



Pemberdayaan Kelompok Bisnis Mahasiswa Berbasis IPTEK Melalui Program Agrofood Technopreneur

Muhamad Hasdar^{1*}, Melly Fera¹ dan Muhammad Syaifulloh²

¹Fakultas Pertanian Universitas Muhadi Setiabudi, Kabupaten Brebes, Indonesia

²Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhadi Setiabudi, Kabupaten Brebes, Indonesia

*Email: hasdarmuhammad@umus.ac.id

Abstrak

Program agrofood technopreneur merupakan salah satu bentuk program pengabdian masyarakat yang bertujuan untuk memfasilitasi semua kreatifitas mahasiswa Fakultas Pertanian Universitas Muhadi Setiabudi (UMUS) Brebes yang bisa bernilai ekonomis. Metode pelaksanaan program ini dibagi menjadi tiga fase yaitu fase penyadaran kewirausahaan, fase peningkatan kapasitas dan fase pembinaan. Program agrofood technopreneur ini juga membuka pola pikir mahasiswa untuk dapat memanfaatkan waktu luang yang dimiliki untuk lebih produktif dengan memulai bisnis termasuk bisnis pengolahan pangan atau bidang agribisnis yang dapat dilakukan di rumah dengan konsep *Small Office Home Office* (SOHO). Program agrofood Technopreneur juga bekerja sama dengan laboratorium teknologi pangan UMUS untuk memberikan pelatihan-pelatihan dengan produk unggulan nata de coco dan nata de soya. Program ini juga melakukan pelatihan pemasaran secara offline dengan mengikuti banyak event serta pemasaran secara online dengan aktif memasarkan produk di bukalapak, shoope, tokopedia, dan google bisnisku.

Kata kunci: Agrofood, Technopreneur, Mahasiswa, Pertanian, Wirausaha

Abstract

The agrofood technopreneur program is one form of community service program that aims to facilitate all the creativity of the Brebes University Faculty of Agriculture students at Muhadi Setiabudi University (UMUS) who can have economic value. The method of implementing this program is divided into three phases, namely the entrepreneurship awareness phase, capacity building phase and coaching phase. This agrofood technopreneur program also opens the mindset of students to be able to take advantage of their free time to be more productive by starting a business including food processing or agribusiness that can be done at home with the concept of Small Office Home Office (SOHO). The Agrofood Technopreneur program also works with the UMUS food technology laboratory to provide training with excellent products of nata de coco and nata de soya. The program also conducts online marketing training by participating in many events and online marketing by actively marketing products at bukalapak, shoope, tokopedia, dan google bisnisku.

Keywords: Agrofood, Technopreneur, Students, Agriculture, Entrepreneurship

Format Sitasi: Hasdar, M., Fera, M., dan Syaifulloh, M. (2019). Pemberdayaan Kelompok Bisnis Mahasiswa Berbasis IPTEK Melalui Program Agrofood Technopreneur. *Jurnal Solma*, 08(1): 73-79.
Doi: <http://dx.doi.org/10.29405/solma.v8i1.3206>

Diterima: 27 Februari 2019 | Revisi: 8 April 2019 | Dipublikasikan: 30 April 2019.

PENDAHULUAN

Perubahan yang cepat dan signifikan di bidang teknologi, telekomunikasi, dan digitalisasi di era industri 4.0 telah menjadi sebuah keniscayaan termasuk di dunia perguruan tinggi. Perubahan tersebut memaksa adanya perubahan pada setiap pelaku dunia pendidikan

untuk beradaptasi dengan perkembangan ekonomi global yang juga menuntut agar lulusan perguruan tinggi dapat menciptakan lapangan pekerjaan baru dengan berpijak pada nilai-nilai intelektual. Perguruan tinggi memiliki peranan penting dalam menciptakan lulusan yang mampu berdaya saing terutama dalam membangun ekonomi bangsa. Lulusan perguruan tinggi juga dituntut untuk mampu mengaplikasikan ilmunya dalam menciptakan lapangan kerja baru.

Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (2018) menyatakan bahwa jumlah pengangguran terbuka di Indonesia tahun 2018 di bulan Februari sebesar 5,13 persen. Jumlah para tenaga pencari kerja akan semakin meningkat setiap tahun dengan banyaknya lulusan perguruan tinggi tiap tahunnya, sehingga mahasiswa harus berani mengubah pola pikir (*mindset*) dari pencari kerja (*jobseeker*) setelah lulus menjadi pembuat lapangan kerja (*job creator*).

Program agrofood technopreneur dibentuk awal tahun 2018 dengan tujuan untuk memfasilitasi semua kreatifitas mahasiswa Fakultas Pertanian Universitas Muhadi Setiabudi (UMUS) Brebes yang bisa bernialai ekonomis. Keberadaan program agrofood technopreneur ternyata dapat mendorong lahirnya wirausaha baru dikalangan mahasiswa terutama mengkomersialkan hasil-hasil penelitian, praktikum, ataupun ide-ide bisnis baru.

Program Agrofood Technopreneur juga merupakan salah satu bentuk pengabdian kepada masyarakat yang kemudian menjadi wadah pembinaan bagi usaha kecil dan atau pengembangan produk baru berbasis Ilmu Pengetahuan dan Teknologi (IPTEK) yang dilakukan oleh mahasiswa Fakultas Pertanian UMUS dengan dukungan manajemen serta teknologi, kegiatan ini mengadopsi konsep *Small Office Home Office* (SOHO). Konsep SOHO merupakan konsep bisnis kontemporer yang lahir karena adanya perkembangan dibidang teknologi, telekomunikasi, dan digitalisasi, yang dapat memberikan kemudahan bagi para pengambil keputusan dari mana saja. Kehadiran program agrofood technopreneur dengan konsep SOHO setidaknya memiliki 2 (dua) peran penting, yaitu : 1) Mempercepat penumbuhan wirausaha baru dikalangan mahasiswa; 2) Mengembangkan dan memperkuat usaha yang telah dijalankan oleh mahasiswa (Maria & Cuato, 2012).

Indikator keberhasilan yang dapat dinyatakan sebagai tolak ukur keberhasilan program agrofood technopreneur diantaranya adalah: (1) penambahan bisnis baru, (2) penciptaan lapangan kerja, (2) perputaran ekonomi, (3) tingkat kegagalan pengembangan bisnis baru, dan (4) kemampuan memperoleh dana investasi (Hasbullah, Surahman, A, Almada, & Faizaty, 2014; Mohammad, 2012)

Pada kurikulum Fakultas Pertanian UMUS Brebes semester tiga terdapat matakuliah kewirausahaan, sehingga secara teoritis mereka memiliki pemahaman awal tentang kewirausahaan. Pada akhirnya program agrofood technopreneur memiliki peran yang sangat strategis untuk memposisikan perguruan tinggi sebagai tempat yang progresif untuk membawa mahasiswa ke lingkungan belajar yang berbeda dengan kelas konvensional. Inkubasi yang dimaksud mencakup kegiatan: (1) seleksi hasil riset dan inovasi teknologi yang layak komersial; (2) sosialisasi hasil riset dan inovasi kepada pihak yang memerlukan; dan (3) inisiasi dan akses jaringan pemasaran produk-produk yang berasal dari perguruan tinggi.

MASALAH

Perguruan tinggi diharapkan bukan hanya menghasilkan lulusan yang memiliki kompetensi tetapi juga jiwa kewirausahaan. Lulusan perguruan tinggi dituntut untuk tidak hanya mampu berperan sebagai pencari kerja tetapi juga harus mampu berperan sebagai pencipta kerja, sehingga mahasiswa dituntut untuk mengubah pola pikirnya tentang peluang kerja. Mahasiswa harus mulai menyadari efek berwirausaha baik untuk dirinya sendiri maupun untuk bangsa Indonesia. Salah satu keunggulan berwirausaha adalah penyerapan tenaga kerja. Mahasiswa memiliki potensi besar dalam berwirausaha terutama bidang agrofood atau bidang pertanian dan pangan. Bisnis pengolahan pangan merupakan bisnis yang tidak memerlukan modal yang sangat besar, dan kebutuhan akan pangan dan inovasi (diversifikasi) menjadi hal menarik dan memiliki pangsa pasar yang besar. Tantangan utama dari bisnis mahasiswa itu adalah memulai bisnis awal dan inovasi serta jiwa dan mental yang kuat menghadapi permasalahan serta mencari solusi yang tepat. Sehingga bisnis yang baru dibangun oleh mahasiswa harus mendapatkan motivasi, pelatihan dan pendampingan agar bisnis tetap berjalan.

METODE PELAKSANAAN

Metode yang dikembangkan pada program agrofood technopreneur adalah metode partisipatif dalam membantu mengembangkan bisnis baru yang dibangun oleh mahasiswa Fakultas Pertanian UMUS, yang kemudian dibagi menjadi tiga fase yaitu fase penyadaran kewirausahaan, fase peningkatan kapasitas dan fase pembinaan.

Fase penyadaran kewirausahaan dilakukan dengan metode diskusi interaktif dengan tujuan agar bisa memotivasi mahasiswa agar mengubah pola pikir bahwa perilaku

kewirausahaan memiliki masa depan yang lebih cerah jika dimulai dari sekarang, sehingga mahasiswa setelah lulus mampu lebih mandiri dengan berwirausaha.

Fase peningkatan kapasitas untuk membentuk dan mengembangkan sikap dan perilaku kewirausahaan yang mampu berkreasi, menciptakan inovasi dan pro aktif dalam menghadapi perkembangan lingkungan. Pelatihan bagi wirausahawan baru bersifat terapan, artinya ada kaitannya dengan bidang usaha dimana dia bekerja serta memberikan manfaat instan (*instant benefit*) artinya dapat memberikan manfaat langsung agar usaha mahasiswa dapat mengaplikasikan secara langsung dan dapat menyesuaikan dengan keterampilan yang telah dimiliki. kegiatan ini mengadopsi konsep *Small Office Home Office* (SOHO) sehingga mahasiswa dapat menjalankan usahanya dengan efektif dengan mengelolanya langsung dari tempat tinggal mereka.

Fase pembinaan bertujuan untuk membantu memecahkan masalah-masalah yang dihadapi oleh mahasiswa sehubungan dengan usaha atau bisnisnya. Bentuk bantuannya berupa konsultasi yang dilakukan secara berkesinambungan dengan prinsip manajemen kewirausahaan.

PEMBAHASAN

Penyadaran Kewirausahaan



Gambar 1. Diskusi Kewirausahaan pada Mahasiswa

Pada kegiatan penyadaran peluang berwirausaha menggunakan pendekatan partisipatif, mana mahasiswa yang berminat berwirausaha dikumpulkan dengan acara non formal dengan membahas potensi wirausaha yang dimiliki dan cara memulainya dan cara mengembangkannya. Kegiatan ini juga membuka pola pikir mahasiswa untuk dapat

memanfaatkan waktu luang yang dimiliki untuk lebih produktif dengan memulai bisnis termasuk bisnis pengolahan pangan atau bidang agribisnis.

Berdasarkan hasil diskusi beberapa mahasiswa Fakultas Pertanian UMUS Brebes terdapat tiga bisnis yang akan dimulai yaitu 1) Bisnis produksi nata decoco, dikarenakan di Laboratorium Teknologi Pangan UMUS sudah mengembangkan produk dan starter nata decoco yang dinilai memiliki potensi ekonomi jika dikembangkan, 2) Membuka bisnis pemasaran produk-produk pangan dan hasil UMKM yang ada di Brebes dengan penjualan online baik dengan pembuatan website atau berafiliasi dengan google bisnisku, Buka Lapak, shopee atau tokopedia, 3) Bisnis makanan ringan olahan rumahan seperti bitting, cilok, dan shomay.

Pelatihan Pembuatan Nata Decoco



Gambar 2. Pelatihan Pengolahan *Nata de Coco*

Pada prinsipnya transfer keilmuan berupa Natural Science akan menjadi dasar pengembangan ilmu lainnya termasuk ilmu pemasaran (Masrikhiyah, 2019) Sehingga di Laboratorium Teknologi Pangan UMUS Brebes sering melakukan pelatihan-pelatihan terutama untuk mengkomersialisasikan produk unggulan yaitu nata decoco dan nata de soya. Mahasiswa yang tergabung dalam bisnis nata akan memasarkan nata decoco yang sudah diolah dalam kemasan gelas yang kemudian dipasarkan di sekitaran lingkungan kampus UMUS Brebes. Produk lain yang dihasilkan dan dapat dijual adalah starter atau bibit nata decoco yang sudah di pasarkan sampai Banyumas dan Kalimantan Selatan.

Pelatihan Pembuatan Website



Gambar 3. Proses Pelatihan Pembuatan Web

Tujuan utama dari pelatihan pembautan dan desain adalah memberikan pemahaman tentang desain web, untuk meningkatkan keterampilan peserta dalam membuat konten yang sesuai kebutuhan, mengolah konten promosi, mengelola data penawaran dalam website, menyalurkan produk yang dimiliki, dan mendistribusikan informasi melalui website dengan tepat dan menarik. Pada akhirnya mahasiswa dapat mempromosikan produk yang dihasilkan melalui website yang dikelola sendiri secara mandiri tanpa harus menggunakan pihak lain untuk mengelola website.

Pelatihan Pemasaran



Gambar 4. Pemasaran saat Pameran



Gambar 5. Pemasaran Secara *Online*

Mahasiswa diajarkan untuk memasarkan produk pangan yang mereka miliki dengan penjualan secara offline dan online. Hasilnya, mahasiswa memahami dengan benar tantangan dan rintangan dalam pemasaran produk. Sehingga mahasiswa mendapatkan pelajaran tentang perspektif konsumen, keinginan konsumen, dan kepuasan konsumen, yang pada akhirnya mahasiswa dapat menerapkan strategi pemasaran yang tepat untuk produk pangan

yang mereka hasilkan. Pemasaran secara offline dapat dilakukan dengan mengikuti even-even yang ada di kampus, pameran atau membuka outlet. Penjualan online menggunakan sosial media seperti facebook, instagram, dan whatapps, serta membuka akun di buka lapak, shoope, tokopedia, dan google bisnisku. Untuk memperkuat pola pemasaran produk, mahasiswa diberikan pengetahuan sederhana tentang matematika bisnis seperti Break Event Point (BEP), Benefit Cost Ratio (BC ratio), serta strategi pemetaan segmen (Utami & Adita, 2019)

KESIMPULAN

Mahasiswa Faperta UMUS memiliki jiwa entrepreneur jika dilatih dan didampingi dalam merintis bisnis baru dibidang pangan secara intensif. Kegiatan yang positif ini bisa menjadi cikal bakal terbentuknya wirausahawan baru di Universitas Muhadi Setiabudi. Dari aspek pasar, pelaku bisnis bidang pangan sangat banyak, sehingga membentuk struktur pasar yang kompetitif. Oleh karena itu, inovasi dan teknologi produksi merupakan hal yang penting untuk dilakukan. Berdasarkan karakteristik tersebut, strategi yang paling efektif untuk pendampingan UMKM pangan melalui inkubator bisnis adalah model pendampingan partisipatif

DAFTAR PUSTAKA

- Hasbullah, R., Surahman, M., A, Y., Almada, D., & Faizaty, E. N. (2014). Model Pendampingan UMKM Pangan Melalui Inkubator Bisnis Perguruan Tinggi. *Jurnal Ilmu Pertanian Indonesia*, 19(1).
- Maria, M., & Cuato, J. P. . (2012). The triple helix model and dynamics of innovation: a case study., *Journal of Knowledge-Based Innovation*, 4(1), 36–54.
- Masrikhiyah, R. (2019). Peningkatan Mutu Pengetahuan Siswa Mengenai Natural Science in MI Ikhsaniyah Kupu: Pengenalan dan Praktik Penggunaan Mikroskop. Randang Tana. *Jurnal Pengabdian Masyarakat.*, 2(1).
- Mohammad, A. . (2012). The Measurement of Entrepreneurial Personality and Business Performance in Trenggano Creative Industry, International. *Journal of Business and Management*, 6(6), 183–192.
- Utami, N. S., & Adita, M. D. (2019). Pengenalan Analisis Break Even Point (BEP) Sebagai Bekal bagi Mahasiswa Ilmu dan Teknologi Pangan Dalam Menumbuhkan Jiwa wirausaha. *Randang Tana : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(1), 54–60.

