



# Pelatihan Kewirausahaan untuk Menumbuhkan Jiwa Entrepreneurship pada Mahasiswa Universitas Diponegoro Semarang

Dinar Maula Zahra<sup>1\*</sup>, Akhmad Fakhri Zain<sup>2</sup>, Nazwa Ardiani Putri<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup>Universitas Diponegoro, Indonesia

## ABSTRACT

*ENTREPRENEURSHIP TRAINING FOR GROWING ENTREPRENEURSHIP FOR DIPONEGORO UNIVERSITY SEMARANG STUDENTS. Unemployment is a problem that often arises in developing countries. One way that can be done to reduce unemployment is by entrepreneurship. This study aims to develop students' interest in entrepreneurship which is carried out by holding sales activities for merch products created by students. Not only that, the sale of these products was also carried out to help fund the activities of student associations in the field of eco-business. Product sales activities exceeded the targeted quantitative parameters of 49 pcs from the minimum target of 15 pcs per total product. In addition, students who contribute to selling merch products also feel greatly helped by the new experiences that can be obtained for future learning, and are able to increase students' interest in entrepreneurship.*

**Keywords:** Entrepreneurship, Economics, Business.

## ABSTRAK

Pengangguran merupakan masalah yang sering muncul pada negara berkembang. Salah satu cara yang dapat dilakukan untuk menekan angka pengangguran adalah dengan berwirausaha. Penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan minat berwirausaha mahasiswa yang dilakukan dengan mengadakan kegiatan penjualan produk merch yang diciptakan oleh mahasiswa. Tidak hanya itu, penjualan produk tersebut juga dilakukan untuk membantu pendanaan dalam menunjang kegiatan himpunan mahasiswa dalam bidang Ekobis. Kegiatan penjualan produk melebihi parameter kuantitatif yang sudah ditargetkan yaitu sebanyak 49 pcs dari target minimal yaitu 15 pcs per keseluruhan produk. Selain itu, mahasiswa yang turut berkontribusi dalam penjualan produk merch juga merasa sangat terbantu dengan adanya pengalaman baru yang bisa didapatkan untuk pembelajaran ke depannya, dan mampu meningkatkan minat berwirausaha mahasiswa.

**Kata Kunci:** Kewirausahaan, Ekonomi, Bisnis.

Received:  
28.04.2023

Revised:  
09.05.2023

Accepted:  
22.05.2023

Available online:  
18.06.2023

## Suggested citation:

Zahra, D.M, Zain, A.F, & Putri, N.A. (2023). Pelatihan Kewirausahaan untuk Menumbuhkan Jiwa Entrepreneurship pada Mahasiswa Universitas Diponegoro Semarang. *Dimasejati: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(1), 1-8. DOI: 10.24235/dimasejati.202351

Open Access | URL: <https://syekhnurjati.ac.id/jurnal/index.php/dimasejati/article/view/000>

<sup>1</sup> Corresponding Author: Universitas Diponegoro; Jl. Prof. Sudarto, Kota Semarang, Jawa Tengah, Indonesia. 50275; Email: [dinarmzhr08@gmail.com](mailto:dinarmzhr08@gmail.com)

## PENDAHULUAN

Masalah yang umumnya dihadapi oleh negara berkembang adalah kemiskinan, pengangguran, dan kesenjangan sosial, hal tersebut juga dialami oleh Indonesia yang menjadi tantangan besar dalam memasuki pasar bebas dan persaingan global (Anggraeni & Nurcaya, 2016). Masalah pengangguran terjadi karena peningkatan jumlah penduduk yang diikuti dengan peningkatan jumlah angkatan kerja namun ketersediaan lapangan pekerjaan tidak memadai (Hasanah & Setiaji, 2019). Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik Indonesia tahun 2014 menunjukkan jumlah pengangguran di Indonesia mencapai angka 7,24 juta dan mereka yang berpendidikan Diploma/Akademi/dan lulusan Perguruan Tinggi menyumbang 9,5% dari jumlah pengangguran tahun 2014 (Sintya, 2019). Kondisi ini akan semakin diperburuk dengan persaingan global yang akan mempertemukan lulusan perguruan tinggi Indonesia bersaing secara bebas dengan lulusan dari perguruan tinggi asing.

Salah satu cara untuk mengatasi pengangguran dan meningkatkan perekonomian Indonesia adalah dengan meningkatkan intensi berwirausaha masyarakat dan generasi muda melalui program kewirausahaan yang diharapkan mampu meningkatkan perekonomian Indonesia dan melahirkan banyak pengusaha yang menyediakan banyak lapangan pekerjaan sehingga masyarakat dapat memilih pekerjaan yang cocok dengan keahliannya. Dengan banyaknya lapangan pekerjaan yang tersedia maka diharapkan dapat mengurangi jumlah pengangguran (Marlinah, 2017; Indah et al., 2021).

Indratno dalam (Cahyani & Widiyanto, 2019) menjelaskan bahwa untuk mengurangi tingkat pengangguran dengan menanamkan jiwa wirausaha sedini mungkin. Suatu bangsa atau negara akan maju jika minimal 2% penduduknya adalah seorang wirausaha. Menumbuhkan jiwa kewirausahaan para mahasiswa perguruan tinggi bisa menjadi alternatif untuk mengurangi tingkat pengangguran, karena dengan memiliki jiwa kewirausahaan diharapkan mahasiswa dapat menciptakan pekerjaan atau berwirausaha setelah lulus dari perguruan tinggi. Seperti yang dikemukakan oleh Buchori dalam (Sintya, 2019) bahwa semakin maju suatu Negara semakin banyak orang yang terdidik, dan semakin dirasakan pentingnya dunia wirausaha. Wirausaha merupakan salah satu pendukung yang menentukan maju mundurnya perekonomian, karena bidang wirausaha mempunyai kebebasan untuk berkarya dan mandiri (Bakhri et al., 2022). Jika seseorang mempunyai kemauan dan keinginan serta siap berwirausaha, berarti seseorang itu mampu menciptakan lapangan pekerjaan sendiri dan tidak perlu mengandalkan orang lain maupun pengusaha lain untuk mendapatkan pekerjaan.

Minat berwirausaha dapat dilihat dari kesediaan untuk bekerja keras dan tekun untuk mencapai kemajuan usahanya, kesediaan menanggung macam-macam resiko berkaitan dengan tindakan berusaha yang dilakukannya, bersedia menempuh jalur dan cara baru, kesediaan untuk hidup hemat, kesediaan dari belajar yang dialaminya. Dalam mendirikan usaha atau berwirausaha diperlukan modal usaha yang digunakan dalam menjalankan kegiatan usaha. Semakin mudah mendapatkan modal usaha, akan membuat seseorang memiliki minat berwirausaha karena dengan kemudahan dalam mendapatkan modal usaha akan memudahkan seseorang dalam membuka usaha, namun sebaliknya jika tidak memiliki modal akan semakin menyulitkan seseorang dalam menyalurkan ide-ide berwirausaha atau membuka usaha (Hasanah, 2015; Marfua, 2021).

Penelitian yang dilakukan oleh Pajarianto et al. (2020) menunjukkan bahwa Semakin tinggi pendidikan dan pelatihan kewirausahaan dilaksanakan, maka akan semakin tinggi sikap kewirausahaan peserta didik. Hasil penelitian serupa yang dilakukan oleh Wahyuningsih & Satriani (2019) yang menyatakan bahwa pelatihan kewirausahaan dianggap mampu membantu meningkatkan minat berwirausaha seseorang karena teori saja tidak cukup untuk menumbuhkan minat berwirausaha. Sementara itu, pendapat lain oleh Sintya (2019) dalam penelitiannya menyatakan bahwa menumbuhkan minat berwirausaha seseorang tidak cukup hanya dengan

pendidikan dan pelatihan kewirausahaan saja, namun dapat di pengaruhi juga oleh beberapa faktor seperti, motivasi, efikasi diri, ekspektasi pendapatan, dan lingkungan keluarga.

Himpunan Mahasiswa Teknik Planologi (HMTP) Universitas Diponegoro, khususnya di bidang Ekonomi dan Bisnis atau yang biasa disebut Ekobis merupakan salah satu bidang yang bertujuan untuk menumbuhkan dan mengembangkan jiwa kewirausahaan mahasiswa Departemen Perencanaan Wilayah dan Kota Universitas Diponegoro. Bidang Ekobis ini terdiri dari dua divisi yaitu Divisi Kewirausahaan dan Divisi Dana Usaha. Divisi Kewirausahaan bergerak dalam penyediaan layanan yang mendukung peningkatan serta pengembangan jiwa dan minat kewirausahaan mahasiswa. Sedangkan, Divisi Dana Usaha bergerak untuk membantu memenuhi segala kebutuhan mahasiswa Departemen Perencanaan Wilayah dan Kota Universitas Diponegoro serta membantu himpunan dalam melaksanakan kegiatan-kegiatannya. Untuk karena itu, Divisi Dana Usaha perlu melakukan sebuah kegiatan untuk menghimpun dana guna menjalankan tugas dan fungsinya.

Banyak hal yang dapat dilakukan untuk mencari dan mengumpulkan dana ini, dan kebanyakan caranya adalah dengan cara berjualan. Tidak heran lagi, Divisi Dana Usaha erat kaitannya dengan berjualan. Banyak mahasiswa ataupun anak sekolah yang menjual makanan atau minuman di tempat dan waktu tertentu misalnya ketika acara wisuda. Hal tersebut dimanfaatkan mereka untuk mencari dana. Namun, karena di era modern dengan kemajuan teknologi seperti sekarang ini, cara seperti itu sudah tidak efektif lagi dan bisa dibilang ketinggalan zaman. Oleh karena itu, Divisi Dana Usaha memanfaatkan peluang usaha melihat banyaknya minat mahasiswa DPWK Undip yang tertarik dalam bidang desain dan juga marketing untuk menghasilkan beberapa produk sesuai dengan inovasi dan kreativitas mahasiswa tersebut yang nantinya akan dijual sebagai produk *merchandise*. Keuntungan yang didapatkan akan digunakan sebagai dana penunjang kegiatan HMTP Undip. Tersedianya peluang usaha untuk memproduksi barang-barang merch seperti kaos, *totebag*, gantungan kunci, *notebook*, dan stiker menjadi salah satu latar belakang adanya program kerja ini. Peluang usaha tersebut juga didukung oleh adanya akses informasi penjualan yang cepat, contohnya media sosial seperti instagram dan juga tiktok serta situs jual beli lainnya seperti shopee. Terlebih lagi, hampir semua mahasiswa DPWK Undip serta masyarakat umum lainnya aktif dalam mengakses media sosial. Sehingga, informasi yang harus diberikan lebih mudah untuk disampaikan dan diterima oleh pendengar ataupun pembaca.

Berdasarkan fenomena yang dipaparkan di atas, Divisi Dana Usaha dari Bidang Ekonomi dan Bisnis memanfaatkan peluang yang ada sebagai usaha untuk menjual produk *merchandise* dengan mengadakan kegiatan atau bisa disebut sebagai program kerja yang menyediakan wadah bagi pihak internal mahasiswa DPWK Undip dalam pengkaryaan pada bidang wirausaha serta memperoleh dana penunjang kegiatan HMTP Undip.

## METODE

Kegiatan penjualan produk merch guna menghimpun dana untuk penunjang kegiatan HMTP Undip ini dilakukan dengan cara membuka *open recruitment* terhadap mahasiswa yang tertarik untuk belajar wirausaha khususnya dalam bidang desain dan marketing. Penulis akan menerima 10 mahasiswa yang tertarik dalam bidang wirausaha lalu kemudian dilakukan pembagian tim dengan 5 mahasiswa sebagai tim desain dan 5 mahasiswa lainnya sebagai tim marketing. Setelah itu, dilakukan diskusi untuk menentukan produk apa saja yang sekiranya dibutuhkan dan sesuai dengan minat mahasiswa dan masyarakat. Kemudian, tim desain dapat langsung membuat desain pada setiap produk yang akan dijual sesuai dengan tema yang diangkat.

Tema desain dipilih melalui diskusi anggota yang setelah itu dilakukan voting terhadap seluruh mahasiswa Ekobis. Adapun tema yang diangkat pada tahun ini ialah “*Motion Comic*”.

Dalam melakukan marketing, digunakan sistem internet marketing menggunakan media sosial untuk memasarkan produk yang akan dijual. Aplikasi yang digunakan dalam pemasaran produk ini yaitu Instagram dan juga Tiktok. Penulis membuat *feeds* Instagram semenarik mungkin agar dapat menarik pembaca untuk membeli produk yang akan dijual. Selain itu, konten video juga rutin dibuat dan diupload setiap minggunya di aplikasi Tiktok agar dapat lebih mudah lagi untuk menjangkau para mahasiswa dan masyarakat lainnya khususnya remaja untuk tertarik membeli produk yang akan dijual.

Dalam kegiatan penjualan produk *merch* ini, penulis menggunakan sistem *Pre-Order* (PO) untuk pemesanannya. Sistem *Pre-Order* merupakan sistem jual beli produk di mana jual beli dilakukan secara online dan pembeli melakukan pemesanan dan pembayaran di awal penjualan sebelum produk yang dipesan tersedia. Produk akan tiba dalam waktu tertentu setelah pemesanan dan pembayaran dilakukan. Adapun, untuk pendataan, penulis menggunakan website dari *google forms* untuk memperoleh data siapa saja yang sudah melakukan pemesanan dan pembayaran. Dalam *google forms* tersebut juga terdapat pilihan produk yang dijual dan informasi mengenai nomer rekening untuk melakukan pembayaran. Penulis mengambil parameter keberhasilan kuantitatif kegiatan ini dengan terjual minimalnya 15 pcs per keseluruhan produk. Sedangkan, untuk parameter kualitatifnya yaitu dilihat dari kepuasan konsumen terhadap harga, desain dan kualitas produk.

Target pasar dalam kegiatan penjualan produk ini ialah mahasiswa Universitas Diponegoro khususnya mahasiswa Perencanaan Wilayah dan Kota dan masyarakat umum. Adapun pelaksanaan kegiatan penjualan produk ini dilakukan kurang lebih selama 2 bulan, dengan rincian waktu pelaksanaan sebagai berikut:

<i>Open Recruitment</i>	: 16-31 Maret 2023
Fiksasi	: 1 April-7 April 2023
Pembuatan Desain	: 26 Maret-7 April 2023
<i>Pre-Order</i>	: 10 April-17 April 2023 ( <i>Extend</i> : 18 April-20 April 2023)
Produksi	: 29 April-14 Mei 2023
Distribusi	: 15 Mei-21 Mei 2023

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Tahap awal yang dilakukan setelah melakukan OPREC kegiatan ini adalah menentukan tema, produk apa saja yang akan diangkat, dan membuat desain semenarik mungkin sesuai dengan tema. Terdapat beberapa tema yang menjadi pilihan yaitu *World Summer*, *Futuristic*, *90s Nostalgic Pixelized Design*, dan *Motion Comic*. Setelah dilakukan diskusi dan voting, tema yang terpilih untuk diangkat pada tahun ini adalah “*Motion Comic*”. Adapun untuk produk yang akan dibawakan pada tahun ini yaitu *T-Shirt*, *Totebag*, *Keychain*, dan juga Stiker Set. Setelah penentuan tema dan produk yang akan diangkat, tim desain langsung membuat desain yang berbeda di setiap produknya. Pembuatan desain ini dilakukan kurang lebih selama 1 minggu.

### Desain *T-Shirt*

Untuk desain *T-Shirt* digunakan kaos berwarna krem dengan desain bernuansa kuning terang seperti poster komik di bagian belakang. Untuk bagian depan desain dibuat simpel dengan menaruh 3 karakter komik di bagian tengahnya di dada.



**Gambar 1. Desain Produk T-Shirt**

### **Desain Totebag**

Untuk desain *totebag* sendiri dibuat dengan menggunakan dasar *totebag* berwarna hitam kemudian desain komik yang berwarna kuning oranye tersebut hanya ditaruh di satu sisi saja di bagian depan. *Totebag* dibuat dengan ukuran 40x33x7 cm dengan penutup resleting.



**Gambar 3. Desain Produk Totebag**

### **Desain Gantungan Kunci**

Dalam pembuatan desain untuk *keychain* atau gantungan kunci, dibuat hanya menggunakan 1 karakter yaitu karakter yang berbentuk seperti gajah yang dinamakan "Elplan". Karakter Elplan dibuat seperti sedang minum sebuah cup gelas yang sedang dipegangnya.



Gambar 4. Desain Produk *Keychain*

### Desain Stiker Set

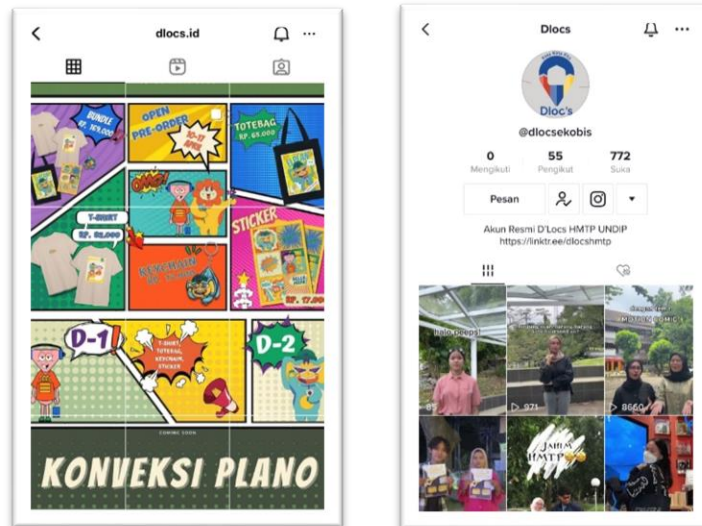
Dalam pembuatan desain untuk stiker set dibuat dengan bentuk grid atau kotak-kotak dengan dasar berwarna oranye. Di setiap kotaknya dibuat desain yang berbeda-beda dan semenarik mungkin. Ukuran stiker ini yaitu A5.



Gambar 5. Desain Produk Stiker Set

Dalam produksi produk-produk yang akan dijual ini, penulis menggunakan 2 vendor yang berbeda. Vendor pertama adalah vendor *offline* di Semarang, yang digunakan untuk pembuatan atau produksi kaos, gantungan kunci, dan juga stiker set. Sedangkan, vendor yang kedua merupakan vendor *online* dengan nama *Fems Official*. Vendor *online* digunakan sebagai sarana marketing untuk produk *totebag*.

Adapun untuk teknik marketing yang digunakan adalah *internet marketing* menggunakan aplikasi Instagram dan juga Tiktok. Penulis mengupload *feeds* Instagram di akun intagram @dlocs.id dengan desain lucu dan sesuai dengan tema untuk memberikan informasi mengenai produk yang akan dijual beserta *link* untuk konfirmasi pemesanan dan juga pembayaran. Di aplikasi tiktok, tim marketing membuat konten atau video secara rutin agar setiap minggunya video tersebut dapat diupload di akun tiktok @dlocsekobis. Teknik pemasaran tersebut dilakukan agar dapat dengan mudah menjangkau konsumen khususnya masyarakat umum di luar mahasiswa DPWK Undip.



**Gambar 5. Pemasaran Produk Melalui Instagram dan Tiktok**

Setelah *Open Pre-Order* selama kurang lebih 10 hari, penulis berhasil mencapai parameter kuantitatif dengan terjual cukup melebihi target yang dibuat. Dengan rincian produk yang berhasil dijual yaitu *t-shirt* sebanyak 11 pcs, *totebag* sebanyak 10 pcs, *keychain* sebanyak 18 pcs, dan juga stiker set sebanyak 10 pcs. Apabila ditotal maka terdapat 49 pcs produk yang dapat terjual.

## SIMPULAN

Dengan adanya kebutuhan dan minat mahasiswa Departemen Perencanaan Wilayah dan Kota dalam berwirausaha berhasil memunculkan kegiatan penjualan produk merch ini sebagai peluang untuk meningkatkan dan mengembangkan jiwa wirausaha mahasiswa. Tidak hanya itu, penjualan produk ini juga dilakukan guna membantu pendanaan untuk menunjang kegiatan himpunan. Kegiatan penjualan produk ini berjalan sebagaimana yang sudah direncanakan. Hal tersebut dapat dilihat melalui total produk yang terjual jauh melebihi parameter kuantitatif yang sudah ditargetkan yaitu sebanyak 49 pcs dari target minimal yaitu 15 pcs per keseluruhan produk. Tidak hanya itu, mahasiswa yang ikut langsung berkontribusi dalam penjualan produk ini juga merasa sangat terbantu dengan adanya pengalaman baru yang bisa didapatkan untuk pembelajaran ke depannya.

## Ucapan Terimakasih

Ucapan terima kasih disampaikan kepada teman-teman di divisi dana usaha Himpunan Mahasiswa Teknik Planologi yang sudah bekerjasama mewujudkan dan mensukseskan kegiatan ini.

## REFERENSI

- Angraeni, D. A. L., & Nurcaya, I. N. (2016). Peran Efikasi Diri Dalam Memediasi Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan Terhadap Niat Berwirausaha. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 5(4), 241653.
- Bakhri, S., Busthomi, A. O., & Sidik, G. M. (2022). Mata Kuliah Kewirausahaan Dan Teknologi Informasi Berpengaruh Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa. *Al-Mustashfa: Jurnal Penelitian Hukum Ekonomi Syariah*, 7(2), 195. <https://doi.org/10.24235/jm.v7i2.11577>

- Hasanah, L. L. N. El. (2015). Pengembangan Wirausaha Muda Ekonomi Kreatif Berbasis Budaya di Daerah Istimewa Yogyakarta. *Jurnal Studi Pemuda*, 4(2), 268–280. <https://doi.org/https://doi.org/10.22146/studipemudaugm.36812>
- Hasanah, U. U., & Setiaji, K. (2019). Pengaruh Literasi Digital, Efikasi Diri, Lingkungan Terhadap Intensi Berwirausaha Mahasiswa Dalam E-Business. *Economic Education Analysis Journal*, 2(1), 1–18. <https://doi.org/10.15294/eeaj.v13i2.17051>
- Indah, M. Y. N., Wulandari, R., Yanti, M. M., Shodiq, F., Fathonah, Pawestri, A. A. M., Alvianita, I., & Husna, A. N. (2021). Resiliensi Wirausaha Digital di Masa Pandemi Covid-19: Studi Literatur. *Proceeding of The ...*, 1, 643–648. <http://repository.urecol.org/index.php/proceeding/article/download/1402/1369>
- Marfua, S. (2021). Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan, Motivasi Berwirausaha Dan Menanamkan Jiwa Leadership Terhadap Minat Berwirausaha. *Jurnal Sinau*, 7(1), 1–12.
- Marlinah, L. (2017). Meningkatkan Ketahanan Ekonomi Nasional Melalui Pengembangan Ekonomi Kreatif. *Jurnal Cakrawala: Ejournal.Bsi.Ac.Id*, 17(2), 258–265. <https://ejournal.bsi.ac.id/ejournal/index.php/cakrawala/article/view/2488>
- Pajarianto, H., Ukkas, I., & Pribadi, I. (2020). Pengembangan Kewirausahaan Di Universitas Muhammadiyah Palopo. *SELAPARANG Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan*, 4(1), 442. <https://doi.org/10.31764/jpmb.v4i1.3230>
- Sintya, N. M. (2019). Pengaruh Motivasi, Efikasi Diri, Ekspektasi Pendapatan, Lingkungan Keluarga, Dan Pendidikan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Jurusan Akuntansi Di Universitas Mahasaraswati Denpasar. *Jurnal Sains, Akuntansi Dan Manajemen*, 1(1), 1–44. <http://journals.segce.com/index.php/JSAM/article/view/31/32>
- Wahyuningsih, S., & Satriani, D. (2019). Pendekatan Ekonomi Kreatif Terhadap Pertumbuhan Ekonomi. *IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, 8(2), 195–205. <https://doi.org/10.46367/iqtishaduna.v8i2.172>
- Widiartami, Dita. (2021) *Peluang Usaha dalam Industri Kreatif Sektor Desain Merchandise K-Pop di Yogyakarta*. S1 thesis, Universitas Atma Jaya Yogyakarta, Indonesia.

#### Copyright and License



This is an open access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution 4.0 International License, which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited.

© 2023 Dinar Maula Zahra, Akhmad Fakhri Zain, Nazwa Ardiani Putri.

Published by LP2M of IAIN Syekh Nurjati Cirebon