

STRATEGI MAHASISWA DALAM MENGEMBANGKAN KEWIRAUSAHAAN DALAM PANDANGAN *KNOWLEDGE MANAGEMENT*

Meidini Hanian Hajariana, Nusaibah Wafdana

Jurusan Administrasi Pendidikan Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri

Email: nusaibahwafdana@gmail.com

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi mahasiswa dalam mengembangkan kewirausahaan, yang meliputi belajar berbisnis, kreativitas dalam menciptakan produk, proses promosi, inovasi-inovasi yang dilakukan dalam mengembangkan bisnis. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif dengan jenis analisis deskriptif untuk mengetahui strategi mahasiswa dalam memulai dan mengembangkan bisnisnya. Metode ini dianggap dapat menggali informasi sedetail mungkin mengenai strategi mahasiswa dalam berwirausaha. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa mahasiswa memiliki keberanian tinggi dalam berwirausaha dan belajar secara otodidak melalui internet. Data yang diperoleh dari survei yang dilakukan menggunakan *google form* yang diisi 56 mahasiswa mulai dari angkatan 2015- 2019 menunjukkan bahwa strategi mahasiswa dalam mengembangkan bisnis lebih memilih media social sebagai ajang promosi produknya karena lebih efektif dan efisien. Berdasarkan hasil dari penelitian, kami menemukan adanya keterkaitan antara strategi kewirausahaan mahasiswa dengan manajemen pengetahuan. Dari data yang kami himpun, sebagian besar mahasiswa berwirausaha secara otodidak, mengandalkan informasi dan mengolah informasi tersebut. Hal ini sesuai dengan konsep manajemen pengetahuan.

Kata kunci: manajemen pengetahuan, kewirausahaan

Kewirausahaan berasal dari istilah *entrepreneurship* yang sebenarnya berasal dari kata *entrepreneur* yang artinya suatu kemampuan (*ability*) dalam berfikir kreatif dan berperilaku inovatif yang dijadikan dasar, sumber daya, tenaga penggerak tujuan, siasat kiat dan proses dalam menghadapi tantangan hidup. (Marganingsih & Pelipa, 2018). Menurut penelitian yang diadakan melalui survey *google form* yang diisi oleh 56 mahasiswa dari berbagai kampus, sebagian besar mereka setuju bahwa kewirausahaan dapat dipelajari secara otodidak tidak melulu harus mengambil mata kuliah kewirausahaan atau mempunyai mentor yang ahli dibidang tersebut. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan jenis analisis deskriptif. Teknik pengumpulan data yang dilakukan peneliti adalah dengan cara observasi lapangan, wawancara, dokumentasi dan melalui *survey google form* yang bertujuan untuk mengetahui strategi mahasiswa dalam mengembangkan kewirausahaan.

Manajemen pengetahuan atau *knowledge management* adalah proses perubahan organisasional yang berkaitan dengan pengetahuan yang selama ini tidak tercakup di dalam organisasi termasuk pemerolehan, transformasi, dan pendistribusian suatu informasi yang didapat dan manajemen pengetahuan perlu dihubungkan dengan manajemen informasi karena manajemen pengetahuan yang mencakup pengetahuan tapi tidak dapat dikelola tanpa manajemen informasi (Siregar, 2005).

Menurut pengertian diatas, dapat disimpulkan bahwa, pengertian dari manajemen pengetahuan adalah seni mengolah informasi. Terdapat keterkaitan antara manajemen pengetahuan dan strategi kewirausahaan. Menurut kuisisioner yang kami sebarakan melalui *google form*, sebanyak 28,1% mengatakan sangat setuju bahwa kewirausahaan dipelajari melalui otodidak dan sebanyak 56,1% mengatakan setuju. Dari data tersebut bisa dilihat bahwa mahasiswa yang sedang berwirausaha berusaha untuk mengolah dan mempelajari informasi mengenai kewirausahaan secara individu atau otodidak, hal ini sesuai dengan konsep manajemen pengetahuan dalam mengolah informasi. Mengenai sumber belajar mahasiswa dalam berwirausaha, dari data yang kami himpun sebanyak 36,6% setuju bahwa

responden mempelajari wirausaha melalui internet dan 63,2% sangat setuju mengenai hal tersebut. Tujuan dari penelitian ini adalah agar kami dapat mengetahui strategi mahasiswa dalam berwirausaha dan mencari keterkaitan antara berwirausaha dengan manajemen pengetahuan.

METODE

Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif dengan teknik analisis deskriptif, yaitu suatu metode penelitian untuk menemukan pengetahuan yang menggunakan data berupa angka sebagai alat untuk menganalisis suatu keterangan mengenai apa yang ingin diketahui (Nazir, 1988). Metode deskriptif merupakan meneliti suatu objek atau kondisi yang bertujuan menggambarkan suatu fenomena yang diteliti. Dalam penelitian ini peneliti berperan sebagai instrument kunci dengan subjek penelitian mahasiswa di Universitas Negeri Malang, jenis teknik penelitian yang digunakan adalah survei yaitu, melakukan penyelidikan untuk memperoleh fakta-fakta dengan mengevaluasi serta membandingkan data atau hasil yang telah didapat.

Teknik pengumpulan data yakni dengan menyebarkan data google form kepada para mahasiswa disetiap Fakultas di Universitas Negeri Malang untuk membantu peneliti dalam melakukan penelitian. Sugiono (2011) menyatakan angket merupakan teknik pengumpulan data dengan memberikan beberapa pertanyaan kepada responden. Peneliti menggunakan mahasiswa sebagai sampel dalam subjek penelitian, menurut Sugiyono (2010:81) sampel merupakan bagian dari jumlah atau karakteristik dari populasi, sampel yang diambil benar-benar dapat mewakili populasi, sedangkan populasi merupakan kumpulan dari orang, benda atau atau sesuatu yang menjadi perhatian. Kami menggunakan pendekatan kuantitatif dalam melakukan penelitian agar kami dapat mengetahui bagaimana tingkat kepuasan mahasiswa terhadap tingkat kebersihan kantin dimasing-masing Fakultas.

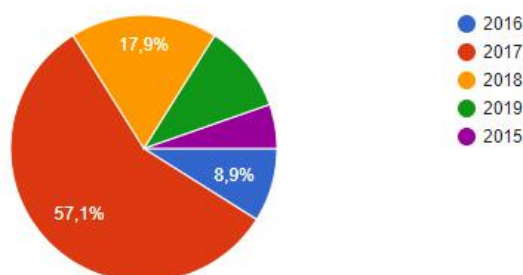
HASIL

Berikut ini diuraikan hasil deskripsi data dari responden penelitian yang telah mengisi angket dalam penelitian ini.

Tahun angkatan yang mengisi angket

Tahun Angkatan

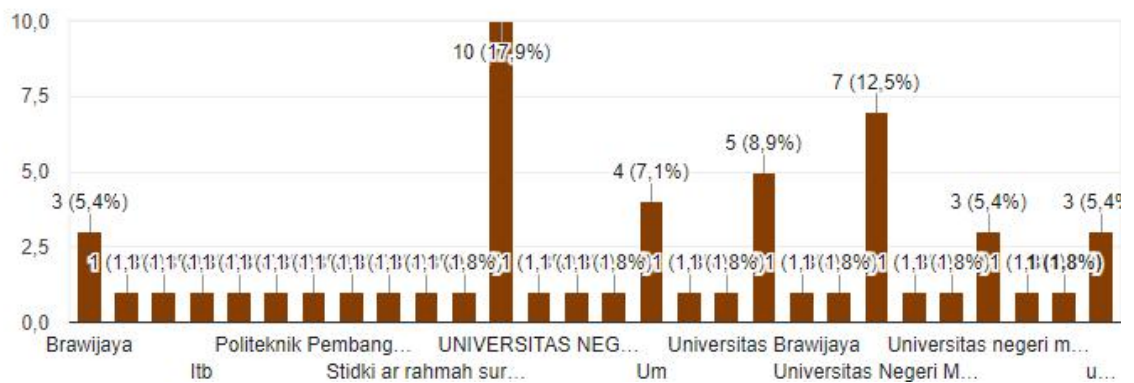
56 tanggapan



Asal Universitas

Asal Kampus

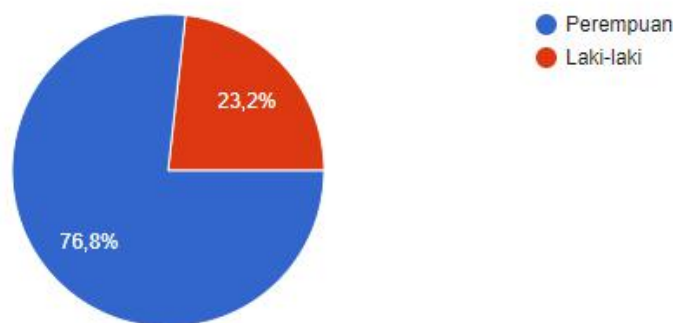
56 tanggapan



Jenis Kelamin

Jenis Kelamin

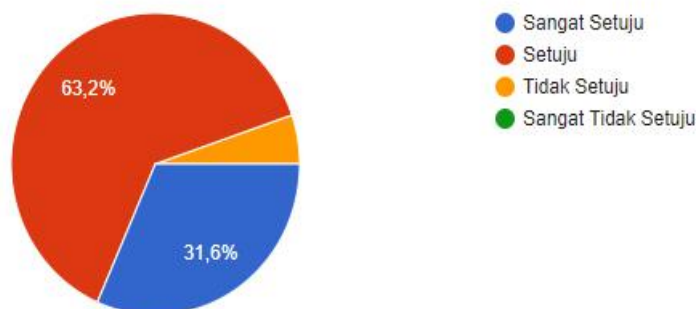
56 tanggapan



Saya mempelajari berwirausaha melalui media sosial/internet

Saya mempelajari berwirausaha melalui media sosial/internet

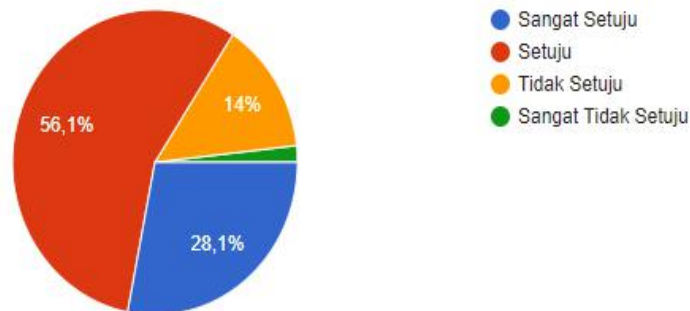
56 tanggapan



Saya mempelajari berwirausaha secara otodidak

Saya mempelajari berwirausaha secara otodidak.

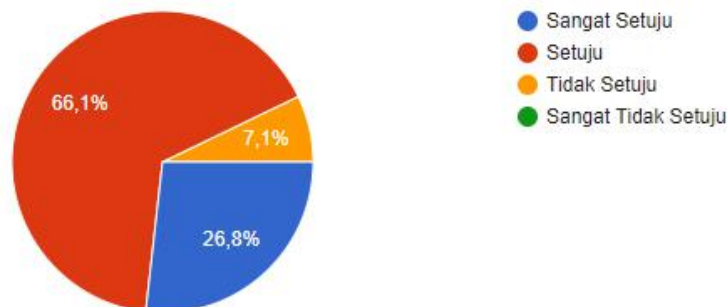
56 tanggapan



Saya memiliki keberanian dalam berwirausaha

Saya memiliki keberanian dalam berwirausaha.

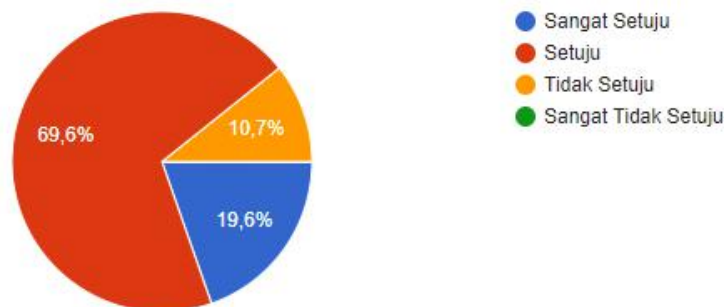
56 tanggapan



Saya memiliki ide yang baik dalam berwirausaha

saya memiliki ide yang baik dalam berwirausaha.

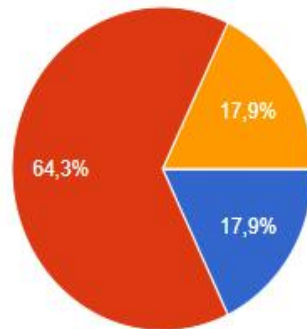
56 tanggapan



Saya memiliki target pasar yang baik

saya memiliki target pasar yang baik.

56 tanggapan

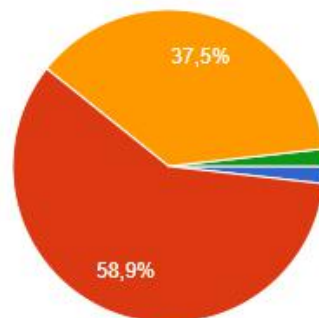


- Sangat Setuju
- Setuju
- Tidak Setuju
- Sangat Tidak Setuju

Saya mengikuti pelatihan kewirusahaan

saya mengikuti pelatihan kewirusahaan.

56 tanggapan

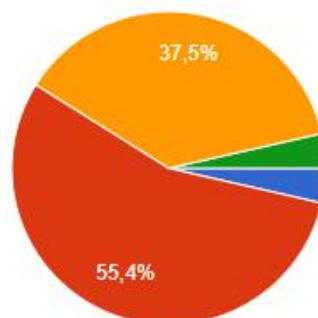


- Sangat Setuju
- Setuju
- Tidak Setuju
- Sangat Tidak Setuju

Saya memiliki mentor dalam berwirausaha

Saya memiliki mentor dalam berwirausaha.

56 tanggapan

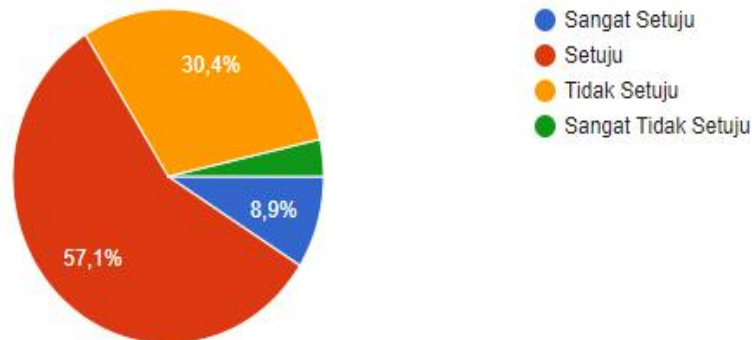


- Sangat Setuju
- Setuju
- Tidak Setuju
- Sangat Tidak Setuju

Saya memiliki teamwork yang baik

Saya memiliki teamwork yang baik.

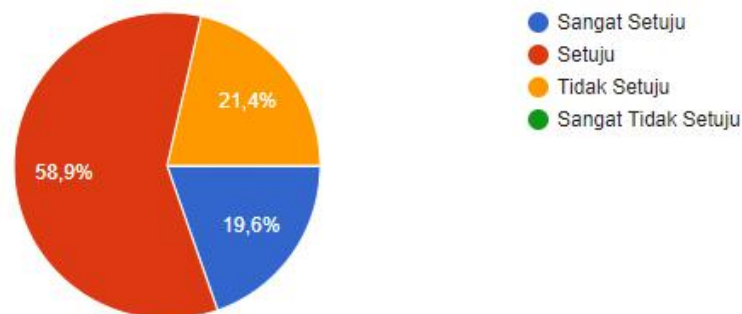
56 tanggapan



Saya selalu melakukan inovasi dalam berwirausaha

Saya selalu melakukan inovasi dalam berwirausaha.

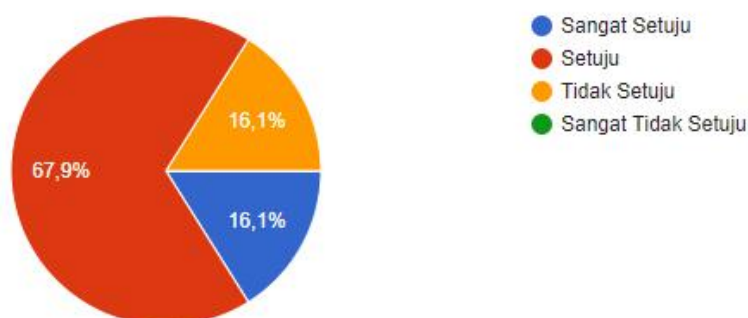
56 tanggapan



Saya melakukan kerjasama dengan usaha teman/usaha orang lain untuk meningkatkan kualitas usaha saya

Saya melakukan kerjasama dengan usaha teman/usaha orang lain untuk meningkatkan kualitas usaha saya.

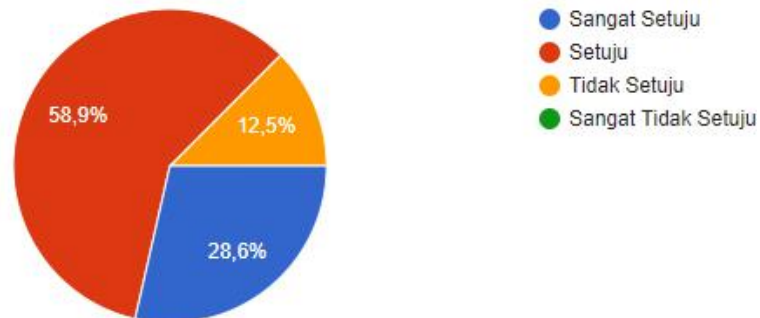
56 tanggapan



Saya menawarkan diskon untuk menarik pembeli

Saya menawarkan diskon untuk menarik pembeli.

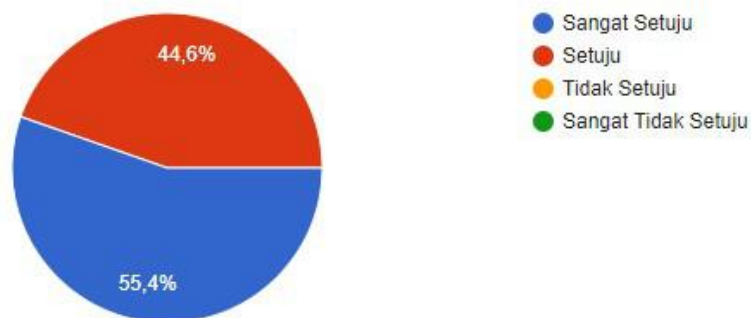
56 tanggapan



Saya menggunakan media sosial untuk mempromosikan usaha saya

Saya menggunakan media sosial untuk mempromosikan usaha saya.

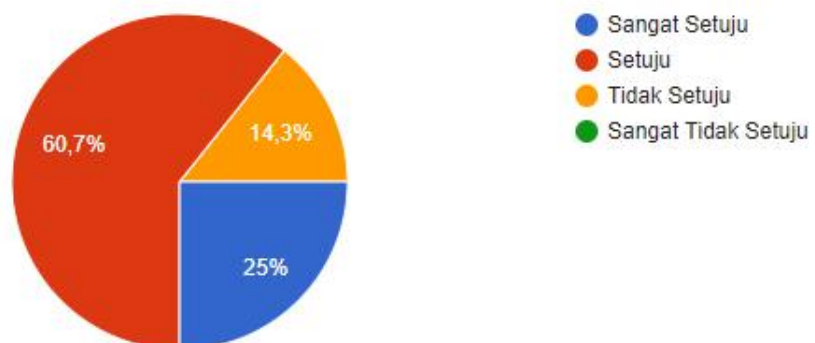
56 tanggapan



Saya dapat membagi waktu antara kuliah dan berwirausaha

Saya dapat membagi waktu antara kuliah dan berwirausaha.

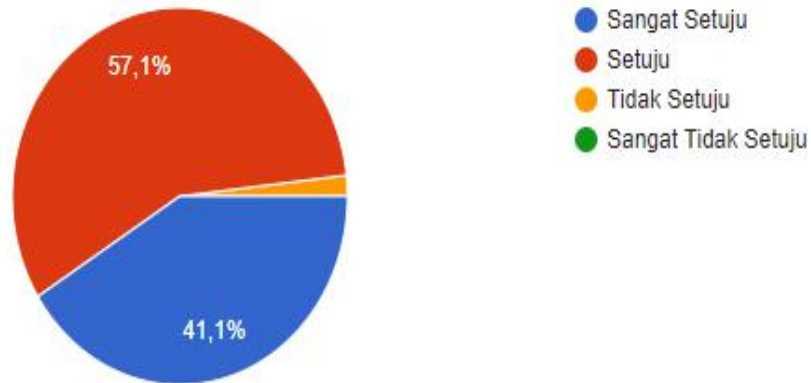
56 tanggapan



Produk yang baik memiliki legalitas

Produk yang baik memiliki legalitas.

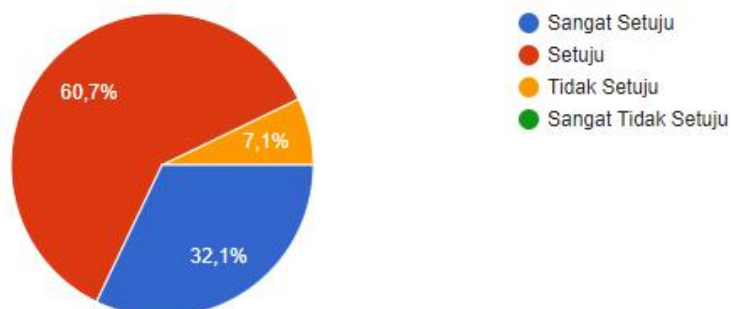
56 tanggapan



Saya menggunakan logo untuk menarik pembeli

Saya menggunakan logo untuk menarik pembeli.

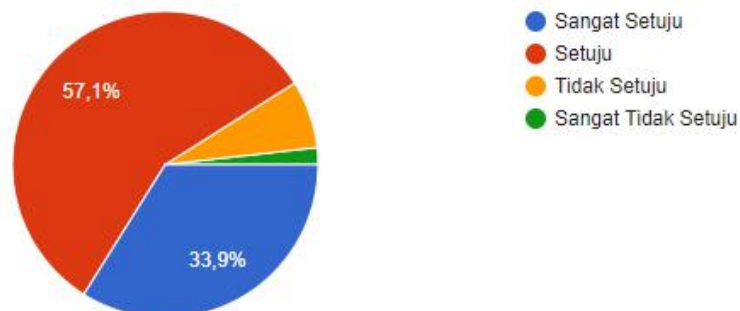
56 tanggapan



Produk yang baik memiliki brand

Produk yang baik memiliki brand.

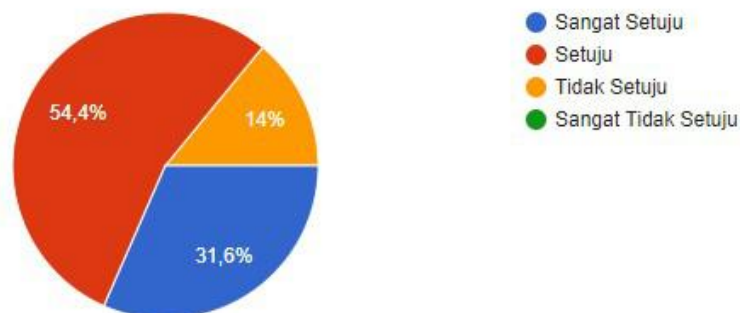
56 tanggapan



Produk Saya memiliki slogan agar pelanggan selalu mengingat produk Saya

Produk Saya memiliki slogan agar pelanggan selalu mengingat produk Saya.

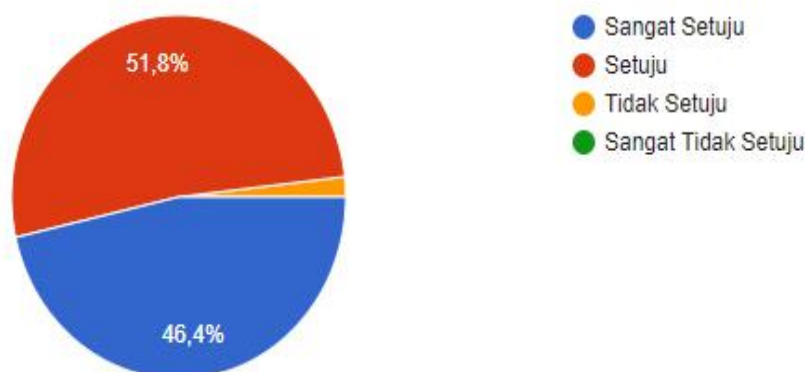
56 tanggapan



Saya membuat kemasan yang baik untuk menarik pelanggan

Saya membuat kemasan yang baik untuk menarik pelanggan.

56 tanggapan



Berdasarkan hasil data yang diperoleh daripada *survey* yang dilakukan menggunakan *google form* yang diisi mahasiswa dari mulai tahun angkatan dari 2015-2019 sebagai narasumber menunjukkan bahwa masih banyak mahasiswa yang lebih memilih berwirausaha secara otodidak, mengandalkan media social dalam mempromosikan produk serta membuat brand sendiri.

Dari data survey, terdapat banyak mahasiswa yang mengandalkan media social atau internet sebagai bahan belajar untuk berwirausaha. Karena itu pula, banyak pula mahasiswa yang lebih mengandalkan keberanian dalam berwirausaha. Data survey menunjukkan bahwa mahasiswa lebih memilih media social sebagai ajang promosi produk karena lebih efektif dan efisien. Mahasiswa menilai bahwa produk yang baik haruslah dikemas secara menarik dan memiliki brand, menggunakan diskon sebagai ajang promosi pula. Memiliki teamwork yang baik sebagai memperluas relasi dan meringankan beban dalam berwirausaha. Dari data survey, mahasiswa banyak yang mengaku bahwa antara berkuliah dan berwirausaha dapat seimbang dan tidak mengganggu satu sama lain.

PEMBAHASAN

Dari survey data google form yang telah kami himpun dan rekap, ada keterkaitan antara manajemen pengetahuan dengan pengembangan kewirausahaan, contohnya pada saat ini, banyak mahasiswa yang lebih memilih berwirausaha sebagai penambah kebutuhan sehari-hari dengan menggunakan konsep manajemen pengetahuan, yaitu dengan belajar otodidak melalui internet, mengandalkan relasi sebagai ajang promosi produk dan mempelajarinya. Hal tersebut sesuai dengan konsep manajemen pengetahuan yang berisi tentang pengolahan informasi dan penyebarannya. (Sandhawalia & Dalcher, 2011) berwirausaha tidak cukup hanya dengan memiliki aset dan sumberdaya saja namun juga membutuhkan kompetensi knowledge management yang kuat untuk mengembangkan dan mendukung praktik kerja dan rutinitas usaha agar tetap kompetitif. (M. & Bado, 2011) memiliki hubungan antar mitra usaha dan pihak terkait dapat mendukung praktik kerja dan rutinitas usaha yang kompetitif, dengan begitu jaringan produksi dan distribusi produk yang luas akan terbentuk dengan adanya hubungan kemitraan yang baik.

Dari data yang kami himpun, sebanyak 28,1% mengatakan sangat setuju bahwa kewirausahaan dipelajari melalui otodidak dan sebanyak 56,1% mengatakan setuju. Dari data tersebut bisa dilihat bahwa mahasiswa yang sedang berwirausaha berusaha untuk mengolah dan mempelajari informasi mengenai kewirausahaan secara individu atau otodidak, hal ini sesuai dengan konsep manajemen pengetahuan dalam mengolah informasi. Mengenai sumber belajar mahasiswa dalam berwirausaha, dari data yang kami himpun sebanyak 36,6% setuju bahwa responden mempelajari wirausaha melalui internet dan 63,2% sangat setuju mengenai hal tersebut. (Awad & Ghaziri, 2004) ada empat pola dasar dalam menciptakan pengetahuan yaitu, sosialisasi, eksternalisasi, kombinasi dan internalisasi, belajar otodidak melalui internet termasuk pola dasar menciptakan pengetahuan melalui internalisasi yang mana seseorang melakukan proses berbagi pengetahuan eksplisit dari informasi yang ada diinternet kemudian berhasil diubah menjadi pengetahuan taksit untuk digunakan dalam berwirausaha.

Selain sumber belajar berwirausaha, menurut data yang kami himpun, sebanyak 55,4% koresponden sangat setuju mereka melakukan pemasaran atau promosi melalui media social, dan sebanyak 44,6% setuju dengan hal tersebut. Menurut Martin L. Bell dalam Basu (Swasta dan Irawan, 1990) promosi adalah suatu kegiatan usaha pemasaran untuk menarik minat pembeli. Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa dalam memasarkan produk koresponden menyebarkan informasi dan mempromosikannya melalui media sosial. Hal tersebut, dinilai sebagai cara yang paling efektif dan efisien di era modern saat ini. Dalam menyebarkan informasi, secara tidak langsung koresponden mengusung konsep manajemen pengetahuan dalam proses penyebaran informasi.

SIMPULAN

Dalam berwirausaha, seringkali mahasiswa mengandalkan internet sebagai acuan belajar dan memperoleh informasi penting terkait. Hal tersebut seiring atau terkait dengan konsep manajemen pengetahuan dalam proses mengolah informasi. Hal ini dapat diterapkan secara efektif dan efisien mengingat zaman sudah serba teknologi, pun juga mengenai promosi dan dapat dengan mudah menentukan target pasar melalui media sosial.

Harapannya, ketika dengan mudahnya zaman yang serba teknologi ini, mahasiswa tidak sembarangan dalam menerima informasi, harus dapat diolah dan diteliti dengan benar seperti pada konsep manajemen pengetahuan dimana informasi yang diterima sebelum diolah harus dipastikan keabsahan informasi yang diterima tersebut.

DAFTAR RUJUKAN

- Awad, E.M., Ghaziri, H.M.(2004.) Knowledge Management. Prentice Hall: Pearson Education Inc.
- Basu Swastha, DH dan Irawan. 1990. Manajemen Pemasaran Modern. Yogyakarta:Liberty.
- Marganingsih, A., & Pelipa, E. D. (2018). Pengaruh Pelatihan Keterampilan Berwirausaha Terhadap Hasil Belajar Mahasiswa. VOX EDUKASI: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, 8(2), 83–93. <https://doi.org/10.31932/ve.v8i2.42>
- M., S., & Bado, B. (2011). Pengaruh Kemitraan Usaha Terhadap Kinerja Usaha Pada UKM dan Koperasi di Kabupaten Jeneponto Sulawesi Selatan. Econosains, IX(2).
- Moh. Nazir. 1988. Metode Penelitian (Jakarta: Ghalia Indonesia)
- Sandhawalia, B. S., & Dalcher, D. (2011). Developing knowledge management capabilities: A structured approach. Journal of Knowledge Management, 15(2), 313–328.
- Siregar, A. R. (2005). Manajemen Pengetahuan: Perspektif Pustakawan. Pustaka, 1(1), 2-6– 6.
- Sugiyono. 2009. Metode Penelitian Bisnis (pendekatan kuantitatif, kualitatif, dan R&D. Bandung : Alfabeta.