

IMPLEMENTASI PROGRAM BISDIG MENGAJAR DALAM PROYEK PENGUATAN PROFIL PELAJAR PANCASILA (P5) DI SMP AL-IRSYAD CILACAP

IMPLEMENTATION OF THE BISDIG TEACHING PROGRAM IN THE PANCASILA STUDENT PROFILE STRENGTHENING PROJECT (P5) AT AL-IRSYAD CILACAP JUNIOR HIGH SCHOOL

Nuni Wulansari¹, Zulfikar Yusya Mubarak², Annisa Rahayu Pangesti³, Fajar Nur
Wibowo⁴, Opi Irawansah⁵

^{1,2,3,4,5}Program Studi Bisnis Digital Universitas Al Irsyad Cilacap
e-mail¹wulansari@bisnisdigitalunaic.ac.id ²zulfikar@bisnisdigitalunaic.ac.id
³annisarahayu@bisnisdigitalunaic.ac.id ⁴Fajarnurwibowo@bisnisdigitalunaic.ac.id
⁵opiirawansah@bisnisdigitalunaic.ac.id

Abstrak

Program pengabdian masyarakat ini merupakan kolaborasi antara SMP Al-Irsyad Cilacap dan Program Studi S1 Bisnis Digital Universitas AL-Irsyad Cilacap. Tujuan program BISDIG MENGAJAR untuk meningkatkan wawasan kewirausahaan siswa SMP melalui eksplorasi peluang bisnis berbasis bahan baku lokal. Kegiatan ini dibagi berdasarkan tingkat kelas: siswa kelas 7 difokuskan pada peluang bisnis berbahan baku buah dan sayur, kelas 8 pada daging unggas seperti ayam dan bebek, serta kelas 9 pada seafood. Setelah sesi eksplorasi peluang, siswa menerima materi tentang branding dan logo yang disampaikan oleh dua narasumber ahli. Sebagai tindak lanjut, siswa didampingi oleh mahasiswa Program Studi Bisnis Digital angkatan 3 dan 4 untuk merancang logo, slogan, dan jingle sebagai bagian dari pengembangan identitas merek. Pendekatan ini dirancang untuk memberikan pengalaman praktik kewirausahaan, meningkatkan kreativitas, dan membangun kepercayaan diri siswa dalam menciptakan produk yang memiliki nilai jual. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan pemahaman siswa terhadap konsep branding serta kemampuan menciptakan elemen identitas merek yang kreatif dan relevan.

Kata kunci: kewirausahaan, branding, peluang bisnis, pengabdian masyarakat, identitas merek.

Abstract

This community service program is a collaboration between SMP Al-Irsyad Cilacap and the Digital Business of AL-Irsyad Cilacap University. The purpose of the BISDIG MENGAJAR program is to improve the entrepreneurial insight of junior high school students through the exploration of business opportunities based on local raw materials. This activity is divided based on grade level: grade 7 students are focused on business opportunities using fruit and vegetables, grade 8 on poultry such as chicken and duck, and grade 9 on seafood. After the opportunity exploration session, students receive material on branding and logos presented by two expert speakers. As a follow-up, students are accompanied by students from the Digital Business batches 3 and 4 to design logos, slogans, and jingles as part of brand identity development. This approach is designed to provide practical entrepreneurial experience, increase creativity, and build students' confidence in creating products that have selling value. The results of the activity show an increase in students' understanding of the concept of branding and the ability to create creative and relevant brand identity elements.

Keywords: entrepreneurship, branding, business opportunities, community service, brand identity.

1. PENDAHULUAN

Peningkatan keterampilan kewirausahaan di kalangan generasi muda menjadi salah satu upaya strategis untuk mendukung kemandirian ekonomi dan menciptakan wirausaha baru di masa depan. Pendidikan kewirausahaan pada tingkat sekolah menengah pertama (SMP) memiliki peran penting dalam mengenalkan konsep dasar kewirausahaan dan mengembangkan kreativitas siswa dalam mengidentifikasi peluang bisnis. Bahan baku lokal, seperti buah, sayur, daging unggas, dan seafood, merupakan komoditas yang memiliki potensi besar untuk dikembangkan menjadi produk bernilai tambah melalui inovasi bisnis.

Program pengabdian masyarakat merupakan lahan praktik dari mata kuliah *Public Speaking*, *Technopreneur* dan Media Digital Kreatif bagi mahasiswa Prodi Bisnis Digital Universitas Al-Iryad Cilacap, program ini sekaligus dirancang untuk membekali siswa SMP dengan pengetahuan dan keterampilan kewirausahaan berbasis bahan baku lokal. Siswa kelas 7 difokuskan pada potensi bisnis berbahan baku buah dan sayur, kelas 8 pada daging unggas (ayam dan bebek), serta kelas 9 pada seafood. Selain itu, siswa diberikan materi tentang branding dan logo oleh dua narasumber ahli untuk memperkuat pemahaman mereka tentang pentingnya identitas merek dalam dunia bisnis.

Sebagai bagian dari pendampingan, mahasiswa Program Studi Bisnis Digital angkatan 3 dan 4 dilibatkan untuk membantu siswa dalam proses perancangan logo, slogan, dan jingle. Pendekatan ini tidak hanya memberikan pengalaman praktik kepada siswa, tetapi juga mendorong kolaborasi antargenerasi untuk menciptakan produk inovatif yang relevan dengan kebutuhan pasar. Melalui kegiatan ini, diharapkan siswa dapat memahami pentingnya kreativitas, inovasi, dan branding dalam menjalankan usaha, sekaligus menginspirasi mereka untuk menjadi wirausaha muda yang mandiri dan kompetitif.

2. METODE PENELITIAN/PENGABDIAN

Lokasi pengabdian kegiatan ini di SMP Al-Irsyad Cilacap Jl Cerme Cilacap Tengah, yang mencakup 13 kelas dengan total 415 siswa. Dengan rincian sebagai berikut: 118 siswa yang duduk di grade 7, 137 siswa grade 8, dan 160 siswa grade 9.

Metode mencakup beberapa pendekatan:

a. Observasi dan Analisis Kebutuhan

Dilakukan survei awal untuk memahami tingkat pengetahuan siswa tentang kewirausahaan, potensi lokal di lingkungan sekitar, dan kebutuhan pembelajaran yang relevan. Hasil analisis menjadi dasar dalam merancang modul dan materi pelatihan.



b. Pemberian Materi (Diskusi)

Penyampaian materi oleh mahasiswa Prodi Bisnis Digital UNAIC dengan tema peluang bisnis berbasis bahan baku local, dengan sub tema yang berbeda untuk setiap tingkat kelas:

Kelas 7: Bisnis berbasis buah dan sayur.



(ayam dan bebek).

Materi branding dipaparkan oleh narasumber Zulfikar Yusya Mubarak M.Kom (Kaprodi Bisnis Digital UNAIC), dan materi Logo disampaikan melalui metode interaktif, termasuk sesi tanya jawab dan studi kasus oleh Annisa Rahayu Pangesti M.Kom (Dosen prodi Bisnis Digital UNAIC).



c. **Pelatihan dan Pendampingan Praktis**



Mahasiswa Program Studi Bisnis Digital UNAIC (angkatan 3 dan 4) mendampingi siswa SMP Al-Irsyad Cilacap:

- 1) Merancang **logo** yang mencerminkan identitas produk.
- 2) Membuat **slogan** yang kreatif dan menggambarkan nilai bisnis.
- 3) Mengembangkan **jingle** sebagai elemen promosi.

Pelatihan dilakukan secara kelompok untuk mendorong kolaborasi dan diskusi kreatif.

d. **Praktik dan Simulasi**

Siswa diberi kesempatan untuk berkreasi membuat desain logo menggunakan aplikasi Canva, slogan, dan jingle menggunakan aplikasi Bandlab. Simulasi dilakukan dengan memberikan masukan dari narasumber, dosen & mahasiswa pendamping untuk meningkatkan kualitas produk.

e. **Monitoring dan Evaluasi**

Pengumpulan semua elemen tersebut melalui link google drive https://drive.google.com/drive/folders/14Vm9nNT041y8q5TR0RpzmuUSUeo1Sz_dM penilaian terhadap pemahaman siswa mengenai materi kewirausahaan dan branding dilakukan oleh wali kelas masing-masing. Evaluasi kualitas hasil karya siswa berdasarkan kriteria kreativitas, relevansi, dan potensi pemasaran.

f. Penerapan dan Dokumentasi Hasil Kegiatan

Karya siswa didokumentasikan dalam bentuk portofolio digital sebagai referensi dan motivasi untuk terus mengembangkan ide bisnis. Hasil kegiatan juga digunakan untuk menyusun laporan dan artikel ilmiah terkait dampak program pengabdian ini. Metode ini mengintegrasikan pendekatan edukatif, praktis, dan kolaboratif untuk memberikan pengalaman belajar yang menyeluruh kepada siswa.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil pengabdian Program BISDIG Mengajar P5 di SMP Al-Irsyad Cilacap mencakup 56 logo usaha, 56 slogan, dan 56 jingle, yang masing-masing dilengkapi dengan formulir rencana usaha. Setiap kelas dibagi menjadi 4–5 kelompok dengan anggota 6–8 siswa per kelompok. Namun, kualitas logo, slogan, dan jingle yang dihasilkan belum sepenuhnya memenuhi unsur branding yang ideal. Hal ini disebabkan oleh target pembelajaran yang masih berfokus pada tahap pengenalan konsep branding. Proses pembelajaran dirancang agar siswa dapat membuat branding yang sederhana, hemat biaya, dan mudah dibuat menggunakan template. Pendekatan ini bertujuan untuk memotivasi siswa, menumbuhkan jiwa kewirausahaan, serta membangun mindset bisnis sejak dini.



4. KESIMPULAN

Program BISDIG Mengajar P5 di SMP Al-Irsyad Cilacap berhasil memberikan pengalaman edukasi kewirausahaan berbasis branding kepada siswa dengan menghasilkan 56 logo, slogan, dan jingle, meskipun kualitasnya masih memerlukan peningkatan untuk memenuhi standar branding yang ideal. Kegiatan ini telah membantu menumbuhkan motivasi dan mindset kewirausahaan pada siswa melalui pendekatan praktis dan sederhana. Sebagai saran, program serupa dapat diperluas dengan penekanan lebih pada aspek kreatif dan inovatif melalui pendampingan intensif, pengayaan materi branding, serta pemanfaatan teknologi desain yang lebih

bervariasi agar hasil yang dihasilkan lebih relevan dengan kebutuhan pasar dan kompetitif.

UCAPAN TERIMAKASIH

Terimakasih kepada kepala sekolah Pertama, S. Pd, Kordinator P5 Roviyaana, S.Pd serta semua guru dan murid SMP Al-Irsyad Cilacap. Rasa bangga kepada ungkapkan kepada mahasiswa Program Studi Bisnis Digital angkatan 3 dan 4 atas dedikasi, semangat, dan kontribusinya dalam mendampingi para siswa SMP Al-Irsyad Cilacap selama pelaksanaan Program BISDIG Mengajar P5, serta semua pihak yang terlibat dalam kolaborasi Program BISDIG MENGAJAR P5 Di SMP AL-Irsyad Cilacap, Semoga pengalaman ini menjadi langkah awal yang bermakna untuk terus berkolaborasi, berkarya, mengabdikan, dan saling memberikan manfaat bagi masyarakat. Terima kasih telah menjadi bagian penting dalam suksesnya program ini.

DAFTAR PUSTAKA

1. Ainun, N., Wahida, A., & Maming, R. (2023). Pentingnya Peran Logo Dalam Membangun Branding Pada UMKM. Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah, 6(1), 674–681. <https://doi.org/10.36778/jesya.V6i1.967>
2. Endra, R. Y., Redaputri, A. P., Dunan, H., Aprinisa, Syahputra, M. B., & Handayani, A. (2024). Pelatihan Design Dengan Canva Untuk UMKM Sebagai Sarana Promosi Produk Di Desa Ganjar Asri Metro. Jurnal Pengabdian Umkm, 3(1), 32–38. <https://ipu.ubl.ac.id/index.php/ipu>
3. Suwandi, A., Susanti, & Nisrina. (2023). Pengembangan Logo Pada Produk Sebagai Branding UMKM Di Desa Wisata Kertarahayu. Journal Of Tourism And Creativity, 7(2), 108–112. <https://jurnal.unej.ac.id/index.php/tourismjournal/index>