

PENGEMBANGAN DIGITALPRENEURSHIP MELALUI MODEL QUADRUPLE HELIX UNTUK MAHASISWA BIDIKMISI DI UPI KAMPUS TASIKMALAYA

E Nur'aeni, D A M Lidinillah, O H
Pranata, L Nur, M R W
Muharram, A Setiawan, K F
Febriyanti, E Apriyaningsih

Universitas Pendidikan Indonesia
Kampus Tasikmalaya

*Corresponding author
E Nur'aeni
Email : nuraeni@upi.edu

Abstrak

Potensi akademik yang dimiliki oleh mahasiswa bidikmisi menjadi hal yang perlu menjadi perhatian. Modal prestasi mahasiswa bidikmisi dapat menjadi *value* positif bagi Universitas. Apalagi, mahasiswa bidikmisi diharapkan menjadi pemutus mata rantai kemiskinan di masyarakat. Sehingga, dibutuhkan program yang konkret dalam rangka pengembangan potensi mahasiswa bidikmisi. Salah satu program yang diselenggarakan adalah program ekonomi kreatif berbasis *digitalpreneurship*. *Digitalpreneurship* merupakan salah satu dimensi entrepreneur yang menggunakan ICT sebagai bagian dari media bisnisnya. Sebagai Negara dengan penduduk keempat terbesar di dunia, Indonesia memiliki potensi yang besar untuk pengembangan *digitalpreneur*. Model yang digunakan adalah *Quaruple Helix* yang terdiri dari empat tahapan, yakni: pelatihan dan *workshop* wirausaha, inkubasi bisnis, co-op UMKM, dan *roll out* pasar. Program melibatkan berbagai pihak, yakni: dosen, mahasiswa, dan pelaku usaha (UMKM). Luaran yang telah dicapai yakni: 1) pelaksanaan program melalui model *Quadruple Helix*; dan 2) situs *mudabisa.com* sumber belajar bisnis bagi mahasiswa. Selain itu, program yang dilaksanakan mendapatkan respon positif dari mahasiswa.

Kata Kunci: *digitalpreneurship*, bidikmisi, *quadruple helix*

Abstract

The academic potential of Bidikmisi students needs to be a concern. The achievements of Bidikmisi students can be a positive value for the University. Moreover, bidikmisi students are expected to be able to break the poverty chain in the community. So, a concrete program is needed to develop the potential of Bidikmisi students. One of the programs held is a creative economy program based on *digitalpreneurship*. *Digitalpreneurship* is one dimension of entrepreneurs who use ICT as part of their business media. As the fourth largest country in the world, Indonesia has a great potential to develop a digital entrepreneur. The model used is *Quaruple Helix* which consists of four stages, namely: entrepreneurial training and workshop, business incubation, UMKM co-op, and market roll out. The program involves various parties, namely: lecturers, students, and business people (MSMEs). Outputs that have been achieved are: 1) program implementation through the *Quadruple Helix* model; and 2) *mudabisa.com* site as a business learning resources for students. In addition, the program implemented received a positive response from students.

Keywords: *digitalpreneurship*, bidikmisi, *quadruple helix*

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Universitas Pendidikan Indonesia (UPI) sebagai institusi pendidikan tinggi memiliki peran besar dalam melahirkan lulusan yang berkualitas. Kesiapan UPI untuk melahirkan lulusan yang berkualitas tersebut ditunjukkan melalui pengembangan mutu institusi perguruan tinggi. Berdasarkan SK yang diterbitkan dengan nomor 2990/SK/BAN-PT/Akred/PT/XII/2016, pada tanggal 20 Desember tahun 2016, UPI meraih peringkat A. Hal ini menjadi modal yang sangat berharga dalam upaya UPI menjadi universitas pelopor dan unggul di tengah-tengah persaingan perguruan tinggi yang begitu ketat saat ini.

Lulusan yang berkualitas salah satunya didefinisikan sebagai lulusan yang kreatif, inovatif, dan kompetitif (Ristekdikti, 2018). Berbicara mengenai hal tersebut, potensi mahasiswa UPI untuk menjadi lulusan yang kreatif, inovatif, dan kompetitif sangatlah besar. Latar belakang mahasiswa UPI yang sangat beragam dengan ditopang nuansa kampus yang edukatif, ilmiah, dan religius perlu dioptimalkan, salahsatunya adalah mahasiswa UPI yang memiliki latar belakang sebagai *awardee Bidikmisi*. Bidikmisi merupakan bagian dari program pemerintah berupa bantuan biaya pendidikan. Berdasarkan pada peraturan menteri pendidikan dan kebudayaan (Permendikbud) nomor 096 tahun 2014 tentang Penyelenggaraan Bantuan Biaya Pendidikan Bidikmisi pasal 2, poin (a) menyatakan bahwa bidikmisi diselenggarakan bagi peserta didik yang memiliki potensi akademik baik, namun memiliki keterbatasan ekonomi. Merujuk pada isi pasal tersebut, ada dua variabel utama yang dapat dikorelasikan, yakni: potensi akademik dan keterbatasan ekonomi.

Potensi akademik yang dimiliki oleh mahasiswa bidikmisi menjadi hal yang perlu diperhatikan. Modal prestasi mahasiswa bidikmisi dapat menjadi *value positif* bagi Universitas. Bila dikelola dengan baik, potensi yang dimiliki mahasiswa bidikmisi dapat menjadi salah satu faktor ketercapaian visi dan misi UPI. Sebagai contoh, merujuk pada data yang diperoleh, pada tahun 2017 kuota bidikmisi UPI mencapai 1.400 orang (Pikiran Rakyat, 2018). Artinya, ada potensi prestasi yang sangat besar yang dapat dikembangkan dari mahasiswa bidikmisi tersebut.

Salah satu pemberdayaan kewirausahaan yang dapat dikembangkan adalah pemberdayaan kewirausahaan berbasis *digitalpreneurship*. *Digitalpreneurship* merupakan salah satu dimensi entrepreneur yang menggunakan ICT sebagai bagian dari media bisnisnya. Sebagai Negara dengan penduduk keempat terbesar di dunia, Indonesia memiliki potensi yang besar untuk pengembangan *digitalpreneur*.

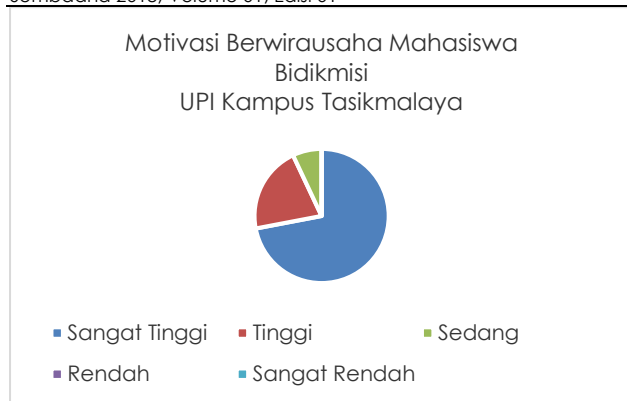


Gambar 1. 20 Negara Pengguna Internet Terbesar (Internet World Stats, 2018)

Berdasarkan gambar 1, ditunjukkan bahwa Indonesia berada dalam urutan kelima sebagai pengguna internet terbesar dunia. Berangkat dari hitungan tersebut, persentase melek internet masyarakat Indonesia mencapai 53%. Artinya, setengah penduduk Indonesia sudah mampu mengakses Internet. Sehingga tidak salah bilamana pada tahun 2020, Indonesia berencana akan menjadi pemain ekonomi digital terbesar di Asia (Rachmawati, 2018).

Berdasarkan hal tersebut, pemberdayaan kewirausahaan berbasis *digitalpreneurship* dapat diselenggarakan sebagai program pengembangan potensi kewirausahaan mahasiswa bidikmisi. Selain di kampus UPI yang berlokasi di Bandung, mahasiswa bidikmisi tersebar di lima daerah yang menjadi lokasi kampus UPI lainnya. Kampus UPI di daerah tersebut, yakni: Tasikmalaya, Sumedang, Purwakarta, Cibiru di Kabupaten bandung, dan Serang di Provinsi Banten. Dengan kondisi tersebut, mahasiswa UPI memiliki latar belakang yang lebih beragam dan bila dioptimalkan dengan baik, lulusan UPI dapat berkontribusi merata di berbagai daerah apalagi bila mampu menjadi lulusan yang dapat berkontribusi dalam memaksimalkan peluang kerja di masyarakat. Sehingga, paradigma lulusan untuk mencari kerja perlahan bergeser menjadi lulusan yang dapat menciptakan lapangan kerja. Satu dari lima kampus di daerah itu adalah UPI Kampus Tasikmalaya.

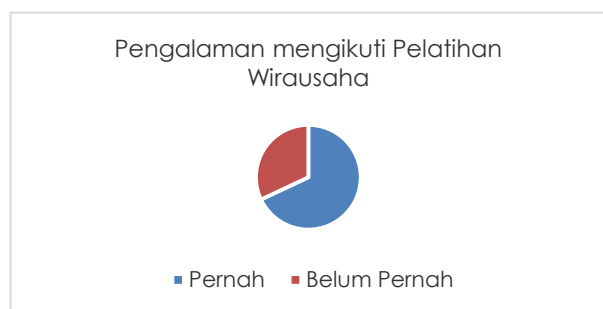
Berdasarkan dari hasil analisis angket yang disebar pada tanggal 16 April 2018 terhadap 375 mahasiswa Bidikmisi UPI Tasikmalaya untuk mengetahui motivasi berwirausaha mahasiswa Bidikmisi, diketahui seperti gambar 2 berikut.



Gambar 2. Motivasi berwirausaha mahasiswa Bidikmisi

Berdasarkan gambar 2, dijelaskan bahwa 72 persen mahasiswa Bidikmisi memiliki motivasi berwirausaha yang sangat tinggi. Sedangkan 21 persen lainnya memiliki motivasi berwirausaha yang tinggi dan 7 persen memiliki motivasi berwirausaha yang sedang. Hasil angket ini menjadi dasar komitmen yang tinggi untuk mengembangkan kewirausahaan mahasiswa Bidikmisi UPI Kampus Tasikmalaya.

Motivasi berwirausaha yang tinggi tersebut seharusnya ditopang dengan pemberdayaan ataupun pengembangan potensi kewirausahaan mahasiswa Bidikmisi melalui pelatihan ataupun workshop wirausaha. Saat diberikan pertanyaan mengenai pengalaman mahasiswa Bidikmisi mengikuti pelatihan wirausaha, diketahui seperti pada gambar 3 berikut.



Gambar 3. Pengalaman wirausaha mahasiswa Bidikmisi UPI Kampus Tasikmalaya

Berdasarkan gambar 3, dijelaskan bahwa 68 persen mahasiswa Bidikmisi pernah mengikuti pelatihan wirausaha. Sedangkan sebanyak 32 persen mengaku belum pernah mengikuti pelatihan wirausaha. Temuan ini menjelaskan bahwa sebagian besar mahasiswa Bidikmisi sudah memiliki modal pengetahuan wirausaha yang dapat dikembangkan lebih lanjut melalui program pemberdayaan. Berdasarkan angket yang telah disebar, hal tersebut menjadi data empiris mengenai komitmen yang tinggi mahasiswa Bidikmisi dalam pengembangan potensi kewirausahaan.

Berdasarkan hasil analisis situasi yang telah dipaparkan, pengembangan potensi kewirausahaan mahasiswa berbasis Bidikmisi UPI Kampus Tasikmalaya sangat perlu untuk diberikan. Hal ini diharapkan dapat mendorong cita-cita penyelenggaraan Bidikmisi sebagai pemutus mata rantai kemiskinan.

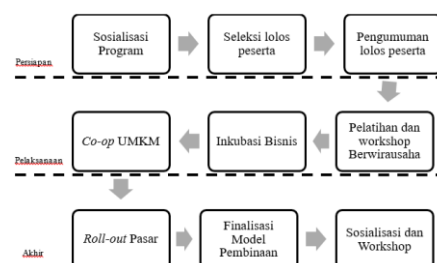
Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian yang telah dipaparkan, rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana model pemberdayaan dan pembinaan kewirausahaan, khususnya berbasis *digitalpreneurship*?
2. Bagaimana pengembangan ide-ide bisnis yang digagas mahasiswa Bidikmisi?
3. Bagaimana potensi *digitalentrepreneur* mahasiswa Bidikmisi?

Metodologi

Pemberdayaan mahasiswa berbasis *digitalpreneurship* bagi mahasiswa bidikmisi UPI Kampus Tasikmalaya ini dilaksanakan menggunakan model *Quadruple Helix*. *Quadruple Helix* sendiri merupakan istilah untuk menjelaskan empat tahapan yang digunakan dalam pemberdayaan ini, mulai dari: Pelatihan, Inkubasi Bisnis, Co-op UMKM, dan Roll Out Pasar. Setiap tahapan, saling berkesinambungan satu sama lain dan semakin berkembang dan meluas pada tahap akhir. Secara skema kegiatan keseluruhan digambarkan sebagai berikut:



Gambar 4. Skema Kegiatan

Sosialisasi program disampaikan kepada mahasiswa bidikmisi melalui kerjasama dengan lingkaran bidikmisi UPI Kampus Tasikmalaya. Dari 375 mahasiswa bidikmisi yang aktif sebagai mahasiswa di UPI Kampus Tasikmalaya, diseleksi hingga 15 mahasiswa yang memenuhi kriteria yang dibuat oleh tim.

Pelatihan dan motivasi berwirausaha dilaksanakan dengan kurikulum berdasarkan dari masukan mitra dan kebutuhan mahasiswa untuk membentuk *mindset* awal terhadap wirausaha. Topik dari pelatihan ini meliputi: 1) Konsep diri Entrepreneur; 2) Konsep dan praktek Digitalentrepreneur; 3) Motivasi emosional, spiritual, dan intelektual dalam berwirausaha

Outcome dari pelatihan dan motivasi berwirausaha yakni mahasiswa memiliki peta usaha dan mampu merencanakan peluang usaha yang akan dikembangkan ke depan. Komitmen untuk optimal dan totalitas dalam ikut serta kegiatan juga menjadi poin penting yang dilatih kepada mahasiswa. Selanjutnya, mahasiswa mengikuti tahapan inkubasi bisnis *digitalpreneur*. Pada tahapan ini, tim bekerjasama dengan praktisi yang telah berpengalaman. Dalam prosesnya, inkubasi bisnis juga melibatkan mentor yang ditunjuk dan dipilih baik dari alumni maupun rekan dari komunitas pengusaha yang menjadi mitra.

Setelah melaksanakan inkubasi bisnis, mahasiswa kemudian dilibatkan dalam co-op bersama UMKM. Hal ini dilaksanakan dimana mahasiswa mulai mengimplementasikan pengetahuan dan hasil latihan sebelumnya tentang *Digitalpreneur*. Mahasiswa dikerjasamakan dengan UMKM yang sesuai dengan peta usaha yang sudah dirancang. Hal ini guna mengetahui kondisi lapangan dimana nanti mahasiswa bidikmisi terjun ke lapangan. Selain itu, mahasiswa pun disiapkan sebagai mitra yang dapat membantu pengembangan omset UMKM melalui optimasi jejaring internet sebagai basis *digitalpreneur* itu sendiri.

Setelah mahasiswa mampu mengidentifikasi peluang pasar mulai dari hulu sampai dengan hilir, selanjutnya mahasiswa masuk dalam tahapan *roll-out* pasar. Tahapan ini ditunjukkan dengan pemberdayaan dan sinergitas mahasiswa dengan pelaku ekonomi sudah sangat baik. Seluruh tahapan kemudian di evaluasi dan dimonitoring baik secara insidental maupun yang dilaksanakan di akhir tahapan. Perkembangan 15 peserta diprediksi berpotensi memunculkan hasil yang bervariasi. Sehingga, pada tahap ini dipersiapkan langkah-langkah yang tepat untuk diaplikasikan terhadap perkembangan 15 peserta yang ada.

Pemberdayaan kewirausahaan yang dibangun mencoba untuk menciptakan budaya yang positif di dalam kampus. Sehingga, apa yang disampaikan oleh Alberti, Sciascia, dan Poli (2004) dalam mengkaji "*Entrepreneurship Education*" mengenai keberhasilan seseorang dalam berwirausaha dipengaruhi oleh iklim usaha yang diciptakan oleh negara, dukungan dunia pendidikan, dan dunia usaha, dapat diwujudkan.

PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat berupa pengembangan *digitalpreneurship* melalui model Quadruple Helix ini dilaksanakan untuk menjawab permasalahan dan tantangan jangka panjang, khususnya bagi mahasiswa Bidikmisi di UPI Kampus Tasikmalaya.



Gambar 5. Tampak Depan UPI Kampus Tasikmalaya

Kegiatan ini memiliki luaran yang diharapkan, yakni:

- 1) Model pembinaan *digitalpreneurship* mahasiswa PGSD;

Model pembinaan ini akan menjadi panduan dalam pengembangan *digitalpreneurship*, minimal di tingkat UPI. Melalui konsep *research and development* serta monitoring kognitif, afektif, dan psikomotor terhadap mahasiswa yang menjadi sasaran, dapat dibuat semacam *prototype* untuk diimplementasikan di tahun-tahun berikutnya. Model pembinaan *digitalpreneurship* juga dibuat berdasarkan atas studi pustaka dari model-model yang telah dikembangkan sebelumnya.

- 2) Terbangunnya kemitraan UPI dengan masyarakat, pengusaha, lembaga, dan komunitas *digitalpreneur*;

Kemitraan yang dibangun UPI terhadap simpul-simpul *digitalpreneurship* akan menguatkan visi UPI sebagai kampus yang pelopor dan unggul. Paradigma ke depan, lulusan UPI bukanlah lulusan yang hanya disiapkan untuk mencari kerja, namun disiapkan untuk penyedia lapangan kerja. Bukan hal yang mustahil dengan pengembangan kemitraan yang dilakukan oleh UPI sejak dini.

Adapun dengan terbangunnya kemitraan, mahasiswa UPI khususnya bidikmisi dapat melihat lebih luas dan jauh tentang akses jaringan ketika maupun pasca mahasiswa mengenyam perkuliahan di kampus. Kemitraan yang dibangun ke depan tidak hanya bersifat insidental atau eventual semata, Kemitraan dikembangkan dan dirawat sehingga perlahan *branding* yang terbangun terhadap UPI semakin positif.

- 3) Lahirnya wirausaha baru mahasiswa yang berkelanjutan.

Mahasiswa bidikmisi yang mampu menjadi seorang *digitalpreneur* baru, memiliki tanggungjawab moral untuk membangun mahasiswa yang lain agar mencapai kesuksesan serupa. Sehingga, pemberdayaan kewirausahaan berkembang secara berkelanjutan. Bila saat ini, tim

dosan yang menjadi fasilitator maupun sebagai penyelenggara kegiatan, setelah angkatan pertama berhasil dan lahirnya wirausaha baru, fasilitator maupun penyelenggara kegiatan bisa dilanjutkan oleh alumni angkatan pertama pemberdayaan kewirausahaan ini. Sasaran pun dapat diperluas secara bertahap. Sehingga, luaran dari program ini berjangka panjang dan berkelanjutan.

4) Pengembangan Website "mudabisa.com"

Perkembangan teknologi semakin mendorong gerakan digital di berbagai dimensi. Salahsatunya menjadikan media daring sebagai salah satu sumber belajar dan pengetahuan. Dari pengabdian yang dilakukan berkaitan dengan *digitalpreneurship*, luaran yang juga direncanakan adalah dibuatnya website "mudabisa.com" yang secara bertahap dikembangkan sebagai *crowdfunding* dan sumber utama pengembangan kewirausahaan berbasis *digitalpreneur* dengan segmentasi mahasiswa. mudabisa.com selanjutnya dikembangkan sehingga dapat menjadi rujukan model pembinaan *digitalpreneur* di Indonesia dan memfasilitasi pemberdayaan mahasiswa di bidang *entrepreneur* lebih lanjut.

Berdasarkan dengan metode yang digunakan, program terlebih dahulu di sosialisasikan kepada mahasiswa Bidikmisi UPI Kampus Tasikmalaya, mulai dari tingkat satu sampai dengan tingkat empat. Seluruh mahasiswa Bidikmisi sangat antusias untuk mengikuti sosialisasi yang disampaikan oleh tim. Sosialisasi program dilakukan untuk memberikan informasi yang diperlukan berkenaan dengan pelaksanaan program. Sosialisasi program sekaligus sebagai *brainstorming* bagi para mahasiswa mengenai latar belakang program pengabdian yang akan dilaksanakan.

Selanjutnya, dilakukan seleksi bagi mahasiswa Bidikmisi UPI Kampus Tasikmalaya yang memiliki minat yang tinggi terhadap kewirausahaan. Proses seleksi dilakukan dengan dua tahap, yakni: 1) melalui wawancara yang dilakukan, dan 2) melalui pengisian tes kepribadian mahasiswa Bidikmisi UPI Kampus Tasikmalaya. Tim seleksi hanya memilih lima belas mahasiswa yang beruntung untuk selanjutnya menjadi bagian dari program ini. Setelah dilaksanakan seleksi, terpilih lima belas orang, yang terdiri dari: 5 (lima) orang laki-laki dan 10 (sepuluh) orang perempuan.

Pertemuan pertama, setiap mahasiswa Bidikmisi UPI Kampus Tasikmalaya diberikan pretes untuk mengukur sejauh mana pemahaman mengenai materi yang akan diterima dan disampaikan. Pretes ini diberikan dalam bentuk isian yang diuraikan oleh mahasiswa Bidikmisi tersebut. Hasil pretes ditunjukkan pada gambar berikut.



Gambar 6. Pretes untuk mengetahui pemahaman awal mahasiswa Bidikmisi tentang *Digitalpreneurship*

Gambar 6 menunjukkan bahwa seluruh peserta mengikuti dengan penuh motivasi program ini. Peserta mengakui bahwa materi-materi yang akan diberikan pada program pemberdayaan nanti merupakan materi yang belum diketahui dan dipahami oleh mahasiswa. Sehingga, proses pretes yang dilaksanakan tidak begitu lama berhubung dengan pemahaman yang belum menyeluruh tentang konsep *digitalpreneurship* bagi para mahasiswa Bidikmisi di UPI Kampus Tasikmalaya.

Pelatihan dan Workshop

Setelah diketahui pemahaman awal mahasiswa Bidikmisi, selanjutnya dilaksanakan kegiatan berikutnya yakni pelatihan dan *workshop*. Mahasiswa mendapatkan pematerian mengenai *midnset* berwirausaha (seperti yang ditunjukkan pada gambar 7) dan materi mengenai *copywriting* (seperti yang ditunjukkan pada gambar 8).



Gambar 7. Pemaparan materi Konsep Berwirausaha

Gambar 7 menunjukkan salah satu tim pengabdian kepada masyarakat, H. Oyon Haki Pranata, M.Pd, sedang memaparkan materi mengenai konsep berwirausaha. Pemateri memaparkan mengenai bagaimana konsep agar setiap mahasiswa Bidikmisi memiliki motivasi yang

lebih mengenai kewirausahaan, terutama untuk memberikan manfaat kepada banyak orang.

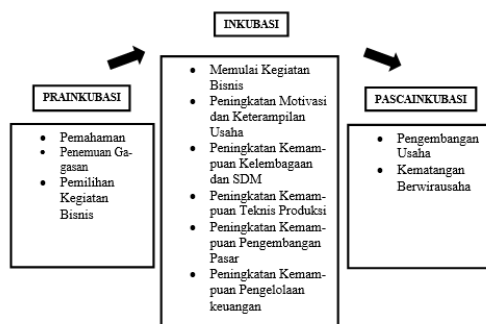


Gambar 8. Pemaparan materi copywriting

Gambar 8 menunjukkan pemaparan mengenai *copywriting*. *Copywriting* merupakan teknik yang harus dikuasai oleh mahasiswa, terutama untuk masuk ke dalam *digitapreneurship*. Selain sebagai audiens, secara bergiliran setiap kelompok peserta diberikan kesempatan untuk mengelola kegiatan. Setiap kelompok setiap minggunya mendapatkan giliran untuk menjadi moderator, pembawa acara, sampai dengan pengkondisian kegiatan. Hal ini diberikan agar kerjasama tim dapat terjalin lebih erat antar satu dengan yang lain, sekaligus memberikan pengalaman yang lebih bermakna dalam pengelolaan suatu event. Banyak wawasan baru yang diterima oleh peserta. Seperti biasa, setelah pelatihan setiap mahasiswa diberikan tugas untuk dilaksanakan dan dikembangkan.

Inkubasi Bisnis

Proses pelaksanaan inkubasi bisnis dijalankan sesuai dengan tahapan yang sudah dirancang. Tahapan yang sudah dirancang tersebut terdiri dari tiga fase, yakni: 1) pra-inkubasi, 2) inkubasi, dan 3) pascainkubasi. Secara lebih lanjut konsep pengembangannya dapat dilihat pada gambar berikut.



Gambar 9. Proses Inkubasi Bisnis

Inkubasi bisnis dilaksanakan selama satu bulan dengan pertemuan satu minggu satu kali. Pertemuan dilaksanakan setiap hari Sabtu pukul

13.00 sampai dengan selesai. Supaya membangun kerjasama yang baik, lima belas peserta pelatihan dibagi ke dalam tiga kelompok beranggotakan masing-masing lima orang. Selain itu, bentuk inkubasi bisnis yang dilakukan dengan cara mentoring bisnis yang dibina langsung oleh kakak tingkat yang memiliki pengalaman lebih matang.



Gambar 10. Kegiatan Mentoring Bisnis

Gambar 10 menunjukkan kegiatan mentoring bisnis yang dilakukan peserta bersama dengan kakak tingkat yang lebih berpengalaman. Kajian mentoring bisnis membahas seputar perkembangan tugas yang dilakukan. Berdasarkan hasil wawancara terhadap peserta mentoring bisnis, sebagian besar menyampaikan antusiasmenya untuk mengikuti setiap tahapan kegiatan program yang ada.

Interviu Lapangan

Peserta mendapatkan materi tidak hanya melalui tatap muka di kelas, namun juga melalui interviu lapangan. Peserta diberikan tugas secara berkelompok untuk melaksanakan wawancara kepada: 1) pengusaha sukses, dan 2) pedagang asongan. Tugas ini diberikan kepada peserta guna menyerap motivasi dalam sudut pandang yang berbeda, baik dari pengusaha maupun pedagang asongan.



(a)



(b)

Gambar 11. Proses Inkubasi Bisnis

Gambar 11 (a) menunjukkan peserta melakukan interviu terhadap pedagang sosis. Masing-masing menanyakan mengenai motivasi pedagang sosis dalam mengelola resiko dan

ketidakpastian. Selain itu, gambar 11 (b) menunjukkan peserta melakukan interviu dan silaturahmi ke pengusaha Cemilan Inovasi yang sudah memiliki omset hingga puluhan juta perbulan. Tugas ini diberikan secara bertahap dengan rentan waktu selama satu minggu. Setiap peserta secara berkelompok memberanikan diri untuk berkenalan dengan orang-orang baru dan mendapatkan motivasi dari mereka.

Co-op UMKM dan Roll Out Pasar

Kegiatan ini akan dilaksanakan mulai pertengahan November sampai dengan Desember. Proses co-op UMKM adalah proses pemagangan para peserta di UMKM yang ada di Tasikmalaya. Setiap peserta menelaah dan menganalisis mengenai perkembangan UMKM yang ada di sekitarnya. Selain itu, peserta mencari tahu permasalahan yang ada di UMKM dan selanjutnya menjadi bahan diskusi.

Roll-out pasar adalah kegiatan dimana peserta mulai untuk bergerak ke target marketing yang selama ini sudah direncanakan. Proses *trial & error* memungkinkan terjadi disini. Selain itu, kegiatan ini mendorong mahasiswa untuk berani berinteraksi dengan khalayak yang lebih luas serta mengatasi permasalahan yang muncul berkaitan dengan produk yang dibisniskan.

KESIMPULAN

Berdasarkan uraian dan pembahasan yang telah dipaparkan, kesimpulan yang didapatkan adalah sebagai berikut:

1. Model pemberdayaan dan pembinaan kewirausahaan, khususnya berbasis *digitalpreneurship* dapat dikembangkan melalui *Quadruple Helix*, yang terdiri dari: 1) Pelatihan dan *Workshop*, 2) Inkubasi Bisnis, 3) Co-Op UMKM, dan 4) *Roll-out* pasar;
2. Pengembangan ide-ide bisnis yang digagas mahasiswa Bidikmisi didorong melalui kegiatan-kegiatan berupa mentoring bisnis dan materi-materi kreatif lainnya;
3. Potensi *digitalentrepreneur* mahasiswa Bidikmisi sangat besar dengan dibuktikan motivasi mahasiswa untuk mengikuti setiap program yang diberikan.

PUSTAKA

- Andjelkovic, M. 2010. *The Future is Mobile: Why Developing Country Entrepreneurs Can Drive Internet Innovation*. SAIS Re-view of International Affairs 30(2), 121-133. The Johns Hopkins University Press
- Anggraini, Nenny. 2008. *Industri Kreatif*. Jurnal ekonomi Desember 2008 Volume XIII No. 3 hlm. 144-151

- Alberti, F, Salvatore S, dan Alberto P. (2004). *Entrepreneurship Education: Notes on and Ongoing Debate, 14th*. Dipresentasikan pada *Ent. Conference, University of Napoli Federico II (Italia)* 4-7 Juli 2004.
- Borstein, D. 2006. *How to change the world. Socio entrepreneurs and the power of new ideas*.
- Dees, J.G. 1998. *The meaning of "Socio Entrepreneurship"*. Fitriati, R. *Socio entrepreneurship-kewirausahaan social*. Presentasi FISIP UI.
- Departemen Perdagangan Republik Indonesia, 2007. *Studi Industri Kreatif Indonesia*. Jakarta: Departemen Perdagangan RI
- Depkop. 2017. *Ratio Wirausaha Indonesia Naik jadi 3,1 Persen* [online]. Tersedia di: <http://www.depkop.go.id/content/read/ratio-wirausaha-indonesia-naik-jadi-31-persen>. Diakses pada: 15 April 2018
- Di Domenico, M., Daniel, E. dan Nunan, D. 2014. *Mental mobility in the digital age: entrepreneurs and the online home-based business*. *New Technology, Work and Employment*, 29, 266-281. doi: 10.1111/ntwe.12034
- Hulgard, L. 2010. *Discourses of socio entrepreneurship-variations of the same theme?* EMES European Research Network 2010
- Internet World Stats. 2017. *Top 20 Contries with the Highest Number of Internet User* [online]. Tersedia di: <https://www.internetworldstats.com/top20.htm>. Diakses pada: 15 April 2018
- Jabarprov. 2018. *Kemiskinan di Jabar Turun* [online]. Tersedia di: <http://www.jabarprov.go.id/index.php/news/26761/2018/01/02/Kemiskinan-di-Jabar-Turun>. Diakses pada: 15 April 2018
- Mort, G.S., & Weerawardena, J. (2003). *Socio entrepreneurship: Toward conceptualisation*. *International Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing*. Vol.8,1, pg.76
- Nicholls, A. (2006). *Playing the Field: A New Approach to the Meaning of Social Entrepreneurship*. *Social Enterprise Journal*, 2.1, pp. 1-5;
- Okezone. 2015. *7,5 Juta Pengangguran Banyak Bertitel Sarjana* [online]. Tersedia di: <https://news.okezone.com/read/2015/12/30/65/1277253/7-5-juta-pengangguran-banyak-bertitel-sarjana>. Diakses pada: 15 April 2018
- Peraturan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan tahun 2014 nomor 096
- Permana, Cipta. 2017. *Pengangguran di Indonesia Tinggi Karena Lulusan Perguruan Tinggi Terlalu*

- 'Milih' Pekerjaan [online]. Tersedia di: <http://www.tribunnews.com/nasional/2017/11/08/pengangguran-di-indonesia-tinggi-karena-lulusan-perguruan-tinggi-terlalu-milih-pekerjaan>. Diakses pada: 15 April 2018
- Pikiran Rakyat. 2018. *Program Studi Ditambah, UPI Ubah Kuota Penerimaan Mahasiswa* [online]. Tersedia di: <http://www.pikiran-rakyat.com/pendidikan/2018/01/17/program-studi-ditambah-upi-ubah-kuota-penerimaan-mahasiswa-418033>. Diakses pada: 15 April 2018
- Rachmawati, Ai Rika. 2018. *Indonesia Harus Genjot Digitalpreneur* [online]. Tersedia di: <http://www.pikiran-rakyat.com/ekonomi/2018/01/18/indonesia-harus-genjot-digitalpreneur-418131>. Diakses pada: 15 April 2018
- Raharjo, Edzan. *Menaker: Sarjana Keluaran Kampus Indonesia tak Langsung Siap Pakai* [online]. Tersedia di: <https://news.detik.com/berita-jawa-tengah/d-3640184/menaker-sarjana-keluaran-kampus-indonesia-tak-langsung-siap-pakai>. Diakses pada: 15 April 2018
- Ristekdikti. 2018. *Mohamad Nasir: Perguruan Tinggi harus Kreatif dan Inovatif* [online]. Tersedia di: <https://www.ristekdikti.go.id/mohamad-nasir-perguruan-tinggi-harus-kreatif-dan-inovatif>. Diakses pada: 15 April 2018
- Seftiawan, Dhita. 2017. *Serapan Tenaga Kerja Lulusan Perguruan Tinggi Masih Rendah* [online]. Tersedia di: www.pikiran-rakyat.com/pendidikan/2017/07/19/serapan-tenaga-kerja-lulusan-perguruan-tinggi-masih-rendah-405482. Diakses pada: 15 April 2018
- Ull. 2017. *Perguruan Tinggi Perlu Kembangkan Intrapreneurship* [online]. Tersedia di: <https://www.uil.ac.id/perguruan-tinggi-perlu-kembangkan-intrapreneurship>. Diakses pada: 15 April 2018