

**AKSELERASI DIGITAL STARTUP MAHASISWA UNIVERSITAS  
PENDIDIKAN INDONESIA BERBASIS EXECUTIVE COACHING MODEL**

**Lili Adi Wibowo, L.Lisnawati, S.Sulastri**

Program Studi Pendidikan Bisnis, Universitas Pendidikan Indonesia

*Email: liliadiwibowo@upi.edu*

**Abstrak :** *Industri digital mengalami perkembangan pesat baik secara regional maupun global. Bisnis startup mengandalkan kecanggihan teknologi sehingga memberikan kesempatan untuk berinvestasi serta membuat investor baru menjadikan bisnis startup sangat profitable untuk dijalankan. Mahasiswa UPI yang memulai dan memiliki bisnis memiliki peluang besar untuk mengembangkan usahanya ke arah yang lebih profesional. Maka diadakanlah sebuah mentoring dan intensive coaching bagi mahasiswa UPI yang memiliki startup. Kegiatan ini memberikan dampak positif bagi mahasiswa sebagai salah satu elemen dari masyarakat dimana diharapkan dapat menunjukkan antusias dan partisipasi aktif dalam membangun ekosistem wirausaha muda di Universitas Pendidikan Indonesia.*

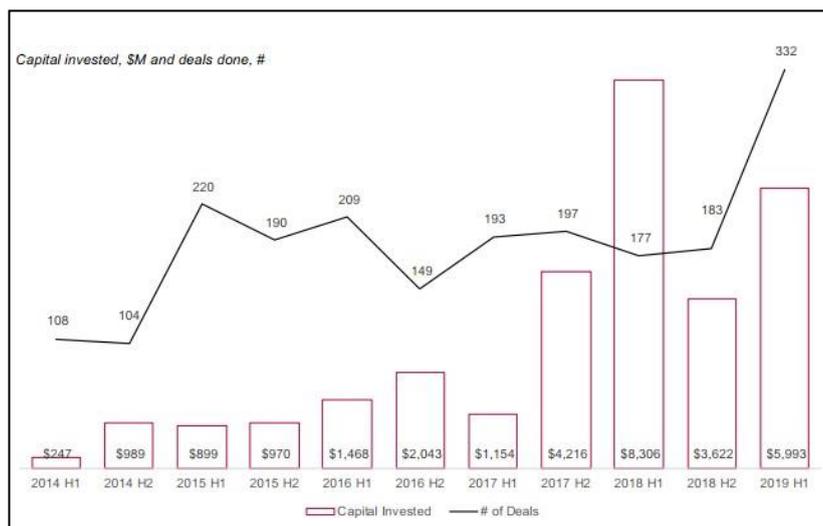
**Kata kunci:** *startup, bisnis digital, mahasiswa wirausaha.*

**Abstract:** *The digital industry is experiencing rapid development both regionally and globally. Startup businesses rely on the sophistication of technology so as to provide opportunities to invest and make new investors make the startup business very profitable to run. UPI students who start and own a business have a great opportunity to develop their business in a more professional direction. So there is a mentoring and intensive coaching for UPI students who have startups. This activity has a positive impact on students as one of the elements of the community where it is expected to show enthusiasm and active participation in building a young entrepreneurial ecosystem at the University of Education Indonesia (UPI).*

**Keywords:** *startup, digital business, entrepreneurial student.*

## **A. PENDAHULUAN**

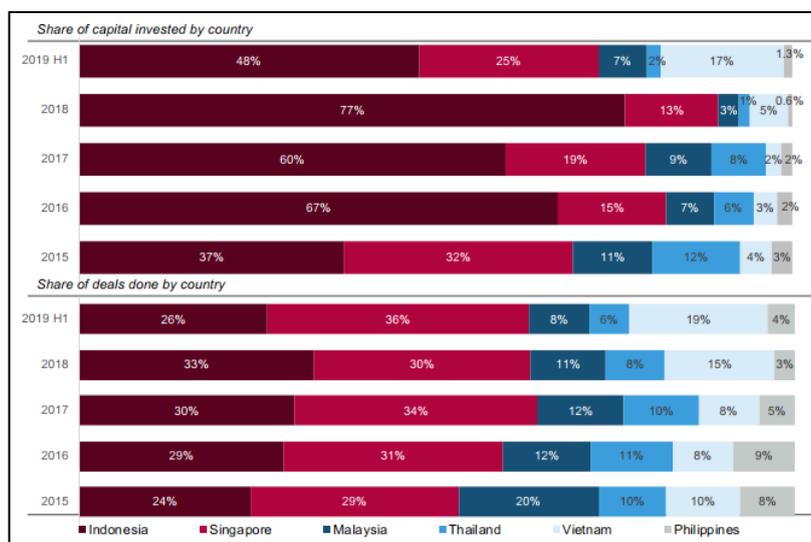
Pada tahun 2018 tercatat investasi awal pada startup di Amerika Serikat sebesar 99,5 miliar USD yang merupakan jumlah investasi terbesar dalam sejarah dan mengalami peningkatan sebesar 30% dari tahun sebelumnya (Kim, 2019). Di kawasan Asia Tenggara berdasarkan laporan bertajuk “Southeast Asia Tech Investment – H1 2019” yang dirilis oleh perusahaan modal ventura berbasis di Singapura, Cento Ventures yang mencatat dan mengamati tren pendanaan startup selama paruh pertama tahun 2019 menyatakan nilai totalnya mendekati \$6 miliar. Pada Gambar 1 dapat dilihat bahwa angka tersebut relatif lebih kecil jika dibandingkan perolehan di periode sama pada tahun 2018 yang mencapai lebih dari \$8 miliar (DailySocial.id, 2019)



Sumber: (DailySocial.id, 2019)

Gambar 1. Jumlah transaksi dan nilai pendanaan startup di Asia Tenggara / Cento Ventures

Sebaran investasi di kawasan Asia Tenggara berdasarkan negara dari sisi jumlah transaksi Singapura berada di posisi pertama sebesar 36% yang diikuti oleh Indonesia sebesar 26%, namun pada Gambar 2 menunjukkan untuk nominal investasi Indonesia menempati posisi pertama dengan menyumbang 48% dari total pendanaan (DailySocial.id, 2019).

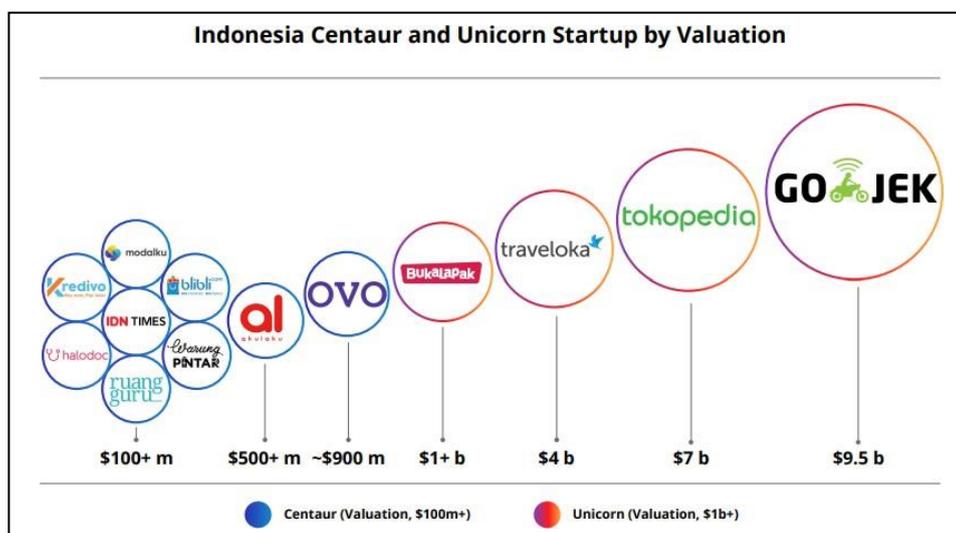


Sumber: (DailySocial.id, 2019)

Gambar 2. Sebaran investasi berdasarkan negara di Asia Tenggara / Cento Ventures Bisnis startup di Indonesia terus mengalami perkembangan sejalan dengan meningkatnya

Jumlah pengguna internet, daya beli masyarakat dan mobile smartphone explosion sehingga menyebabkan populernya layanan online yang mampu menciptakan pangsa pasar baru yang dapat dimanfaatkan oleh startup lokal juga menjadi target startup dari luar negeri (Ramdhan, 2015; Antariksa, 2016; Prasetyo, 2018; Putra, 2018). Jumlah startup di Indonesia tercatat sebanyak 2.070 startup pada 2019 sehingga Indonesia berada di posisi ke lima pada Startupranking di bawah Amerika Serikat dengan jumlah 46.568 startup, India dengan jumlah 6.157 startup, Inggris sebanyak 4.903 startup dan Kanada sebanyak 2.482 (Dkatadata.co.id, 2019). Posisi ini turun dari tahun sebelumnya dimana Indonesia berada di posisi ke empat.

Riset DailySocial mencatat daftar startup dengan valuasi terbesar per 2018. Gambar 3 menunjukkan Gojek masih memimpin kala itu dengan prakiraan valuasi senilai \$9,5 miliar, disusul Tokopedia senilai \$7 miliar, Traveloka senilai \$4 miliar, Bukalapak senilai \$1 miliar, Ovo senilai \$900 juta dan yang lainnya (DailySocial.id, 2019).



Sumber: (DailySocial.id, 2019)

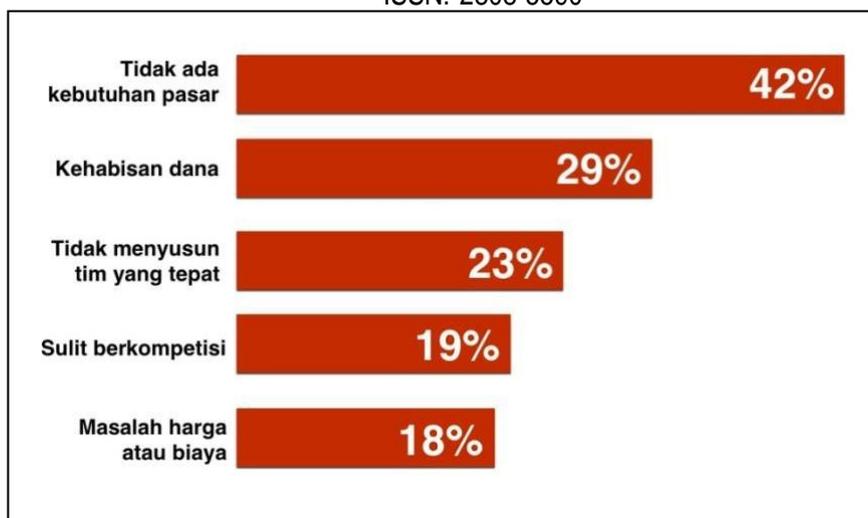
Gambar 3. Startup centaur dan unicorn di Indonesia

Dalam dunia startup di Indonesia muncul beberapa perusahaan lokal yang kemudian menjadi raksasa industri digital di Indonesia seperti Gojek, Tokopedia, Bukalapak dan Traveloka telah berhasil mengubah gaya hidup masyarakat Indonesia yang akrab dengan dunia digital. Perusahaan-perusahaan tersebut telah menjadi unicorn yang merupakan sebuah istilah untuk perusahaan startup yang memiliki valuasi US\$ 1 miliar (Rp. 14 triliun) (Mangkuto, 2019).

Keberhasilan digital startup lokal seperti Gojek, Tokopedia, Bukalapak, Traveloka dan lain-lain menjadi inspirasi generasi muda untuk mendirikan startup dan menyelesaikan permasalahan yang ada di lingkungan sekitar (Saputra, 2015). Tingginya minat mendirikan startup sejalan dengan tingginya kegagalan sesuai dengan pendapat Profesor Thomas R. Eisenmann dari Havard Business School yang menjabarkan bahwa startup kebanyakan berujung pada kegagalan (Prasetya, 2019).

Menteri Komunikasi dan Informatika menjelaskan tingkat kesuksesan mendirikan startup di Indonesia masih rendah (Yadika, 2019). Pengamat ekonomi digital, Yudi Candra, mengungkapkan dari sekitar 1.500 hingga 1.700 perusahaan rintisan startup di Indonesia yang sukses masih relatif kecil, sekitar 1 persennya saja, 99 persennya gagal. (Winosa, 2019).

Menurut laporan Bureau of Labor Statistic (BLS), sekitar 50 persen perusahaan rintisan gagal di empat tahun pertamanya mendirikan bisnis. Sedangkan 19 persen startup gagal karena ketatnya persaingan bisnis dan sisanya 18 persen gagal disebabkan persoalan 'pricing' atau cost issues (Yadika, 2019). Menurut penelitian dari CB insigih lima alasan mengapa startup gagal yaitu tidak ada kebutuhan pasar, kehabisan dana, tidak menyusun tim yang tepat, sulit berkompetisi dan masalah harga atau biaya dengan persentase yang ditunjukkan pada Gambar 4 (Praditya, 2019).

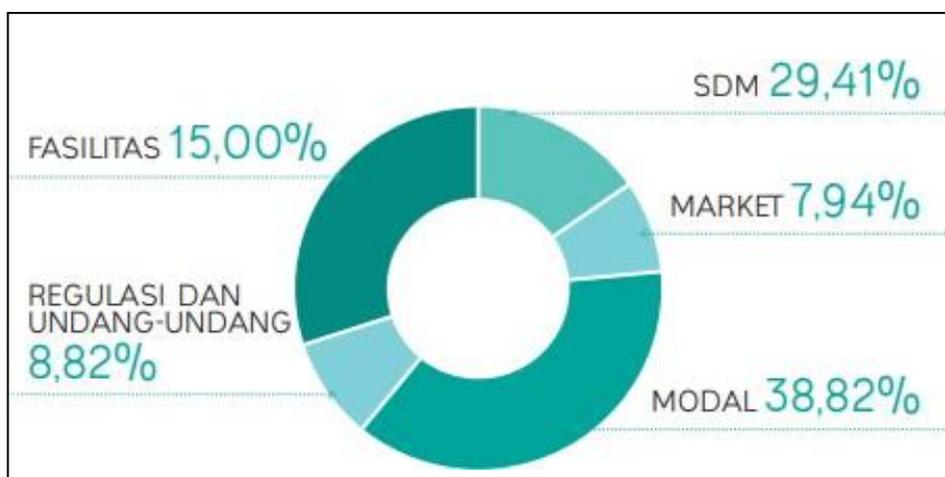


Sumber: (Praditya, 2019)

Gambar 4. Lima alasan terpopuler startup gagal menurut CB Insight

Beberapa literatur telah menemukan konsep kunci keberhasilan startup antara lain 1) memulai dengan produk yang sederhana sesuai dengan kemampuan perusahaan (analisis internal); 2) melakukan analisis pasar dan permasalahan di lapangan sehingga perusahaan dapat menemukan dan mengembangkan solusi yang tepat (analisis eksternal); 3) tetap setia pada visi dan misi serta mempertahankan fleksibilitas; dan 4) mengikuti strategi yang telah dibuat (Nobel, 2011).

Berdasarkan mapping dan database startup Indonesia 2018 yang disusun oleh Mikti dan Teknopreneur menyatakan beberapa tantangan utama yang dihadapi startup di Indonesia yang ditunjukkan pada Gambar 5. Tantangan yang paling besar adalah modal dengan perentase 38.82% diikuti dengan SDM, fasilitas, regulasi dan undang-undang serta market (Teknopreneur Indonesia, 2018).



Sumber: (Teknopreneur Indonesia, 2018)

Gambar 5. Tantangan utama startup di Indonesia

Berdasarkan tantangan dan konsep kunci keberhasilan yang telah dipaparkan di atas, maka untuk mempertahankan eksistensi startup diperlukan program pengembangan bisnis. Salah satu program pengembangan bisnis dalam rangka membantu startup adalah melalui mentoring (Geertjan Weijman, 2013).

Penelitian yang dilakukan pada peserta yang terdaftar dalam program pelatihan yang didanai pemerintah Australia yang membantu orang untuk memulai startup menunjukkan bahwa mentoring memberikan tingkat dukungan psikososial yang cukup tinggi dalam membangun

startup yang dipengaruhi oleh frekuensi kontak mentor dan tingkat dukungan terkait karier yang diberikan oleh mentor (Lea Waters, 2002).

Mentoring dalam beberapa literatur menyatakan sebagai alat yang berharga baik dalam pengembangan bisnis dan pribadi (Pompa, 2013). Garvey dan Garrett-Harris (2008) menyatakan beberapa manfaat dari mentoring yang dilakukan pada berbagai sektor industri yaitu:

Manfaat untuk yang didampingi termasuk peningkatan kinerja dan produktivitas; peningkatan pengetahuan dan keterampilan; kepercayaan diri yang lebih besar, pemberdayaan dan kesejahteraan; peningkatan kepuasan kerja dan motivasi; belajar lebih cepat dan peningkatan keterampilan pengambilan keputusan; peningkatan pemahaman tentang bisnis; peningkatan kreativitas dan inovasi; dorongan pengambilan risiko positif; pengembangan kemampuan kepemimpinan

Manfaat bagi para mentor termasuk peningkatan kinerja melalui peningkatan pemahaman dan pengetahuan; peningkatan aktivitas bisnis, penjualan dan jaringan; peningkatan generasi ide dan peningkatan pengetahuan; meningkatkan kepercayaan diri dan kepuasan kerja; pengetahuan dan keterampilan baru; pengembangan kepemimpinan; pemenuhan kebutuhan psiko-sosial manusia; peremajaan dan peningkatan motivasi; sikap positif untuk berubah.

Manfaat bagi perusahaan termasuk perubahan strategis, fasilitasi kemitraan, inovasi dan perubahan, penyelesaian masalah dan proyek yang lebih baik pengelolaan.

Luke Roush, Managing Principal Sovereign's Capital, perusahaan Venture Capital asal Amerika, mengatakan pelaku usaha startup biasanya memiliki ide-ide yang tidak mudah untuk diwujudkan, oleh karena itu mentor memiliki peranan penting untuk membantu startup menghindari masalah dan memikirkan strategi yang perlu (Konekzy, 2020).

Program lain yang bisa dilakukan untuk membantu startup adalah melalui intensive coaching yang telah menjadi bagian tak terpisahkan dari tempat kerja kontemporer (Grant, 2007). Melalui intensive coaching diharapkan dapat untuk meningkatkan keterlibatan karyawan, kesejahteraan dan kinerja, dan untuk memfasilitasi organisasi dan pribadi pada perubahan (Chartered Institute of Personnel Development, 2004).

Melihat bagaimana pentingnya mentoring dan intensive coaching dalam membantu startup, maka diadakanlah sebuah mentoring dan intensive coaching bagi mahasiswa UPI yang memiliki startup sebagai kegiatan dalam membantu mahasiswa yang mengalami kesulitan baik dalam hal financial, sumber daya manusia dan yang lainnya dalam mengembangkan stratupnya.

Menurut laporan Bureau of Labor Statistic (BLS), sekitar 50 persen perusahaan rintisan gagal di empat tahun pertamanya mendirikan bisnis. Sedangkan 19 persen startup gagal karena ketatnya persaingan bisnis dan sisanya 18 persen gagal disebabkan persoalan 'pricing' atau cost issues (Yadika, 2019). Penelitian dari CB insigih mengemukakan lima alasan mengapa startup gagal yaitu tidak ada kebutuhan pasar, kehabisan dana, tidak menyusun tim yang tepat, sulit berkompetisi dan masalah harga atau biaya.

Beberapa literatur telah menemukan konsep kunci keberhasilan startup antara lain 1) memulai dengan produk yang sederhana sesuai dengan kemampuan perusahaan (analisis internal); 2) melakukan analisis pasar dan permasalahan di lapangan sehingga perusahaan dapat menemukan dan mengembangkan solusi yang tepat (analisis eksternal); 3) tetap setia pada visi dan misi serta mempertahankan fleksibilitas; dan 4) mengikuti strategi yang telah dibuat (Nobel, 2011).

Berdasarkan tantangan dan konsep kunci keberhasilan yang telah dipaparkan di atas, maka untuk mempertahankan eksistensi startup diperlukan program pengembangan bisnis. Salah satu program pengembangan bisnis dalam rangka membantu startup adalah melalui mentoring (Geertjan Weijman, 2013). Luke Roush, Managing Principal Sovereign's Capital, perusahaan Venture Capital asal Amerika, mengatakan pelaku usaha startup biasanya memiliki ide-ide yang tidak mudah untuk diwujudkan, oleh karena itu mentor memiliki peranan penting untuk membantu startup menghindari masalah dan memikirkan strategi yang perlu (Konekzy, 2020).

Program lain yang bisa dilakukan untuk membantu startup adalah melalui intensive

coaching yang telah menjadi bagian tak terpisahkan dari tempat kerja kontemporer (Grant, 2007). Melalui intensive coaching diharapkan dapat untuk meningkatkan keterlibatan karyawan, kesejahteraan dan kinerja, dan untuk memfasilitasi organisasi dan pribadi pada perubahan (Chartered Institute of Personnel Development, 2004).

Melihat bagaimana pentingnya mentoring dan intensive coaching dalam membantu startup, maka diadakanlah sebuah mentoring dan intensive coaching bagi mahasiswa UPI yang memiliki startup sebagai kegiatan dalam membantu mahasiswa yang mengalami kesulitan baik dalam hal financial, sumber daya manusia dan yang lainnya dalam mengembangkan stratupnya.

## B. METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pengabdian pada masyarakat berbasis Kewirausahaan ini dimaksudkan untuk memberikan solusi terhadap permasalahan nyata yang terjadi pada mahasiswa wirausaha. Hal ini mendukung dari tujuan pengabdian pada masyarakat berbasis kewirausahaan ini Sebagai tindakan proaktif bagi mahasiswa wirausaha, coaching dan mentoring bertujuan agar para mahasiswa wirausaha UPI bisa makin memahami tuntutan pekerjaan yang berdampak pada tujuan pribadi atau tujuan profesional bisnisnya. Melalui pelatihan, mahasiswa wirausaha diharapkan bisa meningkatkan potensi dan kualitas diri supaya memberikan kinerja yang makin istimewa.

Lokasi kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat berbasis kewirausahaan ini adalah di Kota Bandung Kampus Universitas Pendidikan Indonesia, sebagai kesekretariatan coaching dan *mentoring startup* mahasiswa UPI, Berdasarkan protocol kesehatan selama masa pandemic teknis interaksi coaching dan mentoring dilakukan secara daring menggunakan zoom meeting Fakultas Pendidikan Ekonomi dan Bisnis.

Khalayak sasaran utama dalam kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat berbasis kewirausahaan ini adalah mahasiswa UPI yang memiliki *startup* dan berkomitmen tinggi untuk menumbuh kembangkan bisnisnya agar dapat mencapai keberhasilan dan keberlanjutan usaha yang stabil. Terdapat 50 mahasiswa wirausaha FPEB yang mengikuti Kegiatan *Coaching* dan *mentoring* intensif.

Adapun langkah-langkah kegiatan *choaching* dan *mentoring* berdasarkan Panduan *Choacing, Mentoring*, dan Belajar Mandiri Kemendikbud diantaranya (Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan, 2021):

1. Membantu mentee untuk melihat tujuan yang akan dicapai dan hasil kinerja yang akan diperoleh (*outcome*)
2. Membangun kesepakatan dengan mentee untuk bekerjasama dalam mencapai tujuan dan hasil kinerja
3. Membimbing dan mengarahkan sikap dan perilaku mentee dalam pencapaian tujuan dan hasil kinerja
4. Memberi motivasi mentee untuk meningkatkan kompetensi demi terciptanya ide baru dan inovasi yang berguna dalam pengembangan *stratup*
5. Membimbing mentee dalam mengurai permasalahan dan mengembangkan alternatif solusi sebagai dasar untuk pengambilan keputusan
6. Mengajak dan menggali mentee untuk berpikir, membuka wawasan, merumuskan gagasan/ide, dan melaksanakan ide tersebut hingga menimbulkan hasil.
7. Memberi masukan, umpan balik, dan saran untuk memperkaya dan mempertajam gagasan mentee dalam pengembangan *startup*
8. Memastikan mentee melakukan apa yang telah direncanakan sesuai dengan tenggat waktu yang ditentukan
9. Mentee mempresentasikan hasil kinerja yang telah dilakukan
10. Mengevaluasi hasil kinerja mentee

### C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil yang dicapai melalui kegiatan ini didasarkan pada 6 tahapan yang dilakukan, diantaranya *prepare, set the stage, implementation action plan, progressive review, wrapping up coaching follow up, evaluate feedback and plan next step*.

#### 1. *Prepare*

*Coaching* dan *intensive mentoring* ditujukan untuk para mahasiswa yang mengontrak mata kuliah *strategic managejemen* dan *digital marketing*, namun lebih dikhususkan untuk mata kuliah *strategic managejemen*. Hasil yang dicapai dalam tahapan ini adalah mentee menyadari pentingnya melakukan *assessment* dan membangun *self awareness* serta termotivasi untuk melakukan pengembangan diri yang bermanfaat dalam pengembangan *startup*-nya.

#### 2. *Set the stage*

Hasil yang dicapai melalui tahapan ini diantaranya kemampuan mentee dalam mengidentifikasi visi, misi dan tujuan bisnis *startup* yang dijalankannya serta menyusun tahapan dan rencana bisnis yang akan dijalankan ke depannya, serta kemampuan menilai lingkungan internal (seperti keunggulan kompetitif perusahaan) maupun eksternal (termasuk *market analysis, customer demands, satisfaction; economical, political, social, juridical legal*, serta identifikasi mengenai *competition, providers, partnership* yang dihadapi bisnis *startup* yang dimilikinya).

#### 3. *Implementation action plan*

Pada tahap ini, mentee mampu mengimplementasikan strategi yang sudah dibuat sebelumnya seperti *product positioning, market segmentation, finance* atau *accounting, crew management, dan management information system*. Mentee mampu mengintegrasikan setiap aspek strategi yang sudah dibuat, mengimplementasikan dan menciptakan kemajuan dalam proses pengembangan *startup*-nya.

#### 4. *Progressive review*

Hasil dari tahap ini adalah laporan yang berisi *progress* implementasi strategi yang telah dilakukan oleh mentee dalam pengembangan *startup*-nya. Melalui laporan tersebut, mentee dengan didampingi mentor melakukan diskusi apa saja hal-hal yang harus diperbaiki, maupun langkah yang akan dilakukan selanjutnya apabila kinerja sebelumnya dinilai sudah baik. Penilaian dilakukan dengan melihat perbandingan antara rancangan strategi dengan hasil implementasi strategi yang telah dilakukan.

#### 5. *Wrapping up coaching follow up*

Tahap ini menghasilkan perkembangan kinerja mentee dan implementasi perbaikan yang sebelumnya sudah direncanakan. Kegiatan *sharing session* dan *talkshow* juga menghasilkan peningkatan pengetahuan yang dimiliki mentee sehingga dapat mengaplikasikan pengetahuan tersebut ke dalam proses pengembangan *startup*-nya.

#### 6. *Evaluate feedback and plan next step*

Pada tahap ini, proses *choaching* dan *intensive mentoring* dilakukan melalui *forum group discussion*, yang menghasilkan evaluasi akhir pada kinerja keseluruhan. Pada tahap ini kemampuan mentee dalam memaparkan hasil kerja, berbagi pengalaman seputar pengembangan *startup*, dan menjelaskan kesulitan yang dihadapi dan solusi dalam mengatasinya dinilai dan dievaluasi oleh mentor. Tahap ini juga mempersiapkan mentee untuk dapat melangkah ke tahap berikutnya, salah satunya dengan memberikan pemahaman mengenai prosedur legalitas bisnis.

Berikut berbagai faktor pendukung yang diperoleh dalam pelaksanaan kegiatan *coaching* dan *mentoring intensif* bagi mahasiswa *startup* Universitas Pendidikan Indonesia. Tabel 2 menunjukkan faktor pendukung dan manfaatnya bagi kegiatan.

Tabel 2. Faktor Pendukung dan Manfaatnya bagi Kegiatan

No.	Faktor Pendukung	Manfaat bagi Kegiatan
1.	Dengan fenomena perkembangan ekonomi digital di Indonesia, bisnis model <i>startup</i> menjadi salah satu bisnis yang banyak diminati di kalangan mahasiswa berwirausaha.	Lebih mudah mendapatkan antusias peserta, materi kegiatan lebih mudah tersampaikan karena tingginya rasa ingin tahu peserta.
2.	Dengan adanya teknologi yang memadai saat ini, visualisasi materi menjadi lebih mudah, seperti melalui penayangan video.	Peserta lebih mudah memahami materi yang disampaikan dan juga mendapatkan bayangan bagaimana bentuk implementasi dari materi tersebut.
3.	Maraknya perkembangan bisnis <i>startup</i> membuat sumber-sumber pengalaman maupun pengetahuan para ahli lebih mudah didapatkan	Peserta dapat mengakses pengetahuan atau pengalaman ahli dengan lebih mudah sehingga tidak hanya mengandalkan ilmu dari <i>couch</i> maupun <i>mentor</i> .
4.	Meningkatnya jumlah dan fungsi fitur teknologi yang ada mempermudah proses pencarian, pengelolaan, maupun penyimpanan data.	Waktu <i>coaching</i> dan <i>mentoring</i> menjadi lebih efektif dengan kemudahan proses pencarian, pengelolaan dan penyimpanan data.

Berbagai kendala dihadapi dalam pelaksanaan kegiatan coaching dan mentoring intensif bagi mahasiswa startup Universitas Pendidikan Indonesia ini, Tabel 3 menunjukkan kendala yang dihadapi disertai dengan cara mengatasinya.

Tabel 3. Kendala yang Dihadapi dan Cara Mengatasinya

No.	Kendala Yang Dihadapi	Cara Mengatasinya
1.	Heterogenya jenis usaha yang di geluti oleh para peserta coaching dan mentoring.	Dikelompokkan beberapa jkategori peserta berdasarkan jenis usaha, untuk memudahkan para coach dan mentor untuk menyesuaikan treatment pelatihan.
2.	Kesulitan menentukan waktu pelaksanaan kegiatan yang dikarenakan kesibukan masing-masing antara mentor/coach dengan para peserta	Dibuat agenda waktu pelaksanaan dengan mengakomodasi waktu luang antara mentor/coach dengan para peserta
3.	Kegiatan coaching dan mentoring secara online/jarak jauh, sehingga Komunikasi yang kurang efektif menggunakan antara peserta dan mentor/coach terkendala	Selain interaksi di zoom meeting peserta juga dapat berinteraksi melalui WA Grup untuk berkonsultasi secara intensif dengan para mentor/coach.
4.	Kegiatan pelatihan secara daring membatasi para mentor/coach untuk melihat progress kinerja bagi para peserta pelatihan	Unjuk kerja di tugaskan dengan melakukan berbagai tantangan pengelolaan bisnis secara online, sehingga mentor/coach dapat melihat perkembangan masing-masing peserta dari kinerja perkembangan pengelolaan bisnis nya secara

**Jurnal Inovasi Dan Pengabdian Kepada Masyarakat (JIPkM)**

ISSN: 2808-5590

		online/jarak jauh.
--	--	--------------------

Evaluasi kegiatan *choaching* dan *intensive mentoring* mengenai pengembangan bisnis *stratup* ini didasarkan pada masing-masing tahapan yang telah dilaksanakan. Berikut hasil evaluasi yang dapat dijadikan bahan perbaikan dijelaskan pada Tabel 4.

Tabel 4. Evaluasi Berdasarkan Masing-Masing Tahapan Kegiatan

No.	Tahapan	Hasil Evaluasi	Rencana Perbaikan
1.	<i>Prepare</i>	Sasaran kegiatan <i>choaching</i> dan <i>intensive mentoring</i> kurang luas hanya terpaku pada satu objek sasaran tertentu.	Memperluas sasaran kegiatan <i>choaching</i> dan <i>intensive mentoring</i> yang dapat bermanfaat dalam meningkatkan pengetahuan praktis masyarakat dalam mengembangkan bisnis <i>startup</i> .
2.	<i>Set the stage</i>	Proses penyusunan dan identifikasi visi, misi dan tujuan memakan waktu yang terlalu lama dan tidak efektif.	Penyusunan dan identifikasi visi, misi dan tujuan dapat dirumuskan di luar jadwal kegiatan, sehingga waktu kegiatan diefektifkan untuk diskusi dan pembinaan dari mentor.
3.	<i>Implementation action plan</i>	Tahapan ini menghadapi banyak kendala yang umumnya disebabkan oleh keterbatasan sumber daya dan teknologi yang dimiliki mentee.	Melakukan pembekalan yang cukup pada tahap persiapan kegiatan, misalnya dengan memfasilitasi peminjaman <i>hardware</i> maupun <i>software</i> yang menunjang proses pengembangan <i>startup</i> .
4.	<i>Progressive review</i>	Waktu kegiatan yang terbatas sehingga mentor tidak dapat melakukan <i>review</i> menyeluruh, namun hanya <i>review</i> secara singkat.	Tahapan ini memerlukan penambahan pertemuan, dapat dilakukan dengan pemadatan pertemuan pada tahapan yang lain dan menjadwalkan penambahan pertemuan untuk tahapan <i>progressive review</i> .
5.	<i>Wrapping up coaching follow up</i>	Pada kegiatan <i>sharing session</i> hanya beberapa mentee yang aktif melakukan tanya jawab.	Mempersiapkan kegiatan yang lebih menarik sehingga mentee terstimulasi untuk aktif berinteraksi dengan narasumber pada kegiatan tersebut.
6.	<i>Evaluate feedback and plan next step</i>	Kegiatan evaluasi akan lebih baik jika dapat dilakukan dalam jangka panjang dan dilakukan setiap	Untuk kegiatan <i>choaching</i> dan <i>intensive mentoring</i> yang dilakukan dengan jangka waktu yang lebih panjang, evaluasi dapat rutin dilakukan, misalnya per 1

		jangka tertentu.	waktu	minggu atau bulan.
--	--	---------------------	-------	--------------------

#### D. KESIMPULAN

*Intensive coaching* dan *mentoring* ditujukan untuk para mahasiswa UPI yang mengontrak mata kuliah *strategic manajemen* dan *digital marketing*. Kegiatan tersebut dilakukan selama kurang lebih 2 bulan, dengan persiapan total dari pembuatan proposal hingga penyusunan laporan memakan waktu kurang lebih 8 bulan. Hasil yang dicapai dari kegiatan ini diantaranya:

1. Kesadaran akan pentingnya melakukan *assessment* dan membangun *self awareness* serta termotivasi untuk melakukan pengembangan diri yang bermanfaat dalam pengembangan *startup*
2. Kemampuan dalam mengidentifikasi visi, misi dan tujuan bisnis *startup* yang dijalankannya serta menyusun tahapan dan rencana bisnis yang akan dijalankan ke depannya
3. Kemampuan menilai lingkungan internal (seperti keunggulan kompetitif perusahaan) maupun eksternal (termasuk *market analysis, customer demands, satisfaction; economical, political, social, juridical legal*, serta identifikasi mengenai *competition, providers, partnership* yang dihadapi bisnis *startup* yang dimilikinya).
4. Kemampuan dalam mengimplementasikan strategi yang sudah dibuat sebelumnya.
5. Kemampuan mengintegrasikan setiap aspek strategi yang sudah dibuat, mengimplementasikan dan menciptakan kemajuan dalam proses pengembangan *startup*.
6. Laporan yang berisi *progress* implementasi strategi yang telah dilakukan dalam pengembangan *startup*.
7. Perkembangan kinerja dan implementasi perbaikan yang sudah direncanakan.
8. Peningkatkan pengetahuan yang dimiliki.
9. Evaluasi akhir pada kinerja keseluruhan.
10. Perencanaan untuk tahap berikutnya.

Kegiatan ini dapat memberikan dampak positif bagi kemajuan ekonomi masyarakat dan kesadaran akan teknologi. Sehingga kedepannya masyarakat diharapkan mampu mengikuti perkembangan teknologi yang ada dan memaksimalkan potensi teknologi tersebut untuk menjadi sebuah nilai ekonomis. Oleh karena itu, pada kegiatan ini diharapkan partisipasi yang lebih aktif dari pemerintah, tenaga ahli, maupun tenaga pendidik demi tercapainya tujuan kegiatan. Mahasiswa sebagai salah satu elemen dari masyarakat juga diharapkan dapat menunjukkan antusias dan partisipasi aktif dalam kegiatan ini.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Chartered Institute of Personnel Development. (2004). New CIPD evidence proves front line leaders make the difference between low-performing and high-performing firms. *Management Services, Vol. 48*, 1-6.
- DailySocial.id. (2019, Agustus 18). *Di Paruh Pertama 2019, Indonesia Dominasi Pendanaan Startup di Asia Tenggara*. Retrieved Februari 25, 2020, from DailySocial.id: <https://dailysocial.id/post/pendanaan-startup-asia-tenggara-h1-2019>
- Dkatadata.co.id. (2019). *Indonesia Memiliki 2.000 Startup*. Databoks.

- Expertprogrammanagement.com. (2018). *Core Competencies Model*. Retrieved Februari 25, 2020, from Expertprogrammanagement.com : <https://expertprogrammanagement.com/2018/04/core-competencies-model/>
- Geertjan Weijman, P. v. (2013). *Harvesting the results of the mentoring process of knowledge intensive startups*. The Netherlands: University of Twente.
- Grant, A. M. (2007). Enhancing Coaching Skills and Emotional Intelligence through Training. *Industrial dan Commercial Training*, 257-266.
- Kementrian Pendidikan dan Kebudayaan. (2021). Panduan *Choaching, Mentoring*, dan Belajar Mandiri. Biro Sumber Daya Manusia.
- Kim, W. L. (2019). Business Sustainability of Start-Ups Based on Government Support: An Empirical Study of Korean Start-Ups. *Sustainability* , 1-20.
- Konekzy. (2020, Januari 4). *Pentingnya Mentor Startup*. Retrieved Februari 25, 2020, from konekzy.com: <https://konekzy.com/pentingnya-mentor-startup/>
- Lea Waters, M. M. (2002). The Role Informal Mentoring on Business Success and Self-Esteem in Participants of A New Business Startup Program. *Journal of Business and Psychology*, Vol. 17, No. 1, 107-121.
- Nobel, C. (2011). Teaching a ' Lean Startup ' Strategy. 1-2.
- Pompa, C. (2013). Literature Review on the Impact of Business Incubation, Mentoring, Investment and Training on Start-up Companies. *Economic and Private Sector*, 1-17.
- Praditya, D. (2019, Februari 1). *5 Alasan Terpopuler Mengapa Startup Gagal dan Terpaksa Tutup*. Retrieved Februari 25, 2020, from techinasia.com: <https://id.techinasia.com/alasan-startup-gagal>
- Prasetya, G. (2019, Februari 25). *90% Bisnis/Startup Gagal, Ini Salah Satu Cara Agar Kamu Tak Ikut Mengalaminya*. Retrieved Februari 25, 2020, from techinasia.com: <https://id.techinasia.com/edu/90-persen-bisnis-startup-gagal-ini-tip-mencegahnya/>
- Winosa, Y. (2019, Februari 13). *Ini Alasan 90 Persen Startup di Indonesia Gagal*. Retrieved Februari 25, 2020, from wartaekonomi.co.id: <https://www.wartaekonomi.co.id/read215393/ini-alasan-90-persen-startup-di-indonesia-gagal>
- Yadika, B. (2019, Oktober 8). *Menkominfo: Lebih Banyak Startup Gagal Dibanding Berhasil di Indonesia*. Retrieved Februari 25, 2020, from Merdeka.com: <https://www.merdeka.com/uang/menkominfo-lebih-banyak-startup-gagal-dibanding-berhasil-di-indonesia>