

## ENTREPRENEUR WEEK SEBAGAI WADAH KEGIATAN IMPLEMENTASI MODEL BISNIS MAHASISWA

Lydiawati Soelaiman<sup>1,\*</sup>, Frangky Slamet<sup>1</sup>, Keni<sup>1</sup>, Ida Puspitowati<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Program Studi Sarjana Manajemen, Universitas Tarumanagara

<sup>\*</sup>Email: lydiawatis@fe.untar.ac.id

### ABSTRAK

Pendidikan dan pengalaman berwirausaha merupakan perpaduan yang membantu keberhasilan wirausaha. Seorang wirausaha tidak dapat hanya mengandalkan pengalaman tanpa pendidikan berwirausaha ataupun hanya bermodalkan pendidikan tapi miskin pengalaman lapangan. Berdasarkan hal tersebut, maka sejak tahun 2010, Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis telah menawarkan konsentrasi kewirausahaan agar siap mencetak mahasiswa menjadi wirausaha ketika mereka lulus. Pada kurikulum kewirausahaan, mahasiswa dibekali dengan pendidikan kewirausahaan agar mampu menghasilkan konsep ide bisnis yang kreatif dan inovatif yang kemudian dikembangkan menjadi model bisnis yang layak dijalankan. Selanjutnya mahasiswa mahasiswa diwajibkan mengimplementasikan rencana bisnis yang disusun menjadi sebuah prototype dalam sebuah ajang yang dinamakan "Entrepreneur Week". Kegiatan Entrepreneur Week diadakan untuk mendukung pertumbuhan wirausaha di kalangan mahasiswa dengan memicu daya kreatifitas dan inovasi mereka. Pada kegiatan tersebut mahasiswa diwadahi pengalaman berwirausaha dengan memamerkan dan menjual produk dari bisnis yang akan dijalankan dan juga melakukan berbagai aktivitas sebagaimana layaknya seorang entrepreneur. Manfaat yang diharapkan dari kegiatan ini adalah mahasiswa dapat memperoleh pengalaman dalam mempraktikkan bisnis sehingga kelak ketika lulus sudah dapat mempersiapkan diri secara lebih matang untuk memulai usaha. Entrepreneur Week dilaksanakan setiap semester dan sampai saat ini sudah berlangsung sebanyak 17 kali. Diharapkan dengan adanya penyelenggaraan kegiatan Entrepreneur Week maka lulusan sudah siap menjadi wirausaha muda.

**Kata Kunci:** pendidikan kewirausahaan; pengalaman berwirausaha; implementasi bisnis; Entrepreneur Week

### ABSTRACT

*Entrepreneurship education and experience are a combination that helps entrepreneurial success. An entrepreneur can not only rely on experience without entrepreneurship education or only capitalized education but poor field experience. Based on this, since 2010, the Management Undergraduate Study Program of the Faculty of Economics and Business has offered a concentration on entrepreneurship to prepare students into entrepreneurs when they graduate. In the entrepreneurship curriculum, students are provided with entrepreneurship education to be able to generate creative and innovative business idea concepts which are then developed into viable business models. Furthermore, students are required to implement a business plan that is organized into a prototype in an event called "Entrepreneur Week". Entrepreneur Week is held to support entrepreneurial growth among students by sparking their creativity and innovation. In this activity, students are accommodated by entrepreneurship experience by exhibiting and selling products from the business to be run and also carrying out various activities as entrepreneurs. The expected benefit of this activity is that students can gain experience in practicing business so that when they graduate they can prepare themselves more maturely to start a business. Entrepreneur Week is held every semester and so far it has been held 17 times. It is expected that with the implementation of Entrepreneur Week activities, graduates are ready to become young entrepreneurs.*

**Keywords:** entrepreneurship education, entrepreneurship experience, business implementation, Entrepreneur Week

## 1. PENDAHULUAN

Wirausaha merupakan salah satu faktor kunci untuk meningkatkan perekonomian bangsa. Pada saat ini, Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) telah mendominasi kegiatan perekonomian di

Indonesia. Untuk itu, sejalan dengan nilai-nilai Universitas Tarumanagara yaitu: integritas, profesionalisme dan *entrepreneurship*, maka mahasiswa ditanamkan *mindset entrepreneurial* dan mempersiapkan mahasiswa untuk menjadi wirausaha. Menanggapi hal tersebut, sejak tahun 2010 Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis menawarkan konsentrasi kewirausahaan kepada mahasiswa. Pada konsentrasi ini mahasiswa dibekali dengan pendidikan kewirausahaan yang bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan, intensi atau niat dan kompetensi peserta didik untuk mengembangkan potensi dirinya dalam mengelola suatu usaha kedepannya (Donnellon *et al.*, 2014). Pendidikan kewirausahaan merupakan pendidikan yang dapat membangun dan mengembangkan sikap mental dan watak berwirausaha (Arifah dan Astim, 2013). Pendidikan kewirausahaan merupakan pembekalan awal bagi pelaku wirausaha dalam melakukan usaha karena merupakan bagian dari proses pendidikan agar para pelaku wirausaha memiliki sikap dan keterampilan yang baik sebelum memulai suatu usaha (Fayolle *et al.*, 2006). Kurikulum kewirausahaan yang diterapkan pada Prodi S1 Manajemen bertujuan agar mahasiswa mampu menghasilkan konsep ide bisnis yang kreatif dan inovatif. Kreatif merupakan kemampuan untuk memperoleh ide-ide baru dan cara-cara baru menanggapi peluang dan masalah yang terjadi di pasar. Sementara, inovasi adalah kemampuan untuk mengaplikasikan solusi kreatif terhadap peluang dan masalah yang terjadi di pasar (Zimmerer, *et al.*, 2008). Dalam praktiknya, mahasiswa tidak hanya mendapatkan pendidikan kewirausahaan yang hanya secara khusus mempelajari kewirausahaan secara konsep dan praktik, tetapi juga mata kuliah manajemen dan lainnya yang mendukung kegiatan kewirausahaan seperti pemasaran, keuangan, sumber daya manusia, operasional dan sebagainya sehingga potensi keterampilan kewirausahaan mahasiswa semakin terasah.

Metode pembelajaran kewirausahaan haruslah mampu mentransfer bukan hanya pengetahuan dan keterampilan melainkan juga kemampuan untuk mewujudkan suatu usaha yang nyata, dan memperoleh jiwa dari kewirausahaan itu sendiri (Siswadi, 2013). Untuk itu pengalaman berwirausaha juga penting diberikan kepada mahasiswa. Hisrich *et al.* (2005) mengemukakan bahwa suatu pendidikan dan pengalaman yang dimiliki seseorang dapat menjadi acuan untuk menjadi wirausaha yang sukses. Pengalaman berwirausaha merupakan bentuk pembelajaran dengan *experiential learning* untuk dapat diterapkan pada usahanya. Penelitian dari Chen dan Chang (2013) telah membuktikan bahwa pengalaman berwirausaha akan berasosiasi positif dalam pengembangan produk baru. Berdasarkan hal tersebut, maka selain pendidikan kewirausahaan, kurikulum kewirausahaan di Prodi S1 Manajemen juga memberikan pengalaman berwirausaha bagi mahasiswanya melalui mata kuliah Model dan Simulasi Bisnis. Pada mata kuliah ini mahasiswa mengawali dengan menyusun model bisnis yang layak dijalankan dengan pendekatan *lean canvas*. Setelah itu, model bisnis tersebut kemudian diimplementasikan menjadi sebuah prototype produk dalam ajang yang dinamakan “*Entrepreneur Week*”. Selama proses implementasi bisnis agar layak dipamerkan pada acara *Entrepreneur Week*, mahasiswa mendapat pendampingan oleh dosen pembimbing.

*Entrepreneur Week* merupakan acara yang memberikan pengalaman kepada mahasiswa untuk memamerkan dan menjual produk dari bisnis yang akan dijalankan. Pada acara ini mahasiswa akan melakukan berbagai aktivitas sebagaimana layaknya seorang *entrepreneur*. *Entrepreneur Week* sudah diselenggarakan sejak tahun 2013. Berbagai evaluasi terus dilakukan untuk peningkatan kualitas dan manfaat dari kegiatan ini. Diharapkan acara *Entrepreneur Week* mampu memberikan manfaat sebagai wadah bagi para mahasiswa untuk meningkatkan kegiatan kewirausahaan sejalan dengan program Merdeka Belajar Kampus Merdeka yang digagas oleh Menteri Pendidikan, Kebudayaan, Riset dan Teknologi.

## 2. METODE PELAKSANAAN KEGIATAN

Acara *Entrepreneur Week* merupakan bagian dari kegiatan yang dilaksanakan rutin oleh Program Studi S1 Manajemen setiap semesternya yang dimulai semenjak semester genap tahun 2013. *Entrepreneur Week* merupakan bagian dari mata kuliah Simulasi Bisnis, dan menyesuaikan dengan kurikulum MBKM maka mulai tahun 2020 menjadi bagian dari mata kuliah Model dan Simulasi Bisnis. Mata kuliah ini merupakan mata kuliah wajib konsentrasi untuk mahasiswa dengan peminatan konsentrasi kewirausahaan.

Pada awal perkuliahan, mahasiswa membuat kelompok bisnis sesuai dengan pilihan mereka sendiri yang terdiri dari 3 sampai 4 orang mahasiswa. Selama perkuliahan mahasiswa memperoleh teori dari dosen pengampu mata kuliah mengenai: penyusunan model bisnis berbasis *lean canvas*, melakukan *feasibility study*, membuat *Minimum Viable Product (MVP)*, melakukan *interview MVP* dan juga melakukan penetapan harga serta strategi marketing. Dalam prosesnya, setiap kelompok akan mendapat pendampingan dari dosen pembimbing yang akan memberi arahan dan masukan kepada mahasiswa sampai bisnis mereka dipamerkan di acara *Entrepreneur Week*.

Mahasiswa diberikan *timeline* kegiatan menuju Acara *Entrepreneur Week* sehingga dua minggu sebelum perkuliahan berakhir mahasiswa sudah siap menyiapkan bisnisnya untuk dipamerkan pada masyarakat melalui ajang acara *Entrepreneur Week* tersebut. Melalui acara ini mahasiswa diberikan pengalaman untuk menjadi *entrepreneur* yang sesungguhnya. Mahasiswa dapat menggali potensi usahanya dan melakukan evaluasi atas produknya berdasarkan masukan dari konsumen yang sesungguhnya.

## 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan *Entrepreneur Week* diawali pada tahun 2013 dengan konsep yang sangat sederhana. Pada awalnya mahasiswa masih belum menangkap konsep kewirausahaan yang kreatif dan inovatif. Banyak mahasiswa yang merasa acara ini seperti bazar produk sehingga mereka tidak memiliki konsep bisnis dan hanya menyajikan produk apa adanya tanpa mempunyai keunikan maupun keunggulan bersaing. Berdasarkan hasil evaluasi, maka mahasiswa sebaiknya mempunyai dosen pembimbing yang dapat membantu mengarahkan mereka untuk mengimplementasikan produknya sehingga menjadi suatu bisnis yang memiliki daya saing dan berkelanjutan.

Selama dua tahun pertama yaitu antara tahun 2013 – 2015, acara *Entrepreneur Week* diselenggarakan di dalam rumah sendiri yaitu Kampus 2, Universitas Tarumanagara secara sederhana. Acara hanya sebatas pameran produk mahasiswa sehingga mahasiswa hanya mendapat masukan dari pengunjung atas produk yang ditampilkan untuk perbaikan lebih lanjut.



Gambar 1. Acara *Entrepreneur Week* di Kampus 2

Setelah menjalankan acara *Entrepreneur Week* sebanyak 6 kali, maka timbul keberanian untuk memperkenalkan acara *Entrepreneur Week* kepada masyarakat umum. Untuk itu, pada tahun 2016 *Entrepreneur Week* pertama kali diselenggarakan di luar kampus yaitu di pusat perbelanjaan di Jakarta. Pada kesempatan ini, *Entrepreneur Week* mulai melakukan kolaborasi dengan Fakultas lain seperti Fakultas Seni Rupa dan Desain serta Fakultas Teknologi Informasi sehingga menjadikan produk mahasiswa maupun kegiatan *Entrepreneur Week* tampil lebih menarik dan baik.



Gambar 2. Suasana *Entrepreneur Week* di Mal

Respon yang diberikan oleh pengunjung selama penyelenggaraan kegiatan ini cukup baik. Hal ini terlihat dari antusiasme konsumen yang mengunjungi *stand* mahasiswa. Selama penyelenggaraan kegiatan di mal, profesionalisme mahasiswa sebagai *entrepreneur* lebih terlihat. Aplikasi teori menjadi praktik seperti strategi pemasaran dan perencanaan produksi mampu dijalankan mahasiswa dengan baik. Tidak hanya itu, *soft skill* mahasiswa seperti cara berkomunikasi dengan pelanggan, membangun *team work* yang solid serta kedisiplinan yang juga semakin terbentuk. Mayoritas bisnis yang ditampilkan mahasiswa adalah di bidang *Food and Beverage* yang diikuti produk *fashion* berupa pakaian, tas kain, aksesoris dan lainnya. Selama pameran, mahasiswa tidak hanya menampilkan produk yang kreatif dan inovatif, tetapi tampilan kemasan yang dipergunakan oleh mahasiswa juga tampak menarik dan memiliki nilai komersil.



Gambar 3. Contoh Produk Mahasiswa di *Entrepreneur Week*

Berdasarkan contoh gambar produk di atas, mahasiswa sudah mampu mengkreasi suatu ide bisnis yang diawali melalui identifikasi segmen pasar yang dituju dan permasalahan yang dihadapi oleh segmen pasar tersebut. Selanjutnya, mahasiswa mencoba untuk menjawab atau menyelesaikan problem yang dirasakan dengan memberikan solusi melalui produk mereka dan *unique value* sebagai ciri khas yang berdaya saing. Sebagai contoh: Bye Blood merupakan salah satu kelompok dari *Entrepreneur Week* dengan produk berupa sabun deterjen *stick* dengan formulasi khusus yang dapat memudahkan para wanita untuk menghilangkan noda menstruasi pada pakaian. Ide produk ini berawal dari permasalahan yang dihadapi oleh wanita yang kesulitan untuk membersihkan noda menstruasi yang menempel. Untuk itu, Bye Blood menawarkan produk berupa deterjen *stick* dengan bahan dasar ramah lingkungan yang mampu menghilangkan noda dengan cepat.

Desain kemasan dari produk juga berperan penting karena meningkatkan ketertarikan konsumen untuk membeli. Sebagai contoh minuman jus buah soda yang dikemas dengan desain karikatur dan warna yang menarik seperti gambar 3 di atas cukup menarik minat anak-anak remaja untuk membeli. Kemasan yang menarik dapat menjadi alat promosi secara tidak langsung, terlebih lagi dengan segmen pasar remaja yang terbiasa untuk mengupload sesuatu yang menurut mereka menarik melalui media sosialnya. Tidak hanya itu, tampilan kemasan yang menarik akan membuat suatu produk menjadi “lebih naik kelas” sehingga dapat dijual dengan harga yang lebih tinggi. Contohnya saja produk rengginang yang biasanya dijual pada kemasan plastik transparan tetapi ketika diubah pada kemasan yang menarik dan informatif maka akan menarik segmen pasar yang berbeda.

Faktor pendukung lain yang tidak kalah penting dalam penyelenggaraan acara *Entrepreneur Week* adalah tampilan dari *stand* pameran. Hal ini cukup penting karena *stand* yang menarik

pandangan mata dapat membawa pengunjung untuk menghampiri *stand* dan mencari tahu mengenai produk yang dijual.



Gambar 4. Tampilan *Stand* Kelompok Bisnis Mahasiswa di *Entrepreneur Week*

Meskipun *Entrepreneur Week* merupakan pameran, tetapi dilakukan penilaian oleh para dosen dan praktisi berdasarkan kemampuan setiap kelompok dalam mengimplementasikan model bisnisnya yang kemudian dipresentasikan di pameran *Entrepreneur Week*. Penilaian diberikan kepada kelompok bisnis mahasiswa sebagai bagian dari nilai mata kuliah model dan simulasi bisnis. Unsur yang dijadikan sebagai dasar penilaian antara lain: orisinalitas ide bisnis, inovasi bisnis, peluang pasar, potensi pengembangan pasar, daya saing produk, pelayanan kepada konsumen, penampilan peserta, desain dan kerapian *stand*. Berdasarkan penilaian tersebut, setiap kelompok mahasiswa yang terbaik akan diberikan apresiasi berupa penghargaan dengan beberapa kategori seperti:

### 1. *The Best Innovation Product*

Merupakan penghargaan bagi kelompok mahasiswa yang mampu menampilkan produk dengan ide bisnis yang orisinal, berani melakukan inovasi dan mampu menangkap peluang pasar.

### 2. *The Best Competitive Product*

Merupakan penghargaan bagi kelompok mahasiswa yang memiliki potensi pengembangan yang prospektif dan mampu menarik perhatian investor untuk berinvestasi pada pengembangan bisnis.

### 3. *The Best Service*

Merupakan penghargaan bagi kelompok yang mampu memberikan pelayanan yang ramah serta komunikasi yang baik kepada pengunjung.

#### 4. *The Best Appearance*

Merupakan penghargaan bagi kelompok dengan penampilan personil yang baik serta desain *stand* yang menarik dan rapi.

#### 5. *The Best Implementation*

Merupakan penghargaan untuk kelompok yang mampu mengimplementasikan model bisnis yang dirancang dengan memenuhi kriteria inovatif, kompetitif, pelayanan dan penampilan yang terbaik.

Selama pandemi Covid 19, kegiatan *Entrepreneur Week* tidak dapat dilaksanakan di mal seperti sebelumnya. Meskipun demikian, kegiatan ini masih berjalan dengan menggunakan platform media digital dan dinamakan "*Entrepreneur Week Virtual*". Platform ini menghubungkan kelompok mahasiswa secara langsung dengan media sosial ataupun *marketplace* yang dimiliki sehingga pembeli dapat melakukan interaksi dan transaksi secara langsung. Tampilan foto serta narasi yang informatif menjadi aspek yang penting dalam penjualan *online* sehingga dapat menarik konsumen untuk membeli.



Gambar 5. *Entrepreneur Week Virtual*

#### 4. KESIMPULAN

Acara *Entrepreneur Week* yang sudah dilaksanakan selama hampir 9 tahun (17 kali), telah mendapat dukungan dari berbagai pihak baik dari pimpinan, dosen, mahasiswa Universitas Tarumanagara dan juga masyarakat umum. Mahasiswa sebagai pemeran utama dalam kegiatan ini memberikan respon yang positif dan berharap kegiatan ini rutin dilaksanakan. Mahasiswa merasa pendidikan secara teori yang mereka dapatkan selama perkuliahan dapat mereka aplikasikan secara nyata ke dalam bisnis yang dijalankan. Demikian pula halnya dengan pengalaman yang diperoleh selama proses membuat usaha. Banyak hal yang dipelajari dari pengalaman ini yang mungkin tidak pernah terpikirkan sebelumnya. Selalu berpikir kreatif dan inovatif, kedisiplinan, membangun tim yang solid, kegigihan merupakan pembelajaran yang diperoleh dari pengalaman selama *Entrepreneur Week*.

Meskipun penyelenggaraan *Entrepreneur Week* hanya berlangsung selama beberapa hari, tetapi mahasiswa tetap melanjutkan bisnis tersebut sebagai pilihan MBKM yaitu kegiatan kewirausahaan. Mahasiswa dapat menjadikan masukan dan respon yang diberikan konsumen sebagai perbaikan dan pengembangan produk kedepannya. Diharapkan dengan adanya pengalaman berwirausaha ini, maka setelah lulus mahasiswa sudah siap untuk menjadi wirausaha dan menciptakan lapangan kerja bagi masyarakat.

Sebagai penutup, tentunya kolaborasi antar program studi lain diperlukan agar produk yang ditampilkan di acara *Entrepreneur Week* semakin kreatif dan inovatif. Keunggulan yang dimiliki dari setiap program studi dapat memberikan sinergi yang lebih baik untuk menciptakan kewirausahaan yang berdaya saing.

## REFERENSI

- Arifah dan Astim. (2013). *Kapita Selekta Kewirausahaan*. YAPEMDO, Bandung.
- Chen dan Chang. (2013), "The impacts of human capital in enhancing new venture's performance", *Journal of Knowledge based Innovation in China*, 5(2). 146-168.
- Donnellon, A., Ollila, S., & Williams Middleton, K. (2014). Constructing entrepreneurial identity in entrepreneurship education. *International Journal of Management Education*, 12(3), 490–499.
- Fayolle, A., Gailly, B., & Lassas-Clerc, N. (2006). Assessing the impact of entrepreneurship education programmes: A new methodology. *Journal of European Industrial Training*, 30(9), 701–720.
- Hisrich, Robert, D., Peters, Michael. P. & Sheperd D.A. (2005). *Entrepreneurship*. McGraw-Hill Companies, New York.
- Siswadi, Y. (2013). Analisis faktor internal, faktor eksternal dan pembelajaran kewirausahaan yang mempengaruhi minat mahasiswa dalam berwirausaha. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 13(1), 1-17.
- Zimmerer, Thomas W & Norman Scarborough (2008). *Kewirausahaan dan Manajemen Usaha Kecil*. Salemba Empat, Jakarta.