

UPAYA PENUMBUHAN KARAKTER BERORIENTASI TINDAKAN MELALUI MODEL PENDAMPINGAN BISNIS MAHASISWA BERBASIS TEKNIK COACHING

Noor Fitrihana, M. Adam Jerusalem, dan Tejo Nurseto
FT Universitas Negeri Yogyakarta
e-mail: noor_fitrihana@uny.ac.id

Abstrak: PKM-K dan PMW diluncurkan Kemdikbud RI sebagai strategi mencetak lulusan yang berorientasi pencetak lapangan kerja. Salah satu masalah dalam program tersebut adalah ketidakefektifan pendampingan bisnis oleh dosen. Akibatnya bisnis yang dijalankan mahasiswa tidak berkembang dan karakter *entrepreneurships* juga tidak tumbuh. Berorientasi pada tindakan merupakan salah satu karakter *entrepreneurships* terpenting dalam menunjang kesuksesan seseorang, tidak hanya di dunia bisnis namun juga di segala bidang. Penelitian ini bertujuan untuk meningkatkan karakter berorientasi pada tindakan melalui pengembangan model pendampingan bisnis mahasiswa yang efektif, efisien, dan terkurikulum. Pengembangan model menghasilkan model pendampingan bisnis mahasiswa yang terdiri atas tiga fase, yaitu *review*, *coaching*, dan *challenge*. Model ini efektif dalam merangsang mahasiswa untuk merancang dan melakukan tindakan bisnis untuk menumbuhkembangkan bisnisnya.

Kata Kunci: *penumbuhan karakter, review, coaching, challenge, dan tindakan*

EFFORTS TO NURTURE ACTION-ORIENTED CHARACTER THROUGH COACHING TECHNIQUE-BASED STUDENT-BUSINESS SUPERVISION MODEL

Abstract: PKM-K and PMW were launched by the Indonesian Ministry of Education and Culture as a strategy to produce job provider-oriented graduates. One of the problems in the program is the ineffectiveness of business supervision by the lecturers. As a result, the business run by the students did not develop and the character of *entrepreneurship* did not grow either. Action-orientedness is one of the important characteristics of *entrepreneurship* in supporting someone's success, not only in business world but also in all other areas. This research aims at improving action-oriented character through the development of student business supervision model which is effective, efficient, and curriculum-based. The development has resulted in student business coaching model consisting of three phases: *review*, *coaching*, and *challenge*. This model is effective in stimulating the students to plan and implement business actions to nurture their business.

Keywords: *nurturing character, review, coaching, challenge, action*

PENDAHULUAN

Jika memunyai *entrepreneur* minimum 2% dari total penduduknya, suatu negara akan makmur. Ironisnya, Indonesia baru memunyai 0,18% *entrepreneur*. Untuk itu, perguruan tinggi harus berperan nyata dalam mendorong mahasiswa dalam berwirausaha. Universitas Negeri Yogyakarta memunyai kebijakan yang menetapkan Kewirausahaan sebagai mata kuliah wajib di semua program studi. Di samping itu, ter-

dapat program yang secara langsung melatih mahasiswa untuk berwirausaha, yaitu Program Mahasiswa Wirausaha (PMW) dan Program Kreativitas Mahasiswa bidang Kewirausahaan (PKM-K) dari Dikti Kemdikbud. Proposal bisnis mahasiswa UNY yang didanai Dikti melalui PKM-K tahun 2012 ada 64 dan 61 pada tahun 2013. Sementara itu, penerima hibah PMW tahun 2012 sebanyak 34 buah bisnis.

Apabila UNY memunyai model pen-

dampingan bisnis mahasiswa yang intensif dan terkurikulum, berita mahasiswa UNY yang berkibar dalam dunia bisnis semakin banyak. Hal itu berdasarkan pertimbangan bahwa tiap tahun, UNY berhasil meloloskan sekitar 64 kelompok mahasiswa dalam PKM-K. Dengan adanya model pendampingan yang efektif dan efisien, sangat mungkin mahasiswa UNY akan menjuarai berbagai kompetisi bisnis mahasiswa yang bergengsi seperti Wirausaha Muda Mandiri dari Bank Mandiri, Joy Tea *Business Competition* dari Sosro, Shell-live WIRE dari Shell, Danone *Trust*, dan ITB *Entrepreneurship Challenge*.

Dalam menjalankan PMW dan PKM-K, mahasiswa seringkali masih mengalami kebingungan dalam menjalankan bisnisnya. Bisnis yang dilakukan hanya dengan ala kadarnya, 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. Akibatnya, 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, dan 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 besar dan sering menorehkan berita inovasi bisnis.

Dalam *Action Coach* disebutkan adanya karakter entrepreneur berjumlah 12, yaitu percaya diri, rasa memiliki (tanggung

jawab), kemampuan berkomunikasi, kemauan terus belajar, bekerja dalam tim, berorientasi pada sistem, berdedikasi, rasa syukur, optimistis, suka berteman, memimpin dengan memberi contoh, dan tidak takut pada resiko atau sukses. Sementara Kasali, dkk (2010) mengungkapkan bahwa berorientasi pada tindakan, berani mengambil resiko, berpikir menang-menang (*win-win*) yang keduanya merupakan beberapa karakter penting dalam berbisnis.

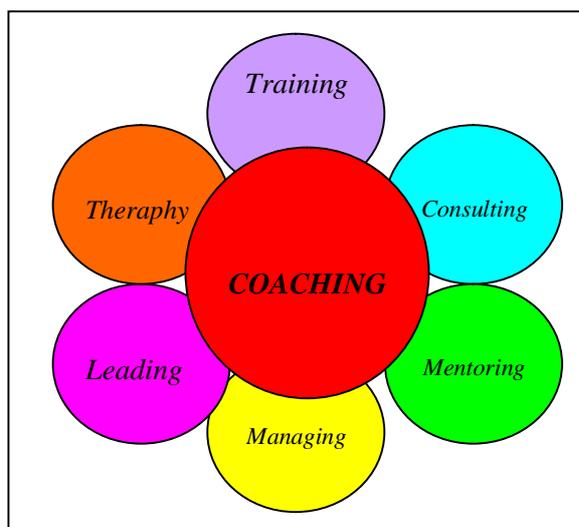
Penelitian ini akan fokus hanya pada karakter berorientasi pada tindakan. Hal ini penting mengingat bagi mahasiswa yang memunyai tugas utama belajar sehingga harus pandai-pandai melakukan tindakan bisnis dengan efektif dan efisien.

Coaching lebih sering dipakai dalam hal yang berhubungan dengan olah raga. Namun, seiring dengan berjalannya waktu, *coaching* mulai diterapkan pada kehidupan bisnis dan hal-hal lain yang lebih spesifik. *Coaching* yang dimaksud di sini adalah bagaimana membantu seseorang menemukan apa yang diinginkan dari posisi di mana 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. Oleh karena itu, ada yang mengatakan bahwa *coaching* adalah seni dari bagaimana bertanya (Salim, 2010).

The European Mentoring and Coaching Council (Thompson, 2006) mengemukakan bahwa istilah *coaching* dimaknai sebagai:

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*. Oleh karena itu, *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, hasilnya hanya akan menyebabkan kefrustasian. Dengan teknik *coaching*, klien atau *coachee*-lah yang bertanggung jawab 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*, hal itu adalah teknik *mentoring* atau *consulting*.

Terdapat beberapa perbedaan mendasar antara istilah *coaching*, *training*, *consulting*, *mentoring*, *therapy* dan *managing* (Gambar 1)



Gambar 1. Beberapa Teknik Pelatihan

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

Consulting merupakan sebuah institusi atau perseorangan yang membantu memberikan konsultasi untuk menyelesaikan masalah yang sudah, sedang, atau yang 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 menguasai hal-hal tertentu yang dibagikan kepada seseorang yang membutuhkannya. Oleh karena itu, menjadi penting untuk mengetahui apa yang benar-benar akan dimentorkan karena apabila salah mementor, klien yang sedang membutuhkan saran akan semakin bingung. Kendala lain dalam mentoring adalah kita harus mengetahui benar siapa yang kita mentor. Apabila memberikan saran kepada klien yang jauh lebih menguasai, ada kecenderungan kita akan diremehkan.

Therapy diperuntukkan untuk seseorang yang *disorder* (masalah-masalah yang berkaitan dengan keyakinan dan nilai-nilai yang dipahami seseorang). Kadang-kadang orang yang diterapi tidak menyadari kalau dia membutuhkannya.

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

Coaching juga diartikan sehubungan dengan teknologi (orang yang memberikan bantuan *just-in-time*, *task-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. Parsloe dan Wray membedakan *coaching* dari mentoring dengan mendefinisikan bahwa mentor adalah orang yang memberikan dukungan yang bersifat lebih umum dalam kapasitas yang sedang berlangsung, sedangkan *coaching* biasanya difokuskan pada bantuan untuk memenuhi tujuan tertentu. Dengan pengertian ini, dalam konteks pengembangan karir seorang mentor akan membantu memandu pilihan karir dan keterampilan kerja dari *mentee*, sementara *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.

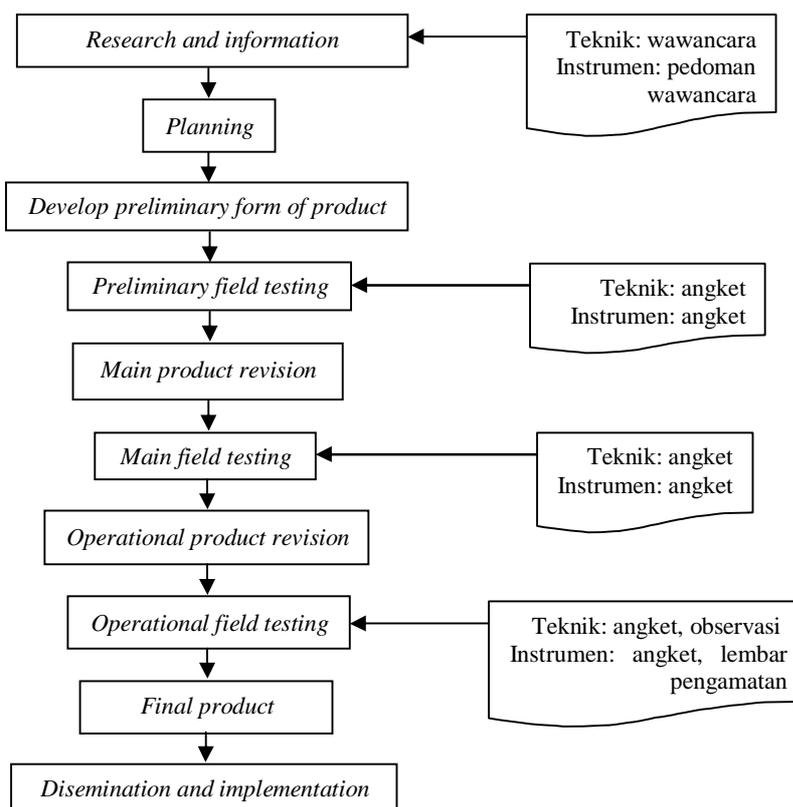
Burton, Brown, & Fischer (1999) menyebutkan ada empat hal yang dilakukan coach untuk mencapai tujuan coaching

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.

METODE

Populasi penelitian ini adalah seluruh kelompok/individu mahasiswa yang mendapatkan bantuan permodalan bisnis melalui program PKM-K tahun 2013 dan PMW pada tahun 2012 dengan total keseluruhan sebanyak 95 bisnis. Sampel penelitian terdiri atas empat kelompok bisnis. Pemilihan kelompok didasarkan atas pertimbangan perwakilan tiap fakultas di UNY, keberlanjutan bisnis karena tidak jarang kelompok bisnis dari populasi tidak lagi berlangsung, dan kesediaan dari kelompok bisnis untuk menjadi objek penelitian ini. Kelompok bisnis yang menjadi objek penelitian ini adalah: (1) Akretalik Tas (tas lurik), (2) Sicata Dieng (minuman kesehatan berbahan carica), (3) Astutik (kompur batik), dan (4) Rikswa *Craft* (kerajinan relief kaligrafi aksara Jawa).

Metode yang dipakai dalam pengembangan model pendampingan bisnis mahasiswa adalah metode penelitian dan pengembangan (R&D) yang mengacu pada model Borg dan Gall (Gambar 2). Metode pendampingan yang akan dikembangkan adalah metode *coaching*. Dengan metode *coaching*, mahasiswa wirausaha akan terangsang untuk selalu menumbuhkembangkan bisnisnya secara mandiri.



Gambar 2. Prosedur R&D dalam Pengembangan Model *Coaching*

Tabel 1. Tingkatan Tindakan Bisnis dalam Pencapaian Target

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

Teknik yang digunakan untuk menganalisis kelayakan dan efektivitas model pendampingan bisnis mahasiswa adalah penelitian tindakan dengan mengacu pada model Kemmis and Taggart. Indikator keberhasilan penelitian ini adalah model dapat merangsang mahasiswa melakukan tindakan bisnis dalam mencapai target sehingga terjadi pertumbuhan dalam bisnisnya. Tindakan bisnis ini mempunyai tingkatan dengan skala 4 sebagaimana ditunjukkan pada Tabel 1. Penelitian berhasil

manakala tingkat tindakan bisnis mempunyai skala minimal 2.5.

HASIL DAN PEMBAHASAN

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). Di samping itu, juga untuk melihat tindakan bisnis yang

dilakukan berdasarkan *challenge* yang ditetapkan sendiri oleh mahasiswa pada siklus sebelumnya. Fase *coaching* berisi penggalan pemikiran, kesadaran, serta motivasi mahasiswa untuk melakukan tindakan 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 tindakan (*action plan*) bisnis. Rencana tindakan ini ditetapkan sendiri oleh mahasiswa supaya mahasiswa memunyai pola pikir (*mind set*) berorientasi pada tindakan bisnis dari pada khayalan dan rencana. Dengan ditetapkan sendiri, mahasiswa dilatih untuk bertanggung jawab atas rencana dan pemikirannya tersebut.

Dalam model pendampingan ini, ketiga fase saling berhubungan dan menggerakkan satu sama lain. Dengan melakukan *review*, akan diketahui kondisi bisnis mahasiswa saat ini dan kendalanya. Dari fase *review* akan mengantarkan pada pendalaman permasalahan dari bisnis mahasiswa dalam bentuk tanya jawab dan diskusi pada fase *coaching*. Hasil dari fase *coaching* ini akan ditindaklanjuti dengan menetapkan rencana tindakan bisnis baik strategis maupun teknis pada fase *challenge*. Apabila digambarkan, maka model pendampingan bisnis ini akan seperti pada Gambar 3. Skenario pelaksanaan pendampingan bisnis mahasiswa dapat dilihat pa-

da Tabel 2.



Gambar 3. Model Pendampingan Bisnis Mahasiswa

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

- Pendampingan dilakukan secara kontinyu setiap 2 minggu sekali.
- Pelaksanaan monitoring dan evaluasi perkembangan bisnis mahasiswa pada fase *review*.
- Pemberian motivasi penumbuhan bisnis mahasiswa pada fase *coaching*.
- Penetapan rencana tindakan bisnis yang akan dilakukan mahasiswa dalam 2 minggu ke depan pada fase *challenge* yang waktunya ditentukan mahasiswa sendiri.
- Penentuan target bisnis ditentukan oleh mahasiswa sendiri sehingga mahasiswa merasa bertanggung jawab dengan target yang dicanangkannya.

Tabel 2. Skenario *Coaching* Pendampingan Bisnis mahasiswa

Fase	Kegiatan	Waktu	Instrumen
<i>Review</i>	Melihat ulang pertumbuhan terakhir bisnis mahasiswa dan tindakan 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>	Tindakan bisnis yang akan dilakukan mahasiswa dalam 2 minggu ke depan	5 menit	Form catatan <i>challenge</i>

- 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.
- Pertanyaan berdasar topik mingguan pendampingan atau permasalahan yang ada.
- Dilakukan kompetisi di antara kelompok bisnis dengan kriteria tindakan nyata dalam bisnis dalam pencapaian target.

Hasil Pendampingan Bisnis Mahasiswa

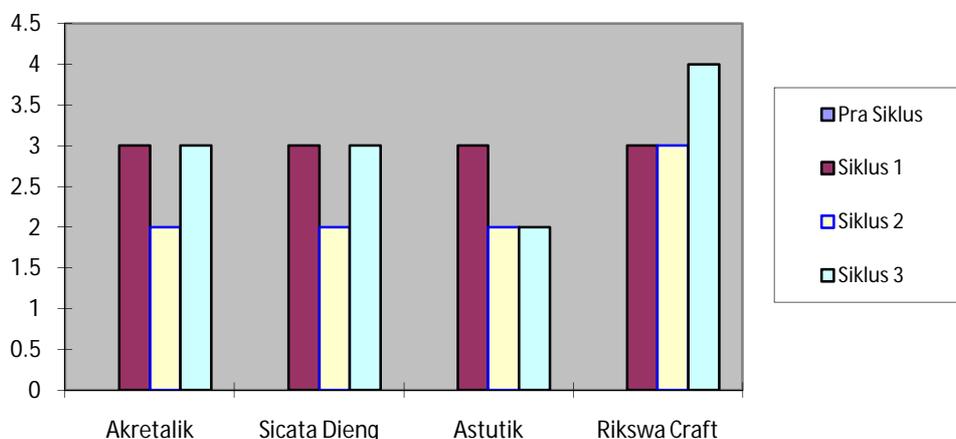
Bisnis mahasiswa yang didampingi adalah Akretalik Tas (tas lurik), Sicata Dieng (minuman kesehatan berbahan carica), Astutik (kompor batik), Rikswa *Craft* (kerajinan). Proses pendampingan dilakukan selama dua bulan dalam 4 siklus. Data dalam proses pendampingan bisnis mahasiswa dapat dilihat pada Tabel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

Berdasarkan data pada Tabel 3 dapat dilihat bahwa mahasiswa yang berbisnis senantiasa mengupayakan pertumbuhan

bisnisnya dengan melakukan tindakan bisnis yang dirancang sendiri. Berbagai tindakan bisnis meskipun kecil, namun 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 membuahkan omzet sebesar 1 juta (Sicata Dieng), serta produksi tas untuk berbagai sampel, katalog, sekaligus dipasarkan (Akretalik).

Nilai tingkat pelaksanaan tindakan bisnis diplot dalam histogram sebagaimana Gambar 3, yang menggambarkan bagaimana mahasiswa cukup termotivasi untuk menumbuhkembangkan bisnis mereka.

Sebagai permulaan bisnis dan penerapan model, rerata keberhasilan penerapan model cukup baik. Hal ini dapat dilihat dari hasil rerata keseluruhan nilai tindakan 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 tindakan bisnis mahasiswa.



Gambar 4. Histogram Nilai Tindakan Bisnis Mahasiswa

Tabel 4. Rerata Nilai Tindakan Bisnis Mahasiswa

Bisnis	Siklus 1 (16 Sept)	Siklus 2 (30 Sept)	Siklus 3 (14 Okt)	Rerata
Akretalik	3	2	3	2.67
Sicata Dieng	3	2	3	2.67
Astutik	3	2	2	2.67
Rikswa Craft	3	3	4	3.33

Tindakan 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 memunyai kewajiban kuliah ini. Mengingat salah satu karakter utama *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 tindakan bisnis yang nyata. Bahkan, Astutik berhasil menjadi pemenang kedua ajang kompetisi wirausaha paling bergengsi di Indonesia, yaitu Wirausaha Muda Mandiri untuk kategori Mandiri *Young Technopreneur* pada tahun 2014 dan berhak mendapat hadiah Rp 40 juta. Dengan demikian, model pendampingan bisnis mahasiswa ini cukup efektif dalam menumbuhkembangkan karakter wirausaha juga bisnis mahasiswa.

PENUTUP

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan di atas, dapat disimpulkan bahwa model pendampingan bisnis mahasiswa berbasis teknik *coaching* meliputi 3 fase, yaitu *review*, *coaching*, dan *challenge*. Dari empat siklus yang dilakukan dapat diketahui bahwa model ini cukup efektif dalam merangsang mahasiswa sebagai pebisnis pemula dalam merancang dan melakukan tindakan nyata ketika menumbuhkembangkan bisnis.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terselesaikannya penelitian dan penulisan artikel ini di samping usaha keras kami juga berkat bantuan dari berbagai pihak baik langsung maupun tidak langsung. Dalam kesempatan ini izinkan kami untuk mengucapkan terima kasih yang setulus-tulusnya kepada semua pihak yang telah membantu kelancaran penelitian kami hingga selesainya penulisan artikel ini. Ucapan terima kasih teristimewa kami tujukan kepada Dewan Redaksi *Jurnal Pendidikan Karakter* yang bersedia memuat artikel ini pada edisi sekarang ini setelah melalui proses perbaikan, baik dari segi substansi maupun bahasa.

DAFTAR PUSTAKA

- Action Coach 12. 2010. *Essential Characteristics of an Entrepreneur*. Diakses dari www.actioncoach.com/downloads/whitepaper-FranchiseRep5.pdf pada tanggal 18 Februari 2014.
- 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. *Softwarerealized Scaffolding to Facilitate Programming for Science Learning*. *Interactive Learning Environments*, 4(1), 1–44.
- Kasali, Rhenald, dkk. 2010. *Kewirausahaan untuk S1*. 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.

Lampiran

Tabel 3. Hasil Pendampingan Bisnis Mahasiswa

Uraian		Siklus		
1. Akretalik	Pra Siklus (2 Sept)	Siklus 1 (16 Sept)	Siklus 2 (30 Sept)	Siklus 3 (14 Okt)
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 	<ul style="list-style-type: none"> - Tidak ada keterlambatan produksi 	<ul style="list-style-type: none"> - Tidak ada keterlambatan produksi 	<ul style="list-style-type: none"> - Manajemen pemasaran melalui online shop Akretalik belum maksimal
Rencana Tindakan (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 layout desain katalog - Produksi 24 tas - Persiapan kemptetisi wirausaha di indonesia fashion Week 2014 	<ul style="list-style-type: none"> - Menambah mitra produksi - Menyiapkan layout 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 Tindakan		3	2	3
2. Sicata Dieng	Pra Siklus (2 Sept)	Siklus 1 (16 Sept)	Siklus 2 (30 Sept)	Siklus 3 (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)

Uraian		Siklus		
1. Akretalik	Pra Siklus (2 Sept)	Siklus 1 (16 Sept)	Siklus 2 (30 Sept)	Siklus 3 (14 Okt)
Keadaan Diinginkan/ Permasalahan (<i>Coaching</i>)	<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"> - Memunyai tempat produksi tetap - Neraca keuangan lancar - Memunyai marketing area jogja - Pelunasan alat produksi (800rb) - Produksi 4 kali/bln tanpa tergantung order - Mengefektifkan <i>ecommerce</i>
Rencana Tindakan (<i>Challenge</i>)	<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 Tindakan		3	2	3
3. Astutik	Pra Siklus (2 Sept)	Siklus 1 (16 Sept)	Siklus 2 (30 Sept)	Siklus 3 (14 Okt)
Keadaan Sekarang (<i>Review</i>)	<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 - Memunyai 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 (<i>Coaching</i>)	<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"> - Memunyai sistem produksi <i>make to supply</i> - Mendapat penguatan modal
Rencana Tindakan	<ul style="list-style-type: none"> - Menjual kompor batik (10 psc) ke 	<ul style="list-style-type: none"> - Persipan pameran produk 	<ul style="list-style-type: none"> - Memperbanyak iklan via 	<ul style="list-style-type: none"> - Pembuatan film untuk promosi

Uraian		Siklus		
1. Akretalik (<i>Challenge</i>)	Pra Siklus (2 Sept) SMK Adiwarna Tegal - Memunyai web, fanpage, twitter - Menjalani kerjasama dengan beberapa sekolah - Mengikuti pameran dan kompetisi	Siklus 1 (16 Sept) di bantu expo dan di TMII	Siklus 2 (30 Sept) website - Membuat iklan di berita online - Optimalisasi web www.spirit-groups.com	Siklus 3 (14 Okt) via TV
Nilai Skala Tindakan		3	2	2
4. Rikswa Craft	Pra Siklus (2 Sept)	Siklus 1 (16 Sept)	Siklus 2 (30 Sept)	Siklus 3 (14 Okt)
Keadaan Sekarang (<i>Review</i>)	- Vakum 1 bulan selama Agustus dan tim bubar	- 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	- 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	- 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 (<i>Coaching</i>)	- Menambah produk berupa souvenir pernikahan. - Tersedia di toko-toko kerajinan seperti Mirota Batik,	- Menambah produk berupa souvenir pernikahan. - Tersedia di toko-toko kerajinan	- Menambah produk berupa souvenir pernikahan. - Tersedia di toko-toko	- Menambah produk berupa souvenir pernikahan. - Tersedia di toko-toko kerajinan

Uraian	Siklus			
	Pra Siklus (2 Sept)	Siklus 1 (16 Sept)	Siklus 2 (30 Sept)	Siklus 3 (14 Okt)
1. Akretalik	<p>Roemah Pelantjong, toko souvenir Keraton</p> <ul style="list-style-type: none"> - Memunyai merek yang sudah dipatenkan. - Sudah dipesan oleh wisatawan yg akan ke Jogja, sebelum mereka datang, sehingga ketika sudah datang, produk tinggal diantar. - Memunyai administrasi yang rapi 	<p>seperti Mirota Batik, Roemah Pelantjong, toko souvenir Keraton</p> <ul style="list-style-type: none"> - Memunyai merek yang sudah dipatenkan. - Sudah dipesan oleh wisatawan yg akan ke Jogja, sebelum mereka datang, sehingga ketika sudah datang, produk tinggal diantar. - Memunyai administrasi yang rapi 	<p>kerajinan seperti Mirota Batik, Roemah Pelantjong, toko souvenir Keraton</p> <ul style="list-style-type: none"> - Memunyai merek yang sudah dipatenkan. - Sudah dipesan oleh wisatawan yg akan ke Jogja, sebelum mereka datang, sehingga ketika sudah datang, produk tinggal diantar. - Memunyai administrasi yang rapi 	<p>seperti Mirota Batik, Roemah Pelantjong, toko souvenir Keraton</p> <ul style="list-style-type: none"> - Memunyai merek yang sudah dipatenkan. - Sudah dipesan oleh wisatawan yg akan ke Jogja, sebelum mereka datang, sehingga ketika sudah datang, produk tinggal diantar. - Memunyai administrasi yang rapi
Rencana Tindakan (<i>Challenge</i>)	<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 Tindakan		3	3	4