

ANALISIS PRODUKTIVITAS DAN KREATIVITAS MAHASISWA PRODI PGSD UNIVERSITAS MATARAM DALAM BERWIRAUSAHA

Dyah Indraswati, Arif Widodo
PGSD, FKIP, Universitas Mataram

dyahindraswati@unram.ac.id, arifwidodo@unram.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui produktivitas dan kreativitas mahasiswa melalui mata kuliah kewirausahaan. Subjek penelitian adalah mahasiswa program studi PGSD, Universitas Mataram kelas 7B Angkatan 2018, tahun akademik 2020/2021 yang berjumlah 36 orang yang terbagi kedalam 18 kelompok wirausaha. Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif kualitatif dengan metode studi kasus. Pengumpulan data dilakukan dengan penugasan, observasi, dokumentasi, dan wawancara. Keabsahan data dilakukan dengan uji triangulasi metode. Analisis data dilakukan dengan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan dari 18 kelompok, 16 kelompok membuat produk berupa makanan dan 2 kelompok menjadi *reseller* barang yang dibutuhkan masyarakat. 3 kelompok sudah berupaya membuat *brand* sendiri. Mata kuliah kewirausahaan secara nyata mampu mengembangkan kreativitas dan produktivitas mahasiswa meskipun unsur orisinalitas dalam kreativitas dan penemuan dalam inovasi belum terlihat. Produk kewirausahaan muncul diawali dengan adanya tantangan, kemudian muncul gagasan, motivasi, dan dorongan untuk berinisiatif, berpikir kreatif dan inovatif sampai akhirnya menghasilkan produk yang berguna bagi kebutuhan masyarakat.

Kata kunci: produktivitas; kreativitas; inovasi; kewirausahaan

ABSTRACT

This study aims to determine the productivity and creativity of students in entrepreneurship courses. The research subjects were students of the PGSD study program, Mataram University class 7B Class 2018, the academic year 2020/2021, totaling 36 people who were divided into 18 entrepreneurial groups. The type of this research is qualitative research with case study approach. Data was collected by assignment, observation, documentation, and interviews. The validity of the data was carried out by using a triangulation test method. Data analysis was carried out by data reduction, data presentation, and concluding. The results showed that from 18 groups, 16 groups made products in the form of food and 2 groups became resellers of goods needed by the community. 3 groups have tried to create their brand. Entrepreneurship courses can develop students' creativity and productivity, although the elements of originality in creativity and invention in innovation have not been seen. Entrepreneurship products appear starting with challenges, then ideas, motivation, and encouragement to take the initiative to think creatively and innovatively until finally produce products that are useful for the needs of the community.

Key words: *productivity; creativity; innovation; entrepreneur*

Pengangguran masih menjadi tantangan besar bagi bangsa Indonesia. Berdasarkan laporan Badan Pusat Statistik (BPS) yang dikutip dari data.tempo.co, jumlah pengangguran per Agustus 2021 mencapai 9,10—juta orang. Tingkat pengangguran terbuka (TPK) Indonesia pada Agustus 2021 sebesar 6,49%. BPS juga melaporkan bahwa terdapat 21,32 juta orang (10,32% penduduk usia kerja) yang terdampak Covid-19. Diantaranya pengangguran karena Covid-19 1,82 juta orang, Bukan Angkatan Kerja (BAK) karena Covid-19 sebanyak 700 ribu orang, sementara tidak bekerja karena Covid-19 (1,39 juta orang), dan penduduk bekerja yang mengalami pengurangan jam kerja karena Covid-19 sebanyak 17,41 juta orang. Salah satu upaya yang bisa ditempuh untuk meminimalisir pengangguran adalah meningkatkan kuantitas dan kualitas wirausaha muda di tanah air.

Pada kenyataannya potensi Indonesia yang kaya akan sumber daya alam, sumber daya manusia, sumber daya produktif, dan kreatifitas ternyata belum mampu meningkatkan wirausaha baru secara signifikan (Athia, Saraswati, & Normaladewi, 2018). Dikutip dari tribunnews.com meskipun jumlah UMKM yang ada di Indonesia mencapai 64,2 juta unit tetapi rasio kewirausahaan Indonesia saat ini 3,47%, peringkat 74 dari 137 negara. Setiap tahun Indonesia mencetak 700 ribu lebih sarjana baru yang seharusnya mampu meningkatkan pertumbuhan ekonomi, meningkatkan pendapatan total maupun pendapatan perkapita, mengurangi angka pengangguran dan kemiskinan bukan justru menambah pengangguran terdidik.

Mahasiswa di Indonesia banyak yang kurang berminat dengan wirausaha, salah satu faktornya karena ketidakpahaman menjalankan usaha. Mahasiswa dari berbagai disiplin ilmu hanya diajarkan bagaimana bisa bekerja dengan baik bukan menjadi pemilik usaha yang sesuai dengan latar belakang mereka. Ketidakpahaman itu

menimbulkan masalah mental seperti takut gagal, takut mengambil resiko, malas, dan tidak mau mencoba merintis usaha. Hal inilah yang membuat lulusan sarjana memiliki mindset mencari kerja lebih baik daripada menciptakan pekerjaan, menjadi pegawai lebih baik dari berwirausaha (Bambang et al., 2009). Hal inilah yang mendorong pemerintah memfasilitasi program pengembangan kewirausahaan di perguruan tinggi. Program pengembangan kewirausahaan meliputi kuliah kewirausahaan (KWU), kuliah kerja usaha (KKU), magang kewirausahaan (MKU), konsultasi bisnis dan penempatan kerja (KBPK), dan incubator wirausaha baru (INWUB). Dikti juga menawarkan program kreativitas mahasiswa (PKM) di bidang kewirausahaan. Hal ini dilakukan dengan tujuan untuk meningkatkan minat dan motivasi mahasiswa untuk berwirausaha (Susilaningsih, 2015).

Pendidikan kewirausahaan adalah suatu usaha meningkatkan sumber daya guna menciptakan kreativitas dan inovasi dalam meraih peluang. Salah satu metode yang digunakan dalam pembelajaran kewirausahaan adalah metode *brainstorming* yaitu metode kelompok untuk menciptakan berbagai ide dan solusi baru (Harianti & Margaretha, 2014). Dalam mata kuliah kewirausahaan, mahasiswa dituntut untuk membuat rencana bisnis (*business plan*) yang layak dan mampu diterapkan dalam sebuah usaha riil yang banyak memberikan manfaat. Perencanaan yang matang memungkinkan berdirinya suatu usaha dan pengembangannya. Dunia usaha adalah dunia penuh resiko, keberanian mengambil resiko tanpa kemampuan membuat analisis resiko sama saja mendorong bisnis memasuki pintu kegagalan. *Business plan* merupakan dokumen tertulis yang menggambarkan perencanaan terpadu meliputi permodalan, manufaktur, sumber daya manusia, dan pemasarannya (Suprpto, 2019).

Mata kuliah kewirausahaan berpotensi memberi pengalaman belajar dengan pendekatan kreatif, konstruktif, aktif, kooperatif, dan kolaboratif. Dosen perlu mengeksplor kemampuan mahasiswa dengan menggunakan model pembelajaran yang mampu membuat mahasiswa mengembangkan kreativitas dalam menghasilkan produk yang bersumber dari pemahaman mereka terhadap teori (Agus Budi Santoso, 2008). Mata kuliah kewirausahaan memiliki tujuan bukan hanya mencetak manusia yang berpendidikan saja tetapi juga harus mampu mencetak manusia mandiri yang produktif dan kreatif (Tanjung & Ganefri, 2020).

Berdasarkan hasil observasi selama ini pendidikan kewirausahaan di prodi PGSD Universitas Mataram masih didominasi oleh pemberian teori. Pemberlakuan praktik kewirausahaan belum maksimal karena hanya dilakukan setelah UTS. Berbeda dengan penelitian ini dimana proses pembelajaran dilakukan untuk memaksimalkan praktik dari awal pertemuan hingga pertemuan terakhir. Penelitian ini berupaya menganalisis kreativitas dan produktivitas mahasiswa prodi PGSD, diawal perkuliahan mahasiswa akan belajar menuangkan kreativitasnya secara tertulis kemudian mengaplikasikan *business plan* yang sudah dirancang sampai pada tahap pemasarannya. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah rancangan pembelajaran yang berbeda, mulai dari penyusunan *business plan*, survey ketempat usaha sejenis, dan praktik mewujudkan *business plan* yang sudah disusun sebelumnya.

Penelitian ini mempunyai tujuan mengetahui produktivitas dan kreativitas mahasiswa pada mata kuliah kewirausahaan. Penelitian ini penting untuk dilakukan, karena adanya upaya dari peneliti untuk mengkaji potensi mahasiswa dalam berkreasi dan produktif di bidang kewirausahaan sehingga kedepannya sangat memungkinkan sekali produk mahasiswa

dapat dikembangkan ke pangsa pasar yang lebih luas lagi.

Metode Penelitian

Jenis penelitian ini adalah deskriptif kualitatif dengan metode studi kasus. Penelitian ini dilakukan pada kondisi yang bersifat alami, tidak ada perlakuan artinya keadaan sebenarnya menjadi kajian dalam penelitian sehingga subjek yang diteliti akan dianalisis secara lebih mendalam. Subjek penelitian adalah seluruh mahasiswa kelas 7B angkatan 2018 prodi PGSD, Universitas Mataram semester ganjil tahun akademik 2020/2021 yang berjumlah 36 orang.

Pengumpulan data dilakukan dengan 1) penugasan dalam bentuk pembuatan *business plan* yang akan dilakukan; 2) wawancara; 3) observasi dengan mengamati produk/jasa yang dihasilkan oleh mahasiswa sesuai dengan rencana bisnis yang sudah dibuat sebelumnya; 4) dokumentasi. Rincian penugasan yang dilakukan adalah membuat paper yang memuat tentang ide dan peluang kewirausahaan, modal kewirausahaan, pengelolaan usaha, strategi bersaing dan pemasaran, serta analisis kelayakan usaha. Selanjutnya mereka melakukan kajian best practices kewirausahaan ke tempat-tempat usaha yang sesuai dengan paper yang mereka buat. Setelah itu, mereka membuat produk/jasa dan memasarkannya serta membuat laporan hasil penjualan produk/jasa yang sudah dilakukan.

Pengujian keabsahan data dilakukan dengan triangulasi metode dengan membandingkan hasil dari pengamatan, wawancara, dan analisis dokumen. Analisis data dilakukan dengan reduksi data, penyajian data, dan verifikasi atau penarikan kesimpulan (Setyawati, 2019)

Hasil dan Pembahasan

Jumlah mahasiswa kelas 7B pada mata kuliah kewirausahaan sebanyak 36

orang yang terbagi ke dalam 18 kelompok. Diawal perkuliahan, mahasiswa menyusun rencana bisnis untuk mewujudkan usaha apa yang akan mereka jalani selama perkuliahan ini. Peneliti meminta mahasiswa memasukkan usaha mereka sesuai rencana bisnis yang disusun ke dalam *channel youtube* masing-masing. Diperlukan kreativitas sebagai dasar untuk menciptakan produk, jasa, ataupun model yang tujuan akhirnya adalah menciptakan manfaat atau nilai tambah.

Tabel 1. Data Penilaian Kreativitas

No	Judul Usaha	Link Youtube	Unsur Kreativitas					
			1	2	3	4	5	6
1.	Sambal Rujak Terasi Khas Lombok (The Jaaen Lombok)	www.youtube.com/watch?v=gAOis9sKWug	-	√	√	√	√	√
2.	Sambel Mercon Lombok	www.youtube.com/watch?v=wExen1EbIpg	-	√	√	√	√	√
3.	Lakss. Parfume	www.youtube.com/watch?v=SiWxOG63sRU	-	√	√	√	√	√
4.	Bufflusweet	www.youtube.com/watch?v=1c5PTuaLsk4	-	-	-	√	√	√
5.	Salome Crispy Pedas	www.youtube.com/watch?v=VOAzTsGP6Ug	-	-	-	√	√	√
6.	Singang dan Lalapan Nila Terbang	www.youtube.com/watch?v=2JyskRGwzys	-	-	√	√	√	√
7.	Ball Melt Crunchy	www.youtube.com/watch?v=m8ga1dzw41o	-	-	√	√	√	√
8.	Kebab Gaes	www.youtube.com/watch?v=MqdNFbUzWag	-	-	√	√	√	√
9.	Ceker Pedas Mampus J&H	youtu.be/WSUToI9A0Ow	-	-	√	√	√	√
10.	Masker	www.youtube.com/watch?v=rCh0ueHSBrk	-	-	√	√	√	√
11.	Aiwa Juice	www.youtube.com/watch?v=Klg73qC3r2s	-	-	√	√	√	√
12.	Kerupuk Balado	youtube.com/playlist?list=PLUb_-DJQnmnQ7j1VQuVfzM9ob1YRD8ES	-	-	-	√	√	√
13.	Corn Dog	www.youtube.com/watch?v=tBMyKmupWWs	-	-	√	√	√	√
14.	Bola Ubi Coklat	www.youtube.com/watch?v=AdyC6VdRYHY	-	-	√	√	√	√
15.	Kerupuk Tahu	www.youtube.com/watch?v=WYIsfkpHmjY	-	-	√	√	√	√
16.	Bakso dan Sosis Bakar	www.youtube.com/watch?v=oFTw8est3PE	-	-	-	√	√	√
17.	Donat	www.youtube.com/watch?v=vSIUByoYzVc	-	-	-	√	√	√
18.	Makaroni	www.youtube.com/watch?v=80urO4Z-vt0	-	-	-	√	√	√

Keterangan pada unsur kreativitas:

- 1 = orisinalitas
- 2 = fleksibilitas
- 3 = efektivitas
- 4 = elaborasi
- 5 = motivasi
- 6 = kreatif

Tabel 1 memperlihatkan penugasan pembuatan *business plan* menunjukkan hasil 16 kelompok membuat produk dalam bentuk makanan sedangkan 2 kelompok membuat usaha pada produk yang bisa dimanfaatkan seperti parfum dan masker. Orisinalitas artinya keunikan,

Kreativitas merupakan kemampuan menghasilkan ide dan gagasan untuk mengatasi suatu permasalahan. Kreativitas dibutuhkan oleh sosok wirausaha karena menjadi sumber inovasi, dengan indicator yang digunakan meliputi orisinalitas, fleksibilitas, efektivitas, elaborasi, motivasi, dan kreatif.

Penyusunan rencana bisnis (*business plan*) yang apabila dikaitkan dengan kreativitas dapat dilihat pada tabel berikut:

ketidaksamaan dalam pemikiran dan tindakan. Unsur ini belum dimiliki oleh setiap kelompok karena mereka cenderung meniru apa yang sudah ada bukan menciptakan sesuatu yang berbeda dari yang lain.

Fleksibilitas adalah kemampuan untuk mengambil pendekatan yang berbeda dan melihat masalah dari perspektif yang berbeda. Hanya tiga kelompok yang memenuhi unsur ini karena berusaha menciptakan dan memperkenalkan *brand* sendiri. Mereka berupaya agar produknya dapat dikenal dan berkembang lebih luas

lagi. Efektivitas adalah ukuran keberhasilan dalam mencapai tujuan yang diharapkan. Hanya 12 kelompok yang memenuhi kriteria ini. Elaborasi adalah kemampuan untuk mengembangkan, memperluas, dan menyempurnakan ide (Yohanna, Harsoyo, & Wijono, 2016). Semua kelompok sudah memenuhi kriteria ini. Motivasi diartikan sebagai daya upaya yang mendorong seseorang untuk melakukan sesuatu sedangkan kreatif artinya kemampuan untuk mengembangkan ide baru atau menemukan cara baru untuk memecahkan persoalan dan menangkap peluang (Nurikasari, 2016). Berdasarkan hasil analisis semua kelompok sudah memenuhi unsur motivasi dan kreatif.

Hasil penelitian yang dapat dilihat pada aspek kreativitas dengan 6 indicator menunjukkan bahwa orisinalitas masih belum dimiliki oleh mahasiswa kelas 7B

Tabel 2. Inovasi Produk Mahasiswa

No.	Produk Mahasiswa	Unsur Inovasi				Deskripsi Hasil
		1	2	3	4	
1.	Sambal Rujak Terasi Khas Lombok (The Jaaen Lombok)	-	√	√	√	<ul style="list-style-type: none"> Memperkenalkan sambal rujak dengan dicampur terasi khas Lombok. Membuat brand sendiri dari produk yang dihasilkan yaitu (The Jaaen Lombok). Memasarkan melalui media social seperti Instagram @thejaeen.
2.	Sambel Mercon Lombok	-	√	√	√	<ul style="list-style-type: none"> Proses pembuatan sambel menggunakan cabe rawit dan digoreng sampe kering agar ketahanannya lebih lama. Membuka kesempatan kepada masyarakat untuk menjadi reseller. Packaging menarik.
3.	Lakss. Parfume	-	√	√	√	<ul style="list-style-type: none"> Mengemas kembali parfum yang dibeli untuk dijual kembali. Membuat brand sendiri. Promosi melalui media social salah satunya Instagram @lakss.parfume15 Cocok untuk dijadikan hamper dan hadiah karena bisa custom kartu ucapan.
4.	Bufflusweet	-	-	√	√	<ul style="list-style-type: none"> Produk minuman yang dibuat dari minuman kemasan dan diberi boba. Dijual secara langsung ke konsumen dengan membuka gerai di pinggir jalan.
5.	Salome Crispy Pedas	-	-	√	√	<ul style="list-style-type: none"> Produk olahan dari bahan dasar tahu, ayam, dan tepung.

prodi PGSD Universitas Mataram. Mereka masih cenderung meniru dan memodifikasi produk yang sudah ada sebelumnya. Temuan ini juga sama halnya dengan penelitian yang dilakukan oleh (Setyawati, 2019) dengan subjek mahasiswa STKIP PGRI Pacitan. Sedangkan untuk unsur kreativitas yang lain seperti fleksibilitas, efektivitas, elaborasi motivasi dan kreatif mahasiswa STKIP PGRI sudah mampu menguasainya sedangkan mahasiswa PGSD Universitas Mataram masih belum sempurna pada unsur fleksibilitas dan efektifitas.

Selain kreativitas, wirausaha juga harus memiliki usaha yang inovatif. Inovatif adalah penerapan parktis dari ide-ide kreatif (Wiyono, 2020). Inovasi dilakukan agar produk semakin unggul. Berikut merupakan tabel produk inovasi mahasiswa.

					<ul style="list-style-type: none"> • Penjualan dilakukan dengan menawarkan langsung kepada konsumen dan menerima pesanan melalui whatsapp. 	
6.	Singang dan Lalapan Nila Terbang	-	-	√	√	<ul style="list-style-type: none"> • Singang merupakan makanan khas asli Sumbawa. • Makanan dibuat dan langsung ditawarkan ke konsumen.
7.	Ball Melt Crunchy	-	√	√	√	<ul style="list-style-type: none"> • Memberi nama pada produk olahannya agar berbeda di mata konsumen. • Dikreasikan dengan menambah coklat didalam adonan ubi. • Dikemas sederhana dan dipasarkan langsung ke konsumen.
8.	Kebab Gaes	-	-	√	√	<ul style="list-style-type: none"> • Belum memiliki brand, masih dikemas dengan kertas minyak biasa. • Dibuat berdasarkan pesanan dengan level pedas 1- 5.
9.	Ceker Pedas Mampus J&H	-	-	√	√	<ul style="list-style-type: none"> • Memberi nama pada produk olahan agar berbeda di mata konsumen. • Membuat dalam jumlah besar dan langsung dipasarkan ke konsumen.
10.	Masker	-	-	√	√	<ul style="list-style-type: none"> • Memenuhi kebutuhan masyarakat di era pandemic. • Membeli masker kemudian dipackaging kembali agar lebih menarik.. • Promosi dilakukan melalui social media seperti whatsapp dan Instagram.
11.	Aiwa Juice	-	√	√	√	<ul style="list-style-type: none"> • Sudah memiliki gerai jus sendiri meskipun baru 1 cabang.
12.	Kerupuk Balado	-	-	√	√	<ul style="list-style-type: none"> • Membuat dalam jumlah besar kemudian dititip disejumlah warung-warung sekitar. • Belum memiliki kekhasan dibandingkan produk-produk yang sudah ada.
13.	CornDog	-	-	√	√	<ul style="list-style-type: none"> • Produk ini sudah ada dimasyarakat tetapi dinilai belum banyak yang menjual. • Kemasan masih sederhana, belum memiliki brand sendiri • Sudah memiliki gerai.
14.	Bola Ubi Coklat	-	√	√	√	<ul style="list-style-type: none"> • Dibuat berdasarkan pesanan. • Dipromosikan melalui social media.
15.	Kerupuk Tahu	-	-	√	√	<ul style="list-style-type: none"> • Membuat dalam jumlah besar kemudian dititip disejumlah warung-warung sekitar. • Belum memiliki kekhasan dibandingkan produk-produk yang sudah ada.
16.	Bakso dan Sosis Bakar	-	-	√	√	<ul style="list-style-type: none"> • Belum ada kekhasan dibandingkan produk yang sudah ada sebelumnya. • Dibuat berdasarkan pesanan. • Diantar langsung ke konsumen.
17.	Donat	-	-	√	√	<ul style="list-style-type: none"> • Membuat dalam jumlah besar kemudian membuka lapak dipasar.

					<ul style="list-style-type: none"> • Belum memiliki kekhasan dibandingkan produk-produk yang sudah ada. 	
18.	Makaroni	-	-	√	√	<ul style="list-style-type: none"> • Membuat dalam jumlah besar kemudian dititip disejumlah warung-warung sekitar. • Belum memiliki kekhasan dibandingkan produk-produk yang sudah ada.

Keterangan pada unsur inovasi:

- 1 = penemuan
- 2 = pengembangan
- 3 = duplikasi
- 4 = sintesis

Dilihat dari jenisnya, inovasi terdiri dari empat jenis yaitu penemuan, pengembangan, duplikasi, dan sintesis (Megawati, 2018). Penemuan artinya kreasi suatu produk atau jasa yang belum pernah dilakukan sebelumnya. Belum ada kelompok yang membuat sebuah penemuan baru. Pengembangan artinya perubahan atau perbaikan dari suatu jasa, produk, maupun proses yang sudah ada. Ada 6 kelompok yang melakukan pengembangan dari produk yang sebelumnya mulai dari pemberian brand, packaging, sampai cara pengolahan. Duplikasi artinya peniruan suatu produk, jasa, atau proses serta ditambahkan sentuhan kreatif agar lebih menarik di pasaran. Semua kelompok melakukan proses duplikasi dengan sentuhan-sentuhan kreativitas. Sintesis artinya merujuk pada sejumlah ide sebelumnya kemudian diaplikasikan dengan cara baru. Semua kelompok berupaya melakukan sintesis pada produk yang diusahakannya.

Hasil penelitian pada aspek inovasi dengan 4 indicator menunjukkan bahwa penemuan masih belum dimiliki oleh mahasiswa kelas 7B prodi PGSD Universitas Mataram. Temuan ini juga sama halnya dengan penelitian yang dilakukan oleh (Setyawati, 2019) dengan subjek mahasiswa STKIP PGRI Pacitan. Sedangkan untuk unsur inovasi yang lain seperti pengembangan, duplikasi, sintesis mahasiswa STKIP PGRI sudah mampu

menguasainya sedangkan mahasiswa PGSD Universitas Mataram masih belum sempurna pada unsur pengembangan, karena hanya 6 dari 18 kelompok yang mampu memenuhi unsur tersebut.

Sebelum membuat produk dan memasarkannya, mahasiswa membuat *business plan* yang kurang lebih berisi tentang latar belakang, permodalan, proses produksi, SDM yang terlibat, pemasaran, estimasi laba kotor dan laba bersih yang diterima. Setelah itu mahasiswa belajar dengan mengunjungi langsung Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang ada di sekitarnya untuk lebih memahami baik peluang, kesempatan, maupun kendala dan permasalahan yang sering terjadi di lapangan. Selanjutnya mereka memproduksi dan mulai berjualan.

Berdasarkan hasil wawancara terkait mata kuliah kewirausahaan dan motivasi berwirausaha, ada kelompok yang memang sudah sejak lama menekuni usaha ini sehingga mata kuliah ini cukup membantu mereka focus dengan usaha yang sudah dirintis. Ada yang menemukan ide baru dan berupaya merintisnya jadi mata kuliah ini sangat membantu memfasilitasi mereka. Ada juga yang berwirausaha hanya sebatas untuk memenuhi tugas kewirausahaan. Banyak juga yang berminat berwirausaha tetapi karena tuntutan kuliah dan tugas akhir jadi belum bisa focus berwirausaha. Ada yang semakin bersemangat mengembangkan usaha dengan menambah variasi, bentuk, ukuran, rasa, dan kemasan baru.

Terkait masalah yang dihadapi rata-rata menjawab kegagalan dalam pembuatan produk (rasa tidak sesuai estimasi, dan kadang bisa berbeda-beda

karena kurang terstandarisasi), bahan baku yang terbatas, harga bahan baku yang fluktuatif, sedang menjalani PLP (Pembekalan Lapangan Persekolahan), kurangnya permodalan, kurangnya SDM, kurang dalam pemasaran/*marketing* sehingga banyak produk yang tidak laku yang pada akhirnya tidak bisa dikonsumsi.

Mata kuliah kewirausahaan memberikan pengalaman membuat perencanaan bisnis dan mengaplikasikannya untuk mengoptimalkan kemampuan analisis dan psikomotorik dalam berwirausaha. Mahasiswa diberikan modal berupa teori sebagai landasan pengetahuan sebelum terjun langsung ke masyarakat. Setelah itu, mereka secara berkelompok menyiapkan dokumen *business plan* terkait usaha yang akan mereka tekuni yang berisi tentang perencanaan permodalan, alat dan bahan, sdm, pemasaran, dan estimasi laba bersih dan laba kotor. Selanjutnya survey secara langsung ke tempat usaha disekitar yang sesuai dengan usaha mereka agar lebih memahami terkait peluang, tantangan, dan kendala yang biasanya terjadi di lapangan. Hasil survey diharapkan bisa diaplikasikan untuk mempersiapkan strategi yang dibutuhkan dalam pembuatan produk barang/jasa inovatif yang dibutuhkan oleh masyarakat.

Berdasarkan hasil analisis data, mulai dari pembuatan *business plan* sampai dengan tahap praktik kewirausahaan, unsur-unsur kreativitas sudah terlihat meskipun unsur orisinalitas belum ada. Ketakutan untuk gagal, waktu, focus yang dirasa kurang karena ada kesibukan kuliah, serta permodalan menjadi factor penghambat munculnya orisinalitas dalam kreativitas. Produk yang orisinal artinya berbeda dengan produk yang sudah ada, hal ini tentu memerlukan kreativitas yang menuntut adanya sikap berani, percaya diri, tidak takut tantangan, focus, dan bebas menciptakan sesuatu. Pada aspek fleksibilitas hanya tiga kelompok yang

memenuhi kriteria ini, hal ini terlihat dari usaha mereka menciptakan brand sendiri. Mereka berupaya agar produknya dikenal dan berkembang lebih luas lagi. Pada aspek kelancaran, hanya 12 kelompok yang memenuhi kriteria ini, hal ini terlihat dari upaya mereka melakukan perbedaan dari produk-produk yang sudah dijual sebelumnya, menyesuaikan dengan kebutuhan masyarakat. Semua kelompok sudah memenuhi aspek elaborasi, motivasi, dan kreatif.

Selain kreativitas, ada penilaian inovasi produk. Inovasi lahir sebagai upaya memperkenalkan penemuan baru menjadi aktivitas produktif (Soriano & Huarng, 2013). Inovasi harus dimiliki dan dikembangkan demi kesuksesan sebuah usaha. Inovasi dibagi kedalam beberapa unsur antara lain penemuan, pengembangan, duplikasi, dan sintesis. Berdasarkan analisis data, produk kewirausahaan mahasiswa belum menunjukkan unsur penemuan. Pada jenis pengembangan, ada 6 kelompok yang melakukan pengembangan dari produk yang sebelumnya mulai dari pemberian brand, packaging, sampai cara pengolahan. Semua kelompok sudah melakukan proses duplikasi dengan sentuhan-sentuhan kreativitas. Semua kelompok juga sudah berupaya melakukan sintesis misalnya dengan menambah bahan-bahan lain pada produk yang diusahakannya.

Mahasiswa juga menunjukkan respon yang positif saat diwawancara. Mahasiswa mampu mengembangkan ide kreatif dan inovatifnya serta tertarik dengan kewirausahaan saat kesempatan itu datang. Temuan dari peneliti adalah mahasiswa mengaku masih memiliki keterbatasan modal, waktu, dan SDM untuk operasional kelanjutan produksi dalam jangka panjang. Perguruan tinggi perlu meningkatkan hubungan kemitraan dengan pemda, umkm, perusahaan besar, dan masyarakat agar dapat menciptakan dan mengembangkan kegiatan ekonomi yang bisa menyerap

lulusan perguruan tinggi sekaligus memenuhi kebutuhan hidup masyarakat. Kreativitas, kemandirian serta inovasi mahasiswa tentu akan meningkat seiring dengan keterlibatan mereka dalam kegiatan ekonomi secara berkesinambungan dengan berbagai pelaku usaha yang ada.

Simpulan dan Saran

Simpulan

Mata kuliah kewirausahaan memuat teori tetapi lebih didominasi oleh praktik kewirausahaan secara nyata mampu mengembangkan kreativitas dan produktivitas mahasiswa. Produk kewirausahaan ada dimulai dengan adanya tantangan atau tugas, kemudian muncul inovasi, gagasan, motivasi, dan dorongan untuk berinisiatif, berpikir kreatif dan inovatif. Mata kuliah kewirausahaan mampu membuat mahasiswa menjadi orang yang mandiri serta aplikatif terhadap teori yang dipelajari sehingga dapat memecahkan permasalahan kebutuhan yang ada di sekitar secara tepat dan bertanggung jawab, harapannya kedepan mereka mampu menciptakan lapangan pekerjaan bukan hanya menjadi pencari kerja.

Saran

Perguruan tinggi perlu memberikan fasilitas atau wadah seperti bazar atau kantin mahasiswa untuk dapat menampung berbagai produk karya mahasiswa yang bisa diperjual belikan. Dari pihak pemerintah melalui dinas-dinas terkait, perlu membuka program pelatihan bagi mahasiswa sesuai kebutuhan pasar dan mampu menampung hasil kreativitas mahasiswa yang layak untuk dikembangkan, hal ini sebagai upaya menciptakan lapangan kerja dan mengurangi pengangguran terdidik.

Daftar Pustaka

Agus Budi Santoso. (2008). Pengaruh Pembelajaran Kreatif-Produktif dan

Motivasi Berprestasi Terhadap Prestasi Belajar Mata Kuliah Kewirausahaan Mahasiswa STKIP PGRI Trenggalek Pada Semester Genap Tahun Akademik 2007/2008. *Cakrawala Pendidikan*, 10(2), 267–291.

Athia, I., Saraswati, E., & Normaladewi, A. (2018). Penerapan Business Model Canvas (BMC) Untuk Mendorong Mindset Kewirausahaan Di Kalangan Mahasiswa Universitas Islam Malang. *JU-Ke (Jurnal Ketahanan Pangan)*, 2(1), 66–75. Retrieved from <http://www.riset.unisma.ac.id/index.php/JU-ke/article/view/1051>

Bambang, H., Siswoyo, B., Orang, N., Siswoyo, B. B., Manajemen, J., & Ekonomi, F. (2009). Pengembangan Jiwa Kewirausahaan di Kalangan Dosen dan Mahasiswa. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 14(2), 114–123.

Harianti, A., & Margaretha, Y. (2014). Pengembangan Kreativitas Mahasiswa Dengan Menggunakan Metode Brainstorming. *Jurnalmanajemen*, 13(2), 175–192. <https://doi.org/10.28932/JMM.V13I2.134>

Megawati, L. E. F. (2018). Strategi Menumbuhkan Jiwa Kewirausahaan Yang Kreatif Dan Inovatif. *Proceeding of National Conference on Asbis*, 3, 296–302. Retrieved from <https://e-prosiding.poliban.ac.id/index.php/asbis/article/view/316>

Nurikasari, F. (2016). Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan, Kreativitas, Dan Motivasi Berwirausaha Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Kanjuruhan Malang. *Jurnal Riset Pendidikan Ekonomi*, 1(2). Retrieved from <https://ejournal.unikama.ac.id/index.php/jrpe/article/view/1394>

Setyawati, E. (2019). Peneliti tidak

- memberikan perlakuan. *Jurnal Penelitian Pendidikan*, 11(1), 1586–1594. Retrieved from <https://www.ejournal.stkippacitan.ac.id/index.php/jpp/article/view/287/332>
- Soriano, D. R., & Huarng, K.-H. (2013). Innovation and entrepreneurship in knowledge industries. *Journal of Business Research*, 66(10), 1964–1969. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2013.02.019>
- Suprpto, H. A. (2019). Pengaruh Pembuatan Proposal Rencana Bisnis (Business Plan) Terhadap Kemampuan Berwirausaha di SMK Bhakti Husada. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 5(2), 19–23. <https://doi.org/10.5281/zenodo.2653342>
- Susilaningsih, S. (2015). Pendidikan Kewirausahaan Di Perguruan Tinggi: Pentingkah Untuk Semua Profesi? *Jurnal Economia*, 11(1), 1–34. <https://doi.org/10.28932/jmm.v13i2.134>
- Tanjung, A., & Ganefri, G. (2020). Perkembangan Kewirausahaan Pada Mahasiswa Universitas Lancang Kuning Pekanbaru Berbasis Teknologi. *JAS-PT (Jurnal Analisis Sistem Pendidikan Tinggi Indonesia)*, 4(1), 1–11. <https://doi.org/10.36339/jaspt.v4i1.281>
- Wiyono, H. D. (2020). Kreativitas Dan Inovasi Dalam Berwirausaha. *Jurnal USAHA*, 1(2), 19–25. <https://doi.org/10.30998/juuk.v1i2.503>
- Yohanna, L., Harsoyo, D., & Wijono, D. (2016). Intensi Berwirausaha Ditinjau Dari Kreativitas Dan Kecerdasan Emosional. *SOSIO-E-KONS*, 8(1), 32–42. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.30998/sosioekons.v8i1.768>