

MANAJEMEN STRATEGI DIVISI KEWIRAUSAHAAN UNESA CAREER CENTER (UCC) DALAM MENINGKATKAN MINAT KEWIRAUSAHAAN MAHASISWA UNIVERSITAS NEGERI SURABAYA

Muhammad Fariz Zarvan

S1 Ilmu Administrasi Negara, Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum, Universitas Negeri Surabaya
muhhammadfariz.18073@mhs.unesa.ac.id

Meirinawati

S1 Ilmu Administrasi Negara, Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum, Universitas Negeri Surabaya
meirinawati91@unesa.ac.id

Abstrak

Kemendikbud mengeluarkan keputusan Nomor 3/M /2021 tentang Indikator Kinerja Utama (IKU), keputusan dikeluarkan dengan alasan melihat kondisi ketenagakerjaan di Indonesia yang semakin sulit. Sehingga, diharapkan dapat meningkatkan peran mahasiswa di bidang kewirausahaan sehingga menciptakan lapangan kerja yang baru. Universitas Negeri Surabaya sebagai salah satu perguruan tinggi di Indonesia menjawab tantangan ini dengan mendirikan Unesa Career Center (UCC) sebagai lembaga khusus dalam menyiapkan mahasiswa dan alumni agar dapat berkompetisi di dunia kerja termasuk kewirausahaan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan mendeskripsikan lebih mendalam tentang bagaimana strategi divisi kewirausahaan UCC dalam meningkatkan minat kewirausahaan mahasiswanya. Jenis penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Fokus penelitiannya ditinjau dari 7 langkah teori manajemen strategis Suyanto, 2007. Data dikumpulkan melalui observasi, dokumentasi, wawancara, dan studi literatur. Analisis datanya melalui pengumpulan data, reduksi, penyajian dan menyimpulkan. Hasil penelitiannya menunjukkan manajemen strategi yang digunakan oleh divisi kewirausahaan UCC sudah berjalan cukup baik. Perkembangan pesat teknologi dan digitalisasi juga dapat menjadi ancaman atau peluang yang besar bagi divisi ini jika dimanfaatkan dengan baik. Namun, peneliti memiliki beberapa saran untuk peningkatan kedepannya seperti: membuat tujuan yang lebih terperinci, pemerataan kompetensi SDM, pengelolaan anggaran hingga pengoptimalan kembali proses evaluasi eksternal dari masukan mahasiswa.

Kata Kunci: Manajemen Strategis, Kewirausahaan, Unesa Career Center

Abstract

The Ministry of Education and Culture issued Decree No. 3/M/2021 on Key Performance Indicators (KPI), the decision was issued for the reason of seeing the increasingly difficult labor conditions in Indonesia. Thus, it is expected to increase the role of students in the field of entrepreneurship so as to create new jobs. The State University of Surabaya as one of the collague in Indonesia answer this challenge by establishing the Unesa Career Center (UCC) as a special institution in preparing students and alumni to be able to compete in the business sector. The purpose of this research is to analyze and describe in more depth the strategy of UCC's entrepreneurship division in increasing the entrepreneurial interest of its students. This type of research is descriptive qualitative. The focus of research is in terms of seven (7) steps of strategic management theory, Suyanto, 2007. Data were collected through observation, documentation, interview, and literature study. Analysis of the data through data collection, reduction, presentation, and conclude. Result of the research shows that the strategic management that used by the UCC entrepreneurship division has been going quite well. The development of technology and digitalization can also be a big threat or opportunity for this division if used properly. However, the researcher have some suggestions for future improvement, such as: making more detailed goals, equitable distribution of HR competencies, budget management to re-optimizing the external evaluation process from student input.

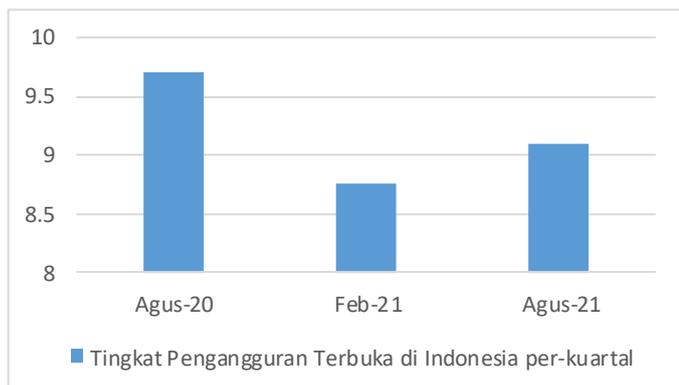
Keywords: Strategic Management, Entrepreneurship, Unesa Career Center.

PENDAHULUAN

Pendidikan merupakan pondasi penting dalam memajukan dan mengembangkan kehidupan berbangsa & bernegara di Indonesia, hal ini juga tertuang di Pembukaan UUD 1945 dan UU No. 20 Tahun 2003 Tentang Sistem Pendidikan Nasional. Namun sayangnya menurut *Programme for International Student Assessment (PISA)* Indonesia menempatkan posisi ke-72 dari 77 negara yang berpartisipasi (PISA,2018), ini

menunjukkan Indonesia berada di posisi 6 terbawah, masih jauh dari Malaysia yang dan Brunei Darussalam. Hal ini diperparah dengan meningkatnya angka pengangguran di Indonesia selama pandemi. Badan Statistik (BPS) mencatat, jumlah pengangguran di Indonesia mencapai 9,1 juta orang per agustus 2021. Jumlah tersebut meningkat dibandingkan february 2021 yang sebesar 8.75 juta orang. Adapun, tingkat

pengangguran terbuka (TPT) di Indonesia mencapai 6,49% pada Agustus 2021.



Gambar 1. Tingkat Pengangguran Di Indonesia per Agustus 2021

Sumber : Badan Statistik 2021

TPT tertinggi pada Agustus 2021 tercatat di kisaran usia 20-29 tahun, terdapat 21,32 juta orang (10,32 persen penduduk usia kerja) yang terdampak pandemi. Peningkatan angka pengangguran di Indonesia ini disebabkan oleh beberapa hal seperti Covid-19 yang menyerang berbagai bidang kehidupan, mutu tenaga kerja yang rendah, persebaran tenaga kerja yang tidak merata dan jumlah angkatan kerja yang tidak seimbang dengan kesempatan kerja (Disnaker,2019). Pernyataan itu dapat dilihat dari kondisi ketenagakerjaan di Indonesia yang mana dengan tingginya angka pertumbuhan penduduk tidak diiringi dengan pertumbuhan kesempatan kerja.

Menurut Ikatan Pranata Humas Indonesia (IPRAHUMAS,2020), demografi yang saat ini dihadapi Indonesia merupakan tantangan dan peluang yang harus dimanfaatkan sebaik mungkin bagi anak muda untuk pertumbuhan ekonomi yang lebih baik. Terlebih pandemi covid juga memberikan momentum bagi peningkatan kreativitas dan inovasi generasi milenial, dimana ketika banyak orang mulai kehilangan pekerjaannya, anak muda dengan memanfaatkan teknologi yang tersedia mengembangkan skill dan mulai membangun usahanya sendiri (Mirza,2019). Peran aktif generasi milenial di bidang kewirausahaan ini dapat meningkatkan pertumbuhan ekonomi dan menciptakan lapangan kerja yang akan berdampak pada peningkatan pendapatan negara (Kusuma,Fitria dan Dewi,2021).

Walaupun begitu, saat ini jumlah wirausaha (*entrepreneur*) di Indonesia masih sangat rendah, dimana Indonesia berada di peringkat 94 dari 134 negara (*Global Entrepreneurship Index*,2018). Padahal wirausaha seakan menjadi harga mati bagi negara manapun di dunia ini yang ingin naik ke level yang lebih tinggi sebagai negara maju (Ramlan & Nikmat, 2019). Permasalahan umum

yang dimiliki mahasiswa ialah mindset untuk mendapatkan pekerjaan secepat mungkin dengan bekal perencanaan karir yang minim (Dewi,2001). Sedangkan kewirausahaan bukanlah sesuatu yang mudah, kewirausahaan adalah hasil dari latihan dan praktek yang panjang (Purnomo et al., 2020).

Dengan alasan dan peluang itu pemerintah mulai memberlakukan upaya-upaya inovatif untuk memajukan sistem pendidikan ditengah air khususnya dalam mengembangkan minat wirausaha pada anak muda, maka Kemendikbud memberlakukan sejumlah kebijakan baru. Hal inipun telah diamanatkan melalui Peraturan Menteri Pendidikan Dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor 22 Tahun 2020 Tentang Rencana Strategis Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Tahun 2020-2024. Salah satu kebijakan yang mereka keluarkan untuk meningkatkan lulusan siap kerja dan juga pelaku wirausaha *entrepreneur* di Indonesia yaitu dengan menciptakan Indikator Kinerja Utama (IKU) bagi seluruh instansi pemerintah termasuk universitas.

Keputusan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Nomor 3/M /2021 tentang Indikator Kinerja Utama atau IKU adalah ukuran atau indikator kinerja suatu instansi dan universitas, utamanya dalam mencapai tujuan dan sasaran tertentu. Salah satu Indikator yang menjadi bahan penilaiannya ialah lulusan universitas mendapatkan pekerjaan yang layak atau dapat membangun usahanya sendiri. Sehingga semakin banyak alumni yang berhasil mendapat pekerjaan yang layak atau mungkin menekuni wirausaha dan melanjutkan studi, maka pencapaian IKU yang pertama ini sudah dikatakan berhasil. Begitu juga sebaliknya, jika lulusan atau alumni kesulitan dalam mendapatkan pekerjaan yang layak dalam waktu yang lama, hal ini akan mengurangi nilai IKU Universitas.

Universitas Negeri Surabaya sebagai salah satu Universitas berakreditasi A di Indonesia tentu harus memberikan yang terbaik untuk mempersiapkan mahasiswanya masuk di dunia kerja, sehingga selain melakukan program pendidikan serta penelitian. UNESA membangun lembaga khusus untuk memberikan “bekal” berupa *skill* dan pengetahuan kepada mahasiswanya ketika lulus nanti yaitu *Unesa Career Center*.

Unesa Career Center (UCC) merupakan lembaga atau departemen pusat pengembangan karier yang dibentuk sejak 2019 yang berfungsi untuk memberikan pelatihan dan bantuan lainnya dalam menyiapkan mahasiswa dan alumni agar dapat berkompetisi di dunia kerja di era globalisasi. Pembentukan UCC selain di latarbelakangi oleh pemberlakuan IKU di universitas, juga didukung alasan bahwa masih banyak mahasiswa yang bingung mengenai *career path* yang akan mereka tempuh kedepannya. Hal ini terjadi karena kurangnya pemahaman

tentang dunia kerja dan informasi mengenai potensi diri (Saparingga, 2012).

Divisi Kewirausahaan sebagai salah satu divisi yang dimiliki oleh *Unesa Career Center* memiliki peran yang sangat penting dan juga sulit, dimana divisi ini bertujuan untuk meningkatkan animo sekaligus memberikan dukungan dan bimbingan mengenai kewirausahaan mahasiswa. Program-program divisi ini diharapkan dapat memberikan pendidikan atau pelatihan kewirausahaan sehingga melahirkan mahasiswa yang kreatif, dinamis, inovatif dan berani mengambil berbagai jenis risiko serta tantangan dalam membangun usahanya (Frinces, 2010).

Namun sayangnya, menurut tracer study Universitas Negeri Surabaya, sejauh ini program-program yang diusung divisi ini belum mencapai target capaian yaitu lulusan untuk menjadi seorang wirausaha. Selain sulitnya membuka usaha atau menjadi *entrepreneur* bagi para mahasiswa, kegagalan ini dapat dilandasi oleh berbagai faktor, salah satunya adalah kurang maksimalnya strategi program sehingga menghambat proses implementasi (Hardiana, 2018). Kurangnya manajemen strategi dalam merumuskan, sosialisasi, sampai bimbingan program kewirausahaan mahasiswa menjadi salah satu faktor yang membuat mahasiswa kurang berminat menjadi seorang *entrepreneur*.

Adanya perencanaan manajemen yang matang sangat penting agar program-program yang dijalankan dapat dengan tepat dan mampu meningkatkan kualitas serta kesiapan karir sebagai *entrepreneur* bagi mahasiswa Universitas Negeri Surabaya. Manajemen strategis adalah sebuah keputusan yang diambil oleh manajer puncak yang berkaitan tentang upaya dalam melakukan perbaikan organisasi dengan berorientasi pada masa depan yang dimulai dari identifikasi lingkungan hingga evaluasi kegiatan yang dilaksanakan (Larasati, 2020). Karena itu, dengan menggunakan manajemen strategis organisasi akan dapat memahami kekuatan bersaing dan mengembangkan keunggulan kompetitif berkelanjutan secara sistematis dan konsisten (Prastiwi, 2016).

Lebih lanjut, permasalahan dalam menyusun dan mengeksekusi manajemen strategis yang dimiliki oleh divisi kewirausahaan UCC ini harus segera diselesaikan. Untuk itu, guna menganalisis serta mendapatkan data yang valid tentang Strategi UCC dalam meningkatkan minat kewirausahaan mahasiswa, tentu perlu adanya analisis secara spesifik mengenai manajemen strategi dari divisi kewirausahaan *unesa career center* dalam menjalankan programnya. maka peneliti tertarik untuk mengangkat judul “Manajemen Strategi Divisi Kewirausahaan *Unesa Career Center* (UCC) dalam Meningkatkan Minat Kewirausahaan Mahasiswa Universitas Negeri Surabaya”

METODE

Jenis penelitian yang digunakan peneliti dalam menganalisis strategi yang digunakan oleh divisi kewirausahaan UCC ini merupakan penelitian deskriptif dengan menggunakan pendekatan kualitatif untuk mendapatkan hasil yang lebih mendalam, serta fokus penelitian yakni menggunakan teori manajemen strategis menurut Suyanto (2007) dikarenakan indikator yang digunakan oleh teori ini sangat cocok untuk menganalisis lokus di satuan UCC khususnya divisi kewirausahaan yang meliputi tujuh langkah yaitu :

1. Mendefinisikan visi & misi bisnis, untuk menentukan citra yang ingin diwujudkan divisi kewirausahaan dan bagaimana cara untuk mencapai tujuan tersebut;
2. Menganalisis lingkungan eksternal, untuk mendeskripsikan bagaimana peluang dan ancaman yang dimiliki divisi kewirausahaan;
3. menganalisis lingkungan internal, untuk mendeskripsikan bagaimana kekuatan/kelebihan dan kelemahan yang dimiliki oleh divisi kewirausahaan;
4. Menentukan tujuan/sasaran jangka pendek dan panjang, untuk menetapkan arah dalam mengevaluasi dan menyediakan dasar yang dapat diukur untuk perencanaan kedepannya;
5. Perencanaan strategi, mengembangkan dan memilih strategi yang tepat dari beberapa alternatif untuk mencapai tujuan divisi;
6. Mengimplementasikan rencana program, sebagai bentuk nyata atau aksi dari strategi-strategi yang sudah di rumuskan;
7. Mengumpulkan umpan balik dan menguji pengendalian, sebagai tahap akhir dalam menentukan sukses tidaknya program.

Subjek penelitian ini yaitu Bapak Salamun Rohman Nudin, S.Kom., M.Kom. selaku Kepala satuan UCC, Ibu Septiana Alnianingrum, S.S., M.Pd. selaku Ketua Divisi Kewirausahaan Unesa Career Center dan Mahasiswa Unesa yang telah mengikuti program atau kegiatan dari divisi kewirausahaan. Teknik pengumpulan data primer yang digunakan yaitu menggunakan teknik observasi kondisi lingkungan, jumlah peserta dan jenis program dari divisi kewirausahaan UCC serta wawancara. Sedangkan data sekunder dikumpulkan melalui studi literatur yang didapat dari berbagai sumber seperti artikel ilmiah serta *website* yang kredibel.

Untuk teknik analisis datanya menggunakan model interaktif menurut Miles dan Huberman (Sugiyono, 2015:246) yang terdiri dari pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan/verifikasi

HASIL DAN PEMBAHASAN

Manajemen yang baik merupakan pilar dalam menjalankan suatu organisasi. Karena itu, perumusan strategi dalam manajemen merupakan hal yang penting bagi keberlangsungan hidup organisasi. Manajemen strategik menurut Hunger & Wheelen (2003) adalah serangkaian keputusan dan tindakan manajerial yang menentukan kinerja perusahaan dalam jangka panjang. Sejalan dengan itu, menurut Suyanto (2007), manajemen strategi merupakan sekumpulan keputusan dan tindakan yang dirancang untuk mencapai sasaran perusahaan. Hal ini berarti manajemen strategi melibatkan pengambilan keputusan berjangka panjang dan berorientasi ke masa depan. Oleh karena itu perusahaan perlu sumber daya yang besar dan partisipasi dari manajemen puncak.

Peran manajemen strategis ketika diimplementasikan dalam suatu organisasi maka setiap unit atau bagian yang dalam organisasi tersebut dapat melaksanakan tugas dan tanggung jawabnya sebaik mungkin dengan cara mengeksplorasi serta menciptakan berbagai peluang baru dan berbeda untuk kedepannya (David, 2010). Sehingga peran manajemen strategis juga dapat menjelaskan mengapa suatu instansi atau perusahaan berkembang dan maju dengan pesat, sedangkan yang lainnya tidak maju dan akhirnya gagal (Prastiwi, 2016).

Berdasarkan pengamatan serta penggalian data yang diperoleh dari lapangan, maka dapat disimpulkan bahwa pada dasarnya *Unesa Career Center* sebagai lembaga pusat pengembangan karir di Unesa sudah menciptakan dan menjalankan berbagai upaya dalam mengembangkan minat wirausaha pada mahasiswa Universitas Negeri Surabaya, Salah satunya dengan mengadakan lomba ide wirausaha se-universitas yang wajib diikuti oleh mahasiswa tiap fakultas.

Namun, untuk mendeskripsikan lebih mendalam dapat dilakukan analisis manajemen strategi di divisi kewirausahaan *Unesa Career Center* (UCC) dalam meningkatkan minat kewirausahaan mahasiswa Universitas Negeri Surabaya. Menurut Suyanto (2007), proses manajemen strategi terdiri dari tujuh langkah yaitu mendefinisikan visi & misi bisnis, menganalisis lingkungan eksternal, menganalisis lingkungan internal, memilih tujuan & sasaran bisnis, mengembangkan strategi bisnis, merinci & mengimplementasikan rencana program serta mengumpulkan umpan balik dan menguji pengendalian. Semua langkah tersebut dibentuk dan dijalankan agar perusahaan atau instansi tidak terhambat oleh lingkungan dan untuk melihat peluang dan masalah yang akan muncul.

1. Menetapkan Visi Dan Misi

Visi bisa dikatakan sebagai komitmen yang ditetapkan oleh suatu organisasi dalam bentuk

statement singkat yang mengandung jawaban dan penggambaran tentang suatu kondisi maupun citra perusahaan atau lembaga yang ingin diwujudkan pada masa yang akan datang. (David, 2009)

Sedangkan misi dapat dikatakan sebagai rincian hal-hal pokok yang dapat menunjang terwujudnya visi. Misi merupakan rencana pokok yang mendeskripsikan alasan perusahaan atau lembaga tersebut dibuat dan ditujukan pada isu yang menjadi fokus perusahaan atau lembaga tersebut. Misi tersusun dari hal – hal pokok yang ingin dilakukan dan dicapai oleh sebuah perusahaan atau lembaga untuk menunjang keterwujudan visi (*goal* utama) yang telah ditetapkan (David, 2009).

Sejalan dengan itu, menurut hasil wawancara dengan Kepala Satuan UCC dan Ketua divisi kewirausahaan, penyusunan Visi dan Misi UCC dilakukan dengan diskusi yang sangat serius. Hal ini dikarenakan, bagi beliau visi dan misi merupakan bentuk konsep yang dijadikan landasan atau pondasi untuk memulai seluruh aktivitas dalam upaya manajemen strategi di UCC, bahkan di lingkup yang lebih kecil seperti divisi kewirausahaan. Visi dan misi ini, berada dalam posisi sebagai landasan atau pondasi dari tujuan sampai gambaran masa depan dari eksistensi Divisi kewirausahaan.

Sesuai yang disampaikan Ibu Septiana Alnianingrum, S.S., M.Pd. selaku Ketua Divisi Kewirausahaan di dalam wawancara dengan penulis, Visi dari *Unesa Career Center* ialah “Sebagai pusat pengembangan karir yang menyiapkan mahasiswa dan alumni untuk mampu beradaptasi dan berkompetensi di dunia kerja di era global” yang merupakan hasil dari proyeksi masa depan dan tujuan yang ingin dicapai. Visi ini disusun berlandaskan dengan alasan bahwa di era globalisasi 4.0 ini, kualitas lulusan di Indonesia masih cukup rendah serta persaingan di dunia kerja yang semakin hari semakin sulit.

“Dengan dibentuknya UCC kami berharap dapat menjawab tantangan di dunia kerja yang dimana persaingan semakin sulit dengan memberikan persiapan yang matang pada mahasiswa-mahasiswa lulusan dari unesa” (wawancara, 2021).

Sedangkan untuk misi, Divisi kewirausahaan selain mengikuti misi dari UCC, mereka juga memiliki misi mereka sendiri. Untuk misi utama yang dimiliki oleh *Unesa Career Center*, sesuai dengan yang tertera di website resmi yaitu sebagai berikut:

- a) Membangun kerjasama dengan berbagai pihak yang dapat membantu mengembangkan karir mahasiswa dan alumni.
- b) Menyediakan layanan konsultasi dan bimbingan karir bagi mahasiswa dan alumni
- c) Menyediakan informasi lowongan kerja baik lokal maupun global
- d) Melakukan studi pelacakan alumni secara berkala.

Namun untuk misi dan eksistensi khusus dari divisi kewirausahaan berdasarkan hasil wawancara, Ibu Septiana Alnianingrum, S.S., M.Pd. menyebutkan bahwa, misi divisi kewirausahaan ialah untuk meningkatkan animo dan minat mahasiswa terhadap kegiatan berwirausaha, juga mendorong serta mendidik mereka menjadi pribadi yang kreatif, inovatif, dan berani mengambil resiko dari setiap peluang yang ada. Beliau juga menyebutkan bahwa :

“Kegiatan kewirausahaan tidak akan pernah hilang, selama adanya manusia wirausaha akan selalu ada. Wirausaha lahir bahkan sebelum adanya uang dan terjadi dengan menggunakan sistem barter. Karena itu kewirausahaan akan selalu hidup kedepannya.” (wawancara,2021)

Berdasarkan pemaparan diatas, dapat diketahui bahwa Visi dan misi *Unesa Career Center* (UCC) merupakan pondasi dan tujuan utama yang harus diikuti oleh semua divisi yang berada di UCC, salah satunya divisi kewirausahaan. Visi dan misi UCC yang telah tersusun sudah terlaksana cukup baik selama 2 tahun ini, Sedangkan misi atau alasan eksistensi dari divisi kewirausahaan sebagai wadah untuk meningkatkan animo dan mendidik mahasiswa dalam kegiatan berwirausaha berjalan cukup lancar , namun masih dapat lebih diperjelas lagi. Karena dengan semakin detail dan mendalamnya misi suatu instansi, maka pelaksanaannya akan lebih baik dan tujuan utamanya (visi) akan lebih cepat terwujud.

2. Mengidentifikasi peluang dan ancaman eksternal

Identifikasi kondisi eksternal sangat dibutuhkan oleh organisasi. Taufiqurokhman(2016) menjelaskan bahwa, identifikasi lingkungan eksternal artinya melakukan aktivitas memonitor, dan mengevaluasi lingkungan eksternal yang memberikan pengaruh terhadap pilihan strategi serta mendefinisikan kondisi kompetisinya. Identifikasi eksternal terdiri dari variable peluang dan ancaman yang berada diluar organisasi dan tidak secara khusus ada dalam pengendalian jangka pendek manajemen puncak

(Hunger dan Wheelan, 2001). Suatu perusahaan atau instansi dapat memanfaatkan peluang dan melindungi diri dari ancaman, namun mereka tidak dapat mengubahnya (diluar kuasa mereka)

Opportunity/peluang ialah berbagai situasi lingkungan yang menguntungkan pada satuan bisnis yang dapat dimanfaatkan untuk perkembangan perusahaan atau instansi (Siagian,2000). Oleh sebab itu, apabila indikator ini dikaitkan dengan hasil wawancara yang telah penulis lakukan dengan Bapak Salamun Rohman Nudin, S.Kom., M.Kom. selaku Kepala satuan UCC dan Ibu Septiana Alnianingrum, S.S., M.Pd. selaku Ketua Divisi Kewirausahaan. Maka diperoleh hasil, bahwa peluang yang dimiliki oleh divisi kewirausahaan itu sangat besar, baik dibidang teknologi maupun konvensional.

Hal ini terjadi di karenakan saat ini di Indonesia masih banyak sekali produk dalam negeri yang perlu adanya inovasi-inovasi dalam hal ide, *packaging*, hingga *marketing*-nya. Bapak Salamun Rohman Nudin, S.Kom., M.Kom. juga berpendapat bahwa :

“Jika kita dapat memanfaatkan peluang inovasi dalam perbaikan produk dalam negeri dengan baik dan lebih kreatif, maka kita dapat peluang sukses yang lebih besar. Bahkan Unesa bisa menjadi pioneer untuk perkembangan dunia kewirausahaan bagi mahasiswa” (wawancara,2021)

Selain itu, revolusi industri 4.0 menyebabkan perkembangan teknologi yang semakin pesat, peran teknologi disegala bidang kehidupan sudah menjadi sangat penting. Digitalisasi ekonomi yang berkembang pesat inilah yang membuka peluang bagi siapapun dapat memulai usahanya sendiri (Hamdan, 2018). Perkembangan teknologi yang serba otomatis akan berdampak pada perilaku masyarakat yang berbeda dan peningkatan kebutuhan masyarakat yang berbeda pula, hal tersebut akan menciptakan peluang usaha baru.

Ibu Septiana Alnianingrum, S.S., M.Pd. juga menyebutkan bahwa :

“Ketika semuanya menjadi digitalisasi, percepatan informasi dapat mempermudah konsumen dalam menemukan produk atau jasa yang dia butuhkan dan diminatinya, digitalisasi juga mempermudah pelaku usaha dalam pemasaran produk atau jasanya. Karena itu, semakin banyak anak muda yang mulai membangun usahanya sendiri (start-up) dan hal ini berdampak pada bertambahnya lowongan pekerjaan kedepannya” (wawancara,2021)

Peluang lain dari perkembangan teknologi yang memberikan kemudahan bagi anak muda dalam memulai bisnis mereka (*startup*) ini, juga mendorong semakin banyaknya instansi baik kampus, perusahaan sampai pemerintah yang mengadakan kegiatan atau lomba bisnis dan kewirausahaan baik ditingkat nasional sampai internasional. Contoh kompetisi dan kegiatan yang terkenal ialah KBMII yang diselenggarakan oleh Kemenristekdikti dan UTU Award (internasional) yang diselenggarakan oleh Universitas Teuku Umar di Aceh. Yang artinya semakin banyak kompetisi kewirausahaan diadakan, semakin banyak juga tempat atau wadah mahasiswa untuk menuangkan ide serta meningkatkan pengetahuan mereka mengenai dunia bisnis.

Sejalan dengan besarnya peluang bagi kewirausahaan, *threat/ancaman* yang dihadapinya juga tidak kalah besar. *Threat/ancaman* ialah kebalikan pengertian dari peluang yaitu faktor-faktor lingkungan yang tidak menguntungkan suatu satuan bisnis jika jika tidak diatasi ancaman akan menjadi bahaya bagi satuan bisnis yang bersangkutan baik untuk masa sekarang maupun dimasa depan (Siagian,2000).

Menurut Ibu Septiana Alnianingrum, S.S., M.Pd. percepatan teknologi dan digitalisasi ini bagaikan pisau bermata dua. Selain memberikan peluang, namun juga memberikan ancaman yang besar.

“Jika kita tidak dapat memanfaatkan perkembangan teknologi yang pesat ini dan tertinggal, kita akan terdistrupsi oleh teknologi dan gagal. Itulah ancaman yang harus dihadapi oleh kita.” (wawancara,2021)

Argumen dari Ibu Septi juga diperkuat oleh hasil penelitian McKinsey. Berdasarkan kajian McKinsey Global Institute, sebanyak 52,6 juta lapangan pekerjaan di Indonesia terancam tergantikan oleh teknologi otomatisasi. McKinsy juga memperkirakan sekitar 800 juta pekerjaan diseluruh dunia akan kehilangan pekerjaan pada 2030 (McKinsey, 2017). Melihat kajian itu, kita para generasi muda akan terancam kehilangan pekerjaan, jika kita tidak dapat mengikuti cepatnya perkembangan teknologi dan tidak memiliki kemampuan wirausaha untuk menciptakan usaha kita sendiri.

Faktor mahasiswa juga menjadi kendala dan ancaman, dimana masih banyak *mindset* atau pemikiran mahasiswa yang takut atau malas untuk memulai usahanya sendiri dan lebih memilih bekerja dengan orang lain. Pandangan ini terjadi karena minat keinginan serta kemauan untuk bekerja keras,

berani untuk menghadapi resiko yang mungkin akan terjadi, serta belajar banyak dari kegagalan masih belum dimiliki oleh mayoritas mahasiswa (Fu’adi,dkk., (2009)). Hal ini dikuatkan oleh hasil wawancara dengan Ibu Septiana yang mengatakan bahwa masih banyak tim mahasiswa yang sudah mendapatkan stimulus dana dari kampus namun tidak komitmen atau serius dengan usaha yang akan mereka lakukan.

Sesuai dengan pemaparan diatas, dapat disimpulkan bahwa peluang dan ancaman yang dimiliki oleh divisi kewirausahaan pasti ada, hal ini tergantung bagaimana pandangan dan cara divisi kewirausahaan UCC dalam menghadapi industri 4.0. Dimana digitalisasi dan teknologi berkembang dengan pesat sehingga memberikan peluang munculnya usaha baru jika kita dapat memanfaatkannya dengan baik, namun juga dapat menjadi ancaman jika tertinggal serta terdistrupsi oleh kecepatan teknologi.

3. Mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan internal

Lingkungan internal organisasi berkaitan dengan seluruh unsur maupun hal di dalam organisasi. Taufiqurokhman (2016) menjelaskan, bahwa di dalam proses perumusan strategi, organisasi juga perlu melakukan identifikasi dan evaluasi atas organisasinya sendiri. Hasil dari identifikasi maupun evaluasi tersebut diharapkan dapat mendeskripsikan tentang kekuatan maupun kelemahan internal organisasi. Identifikasi internal terdiri dari *variable* kekuatan dan kelemahan yang berada didalam organisasi dan secara khusus ada dalam pengendalian jangka pendek manajemen puncak (Hunger dan Wheelan, 2001). Kekuatan dan kelemahan ini dapat diubah dan dikontrol oleh organisasi contohnya sumberdaya, *asset* dan *property*. Dengan adanya indentifikasi ini, organisasi akan dengan mudah dapat menentukan langkah selanjutnya dalam menyikapi kekuatan atau peluang, dan dapat mengantisipasi kelemahan internal organisasi secepat mungkin.

Kekuatan/*Strength* ialah faktor-faktor positif yang dimiliki oleh suatu perusahaan termasuk satuan-satuan bisnis/divisi didalamnya, kekuatan suatu perusahaan juga merupakan keunggulan/kelebihan yang dimiliki oleh mereka dibandingkan dengan perusahaan pesaing (Siagian, 2000). Apabila penjelasan dikaitkan dengan hasil wawancara dengan Bapak Salamun Rohman Nudin, S.Kom., M.Kom. dan Ibu Septiana Alnianingrum, S.S., M.Pd.. Maka diperoleh hasil bahwa kekuatan yang dimiliki oleh

divisi kewirausahaan UCC ialah keberadaan UCC dan divisi kewirausahaan sebagai penerus program kerja yang sudah ada.

Unesa Career Center ialah unit yang dibentuk sebagai penerus program kerja oleh Pusat Inkubasi Wirausaha dan Job Center yang dulunya menangani permasalahan alumni sampai *incubator* bisnis. Namun, saat ini untuk *incubator* bisnis sendiri masih dikelola oleh pusat inkubasi. Jadi fungsi UCC dibidang wirausaha ialah meng-*create* atau memunculkan ide-ide dalam membentuk *startup* bisnis. Sehingga program-program dan strategi mengenai kewirausahaan ini sudah berjalan lama sebelum dibentuknya UCC dan divisinya.

Selain itu Ibu Septiana Alnianingrum, S.S., M.Pd. menjelaskan bahwa dalam pelaksanaan kegiatan dan program, divisi kewirausahaan tidak hanya bermodalkan para pegawai UCC saja, tetapi juga dibantu oleh tim ad hoc yang terdiri dari perwakilan masing-masing fakultas dan program vokasi. Walaupun begitu, tim pelaksana kegiatan kewirausahaan ini memiliki satu nilai atau *value* yang sama, yaitu keinginan mereka untuk meningkatkan semangat wirausaha bagi mahasiswa universitas negeri Surabaya. *Value* ini yang menyatukan kerjasama tim walaupun terdiri dari latarbelakang yang berbeda-beda. Keberhasilan dari penerapan program atau ide yang dilakukan oleh suatu instansi sangat didukung oleh adanya sumber daya manusia yang baik (Faiz, 2021)

“*Unesa career Center* ialah sebagai pengelola kewirausahaan mahasiswa, namun untuk pelaksanaan teknis kegiatan, kami dibantu oleh tim ad hoc yang terdiri dari perwakilan 7 fakultas dan 1 program vokasi. Singga kami memiliki jembatan antar fakultas-fakultas dengan universitas dalam penyampaian informasi terkait kegiatan-kegiatan kewirausahaan, baik ditingkat universitas sampai dengan nasional bahkan internasional.” (wawancara,2021)

Kelebihan lain yang dimiliki oleh divisi kewirausahaan ialah potensi mahasiswa-mahasiswa unesa yang semakin meningkat dalam ajang kompetisi atau lomba yang berkaitan dengan kewirausahaan dan bisnis. Meskipun masih banyak mahasiswa yang memiliki *mindset* malas dalam berwirausaha, namun angka peminat dan prestasi mahasiswa unesa yang berhubungan dengan wirausaha juga terus meningkat. Dalam wawancara yang dilakukan penulis, bapak Salamun Rohman Nudin, S.Kom., M.Kom. menjelaskan bahwa

persaingan di setiap lomba-lomba yang berhubungan dengan kewirausahaan atau bisnis semakin ketat dan terus meningkat terutama di tingkat universitas. Hal ini terjadi karena tim-tim mahasiswa yang sudah berhasil di tingkat universitas akan diarahkan ke kompetisi nasional dan seterusnya sampai tingkat internasional. Selain itu Bapak Salamun juga menambahi bahwa ditahun 2021 ini, Universitas Negeri Surabaya mendapatkan peringkat pertama di Indonesia dalam program wirausaha mahasiswa vokasi.

“Alhamdulillah sejauh ini mahasiswa yang mengikuti kompetisi terus meningkat dengan ide-ide yang baru. Setelah mereka berhasil di tingkat kampus (PMW, dsb.), kami akan mengarahkan mereka ke tingkat nasional seperti di KBMI (7 tim), ASMI (2 Tim), dan lain-lain. Kemudian yang paling membanggakan tahun ini, kita nomor 1 di Indonesia dalam program wirausaha mahasiswa vokasi dan kita lolos 18 tim sehingga mendapatkan stimulus dana hibah 300 juta rupiah. Dan yang terakhir untuk ajang internasional, tahun ini kita berhasil lolos di UTU Award di Aceh” (wawancara, 2021)

Disisi lain dalam menyusun strategi, kelemahan juga merupakan faktor yang harus diperhatikan dan diselesaikan oleh UCC. Kelemahan/*weaknesses* ialah faktor negatif yang mengurangi kekuatan perusahaan yang harus tingkatan agar menjadi lebih kompetitif. Kelemahan juga dapat diartikan sebagai keterbatasan atau kekurangan dalam hal sumber, keterampilan, dan kemampuan yang menjadi penghalang serius bagi penampilan kinerja organisasi yang memuaskan (Siagian, 2000).

Berdasarkan hasil wawancara penulis, kelemahan yang dimiliki oleh divisi kewirausahaan cukup penting dan sejauh ini juga banyak mendapat masukan. Menurut bapak Salamun Rohman Nudin, S.Kom., M.Kom. kelemahan yang pertama dari divisi kewirausahaan ialah terkait dengan kualitas dan kompetensi tim kewirausahaan yang masih belum terstandarisasi.

Dimana saat ini, tiap-tiap anggota tim masih belum memiliki kompetensi, keahlian dan pengetahuan yang sama terkait kewirausahaan. Hal ini terjadi dikarenakan tim yang mengurus kegiatan kewirausahaan ialah gabungan dari pegawai divisi kewirausahaan, 7 perwakilan tiap fakultas dan 1 perwakilan program vokasi. Perbedaan latarbelakang ini lah yang menyebabkan tidak semua anggota tim

memiliki keahlian atau pengetahuan mengenai kewirausahaan yang tinggi.

“Terkait dengan tim kewirausahaan ini masih belum terstandarisasi, dalam hal ini belum mempunyai keahlian dan pengetahuan yang sama terkait dengan kewirausahaan. Sehingga harapannya, nanti ditahun depan kami bisa merekomendasikan teman-teman ad hoc ini untuk menempuh sertifikasi dibidang kewirausahaan dengan harapan tidak terdapatnya gap yang begitu besar mengenai pengetahuan kewirausahaan antar anggota tim” (wawancara,2021)

Kelemahan yang kedua ialah manajemen keuangan yang masih harus diperbaiki. Berdasarkan hasil wawancara penulis, anggaran yang dimiliki oleh divisi kewirausahaan memang tidak banyak. Dengan melihat banyaknya program dan kebutuhan biaya dalam mendukung, mendidik sampai membantu produk kewirausahaan mahasiswa memang diperlukan anggaran yang besar. Namun menurut bapak Salamun Rohman Nudin, S.Kom., M.Kom., anggaran atau bantuan dana yang diberikan sebenarnya lebih dari cukup jika dikelola dengan baik, dikarenakan universitas sendiri sangat mendukung semua program kewirausahaan mahasiswa.

Untuk memperkuat hasil dari penelitian, peneliti juga mewawancarai beberapa mahasiswa yang sudah pernah mengikuti kegiatan atau program yang dimiliki oleh divisi kewirausahaan yaitu mahasiswa jurusan administrasi publik angkatan 2019 berinisial “M” dan mahasiswa jurusan teknik elektro angkatan 2018 berinisial “I”. Berdasarkan hasil dari wawancara mereka berdua, dapat disimpulkan bahwa walaupun pihak kampus sudah sangat mendukung mahasiswa dalam mengikuti kompetisi, namun masih banyak kekurangan yang terjadi didalamnya.

Menurut mahasiswa “M” bimbingan yang dia dan timnya dapatkan selama mengikuti kompetisi masih sangat kurang *professional*, hal ini terjadi dikarenakan memang dosen yang menjadi pembimbing mereka tidak memiliki *basic* atau pemahaman yang tentang bisnis, *market potential*, dan *innovation technologies*. Sehingga peran dosen sebagai pembimbing hanya sekedar perpanjangan tangan kampus untuk memberikan informasi mengenai peraturan dan sebagainya. Padahal seharusnya peran pembimbing juga dapat sekaligus memberikan pendidikan tentang dunia wirausaha dan bisnis pada mahasiswanya. Sehingga selain mereka mengerjakan proyek, mereka juga mendapatkan

pemahaman yang lebih mendalam tentang apa yang mereka kerjakan.

Argumen ini didukung oleh pernyataan dari mahasiswa “I” yang juga mengikuti lomba/kompetisi dari kampus. Menurutnya, tidak semua dosen pembimbing memiliki perhatian pada mahasiswa bimbingannya. Contohnya ketika mahasiswa “I” dan timnya lolos tahap pertama, dosen pembimbing akan dipanggil oleh pihak UCC untuk memberikan laporan dan diberitahu tugas serta kewajibannya, namun dosen pembimbing mereka selalu beralasan kesibukan sehingga mengganggu jalannya proses-proses pembimbingan. Selain itu, beberapa pembimbing juga tidak terlihat peduli dengan progress yang dimiliki mahasiswa bimbingannya karena dosen ini sulit dihubungi dan tidak pernah menanyakan perkembangan proyek mahasiswanya.

“Kekurangan yang dirasa dari UCC pas kami lomba yah dosen pembimbing yang kami dapatkan terkadang ga professional dan ini juga terjadi di mahasiswa yang lain juga. Jadi dosen pembimbingnya seperti tidak peduli sama mahasiswa bimbingannya. Contohnya susah dihubungi ketika dibutuhkan, tidak pernah tanya dan tau progress anak bimbingannya dengan alasan sibuk.” (wawancara,2021)

4. Menetapkan tujuan/sasaran jangka panjang dan tahunan

Objectives (tujuan) dapat diartikan sebagai hasil spesifik yang ingin didapatkan oleh suatu organisasi dalam mengejar misi dasar perusahaan tersebut. Jangka panjang berarti lebih dari satu tahun. Tujuan jangka panjang sangat penting bagi suatu organisasi karena tujuan ini menentukan arah, solusi dalam mengevaluasi, menciptakan sinergi, menentukan prioritas, koordinasi yang fokus, dan menyediakan dasar untuk perencanaan, penataan, memotivasi, dan pengendalian yang efektif. (Suyatno, 2007)

Sedangkan sasaran tahunan ialah sasaran jangka pendek yang harus dicapai oleh suatu organisasi untuk mencapai tujuan jangka panjang. Seperti halnya tujuan jangka panjang, tujuan tahunan harus dapat diukur, kuantitatif, menantang, realistis, konsisten, dan diprioritaskan (David, 2006)

Apabila indikator ini dikaitkan dengan hasil wawancara dengan narasumber, maka diperoleh data bahwa sejauh ini di dalam divisi kewirausahaan UCC sendiri belum memiliki tujuan jangka panjang yang spesifik. Maksud tujuan jangka panjang disini ialah *goal* atau target khusus yang ingin dicapai divisi kewirausahaan dalam kurun waktu 3-5 tahun kedepan.

Menurut bapak Salamun Rohman Nudin, S.Kom., M.Kom., Sasaran jangka panjang yang digunakan oleh divisi kewirausahaan masih menggunakan standart minimal kampus BLU di dalam Indikator Kinerja Utama, yaitu minimal 1% dari jumlah mahasiswa.

“Unesa saat ini masih didalam stratus BLU (Badan Layanan Umum), salah satu tagihan dari Indikator Kinerja Utama yaitu mahasiswa unesa minimal 1% dari *student body* itu berwirausaha. Misalkan kita anggap *student body* unesa saat ini 30.000 mahasiswa, jadi tiap tahun kita harus menciptakan usahawan muda minimal sejumlah 300 orang.” (wawancara,2021)

Sama halnya dengan tujuan jangka panjang, sasaran jangka pendek atau tahunan yang digunakan oleh divisi kewirausahaan UCC juga berdasarkan standart minimal kampus BLU di dalam Indikator Kinerja Utama, yaitu minimal 1% dari jumlah mahasiswa. Jadi setiap tahunnya, Unesa wajib menciptakan usahawan-usahawan muda minimal 1% dari jumlah seluruh mahasiswa seangkatan di Universitas Negeri Surabaya.

Namun, tidak menutup kemungkinan bahwa kebijakan IKU nasional ini akan berubah kedepannya dan divisi kewirausahaan harus siap untuk mengikuti perubahan target tersebut. Bapak salamun juga menjelaskan bahwa saat ini, divisi kewirausahaan sudah berhasil melewati/melebihi target 1% tersebut. Beliau juga menyebutkan bahwa secara internal di divisi kewirausahaan akan meningkatkan target tahun depan menjadi 2%.

“Saat ini target kami itu minimal 1% mengikuti IKU, tapi saat ini kami sudah berhasil melebihi target tersebut. Untuk itu, kedepannya jika minimal target nasional 1%. Maka kami secara internal akan menetapkannya menjadi 2%.” (wawancara,2021)

Dari penjelasan diatas, dapat diambil kesimpulan bahwa saat ini divisi kewirausahaan masih belum memiliki tujuan jangka panjang dan tujuan tahunan yang khusus. Target atau sasaran yang digunakan hanya bergantung pada kebijakan nasional yaitu standart minimal kampus BLU di dalam Indikator Kinerja Utama. Dimana setiap tahun, seluruh kampus/universitas wajib menciptakan usahawan muda minimal 1% dari jumlah seluruh mahasiswanya. Namun, untuk tahun depan jika target minimal nasional masih tetap 1%,

secara internal mereka akan meningkatkannya dan menetapkannya menjadi 2%.

5. Perumusan Strategi

Menurut Niswah dan Meirinawati (2015:1) perumusan strategi merupakan proses pengembangan alternatif-alternatif strategi dan penentuan strategi yang sesuai untuk diadopsi, tahap ini ialah lanjutan setelah pengembangan misi dan tujuan jangka panjang, pengidentifikasian peluang dan ancaman dari luar serta kekuatan dan kelemahan organisasi.

Organisasi membutuhkan sejumlah strategi alternatif untuk mengantisipasi kemungkinan buruk yang akan terjadi di masa sekarang maupun mendatang. Strategi sebagai keterampilan atau ilmu dalam memenangkan sebuah persaingan. Perumusan strategi adalah proses penyusunan langkah demi langkah untuk memenuhi tujuan dari suatu organisasi atau perusahaan (Taufiqurokhman, 2016:33).

Menurut Sutikno (2014), perumusan atau pembuatan strategi adalah proses penyusunan langkah demi langkah untuk memenuhi tujuan dari suatu organisasi atau perusahaan. Kecepatan perubahan faktor lingkungan baik internal maupun eksternal menyebabkan segala kemungkinan bisa terjadi/dinamis, sehingga proses penyusunan langkah ini merupakan komponen penting yang menentukan arah perjalanan menuju kepada tujuan yang diinginkan.

Berdasarkan hasil wawancara penulis dengan narasumber, Ibu Septiana Alnianingrum, S.S., M.Pd., beliau menjelaskan bahwa dalam proses penyusunan dan pembuatan strategi baik dari pihak UCC maupun tim ad hoc, semuanya diberikan ruang untuk berpendapat dan berdiskusi. Jadi ketika proses penyusunan strategi berlangsung, semua individu wajib memberikan masukan, ide atau pandangannya mengenai strategi mereka dalam kegiatan wirausaha mahasiswa.

“Semua orang di tim kewirausahaan wajib atau harus memberikan pandangan atau ide mereka untuk kegiatan - kegiatan kewirausahaan kedepannya. Jadi disini kami melakukan diskusi yang terbuka untuk ide baru.” (wawancara,2021)

Untuk mencapai tujuannya, divisi kewirausahaan membuat dan memilih beberapa strategi-strategi yang mereka diskusikan dan mereka lihat probabilitas minat mahasiswanya. Sejauh ini beberapa strategi-strategi yang telah diimplementasikan ialah :

- (1) Membangun budaya kewirausahaan di seluruh fakultas universitas negeri surabaya

- (2) Memberikan pengetahuan dasar serta memunculkan minat awal berwirausaha pada mahasiswa, dengan mengadakan webinar dan seminar mengenai kewirausahaan serta mewajibkan matakuliah kewirausahaan di setiap fakultas
- (3) Mendorong mahasiswa untuk menuangkan ide-ide dan gagasan mereka dengan mengikuti lomba kewirausahaan
- (4) Memberikan pelatihan dan bimbingan atau pendampingan secara profesional mahasiswa yang mengikuti kompetisi bisnis
- (5) Meningkatkan kompetensi SDM yang dimiliki oleh tim pelaksana

Berdasarkan penjelasan diatas, dapat disimpulkan bahwa dalam proses pembuatan hingga pemilihan strategi yang akan digunakan, semuanya berdasarkan hasil diskusi dari tim kewirausahaan. Semua anggota tim, baik dari UCC maupun tim ad hoc memiliki suara yang sejajar dan mereka wajib memberikan masukan, ide serta pandangan terhadap penyusunan strategi kewirausahaan kedepannya.

6. Implementasi Strategi

Agar sasaran yang ingin diraih dapat direalisasikan dengan strategi yang telah ditetapkan, strategi perlu ditindaklanjuti dengan pelaksanaan atau implementasi (*action*). Implementasi strategi juga diartikan sebagai kegiatan manajemen untuk menerjemahkan strategi dan kebijakan kedalam aktivitas melalui pengembangan dan pembukaan program, penyusunan anggaran, dan pembuatan prosedur (Indrajit dan Djokopronto, 2006).

Program ialah mengadakan aktivitas yang nyata dan jelas untuk melaksanakan setiap jenis rencana atau menerjemahkan strategi-strategi yang sebelumnya telah dibuat menjadi aktivitas nyata (Sari, 2019).

Dengan penjelasan tersebut apabila dikaitkan dengan hasil wawancara penulis, maka program-program yang dimiliki oleh divisi kewirausahaan dapat dibilang berhasil. Dikarenakan menurut Ibu Septiana Alnianingrum, S.S., M.Pd., Divisi kewirausahaan merupakan salah satu divisi yang paling berkembang di dalam UCC. Ibu Septiana dalam wawancaranya dengan penulis juga menjelaskan beberapa program yang dimiliki oleh divisi ini dalam upaya meningkatkan minat kewirausahaan mahasiswa, program-program tersebut ialah:

- (1) Mengadakan WEBINAR dan SEMINAR Kewirausahaan yang bertujuan memberikan pengetahuan dasar serta memunculkan minat

berwirausaha mahasiswa. Program ini biasanya berangkat dari pembahasan umum seperti apa itu kewirausahaan, bagaimana memulai bisnis, dan peluang bisnis di era global. Untuk itu, program ini biasanya mendatangkan pengusaha dan alumni-alumni yang sudah sukses di dunia bisnis.

- (2) Menyelenggarakan Pendidikan dan Pelatihan Kewirausahaan, bertujuan untuk memberikan keahlian dan pengetahuan yang lebih mendalam mengenai kewirausahaan, seperti bagaimana menentukan *value product* dan *market research*. Kegiatan ini biasanya dilakukan diluar kota (sebelum pandemi) dan memiliki 4 gelombang selama 3 hari.
- (3) Membimbing serta mengadakan Lomba-lomba atau Kompetisi Kewirausahaan Mahasiswa, bertujuan sebagai wadah mahasiswa untuk menuangkan ide bisnisnya, sehingga mahasiswa dapat lebih bersemangat dalam mengeksplor dan berinovasi terhadap ide mereka. Selain itu para peserta lomba juga akan diberikan bimbingan / pendampingan serta bantuan dana dari kampus. Program kompetisi kewirausahaan ini dibagi menjadi 3 tingkatan, yaitu:

- a. Tingkat Universitas : Program Mahasiswa Wirausaha (PMW)
- b. Tingkat Nasional : Kompetisi Inovasi Bisnis Mahasiswa (KIBM), Akselerasi Startup Mahasiswa Indonesia (ASMI), Kompetisi Bisnis Mahasiswa Indonesia (KBMI), Penumbuhan Wirausaha Mahasiswa Pertanian (PWMP), Program Kreativitas Mahasiswa-Kewirausahaan (PKMK), Kompetisi Mahasiswa Nasional bidang ilmu Bisnis, Manajemen dan Keuangan (KBMK), dan yang terbaru ialah *Unesa Business Competition* (UBC)
- c. Tingkat Internasional : Universitas Teuku Umar Award (UTU AWARD)

Selain program diatas, bapak Salamun juga akan meningkatkan kualitas dan kompetensi sumber daya manusia tim divisi kewirausahaan dengan merekomendasikan mereka untuk menempuh sertifikasi bidang kewirausahaan ditahun depan. Dengan harapan ketika kompetensi tim sudah meningkat, hal ini akan berdampak pada inovasi-inovasi program serta bimbingan yang lebih profesional kepada para mahasiswa.

7. Evaluasi dan pengendalian

Menurut Fred R, David (2009:37), Evaluasi strategi merupakan tahap akhir dalam manajemen strategis. Pada tahap ini, manajer sangat perlu untuk mengetahui kapan waktunya strategi tertentu tidak berfungsi dengan baik.

Evaluasi dan pengendalian strategi menjadi penting untuk dilaksanakan karena ini adalah sebuah proses dimana penyelenggara akan membandingkan antara hasil yang diperoleh dengan tingkat pencapaian tujuan, yang seterusnya akan melakukan tindakan-tindakan yang ditujukan untuk menyelesaikan permasalahan yang muncul (Pondaag, 2016).

Oleh sebab itu, jika mengacu pada wawancara yang dilakukan penulis dengan bapak Salamun Rohman Nudin, S.Kom., M.Kom., dapat dijelaskan bahwa proses evaluasi internal selalu dilakukan ketika program sedang dilaksanakan dan ketika program berakhir. Sejauh ini walaupun tim pelaksana berasal dari berbagai latarbelakang, namun kerjasama atau *teamwork*-nya dapat berjalan lancar serta setiap ide dan masukan juga berhasil diakomodir dengan baik. Pak Salamun juga mengatakan bahwa :

“Evaluasi yang kami lakukan sejauh ini berjalan lancar berkat kerjasama tim yang solid. Teman-teman tim ini juga memiliki relasi - relasi yang banyak dan kami manfaatkan sebaik mungkin untuk keberhasilan program kewirausahaan ini” (wawancara,2021)

Sayangnya untuk evaluasi secara eksternal masih belum maksimal, Dikarenakan pandemi, divisi kewirausahaan masih belum bisa melakukan monitoring dan evaluasi kepada para pelaku UMKM ketika mahasiswa yang sudah diberikan stimulus dana mengikuti magang di UMKM tersebut. Sehingga hubungan antara universitas dengan pihak UMKM masih belum optimal. Selain itu, divisi kewirausahaan juga belum memaksimalkan pandangan dan masukan mahasiswa dalam proses evaluasi mereka, padahal mahasiswa-mahasiswa merupakan target utama dari program mereka.

PENUTUP SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data yang dilakukan oleh peneliti tentang “Manajemen Strategi Divisi Kewirausahaan *Unesa Career Center (UCC)* dalam Meningkatkan Minat Kewirausahaan Mahasiswa Universitas Negeri Surabaya” dari sudut pandang Teori Manajemen Strategi oleh Suyatno (2007), dapat

disimpulkan berjalan cukup baik walaupun masih ada beberapa kendala yang harus di tingkatkan lagi. Hal tersebut dibuktikan dari penjelasan berikut ini :

Pertama, Visi dan misi UCC sudah cukup jelas, sedangkan misi divisi kewirausahaan untuk meningkatkan minat kewirausahaan mahasiswa dapat diperjelas lagi penjabaran misi mereka agar pelaksanaannya lebih terukur dan cepat mencapai tujuan utama divisi. Kedua, peluang dan ancaman yang dimiliki oleh divisi kewirausahaan tergantung bagaimana pandangan dan cara mereka dalam menghadapi tantangan industri 4.0. Dimana digitalisasi memberikan peluang munculnya usaha baru jika kita dapat memanfaatkannya dengan baik, namun juga dapat menjadi ancaman jika tertinggal dari kecepatan teknologi.

Ketiga, kekuatan yang dimiliki divisi kewirausahaan cukup banyak baik dari latar belakang lembaga sampai ke-kompakkan tim, tetapi kelemahan atau permasalahan kompetensi SDM yang belum merata mengenai kewirausahaan dan pengelolaan anggaran yang masih belum optimal juga harus cepat diselesaikan. Keempat, ini divisi kewirausahaan masih belum memiliki tujuan jangka panjang dan tujuan tahunan yang khusus, hanya menggunakan kebijakan nasional yaitu standart minimal kampus BLU di dalam Indikator Kinerja Utama. Namun, untuk tahun depan secara internal mereka akan mulai meningkatkan target mereka.

Kelima, untuk perumusan strategi divisi kewirausahaan sudah cukup baik dalam melakukannya, mereka mampu melakukan diskusi dan menyatukan pendapat walaupun memiliki komposisi tim yang berbeda latarbelakang. Keenam, implementasi strategi yang dilakukan divisi kewirausahaan UCC sudah dilakukan dengan baik, hal ini dibuktikan dengan program-program mereka yang saat ini dapat dibilang berhasil. Banyaknya kompetisi yang rutin diikuti oleh mahasiswa dan mengalami peningkatan juga membuktikan bahwa strategi yang mereka buat itu berhasil. Ketujuh, kegiatan evaluasi dan monitoring yang dilakukan oleh divisi kewirausahaan memiliki kekurangan dibagian eksternalnya dikarenakan mereka masih belum melakukan monitoring kepada UMKM yang bekerjasama dengan mereka serta belum memaksimalkan pandangan atau pendapat mahasiswa sebagai target utama program mereka.

SARAN

Berdasarkan kesimpulan yang diperoleh dari hasil penelitian diatas, dapat diketahui bahwa pelaksanaan manajemen strategi yang dilakukan oleh divisi kewirausahaan UCC dalam meningkatkan minat kewirausahaan mahasiswa memang sudah dapat dikatakan baik. Meskipun masih banyak hal-hal yang harus

diperbaiki dan ditingkatkan lagi. Sehingga peneliti memiliki beberapa saran atau masukan yang membangun untuk menjadi pertimbangan dalam meningkatkan manajemen strategi divisi kesirusahaan kedepannya. Adapun saran tersebut antara lain :

1. Untuk meningkatkan kompetensi SDM divisi kewirausahaan serta tim adhoc dengan cara memberikan pelatihan hingga sertifikasi bidang kewirausahaan agar memahami lebih dalam mengenai dunia kewirausahaan, sehingga dapat menciptakan strategi atau program yang benar-benar dibutuhkan mahasiswa
2. Memberikan bimbingan dan pelatihan yang lebih profesional kepada mahasiswa yang mengikuti kompetisi kewirausahaan, sehingga mereka tidak kebingungan dan serius dalam menjalankan ide usaha mereka.
3. Meningkatkan manajemen anggaran agar lebih optimal sehingga tidak terjadinya permasalahan pada jalannya program atau alur bantuan ke mahasiswa
4. Membuat tujuan tahunan dan jangka panjang selain mengikiti standar minimal kampus BLU dari IKU. Karena dengan memiliki tujuan yang lebih detail dan khusus akan sangat membantu dalam arah pembangunan divisi kewirausahaan UCC
5. Lebih mengoptimalkan peran evaluasi eksternal, karena dengan tahap ini biasanya hasil evaluasi lebih objektif (berasal dari luar tim) dan akan sangat membantu dalam mengukur pencapaian kinerja untuk peningkatan pelaksanaan kedepannya. Serta menyadari bahwa masukan atau pendapat mahasiswa itu sangat penting/krusial karena merekalah target utama dari tiap-tiap program.

Ucapan Terima Kasih

Peneliti mengapresiasi dan mengucapkan terimakasih sebesar-besarnya kepada pihak yang memberikan kontribusi dalam penulisan artikel ini, diantaranya :

1. Tuhan YME,
2. Segenap dosen S1 Ilmu Administrasi Negara FISH Unesa,
3. Ibu Dra. Meirinawati, M.AP., selaku dosen pembimbing artikel,
4. Bapak Tenda Aktiva Oktariyanda, S.AP., M.AP. dan bapak Galih Wahyu Pradana, S.A.P., M.Si., selaku dosen penguji artikel,
5. Serta pihak-pihak lain yang memberikan dukungan baik secara moral maupun material kepada peneliti sehingga artikel ini dapat diselesaikan dengan lancar dan tepat waktu

DAFTAR PUSTAKA

- Anggreni, Claudio Diana. 2019. Manajemen Strategi Pengelolaan Usaha Pedagang Kaki Lima Pasca Relokasi Di Benteng Pancasila Oleh Disperindag Kota Mojokerto. JURNAL PUBLIKA Vol. 7 No. 1.
- Badan Pusat Statistik. 2021. Agustus 2021: Tingkat Pengangguran Terbuka (TPT) Sebesar 6,49 Persen. <https://www.bps.go.id/pressrelease/2021/11/05/1816/agustus-2021--tingkat-pengangguran-terbuka--tpt--sebesar-6-49-persen.html>. Diakses 8 November 2021.
- Charismi, Arum A. 2016. Analisis Efektivitas Pelatihan (Studi Pada Unit Pengembangan Karir Dan Kewirausahaan Universitas Brawijaya Malang). Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya, Vol. 38. No. 2
- David, Fred R. 2010. Manajemen Strategi. Jakarta: Salemba Empat.
- DISNAKER BULELENG. 2019. Masalah Tenaga Kerja Dan Angkatan Kerja Di Indonesia. <https://disnaker.bulelengkab.go.id/informasi/detail/artikel/masalah-tenaga-kerja-dan-angkatan-kerja-di-indonesia-56> . Diakses 8 November 2021.
- Frinces, Z. H. (2010). Pentingnya Profesi Wirausaha Di Indonesia. Jurnal Ekonomi Dan Pendidikan. 7(1)
- Hunger, J David & Wheelen, Thomas L. 2003. Manajemen Strategis. Yogyakarta: Andi Yogyakarta
- Indra Lila Kusuma, Tira Nur Fitria, Maya Widiana Dewi. 2021. Pelatihan Kewirausahaan Sebagai Peluang Bisnis Untuk Generasi Milenial Di Solo Raya Selama Masa Pandemi Covid-19. BUDIMAS : Jurnal Pengabdian Masyarakat. Vol. 3 (2).
- Indrajit, R Eko dan R Djokopranoto, Manajemen Perguruan Tinggi Modern, Yogyakarta: Andi 2006
- KEMENDIKBUD. 2021. Indikator Kinerja Utama. Jakarta.
- KEMENDIKBUD. 2020. Rencana Strategis Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Tahun 2020-2024. Jakarta.
- Larasati, Alda Cyrilla Putri. 2020. "Manajemen Strategi Sentra Kreatif dan Teknologi Melalui Inovasi CAK eMUS dalam KORIDOR Coworking Space Pemerintah Kota Surabaya". JURNAL PUBLIKA 8 (5).
- Mirza, A. D. (2019). Milenial Cerdas Finansial. CV Jejak (Jejak Publisher).
- Niswah, Fitrotun., Meirinawati. 2015. Manajemen Strategi Sektor Publik. Surabaya: Unesa University Press.

- Prayoga, Faiz Marwan. 2021. Studi Literatur Faktor yang Mempengaruhi Implementasi E-Budgeting dalam Sektor Publik. *JPSI (Journal of Public Sector Innovations)* Vol 5 (2).
- Ramlan, Pratiwi., Rifni Nikmat. 2019. Pendekatan Manajemen Strategik Dalam Meningkatkan Minat Wirausaha Mahasiswa Melalui Program Kreativitas Mahasiswa-Kewirausahaan (Pmk-K). *MODERAT : Jurnal Ilmiah Ilmu Pemerintahan* Vol 5. No. 3.
- Saparingga, Helen. 2012. Efektifitas Pelatihan Karir Dalam Meningkatkan Eksplorasi Karir Pada Mahasiswa Tingkat Akhir Universitas Pendidikan Indonesia. *Jurnal Psikologi Universitas Pendidikan Indonesia*
- Suyanto, M. 2007. *Strategic Management: Global Most Admired Companies*. Yogyakarta : Andi.
- Taufiqurohman. 2016. *Manajemen Strategik*. Cetakan 1. Jakarta Pusat: Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Prof. Dr. Moestopo Beragama.
- Undang – Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2003 Tentang Sistem Pendidikan Nasional.