

PENINGKATAN KETERAMPILAN BISNIS MAHASISWA DENGAN TEKNIK *COACHING*

Mohammad Adam Jerusalem
Jurusan PTBB-Fakultas Teknik-Universitas Negeri Yogyakarta

ABSTRAK

Mahasiswa yang berbisnis semasa kuliahnya sejatinya mahasiswa yang luar biasa. Hal ini dikarenakan untuk kuliah saja sudah memerlukan pemikiran dan motivasi yang tinggi. Belum lagi dengan berbisnis, mahasiswa harus direpotkan dengan permasalahan nyata yang sangat mungkin tidak diajarkan di bangku kuliah. Oleh karenanya sudah selayaknya bisnis mahasiswa mendapat dukungan penuh dari perguruan tinggi dan institusi terkait. Dukungan ini dapat mulai dari pelatihan, pendanaan, dan pendampingan bisnis mahasiswa.

Dalam melakukan pendampingan bisnis mahasiswa dapat dilakukan dengan berbagai pendekatan salah satunya teknik *coaching*. Cara yang dianut dalam teknik *coaching* ini melalui pemberian pertanyaan yang mengarah pada solusi dan aksi bisnis yang dihadapi mahasiswa (*coachee*). Tujuan dari teknik *coaching* ini adalah *coachee* menemukan sendiri jawaban dari permasalahannya, dan pada gilirannya nanti *coachee* sendiri akan melakukan apa yang seharusnya dilakukan, dan bukan yang ingin dilakukan. Dengan teknik *coaching*, *coachee*-lah yang bertanggungjawab akan jawaban yang muncul dari dirinya.

Pada pendampingan bisnis mahasiswa yang penulis laksanakan selama 6 (enam) bulan dari Januari-Juni 2011, dibuktikan bahwa teknik *coaching* mampu membantu mahasiswa dalam meningkatkan keterampilan dan motivasi mahasiswa dalam berbisnis. Salah satu indikator sebagai dampak dari meningkatnya keterampilan berbisnis adalah omzet bisnis mahasiswa yang terlihat meningkat dengan rata-rata sebesar 594,6%.

Kata Kunci: Keterampilan Bisnis, Mahasiswa Wirausaha, *Coaching*

PENDAHULUAN

Latar Belakang Masalah

Kewirausahaan saat ini mendapat perhatian yang sangat besar dari berbagai kalangan seperti pemerintah, swasta, perguruan tinggi, sekolah dan masyarakat. Pemerintah meyakini bahwa kewirausahaan dapat menjadi salah satu cara untuk meningkatkan daya bangsa dan memakmurkan rakyat. Oleh karenanya, saat ini pemerintah melalui banyak kementerian menjadikan kewirausahaan menjadi salah satu program kuncinya. Terhitung ada Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan, Kementerian Pemuda dan Olah Raga, Kementerian Tenaga Kerja dan Transmigrasi, Kementerian Koperasi dan UKM, serta Kementerian Perdagangan.

Pihak swastapun tidak mau kalah, demikian juga dengan BUMN yang ada. Bahkan program-program mereka justru lebih baik dan sangat konkret dalam hal penumbuhan minat, gairah, dan wawasan berwirausaha. Tercatat ada beberapa program kewirausahaan yang sangat fenomenal dalam mencetak pengusaha (*entrepreneur*) seperti Wirausaha Muda Mandiri dari Bank Mandiri, Joy Tea *Business Competition* dari Sosro, Shell-liveWIRE dari Shell. Ketiganya adalah ajang kompetisi bagi wirausaha muda dan pemula untuk mengasah nyali dan keterampilan bisnisnya. Disamping itu juga terdapat program yang melatih keterampilan bisnis para wirausaha muda dan pemula terutama mahasiswa yang dilaksanakan seperti program Ciputra *Creating Entrepreneur* dari Ciputra, juga Perwira Mandiri dari Bank Mandiri.

Perguruan Tinggi jelas merespon dengan cepat angin perubahan zaman ini, demikian juga sekolah terutama Sekolah Menengah Kejuruan (SMK). Seiring dengan kebijakan Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan, perguruan tinggi mempunyai Program Mahasiswa Wirausaha (PMW), ada juga Program Kreativitas Mahasiswa Kewirausahaan (PKMK) dari Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi. Kemudian beberapa universitas

mempunyai kebijakan khusus seperti menjadikan mata kuliah Kewirausahaan sebagai mata kuliah wajib universitas seperti di UNY. Ada juga yang kemudian mendirikan pusat studi kewirausahaan seperti *Entrepreneurship Education Center* (EEC) di UNY dan *Center for Entrepreneurship Development* (CED) di UGM. Ada juga yang menyelenggarakan kompetisi bisnis mahasiswa berskala nasional seperti ITB *Entrepreneurship Challenge* (IEC). Sedangkan di SMK, Kewirausahaan menjadi mata pelajaran yang diselenggarakan tiap semesternya dari kelas X hingga XII. Ditambah lagi dikembangkan mata pelajaran yang mendukung kewirausahaan seperti Pelayanan Prima. Kemudian ada kebijakan sekolah untuk melatih keterampilan bisnis siswa dengan mendirikan SMKmart.

Masyarakat sebagai organ inti dalam suatu bangsa jelas melakukan program kewirausahaan dengan konkret dan tanpa basa basi. Jauh dari pemikiran proyek. Hal ini dapat dibuktikan dengan banyaknya usaha yang tumbuh di sekitar kita dari berbagai jenis usaha mulai dari rumah makan hingga resto, foto kopi hingga percetakan, salon dan rias kecantikan hingga spa, modiste-tailor hingga butik, serta laundry dimana-mana, di dalam kampung sekalipun.

Pelajar dan mahasiswa kembalinya di masyarakat. Masyarakat adalah kehidupan nyata bagi kita semua. Oleh karenanya, memang sudah seharusnya dan sudah benar jika sekolah, perguruan tinggi, terlebih lagi Kementerian Pendidikan Tinggi, untuk mendidik peserta didiknya dengan kewirausahaan. Dalam berbagai program lomba wirausaha mahasiswa seperti Wirausaha Muda Mandiri dari Bank Mandiri, Joy Tea *Business Competition* dari Sosro, Shell-liveWIRE dari Shell, mahasiswa dari LPTK belum dapat berbicara banyak. Dari berbagai program lomba kewirausahaan tersebut telah berhasil memunculkan banyak pengusaha muda, pemula serta mahasiswa dari UGM seperti Saptuari dengan Kedai Digitalnya, Firmansyah dengan Cokro Tela Cake, mahasiswa dari ITS seperti

Hendi Setiono dengan Kebab Turki Baba Rafi, dan banyak lagi. Belum ada penelitian tentang faktor penyebab kurang bersinarnya mahasiswa LPTK dalam ajang lomba wirausaha ini. Apakah memang mahasiswa LPTK hanya mempunyai gairah menjadi tenaga pendidik? Ataukah hanya sedikit kurang bergairah untuk menjadi seorang *entrepreneur*? Hemat penulis adalah yang terakhir.

Oleh karena itu, pembelajaran kewirausahaan haruslah mampu memotivasi dan membangkitkan gairah berwirausaha mahasiswa LPTK. Dengan hal tersebut, meskipun tidak menjadi seorang wirausahawan, dan menjadi tenaga pendidik, bekal pengetahuan kewirausahaan tersebut tetap saja dapat bermanfaat bagi peserta didiknya kelak. Jikalau dalam diri mahasiswa LPTK tersebut masih kurang motivasinya untuk menjadi seorang *entrepreneur*, maka menjadi tugas dari dosen dan LPTK untuk dapat meningkatkan motivasi dan gairah berwirausaha tersebut. LPTK sudah menyediakan dana pinjaman modal yang relatif cukup yang terbasut dalam program PMW dan juga PKMK dari DIKTI. Namun karena penanganan yang dipandang sebatas proyek, pembimbingan yang kurang amanah, serta pemantauan pinjaman yang terlalu longgar, maka hasil yang diharapkan masih jauh dari optimal.

Tawaran Solusi

Berdasarkan permasalahan tentang program mahasiswa wirausaha, maka penulis menawarkan solusi untuk peningkatan keterampilan bisnis mahasiswa melalui pendampingan bisnis dengan teknik *coaching*. Peningkatan keterampilan ini akan dilihat dari visi, misi, tujuan, teknik pemasaran, dan omzet karena dapat diukur.

PEMBAHASAN

Teknik *Coaching*

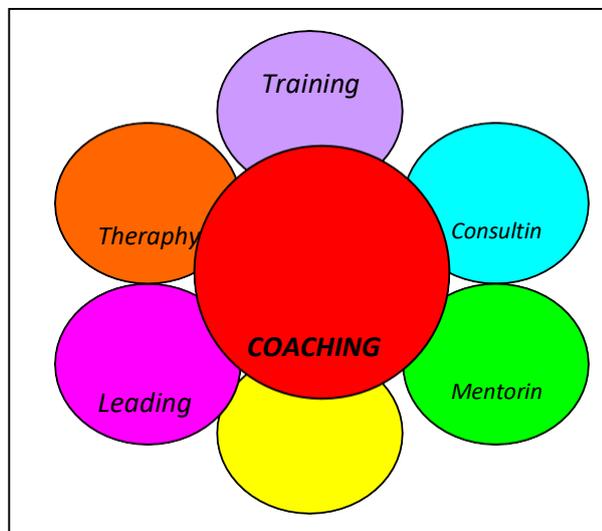
Coaching lebih sering dipakai dalam hal yang berhubungan dengan olah raga. Namun demikian seiring dengan berjalannya waktu, *coaching* mulai diterapkan pada kehidupan, bisnis maupun hal-hal lain yang lebih spesifik. *Coaching* yang dimaksud disini adalah bagaimana membantu seseorang menemukan apa yang diinginkan dari posisi dimana dia sekarang, dengan menggali sumber daya apa saja yang dibutuhkan, sikap mental yang harus dibangun, dan teknik-teknik yang cocok dalam menerapkannya. Hal tersebut dilakukan dengan mengajukan pertanyaan yang tepat, sehingga peserta latihan (*coachee*) akan menemukan sendiri jawaban yang dibutuhkannya. *Coaching* juga dapat diterjemahkan menjadi seseorang yang dapat memfasilitasi orang yang di-*coaching* untuk menggapai kinerja yang lebih baik dari keadaan sekarang, dengan menanyakan pertanyaan yang tepat. Sehingga ada yang mengatakan, *coaching* adalah seni dari bagaimana bertanya (Salim, 2010). Sementara istilah *coaching* menurut *The European Mentoring and Coaching Council* (dalam Thompson, 2006) adalah:

“working with a person inside the business to get things done and improve performance – using a directive (show and tell) approach. Performance Coaches improve competencies in key business functions”.

Dalam teknik *coaching*, pelatih (*coach*) memberikan pertanyaan-pertanyaan yang tepat dan mendalam untuk menguak jawaban-jawaban yang akan dimunculkan oleh *coachee*. Sehingga *coachee* akan menemukan sendiri jawaban dari permasalahannya, dan pada gilirannya nanti *coachee* sendiri akan melakukan apa yang seharusnya dilakukan, dan bukan yang ingin dilakukan. Apabila teknik yang digunakan salah pada kasus yang salah, maka hasilnya hanya akan menyebabkan kefrustasian. Dengan teknik

coaching, klien atau *coachee*-lah yang bertanggungjawab akan jawaban yang muncul dari dirinya. Dalam teknik *coaching*, *coach* tidak bertanggung jawab untuk menyediakan jawaban atas pertanyaan dan permasalahan bisnis yang dihadapi *coachee*. Apabila jawaban yang menyediakan pihak *coach*, maka itu adalah teknik *mentoring* atau *consulting*.

Terdapat beberapa perbedaan yang sangat mendasar antara satu dengan teknik lainnya diantara *coaching*, *training*, *consulting*, *mentoring*, *therapy* dan *managing*.



Gambar 1. Beberapa teknik pelatihan

Training merupakan pelatihan yang diberikan dalam rangka memberikan ilmu, pengetahuan dalam hal-hal tertentu. *Training* biasanya dilakukan satu per satu maupun secara grup. Kelebihan dari *training* yang diberikan satu per satu adalah peserta dapat bertanya lebih banyak untuk dapat mengerti tentang bahan yang sedang dipelajari. Sedangkan apabila *training* dilakukan secara grup, maka kualitas baik dari *trainer* maupun peserta akan lebih besar, karena keanekaragaman pertanyaan yang akan muncul.

Konsultan adalah sebuah institusi maupun perseorangan yang membantu memberikan konsultasi untuk menyelesaikan masalah yang sudah, sedang, maupun akan terjadi. Biasanya pekerjaannya akan dilakukan

oleh konsultan itu sendiri. Di lain pihak, klien tidak perlu mendalami bagaimana cara penyelesaiannya. Para konsultan biasanya akan memberikan batasan-batasan yang akan dikerjakan, untuk periode tertentu dengan harga yang disepakati. Dalam teknik konsultasi (*consulting*), di satu sisi klien tidak dipusingkan oleh hal-hal detil yang tidak dikuasainya. Namun justru akan muncul permasalahan lainnya karena akan bergantung kepada konsultan.

Mentoring adalah bimbingan dari seseorang yang sudah sangat menguasai hal-hal tertentu, yang dibagikan kepada seseorang yang membutuhkannya. Menjadi sangat penting untuk mengetahui apa yang benar-benar akan dimentorkan. Karena apabila salah mementor, maka klien yang sedang membutuhkan saran akan malah semakin bingung. Kendala lain dalam mentoring adalah kita harus mengetahui benar siapa yang kita mentor. Karena apabila kita memberikan saran kepada klien yang jauh lebih menguasai, maka kecenderungannya kita akan disepelekan.

Biasanya terapi (*therapy*) diperuntukkan untuk seseorang yang *disorder* (masalah-masalah yang berkaitan dengan keyakinan dan nilai-nilai yang dipahami seseorang). Terkadang orang yang diterapi tidak menyadari kalau dia membutuhkannya.

Managing merupakan teknik yang paling umum dipakai oleh hampir semua organisasi dalam perusahaan. Makna dari *managing* ini adalah mengatur. Pada umumnya yang diatur adalah orang. Masalah yang umumnya terjadi adalah seorang manajer yang kurang memahami struktur dari seorang manusia.

Coaching Clinic

Coaching Clinic merupakan tahapan pelaksanaan pendampingan bisnis mahasiswa. *Coaching Clinic* ini dilaksanakan oleh selama 6 (enam) bulan dengan jumlah pertemuan sebanyak 12 (dua belas) kali. Setiap

pertemuan berlangsung selama 3 (tiga) jam dengan jumlah mahasiswa yang didampingi (*coachee*) sebanyak 5 mahasiswa. Dengan demikian rata-rata tiap mahasiswa di-*coaching* selama 30 menit . Setiap 2 (dua) minggu sekali dalam sebulan, penulis melakukan pendampingan bisnis mahasiswa selama bulan Januari-Juni 2011. Dasar pertimbangan pola pendampingan ini adalah:

1. Dilakukan secara reguler supaya mahasiswa dapat terpantau perkembangan bisnisnya.
2. Dilakukan secara terjadual dan tersistematis supaya mahasiswa mempunyai motivasi, tanggung jawab dan “beban” untuk senantiasa menumbuh-kembangkan bisnisnya.
3. Dilakukan 2 (dua) minggu sekali karena dalam rentang waktu tersebut relatif cukup untuk melihat pertumbuhan bisnis mahasiswa.

Mahasiswa yang di-*coaching* (*coachee*) adalah mahasiswa yang memang telah merintis bisnis selama kuliahnya. Adapun mahasiswa tersebut adalah:

1. Alfi Nurnaini (mahasiswa semester 4 Prodi Pendidikan Teknik Busana – PTBB UNY) dengan bisnis budidaya ikan lele. Konsep yang dibangun adalah budidaya super cepat.
2. Cindra Miftachul Hidayah (mahasiswa semester 4 Prodi Pendidikan Teknik Busana – PTBB UNY) dengan bisnis “Civvra Bakso dan Soto Jamur”, serta produk pangan kemasan berbasis jamur
3. Jati Fatonah (mahasiswa semester 6 Prodi Teknik Busana – PTBB UNY) dengan bisnis “Jati Astina Konveksi” yang bergerak di bidang busana massal dengan produk utama seragam sekolah.
4. Ranti Mitaningsih (mahasiswa semester 4 Prodi Tata Rias dan Kecantikan) dengan bisnis “Miranti Salon dan Spa” serta “Miranti Mobile Salon”.

5. Widya Nanda Gardhea Putri (mahasiswa semester 4 Prodi Pendidikan Teknik Busana – PTBB UNY) dengan bisnis “Nareswari Griya Pernik” yang bergerak di bidang aksesoris dan pernik busana, serta *merchandise*.

Pelaksanaan pendampingan bisnis mahasiswa ini dilakukan dengan teknik *coaching*. Dalam skenario pelaksanaannya, penulis sebagai *coach* bisnis mahasiswa memberikan pertanyaan-pertanyaan tajam, mendalam dan mengarah pada pencapaian tujuan, target, dan permasalahan bisnis mahasiswa. Skenario terstruktur yang dirancang penulis dalam pendampingan bisnis mahasiswa adalah sebagaimana tertera dalam Tabel 1 berikut.

Tabel 1. Skenario *coaching* pendampingan bisnis mahasiswa

No.	Waktu	Agenda
1.	5 menit	Melihat ulang pertumbuhan terakhir bisnis mahasiswa dan aksi berdasar <i>challenge</i>
2.	20 menit	<i>Coaching clinic</i> : Pertanyaan-pertanyaan tentang tujuan, target, dan permasalahan bisnis mahasiswa
3.	5 menit	<i>Challenge</i> : aksi bisnis yang akan dilakukan mahasiswa dalam 2 minggu kedepan

Dalam pelaksanaannya teknik yang dilakukan penulis selama pendampingan adalah 80% dengan teknik *coaching*, dan 20% dengan teknik mentoring. Teknik mentoring ini dilakukan hanya ketika memang *coachee* sudah tidak dapat menemukan penyelesaian dari masalah yang mendera bisnisnya. Namun jika *coachee* dapat menemukan sendiri solusi dari masalah bisnisnya, maka penulis tidak melakukan teknik mentoring tersebut. Penulis tinggal memberi penguatan dan motivasi berbisnis saja.

Dalam *coaching clinic*, penulis memberikan pertanyaan-pertanyaan berdasarkan materi yang telah ditetapkan atau tentang permasalahan yang mengganjal bisnis mahasiswa. Hal ini tergantung dengan ada atau tidaknya permasalahan tersebut. Tetapi dalam pelaksanaannya, pertanyaan yang *coach* bisnis ajukan lebih banyak berkaitan dengan permasalahan dan

pertumbuhan terkini dari masing-masing bisnis mahasiswa. Dengan pertanyaan-pertanyaan yang mengarah pada solusi permasalahan dan keterampilan bisnis maka mahasiswa berupaya sekeras mungkin untuk memikirkan solusi, cara atau aksi bisnis yang harus dilakukan. Dengan menemukan jawabannya sendiri, mahasiswa ini mempunyai motivasi yang tinggi karena mereka menyadari bahwa mereka ternyata mampu. Dengan menemukan jawabannya sendiri, mahasiswa merasa tidak digurui, tidak diperintah, dan justru sebaliknya merasa tertantang dan bermotivasi tinggi untuk menumbuhkembangkan bisnisnya. Dalam kurun waktu yang lama, jika hal ini menjadi suatu kebiasaan maka *coachee* tidak akan tergantung oleh orang lain. Berbeda dengan teknik *mentoring* atau *consulting*. Adapun beberapa materi yang telah disiapkan dalam *coaching* bisnis mahasiswa ini sebagaimana tertera dalam Tabel 2.

Tabel 2. Skenario materi *coaching* bisnis mahasiswa

No.	Waktu	Materi
1.	Minggu ke-1	Tujuan dan target
2.	Minggu ke-2; 3	Keuangan
3.	Minggu ke-4	Proses bisnis
4.	Minggu ke-5	Manajemen waktu
5.	Minggu ke-6	Nilai yang diperoleh
6.	Minggu ke-7	Kampanye pemasaran
7.	Minggu ke-8	Nilai yang diperoleh
8.	Minggu ke-9	AIDA
9.	Minggu ke-10	<i>Blue Ocean</i>
10.	Minggu ke-11	Mencari dan mempertahankan konsumen
11.	Minggu ke-12	Test, ukur, dan evaluasi

Berdasarkan respon dari mahasiswa (*coachee*) dan evaluasi terhadap pelaksanaan pendampingan, mahasiswa terlihat sangat antusias mengikuti *coaching* ini. Bahkan ketika jadwal *coaching* berbenturan dengan jadwal kuliah, para mahasiswa rela meninggalkan kuliah untuk mengikuti

coaching. Para mahasiswa juga sangat aktif mengutarakan permasalahan bisnis, menjawab pertanyaan-pertanyaan, dan ide-ide pengelolaan bisnis.

Hasil *Coaching*

Dari sesi *coaching* bisnis mahasiswa yang dilakukan selama 6 (enam) bulan menghasilkan sesuatu yang menggembirakan. Hasil tersebut dapat dilihat baik dari sisi motivasi, keterampilan bisnis maupun capaian atas target yang ditetapkan masing-masing mahasiswa di awal *coaching*. Motivasi berbisnis kelima mahasiswa pada prinsipnya sangat tinggi. Meskipun terdapat masalah pribadi dan keluarga yang ternyata sangat mempengaruhi bahkan mengganjal bisnis mereka, namun mereka tetap semangat untuk mengelola bisnisnya. Meskipun di beberapa *coaching clinic*, ada mahasiswa yang menceritakan kendala bisnisnya hingga menangis haru namun dari penyampaianya terbersit bahwa mereka tidak ingin bisnisnya berhenti apalagi merugi.

Keterampilan bisnis para *coachee* juga mengagumkan. Keterampilan yang dibutuhkan dalam bisnis mulai keterampilan mempresentasikan produk kepada konsumen, manajemen waktu, teknik memasarkan hingga pencarian peluang bisnis baru dikuasai para mahasiswa ini.

Demikian juga dengan capaian atas target yang mereka tetapkan sendiri. Capaian dari target ini merupakan dampak dari meningkatnya keterampilan bisnis mahasiswa. Pada prinsipnya target-target tersebut dapat dicapai. Memang ada beberapa target yang tidak tercapai seperti adanya cabang baru dan adanya kios baru. Ketidaktercapainya target tersebut lebih karena target yang ditetapkan oleh mahasiswa sendiri terlalu tinggi dalam rentang waktu yang pendek (6 bulan). Adapun beberapa capaian yang berhasil digapai oleh mahasiswa dapat dilihat pada tabel 3.

Tabel 3. Capaian target

No.	Uraian		Alfi	Cindra	Jati	Nanda	Ranti
1.	Visi, Misi, Tujuan	Sebelum	Tdk ada	Tdk ada	Tdk ada	Tdk ada	Tdk ada
		Sesudah	Ada	Ada	Ada	Ada	Ada
2.	Brand	Sebelum	Tdk ada	Ada	Tdk ada	Tdk ada	Tdk ada
		Sesudah	Tdk ada	Ada	Ada	Ada	Ada
3.	Pemasaran	Sebelum	Jaringan	Brosur	Tdk ada	Blog, fb	Tdk ada
		Sesudah	Jaringan	Expo	Brosur	Blog, fb	Brosur
4.	Pertumbuhan	Sebelum	1 kolam	Merugi	8 mesin	-	-
		Sesudah	3 kolam	Fasilitas warung	11 mesin	<i>Merchan diser</i>	Fasilitas salon
5	Kenaikan Omzet		500%	750%	270%	1078%	375%

PENUTUP

Hal yang cukup berat bagi seorang mahasiswa untuk dapat mengelola bisnis dengan baik selama dia kuliah. Mengingat tugas sebagai seorang mahasiswa sudah cukup berat, sehingga mahasiswa yang berbisnis sebetulnya sungguh luar biasa. Oleh karenanya, dalam berbisnis mahasiswa masih membutuhkan motivasi dari luar dirinya, serta bimbingan bisnis dalam mengelola bisnisnya.

Beberapa teknik dapat dilakukan untuk mendampingi bisnis mahasiswa. Salah satunya adalah teknik *coaching*. *Coaching* adalah bagaimana membantu seseorang menemukan apa yang diinginkan dari posisi dimana dia sekarang, dengan menggali sumber daya apa saja yang dibutuhkan, sikap mental yang harus dibangun, dan teknik-teknik yang cocok dalam menerapkannya. Dengan teknik *coaching*, *coachee* berupaya sekeras mungkin untuk memikirkan solusi, cara atau aksi bisnis yang harus dilakukan. Melalui penemuan solusi dan jawaban sendiri, *coachee* akan mempunyai motivasi yang tinggi karena mereka menyadari bahwa mereka ternyata mampu. Disamping itu, *coachee* merasa tidak digurui, tidak diperintah, dan justru sebaliknya merasa tertantang untuk terus menumbuhkembangkan bisnisnya.

REFERENSI

Salim, Gendro. 2010. *Neuro Coaching, Neuro Linguistic Programming, Merumuskan Aksi Business Coach dalam Sebuah Formula*. Jakarta: Sinergi Media.

Thompson, John. Bale, Riger. dan Downing, Ron. 2006. *Effective Entrepreneur Enabling-Increasing the Effectiveness of Advising, Coaching and Mentoring Support*. Cardiff-Caerdydd: *Institute for Small Business and Entrepreneurships*.

