjutan dalam konteks bisnis. Sebelum pelatihan, sebagian besar peserta masih menganggap *Sustainability* hanya terkait isu lingkungan semata. Namun, melalui sesi interaktif dan studi kasus, mereka mulai memahami bahwa keberlanjutan bisnis mencakup efisiensi keadilan sosial, etika usaha, serta keberlangsungan sumber daya dalam jangka panjang.



Gambar 2. Edukasi Sustainable Bisnis

Pendekatan edukatif yang adaptif dan aplikatif, pelaku usaha terutama UMKM, wirausaha muda, dan bisnis local diharapkan mampu menghadirkan solusi kreatif terhadap permasalahan ekonomi sekaligus membangun kemandirian usaha yang relevan dengan kebutuhan zaman (Ameliah et al., 2018). Dari sisi keterampilan, peserta mulai mampu mengidentifikasi risiko keberlanjutan dalam model bisnis mereka masing-masing dan merancang strategi mitigasi sederhana. Misalnya, beberapa peserta mengembangkan ide penggunaan bahan baku lokal ramah lingkungan, pemanfaatan kemasan daur ulang, serta sistem penjualan berbasis pre-order untuk mengurangi limbah produksi.

Selain itu, edukasi ini juga mendorong perubahan sikap dan orientasi usaha. Peserta tidak lagi hanya berfokus pada keuntungan jangka pendek, tetapi mulai mempertimbangkan dampak sosial dan ekologis dari aktivitas bisnis mereka. Hal ini terlihat dari munculnya ide-ide usaha yang mengintegrasikan nilai keberlanjutan, seperti layanan berbagi barang (*sharing economy*), edukasi lingkungan berbasis produk, dan bisnis makanan sehat berbasis komunitas petani lokal.

Lingkungan pembelajaran yang partisipatif dan berbasis diskusi terbuka juga memberikan ruang bagi peserta untuk saling belajar dan membangun jejaring. Hal ini merupakan aspek penting dalam pengembangan komunitas bisnis yang saling mendukung dan bertumbuh secara berkelanjutan (Wiriany et al., 2018). Namun tantangan utama yang masih dihadapi oleh peserta adalah keterbatasan informasi tentang standar keberlanjutan yang berlaku secara global, serta

keterampilan teknis untuk mengimplementasikan prinsip green business secara optimal. Oleh karena itu, diperlukan tindak lanjut berupa pelatihan lanjutan, pendampingan teknis, dan akses pada jejaring usaha berkelanjutan (Pratama, 2018).

Hasil edukasi ini memperlihatkan bahwa wirausahawan pemula sangat terbuka terhadap nilai-nilai keberlanjutan dan memiliki potensi besar untuk menjadi agen perubahan dalam menciptakan ekosistem bisnis yang lebih bertanggung jawab. Dalam era yang semakin menuntut tanggung jawab sosial dan lingkungan, edukasi *Substainability* bisnis (bisnis berkelanjutan) menjadi kebutuhan mendesak, khususnya bagi pelaku usaha pemula. Banyak wirausaha baru yang terfokus hanya pada aspek keuntungan jangka pendek tanpa mempertimbangkan dampak lingkungan, sosial, maupun keberlangsungan bisnis dalam jangka panjang. Padahal, bisnis yang dibangun di atas prinsip keberlanjutan cenderung lebih tahan terhadap krisis, memiliki loyalitas pelanggan yang lebih tinggi, dan mampu beradaptasi dengan tren pasar global (Rahmani, 2023).

Edukasi *Substainability* bisnis untuk pemula bertujuan untuk menanamkan kesadaran sejak dini bahwa bisnis tidak hanya soal “jual-beli”, tetapi juga tentang menciptakan nilai (*value creation*) yang berdampak positif bagi masyarakat dan lingkungan. Dalam edukasi ini, pelaku usaha belajar mengenal konsep *triple bottom line* (*profit, people, planet*), penggunaan sumber daya yang efisien, strategi pengemasan ramah lingkungan, pengelolaan limbah, hingga pentingnya etika dan transparansi dalam berbisnis. Selain itu, pendekatan edukatif ini juga mencakup praktik-praktik sederhana namun berdampak besar, seperti membangun rantai pasok lokal, mendukung komunitas sekitar, serta memanfaatkan teknologi digital secara bijak untuk meminimalkan jejak karbon. Edukasi dilakukan secara bertahap, kontekstual, dan aplikatif agar sesuai dengan realitas yang dihadapi oleh wirausahawan pemula, baik di desa maupun kota.

Dengan membekali pemula dengan wawasan *Substainability* sejak awal, kita tidak hanya menciptakan wirausaha yang sukses secara ekonomi, tetapi juga bertanggung jawab secara sosial dan ekologis. Hal ini sejalan dengan tujuan pembangunan berkelanjutan (SDGs) dan arah pembangunan ekonomi hijau di masa depan (Yulisman et al., 2023).

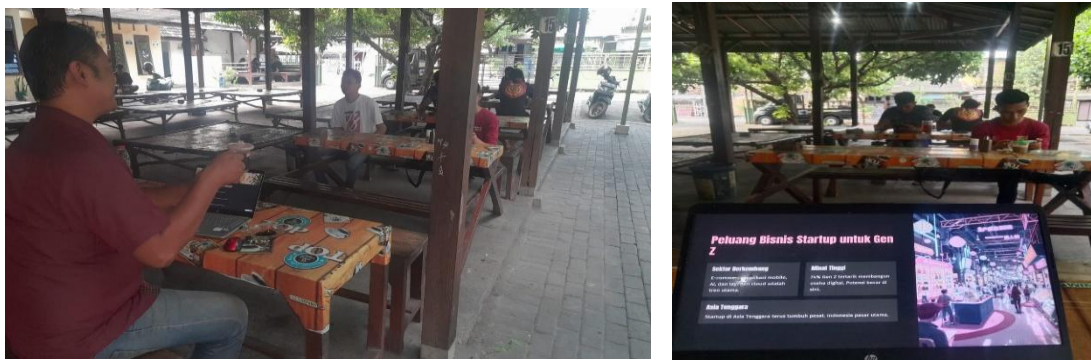
3. Transformasi Ide Menjadi Usaha yang diselenggarakan di Warkop Sehat Kota Pasuruan

Program edukasi Transformasi Ide Menjadi Usaha yang diselenggarakan di Warkop Sehat Kota Pasuruan merupakan bentuk nyata pengabdian masyarakat dalam mengembangkan potensi generasi muda, khususnya Gen-Z, melalui jalur kewirausahaan. Pelaksanaan program ini berangkat dari realitas bahwa banyak pemuda memiliki gagasan usaha yang kreatif namun belum terfasilitasi secara sistematis untuk mewujudkannya dalam bentuk bisnis nyata.

Pernyataan ini sesuai dengan Austin (2024) menyatakan bahwa Untuk bertahan dan tetap kompetitif, usaha kecil harus menyesuaikan strategi mereka untuk memenuhi tuntutan baru pasar digital. Namun belum adanya produk khas yang dihasilkan oleh masyarakat setempat, potensi alam

yang cukup tidak menjadi faktor pembangunan yang penting secara sosial dan ekonomi (Austin et al., 2024).

Selama kegiatan berlangsung, program mengintegrasikan pendekatan edukatif dan praktis dalam bentuk pelatihan, diskusi kelompok, praktik langsung, dan mentoring. Kegiatan ini berhasil membangun kesadaran peserta akan pentingnya kewirausahaan berbasis ide yang relevan dengan kebutuhan pasar dan nilai-nilai sosial. Pemanfaatan Warkop Sehat sebagai Lokasi kegiatan turut menciptakan ruang belajar yang inklusif dan familiar bagi kalangan muda.



Gambar 3. Edukasi terkait Transformasi Ide menjadi Usaha

Peserta mulai memahami langkah-langkah krusial dalam membangun *startup*, mulai dari eksplorasi ide, pemetaan kebutuhan konsumen, perumusan value proposition, hingga penyusunan *Business Model Canvas*. *Business Model Canvas* (BMC) adalah kerangka visual yang digunakan untuk merancang, menggambarkan, dan menganalisis model bisnis secara ringkas dan sistematis. Konsep ini dikembangkan oleh Alexander Osterwalder dan sangat populer dalam dunia *startup*, UMKM, dan pengembangan bisnis karena memudahkan pemahaman struktur bisnis secara menyeluruh hanya dalam satu halaman (Silalahi, 2021).

Pengetahuan ini menjadi dasar penting untuk memetakan arah usaha secara lebih terencana dan terukur. Sesuai dengan edukasi yang disampaikan Peserta memperoleh pengalaman langsung dalam merancang model bisnis, mempresentasikan ide di depan kelompok, serta melakukan simulasi validasi pasar. Kegiatan ini memberikan ruang untuk mengembangkan kemampuan komunikasi, kolaborasi tim, dan berpikir strategis.

Salah satu pencapaian penting dari program ini adalah munculnya perubahan mindset peserta. Mereka tidak lagi melihat bisnis sebagai sesuatu yang rumit dan tidak terjangkau, melainkan sebagai peluang aktualisasi diri yang realistis dan dapat dimulai dari potensi lokal serta teknologi digital yang tersedia. Program ini juga membuka ruang reflektif tentang pentingnya ekosistem yang mendukung wirausaha muda. Dalam diskusi terbuka, peserta mengungkapkan pentingnya adanya akses pembinaan lanjutan, pendampingan, serta koneksi dengan pelaku usaha dan lembaga keuangan (Yurianto et al., 2023). Hal ini menjadi catatan penting untuk pengembangan

program berkelanjutan yang tidak berhenti pada edukasi awal saja, tetapi mengarah pada *incubation* dan *scale-up*.

Dalam ekosistem kewirausahaan modern, *incubation* (inkubasi bisnis) dan *scale-up* (pengembangan skala usaha) menjadi dua komponen strategis yang membuka peluang besar bagi pertumbuhan bisnis, khususnya bagi pelaku usaha pemula dan UMKM. Inkubasi bisnis menyediakan ekosistem yang mendukung bagi ide-ide bisnis yang masih dalam tahap awal, melalui pembinaan, mentoring, pelatihan, akses ke modal, dan jaringan pasar (Pratiwi & Kurniawan, 2021). Proses ini bertujuan untuk meminimalkan risiko kegagalan serta mempercepat proses validasi model bisnis.

Secara umum, pelaksanaan edukasi ini menunjukkan bahwa pendekatan komunitas berbasis partisipasi seperti yang dilakukan di Warkop Sehat efektif dalam mendorong munculnya entrepreneurial spirit di kalangan Gen-Z. Kegiatan ini bukan hanya memfasilitasi pembelajaran, tetapi juga membangun rasa percaya diri dan semangat gotong royong antar pemuda untuk menciptakan usaha yang berdampak dan berkelanjutan.

PENUTUP

Kegiatan Edukasi Bisnis *Startup* bagi Gen-Z di Warkop Sehat Kota Pasuruan telah berhasil memberikan kontribusi nyata dalam menumbuhkan semangat kewirausahaan di kalangan generasi muda. Pendekatan edukatif yang berbasis partisipatif peserta tidak hanya memperoleh pengetahuan dasar tentang bisnis *startup*, tetapi juga mengalami perubahan signifikan dalam hal pola pikir, keterampilan, dan orientasi masa depan. Program ini mendorong peserta untuk menggali potensi diri, mengidentifikasi peluang usaha di sekitarnya, serta merumuskan ide bisnis yang kreatif, solutif, dan relevan dengan konteks lokal maupun perkembangan digital. Edukasi yang telah diberikan membarikan kontribusi dalam pola pikir generasi muda untuk menjadi pelaku bisnis yang berkelanjutan dengan inovasi yang kreatif serta terhubung dengan media sosial yang dimiliki.

Sesuai dengan hasil pengabdian yang dilakukan disarankan kepada generasi muda untuk dapat mengoptimalkan sarana warung kopi dengan segala fasilitasnya untuk tidak hanya digunakan untuk sekedar menikmati kopi tetapi dapat digunakan sebagai sarana menggali ide melalui diskusi antar kelompok terkait usaha yang akan dijalankan. Saran untuk warung kopi sehat bahwa perlu ada kegiatan sejenis melalui kerjasama dengan lembaga UMKM dan Komunitas bisnis Startup agar mampu menggugah jiwa wirausaha pada diri pemuda. Saran untuk Pemerintah Daerah Kota Pasuruan untuk dapat menjadikan warung kopi sebagai media sosialisasi dan workshop khususnya bagi GEN-Z di lingkungan Kota Pasuruan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kami sampaikan terimakasih kepada Ketua STEBI Syaikhona Kholil Sidogiri Pasuruan dan segenap tim LP2M yang bersedia menugaskan kita dalam kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat di Warung Kopi Sehat Kota Pasuruan tentang Edukasi bisnis *Startup* ini. Selain itu, kami juga berterimakasih kepada Warung Kopi Sehat Kota Pasuruan yang bersedia digunakan sebagai lokasi kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Ameliah, R., Aziz, U. A., Ghofari, G., Putri, B. P., Agustin, R., Alfanisa, E. W., & Praditya, M. D. (2018). Strategi Kewirausahaan Digital Sebuah Panduan Untuk UMKM, *Startup* dan E-Commerce. In *Seri Literasi Digital*.
- Atmaja, S. (2023). Model Pendampingan UMKM Pangan Melalui Inkubator Bisnis Perguruan Tinggi (Mentoring Model for Food Sector of SMEs through Business Incubator of University). *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 5(01). <https://doi.org/10.47080/jmb.v5i01.2490>
- Atmoko, A. D. (2021). Analisis Kinerja Inkubator Bisnis dalam Pendampingan Usaha Tenant. *Jurnal Ekonomi Dan Teknik Informatika*, 9(1).
- Austin, T., Prihatini, L., Lisdiana, L., Marleni, M., & Pratiwi, D. P. (2024). Pelatihan *startup* e-commerce dalam menjaga sustainability sosial dan ekonomi di kelurahan mariana. *RESWARA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(1). <https://doi.org/10.46576/rjpkm.v5i1.3635>
- Laturette, K., Evi Marlina, M. A., & Ismawati, A. F. (2020). Pendampingan, pengembangan bisnis, dan perpajakan bagi pengusaha di kotabaru driyorejo gresik. *JPM17: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(01). <https://doi.org/10.30996/jpm17.v5i01.3258>
- Pratama, A. H. (2018). *Tantangan dan Peluang Startup Kesehatan Indonesia di 2018*. Techinasia.
- Pratiwi, R., & Kurniawan, B. (2021). Implementasi program cak e-mus (cangkrukan entrepreneur muda surabaya) dalam mengembangkan dunia bisnis yang memberdayakan anak muda surabaya. *Publika*, 9(3). <https://doi.org/10.26740/publika.v9n3.p294-306>
- Rahmani, A. I. (2023). Contextual design: pendekatan kearifan lokal dalam konsep perancangan digital start-up valley piyungan, yogyakarta. *Jurnal Kreatif: Desain Produk Industri Dan Arsitektur*, 11(2). <https://doi.org/10.46964/jkdpia.v11i2.380>
- Samiono, B. E., & Nurlatifah, H. (2019). Program kelompok mentoring bisnis komunitas tangan di atas wilayah jakarta selatan 5.0. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Universitas Al Azhar Indonesia*, 1(1). <https://doi.org/10.36722/jpm.v1i1.334>
- Silalahi, M. A. R. (2021). Edukasi *Startup* Finance Technology Di Indonesia Mengacu Pada POJK No. 77/POJK.01/2016. In *Jurnal Ekonomi & Bisnis* (Vol. 1, Issue 1).

- Subardjo, A., & Rahmawati, M. I. (2022). Inovasi Model Bisnis Inkubasi dan Kolaborasi dalam Meningkatkan Kinerja UMKM Surabaya di Era 4.0. *Jurnal Penelitian Inovatif*, 2(1).
<https://doi.org/10.54082/jupin.36>
- Wibowo, L. A., Lisnawati, L., & Sulastri, S. (2021). Akselerasi digital *startup* mahasiswa universitas pendidikan indonesia berbasis executive coaching modeL. *JIPkM*, 1(2).
- Wiriany, D., Suminar, J. R., & Hafiar, H. (2018). KEGIATAN PT. KELASKITA EDUKASI DALAM MELAKUKAN KOMUNIKASI PEMASARAN. *Widya Komunika*, 8(1).
<https://doi.org/10.20884/wk.v8i1.1393>
- Yulisman, Y., Akhmad Zulkifli, Uci Rahmalisa, Sephia Anita Sahrina, & Muhammad Nurfi Syahlan. (2023). Sosialisasi “*startup ideation*” pada mahasiswa Program Studi Teknik Informatika Universitas Abdurrab. *J-ABDI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(4).
<https://doi.org/10.53625/jabdi.v3i4.6486>
- Yurianto, M. E., Chumaidiyah, E., & Aryani, S. (2023). Perancangan Model Bisnis Usulan Dengan Menggunakan Pendekatan *Business Model Canvas* Pada *Startup* Bidang Edukasi Investasi Saham The Investor Di Kota Solo. *Syntax Literate ; Jurnal Ilmiah Indonesia*, 8(4).
<https://doi.org/10.36418/syntax-literate.v8i4.9386>