

ANALISIS KREATIVITAS DAN PRODUKTIVITAS MAHASISWA PADA MATAKULIAH KEWIRAUSAHAAN (Studi Kasus Mahasiswa STKIP PGRI Pacitan)

Erna Setyawati

Program Studi Pendidikan Matematika STKIP PGRI Pacitan
E-mail: ern45etyawati@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to find out the students' creativity and productivity through entrepreneurship courses. The research subjects were students of Mathematics education, History education, Indonesian language and Literature education, and English Language Education Study Program at STKIP PGRI Pacitan in the second semester of academic year 2017/2018. This is descriptive qualitative research with case study method. Data were collected by product observation methods and interviews. After being collected, the data were checked by using techniques and sources triangulation. Data analysis was done in three stages: data reduction, data presentation, and conclusions. The results shows that there was creativity and productivity of students. Maintaining creativity and productivity requires a more productive partnership between universities and local governments, private institutions, and the community to provide access for students to be able to develop creative and productive economic activities based on local potential and community needs. The independence, creativity, and innovation of students need to be increased through their involvement in productive economic activities on a regular basis as well as SMEs and existing business actors.

Keywords: *Creativity, Productivity, Students, Entrepreneurship.*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana upaya meningkatkan kreativitas dan produktivitas mahasiswa melalui matakuliah kewirausahaan. Subyek penelitian adalah mahasiswa program studi pendidikan pendidikan matematika, pendidikan sejarah, pendidikan bahasa dan sastra Indonesia, serta pendidikan bahasa Inggris STKIP PGRI Pacitan semester genap tahun akademik 2017/2018. Jenis penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif dengan menggunakan metode studi kasus. Data dikumpulkan dengan metode observasi produk dan wawancara selanjutnya dilakukan triangulasi teknik dan sumber. Analisa data dilakukan dengan tahapan reduksi data, penyajian data, dan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan terdapat kreativitas dan produktivitas mahasiswa. Untuk menjaga kreativitas dan produktivitas diperlukan kemitraan yang lebih produktif antara perguruan tinggi dengan pemerintah daerah, lembaga swasta, dan masyarakat guna memberikan akses bagi mahasiswa untuk dapat mengembangkan kegiatan ekonomi kreatif dan produktif berdasarkan potensi lokal dan kebutuhan masyarakat. Kemandirian, kreativitas, dan inovasi mahasiswa perlu ditingkatkan melalui pelibatan mereka dalam kegiatan ekonomi produktif secara rutin bersama-sama dengan pelaku UKM dan pelaku usaha yang ada.

Kata Kunci: *Kreativitas, Produktivitas, Mahasiswa, Kewirausahaan.*

Pada akhir tahun 2017 menurut data BPS jumlah wirausaha di negara Indonesia sudah mencapai rasio 3,1 persen dari total populasi penduduk. Angka ini sudah melampaui standar internasional, yakni sebesar 2 persen dari populasi penduduk sebagai syarat minimal suatu masyarakat akan sejahtera. Jika dihitung dengan jumlah penduduk Indonesia tahun 2018 sekitar 260 juta jiwa, maka jumlah wirausaha Indonesia mencapai sekitar 8,06 juta jiwa. Pemerintah optimis jumlah wirausaha bisa mencapai 5 persen di tahun 2019. Bertumbuhnya wirausaha tak lepas dari peran masyarakat bersama pemerintah yang terus mendorong, juga swasta dan kalangan mahasiswa atau kampus. Salah satu faktor pendorong pertumbuhan kewirausahaan disuatu negara terletak pada peranan universitas melalui penyelenggaraan pendidikan kewirausahaan (Zimmerer dalam Dwi wahyu, 2016). Pendidikan kewirausahaan merupakan salah satu program awal yang dapat ditempuh oleh mahasiswa untuk membekali diri dalam bidang kewirausahaan, dan juga bertujuan memperkenalkan dunia wirausaha serta awal tumbuhnya jiwa kewirausahaan dalam diri mahasiswa. Tujuan dari pendidikan kewirausahaan (Alma, 2007: 6) antara lain 1) mengerti apa peranan perusahaan dalam sistem perekonomian, 2) keuntungan dan kelemahan berbagai bentuk perusahaan, 3) mengetahui karakteristik dan proses kewirausahaan, 4) mengerti perencanaan produk dan proses pengembangan produk, 5) mampu mengidentifikasi peluang bisnis dan menciptakan kreativitas serta membentuk organisasi kerjasama, 6) mampu mengidentifikasi dan mencari sumber-sumber, 7) mengerti dasar-dasar marketing, financial, organisasi, produksi, 8) mampu memimpin bisnis, menghadapi tantangan masa depan. Pendidikan kewirausahaan tidak hanya memberikan landasan teoritis mengenai konsep kewirausahaan tetapi membentuk sikap, perilaku, dan pola pikir (mindset) seorang wirausahawan (entrepreneur). Pengaruh pendidikan kewirausahaan selama ini telah dipertimbangkan sebagai salah satu faktor penting untuk menumbuhkan dan mengembangkan minat, jiwa, dan perilaku berwirausaha di kalangan generasi muda (Kourilsky dalam Indarti & Roġtiani, 2008).

Tujuan pendidikan kewirausahaan selaras dengan Peraturan Presiden Republik Indonesia No. 8 Tahun 2012 tentang Kerangka Kualifikasi Nasional Indonesia (KKNI) untuk jenjang pendidikan S1 ada pada level 6 yang secara ringkas menuntut para lulusan sarjana mampu mengaplikasikan bidang keahliannya dan memanfaatkan ilmu pengetahuan, teknologi, dan/atau seni pada bidangnya dalam penyelesaian masalah serta mampu beradaptasi terhadap situasi yang dihadapi. Dari peraturan itu dapat dilihat bahwa tuntutan lulusan perguruan tinggi bukanlah harus menjadi pekerja, melainkan kemandirian untuk dapat mengaplikasikan pengetahuan dalam memecahkan persoalan yang ada di sekitar secara bertanggungjawab dengan keilmuannya. Maka harapannya dari semua pihak proses pembelajaran di perguruan tinggi telah mampu mengubah paradigma mahasiswa dari *job seeker* menjadi *job creator*.

Pembentukan jiwa kewirausahaan dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal (Suharti dan Sirine, 2011). Faktor internal yang berasal dari dalam diri wirausahawan dapat berupa sifat-sifat personal, sikap, kemauan dan kemampuan individu yang dapat memberi kekuatan individu untuk berwirausaha. Sedangkan faktor eksternal berasal dari luar diri pelaku *entrepreneur* yang dapat berupa unsur dari lingkungan sekitar seperti lingkungan keluarga, lingkungan dunia usaha, lingkungan fisik, lingkungan sosial ekonomi dan lain-lain. Ciri penting dari seseorang yang memiliki jiwa wirausaha adalah kemampuan memimpin, kemandirian, kerjasama dalam tim, kreativitas dan inovasi, serta keberaniannya dalam menghadapi dan mengambil resiko terhadap keputusan yang dibuat yang mendasari tindakan riil yang dilakukan.

Untuk bisa memenangkan persaingan, seorang wirausaha harus memiliki daya kreativitas yang tinggi. Kreativitas adalah kemampuan untuk membuat kombinasi-kombinasi baru atau melihat hubungan-hubungan baru antara unsur, data, variabel yang sudah ada sebelumnya (Alma, 2007). Kreativitas bisa juga diartikan sebagai kemampuan mengembangkan ide-ide dan menemukan cara-cara baru dalam memecahkan

persoalan dan menghadapi peluang (Zimmerer dalam Suryana, 2010). Daya kreativitas tersebut sebaiknya dilandasi oleh cara berpikir yang maju, penuh dengan gagasan-gagasan baru yang berbeda dengan produk-produk yang telah ada di pasar. Gagasan yang kreatif biasanya tidak dibatasi oleh ruang, bentuk maupun waktu. Justru seringkali ide-ide cemerlang yang menyumbangkan terobosan-terobosan baru dalam dunia usaha awalnya dilandasi oleh gagasan-gagasan kreatif yang kelihatannya mustahil. Kreativitas merupakan kemampuan yang dimiliki seseorang untuk menemukan dan menciptakan hal baru, cara baru, model baru yang berguna bagi dirinya dan masyarakat. Hal baru itu tidak perlu sesuatu yang berbeda namun unsur-unsurnya mungkin telah ada sebelumnya, tetapi individu menemukan kombinasi baru, hubungan baru, konstruk baru yang memiliki kualitas yang berbeda dari keadaan yang sebelumnya (Sukmadinata, 2005). Ciri-ciri kreativitas dapat dikelompokkan dalam dua kategori, kognitif dan non kognitif. Ciri kognitif diantaranya 1) orisinalitas (kemampuan berpikir orisinal/asli), 2) fleksibilitas (kemampuan berpikir luwes), 3) kelancaran (kemampuan berpikir lancar), dan 4) elaborasi (kemampuan memperinci). Sedangkan ciri non kognitif diantaranya motivasi sikap dan kepribadian kreatif (Slameto, 2010:17).

Selain kreativitas, seorang wirausaha harus memiliki kemampuan untuk menghasilkan hasil dan karya yang inovatif. Inovasi dalam dunia bisnis tentu sangat penting, karena inovasi dapat menciptakan sesuatu yang baru dari sebuah produk, tampilan, sistem, proses, dan lain sebagainya. Inovasi adalah kreativitas yang diterjemahkan menjadi sesuatu yang dapat diimplementasikan dalam memberikan nilai tambah atas sumber daya yang kita miliki (Suryana, 2010). Menurut Alma (2007) inovasi berarti mengamati konsumen untuk menemukan dan memuaskan konsumennya dengan memberikan produk yang baru. Inovasi produk dibutuhkan oleh perusahaan untuk mengatasi tekanan kompetitif, perubahan selera dan preferensi, siklus hidup produk, kemajuan teknologi (atau sebaliknya, teknologi usang), berbagai pola permintaan, dan persyaratan khusus pelanggan (Kanagal, 2015).

Dilihat dari jenisnya, inovasi terdiri dari empat jenis yaitu penemuan, pengembangan, duplikasi dan sintesis (Machfoedz dalam Suryana

2010). (1) penemuan, apabila merupakan kreasi suatu produk jasa, atau proses baru yang belum pernah dilakukan sebelumnya. Konsep ini cenderung disebut revolusioner; (2) pengembangan, merupakan kelanjutan perubahan, perbaikan dari suatu produk, jasa, maupun proses yang sudah ada sebelumnya, dan konsep seperti ini menjadikan aplikasi ide yang telah ada dan berbeda; (3) duplikasi, merupakan peniruan suatu jasa, maupun proses yang telah ada, namun demikian upaya duplikasi bukan semata-mata meniru melainkan menambah sentuhan kreatif untuk memperbaiki konsep agar lebih mampu memenangi persaingan; (4) sintesis, merupakan perpaduan konsep dan faktor yang telah ada menjadi formula baru. Proses ini meliputi pengambilan sejumlah ide atau produk yang telah ditemukan dan dibentuk sehingga menjadi produk yang dapat diaplikasikan dengan cara baru.

Inovasi dilakukan guna menjadikan produk semakin unggul. Sebab pasar mampu mengetahui mana produk yang terus mengalami inovasi dan mana yang hanya berkutat di spesifikasinya saja.

Agar menumbuhkan semangat berwirausaha mahasiswa harus didorong, difasilitasi dan dimobilisasi untuk menjadi wirausaha-wirausaha muda yang tangguh. Mahasiswa juga dibekali dengan pengetahuan, wawasan, dan pengalaman nyata sehingga menjadi individu-individu yang mampu menggerakkan perubahan bagi kehidupan masyarakat dan bernegara. Bazar kewirausahaan adalah bentuk pengalaman nyata atau praktek yang dilakukan mahasiswa supaya lebih bisa mengoptimalkan kemampuan analitik dan psikomotor dalam berwirausaha. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Bazar adalah pasar yang sengaja diselenggarakan untuk jangka waktu beberapa hari; pameran dan penjualan barang-barang kerajinan, makanan, dan sebagainya. Dalam kegiatan bazar mahasiswa membuat produk berupa kerajinan atau makanan yang belum pernah ada dimasyarakat atau bisa juga membuat inovasi dari produk yang sudah ada sebelumnya tetapi dibuat baru dalam bentuk tampilan, rasa, ataupun kemasannya. Kegiatan bazar dilaksanakan pada akhir semester sebagai tugas akhir matakuliah kewirausahaan.

Artikel ini akan difokuskan pada (1) bagaimana kreativitas mahasiswa dalam kegiatan bazar kewirausahaan sebagai tugas akhir

mata kuliah kewirausahaan?; (2) bagaimana inovasi produk mahasiswa dalam kegiatan bazar kewirausahaan sebagai tugas akhir mata kuliah kewirausahaan?; (3) bagaimana reaksi/respon mahasiswa terhadap kegiatan bazar kewirausahaan?

METODE

Jenis penelitian ini adalah kualitatif deskriptif dengan menggunakan metode studi kasus. Data yang dikumpulkan lebih menekankan pada sifat naturalisme karena penelitian dilakukan pada kondisi yang alami (*natural setting*), artinya realita yang muncul menjadi bahan kajian dalam penelitian ini, sehingga objek penelitian dan permasalahan yang diteliti akan diungkapkan secara detail dan mendalam. Peneliti tidak memberikan treatment atau perlakuan terhadap objek, sehingga dibiarkan seperti kondisi aslinya. Subyek penelitian adalah mahasiswa prodi pendidikan matematika, pendidikan sejarah, pendidikan bahasa dan sastra Indonesia, serta pendidikan bahasa Inggris STKIP PGRI Pacitan semester genap tahun akademik 2017/2018 diambil secara purposive sampling.

Data diperoleh dengan menggunakan 1) teknis tes, berupa penugasan dalam bentuk penyusunan rencana bisnis yang dilaksanakan pada waktu perkuliahan sebelum kegiatan bazar. 2) wawancara, yang diperoleh dari hasil wawancara peneliti dengan subjek penelitian. 3) observasi, dengan langsung turun ke lapangan mengamati dengan cermat dan langsung terhadap kegiatan bazar serta hal-hal lain yang dapat menunjang penelitian dan 4) dokumentasi, untuk memperoleh data maupun informasi yang berkaitan dengan kreativitas dan inovasi produk mahasiswa.

Teknik pemeriksaan data menggunakan triangulasi sumber, yaitu cara mendapatkan data dari sumber yang berbeda-beda dengan teknik yang sama, serta triangulasi metode yaitu cara mendapatkan data dengan teknik yang berbeda-beda untuk mendapatkan data dari sumber yang sama.. Hal ini dilakukan dengan membandingkan hasil dari pengamatan, wawancara, dan analisis dokumen. Analisis data menggunakan pola penelitian induktif yang diolah dengan teknik saling terjalin atau interaktif mengalir. Teknik data dalam penelitian ini mengikuti model

analisis interaktif (*Interactive Model of Analysis*). Aktivitas dalam analisis data, yaitu reduksi data, penyajian data dan verifikasi data/penarikan kesimpulan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

HASIL

Jumlah mahasiswa yang mengikuti matakuliah kewirausahaan berasal dari 4 prodi dengan jumlah sebanyak 58 siswa yang terbagi dalam 21 kelompok. Diawal penugasan mahasiswa menyusun rencana bisnis sebelum mereka mewujudkannya dalam bentuk produk. Rencana bisnis merupakan perencanaan terpadu yang menyangkut produk, pemasaran, permodalan, manufaktur dan sumberdaya manusia. Dalam pembuatan perencanaan bisnis diperlukan kreativitas untuk mendasari munculnya gagasan dalam menciptakan produk, pelayanan, usaha, ataupun model terbaru yang dihasilkan, dimana tujuan akhir dari kreativitas adalah menciptakan berbagai bentuk nilai tambah (manfaat) yang akan mampu meningkatkan pertumbuhan, produktivitas, efektivitas, efisiensi dan inovasi dalam organisasi bisnis. Hasil dari penyusunan rencana bisnis apabila dikaitkan dengan kreativitas ditunjukkan dalam tabel berikut

Tabel 1. Data Penilaian Kreativitas

No.	Judul Produk	Unsur Kreativitas					
		1	2	3	4	5	6
1	Krucut (Krupuk Cumi Pacitan)	-	√	√	√	√	√
2	Bouquet Bunga Kain	-	√	√	√	√	√
3	Bambu Terang	-	√	√	√	√	√
4	Kurasa Kita Mantan (Kurma Salak Kreasi Tangan Masyarakat Pacitan)	-	√	√	√	√	√
5	Turis Jowo	-	√	√	√	√	√
6	Budaya (Bolu Daun Pepaya)	-	√	√	√	√	√
7	Lampu Hias Limbah Kardus	-	√	√	√	√	√
8	Healthy Bar	-	√	√	√	√	√
9	Doughnut	-	√	√	√	√	√

10	Healthy Snack	-	√	√	√	√	√
11	Pisang Nugget	-	√	√	√	√	√
12	Pudding Oreo Melon	-	√	√	√	√	√
13	Gubug Camilan	-	√	√	√	√	√
14	Sandwich Goreng	-	√	√	√	√	√
15	Rajawali Gemstone Shop	-	√	√	√	√	√
16	Kripik Pisang Pedas	-	√	√	√	√	√
17	Jildir (Jilbab Bordir)	-	√	√	√	√	√
18	Outerta (multi-fungsi)	-	√	√	√	√	√
19	Babe (Banana Cube)	-	√	√	√	√	√
20	Satelit Pancup	-	√	√	√	√	√
21	Rosellateakuit	-	√	√	√	√	√

Keterangan unsur kreativitas :

- 1 = orisinilitas
- 2 = fleksibilitas
- 3 = kelancaran
- 4 = elaborasi
- 5 = motivasi
- 6 = kreatif

Tabel diatas menunjukkan bahwa teknis tes yang berupa penugasan dalam bentuk penyusunan rencana bisnis, hasilnya 15 kelompok membuat rencana bisnis dalam bentuk usaha produk makanan sedangkan 6 kelompok membuat rencana usaha dalam bidang kerajinan dengan memanfaatkan barang yang sudah tidak terpakai lagi. Faktor kreativitas sudah ada dimasing-masing judul produk mahasiswa.

Selain kreativitas, wirausaha juga harus memiliki karya inovatif, karena inovasi dapat menciptakan sesuatu yang baru. Berikut adalah tabel produk inovasi mahasiswa dalam pelaksanaan bazar kewirausahaan

Tabel 2. Inovasi Produk Mahasiswa

No	Produk Mahasiswa	Unsur Inovasi				Diskripsi Hasil
		1	2	3	4	
1	Krucut (Krupuk Cumi Pacitan)	-	√	√	√	§ Memaksimalkan hasil laut berupa cumi yang melimpah.
						§ Produk belum banyak di pasaran
2	Bouquet Bunga Kain	-	√	√	√	§ Bouquet bunga sebagai pengganti bunga asli.
						§ Berbahan dari kertas origami dan kain flanel.
3	Bambu Terang	-	√	√	√	§ Lampu hias dari bambu yang banyak tumbuh disekitar lingkungan
4	Kurasa Kita Mantan (Kurma Salak Kreasi Tangan Masyarakat Pacitan)	-	√	√	√	§ Kreasi buah salak dipadu dengan gula kelapa.
						§ Variasi rasa: original, coklat, keju, green tea.
5	Turis Jowo	-	√	√	√	§ Melestarikan kuliner tradisional berupa tiwul yang semakin tersisih.
						§ Penambahan sayuran dan aneka lauk hasil laut
6	Budaya (Bolu Daun Pepaya)	-	√	√	√	§ Memanfaatkan daun pepaya yang banyak tumbuh serta kurang diminati masyarakat sebagai bahan campuran kue
7	Lampu Hias Limbah Kardus	-	√	√	√	§ Menggunakan bahan yang tidak terpakai lagi untuk mengurangi dan meningkatkan harga jual limbah
8	Healthy Bar	-	√	√	√	§ Memudahkan konsumen untuk mencari minuman sehat berupa aneka juice dan jamu tradisional setiap saat

9	Doughnut	-	√	√	√	§ Meningkatkan nilai jual ubi ungu dengan mengolahnya menjadi donat
10	Healthy Snack	-	√	√	√	§ Mengenalkan kepada masyarakat tentang manfaat pare untuk kesehatan yang diolah menjadi camilan tanpa rasa pahit
11	Pisang Nugget	-	√	√	√	§ Meningkatkan nilai jual buah pisang di masyarakat § Inovasi bentuk dan rasa : coklat, matcha, keju, oreo, meses
12	Pudding Oreo Melon	-	√	√	√	§ Menyajikan varian puding sehat yang digemari anak-anak § Inovasi bentuk puding
13	Sandwich Goreng	-	√	√	√	§ Menyajikan makanan yang mengenyangkan dan ramah dikantong anak sekolah
15	Rajawali Gemstone Shop	-	√	√	√	§ Memudahkan masyarakat untuk membeli perhiasan batu akik yang beraneka jenis
16	Kripik Pisang Pedas	-	√	√	√	§ Meningkatkan nilai jual buah pisang yang ada di masyarakat § Inovasi rasa pedas manis
17	Jildir (Jilbab Bordir)	--	√	√	√	§ Memenuhi kebutuhan masyarakat akan jilbab yang simple, kekinian, dengan harga terjangkau
18	Outerta (multi-fungsi)	-	√	√	√	§ Menyediakan kebutuhan fashion bagi perempuan yang semakin beragam dengan harga terjangkau. § Dirancang dan dijahit sendiri

19	Babe (Banana Cube)	-	√	√	√	§ Membuat olahan dari pisang dengan bentuk/tampilan baru
20	Satelit Pancup	-	√	√	√	§ Sate ayam dicampur sayuran § Kemasan cup
21	Rosellateak-uit	-	√	√	√	§ Mengenalkan pada masyarakat manfaat bunga rosela yang diolah menjadi produk makanan

Keterangan unsur inovasi :

1 = penemuan

2 = pengembangan

3 = duplikasi

4 = sintesis

Tabel tentang inovasi produk bisa dilihat bahwa mahasiswa dalam membuat produk rata-rata menggunakan bahan-bahan yang mudah didapat dilingkungan, begitu juga dengan faktor-faktor inovasi yang sudah terwakili dari hasil produknya. Dari pengamatan dilapangan ternyata semua kelompok mengikuti kegiatan bazar dan menjual produk-produk hasil kreativitas dan inovasi yang mereka tuangkan sebelumnya dalam perencanaan bisnis.

Untuk menggali informasi mengenai respon/reaksi mahasiswa tentang kegiatan bazar dilakukan dengan wawancara secara lisan dalam pertemuan tatap muka (face to face) secara individual, adakalanya juga wawancara secara berkelompok. Hasil sebagian wawancara sebagai berikut:

Partisipasi mahasiswa dalam kegiatan bazar

Jawaban yang disampaikan An (subjek 1)

“Sebelum membuat produk kami menyiapkan terlebih dahulu peralatan yang akan dipakai, setelah alat-alat tersedia kemudian kami bersama-sama berbelanja ke pasar untuk mencari bahan-bahannya, baru setelah itu membuat produk secara bersama-sama”

Pernyataan sama berasal dari En (subjek 2) yang mewakili kelompoknya

“Kita sebelumnya menentukan dimana tempat pembuatannya, dan menentukan tugas dari masing-masing orang. Dua orang berbelanja bahan-bahannya, serta yang lainnya menyiapkan

alat-alat yang akan dipergunakan. Kita membuat produknya bersama-sama”

Manfaat kegiatan bazar kewirausahaan

Menurut Sd (subjek 3)

“Bazar kewirausahaan sebagai sarana mahasiswa untuk menuangkan ide-ide dalam bentuk nyata karena selama ini masih takut mencoba karena takut gagal, disamping itu kegiatan ini juga melatih kita secara nyata langsung berhadapan dengan pembeli”.

Menurut Er (subjek 4)

“Sangat bermanfaat, karena kita harus membuat produk yang berbeda dari yang lainnya supaya bisa menarik konsumen. Dari kegiatan ini membuat kita menjadi lebih kreatif dan inovatif”

Masalah yang dihadapi dalam pembuatan produk dan solusinya

Jawaban dari kelompoknya Sk (subjek 5)

“Kita dalam pembuatan produk tidak langsung jadi sesuai dengan harapan, pembuatan produk yang pertama mengalami kegagalan karena tidak bisa dibentuk, terlalu lembek. Kemudian kita membuat lagi dengan cara yang berbeda, hasilnya juga tidak memuaskan, baru dipembuatan ketiga hasilnya bagus. Ternyata kurang lama dalam pengadukan dan produk harus ditaruh dalam freezer selesainya dicetak”.

Dari kelompoknya Dn (subjek 6)

“Tidak semua kain bisa dibordir, seringkali dalam prosesnya kain robek dibordirannya. Yang kita lakukan untuk meminimalisir robekan, sebelum dibordir kain dialasi dengan kertas”.

Ketertarikan untuk menindaklanjuti menjadi usaha

Menurut Fe (subjek 7)

“Dari pengamatan di lingkungan dan dipasar ternyata produk inovasi yang kami buat belum banyak pesaing, apalagi didukung dengan melimpahnya bahan baku yang tersedia, keinginannya produk ini bisa untuk dijadikan sebagai usaha tetapi waktu untuk produksinya yang tidak ada karena masih sibuk dengan kuliah”.

Pernyataan Td (subjek 8)

“Sebenarnya berminat tetapi masih ragu-ragu apakah bisa membagi waktu antara usaha dan kuliah, tidak tahu kalau setelah lulus nanti”.

Produk inovatif yang akan dihasilkan

Jawaban Mh (subjek 9)

“Saya masih punya ide-ide lagi yang dapat digunakan untuk inovasi produk, apalagi kalau kita lihat keinginan konsumen yang sekarang semakin beragam”.

Dari kelompoknya Nr (subjek 10)

“Dari produk ini, kami berencana untuk menambah variasi bentuk, ukuran, rasa dan kemasan yang baru tetapi tetap terjangkau harganya”.

Hasil wawancara bahwa semua mahasiswa berpartisipasi dalam kegiatan, dapat diketahui dari persiapan mereka sebelum membuat produk dengan membagi tugas dari masing-masing anggota kelompoknya agar dalam pembuatan produk nantinya bisa berjalan dengan lancar.

PEMBAHASAN

Bazar kewirausahaan merupakan bentuk pengalaman nyata atau praktek yang dilakukan mahasiswa supaya lebih bisa mengoptimalkan kemampuan analitik dan psikomotor dalam berwirausaha. Sebelum melaksanakan kegiatan tersebut mahasiswa diberikan teori dalam bentuk perkuliahan sebagai landasan pengetahuan mereka sebelum terjun langsung dalam pelaksanaan praktek. Pada awal perkuliahan mahasiswa diberikan informasi bahwa selain teori yang akan dipelajari juga akan ada praktek yang berguna untuk mengetahui lebih jauh realita ilmu yang telah diterima dengan kenyataan di lapangan. Informasi ini dimaksudkan agar mahasiswa bisa berfikir dan menyiapkan ide-ide kreatif mereka dengan cara melakukan pengamatan terlebih dahulu terhadap lingkungan yang ada disekitar masing-masing. Hasil pengamatan yang diperoleh dapat digunakan untuk menyiapkan langkah-langkah yang diperlukan untuk membuat suatu produk inovatif sehingga hasilnya berbeda dari produk yang sudah ada di pasaran (masyarakat).

Berdasarkan analisa data, kegiatan mahasiswa dimulai dari penugasan awal yaitu menyusun rencana bisnis dan dilanjutkan dengan mewujudkannya menjadi suatu produk. Ditemukan bahwa unsur-unsur kreativitas sudah terlihat dalam penyusunan rencana bisnis mahasiswa walaupun unsur orisinalitas belum ada di dalamnya. Sifat ragu-ragu dan takut gagal menjadi faktor penghalang munculnya keorisinilan

dalam kreativitas. Untuk bisa menghasilkan karya yang orisinal dan berbeda dari produk yang sudah ada serta meningkatkan kreativitas perlu adanya sifat keberanian, kepercayaan diri, memandang masalah sebagai suatu tantangan, dan bebas menciptakan sesuatu (Alma, 2007). Pada aspek fleksibilitas, kelancaran, dan elaborasi sudah ada dalam rencana bisnis mahasiswa. Fleksibilitas ditunjukkan dengan munculnya berbagai macam nama produk baru dari proses/pengolahan yang berbeda dari sebelumnya. Unsur kelancaran dituangkan dalam banyaknya ide dan gagasan untuk mengolah bahan-bahan yang banyak terdapat disekitar mereka untuk menjadi produk baru. Elaborasi diwujudkan dalam berbagai macam varian rasa dan bentuk yang berbeda dari produk-produk yang sudah ada di pasaran.

Selain kreativitas, pada penugasan mata kuliah kewirausahaan juga ada penilaian inovasi produk. Inovasi merupakan suatu yang perlu dimiliki dan dikembangkan demi kesuksesan sebuah usaha. Berdasarkan analisa data, produk yang ditampilkan di kegiatan bazar kewirausahaan menunjukkan jenis inovasi penemuan belum bisa ditampilkan dalam produk mahasiswa. Ini artinya bahwa mahasiswa perlu belajar lebih lanjut untuk bisa melengkapi pada tahapan ini. Pada jenis inovasi pengembangan, sudah ditampilkan berupa inovasi rasa yang bervariasi sehingga berbeda dari yang sudah ada. Jenis inovasi duplikasi ditunjukkan dalam bentuk dan kemasan yang berbeda dari sebelumnya. Jenis inovasi sintesis diwujudkan mahasiswa dengan cara menambah bahan baku produk dengan bahan-bahan lain yang berguna bagi kesehatan, supaya hasilnya lebih bermanfaat bagi masyarakat.

Pada aspek respon mahasiswa menunjukkan hasil positif. Mahasiswa mampu menghasilkan ide untuk menghasilkan produk inovatif. Mahasiswa tertarik mengembangkan kewirausahaan ditunjukkan dengan sikap untuk memecahkan permasalahan yang dihadapi. Namun, ada temuan bahwa mahasiswa belum memiliki waktu dan tenaga optimal untuk keberlanjutan produksi. Berdasarkan temuan ini diperlukan kemitraan yang lebih produktif antara perguruan tinggi dengan pemerintah daerah, lembaga swasta, dan masyarakat guna memberikan akses bagi mahasiswa untuk dapat mengembangkan kegiatan ekonomi kreatif dan produktif berdasarkan potensi lokal dan

kebutuhan masyarakat. Kemandirian, kreativitas, dan inovasi mahasiswa perlu ditingkatkan melalui pelibatan mereka dalam kegiatan ekonomi produktif secara rutin bersama-sama dengan pelaku UKM dan pelaku usaha yang ada.

SIMPULAN DAN SARAN

SIMPULAN

Matakuliah kewirausahaan yang disampaikan apabila dibarengi dengan kegiatan praktek akan mampu meningkatkan kreativitas dan produktivitas mahasiswa. Praktek kewirausahaan diawali dengan adanya tantangan, kemudian timbul gagasan, kemauan, dan dorongan untuk berinisiatif yang tidak lain adalah berpikir kreatif dan bertindak inovatif, sehingga tantangan awal tadi teratasi dan terpecahkan. Tidak ada tantangan tidak akan kreatif. Semua tantangan memiliki resiko yaitu kemungkinan berhasil atau tidak berhasil. Oleh sebab itu dengan adanya matakuliah kewirausahaan membuat mahasiswa nantinya menjadi orang-orang yang berani menghadapi resiko dan menyukai tantangan sehingga mampu menjadi orang yang memiliki kemandirian untuk dapat mengaplikasikan pengetahuan dalam memecahkan persoalan yang ada disekitar secara bertanggung jawab, sehingga setelah lulus bukan menjadi *job seeker* akan tetapi bisa menjadi *job creator*.

SARAN

Agar meningkatkan kreativitas dan produktivitas, mahasiswa perlu adanya suatu pemicu yang berguna untuk menambah semangat mereka dalam berkreasi. Di pihak internal, perlu memberikan suatu wadah untuk bisa menampung berbagai produk karya mahasiswa guna diperjual belikan, karena mereka kesulitan dalam hal memasarkan produk-produk yang telah dibuatnya. Tujuan dibuatnya wadah ini agar mahasiswa terpacu semangatnya untuk berkreasi sehingga bisa menumbuhkan sifat kemandirian. Di pihak eksternal, dalam hal ini pemerintah daerah melalui dinas-dinas terkait yang sering melakukan pelatihan keterampilan. Perlu adanya program pelatihan bagi mahasiswa, karena mahasiswa salah satu tumpuan pemerintah guna mengurangi angka pengangguran. Mereka bisa mengasah dan mengembangkan keterampilannya untuk dapat membuka lapangan pekerjaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma Buchari. 2007. *Kewirausahaan*. Bandung: Alfabeta.
- Dwi Wahyu Pril Ranto. 2016. Membangun Perilaku *Entrepreneur* Pada Mahasiswa Melalui *Entrepreneurship Education*. JBMA – Vol. III
- Indarti, N., & Roġiani, R. 2008. Entrepreneurial Intention Among Students: A Comparison Among Indonesia, Japan, Norway. *Jurnal Ekonomika dan Bisnis Indonesia*, 23(4), 369-384
- Kanagal, Nagasimha Balakhrisna. 2015. “Innovation and Product Innovation in Marketing Strategy”. *Journal of Management and Marketing Research*. Volume 18.
- Lieli Suharti & Hani Sirine. 2011. Faktor-Faktor yang Berpengaruh Niat Kewirausahaan (*Entrepreneurial Intention*) *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, Vol. 13 No. 2:124-134.
- Suryana. 2010. *Kewirausahaan Pedoman Praktis, Kiat dan Proses Menuju Sukses*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sukmadinata, Nana Syaodih. 2005. *Landasan Psikologi Proses*.