

**TEMANTEN.ID START UP SOCIAL ENTERPRISE :  
BERSATU KITA MAMPU  
(PENELITIAN TERAPAN PADA PROGRAM WIRAUUSAHA  
MERDEKA I)**

Chusnul Rofiah<sup>1</sup>  
STIE PGRI Dewantara Jombang  
chusnulstiegridewantara@gmail.com

Nuri Purwanto<sup>2</sup>  
STIE PGRI Dewantara Jombang

Langgeng Prayitno Utomo<sup>3</sup>  
STIE PGRI Dewantara Jombang

**ABSTRAK**

Artikel ini mengeksplorasi Temanten.id start up Apps adalah *Social enterprise* Bisnis Jaringan berfokus pada usaha kolaborasi anak muda dan keberlanjutannya, Pendekatan ini menawarkan manfaat ganda yang menyuguhkan berbagai macam kemudahan untuk penyelenggaraan pernikahan khusus adat jawa [https://bit.ly/E-Katalog\\_TEMANTEN](https://bit.ly/E-Katalog_TEMANTEN) dengan layanan berkualitas tinggi dengan harga terjangkau dan memberikan pengalaman kerja autentik kepada para mahasiswa untuk menjadi fleksibel, beroperasi berdasarkan proyek, dan mempersiapkan diri mereka untuk 'karir portofolio'. masa depan. Pendekatan studi kasus menindaklanjuti studi sebelumnya (Adler & Clark, 1991; Leonard-Barton, 1992; Von Hippel & Tyre, 1995; dan Hoopes & Postrel, 1999). Studi kasus pada 216 usaha baru yang didirikan oleh 610 mahasiswa dari 60 perguruan tinggi se Indonesia untuk menjadi wirausaha baru. Menyelidiki pengembangan produk kewirausahaan dan kinerja pengembangan produk di bawah naungan berbagai pengetahuan, penulis melakukan studi kasus komparatif multidivisional, menguji produk baru melalui program validasi produk yang dilakukan selama proses pembelajaran.

**Temuan/Hasil:** Temanten.Id Start Up Social Enterprise Dalam Pengembangan Bisnis Kolaborasi Yang Dijalankan Mahasiswa : Peluang Untuk Mahasiswa Dan UKM : (1) Struktur; (2) Pembagian Pendapatan; (3) Peluang; (4) Seleksi Mitra dan Komersialisasi; (5) Tantangan Operasional Merekrut; (6) Ekspansi/Model Ekspansi Masa Depan Konseptual; (7) Misi, Siswa dapat menjadi lebih siap untuk karir memperoleh pengalaman kerja yang berharga sebelum lulus sebagai peserta PWM melalui model ini. Proses kolaborasi selama menjalani PWM Tim Temanten.id mendapatkan pembelajaran tentang poin penting menghindari kegagalan dalam pengembangan startup antara lain : (1)Waktu Produk; (2)Desain produk; (3)Distribusi yang tidak tepat atau Strategi Penjualan; (4)Definisi Bisnis Tidak Jelas; (5)Ketergantungan yang berlebihan pada Satu Pelanggan; (6)Kapitalisasi Awal; (7)Asumsikan Instrumen Hutang; (8)Masalah dengan Modal Ventura (9)Tim yang tidak efektif; (10)Masalah pribadi; (11)Pemikiran Satu Jalur; (12)Faktor Budaya/Sosial.

Kata Kunci: social enterprise, action learning, business model canvas, kompetensi kewirausahaan, experiential learning.

**ABSTRACT**

*This article explores Temanten.id start up Apps, which is a Social Enterprise Business Network focused on collaborative efforts of young people and their*

*sustainability. This approach offers multiple benefits that provide various kinds of conveniences for holding special Javanese weddings. [https://bit.ly/E-Katalog\\_TEMANTEN](https://bit.ly/E-Katalog_TEMANTEN) with high-quality services at affordable prices and provide students with authentic work experiences to be flexible, operate on a project basis, and prepare themselves for 'portfolio careers'. future. The case study approach builds on previous studies (Adler & Clark, 1991; Leonard-Barton, 1992; Von Hippel & Tire, 1995; and Hoopes & Postrel, 1999). Case studies on 216 new businesses founded by 610 students from 60 universities throughout Indonesia to become new entrepreneurs. Investigating entrepreneurial product development and product development performance under multiple knowledge auspices, the authors conducted multidivisional comparative case studies, testing new products through product validation programs conducted during the learning process.*

*Findings/Results: Temanten.Id Start Up Social Enterprise in Collaborative Business Development Run by Students: Opportunities for Students and SMEs: (1) Structure; (2) Revenue Sharing; (3) Opportunity; (4) Partner Selection and Commercialization; (5) Recruiting Operational Challenges; (6) Conceptual Future Expansion/Expansion Model; (7) Mission, Students can be better prepared for careers to gain valuable work experience before graduating as PWM participants through this model. During the PWM process, the Temanten.id team learned important points to avoid failure in startup development, including: (1) Product Time; (2) Product design; (3) Improper Distribution or Sales Strategy; (4) Unclear Business Definition; (5) Excessive reliance on a single customer; (6) Initial Capitalization; (7) Assume Debt Instruments; (8) Problems with Venture Capital (9) Ineffective team; (10) Personal problems; (11) One Track Thinking; (12) Cultural/Social Factors.*

*Keywords: social enterprise, action learning, business model canvas, entrepreneurial competence, experiential learning.*

## **I. PENDAHULUAN**

Kegagalan Bisnis menurut Safari dan Das, (2022) mengungkapkan berdasarkan data statistik lengkap tentang kegagalan bisnis di dunia, dan hasilnya menunjukkan bahwa tingkat kegagalan telah terjadi meningkat terus sejak 2018; pada tahun 2020, dan kegagalan itu telah mencapai tingkat 120 kegagalan per 10.000 perusahaan, dan menunjukkan bahwa hasil kegagalan bisnis dari sebab-sebab yang dapat ditentukan dan bahwa suatu pemahaman tentang penyebab ini bisa membantu mencegah kegagalan. Hampir semua pekerjaan yang diciptakan bersifat sementara. Nyatanya, "pekerjaan sebagai alternatif" mencakup 94% pekerjaan yang diciptakan, terstruktur dalam "pengaturan kerja sebagai alternatif", dengan peningkatan terbesar dalam statistik ketenagakerjaan antara lain berasal dari pekerja lepas, perusahaan swasta, dan pekerja perusahaan kontrak. pekerja "kontingen" seperti pekerja sementara, pekerja paruh waktu, dan spesialis lainnya (de Vries McClintock et al., 2016). Adanya perjanjian kerja jangka pendek dengan perusahaan swasta, merupakan hal positif bagi pekerja yang menginginkan fleksibilitas. Namun, itu bukan pertanda baik untuk masa depan. Di era pascarenesesi, individu yang akan mewarisi ekonomi baru adalah mahasiswa, yang "tumbuh

melihat orang tua mereka kehilangan apa yang mereka harapkan akan menjadi pekerjaan jangka panjang dan jaminan pekerjaan lebih selaras dengan laju perubahan kebutuhan pasar yang semakin cepat dan perubahan wajah pekerjaan tradisional (Gwynne, 2008).

Ruang lingkup pekerjaan yang berubah untuk mahasiswa menunjukkan bahwa kaum muda menghadapi prospek karir "portofolio", termasuk periode pekerjaan berbayar, tidak bekerja, dan wirausaha, yang terakhir menyiratkan aktivitas kewirausahaan yang lebih besar (Henderson & Robertson, 1999). Munculnya karir portofolio karena "globalisasi, restrukturisasi organisasi, dan teknologi baru" telah dikaitkan dengan pergeseran ke teori sikap karir "protean" dan "tanpa batas", semakin dibutuhkan lulusan untuk berhasil menavigasi gerbang karir portofolio (Jackson & Wilton, 2016; Pignault et al., 2022). Oleh karena itu, wirausaha lulusan dan upaya wirausaha dapat menjadi penting untuk pembangunan pendidikan dan ekonomi di era ekonomi pascarenesi, dengan membantu mahasiswa untuk siap menghadapi perubahan pekerjaan ini (Rae, 2012). Selain itu, untuk mengisi peran tradisional yang tersisa di dunia kerja, perusahaan mencari lulusan dengan pola pikir kewirausahaan yang fleksibel, kondisi yang diperlukan di zaman yang bergejolak (Gwynne, 2008).

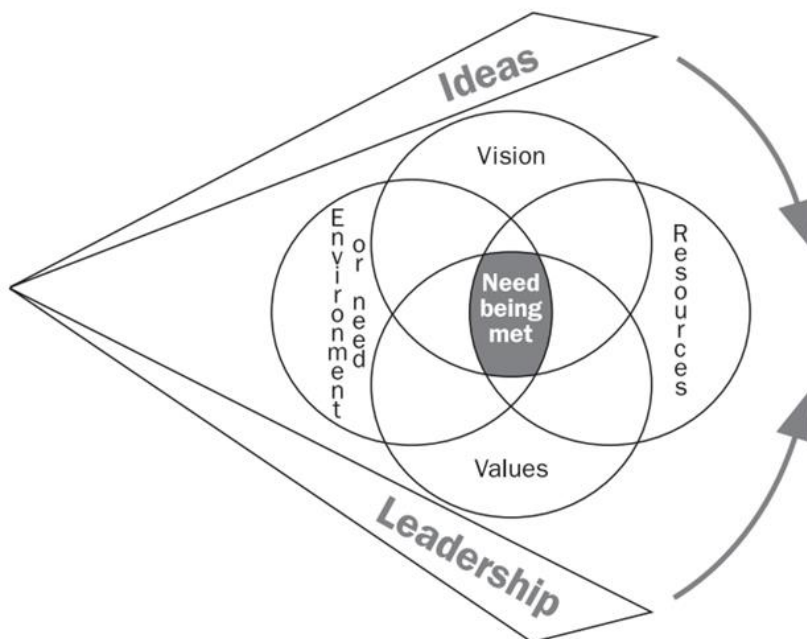
Universitas dan sekolah bisnis sebagian besar mengajarkan "model sebab-akibat," model pengambilan keputusan yang didorong oleh tujuan dan disengaja (Perry et al., 2012) dan proses efektivasi yang lebih jarang, yang menurut (Sarasvathy, 2008), cenderung lebih efektif. dalam pengaturan yang ditandai dengan tingkat ketidakpastian yang lebih besar, seperti pasar kerja untuk lulusan baru. Proses effectuation mengajarkan mahasiswa untuk memulai dengan aspirasi umum dan kemudian berusaha untuk memenuhi aspirasi tersebut dengan menggunakan sumber daya yang mereka miliki (pengetahuan dan koneksi mereka); tujuan keseluruhan tidak terbayangkan dengan jelas di awal dan mahasiswa yang menggunakan proses efektivasi "tetap fleksibel, memanfaatkan kontingensi lingkungan saat mereka muncul, dan belajar sambil jalan," keterampilan yang sangat berguna bagi mahasiswa yang baru memasuki ekonomi baru (Perry et al., 2012). Proses efek "mengambil seperangkat sarana yang diberikan dan fokus pada pemilihan antara kemungkinan efek yang dapat dibuat dengan seperangkat sarana itu", daripada proses sebab-akibat yang "mengambil efek tertentu seperti yang diberikan dan fokus pada pemilihan antara sarana untuk menciptakan efek itu" (Sarasvathy, 2001).

Karakteristik mahasiswa kewirausahaan (Link & Welsh, 2013; Raposo et al., 2008), adalah efek dari pengalaman pendidikan kewirausahaan (Raposo et al., 2008), dan pengaruh selanjutnya pada niat dan persepsi kewirausahaan (Winkler, 2008). Program Wirausaha Merdeka merupakan program yang diinisiasi oleh Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, Dan Teknologi Republik Indonesia khusus bagi para mahasiswa yang memiliki ketertarikan terhadap dunia wirausaha. Dan STIE PGRI Dewantara sangat mengapresiasi serta mendukung segala bentuk pembelajaran yang berfokus pada kewirausahaan sebagai bentuk keseriusan dalam optimalisasi potensi mahasiswa dan kontribusi STIE PGRI Dewantara juga membentuk Pusat Studi kewirausahaan yaitu unit khusus yang menangani *lifecycle* bisnis pertumbuhan dan jaringan, wirausahawan itu bersemangat, bergerak cepat, dan setiap bisnis itu berbeda, dan diharapkan dengan lebih

berfokus lagi dapat memberi nilai tambah di setiap tahap dan membantu menghadirkan gambaran yang lebih besar, bekerja dalam kemitraan dan membawa keterampilan profesional pada waktu yang tepat, berdasarkan tujuan akhir dalam pikiran.

Keputusan yang dipertimbangkan dan direncanakan dengan baik memiliki hasil yang lebih baik daripada yang reaktif. Dengan panduan, keahlian, dan pengalaman sepanjang perjalanan bisnis mahasiswa, dapat membantu memikirkan apa yang penting bagi bisnis dan keberlanjutan usaha mahasiswa.

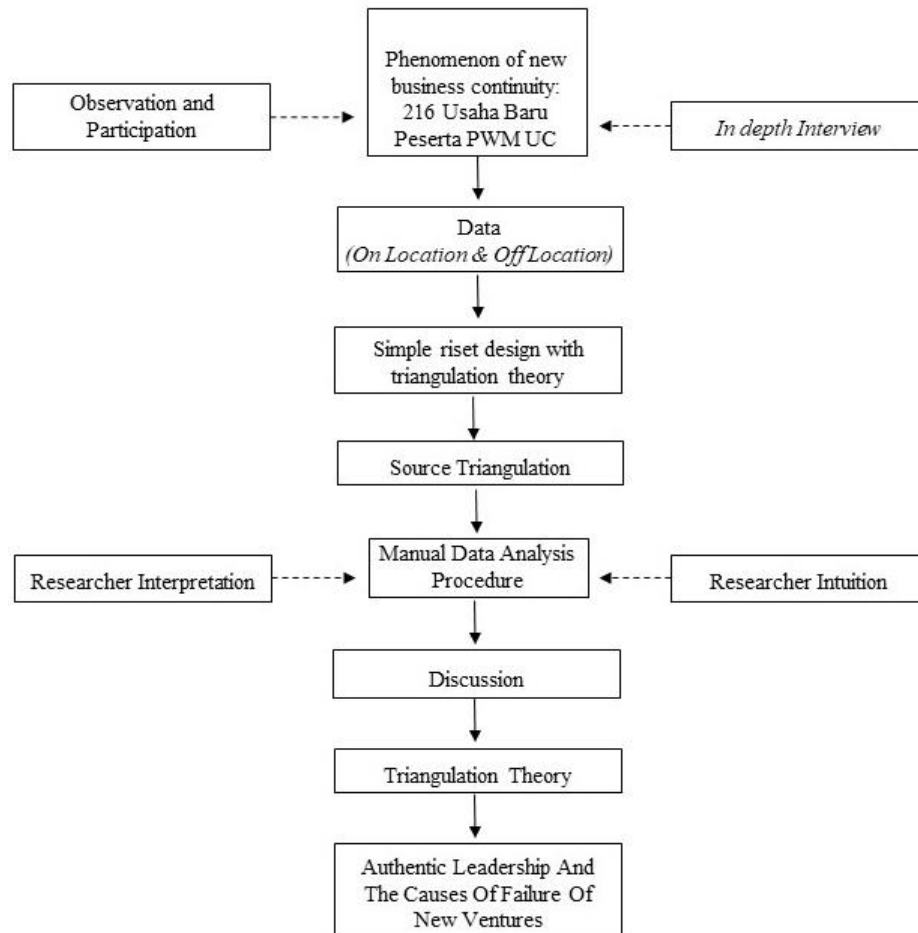
Pelaksanaan Program Wirausaha Merdeka sudah masuk dalam program kurikulum yang sudah direkonstruksi oleh tim STIE PGRI Dewantara Jombang meliputi pembekalan kompetensi kewirausahaan, peningkatan *skill* wirausaha melalui praktikum/magang, peningkatan pengalaman wirausaha melalui pengembangan ide atau implementasi bisnis, atau kegiatan lain yang bertujuan meningkatkan kompetensi mahasiswa dalam berwirausaha, Melalui program Wirausaha Merdeka, diharapkan mahasiswa yang memiliki minat dan potensi dalam kewirausahaan dapat terfasilitasi dengan baik serta mendapatkan dukungan berupa mentoring dan pendampingan dari para ahli dan praktisi wirausaha melalui Perguruan Tinggi pelaksana.



Gambar : Sintesis Pendahuluan

Fokus penelitian ini adalah mengusulkan bagaimana mahasiswa peserta program wirausaha merdeka dapat menjaga keberlanjutan usaha baru otentik melalui pendidikan kewirausahaan serta memperoleh pengalaman kerja yang berharga sebelum lulus, tidak hanya melalui kursus keterampilan universitas, tetapi sebagai peserta dalam angkatan kerja baru melalui pendidikan efek dan bagaimana bisa bertahan serta berkolaborasi dengan pengusaha pemula yang lain, serta peluang yang membangun pendidikan kewirausahaan melalui bekerja dengan bisnis, mendukung pengembangan pedagogi baru

pada pendidikan kewirausahaan. Dengan lokus penelitian mahasiswa peserta wirausaha merdeka Angkatan 2022/2023 dengan perguruan tinggi universitas Ciputra sebagai PTP (perguruan tinggi penyelenggara).



Gambar : Alur Berfikir Penelitian

## II. TINJAUAN PUSTAKA

### Niat kewirausahaan dan antesedennya

Banyak peneliti telah menyatakan minatnya pada sifat kewirausahaan dan sifat pengusaha. Harvey et al., (2010), mendefinisikan entrepreneur sebagai individu yang membuat kombinasi baru melalui penghancuran kreatif, sedangkan Hamdan et al., (2022) menganggap wirausahawan sebagai seseorang yang mengatasi kesenjangan di pasar. (Hammerschmidt et al., 2022) menyoroti aspek lain dalam mendefinisikan wirausaha sebagai orang yang mengenali peluang dan mengatur usaha baru untuk memanfaatkannya. Kecenderungan kewirausahaan atau niat individu dan sikap berkorelasi dengan keinginan yang lebih tinggi untuk menjadi sukses pengusaha (Y. Zhao et al., 2011). Oleh karena itu, sebagian besar studi berurusan dengan sifat-sifat individu dan sikap memiliki niat kewirausahaan dalam analisis mereka (Bolton & Lane, 2012;

Koe, 2016). Kecenderungan kewirausahaan individu sebagai niat untuk menjadi pengusaha ditemukan berkorelasi (Y. Zhao et al., 2011). Ada konsensus yang signifikan atas sikap kewirausahaan individu dan sifat-sifat kepribadian sebagai kontribusi terhadap kemungkinan berada dalam bisnis dan sebaliknya (Harris & Gibson, 2008). Namun demikian, hobi individu sebagai bagian dari kecenderungan kewirausahaan yang dijalannya (Y. Zhao et al., 2011), keragaman "sifat" kepribadian itu didefinisikan sebagai pengusaha sukses (Zhao et al., 2011; H. Zhao & Seibert, 2006). Y. Zhao et al., (2011) menyimpulkan bahwa "keterbukaan terhadap pengalaman" dan "kesadaran" adalah satu-satunya dua ciri kepribadian yang sangat terkait niat wirausaha. Demikian pula, ciri-ciri seperti "lokus kendali internal", "kebutuhan untuk prestasi" dan "toleransi untuk ambiguitas" (Okhomina, 2010). Selanjutnya, proaktif sebagai kompetensi diperdebatkan berasal dari "kebutuhan untuk berprestasi", "ekstraversi" dan "keterbukaan terhadap pengalaman" (Claes et al., 2005; Lumpkin & Dess, 2001), agresivitas kompetitif memiliki hubungan dengan "extraversion" dan "need for achievement" (Lumpkin & Dess, 2001).

Ketidakkonsistenan sikap kewirausahaan mulai muncul dengan karya perintis (Robinson et al., 1991). Dengan pengakuan fakta bahwa sikap kewirausahaan dapat berupa positif atau negative mengalami perubahan dengan pengaruh luar (Robinson et al., 1991), bagaimana sikap kewirausahaan dapat dipengaruhi oleh pengajaran dan pengalaman (Harris et al., 2007; Satar & Natasha, 2019). Sejalan dengan itu, faktor-faktor seperti "keluarga pengaruh bisnis", "bisnis pribadi atau bekerja di perusahaan kewirausahaan" ditemukan berdampak pada kecenderungan seseorang untuk menjelajah (Harris & Gibson, 2008; Levenburg & Schwarz, 2008; Zampetakis et al., 2009). Pada akhirnya, (Harris & Gibson, 2008) merekomendasikan empat sikap kewirausahaan dasar (pengendalian pribadi, inovasi, harga diri dan prestasi sehubungan dengan keterlibatan bisnis) di tingkat individu yang terkait dengan niat kewirausahaan.

Pengukuran instrumen dibangun secara eksplisit sehubungan dengan responden yang pengusaha atau mereka yang benar-benar terlibat dalam bisnis (Robinson et al., 1991). Evaluasi atribut kewirausahaan pada individu dengan berbagai langkah-langkah seperti harga diri (Harris & Gibson, 2008; Harris et al., 2007; Robinson et al., 1991), manajemen diri (Parnell et al., 2003), self-efficacy (Van Gelderen et al., 2008), kebutuhan berprestasi (Harris et al., 2007; Harris & Gibson, 2008; Okhomina, 2010; Robinson et al., 1991), lokus kontrol (Levenburg & Schwarz, 2008; Okhomina, 2010), pengambilan risiko (Levenburg & Schwarz, 2008), inovatif (Cho & Lee, 2018; Harris & Gibson, 2008; Robinson et al., 1991), self efficacy dan niat kewirausahaan (Y. Zhao et al., 2011), kreativitas, pro-aktivitas dan emosional kecerdasan (Zampetakis et al., 2009), kewaspadaan, ketekunan, kreativitas dan self-efficacy mengarah ke kontrol diri perilaku (Van Gelderen et al., 2008). Demikian pula dalam studi individu pengusaha, (Covin & Slevin, 1989), melibatkan campuran sifat dan sikap.

Dengan demikian, studi yang ada meneliti karakteristik kewirausahaan pada tingkat individu menunjukkan campuran dari kedua variabel sifat dan sikap. Namun demikian, ada upaya perintis menuju pengembangan skala untuk sikap kewirausahaan oleh Robinson et al., (1991). Penelitian ini pada dasarnya ditujukan untuk penilaian sikap

pengusaha dan selanjutnya diterapkan pada mahasiswa. Harris & Gibson, (2008); Bolton & Lane, (2012), mengusulkan, mengembangkan, dan memvalidasi, skala menunjukkan inovasi, proaktif, dan pengambilan risiko sebagai tiga elemen inti. Penulis memodifikasi / menulis ulang langkah-langkah yang divalidasi yang disediakan oleh Lumpkin et al., (2009) dari tingkat “tegas” ke tingkat “individu”. Menariknya, penelitian ini hanya menemukan tiga item utama sebagai konsisten (inovatif); proaktif; dan pengambilan risiko. Yang lain dua dimensi dari Lumpkin & Dess, (2001), skala otonomi dan, kompetitif agresivitas dengan demikian tidak dipertimbangkan pada tingkat individu karena konsistensi rendah. Implikasi dari penelitian ini telah memungkinkan lainnya penulis untuk mempelajari social enterprise mahasiswa dari perspektif yang berbeda. Misalnya dengan mengadopsi sepuluh item dari Bolton & Lane, (2012), sebuah studi terbaru oleh Dingilian, (2015), menegaskan kembali kisaran serupa dari konsistensi item inovasi, proaktif, dan pengambilan risiko. Lebih jauh Penyelidikan skala dilakukan oleh Bolton, (2012) dengan menguji instrumen dengan sampel 216 pengusaha pemula peserta PWM di PT Penyelenggara UC. Hasil yang ditunjukkan instrumen tersebut adalah ukuran orientasi kewirausahaan yang andal dan valid pada tingkat individu telah mendapatkan penerapan yang luas dalam konteks yang berbeda (Koe, 2016; Kraus et al., (2017). Studi penelitian yang terdaftar menunjukkan bahwa sebagian besar penelitian telah berusaha dengan benar memiliki ukuran persepsi individu tentang perilakunya, terutama kemauan untuk mengambil resiko, inovatif, otonomi dan pro-aktif yang menunjukkan seberapa sukses dia mungkin sebagai pengusaha.

Penelitian tentang orientasi kewirausahaan dalam kewirausahaan sosial Telah ada perhatian empiris eksplisit dalam arus utama. Namun demikian, telah ada miniatur kontribusi ilmiah dalam penelitian perilaku kewirausahaan di sektor nirlaba (Chen & Hsu, 2013). Barrett et al., (2005) melalui analisis korelasi ditemukan gaya manajemen kewirausahaan sebagai memiliki hubungan positif dengan kinerja perawatan kesehatan dan pendidikan nirlaba sektor. Demikian juga penelitian (Morris et al., 2011) mengungkapkan bahwa kinerja keuangan organisasi nirlaba, itu positif kaitannya dengan aspek orientasi pasar. Selanjutnya, saat menganalisis hubungan kinerja, Pearce et al., (2010) menemukan kinerja memainkan peran penting dalam meningkatkan kehadiran dan kontribusi anggota. Selanjutnya, studi terkait oleh Lumpkin et al., (2013) menemukan bahwa proses yang berbeda dari rekan komersialnya terutama dalam hal misi/motivasi sosial, identifikasi peluang, akses ke modal/pendanaan dan keterlibatan khusus dari berbagai pemangku kepentingan. Dalam sebuah penelitian untuk mengukur “orientasi nilai sosial” dari Sosial Enterprise, Miles et al., 2013; Covin & Slevin, 1989), mengungkapkan “sosial-nilai-orientasi” sebagai peningkatan tingkat “kinerja sosial”. Hasilnya sesuai dengan penelitian Coombes et al., (2011) terhadap pengaruh dewan nirlaba sebagai sumber daya strategis yang membentuk organisasi dan pertunjukan.

Sebuah studi yang lebih baru telah memelopori kontribusi untuk pengembangan skala di tingkat perusahaan sosial (SE) (Kraus et al., 2017). Skala yang diusulkan didasarkan pada skala EO yang ada (Miles et al., 2013) dengan versi modifikasi dari item khusus. Akhirnya skala dikembangkan, terdiri dari tiga dimensi inovasi, pengambilan

risiko dan proaktif, dengan tambahan dimensi “kemasyarakatan”. Deskripsi skala menunjukkan fokus eksplisit pada tiga dimensi utama, inovasi, pengambilan risiko dan proaktif yang disesuaikan dengan misi sosial. Demikian pula, studi terbaru oleh (Chen & Hsu, 2013) mengembangkan organisasi nirlaba. Yang dikembangkan skala dilakukan empat faktor inovasi, pro-aktif, pengambilan risiko dan timbal balik. Menariknya, studi tentang wirausaha sosial lebih menarik sebagai fenomena tingkat individu dan kelompok, memiliki hubungan timbal balik yang menjanjikan karena potensinya untuk memajukan teori dan praktik kewirausahaan, dikarenakan literatur saat ini berisi masih sangat terbatas

### **III. METODE PENELITIAN**

#### **BASIS DATA**

Basis data yang berfungsi sebagai fokus penelitian ini ditarik dari dua periode waktu yang berbeda yaitu pada saat permulaan bisnis itu dibentuk dan setelah bisnis itu berjalan. Dengan menggunakan metode kualitatif pendekatan studi kasus yang dilakukan pada usaha baru yang didirikan oleh 610 mahasiswa dari 60 perguruan tinggi se Indonesia untuk menjadi wirausaha baru. Dari jumlah itu, ada 216 bisnis baru (Tea, 2022). Fokus studi kasus ini untuk menyelidiki pengembangan produk kewirausahaan dan kinerja pengembangan produk di bawah naungan berbagai pengetahuan, penulis melakukan studi kasus komparatif multidivisional, menguji produk baru melalui program validasi produk yang dilakukan selama proses pembelajaran. Pendekatan studi kasus menindaklanjuti studi sebelumnya seperti dari Adler & Clark, (1991), Leonard-Barton, (1992), Von Hippel & Tyre, (1995) dan Hoopes & Postrel, (1999).

#### **PEMILIHAN KASUS**

Studi ini mengadopsi metodologi penelitian multi-kasus untuk memungkinkan penyelidikan ke dalam kasus, mendapatkan berbagai perspektif dan menghasilkan temuan empiris di luar konsep dan teori yang ada (Kumar & Ormiston, 2012). 216 perusahaan pemula peserta PWM di perguruan tinggi penyelenggara ciputra dipilih berdasarkan karakteristik umum yang sama. Misalnya, mereka semua mandiri dengan berdagang produk makanan di pasar yang kompetitif dan pada saat yang sama terus disampaikan dan memanfaatkan alat pemasaran. Untuk memastikan penerapan strategi pemasaran, semua kasus dipastikan memiliki misi yang dimasukkan ke dalam strategi pemasaran. Mengambil strategi produk sebagai contoh, meskipun produk dari mayoritas kasus tidak didistribusikan atau dijual dengan harga yang sangat rendah untuk populasi yang kurang terlayani, produk bersumber dari produsen lokal, pendapatan, melindungi lingkungan, dan meningkatkan nilai.

#### **PENGUMPULAN DATA**

Penelitian ini menggunakan wawancara semi-terstruktur tatap muka dengan peserta PWM yang mengikuti demoday di perguruan tinggi penyelenggara UC dan pemangku kepentingan yang relevan (yaitu penerima manfaat, masyarakat, karyawan, distributor, pelanggan dan pengguna; seperti yang disarankan oleh Salzman et al.,

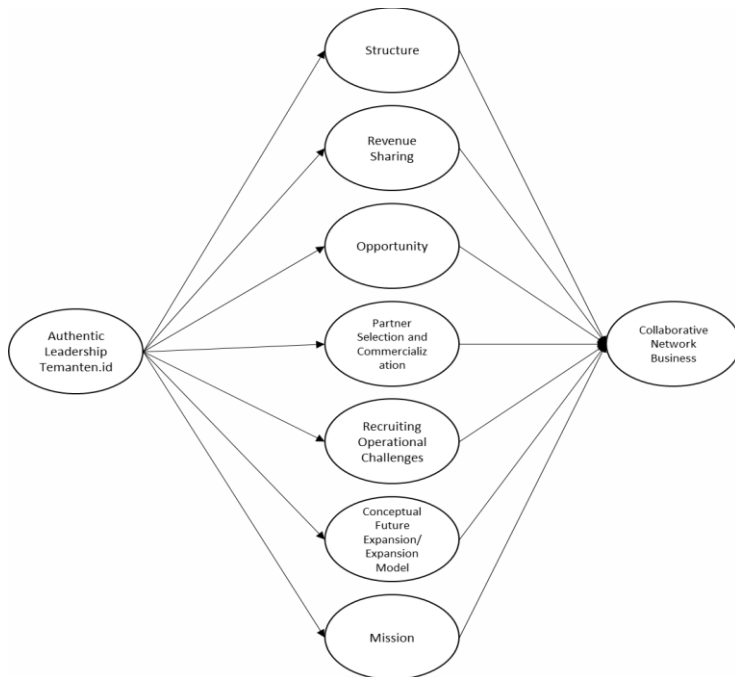


(2005). Setiap wawancara dengan pengusaha sosial berlangsung antara 1 dan 1,5 jam, dan 30–45 menit dengan pemangku kepentingan. Wawancara dilakukan dalam bahasa Indonesia dan Bahasa daerah, direkam dengan audio, ditranskrip dan diterjemahkan ke dalam bahasa Indonesia.

Pertanyaan yang diajukan tentang karakteristik umum perusahaan, seperti penciptaan nilai sosial, pendapatan dari penjualan barang, adaptasi kewirausahaan, komunitas, pandangan keberlanjutan usaha, permodalan dan pemangku kepentingan, keterlibatan, dan kemitraan, diikuti dengan pertanyaan tentang alat pemasaran perusahaan mereka (yaitu bagaimana mereka menerapkan inovasi dalam penawaran produk atau layanan mereka atau bagaimana mereka bermitra dengan yang lain organisasi untuk skala nilai sosial mereka). Selain wawancara pengusaha sosial dan pemangku kepentingan, dokumen sekunder dari sumber pihak ketiga, seperti artikel majalah perdagangan, liputan berita lokal, publikasi, acara televisi dan dokumenter dan situs web, ditarik untuk memperkuat bukti dan menguatkan wawancara informasi (Yin, 2009)

## **ANALISIS DATA**

Transkrip wawancara dan sumber sekunder yang relevan dari studi kasus di atas dianalisis secara manual untuk memperoleh kode dan frasa serta kalimat yang sering disebutkan (Rofiah, 2022). Kode-kode itu muncul adalah produk mengatasi masalah sosial, inovasi produk atau jasa, harga, distribusi saluran, kemitraan dengan organisasi lain, mengkomunikasikan misi sosial dan layanan pengalaman. Kode tambahan dari hasil wawancara adalah budaya dan kearifan lokal, penerapan teknologi modern, kualitas dan kepercayaan produk, serta sistem check and balance. Semua kalimat dan frase di seluruh kasus ditugaskan untuk setiap kode yang sesuai, diikuti dengan perbandingan konstan menggunakan kata pengulangan. Peta pohon diadopsi untuk membantu membandingkan hasil di seluruh kasus dengan mengamati persamaan dan perbedaan di seluruh unit data (Rofiah & Rahayu, 2022; Ryan & Bernard, 2003; Thomas-Chollier et al., 2011).

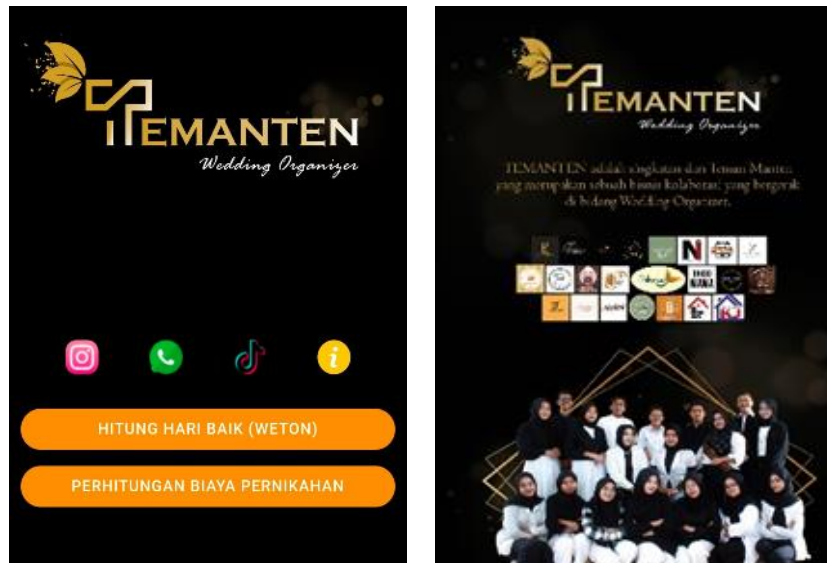


Gambar : Authentic Collaborative Of Temanten.id

#### IV. PEMBAHASAN

### KOLABORASI OTENTIK TEMANTEN.ID START UP SOCIAL ENTERPRISE DALAM PENGEMBANGAN BISNIS KOLABORASI YANG DIJALANKAN MAHASISWA : PELUANG UNTUK MAHASISWA DAN UKM

Temanten.id start up adalah *Social enterprise* Bisnis Jaringan berfokus pada usaha kolaborasi anak muda untuk menguatkan ketahanan usaha dan keberlanjutannya, tidak seperti kewirausahaan tradisional pada umumnya, *Social enterprise* ini diharapkan mampu menjawab permasalahan pada pengusaha pemula yang sangat rentan dapat bertahan dengan bisnis yang baru saja dirintis serta menjawab apa peran bisnis yang tergabung dalam *Social enterprise* itu. Bekerja bersama untuk membuat rencana yang akan saling menguatkan dan dibekali dengan lebih baik untuk membuat keputusan yang berdampak. Faktor individu (locus of control niat wirausaha) dan faktor lingkungan (jaringan sosial dan akses modal) memiliki dampak yang signifikan pada niat kewirausahaan. Namun lingkungan universitas ternyata tidak berdampak signifikan (Zhao et al., 2005). Temanten adalah bisnis yang bergerak di bidang wedding organizer dan membantu calon pengantin mulai dari mereka mempunyai pikiran untuk menikah serta membantu mereka untuk memahami apa saja yang perlu disiapkan sebelum hingga sesudah menikah. Temanten.id bisa diunduh melalui *google apps* dimana didalam aplikasi tersebut juga menyuguhkan berbagai macam kemudahan untuk penyelenggaraan pernikahan khusus adat jawa diantaranya menghitung hari baik, serta berbagai upacara persiapan pernikahan secara lengkap [https://bit.ly/E-Katalog\\_TEMANTEN](https://bit.ly/E-Katalog_TEMANTEN) .



Gambar : Tampilan Temanten.id apps dan Personil Temanten.id

## 1. STRUKTUR

Founder Temanten.id : Ajeng Aprilia Nur Aini, dan 20 co-founder lainnya : Habibur Rohman dan Abdillah Rizki choirufie sebagai HRD; Lisa Fitriani; Eries Budi; Mevleviani Asmoro; Rendy Andika menangani Keuangan Perusahaan; Nida Amalia, Ramadhina Elmira, Awis Rahma, Desi Rosalindah, Shavella Kartika, Hilmi Mahdy Valentino, Saptina Trisma Hidayati Bagian Produksi; Fera Anggraeni, Qotrunnada wahdaniyah, Valent Evolline, Devi Puji, Farikha Setiadi, Zeremia Puji, Rizka Amalia menangani bidang Pemasaran. Temanten.id ini juga sudah memiliki NIB serta HKI diharapkan mampu bersaing dan menutup ceruk pasar yang ada.

TEMANTEN adalah singkatan dari Teman Manten yang merupakan sebuah bisnis kolaborasi yang bergerak di bidang Wedding Organizer. Berikut adalah usaha mahasiswa Program Wirausaha Merdeka 2022 yang tergabung dalam Temanten.id :

1. Afrilia Make Up melayani make up berbagai acara mulai dari wedding hingga acara karnaval.
2. Luxury Photography Siap melayani fotografi dan videografi, dengan menyediakan paket lengkap untuk acara-acara resmi
3. Benefica Furniture-Interior Design Melayani desain interior yang sesuai dengan ruangan/sudut rumah. Setiap bahan furniture selalu memberikan kualitas terbaik. Menerima pengerjaan- customization room set seperti, tempat tidur, ruang kantor, ruang mushola, backdrobe TV, kitchen set, almari, wallpaper dinding, dan beberapa perabotan rumah yang lainnya.
4. Fatah Jaya Bangunan Fatah Jaya Bangunan merupakan sebuah usaha toko bahan bangunan yang berdiri sejak tahun 1996. Produk yang ditawarkan adalah Material bangunan, Alat-Alat tukang, Alat listrik, Cat tembok dan sebagainya.

5. Toko Bangunan Kurnia Jaya Toko Bangunan yang berdiri pada tahun 2020 menjual beberapa alat-alat pertukangan, alat-alat listrik dan juga material bangunan. Melayani pengiriman dalam skala kecil maupun besar
6. Nona Trendy Fashion yaitu toko yang menyediakan khusus baju wanita, gamis, atasan, gaun pesta brokrat, dan fashion daily.
7. Henama Fashion Sebuah usaha di bidang fashion yang menjual beberapa produk fashion berupa hijab, blouse, skirt, gamis, Kelebihan produk HENAMA FASHION terletak pada produk yang limited edition karena diproduksi terbatas untuk setiap desainya dan bisa by custom untuk ukuran, jenis bahas, maupun motif atau warnanya
8. Mafaz Garden merupakan usaha social enterprise yang mengedukasi masyarakat tentang miniatur tanaman bonsai plastik. Menyediakan souvenir bonsai plastik dan tanaman bonsai yang harganya terjangkau. Tidak cuma untuk mempercantik taman tetapi juga bisa bermanfaat bagi psikologis kita.
9. Angkringan Plat AG dan Plat AS ini merupakan semacam tempat yang menjual makanan ringan atau camilan seperti sosis bakar, telur bakar, usus bakar, nasi bakar serta minuman seperti kopi dan minuman lainnya
10. Eries mart adalah bisnis yang bergerak dibidang retail, Eries mart menyediakan segala kebutuhan pokok kehidupan sehari-hari seperti beras, minyak, gula, rokok, dan camilan lainnya
11. Fishque adalah usaha yang bergerak dibidang makanan, salah satunya yaitu prodak olahan ikan seperti Abon ikan lele, stik tulang ikan
12. Lumpia Beef by delicfoodn adalah makanan kombinasi dari lumpia jawa + burger yang akhirnya menjadi lumpia yg berisikan daging burger dengan tambahan topping seperti jagung, slada, makaroni dan saus sambal.
13. Bakso Mama adalah bisnis keluarga yang bergerak dibidang makanan (fnb), bakso mama menyediakan makanan yaitu bakso. Bakso mama berdiri di kota jombang sejak tahun 2000 hingga Sekarang
14. omah nyeduh adalah usaha yang bergerak dibidang minuman teh. omah nyeduh sendiri mempunyai produk best seller yaitu lemon kering
15. Catering Bu Efi Sudah berdiri sejak tahun 2018. Dengan menyuguhkan berbagai macam menu dan cita rasa yang nikmat. Harga yang terjangkau menjadi ciri khas catering ini dan alasan dicari oleh banyak orang.
16. Elmira Bakery Elmira bakery adalah usaha yang bergerak dibidang cake dan bakery, selain itu juga melayani pemesanan kue kering dan kue basah untuk semua hajatan. Disamping itu juga elmira bakery melayani pemesanan catering
17. Bandar Camilan merupakan bisnis yang bergerak di bidang makanan kering dan camilan yang dikemas cantik dan menarik, sangat cocok untuk souvenir pernikahan
18. Its.Cupcakee Usaha yang bergerak dibidang makanan dan cocok disebut sebagai hidangan penutup. Tersedia berbagai macam varian rasa yang cocok di semua kalangan. Menerima pesanan untuk dijadikan hidangan penutup di acara pernikahan, ulang tahun, syukuran, dll.

19. Nyemil Yuk usaha yang bergerak dibidang makanan yang bahan baku pisang dan mbote/talas ini kami ambil dari petani sekitar daerah kami, selain kami berfokus pada bisnis cemilan ini kami juga berharap dapat membantu menaikkan taraf hidup masyarakat petani tersebut dengan membeli hasil kebun mereka
20. Eki Cahya adalah usaha keluarga yang bergerak dibidang Makeup dan juga Dekorasi, kami menyediakan jasa makeup dan berbagai macam dekorasi pernikahan, engagement, tedak siten dan masih banyak lainnya.
21. Cahaya Craft adalah sebuah bisnis di bidang industri kreatif yang memproduksi buket, hampers, seserahan, mahar, ring box, dan parcel. Adapun bisnis kami ini melayani order untuk event seperti pernikahan, ulang tahun, wisuda, dll.
22. Serba Serbi adalah usaha yang menjual berbagai macam produk kosmetik mulai dari Wardah, Y.O.U, Emina Dll. Dan dijual secara Online
23. Need Design Merupakan bisnis jasa design seperti wedding invitation, ucapan, undangan digital dll. Melayani request design sesuai keinginan.



Gambar : HKI dan NIB Temanten.id

## 2. PEMBAGIAN PENDAPATAN

Pendapatan dibagi dalam tiga cara: 25% dikumpulkan dalam biaya administrasi dan overhead, 60% dikumpulkan oleh orang yang terlibat dalam proyek itu, dan 15% dikumpulkan oleh direktur masing-masing divisi. 17% Biaya overhead yang terbatas secara positif mempengaruhi kemampuan ekspansi. Selain pemeliharaan media sosial, rekanan dan direktur Temanten.id tidak memerlukan ruang kantor, selain tempat rekanan dapat bertemu dengan klien, yang umumnya banyak terdapat di kampus. Universitas juga dengan senang hati membantu mahasiswa dengan menyediakan ruang dan ruangan.

### 3. PELUANG

Di sisi mahasiswa, rekan-rekan memiliki kesempatan untuk mempraktikkan keterampilan yang telah mereka pelajari di kelas sarjana, kompetisi kasus, dan analisis kasus bisnis. Temanten.id telah memberikan kesempatan kepada rekan-rekannya untuk bekerja pada proyek-proyek unik, yang dapat disorot dalam resume yang meningkatkan peluang kerja di pasar kerja yang kompetitif (Harrington, 2017). Seringkali, lebih awal bisnis panggung dan start-up cukup kecil sehingga tim Temanten.id memiliki dampak terukur yang dapat ditunjukkan sebagai bukti nilai mereka. Start-up memerlukan konsultasi yang sama dengan bisnis mapan mana pun dan pada tahap awal, koreksi kecil saja dapat memengaruhi perubahan jangka panjang. Ada manfaat karir bagi rekan dan direktur Temanten.id.; banyak orang telah bekerja untuk perusahaan atau mengambil posisi konsultan profesional atau bekerja untuk raksasa teknologi atau memiliki karir wirausaha sendiri.

Untuk social enterprise ini, memanfaatkan bakat mahasiswa adalah solusi yang sama-sama menguntungkan: Layanan Temanten.id disediakan dengan tarif yang relatif di bawah pasar dibandingkan dengan perusahaan profesional dan UKM juga dapat memperoleh pemenuhan altruistik tertentu dengan mengetahui bahwa mereka berada di sekitar mahasiswa muda, bersemangat, dan cerdas, yang berpotensi ditawarkan posisi setelah penyelesaian proyek. Pengalaman Temanten.id menunjukkan bahwa ini adalah posisi pro nilai yang layak untuk klien. Sementara itu, rekan mahasiswa mendapatkan pengalaman dan praktik menggunakan keterampilan mereka, melanjutkan pendidikan mereka, diberi kompensasi atas nilai yang mereka berikan, memungkinkan penghasilan lebih besar tidak hanya menggunakan keterampilan, tetapi juga mendapatkan fleksibilitas dan kemampuan beradaptasi bekerja pada beragam proyek. Berkaitan dengan divisi konsultasi, misalnya, banyak orang yang berlatar belakang bisnis tradisional memiliki dorongan untuk menilai kinerja bisnis dengan melihat kualitas kesehatan keuangannya dan menilai nilai melalui kemampuan bisnis untuk menghasilkan uang, mengelola pasokan rantai, dan membangun struktur biaya yang berkelanjutan. Namun, start-up tahap awal tidak dapat dinilai dengan cara yang sama karena sering kali merupakan lokasi awal, tidak memiliki metrik nilai tradisional seperti pendapatan, keuntungan, atau tingkat pertumbuhan.

### 4. SELEKSI MITRA DAN KOMERSIALISASI

Meluncurkan bisnis dari posisi sebagai mahasiswa memungkinkan mahasiswa untuk kembali ke studi mereka jika gagal. Studi sehari-hari juga mengganggu fokus para pendiri karena waktu mereka terbagi antara pengejaran, pertumbuhan yang melambat, dan kemajuan usaha. Sebaliknya, pengalaman yang lebih sukses adalah dengan pendiri di dalam dan di luar kampus. Dalam membantu mengkomersialkan perkembangan usaha, kemitraan dengan sesama mahasiswa pengusaha yang begitu kuat telah terbukti bermanfaat bagi pemaparan rekan-rekan mahasiswa terhadap beberapa kegiatan yang sudah dijalankan. Mereka memiliki kesempatan untuk bekerja dengan banyak pendiri berbeda dalam proyek di berbagai bidang. Seringkali mahasiswa tidak memiliki

pemahaman menyeluruh tentang bagaimana menjalankan bisnis, atau model bisnis dengan rencana yang diartikulasikan dengan jelas untuk mengembangkan bisnis mereka. Namun, apa yang kurang dalam kecerdasan bisnis dikompensasi dalam visi besar yang didukung oleh keyakinan, keahlian domain, dan keahlian teknis yang bernuansa, yang didukung dan dipuji oleh keterampilan bisnis rekan-rekan Temanten.id. Temanten.id tidak merestrukturisasi bisnis yang sudah ada; sebaliknya, mereka menilai ide pendiri atau start-up tahap awal dan bertujuan untuk membangun model operasi yang berkelanjutan. Untuk bisnis yang berada di awal siklus bisnisnya, nilai yang mereka berikan terwujud di masa depan. Berdiskusi dan berfokus pada pembuatan slide untuk usaha sebelum meneruskan dek ke rekan desain yang merampingkan konten. Eksposur sesama usaha jenis ini juga memberikan pelajaran penting bahwa bahkan memiliki perlindungan kekayaan intelektual dan tim dengan keahlian adalah penting, tetapi seringkali tidak cukup untuk berhasil. Nilai yang diperoleh tergantung pada eksekusi tim serta keberuntungan.

## 5. TANTANGAN OPERASIONAL MEREKRUT

Mempertahankan bakat mahasiswa bisa jadi sulit dengan begitu banyaknya persaingan kegiatan di kampus. Peningkatan jumlah rekan mahasiswa harus diimbangi dengan peningkatan jalur pekerjaan. Jika tidak ada cukup orang, banyak proyek tidak dapat diselesaikan untuk klien dalam rentang waktu yang masuk akal. Alternatifnya, jika ada terlalu banyak orang dalam tim tetapi tidak cukup kerja, mahasiswa sering kehilangan minat dan mengejar minat lain dalam berbagai peluang yang tersedia di kampus universitas. Sayangnya, meyakinkan mahasiswa untuk terlibat kembali jauh lebih sulit daripada merekrut mahasiswa itu untuk pertama kali, karena kesempatan tersebut telah kehilangan daya tariknya karena memiliki kesan pertama yang tidak memuaskan. Keterlibatan dan komitmen akan selalu dicari oleh organisasi lain dan mahasiswa dapat memilih hal-hal yang berpotensi kurang berarti jika mereka tidak bekerja dengan Temanten.id. Penting untuk menyeimbangkan jumlah rekan mahasiswa dalam tim karena Temanten.id meningkatkan volume proyeknya. Sangat penting untuk menetapkan ekspektasi proyek yang tegas ketika rekan kerja mulai bekerja. Terlibat dengan sesama secara sporadis, tetapi menuntut volume pekerjaan yang besar dalam interval pendek. Ini seringkali tidak masuk akal mengingat jadwal akademik yang bersaing. Ketika seseorang menerima korespondensi tanpa filter dari klien yang menuntut atau klien dengan terlalu banyak orang yang memberikan arahan, ekspektasi dapat dengan cepat menjadi berlebihan. Untuk mengatasi masalah ini, direktur Temanten.id menetapkan harapan untuk mengelola tugas dan korespondensi di awal proyek. Jaringan mahasiswa di berbagai kampus yang memiliki keterampilan seperti yang telah disebutkan, Tantangan lain untuk merek jangka panjang Temanten.id adalah persepsi yang salah bahwa karena harga yang lebih rendah dan pengalaman yang relatif lebih sedikit, produknya memiliki kualitas yang lebih rendah. Mitra UKM yang belum bekerja dengan Temanten.id sering kali meremehkan kemampuan rekan mahasiswa dan kualitas hasil kerjanya, sementara mereka yang telah menyelesaikan proyek Temanten.id sering mengatakan bahwa

perusahaan dapat mengenakan biaya lebih banyak berdasarkan seberapa puas klien dengan hasil akhirnya. Kemampuan mahasiswa yang salah menilai membatasi kemampuan untuk memberi harga layanannya lebih tinggi, yang mengarah pada keyakinan bahwa kualitasnya lebih rendah karena tarif diskon. Portofolio telah digunakan untuk menyelesaikan masalah berbasis persepsi, tetapi dengan hasil yang beragam. Rujukan dari klien sebelumnya dan lambatnya membangun merek telah menumbuhkan basis klien perusahaan dengan sangat andal. Ada kemungkinan bahwa sebagai konsekuensi alami dari menggembar-gemborkan rekan "mahasiswa" nya, klien dituntut untuk mengharapkan pekerjaan perusahaan menjadi kurang profesional, meskipun produk akhir tampaknya tidak dapat dibedakan dari produk karyawan perusahaan yang bekerja penuh waktu. Dalam keadilan, mengingat Temanten.id memasarkan dirinya sendiri untuk memulai tahap awal yang kekurangan uang, ia akhirnya melayani UKM dengan lebih baik melalui pemanfaatan bakat mahasiswa dan biaya overhead yang lebih rendah. Ini adalah ceruk yang sulit untuk ditempati karena sebagian besar kliennya sedang mencari pendanaan, tetapi pengalaman telah menunjukkan model independen dengan overhead terbatas, ditambah dengan volume tinggi, menjadi model yang berkelanjutan.

Pemasaran untuk start-up itu menantang, karena modalnya terbatas. Meskipun direktur Temanten.id bereksperimen dengan perjanjian kompensasi yang bergantung pada putaran penggalangan dana yang berhasil untuk pekerjaannya, telah berfungsi dengan baik. Penganggaran berdasarkan proyek dan mengklarifikasi harapan untuk kerugian batas ruang lingkup, karena kompensasi proyek umumnya dibagi di muka dan setelah proyek selesai. Kerugian akan dibagi dengan mengurangi pembayaran kepada rekan dan direktur. Karena kredit klien yang terbatas, pendapatan bisa tetap kecil, meski margin keuntungannya sehat. Tanpa menaikkan harga atau volume pekerjaannya, akan sulit bagi siapa pun yang terlibat dalam Temanten.id untuk menempati peran penuh waktu. Studi ini disertai dengan empat hal penting implikasi tentang niat kewirausahaan. Pertama, faktor yang paling kuat terkait dengan niat berwirausaha adalah self-efficacy; hasil ini konsisten dengan penelitian sebelumnya. Menurut Boyd and Vozikis, (1994), tren terkini menyoroti faktor seperti self-efficacy dan locus of control sebagai anteseden yang kuat dari kewirausahaan niat, dan temuan yang dilaporkan di sini mendukung pandangan ini dalam konteks. Mahasiswa dengan self-efficacy tinggi dan locus of control internal cenderung mengalami peningkatan niat kewirausahaan dibandingkan dengan mahasiswa dengan tingkat yang lebih rendah dari self-efficacy dan locus of control eksternal ( Zhao et al., 2005) mencatat, memperkuat kepercayaan mahasiswa dalam kapasitas mereka untuk berwirausaha dengan mempengaruhi kepercayaan diri yang mujarab bisa meningkatkan niat kewirausahaan mereka di awal tahapan karir mereka. Self-efficacy sebagai yang paling berpengaruh faktor niat berwirausaha.

## 6. EKSPANSI/MODEL EKSPANSI MASA DEPAN KONSEPTUAL

Jaringan mahasiswa di berbagai kampus yang memiliki keterampilan unik berarti bahwa jika proyek klien muncul di satu cabang yang tidak memiliki kapasitas atau bakat untuk menyelesaikannya, proyek tersebut dapat dengan mudah dilewati. Rencana suksesi



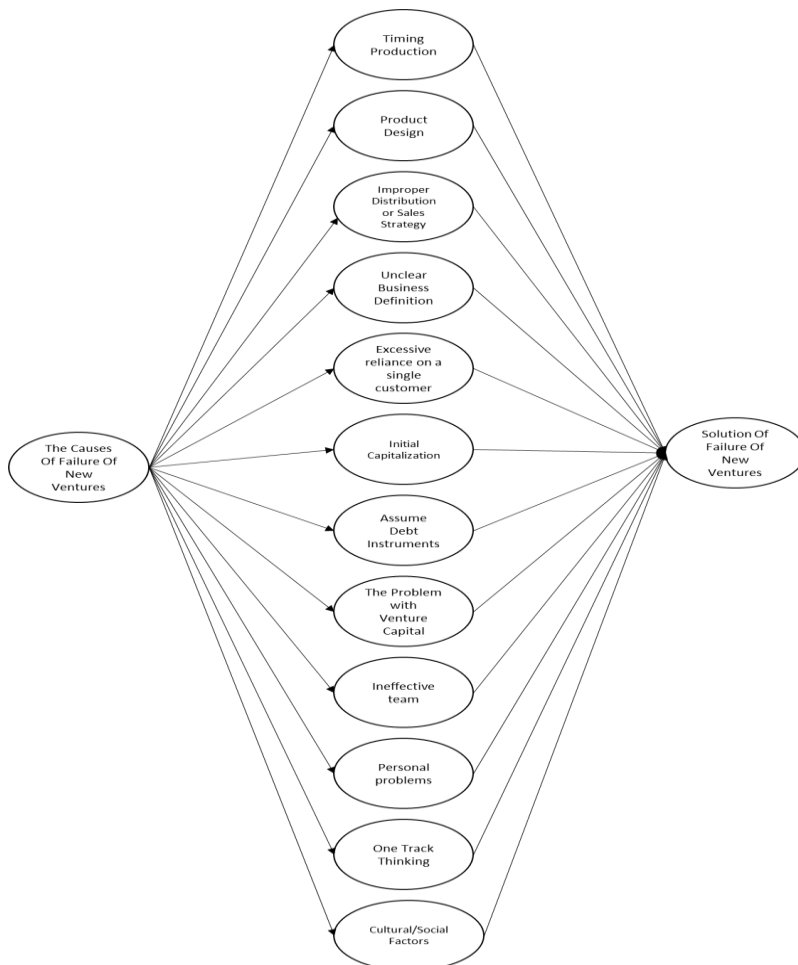
saat ini di cabang berkisar pada direktur yang mengidentifikasi calon direktur baru yang kemudian dilatih dan diperkenalkan dengan tanggung jawab jabatan direktur selama tahun kedua masa jabatan direktur. Biasanya direkturnya senior dan calon direkturnya mahasiswa tahun kedua. Dengan cara ini, cabang bertahan dan kepemimpinan tetap diarahkan oleh mahasiswa saat rekan menjadi direktur. Lulusan memiliki kemampuan untuk bertindak sebagai mentor setelah mengidentifikasi mahasiswa di universitas yang merupakan kandidat ideal untuk menerapkan model Temanten.id. Kegiatan pemodelan peran, pelatihan di tempat kerja, atau praktik rencana bisnis selama pendidikan karena itu dapat membantu meningkatkan mahasiswa self-efficacy sebagai tindakan tersebut akan memberikan kontribusi untuk penciptaan lingkungan pendidikan yang efektif. Akses ke modal berhubungan negatif dengan niat kewirausahaan. Ini berbeda dengan temuan Kristiansen dan Indarti, (2004) yang berpendapat positif hubungan antara niat kewirausahaan dan akses ke modal. Dalam studi itu, namun, akses ke modal digabungkan dengan akses informasi dan jejaring sosial sebagai ukuran "kesiapan instrumental" Kristiansen dan Indarti, (2004), sedangkan studi ini diperlakukan akses ke modal sebagai variabel yang berbeda. Bertentangan dengan temuan studi sebelumnya, yang menunjukkan hubungan positif antara akses ke modal dan niat kewirausahaan (Meier dan Pilgrim, 1994), Satu penjelasan yang mungkin untuk hubungan negatif yang diamati antara akses modal dan niat kewirausahaan dapat menjadi bias optimis di kalangan mahasiswa terhadap fenomena yang terkait dengan kewirausahaan. Mahasiswa relatif kurang pengalaman dengan mengamankan pembiayaan dan membangun bisnis dapat berarti optimisme mereka tentang akses modal akan memudar setelah menghadapi "realitas keras".

## 7. MISI

Misi Temanten.id berputar di sekitar keterlibatan mahasiswa anggota dengan platform yang memungkinkan keterampilan mereka digunakan di luar kampus, sambil diberi kompensasi atas nilai yang mereka berikan kepada penerima pekerjaan mereka. Dengan demikian, misi organisasi berupaya mendukung pertumbuhan usaha baru di komunitas regional dan universitas. Organisasi berusaha untuk mempromosikan budaya saling menguntungkan antara mahasiswa yang diberikan kesempatan kepada klien yang dibantu. Transparansi adalah yang terpenting, dan mereka yang terlibat memahami Temanten.id adalah keterlibatan yang memungkinkan prospek pekerjaan yang lebih baik setelah lulus. Tujuan organisasi untuk membawa mahasiswa dari beragam minat dan keahlian bersama untuk berkolaborasi dan menghasilkan proyek bersama untuk klien sebagai alternatif hemat biaya untuk perusahaan konsultan, desain, atau pengembangan tradisional, independen dari instruksi universitas, adalah hal baru. Temanten.id berharap untuk berkembang ke semaksimal mungkin sehingga bisa menjadi contoh, dan lebih banyak mahasiswa dapat memperoleh manfaat dari keuntungan yang didapat dengan memiliki keterlibatan kerja yang berpengalaman yang mungkin lebih khas di masa depan.

## THE CAUSES OF FAILURE OF NEW VENTURES

Proses kolaborasi selama menjalani PWM Tim Temanten.id mendapatkan pembelajaran tentang poin penting dalam pengembangan startup mereka antara lain :



Gambar : The Causes Of Failure Of New Ventures

## 1. WAKTU PRODUK

Produk terbaik di dunia akan terjual jika pasar jenuh dengan produk baru itu yang dasarnya mengisi kebutuhan konsumen yang sama seperti produk lain yang sudah ada pasar memiliki peluang yang kesuksesan sangat kecil.

## 2. DESAIN PRODUK

Ada dua alasan yang diberikan mengapa desain produk yang direncanakan waktu atau alokasi anggaran tidak bisa bertemu. Yang pertama adalah ketidakmampuan untuk mengembangkan prototipe kerja dari kriteria desain asli. Alasan kedua adalah ketidakmampuan untuk menghasilkan produk yang dapat dipasarkan dari prototipe yang berfungsi. Ini ditemukan menjadi penyebab utama kegagalan dalam satu kasus dan penyebab kecil di lain.

### **3. DISTRIBUSI YANG TIDAK TEPAT ATAU STRATEGI PENJUALAN**

Mengingat strategi penjualan dan distribusi harus diarahkan baik pada jenis produk maupun jenis pelanggan yang dikejar, ketersediaan umum lebih banyak pilihan harus membuat tugas pencocokan menjadi lebih mudah. Namun, itu mungkin bahwa set distribusi yang lebih besar pilihan sebenarnya meningkatkan peluang memilih saluran yang tidak pantas.

### **4. DEFINISI BISNIS TIDAK JELAS**

Penyebab kegagalan, adalah mereka tidak memahami bahwa definisi bisnis mereka tidak jelas. Penjelasan ini tampaknya lebih mungkin karena perusahaan rintisan memiliki pendiri dan CEO yang demikian lebih didorong oleh orientasi bisnis.

### **5. KETERGANTUNGAN YANG BERLEBIHAN PADA SATU PELANGGAN**

Salah satu pelajaran yang dipublikasikan dengan baik dari startup awal (sukses atau gagal) harus dihindari ketergantungan berlebihan pada satu pelanggan.

### **6. KAPITALISASI AWAL**

Masalah kekurangan modal penyebab disebutkan sebagai penyebab utama kegagalan Tetapi hanya satu Salah satu penjelasan yang mungkin adalah modal itu relatif lebih banyak tersedia dalam dekade ini. Mengingat penyebab tersebut adalah penjelasan yang agak tradisional yang ditawarkan pengusaha. Ketersediaan jumlah yang lebih besar dan sumber baru modal memperhitungkan perbedaan penekanan. Alasan lain untuk dampak negatif dari akses ke modal mungkin karena konteks atau budaya. Özen Kutanis dan Alpaslan, (2006) menyiratkan bahwa mahasiswa adalah yang pertama pilihan modal adalah tabungan pribadi, diikuti dengan dukungan keluarga. Salah satu alasan potensial untuk ketidakefektifan lingkungan universitas di mendorong kewirausahaan mungkin cakupan topik menerima dalam kursus di universitas.

### **7. ASUMSIKAN INSTRUMEN HUTANG**

Ini adalah penyebab utama kegagalan Ketersediaan lebih banyak jenis modal ekuitas adalah salah satu kemungkinannya penjelasan, karena perusahaan saat ini tidak harus mengandalkan pembiayaan utang begitu dini dalam proses pertumbuhan.

### **8. MASALAH DENGAN MODAL VENTURA**

Semakin banyak uang yang diinvestasikan dalam perusahaan, yaitu semakin besar kemungkinan investor akan terus mendukung perusahaan.

### **9. TIM YANG TIDAK EFEKTIF**

Konsep bangunan dan mempertahankan manajemen yang berkualitas tim dengan dukungan karyawan kunci dan profesional luar tidak dapat ditekankan terlalu banyak. Hati-hati dalam mencoba melakukan semuanya sendiri.

## **10. MASALAH PRIBADI**

Ketidakmampuan para pendiri untuk mengenali kekuatan mereka sendiri dan kelemahan dan bertindak sesuai dengan itu.

## **11. PEMIKIRAN SATU JALUR**

Pemikiran satu jalur dalam hal ini adalah untuk mencoba untuk memaksa produk ke dalam pasar tertentu yang awalnya dimaksudkan, meskipun mungkin lebih cocok ke beberapa jenis aplikasi lainnya. Masalah ini dicirikan sebagai keberadaan analog dengan mencoba untuk memaksa pasak persegi ke dalam lubang bundar.

## **12. FAKTOR BUDAYA/SOSIAL**

Menggambarkan keengganan di pihak perusahaan basis pelanggan untuk mengadopsi produk yang dinyatakan layak secara teknis dan ekonomis.

## **V. KESIMPULAN DAN SARAN**

Melalui pengujian model yang komprehensif pada niat kewirausahaan dari mahasiswa, dan menemukan locus of control sebagai individu yang penting faktor dan jaringan sosial dan akses ke modal sebagai faktor lingkungan, dan itu lingkungan universitas tidak memberikan dampak yang signifikan, hal itu terungkap bahwa kepribadian memiliki dampak yang lebih kuat daripada faktor lingkungan pada niat wirausaha. Selain itu, penelitian ini menegaskan bahwa beberapa studi penjelasan dan lingkungan harus dipertimbangkan apa yang bisa dilakukan di universitas untuk mendorong jiwa kewirausahaan mahasiswa.

Saat ekonomi berkembang di tahun-tahun mendatang, Temanten.id akan membuktikan timnya sebagai metode yang layak untuk mendapatkan keterampilan berbasis pengalaman praktis yang dicari oleh pemberi kerja. Ini juga memaparkan mahasiswa pada peluang wirausaha yang merupakan bagian tak terpisahkan dari ekonomi. Dalam memperoleh nilai dari pengalaman kerja mandiri seperti yang diperoleh dengan Temanten.id, mahasiswa sarjana lebih cenderung membuat aspirasi karir wirausaha, daripada peluang kerja tradisional, Program pendidikan kewirausahaan yang telah mengetahui aspirasi. untuk pekerjaan atau wirausaha (Beynon, Jones, Packham, & Pickernell, 2014).

Inilah sebabnya mengapa memiliki pengalaman ini di awal pendidikan mahasiswa sangat penting untuk mengajarkan kemampuan beradaptasi yang penting bagi pekerja masa depan Delaney et al., (2019), Mempertimbangkan komposisi tenaga kerja yang berubah dengan cepat dan misi pendidikan universitas, model Temanten.id dapat diperluas sebagai pengalaman belajar mandiri dan pengalaman untuk keuntungan perluasan jaringan, sementara juga menyediakan bekerjasama dengan layanan berkualitas tinggi dengan harga terjangkau. .

Karena tenaga kerja terus bergeser dari pekerjaan tradisional penuh waktu dan manfaat penuh, pendidikan universitas perlu membantu mahasiswa untuk mendukung

usaha mandiri, di luar lingkup universitas, bertentangan dengan kedengarannya. Pengalaman imersif dan autentik mempersiapkan mahasiswa untuk masa depan, mempersiapkan mereka untuk kehidupan pascasarjana di dunia kerja dan dunia yang berubah dengan cepat. Sehingga diperlukan kepemimpinan otentik dan adaptif dalam perkembangan dunia usaha yang dinamis.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adler, P. S., & Clark, K. B. (1991). Behind the learning curve: A sketch of the learning process. *Management Science*, 37(3), 267–281.
- Barrett, H., Balloun, J. L., & Weinstein, A. (2005). The impact of creativity on performance in non-profits. *International Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing*, 10(4), 213–223.
- Bolton, D. L. (2012). Individual entrepreneurial orientation: Further investigation of a measurement instrument. *Academy of Entrepreneurship Journal*, 18(1), 91.
- Bolton, D. L., & Lane, M. D. (2012). Individual entrepreneurial orientation: Development of a measurement instrument. *Education+ Training*, 54(2/3), 219–233.
- Boyd, N. G., & Vozikis, G. S. (1994). The influence of self-efficacy on the development of entrepreneurial intentions and actions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 18(4), 63–77.
- Chen, H. L., & Hsu, C.-H. (2013). Entrepreneurial orientation and firm performance in non-profit service organizations: contingent effect of market orientation. *The Service Industries Journal*, 33(5), 445–466.
- Cho, Y. H., & Lee, J.-H. (2018). Entrepreneurial orientation, entrepreneurial education and performance. *Asia Pacific Journal of Innovation and Entrepreneurship*.
- Claes, R., Beheydt, C., & Lemmens, B. (2005). Unidimensionality of abbreviated proactive personality scales across cultures. *Applied Psychology*, 54(4), 476–489.
- Coombes, S. M. T., Morris, M. H., Allen, J. A., & Webb, J. W. (2011). Behavioural orientations of non-profit boards as a factor in entrepreneurial performance: does governance matter? *Journal of Management Studies*, 48(4), 829–856.
- Covin, J. G., & Slevin, D. P. (1989). Strategic management of small firms in hostile and benign environments. *Strategic Management Journal*, 10(1), 75–87.
- de Vries McClintock, H. F., Barg, F. K., Katz, S. P., Stineman, M. G., Krueger, A., Colletti, P. M., Boellstorff, T., & Bogner, H. R. (2016). Health care experiences and perceptions among people with and without disabilities. *Disability and Health Journal*, 9(1), 74–82.
- Delaney, P. G., Harrington, K., & Toker, E. (2019). Undergraduate student-run business development services firms: A new educational opportunity and growth alternative for small and medium enterprises. *Entrepreneurship Education and Pedagogy*, 2(2), 171–187.
- Dingilian, G. (2015). *Exploring group differences in individual entrepreneurial*

- orientation between farmers with distinct agricultural conservation practices.* Northcentral University.
- Gwynne, P. (2008). More schools teaching entrepreneurship. *Research Technology Management, 51*(2), 6–8.
- Hamdan, A., Ghura, H., Alareeni, B., & Hamdan, R. K. (2022). Entrepreneurship growth in emerging economies: new insights and approaches. In *Journal of Sustainable Finance & Investment* (Vol. 12, Issue 1, pp. 1–12). Taylor & Francis.
- Hammerschmidt, J., Kraus, S., & Jones, P. (2022). Sport entrepreneurship: definition and conceptualization. *Journal of Small Business Strategy, 32*(2), 1.
- Harris, M. L., & Gibson, S. G. (2008). Examining the entrepreneurial attitudes of US business students. *Education+ Training, 50*(7), 568–581.
- Harris, M. L., Gibson, S. G., & Taylor, S. R. (2007). Examining the impact of small business institute participation on entrepreneurial attitudes. *Journal of Small Business Strategy, 18*(2), 57–76.
- Harvey, M., Kiessling, T., & Moeller, M. (2010). A view of entrepreneurship and innovation from the economist “for all seasons”: Joseph S. Schumpeter. *Journal of Management History, 16*(4), 527–531.
- Henderson, R., & Robertson, M. (1999). Who wants to be an entrepreneur? Young adult attitudes to entrepreneurship as a career. *Education+ Training.*
- Hoopes, D. G., & Postrel, S. (1999). Shared knowledge, “glitches,” and product development performance. *Strategic Management Journal, 20*(9), 837–865.
- Jackson, D., & Wilton, N. (2016). Career management attitudes among business undergraduates. *Australian Journal of Career Development, 25*(1), 7–22.
- Koe, W.-L. (2016). The relationship between Individual Entrepreneurial Orientation (IEO) and entrepreneurial intention. *Journal of Global Entrepreneurship Research, 6*, 1–11.
- Kraus, S., Niemand, T., Halberstadt, J., Shaw, E., & Syrjä, P. (2017). Social entrepreneurship orientation: development of a measurement scale. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research, 23*(6), 977–997.
- Kristiansen, S., & Indarti, N. (2004). Entrepreneurial intention among Indonesian and Norwegian students. *Journal of Enterprising Culture, 12*(01), 55–78.
- Kumar, K., & Ormiston, J. (2012). Bounding research settings. *Handbook of Research Methods on Social Entrepreneurship*, 106.
- Leonard-Barton, D. (1992). Core capabilities and core rigidities: A paradox in managing new product development. *Strategic Management Journal, 13*(S1), 111–125.
- Levenburg, N. M., & Schwarz, T. V. (2008). Entrepreneurial orientation among the youth of India: The impact of culture, education and environment. *The Journal of Entrepreneurship, 17*(1), 15–35.
- Link, A. N., & Welsh, D. H. B. (2013). From laboratory to market: On the propensity of young inventors to form a new business. *Small Business Economics, 40*, 1–7.
- Lumpkin, G. T., Cogliser, C. C., & Schneider, D. R. (2009). Understanding and measuring autonomy: An entrepreneurial orientation perspective. *Entrepreneurship*

- Theory and Practice*, 33(1), 47–69.
- Lumpkin, G. T., & Dess, G. G. (2001). Linking two dimensions of entrepreneurial orientation to firm performance: The moderating role of environment and industry life cycle. *Journal of Business Venturing*, 16(5), 429–451.
- Lumpkin, G. T., Moss, T. W., Gras, D. M., Kato, S., & Amezcua, A. S. (2013). Entrepreneurial processes in social contexts: how are they different, if at all? *Small Business Economics*, 40, 761–783.
- Meier, R., & Pilgrim, M. (1994). Policy-induced constraints on small enterprise development in Asian developing countries. *Small Enterprise Development*, 5(2), 66–78.
- Miles, M., Verreyne, M.-L., Luke, B., Eversole, R., & Barracket, J. (2013). The relationship of entrepreneurial orientation, Vincentian values and economic and social performance in social enterprise. *Review of Business*, 33(2), 91–102.
- Morris, M. H., Webb, J. W., & Franklin, R. J. (2011). Understanding the manifestation of entrepreneurial orientation in the nonprofit context. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 35(5), 947–971.
- Okhomin, D. (2010). Does level of education influence psychological traits? Evidence from used car entrepreneurs. *Journal of Management and Marketing Research*, 3, 1.
- Özen Kutanis, R., & Alpaslan, S. (2006). *Girişimci ve yönetici kadınların profilleri farklı mıdır?*
- Parnell, J. A., Shwiff, S., Yalin, L., & Langford, H. (2003). American and Chinese entrepreneurial and managerial orientations: a management education perspective. *International Journal of Management*, 20(2), 125.
- Pearce, J. A., Fritz, D. A., & Davis, P. S. (2010). Entrepreneurial orientation and the performance of religious congregations as predicted by rational choice theory. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 34(1), 219–248.
- Perry, J. T., Chandler, G. N., & Markova, G. (2012). Entrepreneurial effectuation: a review and suggestions for future research. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 36(4), 837–861.
- Pignault, A., Vayre, E., & Houssemand, C. (2022). What Do They Want from a Career? University Students' Future Career Expectations and Resources in a Health Crisis Context. *Sustainability*, 14(24), 16406.
- Rae, D. (2012). Action learning in new creative ventures. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*.
- Raposo, M., do Paço, A., & Ferreira, J. (2008). Entrepreneur's profile: a taxonomy of attributes and motivations of university students. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 15(2), 405–418.
- Robinson, P. B., Huefner, J. C., & Hunt, H. K. (1991). Entrepreneurial research on student subjects does not generalize to real world entrepreneurs. *Journal of Small Business Management*, 29(2), 42.
- Rofiah, C. (2022). Analisis Data Kualitatif: Manual Atau Dengan Aplikasi? *Develop*, 6(1), 33–46.

- Rofiah, C., & Rahayu, R. S. (2022). *Analisis Manual Data Kualitatif Dampak FYP Tiktok pada Pemasaran Digita*. CV Literasi Nusantara Abadi.
- Ryan, G. W., & Bernard, H. R. (2003). Techniques to identify themes. *Field Methods*, 15(1), 85–109.
- Safari, A., & Das, A. (2022). Entrepreneurial failure analysis using quality management approaches. *Total Quality Management & Business Excellence*, 1–26.
- Salzmann, O., Ionescu-Somers, A., & Steger, U. (2005). The business case for corporate sustainability:: literature review and research options. *European Management Journal*, 23(1), 27–36.
- Sarasvathy, S. D. (2001). Causation and effectuation: Toward a theoretical shift from economic inevitability to entrepreneurial contingency. *Academy of Management Review*, 26(2), 243–263.
- Sarasvathy, S. D. (2008). *Effectuation: Elements of entrepreneurial expertise*. In *Effectuation*. Edward Elgar Publishing.
- Satar, M. S., & Natasha, S. (2019). Individual social entrepreneurship orientation: towards development of a measurement scale. *Asia Pacific Journal of Innovation and Entrepreneurship*.
- Tea. (2022). Universitas Ciputra Adakan Launching Day WMK, Pamerkan 120 Entrepreneur Baru. *Portaltiga.Com*.
- Thomas-Chollier, M., Defrance, M., Medina-Rivera, A., Sand, O., Herrmann, C., Thieffry, D., & Van Helden, J. (2011). RSAT 2011: regulatory sequence analysis tools. *Nucleic Acids Research*, 39(suppl\_2), W86–W91.
- Van Gelderen, M., Brand, M., Van Praag, M., Bodewes, W., Poutsma, E., & Van Gils, A. (2008). Explaining entrepreneurial intentions by means of the theory of planned behaviour. *Career Development International*, 13(6), 538–559.
- Von Hippel, E., & Tyre, M. J. (1995). How learning by doing is done: problem identification in novel process equipment. *Research Policy*, 24(1), 1–12.
- Winkler, I. (2008). Students as non-standard employees. Exploring Work Related issues in students' Perceptions on their term-time job. *Management Revue*, 179–199.
- Yin, R. K. (2009). *Case study research: Design and methods* (Vol. 5). sage.
- Zampetakis, L. A., Kafetsios, K., Bouranta, N., Dewett, T., & Moustakis, V. S. (2009). On the relationship between emotional intelligence and entrepreneurial attitudes and intentions. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 15(6), 595–618.
- Zhao, H., & Seibert, S. E. (2006). The big five personality dimensions and entrepreneurial status: a meta-analytical review. *Journal of Applied Psychology*, 91(2), 259.
- Zhao, H., Seibert, S. E., & Hills, G. E. (2005). The mediating role of self-efficacy in the development of entrepreneurial intentions. *Journal of Applied Psychology*, 90(6), 1265.
- Zhao, Y., Li, Y., Lee, S. H., & Bo Chen, L. (2011). Entrepreneurial orientation, organizational learning, and performance: Evidence from China. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 35(2), 293–317.