



Profil Kompetensi Pengelolaan Wirausaha Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi

Dewi Koryati^{1*}, Yuliana FH², Firmansyah³

^{1 2 3}Program Studi Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Sriwijaya

Info Artikel

Sejarah Artikel:
diterima : 21 Maret 2023
direvisi : 1 Mei 2023
disetujui : 14 Mei 2023

Kata-kata Kunci:
Profile, Student
Entrepreneur.

**Corresponding Author*
dewikoryati@fkip.unsri.ac.id
Dewi Koryati

Abstract

Fostering an entrepreneurial spirit among students can be started by encouraging interest and entrepreneurial intentions among students. The research objective was to identify the profiles of 39 student entrepreneurs based on 3 variables: 1) Business Planning; 2) Creativity and Business Innovation; 3) Business Management. Data collection through questionnaires and structured interviews. Test external validity using product moment and reliability test with test alpha. Questionnaire data were analyzed using the percentage formula and classified in the entrepreneurial profile category table (basic, medium, advanced). Interviews with 10 respondents were randomly selected based on the score category representatives. The research result of Economic Education Student Entrepreneurs showed their ability to run a business by following their interests and skills. They are mostly classified as profiles of part-time entrepreneurs and the rest are family-owned entrepreneurs. Aspects of business planning in the category advance, aspects of creativity and innovation in the student entrepreneurship category advance, and business management aspects in the medium category.

Abstrak

Menumbuhkan semangat wirausaha di kalangan mahasiswa dapat dimulai dengan mendorong minat dan intensi berwirausaha pada mahasiswa. Tujuan penelitian adalah untuk mengidentifikasi profil 39 wirausahawan mahasiswa berdasarkan 3 variabel: 1) Perencanaan Bisnis; 2) Kreativitas dan Inovasi Bisnis; 3) Manajemen Bisnis. Pengumpulan data melalui kuesioner dan wawancara terstruktur. Uji validitas eksternal menggunakan product moment dan uji reliabilitas dengan uji alpha. Data kuesioner dianalisis menggunakan rumus persentase dan diklasifikasikan dalam tabel kategori profil wirausaha (dasar, sedang, lanjutan). Wawancara dengan 10 responden dipilih secara acak berdasarkan skor kategori perwakilan. Hasil penelitian wirausaha mahasiswa Pendidikan Ekonomi menunjukkan kemampuannya dalam menjalankan usaha dengan mengikuti minat dan keterampilannya. Mereka sebagian besar diklasifikasikan sebagai profil pengusaha paruh waktu dan sisanya adalah pengusaha milik keluarga. Aspek perencanaan usaha masuk dalam kategori maju, aspek kreativitas dan inovasi mahasiswa dalam kategori kewirausahaan maju, dan aspek pengelolaan usaha masuk dalam kategori sedang

Cara mengutip :

Koryati, D. Yuliana, FH. Firmansyah. (2023), Profil Kompetensi Pengelolaan Wirausaha Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi. Jurnal PROFIT: Kajian Pendidikan Ekonomi dan Ilmu Ekonomi, 10 (1). 12-20.
<https://doi.org/10.36706/jp.v10i1.20770>



PENDAHULUAN

Menjadi seorang wirausaha sukses tentunya impian setiap wirausahawan termasuk mahasiswa yang sedang berwirausaha. Berdasarkan survey kami pada tahun 2020, ada 71 mahasiswa dari 164 responden yang berasal dari angkatan tahun 2016 sampai dengan 2019 di Program Studi Pendidikan Ekonomi yang berwirausaha. Dari jumlah tersebut, 79% memulai usahanya pada awal pandemi covid-19 di Indonesia, yaitu bulan Maret tahun 2020 dan 21% lainnya sudah memulai usaha 2-3 tahun sebelumnya. Pada bulan Juli 2021, kami mengadakan survey kembali terhadap seluruh mahasiswa aktif untuk mengetahui jumlah mahasiswa yang berwirausaha. Survey dilakukan kepada 263 mahasiswa aktif angkatan tahun 2017 sampai dengan tahun 2020, dan jumlah yang merespon *google form* 226 orang (85,93%). Dari jumlah 226 penanggap tersebut terdapat 114 (50,44%) mahasiswa yang pernah berwirausaha, namun yang masih aktif menjalankan usahanya saat survey dilakukan ada 39 orang (34,21%). Meskipun terjadi penurunan jumlah mahasiswa yang berwirausaha sebesar 16,23%, namun di sisi lain menunjukkan bahwa mahasiswa yang masih aktif melanjutkan usaha ini memiliki niat/ intensi tinggi (*need of achievement*) untuk berhasil melalui kegiatan berwirausaha. Mereka mau menjalankan usaha pada masa pandemik dan di usia muda (18-20 tahun), rata-rata memiliki indeks prestasi belajar $\geq 3,1$, dan dapat bekerja *part-time* dalam situasi pembelajaran daring serta padatnya tugas-tugas belajar yang diberikan dosen atau bahkan bersamaan dengan menyusun tugas akhir sebagai calon sarjana strata 1 Pendidikan Ekonomi di Universitas Sriwijaya.

Ada suatu pernyataan yang bersumber dari PBB menyebutkan bahwa suatu negara maju akan mampu membangun apabila memiliki wirausaha sebanyak 2% dari jumlah penduduknya (Alma, 2019). Pernyataan ini sudah dibuktikan dari keberhasilan pembangunan negara Jepang yang disponsori oleh wirausahawan tingkat sedang 2% dan tingkat kecil 20% dari jumlah penduduknya (Alma, 2019). Dari pernyataan tersebut, maka dapat dikatakan bahwa kelompok mahasiswa pendidikan ekonomi yang berwirausaha ini juga dapat menjadi cikal bakal munculnya wirausaha pemula yang nantinya diharapkan akan memberikan kontribusi besar bagi pembangunan negara.

Hasil penelitian yang berbeda dari *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM), menunjukkan bahwa penduduk usia muda (18-24) dari wilayah Asia Tengah dan Timur (India, Taiwan, dan Republik Korea) memiliki kecenderungan terendah (kurang berminat) untuk memulai bisnis baru dibandingkan dengan kelompok yang lebih tua (55-64). Hal yang mendorong usia muda untuk memulai berbisnis karena sifat digital dari aktivitas kewirausahaan yang muncul selama pandemik (www.gemconsortium.org, 2021). Pergeseran permintaan pasar dari *offline* menjadi *online* karena pandemi menjadi peluang kewirausahaan baru bagi wirausaha muda tersebut.

Keberhasilan wirausaha mahasiswa menurut (Anbzhagi & Kulothungan, 2021) dipengaruhi oleh sikap personal, norma subjektif, dan mampu mengontrol perilaku. Namun orang-orang terdekat seperti keluarga, teman, dan yang lainnya kurang berdampak pada tujuan berbisnis dari wirausaha mahasiswa. Penelitian Anbzhagi ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan (Primandaru, 2017) dengan *metode cross sectional* dan model analisis *partial least square*. Dia menemukan terdapat pengaruh *internal focus of control* terhadap *need for achievement*, tetapi *social support* tidak berpengaruh terhadap *need of achievement* mahasiswa. (Reis & Fleury, 2018) melakukan penelitian dengan metode studi kasus dengan menerapkan dua kursus kewirausahaan dengan model yang sama dan fokus pada pengajaran kewirausahaan. Hasilnya, kursus-kursus tersebut selalu membantu dalam mengembangkan niat kewirausahaan dan kompetensi mahasiswa, tetapi tidak selalu membantu dalam mengembangkan keyakinan kewirausahaan mereka. Kurangnya keyakinan mahasiswa pada kewirausahaan disebabkan oleh kurang mampu mengidentifikasi peluang, takut gagal/ mengambil resiko, dan tidak memiliki ide. Sebaliknya pada kelompok lain memiliki keyakinan dan minat kewirausahaan karena menemukan peluang yang dapat dipercaya dan yakin memiliki pengetahuan yang cukup untuk menjadi pengusaha.

Hasil-hasil penelitian terdahulu dari (Anbzhagi & Kulothungan, 2021; Primandaru, 2017; Reis & Fleury, 2018) dilakukan pada area pra implementasi kewirausahaan oleh mahasiswa. Sementara laporan penelitian *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM) tahun 2020/2021 terkait implementasi kewirausahaan dengan sampel lebih umum, yaitu wirausaha berdasarkan kelompok umur (*younger and old*). Sedangkan dalam penelitian ini

fokus pada wirausaha mahasiswa, yaitu kelompok mahasiswa program studi pendidikan ekonomi yang mampu bekerja *part time*, aktif mengikuti perkuliahan di perguruan tinggi dan aktif berwirausaha dalam kondisi pandemi covid-19 dan pembelajaran daring. Tujuan Penelitian untuk mengidentifikasi profil 39 orang wirausaha mahasiswa tersebut berdasarkan 3 variabel, yaitu: 1) Perencanaan Bisnis; 2) Kreativitas dan Inovasi Usaha; 3) Manajemen Usaha.

METODE

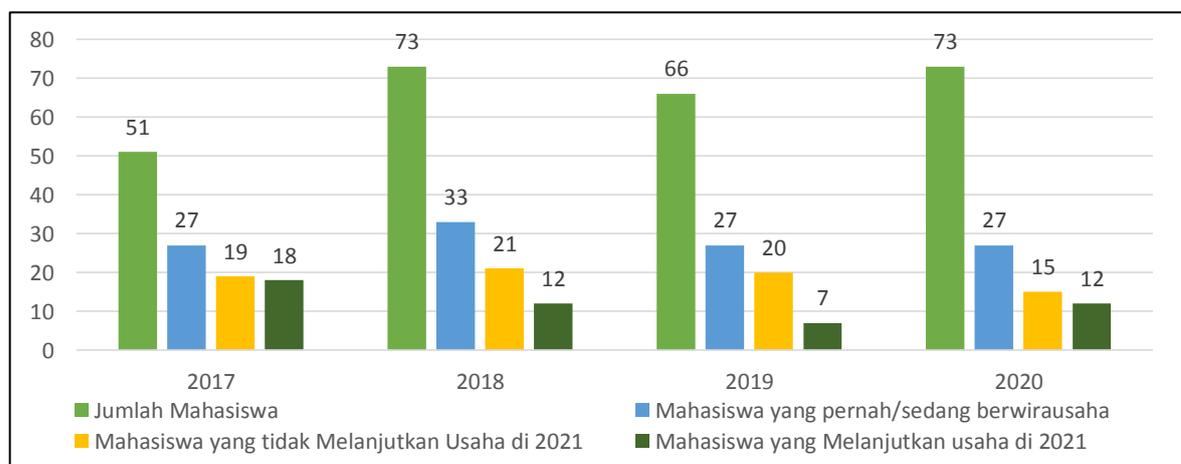
Jenis penelitian ini adalah deskriptif dalam bentuk studi kasus, yakni penelitian yang bertujuan untuk menyelidiki fenomena yang terjadi di kehidupan nyata (Hossain et al., 2017). Dimana dalam penelitian ini bertujuan untuk menyelidiki dan mengidentifikasi profil wirausaha mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Sriwijaya. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi FKIP Unsri Angkatan Tahun 2017-2020 yang berjumlah 263 mahasiswa. Berdasarkan data tersebut dilakukan identifikasi mengenai jumlah mahasiswa yang aktif melakukan kegiatan wirausaha, yakni 39 orang mahasiswa yang dijadikan sampel penelitian.

Teknik pengumpulan data yang digunakan, yakni kuesioner dan wawancara terstruktur. Data kuesioner terbagi 2, yaitu data demografi responden dan data profil wirausaha mahasiswa berdasarkan aspek perencanaan bisnis, kreativitas dan inovasi usaha, serta manajemen usaha. Data profil wirausaha mahasiswa menggunakan data interval skala 1- 4 dan melalui uji validitas ahli dan uji validitas eksternal. Uji validitas eksternal dilakukan dengan mengkorelasi skor item dengan skor total melalui rumus *product moment*. Sedangkan untuk uji reliabilitas menggunakan uji *alpha*.

Data kuesioner yang diperoleh dianalisis dengan menghitung persentase, kemudian hasil persentase diklasifikasikan dalam tabel katagori profil wirausaha mahasiswa berdasarkan perolehan skor (*basic, medium, advanced*). Berdasarkan hasil analisis data, selanjutnya dilakukan wawancara terstruktur. Wawancara dilakukan terhadap 10 perwakilan responden penelitian yang dipilih secara random berdasarkan kategori skor dengan tujuan untuk memperkuat data yang sudah diperoleh melalui kuesioner. Wawancara yang digunakan untuk mendapatkan informasi yang lebih jauh tentang profil wirausaha mahasiswa dari aspek Perencanaan bisnis, kreativitas dan inovasi usaha, serta manajemen usaha.

HASIL DAN PEMBAHASAN

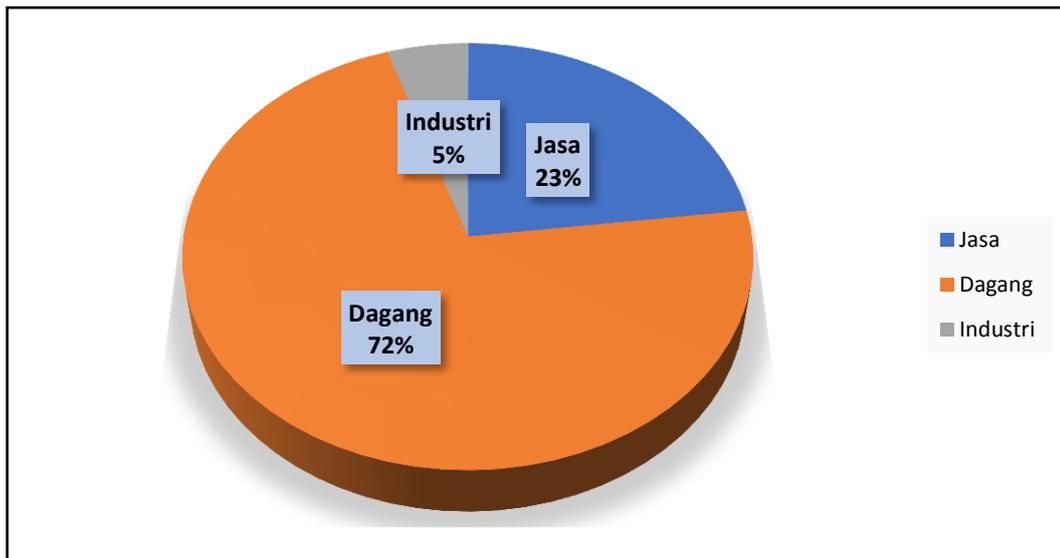
Kegiatan awal yang kami lakukan adalah melakukan pengumpulan data mengenai jumlah mahasiswa yang pernah/ sedang berwirausaha melalui angket melalui media *google form* yang diberikan sejak 25 Juli - 01 September 2021 untuk mencapai target sebesar $\geq 80\%$ mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi mengisi kuesioner. Berdasarkan angket yang diberikan melalui *google form*, diperoleh data mahasiswa yang merespon kuesioner yang diberikan sebesar 85,93% dengan rincian sebagai berikut:



Gambar 1. Rekapitulasi Data Wirausaha Mahasiswa Prodi Pendidikan Ekonomi Angkatan 2017-2020 (Sumber: Data *google form* yang diolah 1 September 2021)

Berdasarkan data pada gambar 1 diketahui bahwa dari 226 mahasiswa yang mengisi kuesioner ada 114 orang atau 50,44% mahasiswa Program studi Pendidikan Ekonomi pernah berwirausaha atau sedang menjalankan usaha tertentu. Sesuai dengan tujuan penelitian, maka responden yang menjadi subjek penelitian adalah mahasiswa yang melanjutkan usaha pada tahun 2021 sejumlah 39 orang (34,21%) wirausaha mahasiswa. Selanjutnya mereka diminta untuk mengisi data demografi, yaitu; nama, nomor induk mahasiswa, nomor telephone, e-mail, alamat, bidang usaha, uraian singkat mengenai usaha yang dijalankan, sosial media yang digunakan untuk usaha, dan photo diri serta photo usaha yang dijalankan. Pada makalah ini dideskripsikan bidang usaha dan sosial media yang digunakan responden. Aspek demografi lainnya sebagai lampiran dari tulisan ini.

Data demografi wirausaha mahasiswa berdasarkan bidang usaha yang dilakukan dapat dilihat pada gambar berikut:



Gambar 2. Bidang Usaha Wirausaha Mahasiswa Pendidikan Ekonomi
(Sumber: data google form dan diolah pada September 2021)

Bidang usaha yang pernah/sedang dijalani oleh wirausaha mahasiswa program studi Pendidikan Ekonomi, meliputi bidang jasa, dagang dan industri. Pada bidang jasa jenis usaha yang dijalankan, meliputi jasa editing dan videografi, jasa print dan fotocopy, jasa *make up* wisuda, jasa pengisian pulsa/token listrik dan jasa penyewaan zoom. Sedangkan, pada bidang perdagangan meliputi usaha penjualan makanan, *frozen food*, *dropship* dan *reseller* pakaian, parfum, dan *skin care*. Pada bidang industri, meliputi jenis usaha *craft* dan kerajinan, berupa pembuatan *flower frame*, *giftshop*, *custom* percetakan mug/kaos, perikanan, dan lainnya.

Bidang usaha perdagangan menjadi salah satu bidang usaha yang paling banyak diminati oleh responden dengan sistem penjualan produk dengan cara *dropship* dan *reseller*. System penjualan ini dirasa cocok bagi mereka karena tidak membutuhkan modal yang besar dan waktu yang lebih fleksibel. Wirausaha mahasiswa perlu membagi waktu antara perkuliahan dan kegiatan usaha rintisan yang dijalani. Hal yang sama diungkapkan oleh (Cahya et al., 2019) dalam penelitiannya bahwa sistem penjualan *dropship* tidak membutuhkan modal yang besar, tempat usaha untuk menyetok produk, waktu yang fleksibel, dan dapat memanfaatkan media digital untuk pemasarannya. Sedangkan sistem *reseller* dapat dikatakan sebagai bisnis yang paling tepat bagi pemula yang hendak berbisnis dengan cara yang mudah dan tidak memiliki modal usaha, oleh karena itu, jenis usaha ini banyak diminati oleh para ibu rumah tangga, pelajar, atau mahasiswa karena dapat menghemat biaya dan kemudahan dalam menjalankan usaha (Nofriansyah, D., 2020). Untuk pemasaran usaha, 43,59% responden menggunakan instagram, dan yang lainnya memilih campuran facebook dan WhatsApp. Responden yang tidak menggunakan media sosial apapun untuk promosi usahanya ada 15,38%. Mereka melayani *door to door* atau konsumen langsung mendatangi tempat usaha. Berikut ini dideskripsikan profil wirausaha mahasiswa berdasarkan respon yang diisi dalam kuesioner:

Tabel 1. Rekapitulasi Hasil Kuesioner Profil Wirausaha Mahasiswa

Aspek	Indikator	Skor (%)
Perencanaan Bisnis (<i>Bussiness Planning</i>)	Sumber daya	83,33
	Peluang	82,90
	Konteks	85,68
	Resiko dan penghargaan	73,93
Kreativitas dan Inovasi Usaha	Produk	78,53
	Pelayanan	80,13
	Menciptakan kemudahan-kemudahan	83,33
	Harga yang sesuai dengan kelas konsumen yang dilayani	82,05
	Memberikan garansi yang meyakinkan konsumen	75,64
	Memberikan kebebasan pilihan produk bagi konsumen	83,33
	Memberikan kepercayaan tertinggi kepada konsumen	85,26
	Membuka akses komunikasi yang mudah dan murah bagi setiap orang	84,62
	Rasa akrab/ <i>memupuk customer relationship management</i> yang baik	85,90
	Manajemen Usaha	Manajemen dan Organisasi
Manajemen Sumber Daya Manusia		67,95
Manajemen Operasi		73,72
Manajemen Pemasaran		75,64
Manajemen Keuangan		80,77

Sumber data diolah kembali pada September 2021

Selanjutnya kategori persentasi level profil wirausaha mahasiswa program studi Pendidikan Ekonomi menjadi sebagai berikut:

Tabel 2. Profil Wirausaha Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Sriwijaya

Aspek	Rerata skor (%)	Kategori
Perencanaan Bisnis	81,46	<i>advance</i>
Kreativitas dan Inovasi Usaha	82,09	<i>advance</i>
Manajemen Usaha	73,02	<i>medium</i>
Rerata Skor	78,86	<i>advance</i>

Berdasarkan tabel 1 dan 2 di atas, diketahui responden memiliki kemampuan menyusun dan melaksanakan perencanaan bisnis untuk usaha mereka sebesar 81,46% (*advance*). Skor untuk aspek kreativitas dan inovasi usaha 81,73% (*advance*), dan perolehan skor untuk aspek manajemen usaha sebesar 72,55% (*medium*). Sehingga rerata skor nilai profil wirausaha mahasiswa program studi Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Sriwijaya dalam berwirausaha adalah 80,32% (*advance*).

Informasi pada tabel 2 menunjukkan aspek perencanaan bisnis berada dalam katagori *advance*, artinya responden memiliki kemampuan yang sangat baik dalam merencanakan usahanya. Skor tertinggi dari aspek perencanaan bisnis ini terdapat pada indikator konteks (rata-rata skor 85,68%), karena responden selalu menyikapi setiap perubahan dalam menjalankan bisnis adalah peluang sehingga mereka perlu segera memperbarui perencanaan bisnisnya. Rencana bisnis adalah alat dimana komponen penting dari suatu usaha itu dijelaskan dengan cara yang jelas dan konsisten. Kemungkinan besar rencana bisnis akan berubah selama perjalanan. Namun menurut (Alonso-Vazquez et al., 2018) dengan adanya rencana bisnis dapat membuat para pengusaha tetap pada jalurnya.

Dalam indikator konteks ini juga diketahui responden memilih ruang lingkup bisnis wirausaha mahasiswa sesuai dengan kondisi lingkungan (keluarga/ teman/ masyarakat) tempat tinggal responden. Artinya, responden sangat tanggap melihat peluang bisnis yang ada di lingkungannya. Sebagai contoh informasi berdasarkan hasil wawancara salah satu responden penerima Kartu Indonesia Pintar (KIP) membuka usaha jasa photocopy/ *print out* dan pengetikan di rumahnya karena melihat lingkungan sekitar tempat tinggalnya ada sekolah dasar, namun kurang fasilitas untuk kebutuhan jasa tersebut di atas. Sehingga dengan modal printer yang dibeli dari uang beasiswa responden ini membuka usahanya. Selain itu perubahan yang terjadi selama berwirausaha responden

dengan sangat baik segera memperbaharui perencanaan bisnis sebelumnya. Pada umumnya responden melakukan perubahan karena adanya pergeseran selera konsumen.

Perencanaan bisnis merupakan alat praktis bagi pengusaha untuk merancang usaha mereka (Corbett & Katz, 2016). Terdapat beberapa manfaat atau fungsi dari perencanaan bisnis, yaitu untuk; mengawali sebuah bisnis/usaha, mencari sumber dana, membuat bisnis lebih fokus dan terarah, memprediksi masa depan, serta untuk menaikkan level bisnis. Sedangkan khusus bagi pihak pegawai, investor, banker, supplier, konsumen, dan advisor tentunya sangat bermanfaat antara lain untuk mengetahui perkembangan perusahaan, melihat kelayakan pinjaman, dapat melihat perubahan kuantitas dan kualitas produk yang ditawarkan, serta dapat melihat apakah dana yang diberikan menghasilkan manfaat dan resiko yang akan dihadapi seorang wirausaha (Setyadi, 2020). Meskipun responden mendapat kategori *advance* pada perencanaan bisnis, namun dari hasil wawancara menunjukkan bahwa tidak semua dari responden penelitian ini langsung melakukan perubahan dalam perencanaan bisnisnya. Wirausaha mahasiswa ini membuka usaha sambil kuliah (*part time*), maka mereka akan memperbarui rencana bisnisnya setelah menyelesaikan tugas-tugas perkuliahan dengan tepat waktu.

Berikutnya aspek kreativitas dan inovasi usaha. Wirausaha mahasiswa program studi pendidikan ekonomi, mencapai katagori *advance* dengan perolehan skor sedikit lebih tinggi dari aspek perencanaan bisnis. Skor tertinggi dari aspek ini secara berurutan dicapai dari indikator rasa akrab/ memupuk *customer relationship management* yang baik dengan konsumen, memberikan kepercayaan tertinggi kepada konsumen, membuka akses komunikasi yang mudah dan murah bagi setiap orang, menawarkan aneka ragam produk yang memberikan kebebasan pilihan bagi konsumen, dan memberikan harga yang sesuai dengan kelas konsumen yang dilayani. Selain skor *advance* yang dicapai indikator-indikator tersebut, aspek kreativitas dan inovasi usaha juga memiliki satu indikator dengan kategori medium (75,64%) karena wirausaha mahasiswa tidak banyak yang berani memberikan garansi untuk meyakinkan konsumen target dari produk jasa/barang yang ditawarkan.

Kreativitas adalah menghadirkan suatu gagasan baru dalam berbisnis, sedangkan inovasi merupakan penerapan secara praktis gagasan yang kreatif (Alma, 2019). Karena sejatinya, wirausaha merupakan insan kreatif yang memiliki berbagai gagasan menarik dimana kemampuan ini harus dikembangkan secara terus menerus (Purwantini et al., 2021). Kreativitas dan inovasi usaha adalah dua elemen dari beberapa karakteristik yang sering dipertimbangkan untuk mendefinisikan apa pengusaha itu. Kreativitas dan inovasi juga sering digunakan untuk mengukur profil dari seorang wirausaha. Penelitian dari (Abu et al., 2018) menemukan bahwa salah satu profil dari pengusaha ibu tunggal (*single mother entrepreneurs*) di Malaysia yaitu menjalankan bisnis mereka berdasarkan minat dan kreativitasnya. Saat ini mereka telah diakui sebagai kontributor penting bagi negara, dimana awal tujuan mereka berbisnis adalah untuk memastikan stabilitas ekonomi keluarga terjamin, terutama setelah kehilangan suami mereka, pensiun, atau dipecat dari pekerjaan. Mayoritas pengusaha wanita ini menjalankan bisnis berdasarkan keterampilan yang mereka miliki, sehingga dapat lebih kreatif dan optimis dalam menghadapi tantangan bisnis. Hal yang sama juga dilakukan oleh wirausaha mahasiswa pendidikan ekonomi. Mereka menjalankan bisnis pada awalnya karena senang pada produk/jasa tertentu, seperti *fashion*, *make up*, bunga kaktus, atau senang pada *photography*. Kemudian mereka mencoba untuk menawarkan ke teman, keluarga, atau tetangga. Selain itu wirausaha mahasiswa memulai usaha karena faktor ingin memanfaatkan sumber daya yang dimiliki, seperti memiliki dana dalam tabungan pribadi, kemudian dimanfaatkan dengan membeli barang/ jasa yang dapat diberdayakan untuk barang modal untuk usaha yang dijalankan, seperti; jual-beli pulsa, jasa bayar token listrik, atau menyediakan jasa photocopy dan *print out*. Mereka juga melakukan kreasi dan inovasi dalam bisnisnya untuk menambah daya jual atas barang/jasa yang ditawarkan seperti menjual produk kado unik dengan tema kedaerahan yaitu kain jumputan, juga menjual *hampers* isi *custome*, bingkai 3 dimensi serta edit foto estetis, membuat *bucket* dan *mug* bergambar yang bisa di *custom* (foto & tulisan sesuai keinginan pelanggan). Selain itu untuk memudahkan pelanggan menemukan lokasi produk/jasa dari bisnis yang dijalankan, ada yang menggunakan nama kampung tempat tinggal karena mudah ditemukan di *google map*.

Terkait dengan pemberian garansi/jaminan atas produk/jasa yang ditawarkan, wirausaha mahasiswa belum banyak melakukannya (75,64%/medium) dimana dapat dilihat antara lain melalui promosi produk/ jasa dalam brosur usaha yang mereka buat. Pemberian garansi dalam penawaran adalah salah satu bagian penting

yang harus dilakukan bisnis agar pelanggan percaya bahwa produk yang ditawarkan aman. Penawaran ini harus ditulis dengan jelas pada brosur, spanduk dan media promosi lainnya digunakan. Gabungan antara visual dan tulisan akan lebih menarik dan memudahkan calon konsumen untuk memahami tentang produk tersebut. Oleh karena itu perlu inovasi dan improvisasi pada produk agar tampilan produknya lebih dinamis sehingga loyalitas pelanggan bisa bertahan lama. hal ini disebut sebagai *positioning* atas dasar atribut atau juga fitur yang lebih spesifik misalkan komposisi bahan, pengalaman, ukuran dan keamanan (Pahlevi, 2019). Usaha yang dijalankan harus menciptakan *positioning* dan differensiasi, disinilah letak pentingnya kreativitas dari pemilik. Salah satu bentuk *positioning* yang dapat dilakukan adalah memberikan garansi melalui brosur pemasaran atau tertera dalam kemasan produk sehingga meyakinkan konsumen yang dilayani (Alma, 2019).

Terakhir pada kemampuan aspek manajemen usaha, wirausaha mahasiswa memperoleh skor terkecil dibandingkan dua aspek sebelumnya yaitu 72,55% dengan katagori *medium*. Skor terendah pada indikator manajemen organisasi (50,83%) dan manajemen sumber daya manusia (67,95%). Berdasarkan hasil analisis data kuesioner, skor terendah ini berasal dari 29 responden (74,36%) yang menjalankan usaha atas dasar keinginan sendiri untuk mencoba mempraktekkan bagaimana menjadi seorang wirausaha serta karena dorongan ingin membantu ekonomi keluarga. Mereka juga adalah penanggung jawab dan pengendali usaha serta tidak memiliki tim bisnis. Sementara itu wirausaha mahasiswa yang lainnya menjalankan bisnis bersama keluarga ada 8 responden (20,51%), dan 2 responden (5,13%) menjalankan bisnis bersama teman sesama mahasiswa di FKIP Universitas Sriwijaya. Ada 2 indikator terbaik yang dilakukan responden terkait manajemen usaha, yaitu mereka menyadari betul bahwa setiap pengambilan keputusan harus selalu berdasarkan analisis dan pemilihan alternatif terbaik bagi bisnis yang sedang dijalankan (83,33%) dan dalam pemasaran produk/jasa responden menggunakan strategi bauran pemasaran, yaitu; *product, price, place, dan promotion. kreativitas dan inovasi usaha* (80,77%).

Pengambilan keputusan merupakan bagian penting dalam mengelola usaha. Keputusan mahasiswa untuk memulai bisnis mereka sendiri adalah keputusan yang dianggap luar biasa menurut (Alonso-Vazquez et al., 2018) karena bagaimanapun konsekuensinya dapat mengubah gaya hidup sebagai seorang wirausaha. Diperlukan manajemen usaha yang baik agar tujuan bisnis yang dijalankan dapat tercapai. Untuk mencapainya tidak cukup hanya dengan bekerja keras tanpa bekerjasama dengan orang lain. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Sebagian besar wirausaha mahasiswa belum maksimal menerapkan pengetahuan manajemen usaha. Peran manajemen dalam organisasi/ bisnis yaitu sebagai penanggungjawab dan pengendali, pengelola SDM dan sumber daya, pencapaian tujuan yang telah ditetapkan, pengembangan usaha, dan menyusun strategi kelangsungan hidup dari usaha yang dijalankan (Setyadi, 2020). Didasarkan pada hasil analisis data, wirausaha mahasiswa ini dapat disebut sebagai *part time entrepreneur* dan *family owned entrepreneur*. (Alma, 2019) menjelaskan bahwa *part time entrepreneur* adalah wirausaha yang melakukan usahanya hanya sebagian waktu saja dan mengerjakannya sebagai hobi/ minat. Sedangkan *family owned entrepreneur* adalah usaha yang dilakukan/dimiliki oleh beberapa anggota keluarga secara turun-temurun, meskipun wirausaha mahasiswa masih tergolong pelaku usaha kecil yang masih harus berjuang keras dengan usaha yang dirintisnya, setidaknya fungsi pengawasan usaha dan fungsi pengorganisasian usaha sederhana sudah diterapkan sesuai dengan kegiatan bisnis yang mereka kerjakan.

Pengawasan berperan untuk menilai kinerja berdasarkan standar yang sudah dibuat dalam perencanaan bisnis, sedangkan pengorganisasian menunjukkan adanya pengalokasian sumber daya, struktur usaha yang menunjukkan adanya garis kewenangan dan tanggung jawab dalam bisnis yang dijalankan. Untuk menerapkan kedua fungsi manajemen tersebut wirausaha mahasiswa perlu bekerjasama dalam bisnisnya. Sebagai contoh, pada saat mereka harus fokus mengikuti perkuliahan dan mengerjakan tugas-tugas dari dosen, maka sebaiknya ada orang yang melakukan pengawasan usaha dan melayani permintaan konsumen. Sehingga wirausaha mahasiswa tidak perlu menghentikan operasional usaha sementara waktu karena mengikuti perkuliahan. Selain itu, untuk terus meningkatkan kompetensi mahasiswa dalam melakukan pengelolaan usaha yang tengah dijalani diperlukan pelaksanaan pendidikan kewirausahaan yang tidak hanya memberikan pengetahuan wirausaha, namun juga memberikan pengalaman yang nyata bagi mahasiswa melalui berbagai kegiatan praktik. Karena, pada dasarnya pendidikan kewirausahaan ini akan mempengaruhi sikap kewirausahaan yang akan mendorong individu untuk melakukan kegiatan yang produktif (Deskoni et al., 2021). Selain itu, kewirausahaan merupakan

suatu proses yang harus dipraktekkan secara terus menerus untuk membentuk mentalitas pengusaha, pengetahuan dan keterampilan secara bersamaan (Komara & Bagus Setiawan, 2020).

SIMPULAN

Kesimpulan dari penelitian ini yaitu; wirausaha mahasiswa program studi Pendidikan ekonomi dapat menunjukkan kemampuannya dalam menjalankan usaha sesuai dengan minat dan ketrampilan yang dimiliki. Hal ini ditunjukkan hasil pengelolaan usaha pada aspek perencanaan bisnis dan aspek kreativitas dan inovasi tergolong kategori *advance*, sedangkan pada aspek manajemen usaha tergolong pada kategori *medium*. Sebagian besar mereka tergolong profil *part time entrepreneur* dan selebihnya *family owned entrepreneur*. Wirausaha mahasiswa membuat perencanaan bisnis untuk memulai usaha kecilnya serta memiliki tujuan dan alasan serius mengapa berbisnis. Pada aspek kreativitas dan inovasi wirausaha mahasiswa terbilang baik karena mampu membuat kombinasi dan menambah nilai produk/ jasa yang ditawarkan serta berusaha memahami target konsumen dengan memberikan kemudahan penawaran dengan harga yang sesuai dengan kelas konsumen yang dilayani. Pada aspek manajemen usaha, kelompok wirausaha mahasiswa ini dalam kategori medium, karena manajemen organisasi dan sumber daya manusia belum maksimal diterapkan. Bisnis mereka sebagian besar masih dikelola secara pribadi dimana penanggung jawab dan pengendali bisnis ada pada wirausaha mahasiswa tersebut.

Saran yang dapat diberikan bagi wirausaha mahasiswa adalah untuk berani mencoba menerapkan pengetahuan manajemen usaha sesuai dengan perkembangan bisnis dalam bisnis yang dijalankan. Bagi Lembaga pendidikan tinggi diharapkan memiliki pusat layanan konsultasi bisnis mahasiswa yang dapat dikelola bersamaan dengan laboratorium kewirausahaan di program studi. Tujuannya adalah membantu meningkatkan kinerja wirausaha mahasiswa.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penelitian ini dibiayai DIPA dengan nomor SP DIPA FKIP 5504-9074-4481-7911 sesuai dengan Surat Perjanjian SPPKP FKIP UNSRI Nomor 0952/UN.FKIP/TU.SB5/2021 tanggal 25 Mei 2021.

DAFTAR PUSTAKA

- Abu, N. H., Abidin, F. Z., & Zaidi, M. F. A. (2018). Single Mother Entrepreneurs Business Profile: a Case Study in Northern Region. 2Nd Conference on Technology and Operations Management (2Ndctom): Emerging Issues in Technology and Operations Management in Era of Change, August, 262–271.
- Alma, B. (2019). Kewirausahaan: untuk Mahasiswa dan Umum. Alfabeta.
- Alonso-Vazquez, M., del Pilar Pastor-Pérez, M., & Alonso-Castañón, M. A. (2018). Management and Business Plan. In M. Sotiriadis (Ed.), *The Emerald Handbook of Entrepreneurship in Tourism, Travel and Hospitality* (pp. 153–168). Emerald Publishing Limited.
- Anbazhagi, J., & Kulothungan, K. (2021). Entrepreneurial Intention of Business Students. *Journal of Interdisciplinary Cycle Research*, 12(10), 54–63.
- Cahya, B. T., Fatmawati, F., & Supriyadi, S. (2019). Meretas Etos Digital Preneur Melalui Dropship Online Business Berbasis E-Commerce. *Conference on Islamic Studies FAI 2019*, 0(0), 50–64. <http://lppm-unissula.com/jurnal.unissula.ac.id/index.php/cois/article/view/8075>
- Corbett, A. C., & Katz, J. A. (2016). *Models of Start-up Thinking and Action: Theoretical, Empirical, and Pedagogical Approaches*. Emerald Group Publishing.
- Deskoni, FH, Y., & Firmansyah. (2021). Studi Deskriptif pendirian Usaha Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Sriwijaya. *Jurnal PROFIT Kajian Pendidikan Ekonomi Dan Ilmu Ekonomi*, 8(2), 102–111.
- Hossain, M. M., Momin, M. A., Rowe, A. L., & Quaddus, M. (2017). Corporate social and environmental reporting practices: A case of listed companies in Bangladesh. *Sustainability Accounting, Management and Policy Journal*, 8(2), 138–165. <https://doi.org/10.1108/SAMPJ-04-2015-0027>

- Komara, B. D., & Bagus Setiawan, H. C. (2020). Inkubator Bisnis Sebagai Pendorong Tumbuhnya Wirausaha Muda: Studi Tentang Sukseki Kewirausahaan Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Gresik. *Jurnal Riset Entrepreneurship*, 3(1), 33. <https://doi.org/10.30587/jre.v3i1.1159>
- Nofriansyah, D. (2020). *Bisnis Online: Strategi dan Peluang Usaha*. Yayasan Kita Menulis.
- Pahlevi, M. R. (2019). Pengaruh Kualitas Layanan, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Menginap di Hotel Aston Jember. Universitas Jember.
- Primandaru, N. (2017). Analisis Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Pada Minat Berwirausaha Mahasiswa. *Jurnal Economia*, 13(1), 68–78. <https://doi.org/10.21831/economia.v13i1.13276>
- Purwantini, S., Rusdianti, E., & Wardoyo, P. (2021). Kreativitas Kewirausahaan. *Jurnal Tematik*, 3(2), 192–198.
- Reis, D. A., & Fleury, A. (2018). Brazilian Students' Entrepreneurial Intentions, Confidence and Competences. *Innovation Management, Entrepreneurship and Sustainability (IMES 2019)*, 890–911.
- Setyadi, A. (2020). *Kewirausahaan: Perencanaan Bisnis di Era Digital*. Mitra Wacana Media.
- Www.gemconsortium.org. (2021). *Global Entrepreneurship Report 2020/2021 Global Report*. <https://www.gemconsortium.org/report/gem-20202021-global-repor>.