

MENINGKATKAN KEMAMPUAN ENTREPRENEURSHIP MAHASISWA PADA MATA KULIAH KEWIRAUSAHAAN DENGAN MEDIA DIGITAL PROGRAM STUDI PENDIDIKAN BAHASA INDONESIA INSTITUT PENDIDIKAN NUSANTARA GLOBAL

M Rudi Gunwan Parozak¹, Fadma Rosita²

Institut Pendidikan Nusantara Global

Corresponding author email: ojackbulk@gmail.com

Article History

Received : 6 November 2023

Revised : 17 November 2023

Published: 28 November 2023

ABSTRACT

This research discusses the application of entrepreneurship teaching to students in an effort to improve their entrepreneurial abilities. The objectives to be achieved in this research are how to determine the appropriate entrepreneur, as well as what strategies can be implemented to advance the entrepreneur being built. The type of research used is qualitative, descriptive in nature. The data collection methods used were observation, interviews and documentation. The data analysis technique is qualitative descriptive analysis, namely data reduction, data presentation, and disclosure of conclusions. The results obtained in this research were that students carried out a reset in the form of being directly involved in the practice of lpng and opening a micro-scale entrepreneur within a period of 3 weeks. Students who have been divided into small groups are all doing business in trading deals. Products marketed include processed food products, drinks and chicken eggs. There are three problems experienced by students in entrepreneurship, namely: a) limited capital; b) lack of innovation; c) low motivation and competitiveness. The strategy implemented is a digital entrepreneurial strategy, namely: Content-Based Business and Online store. Before implementing entrepreneurship in digital mode, students first conduct research on entrepreneurship directly, then take further action based on the results of the trial, and carry out entrepreneurship in digital mode.

Keywords: *Entrepreneurship, College Students, Digital Shop*



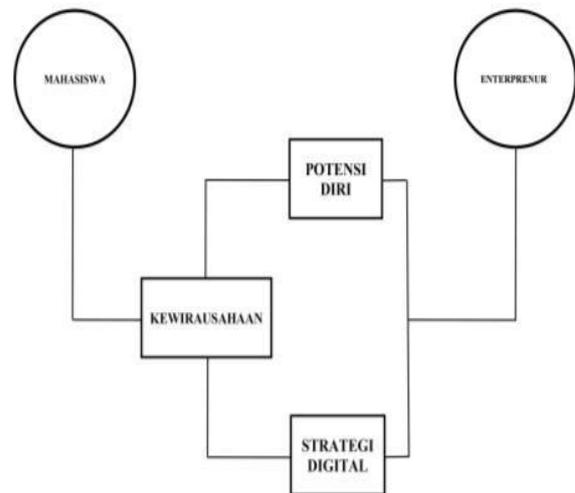
LATAR BELAKANG

Kewirausahaan merupakan matakuliah umum yang memiliki manfaat besar bagi mahasiswa. Hal ini karena selain memiliki kemampuan akademik, mahasiswa sebaiknya juga memiliki kemampuan lain yang dapat menunjang kariernya pada masa depan. Kemampuan yang akan diberikan pada mahasiswa dalam mata kuliah ini berupa pengalaman dan bekal untuk menjadi entrepreneur yang berkualitas. Hal ini tentu saja dilatarbelakangi oleh kondisi era sekarang yang serba digital dan canggih. Oleh sebab itu entrepreneur perlu dipersiapkan di masa perkuliahan. Wirausaha dipandang dapat memberikan gambaran kepada mahasiswa pada era saat ini, mengingat adanya persaingan dalam mencari pekerjaan. Selain itu, mahasiswa dituntut untuk kreatif, bukan hanya memiliki daya saing dalam mencari pekerjaan, akan tetapi mahasiswa juga dituntut untuk menjadi entrepreneur yang dapat menciptakan lapangan pekerjaan. Entrepreneur yang akan dipersiapkan dalam penelitian ini adalah entrepreneur berbasis digital. Mengapa berbasis digital? Hal ini dilatarbelakangi oleh kecenderungan minat mahasiswa dan seusianya yang menyukai teknologi dan hal-hal yang praktis. Oleh sebab itu, peneliti akan melakukan penelitian dengan tema meningkatkan kemampuan entrepreneurship mahasiswa pada mata kuliah kewirausahaan berbasis digital di prodi pendidikan bahasa Indonesia.

Kerangka Berpikir

Pada penelitian ini akan difokuskan kepada mahasiswa, agar mahasiswa dapat melakukan bisnisnya sendiri melalui mata kuliah kewirausahaan dengan menggali potensi diri, dan juga menggunakan strategi digital dalam pengembangannya. Ilustrasi

dari uraian ini akan disajikan oleh peneliti pada bagan di bawah ini:



METODE PENELITIAN

Subjek pada penelitian ini adalah mahasiswa program studi pendidikan Bahasa Indonesia semester 6.

Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data

merupakan tahap awal yang dilakukan sebelum melakukan tahap selanjutnya. Data-data temuan penelitian yang telah didapatkan melalui tindakan observasi, wawancara, dan pengambilan dokumentasi dicatat dalam catatan lapangan yang terdiri dari dua aspek, yaitu deskripsi dan refleksi. Data deskripsi merupakan data asli yang didengar, dirasakan, dilihat, dan dialami sendiri oleh peneliti tanpa melihat dari pendapat orang lain termasuk informan. Data-data awal yang didapat lalu kemudian direfleksikan dengan cara melakukan pencarian data kembali dengan teknik wawancara kepada informan yang berkompeten.

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam melakukan analisis rumusan masalah

yang terdapat dalam bab I adalah teknik interaktif. Menurut Punch dalam Pawito (2008:104-106) teknik analisis data terdiri dari tiga komponen yaitu: pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan serta pengujian kesimpulan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Permasalahan Kewirausahaan Mahasiswa

Berbagai permasalahan dalam berwirausaha pada UMKM dan Mahasiswa selalu berkaitan dengan motivasi dan berbagai keterbatasan yang timbul beberapa permasalahan yang dapat dijumpai dalam praktek berwirausaha antara lain:

Keterbatasan Modal

Modal sering kali menjadi permasalahan inti bagi mahasiswa yang akan memula berusaha, mengingat mahasiswa masih bergantung kepada orang tua dalam masalah ekonomi. Hal ini menyebabkan modal yang diperoleh oleh mahasiswa yang telah dibentukan dalam kelompok kecil ini cenderung kurang atau minim.

Sehingga mahasiswa kebingungan dalam menjalankan modal tersebut.

Menentukan produk apa yang akan dipasarkan, atau dalam bentuk jasa yang memerlukan alat atau mesin yang dapat membantu jasa tersebut dapat berjalan.

Inovasi yang kurang

Pada praktek yang telah dilaksanakan oleh mahasiswa dalam kurun waktu 3 minggu, mahasiswa kurang dapat berinovasi, dan cenderung memiliki produk yang serupa dengan kelompok yang lain. Produk serupa itu antara lain dalam bentuk minuman yang bermodal rendah, dan makanan sejenis yang diolah dengan bahan dasar yang sama yaitu frozen food. Sehingga penjualan atau omset yang didapat cenderung rendah.

Motivasi dan daya saing

Selain dua hal yang telah dijelaskan di atas, motivasi mahasiswa dalam berwirausaha juga cenderung rendah. Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan, mahasiswa menyatakan tidak berbakat berwirausaha, dan merasa kurang berwawasan dalam dunia kewirausahaan. Hal ini menjadikan daya saing yang rendah karena tidak memikirkan produk yang akan dipasarkan dengan matang dan menarik.

Strategi Kewirausahaan

Strategi yang cocok digunakan oleh mahasiswa dalam melakukan wirausaha adalah strategi digital, mengingat segala sesuatu dapat dijangkau dengan mudah dan murah menggunakan digitalisasi. Selain itu, padatnya kegiatan mahasiswa membuat berwirausaha dengan mode digital sangat efektif dan tidak memakan waktu. Strategi yang digunakan dalam proses digital entrepreneurship atau kewirausahaan yang sesuai digunakan oleh mahasiswa adalah:

Content-Based

Business berupaya untuk memberikan nilai kepada pelanggan dengan menyediakan konten yang spesifik dalam format digital. Konten ini dapat meliputi resep, artikel, video, webinar, panduan, dan masih banyak lagi. Tantangan utama dalam tipe bisnis ini adalah bagaimana mencari topik yang tepat, dan perlu upaya untuk melakukan pemutakhiran konten secara konsisten.

Contoh: konten kreator yang menjajakan barangnya dengan sistem *dropshipping* dan dimuat dalam berbagai gaya, drama bahkan gimmick. Online Store dimana semua orang sudah mengenal media ini. Dapat dilakukan dengan memuali penjualan di media social atau e-commerce yang telah banyak dapat diakses saat ini. Selain itu, platform atau e-commerce juga menyediakan penjualan produk barang atau jasa. Anda dapat

memulai bisnis ini dengan bekerjasama dengan pengusaha lain yang memiliki produk bagus namun belum memahami bagaimana cara menciptakan toko daring. Kemudian, secara bertahap Anda dapat mengumpulkan data untuk memperoleh pemahaman terkait preferensi konsumen, dan menemukan peluang untuk *cross-selling* maupun *upselling*, atau bahkan berlangganan (*subscription*).

Contoh: ecommerce yang terkenal dan sering kita gunakan seperti shoppe, blibli.com, toko pedia, dll.

KESIMPULAN

Dari hasil penelitian yang dilakukan dapat disimpulkan hal-hal sebagai berikut:

1. Mahasiswa terjun langsung dan melakukan wirausaha dalam bentuk perdagangan secara langsung, dalam kurun waktu 3 minggu.
2. Dari hasil lapangan, ditemukan beberapa masalah, dan kemudian menjadi bahan evaluasi, dan kemudian melakukan tindak lanjut program mahasiswa berwirausaha dalam mode digital shop.
3. Beberapa masalah yang ditemui di lapangan antara lain: a) keterbatasan modal; b) inovasi yang kurang; c) motivasi dan daya saing yang rendah. Hal-hal tersebut ditemukan selama mahasiswa melakukan riset berwirausaha secara langsung, dan mendapati omset yang rendah, tidak sesuai dengan rencana awal, dan kemudian menjadi bahan evaluasi dalam program wirausaha digital.
4. Strategi wirausaha yang diambil dan dirasa menarik adalah strategi wirausaha digital. Hal ini jelas lebih efektif, rendah biaya, inovasi yang tinggi,

dan tidak memakan waktu dimana mahasiswa masih memiliki aktivitas yang padat.

Berikut ini beberapa foto kegiatan dan poster wirausaha mahasiswa dalam bentuk promosi dalam mode digital dan non digital.





DAFTAR PUSTAKA

- Budianto, A. E., Dianawati, E., & Iswahyudi, D. (2019). Penerapan program pengembangan kewirausahaan pada mahasiswa (Tenant) di Universitas Kanjuruhan Malang. *Kumawula: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), 93-103.
- Drucker, P. (2014). *Innovation and entrepreneurship*. Oxfordshire: Routledge.
- Harsono, & Budiyanto, S. M. (2015). Membedik mahasiswa sebagai calon wirausahawan. *Jurnal Pendidikan Ilmu Sosial*, 25(2), 34-45.
- Maryanti, S., Wiyati, R., & Thamrin, M. (2017). Strategi menumbuhkan jiwa entrepreneur mahasisiwa di Universitas Lancang Kuning.

PEKBIS (Jurnal Pendidikan Ekonomi Dan Bisnis), 9(3), 175-185.

- Megawati, & Farida, L. E. (2018, December). Strategi Menumbuhkan Jiwa Kewirausahaan yang Kreatif dan Inovatif. In *Proceeding of National Conference on Asbis*, Vol. 3 (pp. 296-302).
- Nova Tiara Ramadhani dan Ida Nurnida, *Jurnal Ecodemica*, Vol. 1 No. 1 April 2017. Pengaruh Mata Kuliah Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa di unggah pada 28 Januari 2022.
- Parhana. (2019). Entrepreneurship bagi mahasiswa: antara bisnis dan kebutuhan hidup (Studi kasus mahasiswa STIT Al-Amin Kreo Tangerang). *Andragogi: Jurnal Pendidikan Islam dan Manajemen Pendidikan Islam*, 1(2), 285-303.
- Pawito, 2008. penelitian komunikasi kulaitatif. Lkis Pelangi Aksara.
- Siswoyo, B. B. (2009). Pengembangan jiwa kewirausahaan di kalangan dosen dan mahasiswa. *Jurnal Ekonomi Bisnis*, 14(2), 114-123.
- Sutrisno dan Purbonusanto, Welius. 2017. *Kewirausahaan*. Yogyakarta: Magnum Pustaka Utama.