

Pengembangan Unit Produksi Berbasis IPTEK Bidang Teknologi Pendidikan

Taufik Ikhsan Slamet¹ Dedi Kuswandi² Saida Ulfa³ Arafah Husna⁴

¹ Universitas Negeri Malang

² Universitas Negeri Malang

³ Universitas Negeri Malang

⁴ Universitas Negeri Malang

ARTICLE INFO

Article history:

Received: August 2019

Accepted: October 2019

Published: December 2019

Keywords:

Student Entrepreneurship, Instructional Media, Entrepreneurship Education.

ABSTRACT

This community outreach was aimed to develop an entrepreneurship unit in the department of educational technology that involved students as the trainee and entrepreneurs. The business area that this unit covered was generally related to instructional media development and commercial audiovisual. The method used in this program was a generic model called ADDIE; the stages were 1) needs assessment and analysis, 2) design process, 3) development process, and 4) implementation. DELTA, an abbreviation for Digital Environment for Learning, Teaching, and Assessment were found to represent the business area that the unit covered. In this outreach, 64 students were involved in the needs assessment and analysis phase and 15 students were recruited as members of the unit. After three months of implementation, the unit has successfully marketed the services in several events and through independent e-marketing. Even in some events, the unit achieved rewards in certain categories. Furthermore, the unit also has gained financial benefits and social connections from the clients in only three months. The enthusiasm from the students and prospective clients was more than as expected and exceeded the target that the unit staked in the design phase

How to cite:

Slamet, T. I. (2019). The Development of Productive Unit Based on Scientific and Technology Approach for Students of Educational Technology Study Program. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani (JPMM)*, 3(2), 183 - 202.

<https://doi.org/10.21009/JPMM.003.2.1>

* Corresponding Author.

Taufik.ikhsan.tep@um.ac.id (**Taufik Ikhsan Slamet**)

Dedi.kuswandi.fip@um.ac.id (**Dedi Kuswandi**)

ISSN

2580-4332 (online)

DOI:doi.org/10.21009/JPMM.003.2.1

PENDAHULUAN

Analisis Situasi

Pendidikan tinggi merupakan periode dan lingkungan yang tepat untuk membentuk jiwa kewirausahaan dikalangan pada pelajar. Dalam periode ini, para pelajar sedang menentukan orientasi dan membentuk karakter yang kuat untuk mencapai tujuan tersebut. Dengan modal waktu, motivasi, dan tenaga yang dimiliki, sudah patutnya periode ini menjadi rangkaian waktu yang bermakna dan membuat banyak percobaan untuk makin berdaya. Perguruan tinggi tentu memainkan peran utama dalam menyediakan pengalaman belajar yang berkaitan dengan perkembangan IPTEK dan kemanusiaan pada masing-masing bidang/program studi. Salah satu pendekatan yang memungkinkan memfasilitas kebutuhan ini adalah pendekatan Pendidikan kewirausahaan.

Perkembangan kewirausahaan pada suatu negara tidak bisa dilepaskan dari perancangan universitas dalam menyediakan program pengembangan kewirausahaan untuk mahasiswanya (Zimmerer, 2012). Bahkan, Pendidikan kewirausahaan bukan hanya ditawarkan dalam bentuk tawaran mata kuliah, namun harus memiliki jenjang yang terstruktur dari tahun pertama hingga terakhir masa studi. Hal ini berkaitan dengan fakta bahwa dimensi kewirausahaan bukan hanya mengenai ekonomi, namun juga tentang perkembangan pola pikir, motivasi, dan ketekunan (Nelson, 1977). Oleh karena itu, substansi kewirausahaan sudah seharusnya masuk kedalam muatan kurikulum pada jenjang Pendidikan tinggi (hal.885).

Secara esensi, Pendidikan kewirausahaan dapat menampung muatan multidimensi yang bersinggungan antara bisnis dan pendekatan IPTEK prodi. Potensi ini dapat dimanfaatkan untuk mendukung keberhasilan pembelajaran di perguruan tinggi. Dengan Pendidikan kewirausahaan, para mahasiswa memiliki kesempatan untuk bergabung dan berinteraksi dengan “community of practice” yang melibatkan mereka kedalam proses inkuiri dan pembahasan yang mendalam (Howorth et al., 2012). Karena secara teoritis, pembelajaran memang tidak mampu terlepas dari peran komunitas (lingkungan), latihan, identitas, dan pemakaian (Wenger, 1998).

Berdasarkan survei awal yang dilaksanakan di program studi Teknologi Pendidikan Universitas Negeri Malang, data yang dihimpun dari mahasiswa di tahun ke tiga menunjukkan pengalaman wirausaha para responden. Dapat dilihat pada Gambar 1.

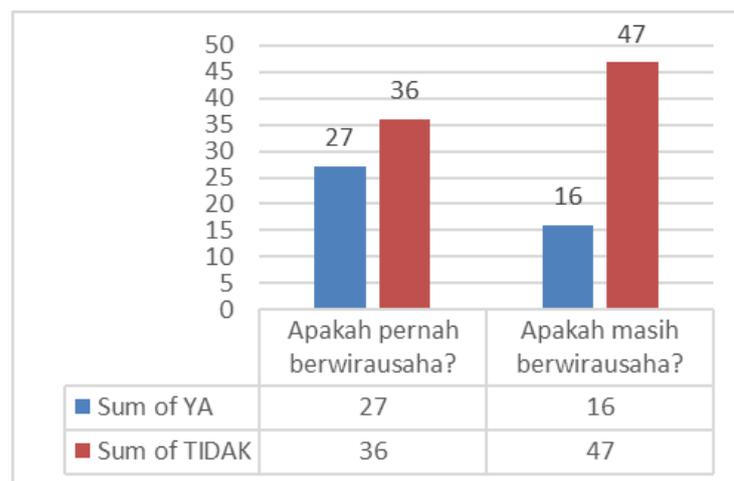
Dari 66 mahasiswa yang terlibat, bisa dilihat 27 mahasiswa pernah melakukan kegiatan wirausaha dan 36 belum sama sekali melakukan. Dari 27 mahasiswa yang pernah melakukan kegiatan wirausaha, bidang usaha yang dilakukan sangat bervariasi, mulai dari berjualan produk (makanan, minuman, pakaian, pulsa, sepatu, dan souvenir) hingga menawarkan produk jasa (desain grafis dan perbaikan perangkat keras komputer). Sementara itu angka yang lebih besar (36) menunjukkan jumlah mahasiswa yang belum pernah mencoba kegiatan wirausaha.

Namun, dari 27 mahasiswa yang pernah melakukan kegiatan wirausaha, hanya 16 yang saat survei dilakukan masih melakukan kegiatan wirausaha. Terdapat penurunan jumlah kegiatan wirausaha diantara responden, tentunya beberapa variabel dapat dibuat. Umumnya, mahasiswa yang berhenti melakukan wirausaha berasal dari bidang wirausaha makanan. Dan yang masih terus menjalani kegiatan wirausaha adalah pada bidang jasa, pakaian, souvenir, dan beberapa dibidang makanan dan minuman. Para pelaku wirausaha dibidang jasa umumnya mampu menjelaskan bidang jasa mereka lebih rinci dan tersusun. Beberapa mahasiswa yang bergerak dibidang clothing, komputer, dan desain grafis bahkan berpendapat mereka sudah melakukan kegiatan wirausaha sejak satu hingga dua ta-

hun.

Informasi lain yang bisa dihimpun dari survei tersebut adalah mengenai ketertarikan para mahasiswa untuk menekuni bidang usaha dalam bentuk magang di unit produksi. Dari 66 responden, 53 mahasiswa menunjukkan ketertarikannya untuk mencoba. Mahasiswa yang belum menunjukkan ketertarikannya adalah para mahasiswa yang mengungkapkan bahwa mereka ingin melanjutkan wirausaha yang sudah dilakukan atau mahasiswa yang memilih untuk fokus pada kegiatan perkuliahan dan organisasi.

Survei yang dilakukan menunjukkan bahwa terdapat potensi unggul dari mahasiswa dalam bidang wirausaha. Pengalaman dan motivasi mereka menjadi indikator yang cukup untuk merintis sebuah unit produksi



Gambar 1
Pengalaman wirausaha mahasiswa tingkat ketiga Prodi Teknologi Pendidikan

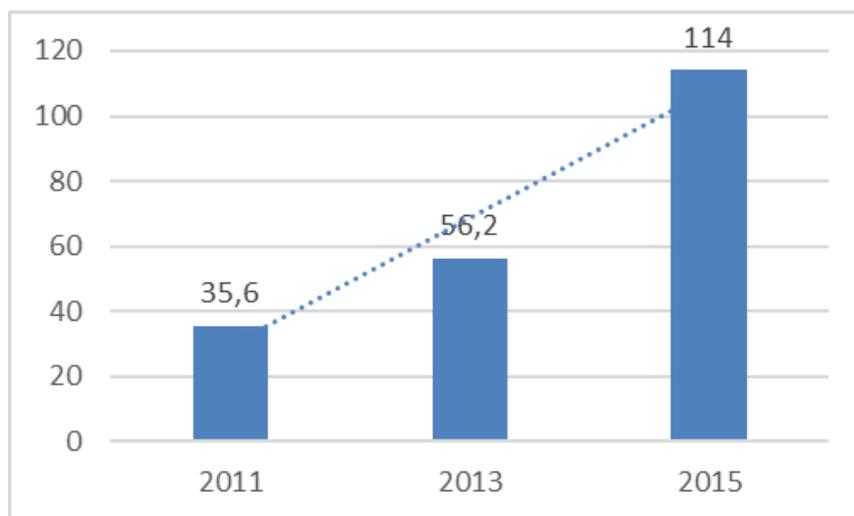
yang terprogram dan linear dengan IPTEK program studi. Oleh karena itu, integrasi Pendidikan wirausaha dapat dilakukan dalam bentuk pengembangan unit produksi berbasis IPTEK dibidang Teknologi Pendidikan.

Unit produksi yang dikembangkan dibidang Teknologi Pendidikan berkaitan dengan pengembangan media digital untuk pembelajaran. Hal ini karena berkenaan dengan bidang kajian Teknologi Pendidikan dan kebutuhan calon klien.

Laporan bisnis yang dikeluarkan beberapa konsorsium industri menyimpulkan bahwa *e-learning* merupakan metode bernilai yang harus mereka terapkan. Setidaknya 50% perusahaan dilingkungan industri dunia sudah merubah diklat konvensional mereka kedalam bentuk *e-learning*. Dampak yang lebih jauh

dari fakta ini adalah bahwa industri mendapatkan keuntungan 30% lebih banyak dari sebelumnya yang diakibatkan oleh efisiensi dan efektifitas *e-learning* dalam peningkatan performa sumber daya manusia. Hal tersebut dikarenakan *e-learning* telah mapu memfasilitasi proses sosial yang ditawarkan baik melalui pertemuan tatap muka dan pembelajaran jarak jauh (Hiltz & Turoff, 2005).

Melihat peluang ini, pengusul melihat adanya relevansi antara keberadaan program studi Teknologi Pendidikan dengan karakter IPTEK yang dimiliki dengan kesenjangan yang ada. Melalui analisis yang mendalam, permasalahan tersebut sangat memungkinkan untuk diselesaikan dengan menggunakan pendekatan teknologi pendidikan. Solusi yang



Gambar 2
Peningkatan dana yang dialokasikan untuk industri *e-learning* (dalam milyar US dollar) (elearningindustry.com, 2014)

ditawarkan adalah dikembangkannya sebuah unit produksi yang bergerak dibidang *digital learning solution*. Sebuah konsep unit produksi yang menyediakan jasa dan produk dibidang konten digital untuk kepentingan pembelajaran.

Usulan ini diwujudkan dalam bentuk sebuah unit produksi dimana didalamnya menghasilkan jasa dan produk. Jenis jasa akan diwujudkan dalam bentuk a) analisa infrastruktur lingkungan belajar dan b) integrasi teknologi untuk *performance support*, c) *e-learning*; d) *m-learning*; e) *games & simulasi*; f) video, audio, & animasi; g) media 3 dimensi (tiruan dan model) dan g) *branding & komunikasi*. Jenis produk akan diwujudkan dalam bentuk digital content untuk pembelajaran, seperti multimedia interaktif, konten multimedia, dan lingkungan belajar multimedia. Unit ini dikembangkan dengan prinsip bisnis pemula (start-up), yang meliputi gabungan dari tiga komponen penting, yaitu manajemen, organisasi, dan kewirausahaan (Salamzadeh & Kesim, 2015).

Produk dan jasa yang dihasilkan direncanakan didasarkan dari hasil perkuliahan produksi, dimana banyak media dan jasa yang dihasilkan dari mata kuliah-mata kuliah tersebut. Peluang produk dalam legalitas dan pengakuan yang luas seperti HKI sangat terbuka lebar, dikarenakan produk dan jasa yang dihasilkan memiliki nilai pembeda dan peluang komersialitas yang tinggi. Usulan ini memberi dampak pula pada pertumbuhan sosial ekonomi bagi kebutuhan masyarakat secara nasional. Perkembangan konten digital

yang positif merupakan semangat dari pengembangan usulan pusat produksi ini.

Perumusan Masalah

Rumusan masalah dalam kegiatan pengabdian ini adalah menjelaskan “bagaimana pengembangan unit kewirausahaan (produksi) yang dimulai dari tahap analisis kebutuhan hingga implementasi?”.

Tujuan Pengabdian

Pengabdian dalam bentuk pengembangan unit produksi berbasis IPTEK ini bertujuan untuk menyediakan sarana belajar dalam bentuk kewirausahaan untuk mahasiswa di Program Studi Teknologi Pendidikan.

Manfaat Pengabdian

Pengabdian ini memberikan manfaat untuk beberapa pihak. Pertama, mahasiswa Prodi Teknologi Pendidikan mendapatkan kesempatan untuk ikut serta dalam kegiatan wirausaha, mulai dari perancangan hingga implementasi. Manfaat didapatkan dari segi pengalaman belajar dan finansial. Kedua, meningkatkan relevansi kurikulum dengan pengalaman belajar nyata dalam bentuk pengembangan media pembelajaran digital.

KAJIAN TEORITIK

Pembelajaran melalui pendekatan kewirausahaan merupakan respon dari pertumbuhan ekonomi yang sangat cepat dalam dua dekade terakhir. Jumlah perguruan tinggi yang menawarkan perkuliahan dengan

tema kewirausahaan pun meningkat sekitar 1600 jumlah dari 1970 hingga 2005 (Kuratko, 2005). Dengan jumlah sebesar ini, paradigma pembelajaran di perguruan tinggi secara dramatis bergeser. Dari paradigma berorientasi teori, menjadi pembelajaran berorientasi kebutuhan pengguna.

Korelasi ini sebenarnya secara implisit sudah disadari sejak lama, bahwa pengetahuan yang diproduksi di perguruan tinggi tidak bermanfaat jika tidak menyentuh langsung masyarakat. Melalui pendekatan kewirausahaan, pembelajaran akan memiliki nilai yang jauh lebih bermanfaat ketimbang praktik konvensional pengajaran yang masih saja terjadi. Dengan pendekatan ini, mahasiswa mampu membentuk pemikiran yang lebih komprehensif dan kontekstual, yang tentunya sangat dibutuhkan di era disruptif dan *chaos* seperti saat sekarang.

Bukan hanya pada aspek pengetahuan dan kecakapan berpikir, sisi lain dari individu, seperti *self-efficacy* (*self confidence*), *learning satisfaction*, dan *self actualization* akan ikut dipengaruhi melalui pembelajaran kewirausahaan (Wilson, Kickul, & Marlino, 2007). Berdasarkan hirarki kebutuhan Maslow, dengan terpenuhinya aspek-aspek psikologi ini, maka seorang individu akan memiliki motivasi untuk hidup yang lebih bergairah dan kehidupan yang lebih bermakna (Koltko-Rivera, 2006).

Salah satu trend yang menyumbang pertumbuhan ekonomi paling dominan saat ini adalah adanya wabah perusahaan start-up. Dengan basis *design thinking*, dimana setiap

individu menyelesaikan permasalahan nyata yang dialami masyarakat (*user oriented*), dan menjadikannya sebagai peluang bisnis yang memiliki nilai finansial menjanjikan (Martin, 2009). Dapat dikatakan, pendekatan kewirausahaan dalam bentuk start-up adalah strategi paling sesuai untuk meningkatkan kejelasan bisnis yang akan dirancang. Dikarenakan star-up memiliki tujuan yang cukup rinci dan terukur, dengan sasaran pasar yang jelas.

Dengan pendekatan kewirausahaan dan strategi bisnis start-up memang menjanjikan pembelajaran di perguruan tinggi dengan segala manfaat nyata untuk mahasiswa dan masyarakat. Namun, ini juga berimplikasi pada penyiapan sistem yang lebih kompleks daripada sebelumnya. Karena pada kenyataannya, keberhasilan pembelajaran ini sangat identik dengan karakteristik belajar pada mahasiswa dan jiwa wirausaha (Gorman et. Aal., 1997).

METODE

Metode pelaksanaan

Metode pelaksanaan pengabdian pada masyarakat dalam bentuk pengembangan unit produksi berbasis IPTEK prodi ini melibatkan beberapa proses, yaitu 1) analisis kebutuhan, 2) perancangan, 3) pengembangan, dan 4) implementasi. Metode ini diadaptasi dari pendekatan generik dari model ADDIE, namun dengan eliminasi proses evaluasi.

Bahan Baku (*Man and Materials*)

Tenaga produksi pada unit produksi ini berasal dari kalangan mahasiswa prodi

Teknologi Pendidikan, hal ini dilakukan agar memastikan keterunggulan produk yang memiliki ciri khas teknologi pendidikan dan utamanya memberikan pengalaman lebih kepada para mahasiswa dalam mendukung relevansi hasil perkuliahan. Kontrol mutu dilakukan dengan melakukan banyak *benchmarking* dan perbandingan portofolio dari perusahaan-perusahaan yang bergerak dibidang yang sama. *Quality control* yang dilakukan dalam perancangan produk dilakukan dengan pemantauan penanggungjawab proyek (dosen) terhadap proses penyelesaian produk yang dilakukan mahasiswa.

Hasil dari *quality control* berdampak pada bentuk *quality assurance* yang dilakukan, dari kedua proses ini diprediksi akan menghasilkan produk dan jasa yang sesuai standar mutu internal dan pasar. Salah satu bentuk keunggulan bidang jasa digital adalah *material* yang tidak terbatas. Hal ini membawa keunggulan tersendiri untuk menjaga eksistensi unit produksi. Keberadaan tenaga sumber daya manusia juga menjadi hal yang selalu dapat diatasi pada hakikatnya. Jumlah calon mahasiswa yang masuk setiap tahunnya, dengan pembinaan khusus pada mata kuliah, menyediakan stok keahlian yang terampil dan siap guna.

Segmen marketing yang dituju dari unit produksi ini pada jangka panjang adalah industri tingkat besar. Proses bisnis sejak tahun pertama akah diarahkan menjadi proses profesional yang dibentuk dari perencanaan matang dan proses benchmarking yang dilakukan. Namun, untuk tahun pertama, unit produksi akan mem-

iliki fokus pada bidang pengembangan konten digital positif yang bertujuan untuk memberikan dan memasarkan keunggulan dari unit produksi. Hal ini dilakukan untuk memberikan citra baik pemasaran, sekaligus teknik marketing pertama yang dilakukan agar lebih viral dan berdampak dilingkungan pasar.

Klien yang disasar, dimulai dari a) lembaga pendidikan, b) lembaga pemerintahan. c) industri swasta, d) siswa dan mahasiswa, dan e) tenaga pengajar, secara umum menghadapi tantangan digitalisasi lembaga yang kompleks dan *sophisticated*. Yang berbeda adalah karakteristik teknologi digital yang dibutuhkan tiap lembaga maupun perorangan. Tantangan ini yang coba dipenuhi oleh unit produksi, mengaitkan antara kebutuhan teknologi digital dengan peningkatan iklim pendidikan dan latihan dilingkungan.

Dikalangan market individu, kebutuhan digital learning biasanya berasal dari pelajar (siswa dan mahasiswa) juga tenaga pengajar (guru, dosen, widyaiswara, trainer). Kemampuan teknis pengembangan digital learning yang dimiliki rata-rata berada pada tingkat menengah dan pemula, sehingga kebutuhan akan adanya bantuan tambahan dan asistensi ahli sangat dibutuhkan untuk mengembangkan *digital learning* sesuai kebutuhan.

Keterlaksanaan unit produksi ini didukung dengan ketersediaan alat pendukung dilingkungan program studi, fasilitas yang sudah tersedia dan dapat dimanfaatkan dalam unit produksi ini adalah

1. Laboratorium komputer dan jaringan
2. Kamera fotografi
3. Kamera videografi
4. Outdoor shoting kit
5. Lighting kit set studio
6. Jaringan internet
7. Studio foto dan videografi
8. Komputer foto dan video editing

Penggunaan fasilitas yang sudah ada disediakan kampus berimplikasi pada tanggungjawab dalam bentuk pelaporan kepada pihak fakultas. Sehingga untuk mencapai kesinambungan tersebut, unit produksi dipadukan sebagai unit kewirausahaan organisasi mahasiswa. Unit ini hanya akan berperan untuk mendukung kepentingan mahasiswa Prodi Teknologi Pendidikan.

Proses Bisnis

Dua model bisnis yang digunakan dalam pengembangan unit produksi ini adalah model kewirausahaan dan model coworking space. Model kewirausahaan bertujuan untuk pengoptimalan keterampilan mahasiswa dilingkungan Prodi Teknologi Pendidikan dengan prinsip profit sharing. Dan model yang kedua, yaitu inkubasi wirausaha dalam bentuk *coworking space* bertujuan untuk memunculkan potensi wirausaha baru dari mahasiswa. Pada prinsipnya, model kedua lebih fokus pada pengembangan keterampilan usaha mahasiswa. Karena berdasarkan penelitian pendahuluan sebelumnya, ada beberapa mahasiswa yang sudah memiliki kegiatan usaha mandiri walaupun dalam skala



Gambar 3
Model kegiatan wirausaha

personal dan tidak berhubungan dengan *core competency* yang ada pada prodi.

Struktur Unit

Untuk mengelola proses bisnis yang sudah ditentukan, disusun pula unit pengelola yang nantinya akan memimpin keseluruhan proses. Pada skala unit, tim pengelola tidak perlu dalam cakupan yang besar. karena yang terpenting adalah seimbang dengan proses bisnis yang akan dijalankan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Profil Unit Produksi

Hasil dari kegiatan pengabdian yang dilaksanakan adalah satu unit usaha berbasis IPTEK Prodi Teknologi Pendidikan. Tujuan dibentuknya unit usaha ini adalah

1. memberikan kesempatan dan pengalaman kerja kepada mahasiswa;
2. mempercepat proses pengembangan kewirausahaan di perguruan tinggi;
3. membantu menciptakan akses bagi terciptanya wirausaha baru;
4. menunjang otonomi kampus perguruan tinggi melalui perolehan pendapatan mandiri atau bermitra;
5. mendorong berkembangnya budaya pemanfaatan hasil riset perguruan tinggi bagi masyarakat; dan
6. membina kerja sama dengan sektor swasta termasuk pihak industri dan sektor pemasaran.

Unit usaha ini memfasilitasi dua



Gambar 4
Model kegiatan inkubasi

kegiatan utama, yaitu wirausaha bidang jasa dan inkubasi rintisan wirausaha.

1. Wirausaha bidang jasa merupakan kegiatan usaha pembuatan konten digital pembelajaran, yang mencaup jasa a) analisa infrastruktur lingkungan belajar; b) Integrasi teknologi untuk *performance support*; c) E-learning; d) M-learning; e) Instructional games; f) Animasi dan simulasi; g) Audio (podcast dan program radio) dan videografi; h) Media 3 dimensi; dan i) Branding dan komunikasi. Seluruh kegiatan wirausaha dilakukan oleh mahasiswa seagai teknisi media.
2. Inkubasi rintisan wirausaha merupakan kegiatan pembinaan bidang usaha mahasiswa berpotensi untuk selanjutnya dibina dan dikembangkan ke tahap selanjutnya.

Umumnya, jasa ditujukan untuk beragam jenis kalangan konsumen. Karena sangat disadari, kebutuhan akan konten digital sudah merambah kesegala usia dan segmentasi pasar. Hingga saat ini, usaha ditujukan berdasarkan segmentasi berikut: 1) Individu (pelajar, pengajar, keluarga); 2) Lembaga (bimbingan belajar, badan diklat, dan lembaga pemerintahan); 3) Institusi (sekolah dan perguruan tinggi); dan 4) Industri (perusahaan kecil menengah).

Bentuk dan Model Bisnis

Unit produksi ini dibentuk dengan semangat *coworking space*, dimana banyak pihak secara bebas terlibat dalam unit produksi. *Coworking space* (CS) adalah bentuk baru dalam dunia bisnis dan wirausaha.



Gambar 5
Konsep *coworking space*

CS merupakan konsep tempat bisnis dan menggabungkan beberapa atau banyak jenis usaha yang berasal dari banyak pengusaha atau lembaga. CS biasanya memiliki konsep social dimana setiap individu mengerjakan proyek atau urusan bisnisnya masing-masing.

Terlepas dari orientasi bisnis yang serius, CS menawarkan lingkungan sosial yang dapat meningkatkan relasi dan jaringan yang fleksibel. Konsep ini kemudian diadaptasi pada pengembangan unit usaha berbasis IPTEK ini. Delta Studio dalam pelaksanaannya dapat menghimpun beberapa potensi wirausaha baru untuk bergabung bersama dalam pengelolaan wirausaha. Wirausaha baru yang berhasil bekerjasama di Delta Studio adalah:

1. Digest digital learning assessment (apikasi assesmen pembelajaran dan pelaporan secara terintegrasi dengan sistem informasi sekolah)
2. PPD Visual Creator (jasa pembuatan multimedia)
3. Agen Desain (jasa pembuatan entitas vector dan *printed media*)
4. Barokah 3D (jasa pembuatan entitas material 3D)

Sementara itu, dari kegiatan wirausaha berbasis jasa yang juga ditawarkan oleh unit produksi. Dalam jangka tiga bulan pelaksanaan ujicoba, unit berhasil mendapatkan beberapa proyek pengerjaan jasa. Data ditampilkan pada tabel 1.

No	Jenis Proyek	Nilai Proyek	Status
1	Family photo – Outdoor Concept Photography	Rp. 800.000	Selesai
2	Pelatihan Multimedia Pembelajaran Guru	Social work	Selesai
3	Pengembangan video pembelajaran (<i>e-learning content</i>)	Rp. 3.000.000	Selesai
4	Tutorial penggunaan produk (social learning platform)	Rp. 1.000.000	Selesai
5	Iklan animasi platform social learning	Rp. 700.000	Selesai

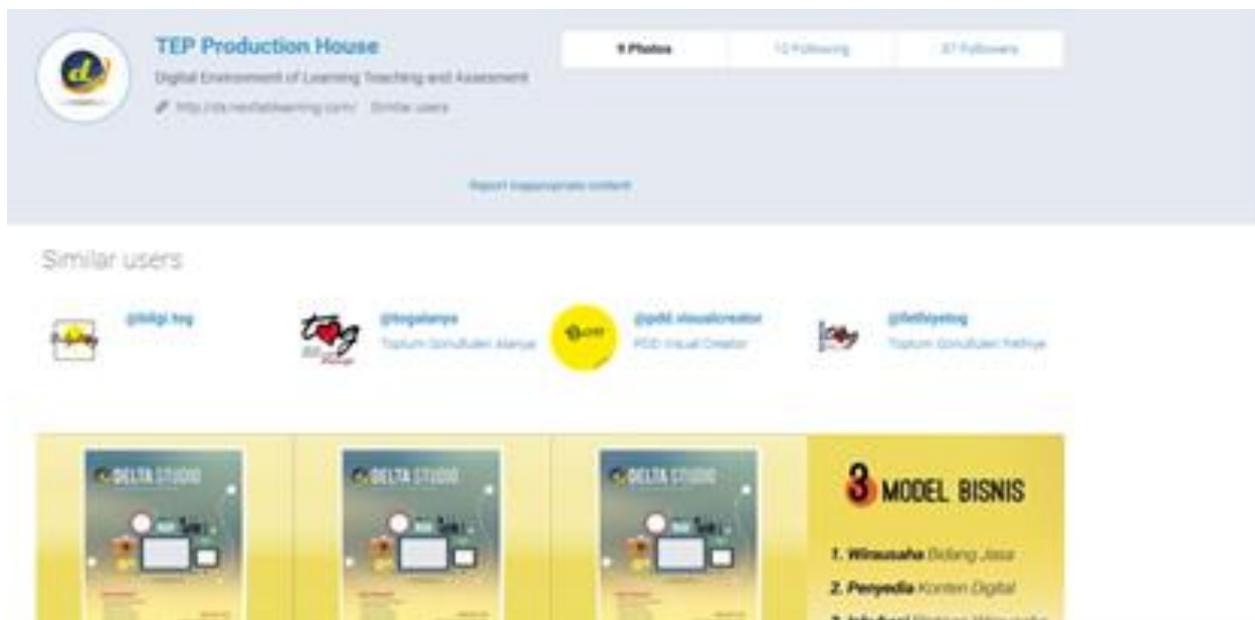
Tabel 1
Daftar proyek yang dikerjakan

Pemasaran yang dilakukan oleh unit usaha dilakukan dalam bentuk pembuatan website resmi dan akun resmi di jejaring social. Website resmi unit usaha dapat diakses pada halaman <http://deltastudiotep.com>, sedangkan akun sosial media Instagram ada pada akun @deltastudio_tep.

Dalam dua bulan efektif pemasaran, strategi ini belum mencapai target yang diharapkan. Kelemahan ada pada prosentase keaktifan akun dan website dalam memasarkan produk dan jasa. Sehingga diperlukan pihak

ketiga (third party) dalam membantu strategi pemasaran produk dan jasa unit usaha. Sebagai contoh dengan melibatkan media partner di social media dalam kegiatan pemasaran dan promosi. Hal ini diprediksi akan memaksimalkan sosialisasi produk dan jasa dari unit usaha.

Melalui kegiatan pameran wirausaha yang diikuti, unit usaha Delta Studio berhasil menjadi salah satu unit yang diwawancarai oleh media masa peliput kegiatan. Hasil publikasi tersebut sangat bermanfaat untuk



Gambar 6
Akun resmi Delta Studio di Instagram

meningkatkan citra unit di mata publik. Selain itu hal ini menjadi kebanggaan tersendiri untuk tim karena berhasil memunculkan keunikan unit usaha sebagai nilai jual untuk pemasaran.

Keunikan pada unit usaha adalah kolaborasi antara tujuan bisnis, area pendidikan, dan teknologi digital. Hal ini yang menjadi spirit utama dalam pengembangan unit usaha ini. Tidak sampai disana, unit juga memadukan antara pengalaman teoritis dan praktis yang dimiliki antara tenaga pengajar dan mahasiswa. Dengan memadukan ketiga unsur sebelumnya,

unit usaha berupaya menjawab tantangan dan kebutuhan masyarakat tentang konten digital edukasi.

Pada bulan Mei 2018, unit usaha mengikuti kegiatan pameran wirausaha ditingkat fakultas dan tingkat universitas. Pameran ini diselenggarakan sebagai upaya serius fakultas dan universitas dalam memotivasi mahasiswa untuk menuangkan ide kreatif dan menjadikannya sebuah ide yang *profitable*.



Gambar 7
Liputan Delta Studio di Surat Kabar Cetak Radar Malang –
Jawa Post (20 April 2018)

Melalui kegiatan ini, Delta Studio dapat memperkenalkan bidang jasa dan produk yang menjadi keunikan dan keunggulan. Hal ini dilakukan sebagai jawaban atas tantangan dan kebutuhan mahasiswa dan dosen dilingkungan fakultas mengenai pembuatan konten digital. Kesempatan ini dirasakan sangat efektif, mengingat pasca kegiatan ini, beberapa mahasiswa FIP menghubungi untuk meminta jasa pembuatan video dan multimedia pembelajaran.

Selain ditingkat fakultas, Delta Studio mendapat kesempatan untuk berpartisipasi dalam pekan pameran kewirausahaan mahasiswa tingkat universitas. Acara yang besar dan diikuti oleh beragam bidang wirausaha mahasiswa dilingkungan UM ini menjadi ajang yang potensial dalam mempromosikan Delta Studio.

Melalui kegiatan ini, beberapa hal yang didapatkan adalah:



Gambar 8
Liputan Delta Studio di Surat Kabar Radar Malang – Jawa Post
(ePaper, 20 April 2018)

1. Ajang promosi secara masif dilingkungan UM
2. Ajang promosi ditingkat provinsi dengan adanya media masa local
3. Melakukan benchmarking untuk usaha sejenis
4. Menjalin relasi dengan wirausaha lain dilingkungan UM

Pada kegiatan ini, Delta Studio dinobatkan pula sebagai salah satu penerima dana hibah Program Mahasiswa Wirausaha 2018. Nominasi ini dilakukan melalui penilaian juri

terhadap sekitar 100 unit usaha yang tampil dalam pameran.

Inkubator Usaha Berbasis Coworking Space

Coworking space (CS) adalah bentuk baru dalam dunia bisnis dan wirausaha. CS merupakan konsep tempat bisnis dan menggabungkan beberapa atau banyak jenis usaha yang berasal dari banyak pengusaha atau lembaga. CS biasanya memiliki konsep social dimana setiap individu mengerjakan proyek atau urusan bisnisnya masing-masing. Ter-



Gambar 9
Kegiatan pembukaan pusat bisnis Fakultas Ilmu Pendidikan UM



Gambar 10
Peserta kegiatan pembukaan pusat bisnis Fakultas Ilmu Pendidikan UM

lepas dari orientasi bisnis yang serius, CS menawarkan lingkungan social yang dapat meningkatkan relasi dan jaringan yang fleksibel. Konsep ini kemudian diadaptasi pada pengembangan unit usaha berbasis IPTEK ini.

Melalui konsep CS, beberapa mahasiswa yang memiliki usaha pribadi memiliki area untuk mengerjakan proyek masing-masing dan saling berkontribusi. Pada bulan pertama, Delta studio mampu menampung dan

mempublikasikan beberapa unit usaha milik mahasiswa di Prodi TEP FIP UM. CS Delta Lab dan Studio ini berada di pusat bisnis mahasiswa Fakultas Ilmu Pendidikan, Universitas Negeri Malang. Untuk memudahkan pencarian di internet, kami membuat unit ini secara mudah untuk dicari melalui *Google Business*. Sehingga pengguna atau calon klien dapat dengan mudah mengetik kata



Gambar 11
Stan Delta Studio



Gambar 12
Strategi promosi Delta Studio

kunci “Delta Studio – TEP Production House” pada kolom mesin pencarian, diutamakan menggunakan Google.

KESIMPULAN DAN SARAN

Pengembangan unit usaha di Prodi TEP ini belum mencapai target pemasaran dan revenue yang ditentukan. Namun, target terbentuknya sebuah unit usaha yang memaksimalkan kompetensi mahasiswa dibidang

yang sesuai sudah dapat dicapai. Sangat disadari, bahwa tindakan lebih lanjut diperlukan untuk mengembangkan rasio dan cakupan pasar.

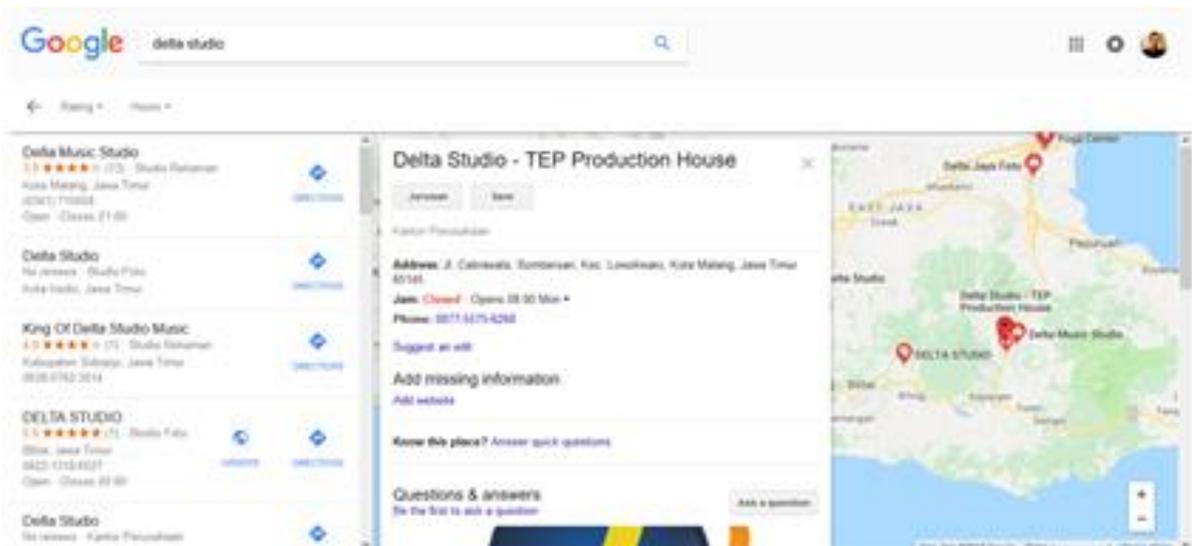
Tindakan taktis yang harus diambil dan dilaksanakan sesegera mungkin adalah sebagai berikut:

1. Merapihkan konten website dan medsos dengan portofolio dan testimoni dari klien yang sudah bekerjasama



Gambar 13
Penghargaan pada pekan wirausaha 2018 di Universitas Negeri Malang

2. Melakukan rekrutmen untuk teknisi dan tim kreatif yang baru (mahasiswa baru sebagai target utama)
3. Menjalani kerjasama dengan media partner untuk melakukan *Gorilla Marketing*
4. Membuat *price list* yang update berdasarkan analisa harga pasar
5. Membuat strategi pemasaran secara langsung (direct marketing) yang potensial, misal ikut dalam pameran dan expo bisnis
6. Sangat dibutuhkan analisis konteks terhadap calon teknisi dari produk dan membuat jaringan kerjasama kepada pihak ketiga atau media partner dalam menyebarkan informasi tentang Delta Studio.



Gambar 14
Alamat bisnis Delta Studio di *Google Search Engine*

DAFTAR PUSTAKA

- An, Y. J., & Reigeluth, C. (2011). Creating technology-enhanced, learner-centered classrooms: K–12 teachers' beliefs, perceptions, barriers, and support needs. *Journal of Digital Learning in Teacher Education*, 28(2), 54-62.
- Elearning industry. 2014. <https://elearningindustry.com/top-10-e-learning-statistics-for-2014-you-need-to-know> (retrieved 14 Desember 2017).
- Gorman, G., Hanlon, D., & King, W. (1997). Some research perspectives on entrepreneurship education, enterprise education and education for small business management: a ten-year literature review. *International small business journal*, 15(3), 56-77.
- Hiltz, S. R., & Turoff, M. (2005). Education goes digital: The evolution of online learning and the revolution in higher education. *Communications of the ACM*, 48(10), 59-64.
- Howorth, C., Smith, S. M., & Parkinson, C. (2012). Social learning and social entrepreneurship education. *Academy of Management Learning & Education*, 11(3), 371-389.
- Kemdikbud. <https://belajar.kemdikbud.go.id/Dashboard/> (retrieved 14 Desember 2017)
- Koltko-Rivera, M. E. (2006). Rediscovering the later version of Maslow's hierarchy of needs: Self-transcendence and opportunities for theory, research, and unification. *Review of general psychology*, 10(4), 302.
- Kuratko, D. F. (2005). The emergence of entrepreneurship education: Development, trends, and challenges. *Entrepreneurship theory and practice*, 29(5), 577-597.
- Martin, R. L. (2009). *The design of business: Why design thinking is the next competitive advantage*. Harvard Business Press.
- Nelson, R. E. (1977). Entrepreneurship education in developing countries. *Asian Survey*, 17(9), 880-885.
- Salamzadeh, A., & Kesim, H. K. (2015). Startup companies: life cycle and challenges. (retrieved from https://www.researchgate.net/profile/Aidin_Salamzadeh/publication/281293944_Startup_Companies-Life_Cycle_and_Challenges/links/5e08c1308a ECB1a7cc496c9/Startup-Companies-Life-Cycle-and-Challenges.pdf, 9 November 2018).

Wenger, E. (2008). *Communities of practice: Learning, meaning, and identity*. Cambridge: Cambridge university press.

Wilson, F., Kickul, J., & Marlino, D. (2007). Gender, Entrepreneurial Self-Efficacy, and Entrepreneurial Career Intentions: Implications for Entrepreneurship Education 1. *Entrepreneurship theory and practice*, 31(3), 387-406.

Zimmerer, W.T. 2002. *Essentials of Entrepreneurship and Small Business Management*. Third Edition. New York: Prentice-Hall.