

OPTIMALISASI PEMBELAJARAN WIRAUSAHA SEBAGAI ALTERNATIF TEMPAT PELATIHAN PENCIPTAAN NILAI PRODUK UNTUK PENINGKATKAN SUPLAI PERTUMBUHAN INDUSTRI KREATIF

Sri Wening
Jurusan PTBB FT UNY

ABSTRAK

Pendidikan merupakan basis sentral dan tumpuan harapan bagi pembentukan sumber daya manusia yang berkualitas. Hal tersebut harus dipikirkan oleh semua pihak untuk memberikan kontribusi positif baik secara individual atau kelompok dalam peran aktif untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Dalam rangka merealisasikan komitmen pemerintah untuk mengembangkan ekonomi kreatif Indonesia 2025, maka salah satu upaya yang dapat dilakukan oleh Perguruan Tinggi bidang Vokasi (LPTK-PTK) adalah membekali mahasiswa untuk membuka peluang usaha yang berkarakter industri kreatif. Kehadiran industri kreatif memberikan peluang bagi pengelola PTK untuk memperlengkapi para mahasiswanya untuk dapat mau dan mampu bersaing sesuai dengan tuntutan pasar. Terkait dengan hal ini lulusan PTK sebaiknya sudah dipersiapkan sejak berada di bangku kuliah untuk mengenal medan laga industri kreatif yang penuh dengan risiko tetapi dengan imbalan yang luar biasa. Semangat kewirausahaan sudah harus ditumbuhkan melalui kurikulum kewirausahaan berbasis industri kreatif yang adaptif untuk mengenal dan menangkap peluang yang ada dan bukan di saat para lulusan memasuki dunia kerja.

Kata kunci : pembelajaran wirausaha, penciptaan nilai produk,

PENDAHULUAN

Dalam rangka merealisasikan komitmen pemerintah untuk mengembangkan ekonomi kreatif Indonesia 2025, maka salah satu upaya yang dapat dilakukan oleh Perguruan Tinggi bidang Vokasi (LPTK-PTK) adalah membekali mahasiswa untuk membuka peluang usaha yang berkarakter industri kreatif. Kehadiran industri kreatif memberikan peluang bagi pengelola PTK untuk memperlengkapi para mahasiswanya untuk dapat mau dan mampu bersaing sesuai dengan tuntutan pasar. Sisi lain

yang muncul dari fenomena tersebut adalah kompetisi yang semakin keras. Kondisi ini mengharuskan perusahaan mencari cara agar bisa menekan biaya termurah mungkin dan seefisien mungkin.

Konsentrasi industri yang berpindah ini mengharuskan untuk mengandalkan sumber daya manusia yang kreatif menjadikan era tahun 1990 an dimulainya era ekonomi baru yang mengintensifkan informasi dan kreativitas yang populer disebut ekonomi kreatif yang digerakkan oleh sektor industri yang disebut industri

kreatif. Oleh karena itu, peningkatan sumber daya manusia melalui Pendidikan Teknologi Kejuruan dengan pengembangan wirausaha yang mencirikan industri kreatif akan sangat membantu mempercepat pertumbuhan ekonomi sebagai wujud dari upaya mencari pembangunan yang berkelanjutan melalui kreativitas (ekonomi kreatif). Hal tersebut merupakan manifestasi dari semangat bertahan hidup yang sangat penting bagi negara berkembang. Pesan besar yang ditawarkan ekonomi kreatif adalah pemanfaatan cadangan sumber daya yang bukan hanya terbarukan, bahkan tak terbatas, yaitu ide, talenta dan kreativitas. Dengan pengembangan wirausaha melalui pendidikan teknologi kejuruan diharapkan tumbuh calon-calon wirausaha yang mampu menjalankan peran dan fungsinya sebagai motor pertumbuhan ekonomi yang mampu melihat ke depan dan berani menghadapi tantangan, serta bersedia mengambil resiko.

Hal ini perlu untuk disambut dengan baik oleh perguruan tinggi, karena arah pengembangan industri kreatif tersebut menuju pada pola industri yang ramah lingkungan dan penciptaan nilai tambah produk dan jasa yang berasal dari intelektualitas sumber daya insani melalui pengembangan 14 subsektor industri kreatif. Terkait dengan hal ini lulusan PTK sebaiknya sudah dipersiapkan sejak berada di bangku kuliah untuk mengenal medan laga industri kreatif yang penuh dengan risiko tetapi dengan imbalan yang luar biasa. Semangat kewirausahaan sudah harus ditumbuhkan melalui kurikulum kewirausahaan yang adaptif untuk mengenal dan menangkap peluang yang ada dan bukan di saat para lulusan memasuki dunia kerja. Lulusan yang cenderung bekerja di sektor

formal bukan karena mereka tidak mampu menjadi pewirausaha tetapi mereka tidak memperoleh kesempatan untuk berlatih dan berlaga di medan industri kreatif.

Sudah menjadi perdebatan awam bahwa lulusan pendidikan tinggi sudah seharusnya berani menciptakan lapangan kerja dan bukan memburu pekerjaan. Mengapa minat kewirausahaan begitu rendah? Jawabannya sudah kita ketahui bersama yaitu tidak dipersiapkannya para lulusan tersebut untuk mengenal seluk beluk perusahaan, tidak ada pengalaman berkolaborasi dengan orang lain mulai dari inisiasi proyek bisnis sampai dengan selesai, bagaimana berurusan dengan pihak bank, dan bagaimana memperhitungkan risiko bisnis. Kalau pengetahuan elementer berbisnis tidak dikuasai, bagaimana mungkin kita berharap mereka dapat menjadi berani atau berbudaya menjadi pewirausaha.

Kurikulum Pendidikan Teknologi Kejuruan memiliki ciri yang berbeda. Menurut Finch dan Crunkilton (1989): 1) orientasi pada kinerja individu dalam dunia kerja; 2) justifikasi khusus pada kebutuhan lapangan kerja; 3) focus kurikulum pada aspek psikomotorik, afektif, dan kognitif; 4) tolok ukur keberhasilan tidak hanya terbatas di sekolah/kampus; 5) kepekaan terhadap dunia kerja; 6) memerlukan saran dan prasarana yang memadai; 7) adanya dukungan masyarakat dan bila diperhatikan bahwa pendidikan teknik kejuruan menekankan pada dimensi penyiapan lulusan sebagai calon tenaga kerja di dunia kerja sesuai bidang ilmunya sampai peringkat professional.

Kompetensi lulusan PTK tidak hanya diarahkan untuk menjadi guru dan memenuhi kebutuhan industri

sesaat tetapi juga kebutuhan perkembangan penerapan ipteks yang diterapkan industri. Untuk mengacu itu semua setiap rumpun kompetensi dikelompokkan dalam mata kuliah keilmuan dan keterampilan, mata kuliah keahlian berkarya, mata kuliah perilaku berkarya dan mata kuliah berkehidupan bermasyarakat. Dalam rumpun mata kuliah yang terakhir disebutkan tersebut merupakan rumpun kompetensi sosial kepribadian yang dibentuk melalui kegiatan bersoialisasi dengan masyarakat dalam bentuk kuliah kerja nyata dan pembentukan jiwa berwirausaha. Kaitannya dengan pembentukan jiwa wirausaha, peserta didik lulusan Pendidikan Teknologi Kejuruan diberi bekal kewirausahaan yang adaptif seiring dengan komitmen pemerintah untuk mengembangkan ekonomi kreatif, mengingat persaingan yang ketat dalam perolehan lapangan pekerjaan mengharuskan untuk mempersiapkan lulusannya agar dapat lebih mandiri dengan menciptakan lapangan kerja sendiri.

PEMBAHASAN

Penciptaan Nilai Produk

Seiring dengan majunya tingkat pendidikan dan kesehatan, taraf hidup manusia pun semakin meningkat sehingga sudut pandang manusia melihat kehidupan juga berubah. Keterhubungan dan internasionalisasi yang tercipta telah mempengaruhi motivasi hidup manusia. Disaat manusia telah berhasil melampaui tingkat kebutuhan dasarnya (*physical needs*) dan kebutuhan atas keamanan (*security/safety needs*), maka manusia akan berusaha mencari kebutuhannya pada tingkat yang lebih lanjut yaitu tingkat bersoialisasi (*social needs*),

rasa percaya diri (*esteem needs*) dan aktualisasi diri (*self actualization*), demikian pula dengan perilaku konsumsi manusia.

Semakin lama konsumen semakin menyukai barang-barang yang tidak hanya memuaskan kebutuhan fungsional saja, namun juga mencari produk yang bisa memberikan dirinya suatu identitas dan membuat dirinya lebih dihargai oleh orang-orang disekitarnya. Sebagai contoh dalam industri busana/fesyen, konsumen tidak akan membeli busana yang tidak cantik dan tidak membuat lebih menarik, ataupun tidak cocok dengan tubuh si pemakai. Ciri-ciri konsumen seperti ini sangat identik dengan konsumen Negara maju yang mereka jadikan trend-setter perdagangan internasional, maka perilaku tersebut akan berimbas pada Negara lainnya sampai Negara sedang berkembang. Sehingga secara perdagangan dan industri, produk yang dijual ke Negara maju haruslah yang memiliki kandungan non fungsional yang mampu memuaskan kebutuhan konsumen atas identitas dan penghargaan social. Hal ini untuk memenuhi kebutuhan tersebut industri kreatif memegang peranan yang sangat penting. Industri kreatif sangat responsive menyerap akumulasi fenomena sosial di masyarakat dan menuangkan ke dalam konteks produk dan jasa, bisa berupa produk pakai seperti fesyen dan kerajinan maupun produk-produk hiburan seperti musik dan film. Meskipun kebutuhan tersebut tidak hanya diperuntukan secara eksklusif bagi konsumen yang telah berkecukupan dalam hal materi

maupun yang berlatar belakang pendidikan tinggi. Akan tetapi dalam proporsi tertentu konsumen lapisan bawah pun memiliki motivasi sosial, kepercayaan diri dan untuk beraktualisasi diri yang sama pentingnya seperti masyarakat lapisan atas.

Semakin kritisnya konsumen akhirnya membuat konsumen untuk semakin selektif terhadap barang-barang yang akan dikonsumsi. Konsumen kurang tergerak membeli barang generik, sebaliknya konsumen semakin antusias membeli barang yang unik dan dapat membuat bangga yang memakainya. Semakin lama faktor selera semakin mendominasi perilaku konsumen. Permintaan konsumen seperti ini (*consumer demand*) telah mengubah pendekatan industri. Pendekatan telah berubah menjadi berorientasi konsumen (*demand driven*) dan proses produksinya tidak disatu tempat namun tersebar. Konsumen yang semakin selektif dan sangat memperhatikan kualitas dari sisi desain, material, merek dan ciri khusus, disinilah sangat besar peranan industri kreatif dalam memahami sisi-sisi manusiawi tersebut sehingga dapat lebih besar menyerap ekspor ke Negara-negara. Dengan intensifikasi kreativitas khususnya pada desain untuk produk-produk yang akan diekspor.

UK DCMS *Task force* (1998) mendefinisikan industri kreatif adalah *Creatives Industries as those industries which have their origin in individual creativity, skill and talent, and which have a potential for wealth*

and job creation through the generation and exploitation of intellectual property content. Sedangkan Departemen Perdagangan Republik Indonesia (2007) mendefinisikan industri kreatif sebagai industri yang berasal dari pemanfaatan kreativitas, keterampilan serta bakat individu untuk menciptakan kesejahteraan serta lapangan pekerjaan melalui penciptaan dan pemanfaatan daya kreasi dan daya cipta individu tersebut. Industri kreatif ini mengandalkan talenta, keterampilan dan kreativitas. Kreativitas adalah elemen dasar individu. Potensi kreatif terdapat pada semua orang, karena semua orang memiliki modal dasar yang sama dari Sang Pencipta.

Kemampuan adaptasi dan konvergensi agar dapat tercipta suatu ide baru membutuhkan daya imajinasi dan daya visualisasi. Inovasi bisa dicapai dengan penciptaan nilai baru. Misalnya dengan cara mengadaptasi menggabung-gabungkan (konvergensi) teknologi yang telah ada sehingga melahirkan suatu ide yang baru. Kemampuan ini menonjol dimiliki oleh insan-insan kreatif di dalam industri kreatif.

Dalam menghasilkan suatu produk dari hasil kreatif terjadi rantai nilai dalam proses penciptaan nilai produk yang dihasilkan. Penciptaan nilai produksi masal berbeda dengan penciptaan nilai untuk produksi terbatas. Pada penciptaan nilai produk pada industri manufaktur didasari dari standarisasi proses, produksi masal dan pengulangan, dengan semaksimal

mungkin selalu mengupayakan efisiensi dalam produksi sehingga dapat mencapai produktivitas produksi semaksimal mungkin. Hal ini, berbeda dengan industri kreatif yang mengutamakan desain dalam penciptaan produknya dengan volume produksi terbatas, dan membutuhkan kreativitas individu sebagai input utama dalam proses penciptaan nilai.

Menurut pendapat Departemen Perdagangan RI (2008, hal 69) rantai penciptaan nilai produk di dalam industri kreatif menjadi pokok perhatian dalam menentukan strategi pengembangan mempunyai urutan sebagai berikut:

1. Kreasi/originalitas, kreasi adalah kekuatan yang muncul dari dalam diri individu. Kreasi merupakan penciptaan daya kreasi yang menjadi faktor suplai/input dalam industri kreatif dengan melibatkan segala hal yang berhubungan dengan cara-cara mendapatkan input, menyimpannya dan mengolahnya. Sehingga daya kreativitas, keterampilan dan bakat, orisinalitas ide adalah faktor suplai/input yang paling penting. Misalnya suatu produk yang unik, berbeda dan orisinal menjadikan produk tersebut mampu berkompetisi dengan produk-produk lawannya dengan lebih baik dan berpotensi menciptakan lapangan kerja serta kemakmuran bagi yang memilikinya. Nampaknya perguruan tinggi dibidang vokasi sangat berperan ikut andil memperkuat munculnya daya kreasi tersebut dengan mengintegrasikannya ke dalam pembelajaran kewirausahaan baik materi pendukung bidang keahliannya maupun pengalaman langsung menjalankan usaha.

Faktor-faktor yang dapat memperkuat munculnya daya kreasi adalah: a). Edukasi, b). Inovasi, c). Ekspresi, d). Kepercayaan Diri, e). Pengalaman dan Proyek, f). Proteksi, g). Agen Talenta. Berikut ini penjelasan terhadap masing-masing butir faktor tersebut:

- a. Edukasi merupakan factor yang dapat memperkuat daya kreasi seseorang, karena perolehannya didasarkan melalui pendidikan. Dengan demikian diharapkan apresiasi terhadap seni meningkat, dan mampu menghasilkan lebih banyak gagasan kreatif sebagai jalan keluar dari berbagai permasalahan ekonomi dan social di masyarakat.
- b. Inovasi yang baik dan berpotensi ekonomi memiliki factor pengunci yang sulit dibongkar pihak lain, biasanya adalah penggabungan dari kreasi yang bersifat maya dan kreasi yang bersifat fisik. Kreasi kreatif berbasis pada inovasi baru, artistic, inovasi sains dan teknologi yang unik dan yang belum pernah dibuat atau terpikirkan oleh orang lain.
- c. Ekspresi merupakan kreativitas yang memaksimalkan daya piker insane dalam mengambil keputusan, mencari jalan keluar melebur batasa-batasan dan menghasilkan suatu benda, produk yang baru, unik dan dengan ekspresi yang kuat, diingat orang hingga ribuan tahun lamanya. Ekspresi menjadi eksklusif milik kalangan seni.
- d. Kepercayaan diri adalah faktor fundamental dalam berkreasi.

- Penanaman rasa percaya diri akan semakin mendorong individu maupun perusahaan untuk berani tampil beda atau tampil dengan identitasnya sendiri. Dalam konteks yang lebih tinggi, kepercayaan diri yang kuat, dan keberanian untuk mengelola resiko akan menguatkan identitas individu kreatif atau perusahaan kreatif dan akan mempercepat tubuhnya merek lokal.
- e. Proteksi untuk hasil kreasi yang berupa paten, hakcipta, merek maupun desain. Bila telah diproteksi, maka kreasi tersebut dapat dieksploitasi potensi ekonominya semaksimal mungkin tanpa takut ditiru oleh orang lain. Seandainya orang lain akan memproduksi tersebut, harus meminta izin, membayar lisensi serta royaltinya,
 - f. Agen talenta berfungsi sebagai pemburu talenta baru dan mengelolanya dalam suatu wadah manajemen yang akan mensuplai insan kreatif keindustri. Suplai biasanya merupakan rekomendasi pribadi atau pembicaraan dari mulut ke mulut.
2. Produksi adalah segala aktivitas yang dibutuhkan dalam mentransformasikan input menjadi output yang berupa produk maupun jasa. Aktivitas dominan dalam produksi adalah replikasi maupun reproduksi. Aktivitas perulangan harus dilakukan agar industry kreatif menikmati penghasilannya. Pada industry kreatif nilai tambah dari hasil kreasi yang orisinil berasosiasi pada produk dalam jumlah terbatas oleh karena itu dalam mensikapinya

dilihat secara proposional dan tergantung karakteristik produknya.

3. Distribusi adalah kegiatan dalam penyimpanan dan pendistribusian output.
4. Komersialisasi adalah segala aktivitas yang berfungsi member pengetahuan kepada pembeli tentang produk dan layanan yang disediakan, dan mempengaruhi konsumen untuk membelinya. Layanan adalah segala aktivitas yang diperlukan untuk menjaga suatu barang atau layanan tetap berfungsi dengan baik sesuai dengan harapan konsumen setelah barang atau jasa dibeli.

Pembelajaran Kewirausahaan Sebagai Tempat Pelatihan.

Akademisi sebagai bagian dari komunitas cendekiawan memiliki peranan yang penting dan besar dalam mengembangkan ekonomi kreatif. Peranan tersebut akan memberikan kontribusi untuk mendorong lahirnya generasi kreatif dengan pola pikir yang mendukung tumbuhnya karsa dan karya dalam industri kreatif. Akademisi diharapkan dapat memberikan masukan terhadap kebijakan pengembangan industri kreatif dan instrumen yang dibutuhkan, serta dapat menghasilkan teknologi yang mendukung cara kerja dan penggunaan sumber daya yang efisien dan menjadikan industri kreatif nasional dan kompetitif. Melalui peran pengabdian masyarakat dari akademisi akan dapat membentuk masyarakat dengan tatanan sosial yang mendukung tumbuh suburnya industri kreatif nasional.

Kurikulum pada Jurusan Pendidikan Teknik Boga dan Busana (PTBB) di FT Universitas Negeri Yogyakarta diberikan sesuai dengan visi dan misi yang ditetapkan yaitu menyelenggarakan pendidikan untuk menghasilkan lulusan yang unggul dan relevan dengan kebutuhan dunia kerja. Secara umum jurusan PTBB diselenggarakan untuk menyediakan

- a) tenaga pendidikan di bidang pendidikan teknik boga, teknik busana,
- b) Tenaga kerja di industri boga, industri busana dan rias kecantikan, dan
- c) Pengelola usaha di bidang boga, busana, dan rias kecantikan.

Para mahasiswa dibekali kompetensi yang mencakup aspek pengetahuan, sikap dan keterampilan tentang keteknikbogaan, keteknikbusanaan, dan ketatariansan yang menunjang wirausaha. Pembelajaran praktek kewirausahaan yang dikemas dalam bentuk pengelolaan usaha diberikan agar mereka memiliki pengalaman belajar yang lebih bermakna melalui proses kerja yang sesungguhnya untuk menghasilkan produk barang dan jasa yang sesuai dengan standar mutu dan standar pasar yang layak jual. Dengan memberikan bekal tersebut mahasiswa memiliki potensi menjadi seorang wirausaha pada industri kecil. Sehingga diharapkan nantinya akan melahirkan generasi wirausaha yang mampu menjalankan peran dan fungsinya sebagai motor pertumbuhan ekonomi yang mampu melihat ke hari depan dan berani menghadapi tantangan, serta berani mengambil resiko. Menciptakan lapangan kerja dengan mengandalkan kemampuan, keterampilan dan pengetahuan yang dimiliki adalah

merupakan satu jiwa kewirausahaan. Selain menciptakan lapangan kerja sendiri, mereka juga mampu untuk memberikan lapangan kerja kepada orang lain.

Program studi yang memiliki bidang keahlian berpotensi mendukung kearah pertumbuhan industri kreatif, perlu membenahi kurikulumnya (perencanaan, proses, strategi dan ketuntasan pencapaian kompetensi lulusannya) agar selaras dengan karakteristik industri kreatif yang sesuai dengan tuntutan pasar. Suatu hasil proyek bersama berbisnis kreatif dari para mahasiswa program studi yang berbeda perlu untuk diperkenalkan dan didorong agar terjadi secara alamiah karena adanya kebutuhan dan tanggung jawab dari diri mahasiswa untuk dapat mempersiapkan dirinya menghadapi persaingan pasar yang lebih ketat.

Pembenahan kurikulum nantinya akan menghasilkan suatu generasi kreatif yang dihasilkan dari kelas pembelajaran kreatif yang dicirikan oleh tidak pernah berpuas diri dan selalu mencari jalan untuk berinovasi bila menginginkan untuk terus bertumbuh. Para lulusan akan menemukan sendiri tolok ukur kunci sukses dalam industri kreatif, yang antara lain: memiliki kepiawaian dalam membaca peluang, kecepatan menghadirkan produk dalam merebut peluang, kecermatan dalam memperhitungkan tingkat risiko berikut dengan rencana cadangan, kemampuan berkolaborasi dengan pihak lain, dan siasat yang jitu dalam menghadapi persaingan. Disamping

beberapa ciri-ciri dari industri kreatif yang antara lain memiliki siklus hidup produknya yang semakin pendek dan tidak dapat diprediksi dengan akurat, variasi produk yang semakin banyak, bersifat musiman atau menurut peristiwa tertentu, produk yang mudah dibajak atau ditiru, dan tingkat persaingan yang ketat.

Pembelajaran untuk pembentukan jiwa wirausaha para mahasiswa yang dilaksanakan selama ini agar dapat cepat beradaptasi dengan tantangan ekonomi baru. Menghasilkan berkelanjutan yang tercermin dari kompetensi individu dalam menciptakan inovasi. Agar memiliki modal kreatif yang digunakan untuk menciptakan produk yang mampu memuaskan kebutuhan konsumen atas identitas dan penghargaan sosial, maka perlu adanya perubahan pembelajaran kewirausahaan yang berbasis pada proses penciptaan nilai produk yang bercirikan industri kreatif.

Berdasarkan pandangan tersebut, pembelajaran wirausaha yang akan dikembangkan secara kreatif sebagai tempat pelatihan proses penciptaan nilai produk memerlukan hal-hal sebagai berikut:

1. Pada pembelajaran mata kuliah implementasi kewirausahaan (pengelolaan usaha) perlu dirancang secara mendalam tentang pencapaian kompetensi pengetahuan, pemahaman dan keterampilan dalam merintis serta menjalankan usaha yang difokuskan pada faktor-faktor produktivitas produk industri kreatif yang penekanannya pada proses

penciptaan nilai produk secara riil di lapangan.

2. Penciptaan kreasi, setiap akan menghasilkan produk sejak dimulai dari penciptaan produk dievaluasi pemunculan daya kreasi dari produk tersebut dengan menggunakan instrumen yang sudah dipersiapkan. Masing-masing butir instrumen untuk mengungkap pemunculan kreasi mahasiswa yang terdiri dari aspek edukasi, inovasi, ekspresi, kepercayaan diri, proteksi, dan agen talenta serta dievaluasi secara mendalam. Pada penilaian aspek ini perlu diberi bobot yang besar.
3. Produksi, karena nilai tambah dari hasil kreasi yang orisinal berasosiasi pada penciptaan nilai produk yang dihasilkan dalam jumlah terbatas, oleh karena itu dalam pembelajaran kewirausahaan perlu dicermati secara detail produk dan teknik produksinya agar memiliki karakteristik produk yang berbeda dan unik. Dalam mengatur strategi pembelajaran, mahasiswa diberi sejumlah beban tugas yang harus diproduksi oleh mereka. Beban tugas tersebut mengacu pada studi kasus yang terdapat di masyarakat dengan mendiagnosisnya berdasarkan karakteristik individu manusia. Hasil analisis dan diagnosis yang bervariasi tersebut diwujudkan dalam beberapa bentuk kreasi produk untuk sebagai beban tugas, yang kemudian diakhiri dengan diskusi kelompok untuk mengkritisi laporan hasil kreasi mereka dalam penciptaan nilai produk yang dihasilkan. Mulai dari penciptaan kreasi sampai dengan produk itu jadi. Hasil penilaian hendaknya diberi bobot yang besar.

4. Distribusi, dalam penyimpanan produk dan pendistribusian produk perlu dicermati lamanya masa tunggu produk tersebut laku dipasaran, dan juga perlu diidentifikasi serta dianalisis karakteristik konsumen beserta perilakunya. Agar ketika akan memproduksi produk selanjutnya mahasiswa dapat berdasarkan berbagai pengalaman dan karakteristik konsumen yang dilayaninya terdahulu.
5. Komersialisasi, setiap produk yang dihasilkan perlu dibuat dalam bentuk kartu spesifikasi produk dengan melakukan identifikasi karakteristik produk yang berfungsi memberikan pengetahuan kepada pembeli tentang produk dan layanan yang disediakan, dan untuk mempengaruhi konsumen untuk membelinya. Layanan merupakan segala aktivitas yang diperlukan untuk menjaga suatu barang atau layanan agar tetap berfungsi dengan baik sesuai dengan harapan konsumen setelah barang atau jasa dibeli.

SIMPULAN

Pokok-pokok pemikiran di atas menunjukkan bahwa pembelajaran

wirausaha dapat digunakan sebagai alternatif pelatihan proses penciptaan nilai produk yang mencirikan industri kreatif. Kegiatan pelatihan ini dapat pula dijadikan sebagai langkah persiapan awal sebelum para lulusan memasuki dunia industri sesungguhnya dalam menciptakan lapangan pekerjaan baru yang sarat akan persaingan ketat.

REFERENSI

- Depdiknas. 2003. Model Pengembangan Relevansi Pendidikan dengan Dunia Kerja Melalui Program Pendidikan Pasca Perguruan Tinggi. *Makalah Semarang: Diknas Provinsi Jawa Tengah.*
- Departemen Perdagangan Republik Indonesia. 2008. *Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia 2025.* Jakarta
- Finch, C.R. dan Crunkilton, J.R. 1989. *Curriculum Development in Vocational and Technical Education* (3ed). Nedham Heights, Massachusetts: Allyn and Bacon, Inc.