

KOMUNIKASI PENDIDIKAN MELALUI PELATIHAN KEWIRAUSAHAAN DI WILAYAH TINGGAL MAHASISWA PADA MASA PANDEMI COVID-19

Oleh

Yanti Setianti¹, Priyo Subekti²,
Rangga Saptya Mohamad Permana³, Heru Ryanto Budiana⁴
^{1,2,3,4}Universitas Padjadjaran, Bandung, Indonesia
¹yanti.setianti@unpad.ac.id, ²priyo.subekti@unpad.ac.id,
³rangga.saptya@unpad.ac.id, ⁴heru.ryanto@unpad.ac.id

ABSTRACT

Losing jobs, decreasing income and changing learning systems are problems faced by the community during the COVID-19 pandemic that can impact those who have children which is a college student. One of the efforts to raise awareness to survive in this epidemic is to try to foster an entrepreneurial spirit for the community, especially students, by carrying out educational communication through entrepreneurship training so that they can start a business that can generate income to help their parents pay for tuition fees and daily life. The purpose of this study was to determine students' knowledge of entrepreneurship, the skills of students in making entrepreneurship planning and the skills of students to do entrepreneurship. The method used in this research is descriptive, which provides an overview of the knowledge, planning and implementation of entrepreneurship by students on the islands of Java and Bali. The results showed that after training activities, students' knowledge of entrepreneurship increased, from not knowing entrepreneurship at all to knowing what was meant by entrepreneurship. Students' skills in planning entrepreneurship have increased, from not understanding at all about entrepreneurial planning to understanding and practicing entrepreneurial planning. Students' skills regarding the implementation of entrepreneurship have increased, from those who never imagined that one day they would be able to become entrepreneurs, to imagine what it would be like if they became entrepreneurs.

Keywords: COVID-19; Educational Communication; Planning; Enterpreneurship; College Student

PENDAHULUAN

Pandemi COVID-19 di berbagai belahan dunia tentu memberikan dampak yang besar di berbagai sektor kehidupan. Di sektor ekonomi misalnya penerapan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) menyebabkan banyak orang terpaksa menjalankan pekerjaannya dari rumah atau *Work From Home* (WFH). Tak sampai di situ, banyak pula yang diberhentikan dari pekerjaannya lantaran perusahaan mulai kelimpungan untuk mempertahankan bisnis di tengah kondisi yang carut marut. Akibatnya, banyak orang harus banting setir mencari sumber penghasilan lain agar kebutuhan tercukupi, salah satunya dengan berwirausaha (Fadhila, 2020b).

Pandemi COVID-19 di seluruh dunia, tidak terkecuali Indonesia, memberikan dampak luar biasa terhadap hampir seluruh sektor

kehidupan, termasuk sektor pendidikan dan sektor ekonomi. Kehilangan pekerjaan, menurunnya pendapatan dan berubahnya sistem pendidikan menjadi pembelajaran jarak jauh adalah persoalan yang dihadapi masyarakat saat ini termasuk mahasiswa. Upaya menumbuhkan kesadaran untuk bertahan ditengah suasana pandemi ini salah satunya adalah mencoba menumbuhkan jiwa kewirausahaan bagi masyarakat khususnya mahasiswa dengan menggunakan berbagai media pendidikan.

Media pendidikan dalam sistem pembelajaran jarak jauh sekarang sudah banyak dilakukan, bisa menggunakan *Google Classroom*, bisa melakukan komunikasi bermedia konferensi video lewat aplikasi *Zoom Meeting* walaupun pasti memiliki keterbatasan atau melakukan *webinar* yang bisa diikuti

oleh semua mahasiswa sehingga mereka dapat terterpa oleh informasi tentang kewirausahaan. Terpaan informasi atau pesan terjadi apabila seseorang itu membaca, menonton, mendengar, dan kemudian timbul efek baik langsung maupun tidak langsung sehingga membentuk persepsi dalam dirinya terhadap informasi atau pesan yg menerpanya (Kriyantono, 2012).

Jiwa kewirausahaan mahasiswa harus digali untuk menumbuhkan sikap dan perilaku mau melakukan usaha dengan memanfaatkan potensi-potensi sumber daya alam dan potensi-potensi sumber daya manusia yang berada di sekitar tempat tinggal mahasiswa yang berada di Bandung, Subang, Bekasi, Jakarta, Depok, Sumedang, Majalengka, Serang, Bogor, Tasikmalaya, Sukoharjo, Sidoarjo dan Bali. Untuk menyampaikan informasi mengenai

kewirausahaan dibutuhkan media mengingat mahasiswa berada di tempat tinggal masing masing.

Menurut McClelland salah satu faktor yang menyebabkan sebuah negara menjadi maju adalah ketika jumlah wirausahawan yang terdapat di negara tersebut berjumlah 2% dari populasi penduduknya. Saat ini, jumlah wirausaha yang terdapat di Indonesia mencapai 400 ribu jiwa atau kurang dari 1% populasi penduduk Indonesia yang berkisar 200 juta jiwa. Kondisi ini sangat berbanding terbalik dengan yang terjadi di Amerika Serikat misalnya yang memiliki jumlah wirausaha sebesar 11,5% dari populasi penduduknya atau negara tetangga yaitu Singapura dengan 7,2% warganya bekerja sebagai wirausaha. Efeknya tidak mengherankan bila kedua negara tersebut menjadi salah satu negara dengan perkembangan

ekonomi termaju di dunia (Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi, 2013).

Hendra Karunia sebagai founder DestinasiBandung.id mengatakan “Kita tetap harus mengembangkan strategi agar usaha kita dapat bertahan, peluang bisnis sebenarnya selalu ada dan masyarakat perlu memikirkan strategi yang tepat agar bisnis berjalan dengan baik. Masyarakat dan mahasiswa dapat memanfaatkan media sosial sebagai media promosi. Selain barang, masyarakat bisa menjual jasa dengan memanfaatkan potensi atau hobi yang dimiliki. “Intinya, kita harus cepat beradaptasi,” katanya (Fadhila, 2020a).

Kewirausahaan yang diarahkan untuk menumbuhkan jiwa dan semangat kemandirian dengan menggali potensi usaha ekonomi yang ada disekitar wilayah tinggalnya, dengan harapan dapat memberikan

hasil secara ekonomi. Pentingnya memberikan komunikasi pendidikan untuk melatih jiwa kewirausahaan bagi mahasiswa untuk menggali potensi kewirausahaan yang ada di sekitar tempat tinggal mahasiswa. Dengan demikian melalui pelatihan keterampilan wirausaha yang dilakukan melalui komunikasi pendidikan diharapkan dapat memasyarakatkan dan membudayakan nilai-nilai kewirausahaan pada mahasiswa untuk memulai usaha di lingkungan tempat tinggal masing masing.

Pelatihan keterampilan memiliki peranan dalam meningkatkan keterampilan wirausaha. Tidak optimalnya kegiatan yang terjadi dalam pelatihan menimbulkan ketidakmaksimalan peningkatan kemampuan wirausaha peserta pelatihan. Jika kemampuan wirausaha peserta pelatihan

diharapkan dapat meningkat secara maksimal maka kegiatan atau proses pelatihan yang dijalani peserta pelatihan harus dapat diikuti secara optimal.

Jika melihat jumlah kebutuhan wirausaha baru untuk memposisikan Indonesia sebagai negara maju, setidaknya masih butuh waktu 25 tahun lagi untuk mencapainya (Rukka, 2011). Estimasi waktu yang cukup lama tersebut menuntut perlu segera diupayakan langkah-langkah agar jumlah wirausaha baru dapat bertambah dengan waktu pencapaian yang relatif singkat. Salah satu langkah yang dapat dilakukan adalah dengan penciptaan wirausaha baru yang berasal dari mahasiswa dan lulusan perguruan tinggi (Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi, 2013).

Untuk mewujudkan mahasiswa menjadi seorang wirausahawan tidak mudah untuk dilaksanakan.

Mahasiswa merupakan individu-individu yang tentunya banyak mempunyai perbedaan antara satu dengan lainnya. Walaupun demikian, dari heterogenitas di antara mereka itu dapat dicari homogenitas atau persamaannya, yaitu di antaranya adalah kesamaan dalam pemikiran akan kebutuhan informasi dan kebutuhan ekonomi. Salah satu usaha untuk memenuhi kebutuhan informasi dan ekonomi mahasiswanya, maka harus diadakan pelatihan kewirausahaan untuk menjadikan mahasiswa menjadi berdaya sehingga bisa menciptakan lapangan kerja sendiri setelah mereka lulus. Sehingga mereka tidak tergantung pada orang lain untuk mendapatkan pekerjaan jika mereka tidak punya biaya untuk melanjutkan kuliah ke jenjang yang lebih tinggi

PERUMUSAN MASALAH

Berdasarkan uraian di atas maka masalah dapat dirumuskan sebagai berikut: “*Bagaimana Komunikasi Pendidikan Melalui Pelatihan Kewirausahaan di Wilayah Tinggal Mahasiswa Pada Masa Pandemi COVID-19?*”. Sedangkan identifikasi masalah dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Bagaimana pengetahuan mahasiswa tentang kewirausahaan ?
2. Bagaimana keterampilan mahasiswa dalam merencanakan kewirausahaan ?
3. Bagaimana keterampilan mahasiswa dalam melaksanakan kewirausahaan?

KAJIAN PUSTAKA

Komunikasi Pendidikan

Komunikasi pendidikan merupakan proses komunikasi yang

unik karena didalamnya ada dimensi edukatif selain menyampaikan pesan yang berupa materi pembelajaran. Komunikasi pendidikan bukan sekedar komunikasi yang berlangsung dengan latar pembelajaran atau pendidikan melainkan didalamnya terkandung nilai-nilai pendidikan. Dalam proses pembelajaran pasti didalamnya ada komunikasi dalam setiap interaksi edukasi akan berlangsung proses komunikasi. Komunikasi antara anak dan orang tua dalam pembelajaran di rumah atau guru dan siswa di sekolah serta dosen dan mahasiswa di Perguruan tinggi (Iriantara & Syarifudin, 2013: 72).

Proses pembelajaran akan menghasilkan model pembelajaran yang bergerak dari ranah yang sama. Model ini berupaya memberi perhatian yang khusus dan mengoptimalkan kemampuan peserta didik melalui pendekatan psikologi

belajar, teori belajar, komunikasi pembelajaran dan rekayasa hasil inovasi teknologi komunikasi dan informasi (Darmawan, 2009: 29).

Komunikasi pendidikan adalah “aspek komunikasi dalam dunia pendidikan atau komunikasi yang terjadi pada bidang pendidikan”. Dengan demikian, posisi komunikasi hanya sebagai ‘alat’ yang berfungsi bisa diupayakan untuk membantu memecahkan masalah-masalah pendidikan. Komunikasi dalam pendidikan merupakan unsur yang sangat penting kedudukannya. Bahkan mempunyai peranan dalam menentukan keberhasilan suatu pendidikan. Orang sering mengatakan bahwa tinggi rendahnya suatu capaian mutu pendidikan dipengaruhi pula oleh faktor komunikasi (Yusup, 2010).

Kondisi ideal dalam pembelajaran perlu melalui proses

yang baik dan terencana. Dengan demikian perlu dilakukan sebuah pendalaman dalam melakukan perencanaan pembelajaran. Hal tersebut ditujukan agar kompetensi dapat terwujud dengan proses yang tepat serta dapat dipetakan dengan pemetaan yang jelas (Bunyamin & Purnomo, 2017: 5).

Dalam pelaksanaan pendidikan formal dan non formal, peranan komunikasi menjadi unsur yang dominan. Adapun bentuk komunikasi pendidikan dalam konteks ini yaitu kegiatan instruksional dalam proses pendidikan. Yusup (2010) lebih lanjut, menjelaskan bahwa proses instruksional itu sendiri merupakan peristiwa komunikasi yang dirancang khusus untuk tujuan perubahan perilaku pada pihak sasaran (peserta didik) secara tuntas sesuai dengan kemampuan, minat, dan nilai-nilai yang dianutnya. Di dalam proses

pengubah perilaku individu, faktor komunikasi ini sama-sama mempunyai kedudukan yang amat menentukan.

Efek yang terjadi akan dapat terlihat pada setiap individu, apakah mengalami perubahan sikap dan perilaku atau tidak.

Sikap memiliki tiga komponen, yaitu: (1) Komponen kognisi yang hubungannya dengan *beliefs*, ide dan konsep. Komponen kognitif dapat disamakan dengan pandangan (opini), terutama apabila menyangkut masalah yang kontroversial; (2) Komponen afeksi yang menyangkut emosional seseorang. Komponen afektif merupakan perasaan individu terhadap objek sikap dan menyangkut masalah emosi. Aspek emosional inilah yang biasanya berakar paling dalam sebagai komponen sikap dan merupakan aspek yang paling bertahan terhadap

pengaruh-pengaruh yang mungkin akan mengubah sikap seseorang; dan

(3) Komponen konasi yang merupakan kecenderungan bertindak laku. Komponen konatif atau komponen perilaku berisi tendensi atau kecenderungan untuk bertindak atau untuk bereaksi terhadap sesuatu dengan cara-cara tertentu. Komponen ini didasari oleh asumsi bahwa kepercayaan dan perasaan banyak mempengaruhi perilaku. Pengertian kecenderungan berperilaku menunjukkan bahwa komponen konatif meliputi bentuk perilaku yang tidak hanya dapat dilihat secara langsung saja, akan tetapi meliputi pula bentuk-bentuk perilaku yang berupa pernyataan atau perkataan yang diucapkan seseorang. Sikap pada hakikatnya adalah kecenderungan perilaku seseorang terhadap lingkungannya. Sikap juga dapat diartikan sebagai reaksi

seseorang atas stimulus yang datang (Umniyati & Hadisiwi, 2017).

Beberapa orang menganggap bahwa sikap terdiri dari kognitif, afektif dan behavioral. dalam buku psikologi komunikasi Jalaludin Rahmat mengemukakan bahwa sikap dipandang dalam komponen afekifnya karena komponen kognitif dimasukan dalam konsep kepercayaan, komponen behavioral dimasukan dalam faktor sosiopsikologis konatif yang terdiri dari kebiasaan dan kemauan. (Rakhmat, 2018:50)

Kewirausahaan

Kewirausahaan adalah suatu ilmu yang mengkaji tentang pengembangan dan pembangunan semangat kreativitas serta berani menanggung resiko terhadap pekerjaan yang dilakukan demi mewujudkan hasil karya tersebut (Fahmi, 2014; 1). Kewirausahaan

adalah kemampuan untuk melihat, dan menilai kesempatan-kesempatan bisnis, mengumpulkan sumber-sumber data yang dibutuhkan guna mengambil keuntungan daripadanya dan mengambil tindakan yang tepat guna dan sukses (Daryanto, 2012: 5).

Wirausaha dijelaskan oleh para ahli melalui berbagai definisi. Wirausaha adalah wadah bagi kemandirian, wadah belajar sekaligus wadah mengeksplorasi berbagai hal terkait kapasitas dan kapabilitas masyarakat untuk menghadirkan kemajuan bagi diri dan lingkungannya (Purnomo, 2020: 7).

Berwirausaha mampu mengubah perilaku, namun ia tidak akan bisa bertahan lama kalau tidak ada ekosistem yang membina, menggerakkan dan mengarahkannya (Purnomo & Adenita, 2020: 4). Dari sisi pembentukan karakter seorang wirausaha/*entrepreneur*, perguruan

tinggi sudah seharusnya menciptakan atmosfer yang dapat mendorong sikap mandiri bagi sivitas akademika. Hal ini dapat dicapai melalui; 1) Mengembangkan dan membiasakan unjuk kerja yang mengedepankan ide kreatif dalam berpikir dan sikap mandiri bagi mahasiswa dalam proses pembelajaran (menekankan model latihan, tugas mandiri, *problem solving*, cara mengambil keputusan, menemukan peluang, dan seterusnya); 2) Menanamkan sikap dan perilaku jujur dalam komunikasi dan bertindak dalam setiap kegiatan pengembangan, pendidikan, dan pembelajaran sebagai modal dasar dalam membangun mental entrepreneur pada diri mahasiswa; dan 3) Para praktisi pendidikan juga perlu *sharing* dan memberi *support* atas komitmen pendidikan mental *entrepreneurship* ini kepada lembaga-lembaga terkait dengan pelayanan bidang usaha yang

muncul di masyarakat agar benar-benar berfungsi dan benar-benar menyiapkan kebijakan untuk mempermudah dan melayani masyarakat (Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi, 2013).

Identitas baru sebagai wirausaha yang memiliki dampak manfaat bagi masyarakat banyak menjadi ukuran hal baru yang keren bagi generasi milenial. Generasi muda saat ini akan memilih untuk berperan bagi masyarakat dengan idealismenya melalui beragam bisnis yang mereka selenggarakan (D. Purnomo & Kurniawan, 2017).

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan oleh peneliti yakni metode deskriptif dengan sifat data kualitatif yang mencari teori, bukan menguji teori atau bisa juga disebut sebagai *hypothesis generating* bukan

hypothesis testing. Ciri lain metode deskriptif-kualitatif adalah menitikberatkan pada observasi dan suasana alamiah (*natural setting*) dimana penulis bersifat sebagai pengamat (Ardianto, 2011).

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Denzin dan Lincoln mengungkapkan bahwa penelitian pendekatan kualitatif merupakan penelitian yang menggunakan latar ilmiah, dengan maksud menafsirkan fenomena yang terjadi dan dilakukan dengan jalan melibatkan berbagai metode yang ada (Moleong, 2010). Pendekatan ini memberi kemudahan bagi peneliti untuk merekam, memantau, dan mengikuti proses suatu peristiwa atau kegiatan sebuah organisasi sebagaimana adanya dalam suatu kurun waktu tertentu dan selanjutnya diinterpretasikan untuk menjawab masalah penelitian.

Sebagaimana dijelaskan oleh Locke, Spriduso dan Silferman (Creswell, 2013).

“Qualitative research is interpretative research as such the biases, values and judgement of the researches become stated explicitly in the research report. Such openness is considered to be useful and positive”

Penelitian kualitatif adalah penelitian interpretatif dengan demikian nilai-nilai dan penilaian dari penelitian menjadi menyatakan kejelasan dalam laporan penelitian. Keterbukaan seperti itu dianggap bermanfaat dan positif. Karakteristik penelitian kualitatif seperti yang dinyatakan oleh Bogdan dan Biklen antara lain:

“(1) dilakukan pada kondisi yang alamiah, langsung ke sumber data dan peneliti adalah instrumen kunci; (2) bersifat deskriptif yang dimana data yang terkumpul berbentuk kata-kata atau gambar, sehingga tidak menekankan pada angka; (3) lebih menekankan pada proses daripada produk atau *outcome*; (4) melakukan analisis data secara induktif; dan (5) lebih menekankan makna.” (Sugiyono, 2011)

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian menunjukkan untuk menumbuhkan jiwa kewirausahaan maka harus diketahui dulu pengetahuan mahasiswa tentang kewirausahaan seperti apa.

Berdasarkan hasil penelitian sebagian besar mahasiswa belum mengetahui pengertian dari kewirausahaan karena mayoritas mahasiswa tidak mendapatkan matakuliah kewirausahaan di kampusnya. Setelah mengikuti pelatihan kewirausahaan sebagian besar mahasiswa menjadi tahu dan mengerti apa yang dimaksud dengan kewirausahaan, bagaimana cara menggali potensi usaha yang ada di daerah tempat tinggal mereka.



Gambar 1 Kompetensi karakter Kewirausahaan Sumber Modul kewirausahaan (Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi, 2013)

Mahasiswa mampu memahami pentingnya karakter wirausaha dan secara spontan dan otomatis dapat bersikap seperti wirausahawan dan berdasarkan pemahamannya menjadikan karakter tersebut sebagai pola hidup dalam kesehariannya. Sebelum berbicara mengenai wirausaha, ada baiknya mahasiswa diperkenalkan dan disadarkan tentang pentingnya mereka memiliki tujuan hidup atau impian. Hal ini sangat penting ditekankan di awal pelatihan agar mahasiswa memiliki semangat untuk berprestasi dan bersungguh-sungguh meraih impiannya. Sangat disayangkan bila seorang mahasiswa

baru menyadari untuk apa mereka sebenarnya kuliah, dan lain-lain setelah mereka lulus. Kebanyakan lulusan perguruan tinggi menjadi pengangguran adalah akibat mereka tidak memiliki impian dan tidak bersungguh-sungguh untuk meraihnya. Oleh karena itu kegiatan awal adalah penekanan mengenai urgensi impian dalam hidup.

Syaefuddin (2003) mengatakan bahwa seharusnya para lulusan melihat kenyataan bahwa lapangan kerja yang ada tidak memungkinkan untuk menyerap seluruh lulusan perguruan tinggi di Indonesia, para lulusan perguruan tinggi mulai memilih berwirausaha sebagai pilihan karirnya, mengingat potensi yang ada di negeri ini sangat kondusif untuk melakukan wirausaha. Ilik (2010) mengatakan bahwa, untuk memulai menjadi seorang wirausaha, setiap mahasiswa harus memiliki impian

yang kokoh yang dibangun tidak dalam waktu singkat. Urgensi impian ini semakin penting mengingat resiko dari wirausaha ini tidaklah kecil, bila mahasiswa tidak memiliki impian yang kokoh maka sangat mungkin baginya untuk cepat dirumuskan, maka kita akan merujuk kepada sebuah konsep yang bernama SMART (Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi, 2013).

Sukses itu bukanlah sebuah kebetulan, namun sukses adalah *by Design*. Oleh karena itu impian yang kita buat harus SMART “Cerdas”, Apakah impian yang SMART itu? Impian yang SMART adalah Impian yang: *Specific* artinya Anda harus jelas mengenai apa yang anda inginkan, dengan demikian anda akan lebih mudah dalam membuat perencanaan. Dengan demikian, istilah “Saya memiliki impian menjadi orang sukses” diganti dengan

misalnya; “Saya memiliki impian untuk menjadi seorang manajer pemasaran di PT X dengan penghasilan Rp X” atau “Saya ingin menjadi seorang wirausahawan di bidang X dengan penghasilan sebesar Rp X dan lainnya. *Measurable* artinya impian haruslah terukur. Dengan demikian, anda akan tahu kapan impian anda telah tercapai. *Achievable* artinya Impian anda harus dapat anda raih. Jika impian itu terlalu besar, anda perlu memecah impian itu menjadi impian yang lebih kecil dulu sebagai langkah awal atau bagian dalam pencapaian impian besar. *Realistic* artinya, impian Anda harus masuk akal. Makna masuk akal ini biasanya dikaitkan dengan kemampuan/ketersediaan sumber daya yang dimiliki. *Time Bond*, Impian haruslah memiliki garis waktu yang jelas kapan impian tersebut ingin Anda raih. Misalnya: “Saya

memiliki impian mendirikan sekolah bagi anak-anak yang tidak mampu 10 tahun dari sekarang” (Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi, 2013).

Sikap dasar yang harus disadari terlebih dahulu adalah, sukses itu bukanlah sebuah kebetulan, namun sukses adalah *by Design*. Sikap memiliki tiga komponen, yaitu: (1) Komponen kognisi yang hubungannya dengan *beliefs*, ide dan konsep. Komponen kognitif dapat disamakan dengan pandangan (opini), terutama apabila menyangkut masalah yang kontroversial; (2) Komponen afeksi yang menyangkut emosional seseorang. Komponen afektif merupakan perasaan individu terhadap objek sikap dan menyangkut masalah emosi. Aspek emosional inilah yang biasanya berakar paling dalam sebagai komponen sikap dan merupakan aspek yang paling bertahan terhadap pengaruh-pengaruh

yang mungkin akan mengubah sikap seseorang; dan (3) Komponen konasi yang merupakan kecenderungan bertingkah laku. Komponen konatif atau komponen perilaku berisi tendensi atau kecenderungan untuk bertindak atau untuk bereaksi terhadap sesuatu dengan cara- cara tertentu. Komponen ini didasari oleh asumsi bahwa kepercayaan dan perasaan banyak mempengaruhi perilaku. Pengertian kecenderungan berperilaku menunjukkan bahwa komponen konatif meliputi bentuk perilaku yang tidak hanya dapat dilihat secara langsung saja, akan tetapi meliputi pula bentuk- bentuk perilaku yang berupa pernyataan atau perkataan yang diucapkan seseorang. Sikap pada hakikatnya adalah kecenderungan perilaku seseorang terhadap lingkungannya. Sikap juga dapat diartikan sebagai reaksi

seseorang atas stimulus yang datang (Umniyati & Hadisiwi, 2017).

Beberapa orang menganggap bahwa sikap terdiri dari kognitif, afektif dan behavioral. Dalam buku psikologi komunikasi Jalaludin rahmat mengemukakan bahwa sikap dipandang dalam komponen afekifnya karena komponen kognitif dimasukan dalam konsep kepercayaan, komponen behavioral dimasukan dalam faktor sosiopsikologis konatif yang terdiri dari kebiasaan dan kemauan. (Rakhmat, 2018:50)

Sebagian besar informan setelah mengikuti pelatihan kewirausahaan menjadi paham dan mengerti bagaimana mereka harus membuat perencanaan terlebih dahulu sebelum mereka membuat sebuah produk untuk usaha. Proses kewirausahaan dari beberapa konsep yang ada, setidaknya terdapat enam hakekat

penting kewirausahaan. Di antaranya:

- 1) Kewirausahaan adalah suatu nilai yang diwujudkan dalam perilaku yang dijadikan dasar sumber daya, tenaga penggerak, tujuan, siasat, kiat, proses, dan hasil bisnis; 2) Kewirausahaan adalah suatu kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda (*ability to create the new and different*); 3) Kewirausahaan adalah suatu proses penerapan kreativitas dan inovasi dalam memecahkan persoalan dan menemukan peluang untuk memperbaiki kehidupan; 4) Kewirausahaan adalah suatu nilai yang diperlukan untuk memulai suatu usaha (*start-up phase*) dan perkembangan usaha (*venture growth*); 5) Kewirausahaan adalah suatu proses dalam mengerjakan sesuatu yang baru (*creative*), dan sesuatu yang berbeda (*inovative*) yang bermanfaat memberi nilai lebih; dan 6) Kewirausahaan adalah usaha

menciptakan nilai tambah dengan jalan mengkombinasikan sumber-sumber melalui cara-cara baru dan berbeda untuk memenangkan persaingan. Nilai tambah tersebut dapat diciptakan dengan cara mengembangkan teknologi baru, menemukan pengetahuan baru, menemukan cara baru untuk menghasilkan barang dan jasa yang baru yang lebih efisien, memperbaiki produk dan jasa yang sudah ada, dan menemukan cara baru untuk memberikan kepuasan kepada konsumen (Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi, 2013).

Berdasarkan keenam konsep diatas, secara ringkas kewirausahaan dapat didefinisikan sebagai sesuatu kemampuan kreatif dan inovatif (*create new and different*) yang dijadikan kiat, dasar, sumber daya, proses dan perjuangan untuk menciptakan nilai tambah barang dan

jasa yang dilakukan dengan keberanian untuk menghadapi risiko. Sebelum mahasiswa memulai berwirausaha maka ada beberapa hal yang harus dipersiapkan diantaranya adalah Pilih bidang usaha yang harus diminati oleh mahasiswa dan memiliki hasrat dan pengetahuan di dalamnya. Kemudian perluas dan perbanyak jaringan bisnis dan pertemanan. Pilihlah keunikan dan nilai unggul dalam produk atau jasa anda. Tentukan, apakah ingin bersaing berdarah-darah di usaha web murah meriah, atau akan spesifik kepada desainnya, atau akan spesifik kepada faktor keamanannya atau kepada tingkat kesulitan dan kompleksitas pengelolaan databasenya. Jaga kredibilitas dan *brand image*.

Setelah mengikuti pelatihan kewirausahaan hampir semua mahasiswa mau melakukan wirausaha

untuk mendapatkan keuntungan baik secara materil maupun secara moril dengan memanfaatkan sumber daya alam dan sumber daya manusia yang ada di tempat tinggal masing-masing. Ada yang akan memulai usaha membuat keripik dari singkong, ada yang akan membuat usaha membuat keripik dari pisang dengan berbagai rasa ada yang akan memulai lagi usaha membuat kue yang sebelumnya pernah dilakukan ketika mereka sedang kuliah. Semua mahasiswa tampak bersemangat dan antusias mewujudkan keinginan mereka untuk mulai dan melanjutkan berwirausaha dengan mengikuti ketentuan-ketentuan yang harus diperhatikan ketika akan memulai wirausaha. Hendra karunia sebagai founder destinasibandung.id mengungkapkan Intinya, pada masa pandemi ini, kita tidak perlu khawatir dan takut untuk memulai usaha, justru sekarang bisa

dijadikan sebagai momen yang tepat bagi kita untuk mulai berwirausaha (Fadhila, 2020a).

Kiat memulai wirausaha juga dapat diadopsi menurut seorang pakar bisnis sekaligus motivator yaitu Tum Desem Waringin. Berikut ini adalah langkah- langkah teknis yang dapat dilakukan untuk memulai bisnis : 1) Bangun Ide bisnis dengan menulis Impian dan hobby kita. Tuliskan sepuluh mimpi dan hobby kita, lalu seleksi menjadi tiga yang paling membuat kita sangat ambisius dan enjoy untuk menjalankannya. Seleksi lagi menjadi satu mimpi yang membuat kita menjadi harus untuk mewujudkannya. Sehingga satu mimpi tersebut benar-benar dijadikan sebagai *Visi/Goal/Target* yang harus diraih; 2). Berikan alasan yang sangat kuat untuk mewujudkan mimpi tersebut. Bayangkan kenikmatan apa yang akan kita dapat apabila mimpi

tersebut terwujud dan kesengsaraan apa yang akan kita terima kalau mimpi tersebut tidak terwujud; 3) Mulai lah untuk mewujudkan mimpi tersebut dengan bertindak dan cari tema yang tepat dan tulis misi / Langkah pencapaian dan tuangkan menjadi konsep usaha yang jelas; 4) Lakukan riset baik di internet maupun di kenyataan sehari-hari, Visi dan Misi yang kita tulis harus terdefinisi dengan jelas, specific dan marketabel sesuai bidangnya; 5) Tuliskan dan rancang strategi yang akan dijalankan; 6) gunakan faktor pengungkit OPM (*Other People's Money*), OPE (*Other People's Experience*), OPI (*Other People Idea*), OPT (*Other People's Time*), OPW (*other People's Work*); 7) Cari pembimbing (pilih yang sudah sukses di bidang tersebut), untuk pembanding dan mengurangi resiko kegagalan dalam melakukan langkah-

langkah pencapaian tujuan tersebut;

8) Buatlah sebuah TEAM yang kompak untuk membantu mewujudkan goal tersebut T = *Together* E = *Everybody* A = *Achieve* M = *Miracle*; 9) Optimalkan jaringan, relasi dan network yang kita punya untuk mencapai tujuan/visi kita tersebut; 10) Buat jaringan baru yang tak terhingga dengan membuat relasi dan silaturahmi sebanyak-banyaknya; 11) Gunakan alat bantu untuk mempercepat pencapaian misal website, jejaring sosial, *advertisement*, promosi; dan 12). Buat sistem yang ideal untuk bisnis tersebut. S=*Save*, Y=*Your*, S=*Self*, T=*Timing*, E=*Energy*, M=*Money* (Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi, 2013).

SIMPULAN

Pengetahuan mahasiswa mengenai kewirausahaan setelah

mengikuti pelatihan ini menjadi meningkat, dari yang tidak tahu sama sekali mengenai wirausaha menjadi tahu apa yang dimaksud dengan kewirausahaan. Keterampilan mahasiswa dalam merencanakan kewirausahaan setelah mengikuti pelatihan ini menjadi meningkat, dari yang tidak mengerti sama sekali mengenai perencanaan wirausaha menjadi mengerti dan mempraktekkan membuat perencanaan wirausaha. Keterampilan mahasiswa mengenai pelaksanaan wirausaha setelah mengikuti pelatihan ini menjadi meningkat, dari yang tidak pernah membayangkan suatu saat mereka akan bisa wirausaha menjadi terbayangkan bagaimana nantinya kalau mereka jadi pengusaha.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardianto, E. (2011). *Metode Penelitian untuk Public Relations: Kuantitatif dan Kualitatif*. Simbiosis Rekatama Media.
- Bunyamin, A., & Purnomo, D. (2017). *Entrepreneur Speak Up*. Bitread Publishing.
- Creswell, J. W. (2013). *Qualitative Inquiry & Research Design*. Sage Publication.
- Darmawan, D. (2009). *Komunikasi Pembelajaran*. Humaniora.
- Daryanto. (2012). *Pendidikan Kewirausahaan*. GAVA MEDIA.
- Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi. (2013). *Modul Pembelajaran Kewirausahaan*. Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan.
- Fadhila, A. (2020a). *Mengubah Strategi Wirausaha di Masa Pandemi COVID-19*. bagikanberita.com.
- Fadhila, A. (2020b). *Ubah Strategi Agar Tak "Mati" Di Masa Pandemi*. destinasibandung.co.id.
- Fahmi, I. (2014). *Kewirausahaan: Teori, Kasus dan Solusi*. Alfabeta.
- Iriantara, Y., & Syarifudin, U. (2013). *Komunikasi Pendidikan*. Simbiosis Rekatama Media.
- Kriyantono. (2012). *Teknik Praktis Riset komunikasi*. Kencana.
- Moleong, L. J. (2010). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. PT Remaja Rosdakarya.
- Purnomo, D., & Kurniawan, I. A. K. (2017). *Sociopreneur Milenial : Bisnis Berbasis Kolaborasi antara Desa dan Kota*. Bitread Publishing.
- Purnomo, I. D. (2020). *99 Vitamin Nutrisi Untuk Proses Kreatif di Era Disrupsi*. Bitread Publishing.
- Purnomo, I. D., & Adenita. (2020). *Jangan Lelah Berproses; Sociopreneur*. PT.Serambi Ilmu Semesta.
- Rakhmat, J. (2018). *Psikologi Komunikasi*. Simbiosis Rekatama Media.
- Sugiyono. (2011). *Memahami Penelitian Kualitatif*. CV. Alfabeta.
- Ummiyati, N., & Hadisiwi, P. (2017). Pengaruh Terpaan Informasi Riset Melalui Website www.ppet.lipi.go.id Terhadap Sikap Mahasiswa Mengenai Penelitian. *Jurnal Kajian Komunikasi*, 5(1), 111–120. <https://doi.org/https://doi.org/10.24198/jkk.v5i1.9076>
- Yusup, P. M. (2010). *Komunikasi Instruksional: Teori Dan Praktik*. Bumi Aksara.