

MODEL PENDAMPINGAN BISNIS MAHASISWA PENERIMA HIBAH PKM-K/PMW MELALUI TEKNIK COACHING SEBAGAI UPAYA AKSELERASI PERTUMBUHAN BISNIS MAHASISWA

Noor Fitrihana¹, Tejo Nurseto², M. Adam Jerusalem³
Negeri Yogyakarta

ABSTRAK

Untuk mencetak lulusan yang berorientasi pencetak lapangan kerja, maka Kemendikbud meluncurkan program mahasiswa wirausaha, PKM-K dan PMW. Salah satu masalah dalam program tersebut adalah ketidakefektifan pendampingan bisnis oleh dosen. Akibatnya bisnis yang dijalankan mahasiswa tidak berkembang, dan karakter entrepreneurs juga tidak tumbuh. Tujuan utama dalam jangka panjang penelitian ini adalah akselerasi penumbuhan bisnis mahasiswa. Dalam penelitian ini, tujuan yang hendak dicapai adalah pengembangan model model pendampingan bisnis mahasiswa yang efektif, efisien dan terkurikulum sehingga dapat mempercepat pertumbuhan bisnis. Pengembangan model menghasilkan model pendampingan bisnis mahasiswa yang terdiri atas 2 fase; review, coaching, dan challenge. Model ini efektif dalam merangsang mahasiswa untuk merancang dan melakukan aksi bisnis untuk menumbuhkembangkan bisnisnya.

Kata kunci: pendampingan, wirausaha, mahasiswa

PENDAHULUAN

UNY mempunyai kebijakan yang menetapkan Kewirausahaan sebagai mata kuliah wajib di semua program studi. Disamping itu, terdapat program UNY yang secara langsung melatih mahasiswa untuk berwirausaha yaitu Program Mahasiswa Wirausaha (PMW), juga Program Kreativitas Mahasiswa bidang Kewirausahaan (PKM-K) dari Dikti Kemendikbud. Proposal bisnis mahasiswa UNY yang didanai Dikti melalui PKM-K tahun 2012 ada 64 dan 61 pada tahun 2013 ini. Sementara penerima hibah PMW tahun 2012 ada 34 bisnis.

Dalam menjalankan PMW dan PKM-K, mahasiswa seringkali masih mengalami kebingungan dalam menjalankan bisnisnya. Maka bisnis yang

dilakukan hanya dengan sekedarnya, yang pada akhirnya berakhir dengan dibubarkannya usaha itu. Salah satu permasalahan dalam PMW dan PKM-K adalah pendampingan bisnis. Memang benar ada dosen pembimbing PMW dan PKM-K, namun pembimbingannya tidaklah intensif sebagaimana pembimbingan skripsi. Sehingga banyak program PMW dan PKM-K yang tidak efektif, meskipun juga ada monitoring dari UNY dan Dikti. Ketidakefektifan ini dilihat dari tidak adanya pertumbuhan pesat bisnis yang dijalankan, karakter *entrepreneurships* yang tidak tumbuh, serta tidak ada keberlanjutan bisnis setelah selesainya PMW dan PKM-K. Bahkan, tidak sedikit mahasiswa mencari dana PKM-K dan PMW bukan dilandasi untuk berlatih bisnis, namun hanya untuk mendapatkan dananya. Hal ini sangat disayangkan mengingat potensi mahasiswa UNY yang sangat besar dan sering menorehkan berita inovasi bisnis.

Apabila UNY mempunyai model pendampingan bisnis mahasiswa yang intensif dan terkurikulum maka berita mahasiswa UNY yang berkibar dalam dunia bisnis semakin banyak. Mengingat tiap tahunnya, UNY berhasil meloloskan sekitar 64 kelompok mahasiswa dalam PKM-K. Dengan adanya model pendampingan yang efektif dan efisien, maka sangat mungkin mahasiswa UNY akan menjuarai berbagai kompetisi bisnis mahasiswa yang sangat bergengsi seperti Wirausaha Muda Mandiri dari Bank Mandiri, Joy Tea *Business Competition* dari Sosro, Shell-*liveWIRE* dari Shell, Danone *Trust*, serta ITB *Entrepreneurship Challenge*.

Tujuan utama dalam jangka panjang penelitian ini adalah akselerasi penumbuhan bisnis mahasiswa. Dalam penelitian ini, tujuan yang hendak dicapai adalah pengembangan model model pendampingan bisnis mahasiswa yang efektif, efisien dan terkurikulum sehingga dapat mempercepat pertumbuhan bisnis.

A. Kajian Teori

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 latih (*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*.

Coaching juga diartikan sehubungan dengan teknologi (orang yang memberikan bantuan *just-in-time*, tugas-based) dan pengaturan bisnis (orang-orang yang disewa untuk memberikan panduan mengenai tugas tertentu pada tingkat individu atau organisasi. Collins, dkk (1989) menjelaskan *coaching* sebagai bantuan dari seorang pakar/ahli. *Coach* (pelatih) akan terlibat dalam lebih konkret, berorientasi pada tujuan tugas-tugas seperti mendapatkan pekerjaan baru atau promosi. Guzdial (1995) menyatakan *coaching* adalah proses membantu seorang siswa melalui suatu kegiatan. Burton, Brown, and Fischer (1999) menyebutkan ada empat hal yang dilakukan *coach* untuk mencapai tujuan *coaching* tercapai, yaitu:

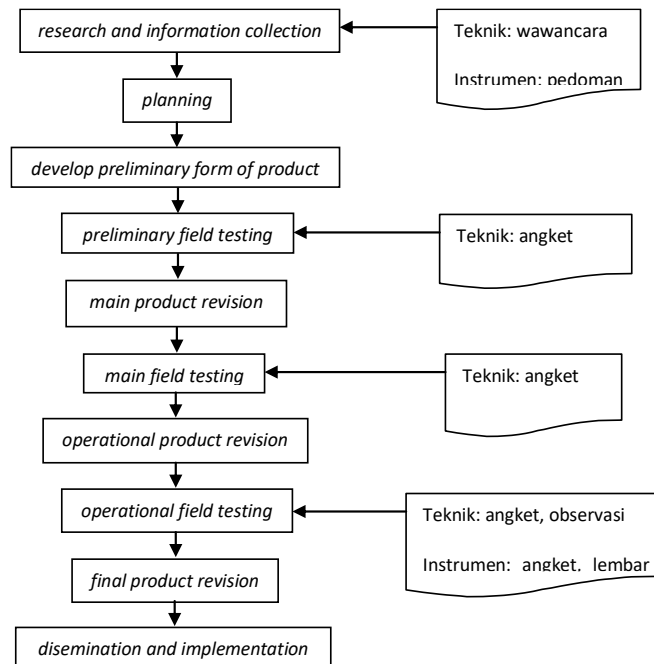
1. memastikan bahwa sub-skills tepat diperoleh,
2. merancang latihan yang sesuai dan menyediakan teknologi yang dibutuhkan,
3. menunjukkan kinerja *coachee* dalam menghadapi masalah, dan
4. memberikan penjelasan dan perintah yang jelas.

Coach harus selalu mempertahankan fokus pada tujuan, mengarahkan ketika *coachee* mengalami kegagalan dan ketika *coachee* siap untuk terus belajar dan maju.

B. Metode Penelitian

Metode dalam penelitian pengembangan model pendampingan bisnis mahasiswa ini adalah metode penelitian dan pengembangan (R&D) yang mengacu pada model Borg dan Gall (Gambar 1). Sementara metode pendampingan yang akan dikembangkan adalah metode *coaching*. Dengan metode *coaching* ini, mahasiswa wirausaha akan

terangsang untuk selalu menumbuhkembangkan bisnisnya secara mandiri.



Gambar 1. Prosedur R&D dalam pengembangan model

Populasi penelitian pengembangan model pendampingan bisnis mahasiswa ini adalah seluruh kelompok/individu mahasiswa yang mendapatkan hibah/bantuan permodalan bisnis melalui program PKM-K tahun 2013 dan PMW pada tahun 2012 dengan total keseluruhan sebanyak 95 bisnis. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 4 kelompok bisnis. Pemilihan kelompok didasarkan atas pertimbangan perwakilan tiap fakultas, keberlanjutan bisnis karena tidak jarang kelompok bisnis dari populasi tidak lagi berlangsung, serta kesediaan dari kelompok bisnis untuk menjadi obyek penelitian ini. Kelompok bisnis yang menjadi obyek penelitian ini adalah:

1. Akretalik Tas (tas lurik)
2. Sicata Dieng (minuman kesehatan berbahan carica)
3. Astutik (kompom batik)

4. Rikswa *Craft* (kerajinan relief kaligrafi aksara jawa)

Teknik analisis yang digunakan untuk menganalisis kelayakan dan efektifitas model pendampingan bisnis mahasiswa dengan menggunakan penelitian tindakan dengan mengacu pada model Kemmis and Taggart.

Indikator keberhasilan penelitian ini adalah model dapat merangsang mahasiswa melakukan aksi bisnis dalam mencapai targetnya sehingga terjadi pertumbuhan dalam bisnisnya. Aksi bisnis ini mempunyai tingkatan dengan skala 4 sebagaimana tertera pada tabel 1. Penelitian berhasil manakala tingkat aksi bisnis mempunyai skala minimal 2.5.

Tabel 1. Tingkatan aksi bisnis dalam mencapai targetnya

Tingkatan aksi bisnis	Skala
Melakukan aksi bisnis yang direncanakan dalam <i>challenge</i> dan mencapai target seperti yang direncanakan dalam <i>challenge</i>	4
Melakukan aksi bisnis yang direncanakan dalam <i>challenge</i> namun belum mencapai seluruh target seperti yang direncanakan dalam <i>challenge</i>	3
Melakukan sebagian aksi bisnis yang direncanakan dalam <i>challenge</i> dan sebagian target tercapai	2
Belum melakukan aksi bisnis sebagaimana direncanakan dalam <i>challenge</i>	1

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Hasil pengembangan model pendampingan bisnis mahasiswa

Model pendampingan ini terdiri dari 3 fase yaitu *review*, *coaching*, dan *challenge*. Fase *review* digunakan untuk mengkaji pertumbuhan terakhir dari bisnis mahasiswa (pada siklus pertama). Disamping itu juga untuk melihat aksi bisnis yang dilakukan berdasarkan *challenge* yang ditetapkan sendiri oleh mahasiswa pada siklus sebelumnya. Fase *coaching* berisi penggalan pemikiran, kesadaran, serta motivasi mahasiswa untuk melakukan aksi bisnis berikut dalam

menumbuhkembangkan bisnisnya. Pada fase ini akan lebih didominasi tanya jawab tentang tujuan, target, dan permasalahan bisnis mahasiswa. Fase *challenge* merupakan fase penetapan rencana aksi (*action plan*) bisnis. Rencana aksi ini ditetapkan sendiri oleh mahasiswa supaya mahasiswa mempunyai pola pikir (*mind set*) berorientasi pada aksi bisnis dari pada khayalan dan rencana. Dengan ditetapkan sendiri, mahasiswa dilatih untuk bertanggung jawab atas rencana dan pemikirannya tersebut. Apabila digambarkan, maka model pendampingan bisnis ini akan seperti pada gambar 2 berikut.



Gambar 2. Model Pendampingan Bisnis Mahasiswa

Skenario pelaksanaan pendampingan bisnis mahasiswa seperti pada tabel 2.

Tabel 2. Skenario *coaching* pendampingan bisnis mahasiswa

Fase	Kegiatan	Waktu	Instrumen
<i>Review</i>	Melihat ulang pertumbuhan terakhir bisnis mahasiswa dan aksi berdasar <i>challenge</i>	5 menit	Form kondisi bisnis
<i>Coaching</i>	Pertanyaan-pertanyaan tentang tujuan, target, dan permasalahan bisnis mahasiswa	20 menit	Draf pertanyaan
<i>Challenge</i>	aksi bisnis yang akan dilakukan mahasiswa dalam 2 minggu kedepan	5 menit	Form catatan <i>challenge</i>

Disamping itu, model pendampingan bisnis mahasiswa dalam penelitian ini mempunyai unsur-unsur sebagai berikut.

- a. Pendampingan dilakukan secara kontinyu setiap 2 minggu sekali.

- b. Pelaksanaan monitoring dan evaluasi perkembangan bisnis mahasiswa pada fase *review*.
- c. Pemberian motivasi penumbuhan bisnis mahasiswa pada fase *coaching*.
- d. Penetapan rancana aksi bisnis yang akan dilakukan mahasiswa dalam dua minggu kedepan pada fase *challenge* dimana *challenge* ini ditentukan mahasiswa sendiri.
- e. Penentuan target bisnis ditentukan oleh mahasiswa sendiri sehingga mahasiswa merasa bertanggung jawab dengan target yang dicanangkannya.
- f. Dalam proses pendampingan dengan teknik *coaching* dilakukan dengan cara memberikan pertanyaan yang mengarahkan mahasiswa untuk berpikir dan berpikir dalam mengembangkan bisnisnya – tidak memberikan arahan bagaimana pengembangan bisnisnya.
- g. Pertanyaan berdasar topik mingguan pendampingan atau permasalahan yang ada.
- h. Dilakukan kompetisi diantara kelompok bisnis dengan kriteria aksi nyata dalam bisnis dalam pencapaian target.

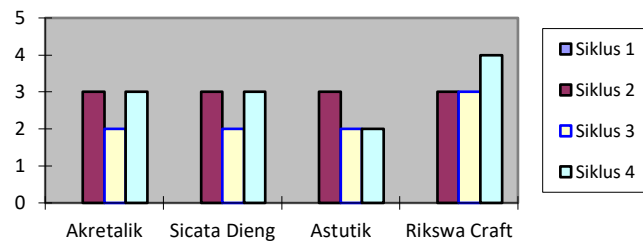
2. Hasil pendampingan bisnis mahasiswa

Bisnis mahasiswa yang didampingi adalah Akretalik Tas (tas lurik), Sicata Dieng (minuman kesehatan berbahan carica), Astutik (kompur batik), Rikswa *Craft* (kerajinan). Proses pendampingan dilakukan selama dua bulan dalam 4 siklus. Data dalam proses pendampingan bisnis mahasiswa dapat dilihat pada tabel 3 tentang hasil pendampingan bisnis mahasiswa.

Dari data terlihat bahwa mahasiswa yang berbisnis senantiasa mengupayakan pertumbuhan bisnisnya dengan melakukan aksi bisnis yang dirancangnya sendiri. Berbagai aksi bisnis meskipun kecil namun nyata berhasil membuahkan hasil, seperti menawarkan produk untuk

dititipkan di Mirota Batik (Rikswa Craft); memasarkan kompor batik langsung ke sekolah yang mengajarkan batik (Astutik); menjual Sicata Dieng melalui outlet oleh-oleh membuahkann omzet sebesar 1 juta (Sicata Dieng), serta produksi tas untuk berbagai sampel, katalog, sekaligus dipasarkan (Akretalik).

Apabila nilai tingkat pelaksanaan aksi bisnis diplot dalam histogram sebagaimana gambar 3 maka dapat menggambarkan bagaimana mahasiswa cukup termotivasi untuk menumbuhkembangkan bisnisnya.



Gambar 3. Histogram nilai aksi bisnis mahasiswa

Tabel 3. Hasil pendampingan bisnis mahasiswa

Uraian	Siklus			
	Siklus 1 (2 Sept)	Siklus 2 (16 Sept)	Siklus 3 (30 Sept)	Siklus 4 (14 Okt)
1. Akretalik				
Keadaan Sekarang (Review)	<ul style="list-style-type: none"> - Omset ± 8 jt/bulan - Laba ± 5 jt/bulan - Pemasaran online - Mitra produksi : 2 mitra - Produksi 85 tas/3 bln - Aset: kulit full up, tenun lurik, dan label 	<ul style="list-style-type: none"> - Produksi 24 pcs belum bisa terpenuhi karena mitra overload order - Omset minggu ini 350 ribu (menjual 1 tas dr produksi minggu lalu) - Laba 100 ribu 	<ul style="list-style-type: none"> - Tidak ada penjualan untuk minggu ini - Produksi 24 pcs belum bisa terpenuhi karena mitra overload order - Tim sedang sibuk dengan skripsi 	<ul style="list-style-type: none"> - Terproduksi 10 tas untuk pembuatan katalog - Pembuatan catalog belum selesai
Keadaan Diinginkan/ Permasalahan (Coaching)	<ul style="list-style-type: none"> - Produksi 80 tas/bl - Omset 8 jt/bl - Mengikuti expo dan pameran - Ikut serta dalam Indonesia Fashion Week 2014 	Tidak ada keterlambatan produksi	Tidak ada keterlambatan produksi	Manajemen pemasaran melalui online shop Akretalik belum maksimal
Rencana Aksi (Challenge)	<ul style="list-style-type: none"> - Memproduksi 24 tas untuk pembuatan katalog - Penyebaran katalog (ke kantor instansi pemerintah, dosen, karyawan di kampus, teman) 	<ul style="list-style-type: none"> - Menambah mitra produksi - Menyiapkan lay out desain katalog - Produksi 24 tas - Persiapan kemptetisi wirausaha di indonesia fashion Week 2014 	<ul style="list-style-type: none"> - Menambah mitra produksi - Menyiapkan lay out desain katalog - Produksi 24 tas - Persiapan kemptetisi wirausaha di indonesia fashion Week 2014 	<ul style="list-style-type: none"> - Perbaiki manajemen pemasaran online - Menambah mitra produksi - Produksi 14 tas yang tersisa
Nilai Skala Aksi		3	2	3

2. Sicata Dieng	Siklus 1 (2 Sept)	Siklus 2 (16 Sept)	Siklus 3 (30 Sept)	Siklus 4 (14 Okt)
Keadaan Sekarang (Review)	<ul style="list-style-type: none"> - Produksi 1 kali produksi /minggu - Penjualan secara online - Pemasaran masih di wonosobo - Selesai pameran di LPPM - Omzet minggu lalu 70.000 	<ul style="list-style-type: none"> - Produksi di wonosobo tapi cetak kemasan label botol/box di jogja sehingga ada ongkir - Produksi dari pengupasan hingga pengemasan dilakukan 2 tenaga kerja - 	<ul style="list-style-type: none"> - Penjualan belum memenuhi target - Produksi terkendala alat yang sedang diservis - Omzet bulan sept 600.000 	<ul style="list-style-type: none"> - Tempat produksi masih belum menetap - Keuntungan masih sdk karena uang penjualan dialokasikan untuk pembayaran hutang investasi alat - Penjualan via outlet dengan omzet 1 jt/bln (pertengahan okt)
Keadaan Diinginkan/ Permasalahan (Coaching)	<ul style="list-style-type: none"> - Meminimalkan harga pasar dengan mencari supply bahan langsung ke petani - Menambah modal melalui kerja sama dengan BMT Marhamah - Publikasi di BMT Marhamah 	<ul style="list-style-type: none"> - Produksi 2 kali seminggu - Penambahan pegawai 	<ul style="list-style-type: none"> - Perluasan pasar dg bekerjasama dg BMT marhamah - Optimalisasi tenaga kerja - Membuat skala prioritas pembiayaan 	<ul style="list-style-type: none"> - Mempunyai tempat produksi tetap - Neraca keuangan lancar - Mempunyai marketing area jogja - Pelunasan alat produksi (800rb) - Produksi 4 kali/bln tanpa tergantung order - Mengefektifkan <i>ecommerce</i>
Rencana Aksi (Challenge)	<ul style="list-style-type: none"> - Menambah tenaga marketing di area wonosobo - Melobi petani carica di dieng - Melobi BMT Marhamah - Melobi ke dinas terkait 	<ul style="list-style-type: none"> - Membuat job desk - Produksi dikontinyukan - Pemantauan barang yang dititipkan di outlet secara kontinyu minimal 2 kali sebulan - Edukasi pasar di lingkungan UNY 	<ul style="list-style-type: none"> - Mendaftarkan Sicata Dieng di KUB Carica Wonosobo - Produksi dikontinyukan 	<ul style="list-style-type: none"> - Pemulihan modal - Pelunasan hutang modal investasi alat - Mencari tenaga marketing jogja dan wonosobo - Pembagian jobdesk
Nilai Skala Aksi		3	2	3

3. Astutik	Siklus 1 (2 Sept)	Siklus 2 (16 Sept)	Siklus 3 (30 Sept)	Siklus 4 (14 Okt)
Keadaan Sekarang (Review)	<ul style="list-style-type: none"> - Omzet bulan lalu 4 jt/bln dg penjualan 10 kompor - Laba bersih 500rb/bln - Pemasaran online dan <i>direct selling</i> ke sekolah - Mempunyai mitra usaha - Ada 25 kompor produksi bln yg lalu 	<ul style="list-style-type: none"> - Melakukan pameran produk di bantu expo dan di TMII - Persipan mengikuti kompetisi teknopreneur pemuda dari Kemenristek - Penyebaran media promosi di SMKN 2 Sewon - Pembuatan web 	<ul style="list-style-type: none"> - Optimalisasi iklan di web - Melayani pemesanan secara online dan sms - Produksi kompor - Produk masuk ke kementerian?? 	<ul style="list-style-type: none"> - Produksi terus berjalan berdasarkan order - Persipan mengikuti kompetisi teknopreneur pemuda dari Kemenristek - Publikasi di berbagai media
Keadaan Diinginkan/ Permasalahan (Coaching)	<ul style="list-style-type: none"> - Omzet naik 2 kali lipat (8jt/bln) - Publikasi kompor batik di media online 	<ul style="list-style-type: none"> - Terpublikasi secara nasional - Pemasaran secara nasional 	<ul style="list-style-type: none"> - Omzet naik 2 kali lipat (8jt/bln) - Publik semakin mengenal kompor batik 	<ul style="list-style-type: none"> - Mempunyai sistem produksi <i>make to supply</i> - Mendapat penguatan modal
Rencana Aksi (Challenge)	<ul style="list-style-type: none"> - Menjual kompor batik (10 psc) ke SMK Adiwarna Tegal - Mempunyai web, fanpage, twitter - Menjalni kerjasama dengan beberapa sekolah - Mengikuti pameran dan kompetisi 	<ul style="list-style-type: none"> - Persipan pameran produk di bantu expo dan di TMII 	<ul style="list-style-type: none"> - Memperbanyak iklan via website - Membuat iklan di berita online - Optimalisasi web www.spirit-groups.com 	<ul style="list-style-type: none"> - Pembuatan film untuk promosi via TV
Nilai Skala Aksi		3	2	2

4. Rikswa Craft	Siklus 1 (2 Sept)	Siklus 2 (16 Sept)	Siklus 3 (30 Sept)	Siklus 4 (14 Okt)
Keadaan Sekarang (Review)	<ul style="list-style-type: none"> - Vakum 1 bulan selama Agustus dan tim bubar 	<ul style="list-style-type: none"> - Sudah membawa contoh produk ke Mirota Batik dan mendapat beberapa masukan untuk memperbaiki produk. - Belum dapat dimasukkan ke Mirota Batik karena hanya membawa 2 sampel, Mirota Batik meminta minimal 3 buah. - Satu produk ditawarkan seharga Rp 35 rb dari Rikswa untuk Mirota Batik 	<ul style="list-style-type: none"> - Proses <i>finishing</i> 5 produk Rikswa yang akan dititipkan di Mirota Batik. - Dari perhitungan ulang, ternyata harga Rp 35rb dari Rikswa terlalu murah sehingga dinaikkan menjadi Rp 40rb per produk 	<ul style="list-style-type: none"> - Produk sudah masuk Mirota Batik (sebanyak 5 buah di Mirota Batik dengan harga dari Rikswa Rp 40rb. oleh Mirota Batik dijual kepada konsumen akhir dengan harga Rp 60rb. Produk sudah didisplay di bagian kerajinan relief) - Inventarisasi asset sudah dilakukan - Sampel produk jenis souvenir pernikahan dalam proses penyelesaian 30%, - Pendaftaran merek sedang proses (sudah datang ke Balai Bisnis dan mendaftar, namun masih perlu memperbaiki logo)
Keadaan Diinginkan/ Permasalahan (Coaching)	<ul style="list-style-type: none"> - Menambah produk berupa souvenir pernikahan. - Tersedia di toko-toko kerajinan seperti Mirota Batik, Roemah Pelantjong, toko souvenir Keraton - Mempunyai merek yang sudah dipatenkan. - Sudah dipesan oleh wisatawan yg akan ke Jogja, 	<ul style="list-style-type: none"> - Menambah produk berupa souvenir pernikahan. - Tersedia di toko-toko kerajinan seperti Mirota Batik, Roemah Pelantjong, toko souvenir Keraton - Mempunyai merek yang sudah dipatenkan. - Sudah dipesan oleh wisatawan yg akan ke Jogja, 	<ul style="list-style-type: none"> - Menambah produk berupa souvenir pernikahan. - Tersedia di toko-toko kerajinan seperti Mirota Batik, Roemah Pelantjong, toko souvenir Keraton - Mempunyai merek yang sudah dipatenkan. - Sudah dipesan oleh wisatawan yg akan ke Jogja, 	<ul style="list-style-type: none"> - Menambah produk berupa souvenir pernikahan. - Tersedia di toko-toko kerajinan seperti Mirota Batik, Roemah Pelantjong, toko souvenir Keraton - Mempunyai merek yang sudah dipatenkan. - Sudah dipesan oleh wisatawan yg akan ke Jogja, sebelum

	<p>sebelum mereka datang, sehingga ketika sudah datang, produk tinggal diantar.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Mempunyai administrasi yang rapi 	<p>sebelum mereka datang, sehingga ketika sudah datang, produk tinggal diantar.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Mempunyai administrasi yang rapi 	<p>sebelum mereka datang, sehingga ketika sudah datang, produk tinggal diantar.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Mempunyai administrasi yang rapi 	<p>mereka datang, sehingga ketika sudah datang, produk tinggal diantar.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Mempunyai administrasi yang rapi
Rencana Aksi (Challenge)	<ul style="list-style-type: none"> - Memulai bisnis lagi - Menginventarisasi asset Rikswa, kemudian membuat neraca, jurnal dan buku besar. - Mempromosikan dengan target wisatawan - Menitipkan produk ke Mirota Batik, Toko Souvenir Kraton dan Roemah Pelantjong. - Menyelesaikan proses produksi 3 produk yang akan dititipkan di toko namun belum jadi 	<ul style="list-style-type: none"> - Melakukan perbaikan produk berdasarkan masukan dari Mirota Batik - Menginventarisasi asset Rikswa, kemudian membuat neraca, jurnal dan buku besar. - Mempromosikan dengan target wisatawan - Menitipkan produk ke Mirota Batik, Toko Souvenir Kraton dan Roemah Pelantjong. 	<ul style="list-style-type: none"> - Memasukkan produk ke Mirota Batik - Menginventarisasi asset, kemudian membuat neraca, jurnal dan buku besar. - Mempromosikan dengan target wisatawan - Menitipkan produk ke Toko Souvenir Kraton dan Roemah Pelantjong. - Menyelesaikan pembuatan sampel produk jenis souvenir pernikahan, kemudian mempromosikannya 	<ul style="list-style-type: none"> - Membuat neraca, jurnal dan buku besar. - Mempromosikan dengan target wisatawan - Menitipkan produk ke Mirota Batik, Toko Souvenir Kraton dan Roemah Pelantjong - Menyelesaikan pembuatan sampel produk jenis souvenir pernikahan, kemudian mempromosikannya.
Nilai Skala Aksi		3	3	4

Sebagai permulaan bisnis dan penerapan model, rerata keberhasilan penerapan model cukup baik. Hal ini dapat dilihat dari hasil rerata keseluruhan nilai aksi bisnis mahasiswa yang sebesar 2.75. Mengingat target awal indikator keberhasilan yang sebesar 2.5, maka penerapan model pendampingan bisnis ini dapat dikatakan mampu untuk menumbuhkembangkan bisnis mahasiswa. Berikut adalah rerata nilai aksi bisnis mahasiswa

Aksi nyata dalam berbisnis inilah yang menjadi fokus dalam penelitian ini. Besar kecilnya omzet dan profit bukan menjadi pertimbangan utama dalam tahap permulaan bagi pebisnis pemula yang juga mempunyai kewajiban kuliah ini. Mengingat salah satu karakter entrepreneur adalah berorientasi pada tindakan (Kasali, dkk, 2010). Melalui model pendampingan yang kontinyu dan tanpa berjarak dengan mahasiswa ini, Rikswa Craft yang sempat vakum karena bubarnya tim PKM-K dapat termotivasi dan melakukan aksi bisnis yang nyata.

Dengan demikian, model pendampingan bisnis mahasiswa ini cukup efektif dalam menumbuhkembangkan bisnis mahasiswa.

SIMPULAN

Model pendampingan bisnis ini meliputi 3 fase yaitu *review*, *coaching* dan *challenge*. Dari empat siklus yang dilakukan dapat disimpulkan bahwa model ini cukup efektif dalam merangsang mahasiswa sebagai pebisnis pemula merancang dan melakukan aksi nyata dalam menumbuhkembangkan bisnisnya.

REFERENSI

Burton, R., Brown, J. S., & Fischer, G. (1999). *Skiing as a model of instruction*. dalam B. Rogoff & J. Lave (Eds.), *Everyday cognition: Development in social context* (pp. 139–150). Cambridge, MA: Harvard University Press

- Collins, A., Brown, J. S., & Newman, S. E. (1989). *Cognitive apprenticeship: Teaching the craft of reading, writing, and mathematics*.
- Guzdial, M. (1995). *Software-realized scaffolding to facilitate programming for science learning*. *Interactive Learning Environments*, 4(1), 1-44.
- Kasali, Rhenald, dkk. (2010). *Kewirausahaan untuk Si*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- 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.
- Makalah ini merupakan artikel hasil penelitian hibah bersaing 2013 dengan judul Model Pendampingan Bisnis Mahasiswa Penerima Hibah Pkm-K/Pmw Melalui Teknik *Coaching* Sebagai Upaya Akselerasi Penumbuhan Karakter Dan *Skill* Wirausaha Mahasiswa