



JBK

Jurnal Bisnis & Kewirausahaan

Volume 17 Issue 1, 2021

ISSN (*print*) : 0216-9843

ISSN (*online*) : 2580-5614

Homepage : <http://ojs.pnb.ac.id/index.php/JBK>

Ekosistem Usaha Rintisan Mahasiswa: Studi Kasus Proyek Bisnis di Masa Pandemi Covid-19

Novira da Silva

Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Prasetiya Mulya, Indonesia
novira.dasilva@prasetiyamulya.ac.d

Abstract. Higher education's role in entrepreneurship ecosystem is providing suitable environment for student startup. Undergraduate Business Program in Universitas Prasetiya Mulya, School of Business and Economics, has well-known entrepreneurship curriculum, and one of the policies for final thesis is creating business project as a student startup. Pandemic covid19, has made certain changes in learning system, as well as the business project execution. The purpose of this research is to clarify the element of ecosystem that support student startup and explain some changes faced by student startup during pandemic covid19. The research method is qualitative approach with case study, using ecosystem for student startup as framework analysis. Data gathered through FGD with representative from business project, followed by interview and descriptive study of related internal documents from Undergraduate Business Program. The result shows that university history and compliance to government regulation, together with following the creative industry trend are the basis of entrepreneurship curriculum formation. Business Projects have to be agile and flexible in adapting with group member's domiciled location, and utilizing online channels for marketing activity. Support from parents and family member, business mentor, academic mentor, is highly appreciated during business project execution. Elective courses taken in previous semester also identified as a positive contribution for student startup. Allocating relevant academic mentor and monitoring elective courses are managerial implication for Undergraduate Business Program Manager.

Keywords: *ecosystem for student start-up, elective course, business project*

Abstrak. Peran pendidikan tinggi dalam ekosistem kewirausahaan adalah menyediakan lingkungan yang mendukung pembentukan dan pelaksanaan usaha rintisan mahasiswa. Program S1 Bisnis di Sekolah Bisnis dan Ekonomi Universitas Prasetiya Mulya telah memiliki kurikulum kewirausahaan dengan salah satu kebijakan tugas akhir berupa pembuatan proyek bisnis sebagai sebuah usaha rintisan mahasiswa. Kondisi pandemi covid19, mengubah sistem perkuliahan dan pelaksanaan proyek bisnis. Penelitian ini bertujuan untuk memberikan penjelasan tentang elemen ekosistem usaha rintisan mahasiswa dan dinamika perubahan yang terjadi selama periode pandemi covid19. Metode penelitian kualitatif studi kasus dengan kerangka ekosistem untuk usaha rintisan mahasiswa sebagai acuan analisis. Pengumpulan data melalui FGD kepada perwakilan kelompok proyek bisnis, dilanjutkan interview dan telaah dokumen internal program S1 Bisnis. Hasil penelitian menunjukkan sejarah universitas dan kepatuhan pada peraturan pemerintah serta perkembangan industri kreatif menjadi dasar perumusan kurikulum kewirausahaan. Proyek bisnis harus fleksibel dalam menghadapi perubahan lokasi domisili anggota kelompok juga peralihan metode penjualan yang memanfaatkan media daring untuk kegiatan pemasaran. Dukungan orang tua dan keluarga,

mentor usaha dan mentor akademik sangat mendukung pelaksanaan proyek bisnis. Mata kuliah elektif yang telah dijalankan sebelumnya juga turut memberikan kontribusi pada pelaksanaan usaha. Kesesuaian alokasi dosen pembimbing dan evaluasi mata kuliah elektif adalah implikasi manajerial penelitian bagi pengelola program S1 Bisnis.

Kata Kunci: *ekosistem usaha rintisan mahasiswa, mata kuliah elektif, proyek bisnis*

PENDAHULUAN

Penelitian beberapa tahun terakhir di Asia Pasifik menunjukkan peningkatan konsentrasi penelitian akan topik Pendidikan Kewirausahaan. Variasi kurikulum dan jumlah program kewirausahaan juga mengalami pertumbuhan yang pesat. Lembaga pemerintahan menaruh perhatian khusus pada pengembangan inovasi dan kewirausahaan, terutama di tingkat Pendidikan Tinggi (Wu, 2017). Dalam laporan Global Entrepreneurship Monitor tahun 2019/2020, Indonesia, Taiwan, India, Tiongkok, dan Qatar adalah 5 negara di kawasan Asia yang berada dalam 10 peringkat teratas daftar *Index National Entrepreneurship Context (NECI)*. Indeks NECI mengukur kemudahan memulai dan mengembangkan bisnis di suatu negara diukur dari berbagai aspek antara lain kebijakan pemerintahan, infrastruktur fisik dan pendidikan kewirausahaan (GEM, 2020).

Berbagai bentuk program pengembangan kewirausahaan, metode pembelajaran dan karakter wirausaha yang terus dibina merupakan bagian dari kerangka ekosistem kewirausahaan. Pemerintah, lembaga swasta dan pendidikan tinggi berkontribusi pada penciptaan ekosistem kewirausahaan. Beberapa program tersebut telah rutin dijalankan sebagai kegiatan tahunan. Program Pengembangan Kewirausahaan (sebuah program Kerja sama antara Kementerian Riset Teknologi dan Pendidikan Tinggi dengan Perguruan Tinggi Swasta), Wirausaha Muda Mandiri (sebuah program kompetisi dari kegiatan CSR Bank Mandiri), dan Big Start Indonesia (Kompetisi Wirausaha Kreatif dari blibli.com) adalah beberapa contoh program kerja sama antara lembaga pemerintahan, swasta dan pendidikan tinggi yang telah menghasilkan sejumlah alumni yang menjadi cikal bakal wirausaha Indonesia. Program kerja sama ini tentu memiliki berbagai kisah sukses dan tantangan seperti yang tercantum dalam studi kasus pelaksanaan Program Pengembangan Kewirausahaan (PPK) pada sebuah Perguruan Tinggi di Jakarta yang berhasil menghasilkan 5 usaha rintisan mandiri di tahun 2018, sementara di salah satu Perguruan Tinggi di Yogyakarta, pada kurun waktu yang sama menghasilkan 21 usaha rintisan hasil seleksi dan binaan PPK. (Jaharuddin *et al.*, 2019); (Hermuningsih & Kurniawan, 2019). Aktivitas PPK mirip dengan program inkubasi, terdiri dari kegiatan seleksi mahasiswa dari berbagai program studi di universitas yang tertarik dan memiliki komitmen tinggi untuk berwirausaha, lalu diberikan pembekalan dalam bentuk pelatihan teknis, dilanjutkan dengan pendampingan intensif pelaksanaan usaha, pengawasan, evaluasi, pengembangan jejaring. Laporan pelaksanaan PPK di Sulawesi menunjukkan kegiatan PPK diapresiasi sebagai program yang mampu mengubah pola pikir mahasiswa (menjadi lebih percaya diri, dan kreatif), juga meningkatkan motivasi berwirausaha serta memberikan dampak positif bagi kelompok yang belum tergabung dalam program (Soputan *et al.*, 2019). Tantangan berjalannya PPK adalah pada tim pelaksana program, yang idealnya dijalankan secara profesional, bukan oleh dosen yang juga memiliki tugas Tridarma Pendidikan. Keterlibatan berbagai pihak dalam lingkungan universitas juga turut berperan dalam membentuk ekosistem kewirausahaan.

(Wright *et al.*, 2017) merumuskan kerangka ekosistem untuk usaha rintisan mahasiswa. Kerangka ini adalah sebuah integrasi berbagai elemen yang mendukung usaha rintisan mahasiswa. Elemen dalam kerangka tersebut adalah (1) kondisi lingkungan internal universitas (antara lain sejarah dan kapabilitas universitas), (2) kondisi eksternal universitas (seperti kebijakan pemerintah, dan konteks industri), (3) perkembangan teknologi (seperti internet dan digitalisasi), (4) adanya investor (seperti *crowdfunding* dan hibah), (5) aktivitas pendukung (seperti program inkubasi dan akselerator), (6) pelaku usaha (berasal dari alumni universitas dan

dosen). Seluruh elemen ini berpadu untuk mendukung terciptanya usaha rintisan yang diinisiasi mahasiswa.

Sekolah Bisnis dan Ekonomi Universitas Prasetiya Mulya (SBE UPM) memiliki program S1 Bisnis yang menekankan pada pembelajaran praktik bisnis. Mata kuliah khas program dari semester 1-8 bermuara pada pembuatan usaha, dengan kompleksitas yang berbeda disesuaikan dengan pengetahuan mahasiswa di setiap semester. Tugas Akhir Mahasiswa adalah membuat *Business Project/Proyek Bisnis* (selanjutnya disebut BP). BP adalah usaha yang dirintis dari semester 7 dalam mata kuliah persiapan tugas akhir bernama *Hatching Program*. Mata kuliah *Hatching* bersifat pembimbingan untuk memvalidasi ide bisnis mahasiswa mulai dari identifikasi peluang usaha sampai pembuatan purwarupa produk yang siap jual. Mata kuliah ini kemudian dilanjutkan dengan mata kuliah Tugas Akhir BP di semester 8. Mahasiswa menjalankan hasil validasi ide bisnis sebelumnya, dan membuat laporan pelaksanaan bisnis.

Kondisi pandemi covid19 (selanjutnya disebut pandemi) terjadi bersamaan dengan periode dimulainya semester genap, bulan Maret 2020. Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) menyebabkan seluruh struktur perkuliahan beralih menjadi Pembelajaran Jarak Jauh (selanjutnya disingkat PJJ). Khusus bagi mahasiswa semester 8 yang sedang menjalankan BP, seluruh proses konsultasi bimbingan diadakan secara daring, demikian juga dengan pelaksanaan bisnis yang harus memenuhi peraturan PSBB. Hal ini tentu menjadikan pelaksanaan BP mengalami beberapa perubahan yang signifikan jika dibandingkan dengan rencana sebelumnya dalam *Hatching Program*.

Penelitian sebelumnya tentang dampak pandemi pada pembelajaran di salah satu universitas swasta Indonesia menjelaskan tentang perubahan *platform* yang digunakan dan dampak PJJ bagi mahasiswa (Windhiyana, 2020). Penelitian lain menyebutkan dampak pandemi pada UMKM Indonesia, yaitu pentingnya transformasi ke ekosistem digital (Fitriasari, 2020; Purbasari *et al.*, 2020). Belum ada penelitian yang secara khusus membahas tentang dinamika usaha rintisan yang didirikan oleh mahasiswa dan dijalankan pada masa pandemi mengacu pada elemen dalam kerangka Ekosistem usaha rintisan mahasiswa (Wright *et al.*, 2017). Pertanyaan penelitian dikaji dari tahap persiapan dan pelaksanaan usaha rintisan mahasiswa, dengan rumusan pertanyaan (1) Bagaimana kerangka ekosistem usaha rintisan mahasiswa di program S1 Bisnis SBE UPM? (2) Apa saja dinamika perubahan yang dialami oleh usaha rintisan mahasiswa selama pandemi?

Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi pada pengelola program konsentrasi Bisnis di SBE UPM dan juga lembaga Pendidikan Tinggi dengan program kewirausahaan sejenis. Pembelajaran juga berguna bagi pelaku usaha rintisan mahasiswa, agar dapat melakukan persiapan yang diperlukan saat mengembangkan bisnis di masa kebiasaan baru setelah pandemi.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif studi kasus untuk membantu memberikan pemahaman mendalam akan suatu fenomena dari berbagai sumber data. Studi kasus juga dapat memberikan pengalaman dan pengetahuan tambahan dari penelitian terdahulu dengan menekankan pada analisis detail sesuai konteks yang diteliti (Baxter & Jack, 2008; Grundtvig Learning, 2010).

Metode pengambilan data melalui FGD, *interview* lanjutan dan telaah Dokumen terkait kelompok BP dari Program S1 Bisnis. FGD idealnya dilaksanakan dengan 6-12 peserta, sehingga memungkinkan setiap pendapat tersampaikan. Peserta yang tergabung dalam FGD juga sebaiknya bersifat homogen agar kenyamanan berekspresi dan menyampaikan pendapat dapat terwujud (Ary *et al.*, 2019). Pada penelitian ini, pelaksanaan FGD secara daring melibatkan 8 mahasiswa dan mahasiswi perwakilan dari 7 kelompok BP. Peserta FGD didapatkan dengan

teknik *convenience sampling*, yaitu hasil rekomendasi 5 orang dosen pembimbing. Teknik ini sangat tepat digunakan bagi peneliti yang memprioritaskan kecepatan saat pemilihan narasumber (Tracy, 2019).

Analisis data kualitatif berupaya memahami fenomena yang diteliti dan menyatukan informasi dan menjelaskan hubungan yang ada, dan merefleksikan teori serta pengetahuan umum dengan fenomena. Tahap analisis data kualitatif terdiri dari (1) desain dan pengumpulan data, (2) mengelola data, (3) Interpretasi data (Ary *et al.*, 2019). Kerangka ekosistem kewirausahaan untuk usaha rintisan mahasiswa yang diajukan oleh (Wright *et al.*, 2017) menjadi acuan analisis data.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Sistematika penulisan di bagian hasil dan pembahasan adalah merujuk pada pertanyaan penelitian yaitu kerangka ekosistem usaha rintisan mahasiswa dari kondisi internal dan eksternal universitas yang mendukung pelaksanaan usaha rintisan mahasiswa, dilanjutkan dengan dinamika perubahan usaha rintisan mahasiswa selama masa pandemi, dan sistem pendukung usaha rintisan mahasiswa.

Kondisi Internal dan Eksternal Universitas

SBE UPM adalah pionir dalam program MBA, berdiri pertama kali di tahun 1982 dengan program pelatihan untuk para eksekutif perusahaan. Lokasi kampus adalah di Cilandak-Jakarta Selatan, sekitar 10 kilometer jaraknya dari pusat bisnis Jakarta. Pada tahun 2005, untuk memenuhi peraturan pemerintah, yang menyatakan setiap lembaga Pendidikan tingkat Master (S2) harus memiliki program sarjana (S1), maka program sarjana manajemen dibuka dengan konsentrasi program Bisnis, Pemasaran dan Keuangan. Sampai tahun 2020, pertumbuhan pesat jumlah mahasiswa tingkat sarjana khususnya konsentrasi Bisnis tidak lepas dari keberhasilan pembelajaran tingkat S2 dengan jumlah alumni dan eksekutif profesional yang sukses di berbagai sektor industri. Kampus S1 sejak tahun 2010 berlokasi di kompleks Pusat Pendidikan BSD, Tangerang (UPM, 2021)

Sejak awal berdirinya program S1 Bisnis di tahun 2005, pengelola program telah menyusun kurikulum merujuk pada kurikulum kewirausahaan dari sekolah bisnis terbaik dunia. Beragam aktivitas seperti pembuatan Rencana Bisnis, Kuliah tamu dari CEO Perusahaan, Simulasi Bisnis disusun sesuai dengan perkembangan pendidikan kewirausahaan (Kuratko, 2005). Beberapa mata kuliah khas yang hanya ada di jurusan S1 Bisnis adalah *Technology Based Business, Analytical Creative Thinking, Business Creation and Development, Social Entrepreneurship, Community Development, Hatching*, dan *Business Project* (UPM, 2021). Penekanan pada praktik bisnis misalnya terjadi pada semester 3 dan 4 dalam mata kuliah *Business Creation dan Development*, mahasiswa bersama rekan kelompok membuat usaha yang dikompetisikan dengan rekan satu angkatannya. Selanjutnya, di semester 7 dan 8 mahasiswa membuat *Business Project* sebagai tugas akhir atau skripsi. Pada angkatan pertama di S1 Bisnis, ada tiga pilihan bentuk Tugas Akhir, yaitu Riset Bisnis, *Project Improvement*, serta *Business Project*, namun sejak tahun 2014, pilihan tugas akhir hanya *Business Project* (BP). Hal ini dilakukan agar lebih mempertajam kualitas lulusan, sebagai sebuah sekolah bisnis, di mana seluruh lulusannya memiliki usaha yang dirintis sejak masa perkuliahan.

BP dimulai dari semester 7 dalam mata kuliah *Hatching Program* di mana kelompok BP merumuskan ide dan memvalidasi ide bisnis dalam tujuh tahap penilaian. Tahapan penilaian *Hatching Program* terdiri dari uji kelayakan ide bisnis, validasi ide pada calon konsumen dan pihak terkait, serta pembuatan purwarupa produk untuk dites pada calon konsumen. Setiap kelompok yang berhasil melewati tahapan penilaian tersebut berarti ide bisnisnya dinilai layak oleh dosen pembimbing untuk dijalankan sebagai sebuah bisnis dan dapat melaksanakan BP di semester 8. Pada semester 8, kelompok BP dibekali dengan panduan penulisan makalah BP. Makalah BP berisi 7 bab terdiri dari (1) Pendahuluan, (2) Kajian Literatur, (3) Analisis Peluang Usaha, (4) Profil

dan Strategi Perusahaan, (5) Strategi Fungsional Perusahaan, (6) Realisasi Proyek Bisnis, (7) Penutup.

Kelompok BP secara mandiri mengembangkan bisnisnya, berkonsultasi dengan dosen pembimbing, serta menuliskan laporan bisnis mengikuti panduan makalah. Tahap evaluasi pelaksanaan bisnis dilaksanakan dalam bentuk seminar 1, seminar 2 dan ujian tugas akhir. Seminar 1 dilaksanakan setelah kelompok menyelesaikan penulisan laporan bisnis dari bab 1 sampai bab 4, sementara seminar 2 dilakukan setelah menyelesaikan seluruh bab. Ujian akhir dilakukan setelah minimal bisnis telah beroperasi selama 3 bulan dan telah dinilai layak untuk diuji oleh pembimbing. Berdasarkan penjelasan isi mata kuliah tugas akhir ini, BP dapat dikategorikan sebagai sebuah usaha rintisan mahasiswa.

Penyusunan kurikulum di program S1 Bisnis juga merujuk pada kondisi lingkungan eksternal universitas, salah satunya adalah pertumbuhan industri kreatif. Industri Kreatif menyumbangkan kontribusi positif pada pertumbuhan ekonomi nasional. Sektor industri kreatif menyerap jumlah tenaga kerja yang besar dan produknya juga bernilai ekspor yang tinggi (Fitriani, 2020). Dari 16 sub sektor industri kreatif, sub sektor Kuliner, Kriya dan Fesyen, adalah 3 sub sektor yang paling menguntungkan dan memberikan sumbangan terbesar bagi pertumbuhan ekonomi nasional (Catriana, 2020). Menanggapi kondisi tersebut, pengelola program S1 Bisnis membuat pengelompokan kategori bisnis yang dihasilkan mahasiswa sesuai dengan sub sektor industri kreatif. Sebagai contoh, pada mata kuliah *Business Creation* dan *Business Development*, di semester 4, mahasiswa wajib membuat ide bisnis berdasarkan kategori Makanan, Minuman, Fesyen, Produk Kecantikan, Aplikasi dan Layanan. Pengelompokan ini diperlukan agar pengelola program dapat menggabungkan kategori produk dalam kelas yang sama, agar proses pembelajaran dapat lebih efektif, sesuai bidang bisnis yang dikembangkan mahasiswa. Hal ini juga dilakukan di awal semester 7, saat mahasiswa membuat kelompok BP untuk menjalankan tugas akhir mereka, pengelola program memberikan rekomendasi untuk mengambil ide bisnis dari berbagai sub sektor industri kreatif.

Sejalan dengan kerangka ekosistem kewirausahaan untuk usaha rintisan mahasiswa (Wright *et al.*, 2017), kondisi lingkungan internal UPM seperti sejarah pendirian program studi, kapabilitas perumusan kurikulum dan mata kuliah yang diselaraskan dengan kondisi eksternal SBE UPM yaitu peraturan pemerintah dan perkembangan industri kreatif, adalah kondisi lingkungan yang mendukung terbentuknya usaha rintisan mahasiswa.

Dinamika Perubahan Usaha Rintisan Mahasiswa di Masa Pandemi

Di masa pandemi, Kelompok BP mengalami beberapa perubahan dibandingkan dengan rencana bisnis yang telah disusun dalam mata kuliah *Hatching* sebelumnya. Perubahan yang dihadapi oleh kelompok BP yang menjadi narasumber penelitian ini meliputi perubahan lokasi domisili anggota kelompok dan perubahan metode penjualan.

Profil Narasumber Kelompok BP

Data internal pengelola program S1 Bisnis menunjukkan peningkatan jumlah kelompok BP dalam 3 tahun terakhir. Di tahun 2020 tercatat ada 110 kelompok BP, meningkat dari tahun sebelumnya berturut-turut sejumlah 86 kelompok dan 82 kelompok. Komposisi alokasi kelompok pada BP tahun 2020 adalah di sektor industri kuliner (termasuk makanan dan minuman) sebesar 42%, Fesyen sebesar 25%, Teknologi dan Layanan sebesar 18%, Kriya sebesar 6%, Lain-lain (termasuk Agro, Chemical, Beauty) sebesar 9%.

Narasumber penelitian ini diambil dari latar belakang industri Kuliner, Fesyen, Teknologi dan Kriya. Nama kelompok BP sudah disusun menurut abjad seperti tercantum pada tabel 1.

Tabel 1. Profil Kelompok BP

Nama Kelompok BP	Nama Narasumber	Kategori Produk	Deskripsi Singkat Bisnis
COLT&FILLY	Ivana Lystia	Fesyen	Penyedia pakaian anak umur 3-6 tahun dengan bahan yang nyaman dan dilengkapi dengan unsur edukasi.
EVENE	Celine Kesley Kosasi	Teknologi	Platform penghubung individu yang ingin menyelenggarakan perayaan dengan penyedia jasa <i>private event</i> . (fotografer, MUA, dekorator)
KALAYA	Muhammad Farras Alghifari	Fesyen	Fesyen hijab premium dengan motif hijab Asma'ul Husna pada setiap koleksi desain dari seniman asal Indonesia
PAWPALS	Novita Evania Tandy	Agro	Penyedia makanan anjing bernutrisi herbal buatan rumah dan menyediakan konsultasi gizi anjing peliharaan
RUKA	Chelin Pramono	Kriya	<i>Homedecor organizer</i> dengan konsep <i>all-in one</i> yang mengolah sisa plastik dan kayu sebagai bahan dasarnya
TIER	Marvel Louigy	Kriya	<i>Homedecor</i> berbahan dasar kayu pilihan untuk <i>desk organizer</i> agar memudahkan pengaturan barang kecil di atas meja
WARKIM	Axel & Ivan Kristopher	Makanan	<i>Foodtruck</i> makanan khas Jepang seperti <i>Gyudon</i> , <i>Hamburg</i> , dan <i>Katsu Curry</i> dengan harga terjangkau

Sumber: Data primer yang diolah, 2020

Perubahan lokasi anggota kelompok

Setiap kelompok BP terdiri dari 3-5 mahasiswa. Pembentukan kelompok adalah atas inisiatif mahasiswa sendiri di awal semester 7. Pada periode bulan Maret 2020, saat pandemi merebak, setiap anggota kelompok BP harus mengikuti anjuran tetap tinggal di rumah. Mereka yang tadinya tinggal di pondokan sekitar BSD, harus pulang ke rumah masing-masing. Tabel 2 mencantumkan komposisi anggota tiap kelompok dan domisili setiap anggota kelompok.

Tabel 2. Dinamika Anggota Kelompok BP

Nama Kelompok BP	Komposisi Anggota	Domisili Anggota
COLT&FILLY	2 Mahasiswi; 3 Mahasiswa	Jakarta, Tangerang, Bekasi, Bandung
EVENE	2 Mahasiswi; 2 Mahasiswa	Jakarta, Tangerang, Bekasi
KALAYA	3 Mahasiswi; 2 Mahasiswa	Jakarta, Tangerang Selatan, Cirebon, Palembang, Makassar
PAWPALS	2 Mahasiswi; 3 Mahasiswa	Jakarta, Tangerang Selatan, Bandung, Tegal, Surabaya
RUKA	4 Mahasiswi	Jakarta, Tangerang, Tegal
TIER	1 Mahasiswi; 4 Mahasiswa	Jakarta, Tangerang
WARKIM	1 Mahasiswi; 3 Mahasiswa	Jakarta, Tangerang, Bekasi, Bandung

Sumber: Data primer yang diolah, 2020

Narasumber berpendapat dengan adanya perbedaan lokasi memberikan dampak positif dan negatif bagi kelompok. Dampak positif adalah kelompok dapat menjangkau area pemasaran yang tadinya tidak direncanakan. Berikut petikan pernyataan perwakilan kelompok.

“Awalnya target market cuma di Jakarta dan Tangerang, tapi karena anggota pada pulkam, ada yang ke Surabaya, Tegal, Bandung. Kelompok lalu mewajibkan tiap anggota harus mencari toko konsinyasi, dan akhirnya dapat di Tegal dan Bandung” (PAWPALS)

“ Kelompok kita ada yang pulang ke Palembang dan Makasar, kita minta mereka bantu promosi disana, termasuk bikin insta ads” (KALAYA)

Sementara, dampak negatifnya adalah pembagian pekerjaan menjadi tidak merata antar anggota kelompok. Hal ini tercermin dari pernyataan berikut:

“Pembagian jam kerja khususnya aspek produksi jadi lebih berat kerjanya. Karena rumah saya lokasinya jauh dari vendor, saya ga bisa bantu ikutan ngecek barang ke vendor, padahal biasanya kita semua sekelompok ke vendor” (RUKA)

“Ada satu anggota kelompok yang tanggungjawab utamanya sebenarnya di pemasaran, tapi karena rumahnya yang paling dekat dengan konveksi, jadi dia bantu juga memantau produksi” (COLT&FILLY)

“Awalnya kami rencana buka kedai di Gading Serpong, tapi rencana ini tidak bisa dijalankan. Kelompok kami lalu memutuskan untuk menerima pesanan makanan sesuai domisili anggota kelompok. Negatifnya, tiap anggota kelompok jadi harus punya stok produksi dan masak sendiri-sendiri (WARKIM)

Perubahan metode penjualan

Perkembangan internet dalam bentuk kemudahan mencari informasi sangat membantu mengurangi biaya pembentukan usaha baru. Semakin meluasnya kegiatan digital ekonomi juga dianggap sebagai bentuk perkembangan teknologi yang sangat membantu terbentuknya usaha rintisan mahasiswa (Wright *et al.*, 2017). Pada konteks Indonesia di kondisi pandemi, para pelaku usaha beralih ke aktivitas digitalisasi ekonomi. Berdasarkan survei yang dilakukan Tim Katadata terhadap pelaku usaha, ada 5 aplikasi yang paling banyak digunakan pada periode pandemi, yaitu media sosial, *video streaming*, layanan pesan singkat, *e-commerce*, dan pengantaran makanan (Ulfa, 2020)

Pada kasus kelompok BP di penelitian ini, Kelompok BP KALAYA, dari awal rencana bisnis sudah menetapkan metode penjualan produk hijabnya secara daring, sehingga kelompok ini mengalami sedikit perubahan metode penjualan di masa pandemi. Sementara itu, Kelompok BP lain menyebutkan adanya perubahan yang cukup signifikan karena harus beralih ke metode penjualan secara daring. Kelompok BP EVENE, yang awalnya bertindak sebagai penghubung antara penyedia jasa *event* dan calon konsumen, tidak dapat menjalankan misi ini karena hampir seluruh *event* pribadi (ulang tahun, syukuran kelahiran, dan lain-lain) dibatalkan atau ditunda pelaksanaannya. Kelompok BP TIER dan RUKA, di masa *Hatching Program* juga berencana fokus pada penjualan di acara *bazaar* dan pameran, dengan pertimbangan konsumen yang membeli *homedecor* memilih untuk melihat langsung produk, menilai kerapian pengerjaan produk. Di masa PSBB dan pandemi, semua kegiatan pameran dibatalkan, sehingga kelompok BP perlu beradaptasi dan mencari cara penjualan produk lain.

Pernyataan narasumber berikut menjelaskan perubahan yang terjadi.

“Pada saat pandemi kan semua di rumah, ga ada yang bikin acara. Kita (EVENE) bingung mo ngapain. Akhirnya kita bikin IG live, tutorial make-up class, webinar ‘cara fotografer bertahan di era pandemi’. Kegiatan IG live ini beda banget dengan rencana semula”.

“Dari awal penelitian kita mengesampingkan penjualan online, terutama e-commerce. Ternyata pas psbb, semua bazaar batal... Akhirnya kita buat e-commerce dan akun Tokopedia, malah terakhirnya ada pemasukan dari situ. Bahkan ada yang impulsive buyer, kita belum pasang iklan udah ada aja yang beli.” (TIER)

“Karena beralih ke online sales, jadi kita siapin foto produk yang bagus, difoto bersamaan dengan produk lain yang familiar dimiliki oleh konsumen. Jadi meskipun ga pernah lihat produk kami sebelumnya, tapi konsumen bisa membayangkan ukuran dan bentuknya” (RUKA)

Kelompok BP memanfaatkan media sosial, *website* dan *market place* untuk mendukung jalur penjualan secara daring. Tabel 3 menunjukkan media pemasaran yang digunakan kelompok.

Tabel 3. Media Pemasaran

Nama Kelompok BP	Sosial Media	Website	Marketplace
COLT&FILLY	Instagram	Website mandiri	Shopee
EVE NE	Instagram	Website mandiri	Tidak ada
KALAYA	Instagram	Website mandiri	Shopee dan Tokopedia
PAWPALS	Instagram	Website mandiri	Shopee dan Tokopedia
RUKA	Instagram	Website mandiri	Shopee dan Blibli
TIER	Instagram	Website mandiri	Tokopedia
WARKIM	Instagram	Tidak ada	Tokopedia

Sumber: Data primer yang diolah, 2020

Seluruh kelompok menggunakan media sosial Instagram untuk media pemasaran mereka, khususnya untuk menampilkan katalog produk dan informasi kontak yang bisa dihubungi. Media *website* juga digunakan untuk menampilkan informasi produk, sementara dua *platform marketplace* terfavorit yang digunakan yaitu Tokopedia dan Shopee. Hal ini sejalan dengan survei yang dilakukan oleh tim Katadata kepada pelaku usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM), era baru bagi pelaku usaha adalah beralih pada *marketplace* karena tingginya transaksi secara daring dan makin banyaknya pemakaian pembayaran digital (KIC, 2020). Penelitian yang dilakukan oleh (Purbasari *et al.*, 2020) juga menekankan pentingnya penggunaan platform digital di era pandemi. BP sebagai sebuah usaha yang baru berdiri masuk juga dalam kategori usaha mikro, sehingga pemanfaatan media pemasaran digital sangat diperlukan bagi usaha sejenis.

Sistem Pendukung Usaha Rintisan Mahasiswa

Wright *et al.*, (2017) menyebutkan sistem pendukung usaha rintisan mahasiswa dapat berasal dari individu/lembaga yang berasal dari lingkungan internal kampus atau dari lingkungan eksternal kampus. Lembaga Riset, Kantor Administrasi Program, Pusat Kajian Bisnis, dan Mentor, serta Dosen adalah beberapa contoh lembaga atau individu dari lingkungan internal kampus. Perusahaan, lembaga sektor publik di tingkat daerah dan pusat adalah contoh pendukung usaha rintisan mahasiswa dari lingkungan eksternal kampus. Alumni yang menjadi dosen tamu atau adanya dosen yang juga menjadi pengusaha dapat menjadi penghubung antara lingkungan internal dan eksternal. Hal ini sesuai dengan peran mereka sebagai pengajar kewirausahaan dan pembimbing kegiatan bisnis.

Pada kasus kelompok BP di penelitian ini, Keluarga dan Orang tua sangat mendukung pelaksanaan BP di masa pandemi. Hal ini dapat tercermin dari ungkapan kelompok berikut:

“Semua orang tua di kelompok kami sangat mendukung, ga ada yang keberatan dengan modal yang harus disumbangkan untuk bisnis kelompok”(COLT&FILLY)

“Keluarga sangat mendukung, apalagi yang rumahnya mau dijadikan tempat stok barang, bahkan ada yang adik kakaknya juga ikut bantuin produksi”(PAWPALS)

Kelompok BP juga memiliki mentor akademis yaitu pembimbing tugas akhir. Dua orang dosen dialokasikan sebagai pembimbing untuk setiap kelompok BP. Dosen dialokasikan sesuai dengan pengalaman usaha atau peminatan riset dosen terkait sub sektor industri kreatif. Misalkan, ada dosen yang memiliki usaha rumah makan, maka kelompok BP dengan kategori produk kuliner dapat dialokasikan pada dosen tersebut. Seluruh kelompok BP dalam penelitian ini menyepakati pihak yang paling berkontribusi dalam bisnis mereka adalah pembimbing dan mentor eksternal, seperti tercermin dalam pernyataan berikut:

“dukungan dari pembimbing dan pihak yang kami ajak kerjasama untuk bikin IG live sangat berkontribusi buat kami.” (EVENE)

“pembimbing banyak kasih masukan, contohnya di awal PSBB saat kami sudah ada stok barang, pembimbing minta kita coba jual dulu lewat marketplace” (TIER)

“pembimbing kami punya pengalaman di bidang usaha kayu juga, jadi beliau kasih masukan soal kualitas bahan, cara perhitungan bahan baku supaya ga ditipu vendor” (RUKA)

“kami punya mentor yaitu dokter hewan yang sangat membantu kami saat pembuatan purwarupa produk, kami konfirmasi komposisi kandungan herbal di produk kami ke dokter tersebut”(PAWPALS)

Mata Kuliah Pendukung Usaha Rintisan Mahasiswa

Selain dukungan keluarga dan mentor akademis dan bisnis, Kelompok BP juga mengidentifikasi mata kuliah pendukung yang membantu mereka dalam menjalankan usaha rintisan ini. Narasumber menganggap mata kuliah *Business Creation*, *Business Development* di semester 3-4, memberikan pengalaman pengembangan bisnis, sehingga di BP kelompok bisa merefleksikan kembali pengalaman tersebut. Seperti tercermin dalam pernyataan berikut:

“BP ini seperti kita menjalankan matakuliah *Business Creation* dan *Business Development*, sama-sama dari awal mengembangkan ide bisnis sampai akhirnya berjualan”(EVENE)

“di *Business Development* kita tiap dua minggu sekali presentasi perkembangan bisnis dari fungsi manajemen. Disitu kita diserang, dikomentari, dan ditanyakan banyak hal oleh dosen untuk pengembangan bisnis kita. Dari pengalaman itu, kita udah ngerti apa saja yang diharapkan dari tiap fungsi manajemen dan harus ngapain aja di bisnisnya, dan bisa kita terapkan sekarang di BP” (KALAYA)

Temuan ini juga sejalan dengan penelitian tentang pendidikan kewirausahaan di Indonesia yang menyebutkan metode pembelajaran kewirausahaan yang bersifat praktik akan terbukti meningkatkan motivasi, minat dan kompetensi berwirausaha (Harianti et al., 2020). Penelitian lanjutan di salah satu perguruan tinggi di Indonesia menunjukkan bahwa pendidikan kewirausahaan yang berkualitas perlu berorientasi pada membangun *entrepreneurial mindset* yaitu berani mengambil risiko, bersikap inovatif dan proaktif (Permatasari & Agustina, 2018).

Mata kuliah lain yang juga memberikan dukungan adalah mata kuliah elektif yang didapatkan mahasiswa di semester 7, yaitu *Food & Business (F&B) Management*, *Integrated Marketing Communication (IMC)*, dan *Social Media Marketing*. Pernyataan narasumber berikut memperkuat hal tersebut:

“Matakuliah *F&B* membuat kami paham tipe-tipe bahan baku makanan, sifat bahan baku dan proses pengolahannya”(WARKIM)

“di matakuliah *IMC*, kita belajar komunikasi pemasaran. Di masa pandemi, saat semua beralih ke media online, jadi banyak yang bisa diterapkan dari matakuliah ini di bisnis kita”(COLT&FILLY)

“*Social Media Marketing* itu membantu kami dalam penggunaan sosmed, mengetahui juga penggunaan logo yang tepat. (WARKIM; RUKA; KALAYA)

Tabel 4 adalah cuplikan deskripsi dan capaian pembelajaran matakuliah seperti yang terdapat dalam Rencana Pembelajaran Semester 3 matakuliah elektif yang disebutkan narasumber.

Tabel 4. Matakuliah elektif pendukung usaha rintisan mahasiswa

Nama mata kuliah	Deskripsi singkat mata kuliah	Beberapa materi pembahasan
Food & Beverage Business	Mata kuliah ini memberikan pemahaman tentang aspek lingkungan, proses, keamanan produk yang bersumber dari kebijakan di industri makanan dan minuman.	<ul style="list-style-type: none"> a. Pemilihan, pembelian dan penyimpanan bahan baku b. Aspek halal dan Keamanan Makanan Minuman c. Analisis menu d. Pengawetan makanan
Integrated Marketing Communication	Mata kuliah ini mempelajari mengenai analisis pemirsa, perencanaan, pembuatan, pelaksanaan dan evaluasi komunikasi merek yang bertujuan untuk membentuk keuntungan secara <i>financial</i> , pembangunan merek, dan penambahan nilai bagi para pemegang kepentingan.	<ul style="list-style-type: none"> a. Tujuan komunikasi pemasaran b. Analisis konteks pemirsa c. Penyusunan pesan secara kreatif d. Analisis media e. Penyatuan alat-alat komunikasi sesuai tujuan komunikasi
Social Media Marketing	Mata kuliah ini memberikan pengetahuan praktis untuk membuat sebuah usaha <i>online</i> dengan menggunakan media sosial.	<ul style="list-style-type: none"> a. Konsep pembuatan merek dan logo untuk <i>market online</i> b. Konsep sales funnel c. Manajemen sosial media d. <i>Editing</i> foto produk e. Iklan <i>online</i>

Sumber: Data primer RPS mata kuliah elektif

Mata kuliah elektif adalah mata kuliah tematik yang bisa dipilih oleh mahasiswa di semester 7, tergantung minat dan kesesuaiannya dengan usaha yang sedang dirintis. Sebagai contoh, Anggota kelompok BP WARKIM, membuat produk makanan, maka perwakilan kelompok mengambil mata kuliah elektif *Food & Beverage Business*. Seluruh tugas materi yang diajarkan di mata kuliah elektif bermuara pada usaha rintisan mahasiswa. Misalkan, pada tugas membuat logo di mata kuliah *Social Media Marketing*, maka mahasiswa di kelas diminta untuk membuat logo untuk usaha BPnya. Dengan demikian, mata kuliah elektif selain memberikan pengetahuan terkait konsep tapi juga langsung bisa diterapkan di usaha rintisan mahasiswa. Temuan ini menjadi salah satu masukan bagi pengelola program agar secara rutin dapat mengevaluasi dan mengembangkan mata kuliah elektif yang sesuai dengan kebutuhan kelompok BP.

SIMPULAN

Kebijakan pembentukan usaha rintisan mahasiswa di program S1 Bisnis SBE UPM berasal dari sejarah panjang berdirinya sekolah bisnis yang memiliki keunggulan utamanya pendekatan praktik bisnis, yaitu melakukan simulasi membuat bisnis dan menjalankannya serta menarik pembelajaran dari proses tersebut. Penyusunan kurikulum disusun berdasarkan pembelajaran dari berbagai penelitian tentang praktik terbaik pendidikan kewirausahaan. Kesesuaian dengan kebijakan pemerintahan terkait industri kreatif juga menjadi dasar kebijakan pembentukan kurikulum yang mendukung terbentuknya usaha rintisan mahasiswa.

BP/Proyek Bisnis sebagai salah satu elemen dalam kurikulum di S1 Bisnis, merupakan usaha rintisan yang dibentuk oleh mahasiswa dan dapat juga dikategorikan dalam kelompok

usaha mikro. BP dirintis selama satu tahun, mulai dari persiapan ide bisnis sampai pelaksanaan atau eksekusi bisnis dalam pengawasan dosen pembimbing.

Kondisi pandemi membuat usaha rintisan mahasiswa ini harus beradaptasi dan berubah dari rencana yang sudah ditetapkan sebelumnya. Perubahan krusial adalah di metode penjualan yang berubah dari luring menjadi daring. Semua usaha rintisan mahasiswa mengandalkan media sosial instagram, *website* dan *marketplace* untuk memasarkan produknya. Perubahan lain yang dihadapi adalah pada proses pembagian pekerjaan. Domisili anggota kelompok yang tinggal di berbagai kota di Indonesia, membuat anggota kelompok harus bersikap fleksibel terhadap pembagian pekerjaan yang berbeda dari rencana awal ketika usaha rintisan baru dimulai. Dukungan orang tua, keluarga, mentor bisnis dan mentor akademik yaitu dosen pembimbing sangat memberikan kontribusi positif pada pelaksanaan usaha. Mentor dengan latar belakang usaha yang sejenis memberikan pengalaman dan masukan yang bermanfaat bagi pelaksanaan usaha. Beberapa kuliah elektif dan kuliah praktik bisnis yang telah diambil mahasiswa juga diapresiasi karena dapat memberikan masukan yang dapat langsung diterapkan dalam pelaksanaan usaha rintisan mahasiswa.

Implikasi manajerial bagi pengelola program S1 Bisnis adalah pentingnya alokasi dosen pembimbing yang sesuai dengan pengalaman usaha dan riset bisnis. Kelompok BP mendapatkan banyak manfaat dari pengetahuan bisnis pembimbingnya. Pengelola program S1 Bisnis juga perlu memantau pelaksanaan mata kuliah elektif dan mengembangkan pilihan mata kuliah elektif yang sesuai dengan kebutuhan usaha rintisan mahasiswa. Mata kuliah elektif lain yang dapat dikembangkan antara lain adalah pemanfaatan Big Data bagi usaha rintisan mahasiswa.

Program berbasis kewirausahaan dari sekolah atau universitas lain juga dapat mengambil pembelajaran dalam perumusan kebijakan kurikulum program kewirausahaan di penelitian ini. Bagi pelaku usaha rintisan mahasiswa lain terutama di masa kebiasaan baru (*new normal*), penting untuk memiliki pemahaman akan penggunaan media sosial dan *marketplace* untuk mendukung penjualan produk.

Keterbatasan dalam penelitian ini adalah belum semua elemen kerangka ekosistem kewirausahaan untuk usaha mahasiswa dieksplorasi. Penelitian lanjutan dapat menjelaskan elemen lain seperti perkembangan teknologi, ketersediaan investor, aksesibilitas terhadap program inkubasi dan akselerasi. Penelitian di lingkungan universitas lain juga dapat dilakukan untuk memperkuat kerangka ekosistem kewirausahaan bagi usaha rintisan mahasiswa di Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- Ary, D., Jacobs, L. C., Irvine, C., & Walker, D. (2019). *Introduction to Research in Education*. Boston: Cengage Learning.
- Baxter, P., & Jack, S. (2008). Qualitative Case Study Methodology: Study Design and Implementation for Novice Researchers. *The Qualitative Reports*, 13(4), 544–559.
- Catriana, E. (2020). *Ini 3 Subsektor Ekonomi Kreatif yang Jadi Penyumbang Terbesar PDB Indonesia*. Jakarta: *Kompas.Com*. <https://money.kompas.com/read/2020/08/30/151100526/ini-3-subsektor-ekonomi-kreatif-yang-jadi-penyumbang-terbesar-pdb-indonesia>
- Fitriani, E. (2020). *Wishnutama: Industri Kreatif Jadi Penopang Ekonomi Nasional*. Jakarta: Investor Daily. <https://investor.id/business/wishnutama-industri-kreatif-jadi-penopang-ekonomi-nasional>
- Fitriasari, F. (2020). How do Small and Medium Enterprise (SME) survive the COVID-19 outbreak?. *Jurnal Inovasi Ekonomi*, 5(02), 53–62.
- GEM. (2020). *GEM - Global entrepreneurship monitor*.
- Grundtvig Learning. (2010). *Methodology of Qualitative Research for Consumers Organizations*. Education and Culture Lifelong Learning Programme Grundtvig, 1–23.
- Harianti, A., Malinda, M., Nur, Suwarno, H. L., Margaretha, Y., & Kambuno, D. (2020). Peran pendidikan kewirausahaan dalam meningkatkan motivasi, kompetensi dan menumbuhkan minat mahasiswa. *Jurnal Bisnis Dan Kewirausahaan*, 16(3), 214–220.

- Hermuningsih, S., & Kurniawan, V. R. B. (2019). Penerapan Program Pengembangan Kewirausahaan (PPK) untuk meningkatkan kuantitas usaha rintisan mahasiswa di Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa Yogyakarta. *Jurnal Pengabdian Masyarakat IPTEKS*, 5(1), 30.
- Jaharuddin, J., Purnawan, I., Mujiastuti, R., Muthmainnah, R. N., & Prasetyawati, M. (2019). Strategi melahirkan mahasiswa pengusaha pemula (Studi kasus mahasiswa Universitas Muhammadiyah Jakarta). *Jurnal Kewirausahaan Dan Bisnis*, 24(13), 25.
- KIC. (2020). *Siasat UMKM Lewati Pandemi - Infografik*. Jakarta: Katadata.co.id. <https://katadata.co.id/timpublikasikatadata/infografik/5ee2e4a459d6a/siasat-umkm-lewati-pandemi>
- Kuratko, D. F. (2005). The emergence of entrepreneurship education. *Sage Publication Journal*, 29(5), 577–597.
- Permatasari, A., & Agustina, A. (2018). Entrepreneurial behaviour among undergraduate business, social and engineering students: A case study of a private Indonesian University. *Jurnal Manajemen Indonesia*, 18(2), 94.
- Purbasari, R., Muttaqin, Z., & Silvyia Sari, D. (2020). Digital entrepreneurship in pandemic covid 19 era: The digital entrepreneurial ecosystem framework. In *Review of Integrative Business and Economics Research*, 10.
- Soputan, G. J., Mamujaja, N. C., Ohy, J., & Krisnanda, M. (2019). Program pengembangan kewirausahaan di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Manado. *Jurnal Kewirausahaan Dan Bisnis*, 24(14), 100–108.
- Tracy, S. J. (2019). *Qualitative Research Methods*. Amerika Serikat: Wiley-Blackwell.
- Ulfa, A. M. (2020). *E-commerce B2B, Solusi Kebutuhan Bisnis di Masa New Normal - Infografik Katadata.co.id*. Jakarta: katadata.co.id <https://katadata.co.id/ariemega/infografik/5f17bf1df1ac6/e-commerce-b2b-solusi-kebutuhan-bisnis-di-masa-new-normal>
- UPM. (2021). *History - Universitas Prasetiya Mulya*. 2021. Retrieved January 26, 2021, from <https://www.prasetiyamulya.ac.id/history/>
- UPM. (2021). *S1 Business - Universitas Prasetiya Mulya*. <https://www.prasetiyamulya.ac.id/programs/s1-business/>
- Windhiyana, E. (2020). Dampak Covid-19 terhadap kegiatan pembelajaran online di perguruan tinggi kristen di Indonesia. *Perspektif Ilmu Pendidikan*, 34(1), 1–8.
- Wright, M., Siegel, D. S., & Mustar, P. (2017). An emerging ecosystem for student start-ups. *Journal of Technology Transfer*, 42(4), 909–922.
- Wu, Y. C. J. (2017). Innovation and entrepreneurship education in Asia-Pacific. *Management Decision*, 55(7), 1330–1332.