

Strategi Menciptakan Startup Melalui Program Pengembangan Kewirausahaan di STMIK Amikom Purwokerto

1st Dhanar Intan Surya Saputra
Teknik Informatika
 STMIK Amikom Purwokerto
 Purwokerto, Jawa Tengah, Indonesia
 dhanarsaputra@amikompurwokerto.ac.id

2nd Kuat Indartono
Teknik Informatika
 STMIK Amikom Purwokerto
 Purwokerto, Jawa Tengah, Indonesia
 indartono@amikompurwokerto.ac.id

3rd Sitaresmi Wahyu Handani
Teknik Informatika
 STMIK Amikom Purwokerto
 Purwokerto, Jawa Tengah, Indonesia
 sita.handani@amikompurwokerto.ac.id

4th Hellik Hermawan
Teknik Informatika
 STMIK Amikom Purwokerto
 Purwokerto, Jawa Tengah, Indonesia
 hellikhermawan@amikompurwokerto.ac.id

Abstrak—Program Pengembangan Kewirausahaan (PPK) Industri Kreatif di STMIK Amikom Purwokerto diselenggarakan atas dukungan dari Pemerintah melalui Direktorat Riset dan Pengabdian Masyarakat (DRPM), Kementerian Riset Teknologi dan Pendidikan Tinggi Republik Indonesia (Ristekdikti). Kegiatan ini merupakan salah satu upaya dalam menumbuhkan jiwa kewirausahaan dan meningkatkan ekosistem ekonomi kreatif melalui perguruan tinggi. Dalam serangkaian kegiatan ini diharapkan tercipta banyak wirausaha baru yang bermunculan. Oleh karena itu, perlu adanya strategi yang tepat guna mendukung kegiatan tersebut. Strategi yang disusun dilaksanakan tahapan demi tahapan, diawali dari adanya proses sosialisasi, seminar, workshop, pelatihan dan pendampingan hingga ide awal yang muncul akan berwujud menjadi sebuah usaha rintisan (*startup*) yang profit dan siap terjun ke industri.

Keywords—*Ekonomi Kreatif, Industri Kreatif, Startup.*

Abstract—Entrepreneurship Development Program of Creative Industry at STMIK Amikom Purwokerto was organized with support from the Government through Directorate of Research and Community Service, Ministry of Research and Technology Higher Education of the Republic of Indonesia. This activity is one of the efforts in growing entrepreneurial spirit and improving creative economic ecosystem through college. In this series of activities, it is expected that many new entrepreneurs will emerge. Therefore, there is a need for an appropriate strategy to support the activity. The strategy is implemented step by step, starting from the process of socialization, seminar, workshop, training and mentoring until the initial idea that emerged will be tangible into a startup business that is profitable and ready to plunge into the industry.

Keywords—*Creative Economy, Creative Industry, Startup.*

I. PENDAHULUAN

Berbagai upaya untuk menciptakan dan meningkatkan ekosistem perusahaan rintisan (*startup*) di Indonesia terus dilakukan. Pemerintah bersama para pegiat startup serta para *stakeholder* terus berbagi informasi dan saling memberikan semangat kepada masyarakat diberbagai aspek keilmuan agar perusahaan semacam ini terus bermunculan. Startup sendiri merupakan sebuah perusahaan baru, perusahaan rintisan yang dalam perjalanannya masih mencari model bisnis yang tepat, terukur, menguntungkan dan dapat diperbesar secara terus menerus. Perusahaan ini berawal dari adanya ide kemudian mencari target konsumen yang tepat kemudian dapat berkembang secara cepat [1] [2].

Pemerintah melalui Kementerian Riset Teknologi dan Pendidikan Tinggi Republik Indonesia (Ristekdikti) juga turut serta aktif dalam memacu lahirnya Startup-Starup baru, seperti melalui Program Pengembangan Kewirausahaan (PPK), Program Kewirausahaan Mahasiswa Indonesia (PKMI), Kompetisi Bisnis Mahasiswa Indonesia (KBMI), Program Kreatifitas Mahasiswa – Kewirausahaan (PKMK), Program Wirausaha Mahasiswa (PWM), Calon Perusahaan Pemula Berbasis Teknologi (CPPBT), Perusahaan Pemula Berbasis Teknologi (PPBT) [3] dan masih banyak program lainnya yang dapat diakses oleh civitas akademika dilingkungan perguruan tinggi.

Upaya dalam menumbuhkan jiwa kewirausahaan melalui Perguruan Tinggi perlu terus dilakukan, hal ini sebagai salah satu bentuk kontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi. Kewirausahaan sendiri pada dasarnya adalah semangat, sikap, perilaku dan kemampuan seseorang dalam menangani usaha dan atau kegiatan yang mengarah pada upaya mencari, menciptakan, menerapkan cara kerja, teknologi dan produk baru dengan meningkatkan efisiensi dalam rangka memberikan pelayanan yang lebih baik dan atau memperoleh keuntungan yang maksimal [4].

Salah satunya STMIK Amikom Purwokerto, sebagai salah satu perguruan tinggi swasta yang memiliki visi dan misi menjadi institusi pendidikan yang unggul dalam pengembangan ilmu pengetahuan dan teknologi dengan menyiapkan Sumber Daya Manusia (SDM) berkualitas berjiwa *Technopreneur*. *Technology entrepreneur (technopreneur)* merupakan wirausaha berbasis teknologi, dengan memanfaatkan teknologi untuk mendapatkan keuntungan (profit) [5]. Institusi ini telah menyusun arah dan pengembangan menjadi 3 (tiga) tahapan pencapaian, yaitu: menyelenggarakan pendidikan, penelitian, dan pengabdian masyarakat dalam rangka mencapai visi dan misinya. Potensi dan keunggulan yang dimiliki sebagai perguruan tinggi di bidang teknologi, komputer dan informatika dalam menciptakan SDM yang berkualitas perlu terus diberdayakan dan disinergikan dengan menciptakan banyak wirausahawan baru yang berasal dari lulusan atau mahasiswa STMIK Amikom Purwokerto.

Dalam proses belajar mengajar, penumbuhan jiwa kewirausahaan telah diupayakan melalui beberapa mata kuliah baik secara teoritis maupun praktis. Baik secara rutin terjadwal maupun yang insidental, seperti kegiatan *Career Day* yang selalu dilaksanakan sebelum para mahasiswa di wisuda. Workshop dan seminar serta pelatihan-pelatihan dengan topik industri kreatif juga sering dilakukan guna meningkatkan kreatifitas dan inovasi.

Dengan demikian materi, ilmu pengetahuan dan teknologi yang disampaikan, diajarkan, dipelajari dan dikembangkan lebih bersifat inovatif dan kreatif, aplikatif serta memiliki keunggulan kompetitif. Melalui orientasi *technopreneurship* mahasiswa dan alumni diharapkan selain kompeten dalam aspek yang ditekuninya juga memiliki kualitas lebih berupa sikap mental *entrepreneur*, bermotivasi tinggi untuk menghasilkan inovasi teknologi. Terbukti banyak para mahasiswa dan alumni yang telah berhasil dalam mengakses beberapa program dari Ristekdikti baik sebagai pendampingan hingga mendapatkan penguatan modal usaha. Sebagai salah satu bentuk kegiatan yang saat ini sedang dijalankan yaitu Program Pengembangan Kewirausahaan (PPK) Industri Kreatif di STMIK Amikom Purwokerto.

PPK merupakan salah satu kegiatan yang didukung oleh Ristekdikti melalui Direktorat Riset dan Pengabdian Masyarakat (DRPM). Dalam serangkaian kegiatan PPK dilaksanakan pembinaan kepada *tenant* melalui pelatihan manajemen usaha dan sejumlah kegiatan kreatif lainnya untuk menghasilkan wirausaha baru yang mandiri berbasis iptek, berkelanjutan dan berwawasan ekonomi sehingga mampu menjadi unit usaha yang profit [6]. Pembinaan juga meliputi adanya pelatihan strategi bisnis, dimana dengan adanya perencanaan strategi bisnis yang tepat maka akan membantu perusahaan dalam menganalisis faktor eksternal dan internal untuk merumuskan dan merencanakan strategi usaha yang tepat sehingga keuntungan atau profit akan tercapai sesuai tujuan perusahaan [7].

Dalam pelaksanaannya PPK di STMIK Amikom Purwokerto mengangkat tema di bidang Industri Kreatif. Industri Kreatif dapat diartikan sebagai kumpulan aktivitas ekonomi yang terkait dengan penciptaan atau penggunaan pengetahuan dan informasi [8]. Industri kreatif juga dikenal dengan nama lain Industri Budaya atau juga Ekonomi Kreatif [9].

Kementerian Perdagangan Indonesia menyatakan bahwa Industri kreatif adalah industri yang berasal dari pemanfaatan kreativitas, keterampilan serta bakat individu untuk menciptakan kesejahteraan serta lapangan pekerjaan dengan menghasilkan dan mengeksploitasi daya kreasi dan daya cipta individu tersebut [10]. Pemerintah saat ini memposisikan industri kreatif nasional sebagai salah satu pilar ekonomi nasional, dengan tujuan kedepan bahwa industri kreatif tidak hanya berkembang di beberapa kota besar saja namun mampu menjadi penyokong ekonomi di tingkat daerah kabupaten/kota di seluruh wilayah Indonesia [11].

Ekonomi Kreatif terdiri dari periklanan, arsitektur, seni, kerajinan, desain, fashion, film, musik, seni pertunjukan, penerbitan, Penelitian dan Pengembangan, perangkat lunak, mainan dan permainan, Televisi dan Radio, dan Permainan Video [9]. Terdapat berbagai macam sektor yang termasuk kedalam industri kreatif, diantaranya sektor arsitektur, periklanan, pasar barang seni, kerajinan, design, fashion, video, film dan fotografi, serta kuliner. Industri kreatif tidak hanya mengandalkan kreatifitas secara manual, namun saat ini industri kreatif sudah meluas hingga mencakup sektor teknologi, seperti sektor industri permainan, industri musik, industri layanan komputer dan perangkat lunak atau aplikasi, dan industri pertelevisian [10].

Badan Ekonomi Kreatif Indonesia (Bekraf) juga menetapkan ada 16 (enam belas) subsektor dari industri kreatif yang menjadi fokus untuk dikelola dan dikembangkan. Subsektor tersebut yaitu Aplikasi dan Pengembangan Permainan, Arsitektur, Desain Interior, Desain Komunikasi Visual, Desain Produk, Fashion, Film, Animasi dan Video, Fotografi, Kriya, Kuliner, Musik, Penerbitan, Periklanan, Seni Pertunjukan, Seni Rupa, Televisi dan Radio. Dengan adanya Bekraf menunjukkan bahwa pemerintah fokus terhadap pencapaian ekonomi kreatif sebagai tulang punggung perekonomian nasional [12].

Industri kreatif dipandang semakin penting dalam mendukung kesejahteraan dalam perekonomian yang tercipta dari pemanfaatan serta keterampilan yang dimiliki oleh setiap individu untuk bisa membuat lapangan pekerjaan baru dan juga bisa menciptakan kesejahteraan di daerah [13] dan bahwa peningkatan industri akan tergantung pada produksi pengetahuan melalui kreativitas dan inovasi [14]. Perkembangan industri kreatif khususnya di Indonesia semakin luas dan semakin terus berkembang, seiring dengan perkembangan tersebut kebutuhan sumber daya manusia pun semakin meningkat [15].

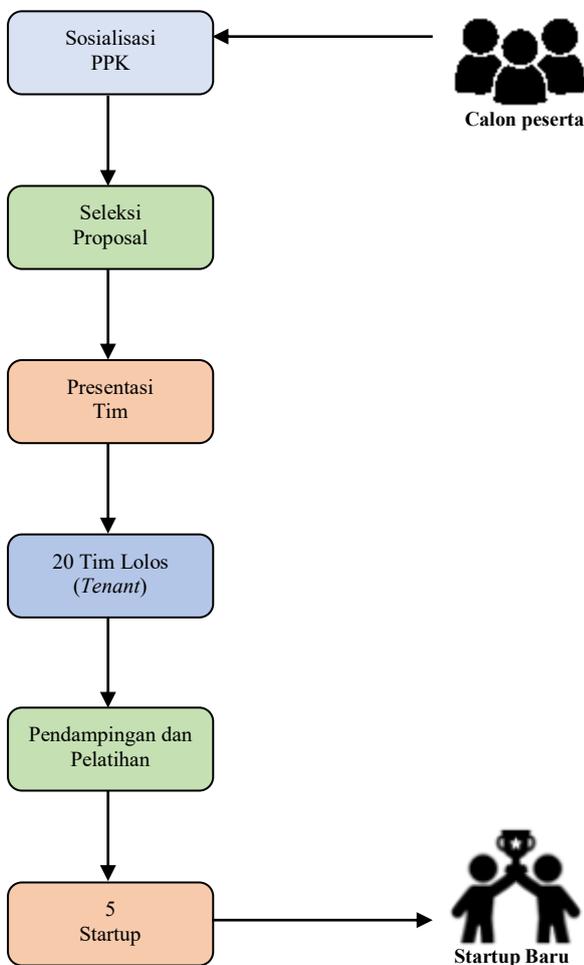
Hasil akhir dari serangkaian kegiatan PPK dibidang industry kreatif yang diselenggarakan STMIK Amikom Purwokerto ini diharapkan dapat menciptakan startup-startup baru yang menghasilkan profit sesuai dengan target yang diharapkan. Oleh karena itu, perlu adanya strategi yang tepat guna mencapai tujuan yang diharapkan.

II. METODOLOGI

Pola *rekrutmen tenant* peserta kegiatan PPK dilaksanakan secara berjenjang dan dilakukan cara seleksi masuk. Proses seleksi calon peserta program kewirausahaan di STMIK Amikom Purwokerto dilakukan secara bertahap sebagai berikut:

- 1) Diawali dengan melakukan tahap sosialisasi kepada mahasiswa dan alumni, tahap sosialisasi ini dilakukan baik secara *online* maupun *offline*.
- 2) Calon peserta diminta untuk menyiapkan proposal usaha dan konsep bisnis yang siap untuk diikutkan dalam kegiatan PPK.
- 3) Proses seleksi dilakukan dengan mengundang praktisi atau mitra terkait untuk mereview proposal.
- 4) Bagi tim yang memiliki proposal yang layak dan siap untuk diinkubasi akan diundang untuk melakukan presentasi.
- 5) Sejumlah 20 (dua puluh) proposal yang sudah berhasil lolos dari recruitment test berhak mengikuti pendampingan dan pelatihan dari serangkaian kegiatan PPK. Dalam tahap pelatihan dan pendampingan PPK juga melibatkan para praktisi dan narasumber yang terkait dengan bidangnya.
- 6) Dari 20 tim yang mengikuti pendampingan akan ditentukan minimal 5 (lima) tim wirausaha baru mandiri yang menuju Startup profit dan siap terjun di industri yang sebenarnya.

Adapun alur tahapan tersebut dapat digambarkan pada Gambar 1 berikut ini.



Gambar 1. Alur tahapan kegiatan PPK

III. PELAKSANAAN KEGIATAN

Dalam pelaksanaannya PPK dimulai dari sosialisasi. Pada tahap awal, sosialisasi PPK dilaksanakan melalui beberapa cara yaitu secara *online* dan *offline*. Sosialisasi secara online dilaksanakan melalui media sosial seperti Instagram, Facebook, Whatsapp, Website dan beberapa media *online* lainnya. Sosialisasi melalui Instagram dapat diakses melalui @ppk_amikompurwokerto, seperti pada Gambar 2 dan melalui Facebook seperti pada Gambar 3.



Gambar 2. Akun Instagram PPK



Gambar 3. Sosialisasi melalui Facebook

Tahap sosialisasi secara *offline* pada serangkaian kegiatan PPK, dilaksanakan dengan cara mengadakan seminar dan workshop. Dalam pelaksanaan seminar dan workshop mendatangkan praktisi dan narasumber yang berkompeten dibidangnya, seperti Gambar 4. Hal ini dilakukan untuk menumbuhkan jiwa kewirausahaan para mahasiswa dan alumni. Sehingga mereka siap untuk menciptakan ide dan diwujudkan dalam bentuk sebuah startup yang profit.



Gambar. 4. Seminar dan Workshop PPK

Dari hasil seminar dan workshop, peserta dapat menuangkan ide dalam bentuk proposal usaha. Proposal tersebut diajukan sebagai bentuk pendaftaran calon peserta sebagai *tenant* pada kegiatan PPK.

Seminar dan Workshop dilaksanakan untuk memberikan pengetahuan, wawasan, kemampuan, dan semangat serta motivasi bagi mahasiswa dan alumni sebagai target peserta dari pelaksanaan kegiatan PPK. Materi yang disampaikan merupakan pengalaman-pengalaman *best-practices* dan *bad-practices* dari para pengusaha, praktisi, akademisi, dan narasumber lainnya dalam menyelesaikan permasalahan di masyarakat dengan inovasi teknologi yang dapat dikembangkan menjadi bisnis atau usaha nyata.

Tujuan serangkaian kegiatan PPK diantaranya :

- 1) Untuk meningkatkan kesadaran mahasiswa dan alumni terhadap pentingnya usaha rintisan (startup) khususnya di bidang industri kreatif dan peranannya dalam menciptakan dampak positif bagi masyarakat.
- 2) Untuk memberikan wawasan dan kemampuan mengenai pengelolaan startup kepada mahasiswa dan alumni.
- 3) Peserta PPK akan memiliki sikap mental inovatif terhadap penerapan teknologi untuk sebuah usaha (startup).
- 4) Mahasiswa mampu menyusun proposal yang berkualitas hingga sanggup menyajikannya dan mempresentasikannya didepan calon investor.
- 5) Mempertemukan startup dari peserta PPK dengan para investor.

Selama proses seminar dan workshop, para peserta yang berasal dari mahasiswa dan alumni dituntut untuk aktif dan menyampaikan ide-ide mereka, seperti terlihat pada Gambar 5 dan Gambar 6. Materi seminar dan workshop meliputi mengubah mental dan *mindset* para peserta untuk berwirausaha, karakteristik dan jiwa wirausahawan, *success story* dan *failure story* untuk membekali peserta agar mampu mengantisipasi sisi negatif dan mengapresiasi sisi positif kewirausahaan, strategi dan kiat menjadi wirausaha sukses, membaca dan mengelola peluang usaha, perencanaan strategis dan analisis kelayakan usaha, mengakses informasi, teknologi, modal dan jaringan pasar.

Luaran dari kegiatan seminar dan workshop yang diselenggarakan diawal serangkaian kegiatan PPK yaitu para peserta dituntut dapat menciptakan proposal dari ide-ide kreatif dan inovatif mereka.



Gambar. 5. Antusias Peserta Seminar dan Workshop PPK



Gambar. 6. Para Peserta Seminar dan Workshop PPK

Hasil selama pelaksanaan seminar dan workshop, setidaknya telah menciptakan tim, ide-ide dan inovasi melalui proposal bisnis startup dibidang industri kreatif. Pada Tabel I disajikan calon *tenant* dari tim peserta seminar dan workshop PPK yang telah mengirimkan proposal ide bisnis dan inovasi. Dari proposal yang dihasilkan ini kemudian akan dilakukan *review* oleh tim penyelenggara PPK, untuk 20 (dua puluh) proposal yang layak tim peserta akan mempersiapkan proposal mereka untuk dipresentasikan didepan reviewer.

Kemudian mereka akan mengikuti proses pendampingan hingga siap menuju startup yang terjun di industri dan memperoleh profit.

IV. KESIMPULAN

Pengembangan jiwa wirausaha di perguruan tinggi perlu dilakukan secara komprehensif dalam rangka menyiapkan mahasiswa dan alumni dalam menghadapi permasalahan nyata setelah lulus. Untuk itu, STMIK Amikom Purwokerto sebagai wujud nyata mencapai visi dan misinya selain melalui proses pembelajaran, dilakukan pula melalui Program Pengembangan Kewirausahaan (PPK) yang didukung oleh Ristekdikti. Hal ini diyakini mampu memicu kreativitas mahasiswa untuk melakukan inovasi teknologi sesuai dengan kompetensi utamanya untuk mewujudkan Startup.

Serangkaian kegiatan PPK yang telah dirancang dari awal hingga akhir tersebut, diharapkan dapat menciptakan banyak startup-startup baru yang berasal dari mahasiswa dan alumni STMIK Amikom Purwokerto. Strategi yang direncanakan dan disusun ditujukan untuk para startup binaan untuk bisa siap terjun dalam industri, sehingga mereka dapat mencapai profit yang diharapkan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih dan penghargaan yang setingginya disampaikan kepada Direktorat Riset dan Pengabdian Masyarakat (DRPM) - Kementerian Riset Teknologi dan Pendidikan Tinggi Republik Indonesia (Ristekdikti) atas dukungan pembiayaan untuk pelaksanaan program ini dan STMIK Amikom Purwokerto atas dukungan dana pendamping dan fasilitasnya.

REFERENCES

- [1] Blank, S., and Bob, D., *The startup owner's manual: The step-by-step guide for building a great company*, BookBaby, 2012.
- [2] Graham, P., *Startup = Growth*, <http://www.paulgraham.com/growth.html> , diakses pada Juni (2018).
- [3] <http://ristekdikti.go.id/> , diakses pada Juni (2018).
- [4] Rani, K., *Bisnis Sampangan untuk Mahasiswa*, Trans Media Pustaka, Jakarta, 2007.
- [5] Suparno, O., Hermawan, A., Syuaib, M.F., Nugroho, E., dan Anggraeni, E., Peningkatan Minat dan Kemampuan Technopreneurship Melalui Workshop Satu Hari. *Prosiding Konferensi Nasional "Inovasi dan Technopreneurship"*, pp. 279-287, RAMP IPB, Bogor, 18-19 Februari 2013.
- [6] Direktorat Riset dan Pengabdian Masyarakat, *Panduan Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat Edisi XII*, Direktorat Jenderal Penguatan Riset dan Pengembangan Kementerian Riset, Teknologi, dan Pendidikan Tinggi, 2018.
- [7] Saputra, D.I.S., dan Adnan, A.F., Analisis dan Rekomendasi Strategi E-Commerce Pada Usaha Kecil Menengah Batik Sokaraja. *PRO BISNIS* 10.1 (2017).
- [8] Hesmondhalgh, D., *The Cultural Industries 2nd Edition*, SAGE Publications, 2007.
- [9] Howkins, J., *The Creative Economy: How People Make Money from Ideas New Edition*, Penguin. UK, 2013.
- [10] Fachri, Industri Kreatif, <http://agribisnis.co.id/industri-kreatif/>, diakses pada Juni (2018).
- [11] Adi, B.W., Menjawab Tantangan Industri Kreatif di Bidang Penerbitan dan Percetakan dalam Rangka Meningkatkan Budaya Baca Masyarakat. *Prosiding Konferensi Nasional "Inovasi dan Technopreneurship"*, pp. 279-287, RAMP IPB, Bogor, 18-19 Februari 2013.
- [12] <http://www.bekraf.go.id/subsektor> , diakses pada Juni (2018).
- [13] Florida, R., *The Rise of the Creative Class : And How It's Transforming Work, Leisure, Community and Everyday Life*, Hazard Press, Paperback, 2003.
- [14] Mulyana, S., Peningkatan Kapabilitas Inovasi, Keunggulan Bersaing dan Kinerja melalui Pendekatan Quadruple Helix: Studi Pada Industri Kreatif Sektor Fashion. *Jurnal Manajemen Teknologi* 13.3 (2014): 304-320.
- [15] Handani, S.W., Suyanto, M., dan Sofyan, A.F., Penerapan Konsep Gamifikasi Pada E-Learning Untuk Pembelajaran Animasi 3 Dimensi. *Telematika* 9.1 (2016).