

STRATEGI *EDUPRENEUR* BAGI CALON GURU SEKOLAH DASAR DALAM MENINGKATKAN MOTIVASI BERWIRAUSAHA

Muh. Husen Arifin¹, Yusuf Tri Herlambang²

^{1,2}PGSD, Kampus Cibiru, Universitas Pendidikan Indonesia

e-mail: muhusenarifin@upi.edu

Abstrak

Perspektif berwirausaha sulit dan tidak bisa dilaksanakan oleh mahasiswa calon guru sekolah dasar menjadi salah satu faktor ketidaksiapan calon guru sekolah dasar dalam menumbuhkan semangat berwirausaha, sementara di era digital ini calon guru dasar harus menyiapkan kompetensi yang kompleks. Kompetensi bagi mahasiswa calon guru dasar ini membutuhkan strategi yang efektif. Maka dari itu, dibutuhkan strategi *edupreneur* yang konstruktif bagi calon guru sekolah dasar agar dapat menumbuhkan minatnya dalam berwirausaha. *Edupreneur* merupakan konsep pendidikan kewirausahaan yang menempatkan sikap berwirausaha dalam pendidikan. Adapun metode pelaksanaan dengan melakukan presentasi dan tugas proyek wirausaha. Hasil dari kegiatan ini mahasiswa calon guru sekolah dasar mampu membuat ide wirausaha dan melaksanakan praktik wirausahanya, sehingga menumbuhkan minat berwirausaha lebih konstruktif.

Kata kunci: Edupreneur, Motivasi Berwirausaha

Abstract

The entrepreneurial perspective is difficult and cannot be implemented by prospective elementary school teacher students to be a factor in the unpreparedness of prospective elementary school teachers in fostering an entrepreneurial spirit, while in this digital era prospective elementary teachers must prepare complex competencies. Competence for prospective elementary teacher students requires an effective strategy. Therefore, a constructive edupreneur strategy is needed for elementary school teacher candidates in order to foster their interest in entrepreneurship. Edupreneur is an entrepreneurship education concept that places an entrepreneurial attitude in education. The implementation method is by doing presentations and entrepreneurial project assignments. The results of this activity are prospective elementary school teacher students who are able to create entrepreneurial ideas and carry out their entrepreneurial practices, thereby fostering a more constructive interest in entrepreneurship.

Keywords: Edupreneur, Entrepreneurial Motivation

PENDAHULUAN

Perspektif berwirausaha sulit dan tidak bisa dilaksanakan oleh mahasiswa calon guru sekolah dasar menjadi salah satu faktor ketidaksiapan mahasiswa calon guru sekolah dasar dalam menumbuhkan semangat berwirausaha, sementara di era digital ini mahasiswa calon guru dasar harus menyiapkan kompetensi yang kompleks dan keterampilan yang komprehensif. Keterampilan yang diharapkan dapat menjadi bekal ketika menjadi guru sekolah dasar. Keterampilan yang dimaksud adalah keterampilan abad 21 yaitu keterampilan berpikir kritis, keterampilan berkolaborasi, keterampilan berkomunikasi, dan keterampilan kreativitas.

Kemampuan mahasiswa calon guru dasar sangat penting mengasah keterampilan abad 21 tersebut di masa perkuliahan atau pada jenjang studi yang sedang ditempuhnya. Namun demikian problematika yang sering muncul ada pada ketidakpastian mahasiswa calon guru dasar dalam membuat keputusan-keputusan penting, termasuk di dalam berwirausaha yang notabene ilmu berwirausaha perlu dimiliki sejak awal. Selain itu, kemampuan berwirausaha pada mahasiswa calon guru dasar membutuhkan strategi, terutama dalam menumbuhkan minatnya berwirausaha.

Maulina et al., (2018) menyebutkan bahwa keunggulan wirausaha baru ditentukan dari kolaborasinya. Selain itu, keberhasilan wirausaha baru juga ditentukan dengan karakter dari wirausaha tersebut. Sejalan, bahwa motivasi berwirausaha tidak sekadar muncul, melainkan dibutuhkan kemauan yang keras dalam mewujudkannya.

Kemampuan dari mahasiswa calon guru dasar menurut Arifin (2018) dimulai dari minat dan cita-citanya mengelola usaha yang akan dijalankannya. Maka dari itu, motivasi berwirausaha perlu dilakukan dengan strategi *edupreneur*.

Strategi *edupreneur* merupakan langkah alternatif bagi mahasiswa calon guru dasar di dalam mengembangkan diri berdasarkan minatnya dalam berwirausaha. Dengan sungguh-sungguh mengetahui dari awal akan memberikan semangat yang tinggi dalam memunculkan ide-ide wirausahanya.

Sementara itu penelitian dari Winoto & Rokhman (2014) menyatakan bahwasanya memiliki motivasi berwirausaha harus diwujudkan dengan produk usaha sebab menjadi wirausaha saat ini sangat mendesak kebutuhannya.

Tujuan dari kegiatan pengabdian ini adalah mengaplikasikan strategi *edupreneur* bagi calon guru sekolah dasar dalam meningkatkan motivasi wirausaha.

METODE

Metode pada kegiatan ini yaitu presentasi dan praktik berwirausaha. Langkah-langkah yang dilakukan yaitu: a) presentasi, menyampaikan materi kepada mahasiswa calon guru dasar mengenai strategi *edupreneur*. b) pengaplikasian strategi *edupreneur* bagi mahasiswa calon guru dasar.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Proses pembentukan minat wirausaha bagi mahasiswa calon guru dasar membutuhkan strategi *edupreneur*. Maksud dari strategi *edupreneur* agar mahasiswa calon guru dasar mampu menumbuhkan motivasi berwirausahanya sejak masa studi. Sebagai *edupreneur* yang mampu mengaktualisasikannya dengan baik.

Presentasi yang dilakukan dengan materi tentang growth mindset. Materi berpikir bertumbuh ini mengarah kepada proses berpikir mahasiswa calon guru dasar dalam mengambil keputusan yang tepat. Hal ini berkaitan dengan motivasi yang wajib dikembangkan oleh mahasiswa mahasiswa calon guru dasar.



Gambar 1 Materi Growth Mindset

Kemudian materi selanjutnya tentang analisis ide usaha, pemasaran, segmentasi, targeting, dan positioning, dan proyeksi keuangan. Pengenalan analisis ide usaha kepada mahasiswa calon guru dasar memberikan stimulus tentang ide-ide wirausaha yang dapat dimanfaatkan sebagai peluang di dalam menjalankan usaha baru sejalan dengan yang disampaikan dalam penelitian (Kickul & Gundry, 2002; Kollmann et al., 2019) bahwa identifikasi kesempatan dalam menjalankan usaha memerlukan analisis ide usaha terlebih dahulu.

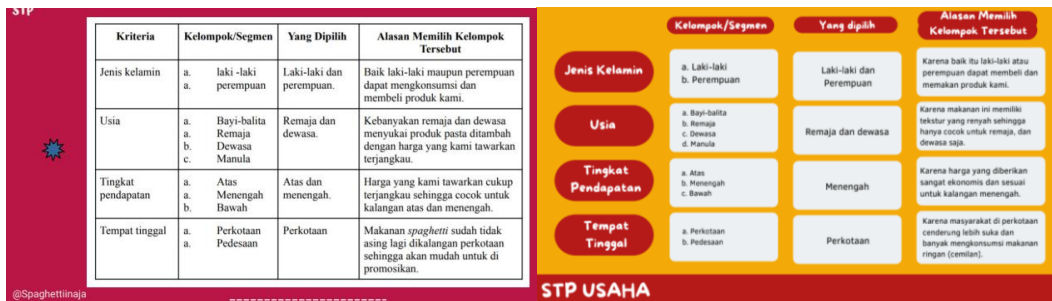
Ide usaha merupakan gagasan yang harus dimaksimalkan untuk memperoleh langkah awal dalam memulai usaha. Dalam hal ini, mahasiswa calon guru sekolah dasar harus mempertimbangkan analisis ide usaha yang kreatif dan memberi dampak positif bagi lingkungannya.

Oleh karena itu, ide usaha yang dibuat harus melalui analisis SWOT dan analisis Pros Cons. Dua analisis ini penting diterapkan oleh mahasiswa calon guru sekolah dasar. Hasil dari diskusi analisis ide usaha menghasilkan beberapa ide usaha yaitu Teman Nyemil, Juragan Pedas, Niera Aksesoris, Fruit Sando, Ggetsbanana, Banana Chossan, Wrap & Love, Spaghetiinaja, Nusantara Foods, Sebregng, Cipeng Mughli Laris, Bola-bola Manieez, Buttercup Hampers, IPopyou, Jalabi, Bacil Queen, Kadoja, Plan With Me, nyemil.formood, yumspysnack, Strap.y.wol, Mie Lidi Lididaw, Take n Roll Bakery, Cemalcemilanku, Sock.zy, Marbel Edu, Sesuairasacicalengka, Rinsol Rainbow, Sandwich Robu.

29 ide usaha ini benar-benar dibuat oleh mahasiswa calon guru sekolah dasar, dan oleh karena itu juga bahwa ide usaha ini akan dilanjutkan dengan strategi berikutnya yaitu STP (segmentasi, target, dan posisi). Langkah strategi STP ini memberikan maksud bahwa ide usaha apabila tidak segera

dieksekusi ke dalam tahap berikutnya, akan menjadi ide yang tidak bisa dilakukan, dengan kata lain usaha tidak bisa dijalankan.

Langkah STP ini harus dilakukan oleh mahasiswa calon guru sekolah dasar sebagai dasar merealisasikan ide usahanya. Pentingnya STP untuk dapat menempatkan ide usaha menjadi produk yang dapat dikenali, diketahui, serta direalisasikan.



Gambar 2 STP dari Produk Spaghettinaja dan STP dari Teman Nyemil

Pada gambar 2 di atas menjelaskan tentang STP dari produk Spaghettinaja, salah satu produk dari mahasiswa calon guru sekolah dasar. Serta ada STP produk lupis coklat dari teman nyemil. Mahasiswa calon guru sekolah dasar sudah membuat STP dengan baik.

Dilanjutkan dengan langkah marketing mix dan proyeksi keuangan. Marketing mix ini di antaranya mengetahui tentang analisis produk, harga, tempat, dan tempat. Dari keempat ini direalisasikan ke dalam produk masing-masing.



Gambar 3 Marketing Mix dari Produk Niera Aksesoris

Niera Aksesoris sebagai produk dari mahasiswa calon guru sekolah dasar ini sudah menggunakan marketing mix dengan strategi promosinya melalui media sosial seperti TikTok, Instagram dan WhatsApp, dan harga produk berkisar Rp. 5.000, Rp. 3.500, Rp. 3.500. Tempat produksi dilaksanakan di rumah yang beralamat di Rancaekek Kabupaten Bandung. Adapun proyeksi keuangan dalam biaya operasionalnya sebanyak Rp. 142.000.

Langkah dari produk niera aksesoris dalam marketing mix dan proyeksi keuangan sudah dilaksanakan dengan baik. Langkah tersebut membuat niera aksesoris dapat menjadi usaha baru yang kompetitif, apalagi dengan penggunaan kewirausahaan digital sebagaimana disebutkan oleh (Elia et al., 2020).

Dalam perspektif strategi *edupreneur*, mahasiswa calon guru sekolah dasar telah melaksanakan proses membuat ide usaha terealisasi. Maka mahasiswa calon guru sekolah dasar telah memiliki konsep *edupreneur* dengan baik. Sebab *edupreneur* yaitu prinsip berwirausaha yang dimulai dari pendidikan kewirausahaan, maka ada peningkatan motivasi dari mahasiswa calon guru sekolah dasar dalam berwirausaha, sejalan dengan pernyataan

SIMPULAN

Strategi *edupreneur* bagi mahasiswa calon guru sekolah dasar dilaksanakan dengan 1) growth mindest, 2) analisis ide usaha, 3) marketing mix dan proyeksi keuangan sehingga menghasilkan produk usaha kreatif dan inovatif yang dapat dikomersilkan. Melalui *edupreneur* ini mahasiswa calon guru sekolah dasar telah meningkatkan motivasi berwirausahanya. Bahwa mahasiswa calon guru sekolah dasar memiliki kesempatan yang sama menjadi wirausahawan muda yang mampu meningkatkan kesejahteraan dan membuka lapangan pekerjaan di masa yang akan datang.

SARAN

Penulis selanjutnya untuk membahakan teori *leadership* untuk menunjang jiwa wirausaha bagi mahasiswa calon guru sekolah dasar.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Prodi PGSD Kampus Cibiru dan Universitas Pendidikan Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- Arifin, M. H. (2018). Pengaruh Gaya Kepemimpinan Kepala Sekolah, Motivasi Berprestasi Dan Iklim Sekolah Terhadap Kinerja Guru Di Man 2 Kabupaten Probolinggo. *Jurnal PIPSI (Jurnal Pendidikan IPS Indonesia)*, 3(1), 1–3. <https://doi.org/10.26737/jpipi.v3i1.545>
- Elia, G., Margherita, A., & Passiante, G. (2020). Digital entrepreneurship ecosystem: How digital technologies and collective intelligence are reshaping the entrepreneurial process. *Technological Forecasting and Social Change*, 150(September 2019), 119791. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2019.119791>
- Kickul, J., & Gundry, L. (2002). Prospecting for Strategic Advantage: The Proactive Entrepreneurial Personality and Small Firm Innovation. *Journal of Small Business Management*, 40(2), 85–97.
- Kollmann, T., Stöckmann, C., Niemand, T., Hensellek, S., & de Cruppe, K. (2019). A configurational approach to entrepreneurial orientation and cooperation explaining product/service innovation in digital vs. non-digital startups. *Journal of Business Research*, September, 0–1. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.09.041>
- Maulina, E., Muftiadi, A., & Rasmini, M. (2018). Model Pemantauan Perkembangan Wirausaha Baru dalam Program Pemerintah Provinsi Jawa Barat. *Jurnal Unpad*, 2(1).
- Winoto, J., & Rokhman, W. (2014). Motivasi Mahasiswa Menjadi Wirausaha Di Kabupaten Kudus : Studi Komparatif. *Equilibrium*, 2(2), 274–287.