

Model Pembelajaran Program Wirausaha Merdeka Terhadap Minat Wirausaha Mahasiswa

Moh. Hudi Setyobakti¹, Retno Cahyaningati², Emmy Ermawati³

Institut Teknologi dan Bisnis Widya Gama Lumajang^{1,2,3}

Email: hudisetiyobakti@gmail.com¹, retnocahyaningati95@gmail.com², emmy.ermawati01@gmail.com³

Abstrak

Tujuan penulisan artikel ini adalah memberikan informasi dan analisis implementasi dalam program wirausaha merdeka 2022, pada perguruan tinggi institute teknologi dan bisnis widya gama lumajang sebagai PT pelaksana yang bekerjasama dengan universitas ciputra surabaya sebagai PT penyelenggara. Jumlah peserta dalam program ini sejumlah 29 mahasiswa. Metode yang dilaksanakan adalah pembelajaran teori dan praktek terstruktur dalam kurikulum WMK yang terdiri atas 15 minggu dalam 5 tahap. Input penting lainnya adalah isu terkait sustainable development goals (SDGs), yang diwajibkan masuk dalam implemmentasi program, sehingga prototype yang dihasilkan juga menjawab isu SDGs. Hasil yang didapatkan adalah 29 mahasiswa peserta mampu mengikuti dan menerapkan pembelajaran sebagai peserta baik secara teori maupun praktik yang dijalankan. Upaya dalam mendukung keberlanjutan desain dan rancangan bisnis mahasiswa adalah akan dilakukan pembimbingan lanjutan oleh UPT kewirausahaan mahasiswa pada PT pelaksana.

Kata kunci: Wirausaha Merdeka, Mahasiswa, SDGs

PENDAHULUAN

Tantangan dalam dunia kerja khususnya bagi lulusan perguruan tinggi semakin ketat. Hal ini tidak berjalan paralel dengan ketersediaan lapangan pekerjaan dengan jumlah lulusan. Prasyarat untuk bisa bersaing adalah dengan meningkatkan kompetensi lulusan untuk berdaya saing, sehingga mampu berkompetisi dalam perebutan peluang pekerjaan yang selaras dan memadai. Inilah yang menjadi salah satu jawaban utama dalam menangkap peluang dan sekaligus tantangan dunia kerja.

Fenomena tersebut, seakan menjadi sebuah pemandangan yang akan terus terjadi, terutama semakin masifnya perubahan social yang berdampak pada perubahan perilaku yang ditangkap oleh dunia kerja menjadi sebuah tuntutan. Kenyataan inilah yang seharusnya ditindak lanjuti oleh lembaga pendidikan sebagai penghasil lulusan, untuk lebih mempersiapkan calon lulusan menjadi seorang ekerja handal dan kompeten tetapi juga mempersiapkan calon lulusan menjadi seorang wirausahawan. Tujuan pendidikan tidak hanya di orientasikan pada aspek pengetahuan, tetapi juga berorientasi pada ranah peningkatan hardskill diantaranya menumbuhkan jiwa kewirausahaan (Prastiwi & Setyobakti, 2020; Yatminiwati et al., 2021).

Program wirausaha merdeka (WMK) tahun 2022, merupakan salah satu program yang digagas oleh kementerian pendidikan yang ditujukan untuk menumbuhkan minat, membangun dan mengembangkan kewirausahaan bagi mahasiswa. Wirausaha Merdeka adalah bagian dari program MBKM yang bertujuan untuk memberikan kesempatan kepada mahasiswa belajar dan mengembangkan diri menjadi calon *entrepreneur* melalui aktivitas di luar kelas perkuliahan. Program Wirausaha Merdeka ini mengajak para mahasiswa untuk berkolaborasi, beraksi, dan berbakti untuk negeri dalam perkembangan ekonomi masyarakat Indonesia. Mahasiswa diharapkan dapat menjadi agen perubahan (*agent of change*) yang membantu meningkatkan kualitas ekonomi masyarakat dan menjadi agen penggerak (*agent of driven*) dalam memberikan solusi inovasi untuk

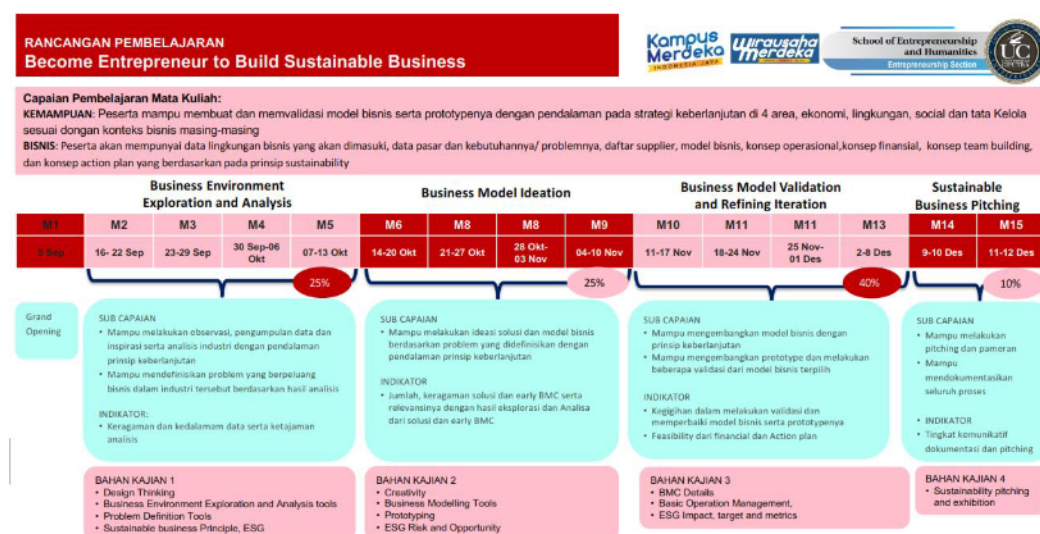
membuka lapangan pekerjaan melalui peluang dan perkembangan bisnis mahasiswa, serta menjadi agen pelopor (*agent of creator*) untuk menumbuhkan potensi kewirausahaan baru di Indonesia. Program tersebut dilaksanakan dengan adanya kolaborasi antar perguruan tinggi penyelenggara dengan perguruan tinggi pelaksana atau mitra. Institut Teknologi dan Bisnis Widya Gama Lumajang, merupakan salah satu pelaksana dalam program wirausaha merdeka, dimana mitra penyelenggara adalah Universitas Ciputra Surabaya.

Metode Pelaksanaan

Artikel ini disusun dengan tujuan menganalisis implementasi program wirausaha merdeka di kampus Institut Teknologi dan Bisnis Widya Gama Lumajang dengan mitra Universitas Ciputra Surabaya pada tahun 2022, yang diikuti oleh 29 mahasiswa, dimana mahasiswa di damping oleh dosen pembimbing lapangan (DPL) perguruan tinggi asal sejumlah 3 (tiga) orang dan fasilitator yang disediakan oleh perguruan tinggi penyelenggara. Program tersebut dirancang oleh perguruan tinggi penyelenggara dengan mendesain pembelajaran selama satu semester dimana terbagi kedalam kurikulum teori dan praktek. Secara garis besar tahapan dalam program ini terbagi atas bagian (Universitas Ciputra, 2022).

1. Membangun *desain thinking* terhadap visi *entrepreneurship*
2. *Business Environment Exploration and analysis*
3. *Business model ideation*
4. *Business model validation and refining iteration*
5. *Sustainable business pitching*

Tahapan tersebut wajib diikuti oleh setiap mahasiswa peserta. Setiap minggu dilakukan penguatan kapasitas untuk dapat melaksanakan setiap tahapan, berupa bimbingan langsung oleh fasilitator dan pendampingan setiap harinya oleh DPL. Gambaran pelaksanaan program wirausaha merdeka (WMK) oleh PT penyelenggara tersusun dalam 15 minggu penyelenggaraan dengan pentahapan berdasarkan kurikulum.



Gambar 1: alur pembelajaran WMK

Sumber: Universitas Ciputra Surabaya

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan wirausaha merupakan bentuk pembelajaran yang mendorong pengembangan minat wirausaha generasi muda dengan program kegiatan belajar yang sesuai. Pengembangan kewirausahaan mahasiswa melalui program wirausaha merdeka, khususnya pada PT penyelenggara Universitas Ciputra Surabaya, mengembangkan desain program terstruktur dengan capaian pembelajaran project bisnis yang dijalankan oleh mahasiswa. Program ini disusun dalam 5 (lima) tahapan, dimana pada setiap tahapan terdiri atas beberapa pertemuan kuliah dan pembimbingan praktek, dengan total pertemuan 15 kali formal dan selebihnya secara informal dibimbing oleh DPL.

1. Membangun desain thinking visi *entrepreneurship*

Desain thinking yang dibangun dalam program wirausaha merdeka adalah dengan merubah mindset mahasiswa tentang pentingnya membangun jiwa wirausaha dalam banyak aspek seperti pentingnya memahami market dan lingkungannya dan pentingnya memahami lingkungan industri dan mencari inspirasi. Hal ini menjadi penting, karena untuk menjadi entrepreneur, disini mahasiswa diajarkan agar mereka tidak hanya berfokus pada kemampuan membuat produk yang mereka minati, namun juga harus memahami problem dan kebutuhan masyarakat yang dapat menjadi peluang bisnis. Oleh sebab itu desain thinking merupakan tools yang sesuai untuk mahasiswa dalam menentukan bisnis yang akan dibangun.

Tahapan ini dilaksanakan pada minggu 1 (satu). Adapun pembelajaran yang disampaikan adalah dengan memberikan model training motivasi serta sharing pengalaman dari para tokoh bisnis yang berhasil. Hasilnya mahasiswa mampu menelaah dengan baik pada posisi seperti apa saat ini, dan bagaimana membangun visi entrepreneur termasuk dalam membangun sebuah bisnis yang berkelanjutan. Visi kewirausahaan mampu memberikan dorongan bagi mahasiswa dalam melakukan tindakan proaktif dan kreatif (Nurwadjah et al., 2020; Setyobakti, 2017). Output dari desain thinking mahasiswa mampu mengenali potensi diri dan lingkungan yang cocok untuk berwirausaha serta memahami kebutuhan masyarakat yang dapat berpeluang menjadi bisnis.



Gambar 2. Mentoring DPL secara offline

2. *Business Environment Exploration and analysis*

Pada tahapan ini dilaksanakan minggu ke 2 sampai ke 5. Pentingnya eksplorasi dan analisis lingkungan bisnis dan kondisi diri untuk memahami problem berpeluang bisnis dari konteks customer, yang ada titik temu dengan potensi diri dan infrastruktur di sekitar. Mekanismenya adalah memberikan penguatan kapasitas tentang bagaimana mahasiswa mengenali segala potensi dan informasi yang menjadi input dalam proses pentahapan bisnis berikutnya. Mahasiswa juga melakukan analisis kompetitor dengan alat BMC benchmark untuk mengenali kompetitor secara detail mulai dari Perbandingan *Value Proposition* (Blok yang menjelaskan model nilai sebuah produk atau jasa), Perbandingan *Customer Segment* (Blok yang menjelaskan model pasar dan profil customer), Perbandingan *Channels per fase* (blok yang menjelaskan model media yang digunakan perusahaan dengan customer di 5 tahap relationship), Perbandingan *Customer Relationship* (Blok yang menjelaskan model relationship), Perbandingan *Key Activities* (Blok yang menjelaskan model aktivitas utama perusahaan), Perbandingan *Key Resources* (Blok yang menjelaskan sumber daya fisik-manusia-kekayaan intelektual-finansial suatu perusahaan), Perbandingan *Key Partnership* (blok yang menjelaskan model partnership dan profil partner suatu perusahaan), Perbandingan *Cost Structure* (blok yang menjelaskan model pembiayaan suatu perusahaan) dan Perbandingan *Revenue Stream* (blok yang menjelaskan model aliran pemasukan, model penetapan harga dan metode pembayaran).

Kegiatan ini bertujuan agar mahasiswa mengetahui kelemahan dan value proposition dari bisnis mereka ada pada point mana. Disamping itu mekanisme yang dibangun ketika melakukan Benchmarking harus tetap berlandaskan SDGs. Tidak sedikit mahasiswa yang mengalami kesulitan, namun dengan keuletan dan ketelatenan mereka dalam mengerjakan kertas kerja Benchmarking BMC yang disajikan serta adanya bimbingan oleh DPL dan Fasilitator tugas mereka dapat berjalan dengan lancar. Tahapan ini berfungsi memberikan masukan apapun terkait hal yang bermanfaat dalam menentukan ide bisnis berikutnya. Diantara proses yang dilakukan adalah sebagai berikut:

- a. Mahasiswa melakukan studi lapangan (*onsite dan internet*) meliputi observasi, eksplorasi, interview, menyebar kuisioner, studi banding ke industry dan pemerintah, mengumpulkan inspirasi, serta pendalaman prinsip keberlanjutan
- b. Mampu mendefinisikan problem yang berpeluang bisnis tersebut berdasarkan hasil analisis
- c. Membuat dokumentasi semua hasil studi lapangan yang telah dilakukan.

Mahasiswa pada tahap ini diberikan penugasan agar dapat mengenali potensi diri dan lingkungan. Semua peserta dapat menyelesaikan tugas dengan baik, dan mampu menuangkan dalam kertas kerja yang tersedia. Outcome dari tahapan ini adalah mahasiswa memahami data *trend* and kekuatan pasar /*market forces*, data industry yang ada yang merupakan calon competitor, serta problem yang terjadi di masyarakat yang dapat berpeluang bisnis.

3. *Business model ideation*

Business model ideation merupakan tahapan dimana mahasiswa mulai mengembangkan ide bisnis yang berangkat dari data analisis yang telah dilakukan. Memahami bisnis mereka termasuk blok yang mana, Artinya mahasiswa belajar memberikan solusi atas permasalahan yang terjadi dengan ide yang diberikan. Mahasiswa dapat mengembangkan dari sebuah produk mencakup antara lain: desain, manfaat, layanan, market, harga, proses, *supply chain*, biaya, dan cara penjualan. Kemampuan ini bergantung pada kedalaman sejauh mana mahasiswa mampu menemukan kesenjangan antara masalah dan potensi yang dimiliki ataupun potensi lain yang bisa dikembangkan (Setyobakti, 2018; Setyobakti et al., 2021). Melalui pentahapan ini secara khusus ditujukan agar peserta memiliki kemampuan melakukan ideasi solusi dan model bisnis, berdasarkan problem yang didefinisikan dengan pendalaman prinsip berkelanjutan. Sebanyak 29 peserta mahasiswa, mampu menyelesaikan tahapan ini dengan penyelesaian tugas yang diberikan oleh mentor serta pembimbingan oleh DPL. Adapun outcome dari tahapan ini adalah mahasiswa dapat menyusun prototype sederhana, dapat menyusun klipng model bisnis yang *sustainable* dan *innovative Value Proposition*, dapat menyusun beberapa alternative *Business Model Canvas* (BMC) dengan SCAMPER.

4. *Business model validation and refining iteration*

Tahap *Business model validation and refining iteration*, merupakan tahap pengembangan atas ide bisnis yang dipilih. Pada fase ini mahasiswa melakukan pendalaman bagaimana nantinya model bisnis yang akan dikembangkan, dengan menganut prinsip keberlanjutan. Tujuan pada tahap *Business model validation and refining iteration* di harapkan ada 2 hal yang didapatkan mahasiswa;

- a. Mampu mengembangkan model bisnis dengan prinsip berkelanjutan.
- b. Mampu mengembangkan prototype dan melakukan beberapa validasi dari model bisnis yang terpilih

Harapan bisnis yang dikembangkan benar benar didasarkan atas analysis yang mendalam diantaranya, aspek pemilihan segmentasi pasar, target dan posisi yang tepat. Pendalaman pada lingkungan eksternal juga dilakukan diantaranya pada pesaing dengan melakukan benchmarking, dan yang berikutnya adalah menuangkan dalam model bisnis canvas, untuk melihat secara mendalam profil bisnis yang dijalankan. Pengembangan ini tentu akan memberikan pembelajaran mengenali lebih jauh terhadap bisnisnya, mendapatkan kepekaan ketika situasi mengalami perubahan dan seterusnya (Pamungkas et al., 2021; Setyobakti et al., 2021).



Gambar 3: contoh produk ufo petty

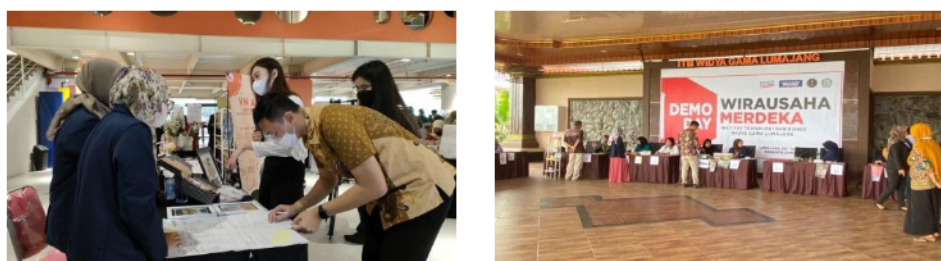
Hasil proses *Business model ideation* dan *Business model validation and refining iteration*

5. *Sustainable business pitching*

Tahap *Sustainable business pitching* mahasiswa mendapatkan pembelajaran bagaimana pengelolaan bisnis diarahkan pada proses mendapatkan input terhadap prototype maupun produk yang dihasilkan. Secara prinsip hal ini adalah alat evaluasi secara terus menerus yang nantinya akan dilakukan oleh pebisnis, dalam rangka menjawab masalah atau solusi dalam bentuk produk berupa barang atau jasa. Melalui tahap ini mahasiswa diharapkan mendapatkan kemampuan diantaranya;

- a. Mampu melakukan pitching dan pameran
- b. Mampu mendokumentasikan seluruh proses

Desain yang dikembangkan pada fase atau tahap ini adalah, mahasiswa melakukan pameran atas produk atau prototype yang dihasilkan. Mahasiswa mendapatkan banyak masukan dari pengunjung dalam bentuk kritik atau saran, sehingga menjadi input untuk memperbaiki. Hal ini merupakan bagian dari evaluasi dalam pengembangan bisnis kedepannya. Konsep keberlanjutan juga dibangun dengan memperhatikan isu-isu sebagaimana yang tertuang dalam sustainable development goals (SDGs) yang menjadi kesepakatan internasional dalam membangun masyarakat internasional (Dinnanta & Nuraeni, 2020).



Gambar 4: Demoday, bentuk *Sustainable business pitching*

Hasil selama pelaksanaan program, secara umum 29 mahasiswa peserta dapat mengaplikasikan hasil pembelajaran. Hasil ini nantinya akan dilakukan pembimbingan lebih lanjut melalui Unit Pelaksana Teknis (UPT) kewirausahaan mahasiswa pada PT pelaksana. Hal tersebut untuk memberikan dukungan keberlanjutan bisnis yang telah digagas oleh mahasiswa.

KESIMPULAN

Entrepreneurship merupakan karakteristik yang terbentuk dari pembiasaan. Proses pembiasaan yang terbimbing dengan baik akan memberikan dampak terbentuknya jiwa berorientasi kewirausahaan. Jiwa kewirausahaan itu sendiri ketika diwujudkan dalam bentuk bisnis maka akan menghasilkan sosok pebisnis yang handal dan terus melakukan daya kreasi dan inovasi dalam mengembangkan bisnisnya.

Dalam sebuah bisnis, tantangan akan terus terjadi terutama adanya perubahan lingkungan yang dinamis. Proses evaluasi secara terus menerus perlu dilakukan dalam upaya perbaikan bisnis kedepan. Keberlanjutan bisnis merupakan indikator keberhasilan dalam bisnis itu sendiri, dan banyak factor yang mempengaruhi keberlanjutan bisnis.

Pembelajaran dalam program wirausaha merdeka, mengajarkan mahasiswa mengenali potensi, mengenali masalah, menemukan jawaban, menemukan ideasi bisnis merumuskan dalam bentuk validasi bisnis dan melakukan evaluasi. Pembelajaran tersebut memberikan makna bagaimana membangun bisnis yang sustainable, selain isu-isu penting sebagaimana tertuang dalam sustainable development goals.

REFERENCES

Prastiwi, L. Y., & Setyobakti, M. H. (2020). Use Of Local Bananas As Alternative Food Of Sego Gedang In The Economic Value. *Progress Conference*, 3(1), 312–320.

- Universitas Ciputra. (2022). *Penerapan Design Thinking pada Program WMK UC*. Universitas Ciputra Surabaya.
- Nurwadjah, A. E. Q., Suhartini, A., & Sutarjo, J. (2020). Pemberdayaan Santri Melalui Pendidikan Entrepreneurship. *Riyah : Jurnal Sosial Dan Keagamaan*, 5(1), 52-64.
- Setyobakti, M. H. (2017). Identification Of Business Enterprises Bumdes Based On Social And Economic Aspect (Case Study at BUMDes Ijen Lestari Tamansari Village District of Banyuwangi). *Jurnal Ilmiah Bidang Akuntansi dan Manajemen (JEMA)*, 14(2), 101-110. <https://doi.org/10.31106/jema.v14i02.592>.
- Setyobakti, M. H. (2018). Identifikasi Masalah Dan Potensi Desa Berbasis Indek Desa Membangun (Idm) Di Desa Gondowangi Kecamatan Wagir Kabupaten Malang. *Wiga : Jurnal Penelitian Ilmu Ekonomi*, 7(1), 1–14. <https://doi.org/10.30741/wiga.v7i1.331>
- Setyobakti, M. H., Paramita, R. W. D, Noviansyah, R., & Istifadah, I. (2021). Village Original Income Increase Strategy Through Local Potential Development in Burno Village, Senduro Lumajang East Java Indonesia. In International Conference on Social Science, Humanities, Education, and Society Development 2020, 1(1). <http://dx.doi.org/10.4108/eai.30-11-2020.2303714>
- Pamungkas, A. S., Widjaya, H., Wiyanto, H., & Budiono, H. (2021). Pengembangan Dan Pelatihan Menggunakan Model Bisnis Canvas Bagi Siswa/I Smk Santo Leo Mangga Besar Jakarta. *Jurnal Bakti Masyarakat Indonesia*, 3(2), 514-520. <https://doi.org/10.24912/jbmi.v3i2.9403>
- Dinnanta, H. Z., & Nuraeni, N. (2020). Kerja Sama Selatan-Selatan dan Triangular dalam Implementasi Sustainable Development Goals 2030 oleh ASEAN (2015-2019). *Padjajaran Journal of International Relations (PADJIR)*, 2(2), 187-207. <https://doi.org/10.24198/padjir.v2i2.26067>
- Yatminiwati, M., Setyobakti, M. H., Sulistyan, R. B., & Ermawati, E. (2021). Social Entrepreneurship in MSME Development. *International Journal of Environmental, Sustainability, and Social Sciences*, 2(3), 239-243. doi: 10.38142/ijess.v2i3.111