

PEMBENTUKAN KOMUNITAS YOUTH ENTREPRENEURIAL ACCELERATION CENTER (YEAC) SEBAGAI USAHA AKSELERASI WIRUSAHA MUDA MAHASISWA FAKULTAS KEWIRUSAHAAN UNIKA WIDYA MANDALA SURABAYA DALAM MENGHASILKAN PRODUK INOVATIF

**Veronika Rahmawati, SE, M.Si.^{1*}, Dr. Diyah Tulipa, SE, MM.^{2*},
Aldo Hardi Sancoko, SE., MM.^{3*}**

**¹Fakultas Kewirausahaan Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya, ² Fakultas Kewirausahaan
Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya, ³ Fakultas Kewirausahaan Universitas Katolik Widya
Mandala Surabaya,**

veronika@ukwms.ac.id^{1*}; diyah@ukwms.ac.id^{2*}; aldo@ukwms.ac.id^{3*}

Abstrak : *Pengangguran telah menjadi persoalan bagi pemerintah dan masyarakat dari masa ke masa. Berbagai upaya dilakukan untuk mengurangi pengangguran dan meningkatkan kesejahteraan. Salah satu upaya yang dilakukan adalah dengan memperkenalkan dan membentuk wirausaha muda dalam perguruan tinggi, dimana melalui DRPM menyelenggarakan Hibah Program Pengembangan Kewirausahaan (PPK). Industri kreatif untuk mahasiswa menjadi andalan dalam menciptakan wirausaha muda untuk menciptakan lapangan kerja bagi diri sendiri dan orang lain. Menjawab tantangan tersebut Fakultas Kewirausahaan Unika Widya Mandala Surabaya melalui Hibah PPK multiyears (2019-2021) melakukan akselerasi pembentukan wirausahan muda dengan memberikan pembekalan secara konseptual, manajerial dan praktik untuk menghasilkan produk yang inovatif. Tenant mahasiswa dibina dan dikembangkan dalam komunitas akselerasi pengembangan wirausaha muda yaitu Youth Entrepreneurial Acceleration Center (YEAC)*

Tahapan akselerasi terbagi ke dalam dua tahapan yaitu seleksi tenant dan pelaksanaan. Tahap seleksi berujuan memperoleh tenant yang membentuk usaha secara mandiri mapun kelompok yang akan dibina. Tenant dikelompokkan dalam bidang bisnis sesuai dengan usaha yang akan dilakukan. Tahapan pelaksanaan dilakukan melalui empat tahapan utama yaitu (1) Coaching (2) Pengayaan dengan materi VPD (Value Proposition Design) agar tenant mahasiswa mengetahui proposisi nilai ide bisnis yang dibuat dan BMC (Business Model Canvas) agar dapat menggambarkan model bisnis (3) Pengembangan Produk dan Jaringan (4) Virtual Expo . Selama proses dalam tahapan pelaksanaan tenant mahasiswa didampingi oleh para praktisi yang membantu mengarahkan dan mengembangkan proyek usaha tenant mahasiswa. PPK selama kurun waktu 2 tahun telah membina 23 kelompok bisnis. Tenant dikelompokkan ke dalam tiga bidang : Cullinary Art, Digital Art dan Fashion and Innovation. Tahun pertama sebanyak 14 tenant yang terdiri 7 kelompok proyek bisnis telah mandiri. Sementara 4 kelompok bisnis yang terdiri dari 8 tenant mahasiswa masih perlu pembinaan dan dilanjutkan pada pelaksanaan tahun kedua. Tahun kedua pembinaan dilakukan terhadap kelompok usaha yang belum mandiri pada tahun pertama ditambah dengan kelompok bisnis baru dalam komunitas. Jumlah tenant pada tahun kedua sebanyak 42 mahasiswa yang tergabung dalam 16 kelompok proyek usaha. PPK

melalui pembentukan komunitas YEAC dengan berbagai program dapat mengakselerasi terbentuknya wirausaha muda atau start-up business di kalangan mahasiswa dengan menghasilkan kelompok usaha yang mandiri.

Kata Kunci : BMC, *Start-up* Bisnis, Program Pengembangan Kewirausahaan

1. PENDAHULUAN

Peranan pemerintah dalam memotivasi mahasiswa untuk menjadi seorang wirausahawan muda sangat penting dalam menumbuhkan jumlah wirausahawan muda. Dengan meningkatnya wirausahawan dari kalangan mahasiswa akan mengurangi pertambahan jumlah pengangguran bahkan menambah jumlah lapangan pekerjaan. Terkait dengan kesempatan dalam memasuki pasar kerja, berdasarkan catatan Biro Pusat Statistik (BPS) pada Februari 2017, jumlah pengangguran di Indonesia sebesar 7,02 juta orang (bps.go.id). Angka ini merujuk pada Tingkat Pengangguran Terbuka (TPT) yang merupakan indikator yang dapat digunakan untuk mengukur tingkat penawaran tenaga kerja yang tidak digunakan atau tidak terserap oleh pasar kerja. Beberapa tahun terakhir ini pemerintah Indonesia memberikan kesempatan yang besar bagi masyarakat untuk ikut ambil bagian dalam pengembangan wirausaha yang meliputi pelatihan-pelatihan, kemudahan permodalan, pembangunan fasilitas pusat UMKM, dan sarana promosi produk. Selain dukungan dari pemerintah, kesadaran masyarakat untuk berwirausaha pun semakin tinggi. Besarnya dukungan pemerintah dan meningkatnya kesadaran masyarakat ini tercermin dari meningkatnya jumlah start up business di Indonesia, dimana *start up business* ini bermula dari usaha skala kecil atau biasa disebut dengan UMKM. Sistem pendidikan yang diterapkan pada sebagian besar perguruan tinggi di Indonesia adalah untuk menyiapkan mahasiswa dapat menempuh kuliah dalam waktu yang lebih singkat, cepat lulus dan dapat bekerja pada perusahaan yang diinginkan, bukan menyiapkan mahasiswa ketika lulus dan dapat menciptakan pekerjaan atau bekerja secara mandiri. Dikutip dari Koran Jakarta (10 Okt 2018) Presiden Joko Widodo menargetkan pertumbuhan ekonomi di Indonesia pada 2018 akan mencapai 5,4 persen, atau meningkat 0,3 persen dari target 2017 sebesar 5,1 persen. Sangat disadari bahwa pertumbuhan ekonomi ke depan tergantung pada consumer-nya yang sekarang ini dikuasai oleh Generasi Millenial atau yang biasa dikenal dengan generasi Y.

Bisnis kreatif menjadi salah satu andalan dalam memulai sebuah usaha untuk *start up business*. PPK dapat digunakan sebagai langkah awal untuk mendorong mahasiswa untuk berwirausaha, menciptakan iklim kewirausahaan dengan menciptakan wirausaha muda yang mempunyai produk yang inovatif, pengetahuan manajerial yang komprehensif dan praktik/belajar langsung dari praktisi yang bergerak dalam bidang yang sejenis. Pembekalan pengetahuan pada mahasiswa kewirausahaan diperlukan dalam rangka pengembangan karakter dan percepatan dalam pembentukan *start up business*. Pembentukan dan Pengembangan karakter wirausaha merupakan hal pertama dan utama yang harus dilakukan sebelum memulai sebuah bisnis.

Pengembangan kewirausahaan melalui PPK dilakukan dengan mengembangkan satu komunitas yang dapat mengakselerasi mahasiswa dalam menuangkan ide bisnis, melakukan komersialisasi produk inovatif dan mengembangkan pembentukan usaha. YEAC di Fakultas

Kewirausahaan Unika Widya Mandala Surabaya merupakan pusat komunitas yang digunakan sebagai wadah dalam akselerasi pembentukan wirausaha muda. Pembinaan dan pengembangan mahasiswa dilakukan secara terstruktur.

Mahasiswa yang ingin bergabung dalam komunitas diseleksi berdasarkan kriteria tertentu. Adapun kriteria yang dipakai dalam penentuan *tenant* adalah :

1. Tenant yang sudah mulai buka usaha minimal 3 bulan berjalan atau masih berupa *prototype*
2. *Tenant* yang memiliki usaha di bidang *Culinary Art, Digital Art* dan *Fashion Innovation*

Seleksi dilakukan melalui pengumpulan proposal bisnis dari tenant dalam kelompok bisnis, baik dari internal Fakultas Kewirausahaan maupun Fakultas lain di dalam lingkungan Unika Widya Mandala Surabaya. Proposal diseleksi oleh dosen akademisi dan praktisi bisnis berdasarkan kepakaran sesuai dengan bidang usaha yang akan dijalankan oleh mahasiswa.

Tahapan pelaksanaan dilakukan melalui empat tahapan utama yaitu :

1. *Coaching*
2. Pengayaan Materi

Pengayaan materi dilakukan dengan memberikan pengetahuan tentang VPD (*Value Proposition Design*) agar *tenant* mahasiswa mengetahui proposisi nilai ide bisnis yang dibuat dan BMC (*Business Model Canvas*) agar dapat menggambarkan model bisnis

3. Pengembangan Produk dan Jaringan

Tenant didampingi oleh praktisi yang memiliki kepakaran yang sesuai dengan bidang usaha yang dijalankan serta diperkenalkan dengan berbagai jaringan mulai dari supplier, pemasaran, distribusi dan juga perijinan

4. *Virtual Expo*

Selama kondisi pandemic Covid-19 dalam upaya tetap memperkenalkan serta mempromosikan kelomok usaha yang terbentuk maka ekspos dari para tenant dilakukan secara virtual.

LITERATURE REVIEW

Teori perilaku yang dikemukakan oleh Drucker (1985) menyatakan bahwa kewirausahaan merupakan sesuatu yang dapat dipelajari, sehingga untuk menciptakan pengusaha dapat dilakukan melalui pendidikan dan pelatihan. Oleh karena itu program yang diajukan dalam PPK ini dimaksudkan untuk menciptakan para wirausahawan muda yang berpendidikan tinggi dengan :

1. Membangun sikap mental pengusaha.
2. Mengembangkan kompetensi yang dimiliki melalui cara berpikir kreatif dan inovatif.
3. Menciptakan usaha dengan berbasis ilmu pengetahuan dan teknologi.
4. Melakukan pemagangan pada industri industri yang sudah stabil sehingga akan terbentuk jaringan kerja sama yang baik dalam industri.

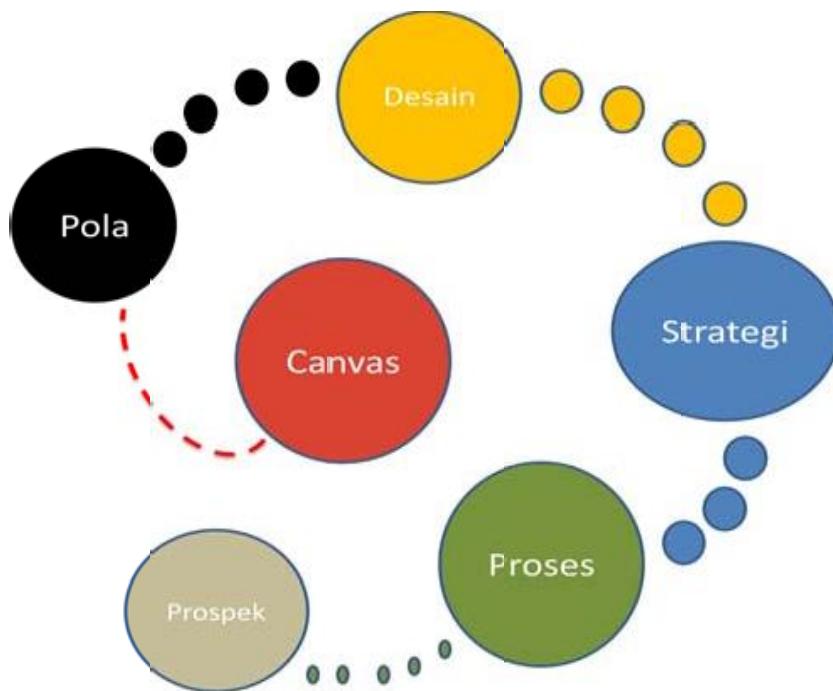
Pola pembinaan yang akan dilakukan didasarkan pada tujuan yang ingin dicapai dengan membagi tujuan tersebut ke dalam tiga tahapan dalam pembinaan yaitu pengembangan sikap dan perilaku, inovasi, aplikasi dan pengembangan jaringan.

Tahap 1 : Pengembangan Sikap dan Perilaku

Pengembangan perilaku dimaksudkan untuk membangun karakter dan motivasi sebagai pengusaha serta pengembangan kompetensi individu. Tahapan ini dilakukan dengan cara melakukan pembinaan untuk karakter wirausaha dengan metode kelas dinamis.

Tahap 2 : Inovasi

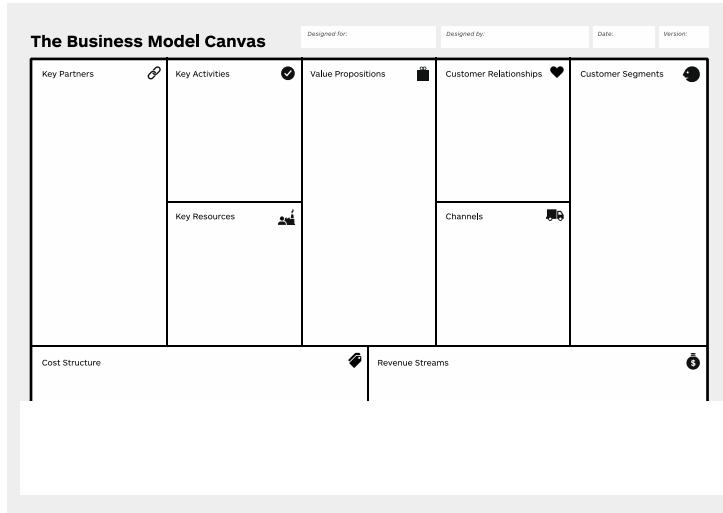
Pengembangan inovasi dilakukan berdasarkan metode yang diajukan oleh Nelly (2008) dalam Gunadhi (2006). Di mana inovasi meliputi tiga bidang utama yaitu inovasi produk, inovasi proses dan inovasi organisasi. Pada tahap ini *tenant* akan diajarkan 2 hal utama yaitu bagaimana mengembangkan produk agar lebih diminati oleh konsumen dan inovasi proses dimana *tenant* akan dikembangkan kemampuannya melalui *training* yang dilakukan dengan mengundang tenaga ahli dan mengirimkan *tenant* kepada perusahaan perusahaan mapan yang sejenis. Tahapan untuk pengembangan inovasi adalah dengan mengembangkan sebuah model bisnis yang sesuai dengan calon pengusaha. Osterwalder dan Pigneur (2013) mengemukakan sebuah pengembangan model bisnis dengan nama Business Model Generation. Proses pengembangan dapat dilihat pada Gambar 1 berikut ini :



Gambar 1. Pengembangan Model Bisnis

Sumber : Osterwalder dan Pigneur (2013)

Pengembangan model bisnis ini para *tenant* akan diberikan pengetahuan tentang Business Model Canvas (BMC) dimana tenant akan diajak untuk mulai mengidentifikasi dan memahami lingkup bisnis yang akan dijalankan melalui 9 blok yang meliputi *Customers Segment*, *Value Proposition*, *Channel*, *Customer Relationship*, *Revenue Stream*, *KeyResources*, *Key Activities*, *Key Partners*, *Cost Structure*. Identifikasi 9 blok ini dimaksudkan agar *tenant* betul-betul memahami batasan-batasan bisnis yang akan dijalankan dan dapat mengerti posisi bisnis yang akan dilakukan. Setelah memahami bisnis maka *tenant* akan diajak untuk membuat pola dan desain produk maupun bentuk organisasi, mengembangkan strategi dan proses yang akan dijalankan dan membuat proyeksi untuk keberlanjutan usaha di masa yang akan datang.



Gambar 2. BMC

Sumber : Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010).

Pada tahap ini pula, tenant akan dikenalkan pada konsep VPD Value Proposition Design (VPD). VPD dapat memberikan nilai tambah dan memastikan bahwa hanya variabel yang memberi nilai tambah kepada konsumen saja yg dimasukkan dalam produk/jasa yang ditawarkan pada konsumen, sehingga dapat meminimalkan fitur-fitur yang tidak dibutuhkan oleh konsumen (Kyhna & Nielsen,,2015). VPD digambarkan dalam bentuk kanvas **Value Proposition Canvas** (VPC). VPC dapat dikatakan suatu instrumen untuk membantu tenant menciptakan *value* bagi pelanggannya. VPC dibagi menjadi dua blok besar - *customer profile* dan *value proposition map*.

Profil pelanggan berisi:

Gains - manfaat yang diharapkan dan dibutuhkan pelanggan, hal-hal yang menyenangkan pelanggan, dan hal-hal yang dapat meningkatkan kemungkinan mengadopsi proposisi nilai.

Pains - pengalaman negatif, emosi dan risiko yang dialami pelanggan dalam proses menyelesaikan pekerjaan.

Customer Jobs - tugas fungsional, sosial dan emosional yang coba dilakukan pelanggan, masalah yang mereka coba selesaikan dan kebutuhan yang ingin mereka penuhi.

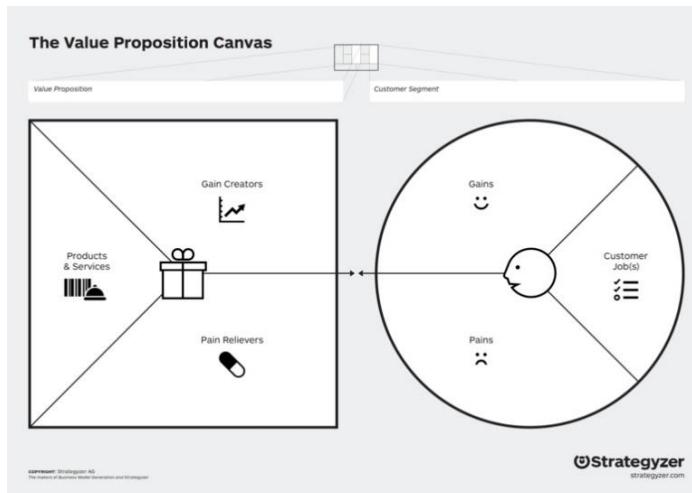
Profil pelanggan dibuat untuk setiap segmen pelanggan, karena setiap segmen memiliki keuntungan, kesulitan, dan pekerjaan yang berbeda.

Value Map

Gain Creators - bagaimana produk atau layanan menciptakan keuntungan pelanggan dan bagaimana itu menawarkan nilai tambah kepada pelanggan.

Pain Relievers - deskripsi tentang bagaimana produk atau layanan mengurangi rasa sakit pelanggan.

Products & Services - produk dan layanan yang menciptakan keuntungan dan menghilangkan rasa sakit, dan yang mendukung penciptaan nilai bagi pelanggan.



Gambar 3. VPD

Sumber : Osterwalder, A., Pigneur, Y., Bernarda, G., & Smith, A. (2014).

FIT

Setelah membuat daftar tersebut, setiap poin yang diidentifikasi dapat diberi peringkat dari bagus menjadi penting dalam hal nilai bagi pelanggan. Kesesuaian dicapai ketika produk dan layanan yang ditawarkan sebagai bagian dari proposisi nilai mengatasi pains dan gains paling signifikan dari profil pelanggan. Mengidentifikasi proposisi nilai di atas kertas hanyalah tahap pertama. Kemudian perlu untuk memvalidasi apa yang penting bagi pelanggan dan mendapatkan umpan balik mereka tentang proposisi nilai. Wawasan ini kemudian dapat digunakan untuk kembali dan terus menyempurnakan proposisi. Tujuan dari VPC adalah membantu tenant dalam mengambarkan proposisi nilai yang benar sesuai dengan kebutuhan pelanggan, pekerjaan yang harus dilakukan pelanggan, dan membantu memecahkan masalah yang dialami oleh pelanggan. VPC di-breakdown menjadi 6 variabel: *customer jobs*, *customer gains*, *customer pains*, *gain creators*, *pain relievers*, *product & services*, seperti yang digambarkan Gambar 3.

Tahap 3 : Pengembangan Jaringan

Pengembangan jaringan dimaksudkan untuk memperkenalkan tenant pada perusahaan-perusahaan lain yang bisa bekerjasama dan pada masyarakat luas. Pada tahapan ini tenant akan diperkenalkan dengan mentor-mentor pemilik usaha sejenis baik secara daring maupun luring dengan pertemuan terbatas untuk memenuhi protokol kesehatan, dan juga diadakan ekspo daring melalui upload *company profile* pada youtube link dan Ig Fakultas. Pembinaan dan pengembangan *tenant* dilakukan dengan melibatkan para praktisi dari perusahaan dengan melibatkan perusahaan-perusahaan yang sudah bekerja

sama dengan Fakultas Kewirausahaan Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya. Selama pembinaan setiap aktivitas yang dilakukan akan dibiayai dari PPK juga untuk pembiayaan pembuatan produk seperti biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja sebagian kecil akan ditanggung oleh para *tenant*. Untuk pembiayaan selanjutnya saat ini sedang dilakukan penjajagan kerja sama dengan beberapa bank pemerintah dan investor mandiri untuk dapat mendukung usaha *tenant* dalam modal kerja. Sedangkan untuk jumlah *tenant* yang ditargetkan dapat menjadi wirausaha yang mandiri minimal adalah 5 *tenant*. Setelah selesai mengikuti program ini, para *tenant* masih akan dipantau selama 1 tahun pertama usaha mereka melalui pendampingan yang sifatnya adalah evaluatif dari sisi sumber pendanaan, pasar sasarannya dan pemasaran.

2. METODE PELAKSANAAN

Kegiatan dilakukan di Fakultas Kewirausahaan Unika Widya Mandala Surabaya, di Kampus Dinoyo 42-44, Surabaya. Persiapan yang sudah dilakukan adalah menyediakan ruang untuk tempat pelatihan berupa ruang kerja (*Workspace* yang dilengkapi dengan *computer* dan *software* simulasi bisnis) dan ruang diskusi yang digunakan sebagai kantor untuk rapat atau bertemu dengan *supplier* atau klien *tenant*, bila diperlukan. Tetapi dengan kondisi pandemi Covid-19 yang terjadi, maka tim juga menyediakan ruang pertemuan secara daring melalui Zoom Room yang bisa dipergunakan untuk melakukan *coaching* maupun pendampingan pada *tenant* sesuai jadwal yang telah direncanakan. Kelompok *tenant* dibagi menjadi 3 kelompok besar berdasarkan jenis usaha dan akan dibimbing oleh para mentor sesuai bidang, seperti yang tercantum di bawah ini:

Bidang Culinary Art dibimbing oleh mentor :

1. De Boliva
2. PT Welco
3. H & W Bakery

Bidang Fashion and Innovation dibimbing oleh mentor:

1. Embran Fashion designer (Clothing Line Apparel Tenun)
2. Dolaap Rege Fashion Designer

Bidang Digital Art (Technopreneur) dibimbing oleh mentor :

1. Cek Lab. id
2. Agenda Kota

Pelaksanaan untuk kegiatan ini dilakukan secara bertahap sesuai dengan metode dan pendekatan pembinaan yang akan dilakukan disajikan dalam Tabel 1.

Tabel 1. Tahap Kegiatan dan Pengembangan Unit PPK

Tahap	Tujuan	Metode	Materi	Target Kompetensi
1	Pembentukan Karakter Kewirausahaan	Penyampaian materi secara turorial daring	Hakekat Kewirausahaan Sikap dan perilaku Wirausaha	<i>Tenant</i> dapat memahami sikap dan karakter wirausaha dan memberikan contoh dalam project business

Tahap	Tujuan	Metode	Materi	Target Kompetensi
2	Perancangan Model Bisnis	Penyampaian secara tutorial dan simulasi	Pengembangan model bisnis (Business Canvas Model)	<i>Tenant</i> dapat menjelaskan bisnis yang akan dijalankan dalam suatu model canvas
		Penyampaian materi secara tutorial dan pembimbingan	Pengembangan kompetensi tenant dalam perancangan dan pengelolaan bisnis (pemasaran, keuangan dan produksi)	<i>Tenant</i> dapat membuat proposal bisnis yang menunjukkan kelayakan bisnis yang akan dijalankan
		Penyampaian secara tutorial dan praktik laboratorium komputer	Pengembangan desain produk	<i>Tenant</i> dapat menciptakan suatu produk yang layak ditawarkan ke masyarakat
3	Pengembangan Produk (<i>Prototype</i>)	Pendampingan dengan para mentor sesuai bidang bisnis	Pengembangan produk dengan merancang prototype	<i>Tenant</i> memperoleh gambaran yang lebih jelas tentang rancangan produk dengan bimbingan mentor
4	Persiapan Komersialisasi	<i>Coaching</i> dan pendampingan <i>Marketing tools</i>	Pemilihan platform pemasaran dan pembuatan <i>video profile</i>	<i>Tenant</i> dapat memilih platform pemasaran yang sesuai untuk produknya

3. HASIL dan PEMBAHASAN

Tahapan pelaksanaan kegiatan dilakukan pada kurun waktu 11 bulan yaitu mulai pada bulan Januari – November 2020. Tabel 2 menyajikan hasil pelaksanaan kegiatan yang telah dilakukan.

Tabel 2. TAHPAN PELAKSANAAN KEGIATAN PPK

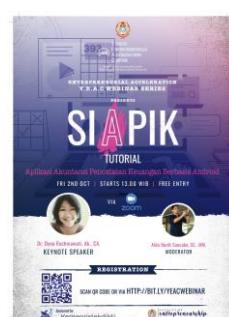
No.	Tujuan	Kegiatan Luaran
1.	Rekruitment Tenant	Penentuan kelompok tenants yang terseleksi dan pengelompokan bidang bisnis untuk disesuaikan dengan ide bisnis tenants 
2.	Koordinasi awal	Seleksi tenant awal bagi yang sudah memasukkan proposal

No.	Tujuan	Kegiatan Luaran
		Kegiatan seleksi yang dilakukan oleh tim PPK untuk memilih proposal apa yang memenuhi kriteria dan feasibility bisnis. Selain seleksi, tim juga melakukan koordinasi dengan narasumber pengisi materi BMC dan VPD berikut pendampingnya.
3.	Koordinasi awal	<p><u>Penentuan pengelompokan bidang bisnis untuk disesuaikan dengan topik</u></p> <p>Kegiatan kategorisasi yang dilakukan oleh tim PPK untuk memasukkan tenant-tenant yang sudah lolos seleksi ke dalam bidang-bidang industri yang ada.</p>
4.	Koordinasi awal	<p><u>Pengumuman tenant yang lolos seleksi dan penjelasan garis besar agenda kegiatan program PPK hingga bulan Oktober</u></p> <p>Kegiatan koordinasi awal dengan para tenant yang sudah diseleksi dan dibekali penjelasan garis besar agenda kegiatan PPK dari bulan Juli 2020 hingga Oktober 2020.</p>
5.	Koordinasi awal	<p><u>Penentuan mentor dan coach untuk tenant sesuai kelompok bidang bisnis</u></p> <p>Kegiatan pemilihan dan koordinasi dengan mentor, coach, dan narasumber yang match dengan bidang bisnis tenant terpilih.</p>
6.	Perancangan Model Bisnis	<p><u>Pemaparan VPD</u></p> <p>Kegiatan pemaparan Value Proposition Design (VPD), yang digambarkan dalam bentuk kanvas Value Proposition Canvas (VPC). VPC dapat dikatakan suatu instrumen untuk membantu tenant menciptakan value bagi pelanggannya. Tujuan dari VPC adalah membantu tenant dalam menggambarkan proposisi nilai yang benar sesuai dengan kebutuhan pelanggan, pekerjaan yang harus dilakukan pelanggan, dan membantu memecahkan masalah yang dialami oleh pelanggan.</p> <p>VPC di-breakdown menjadi 6 variabel: customer jobs, customer gains, customer pains, gain creators, pain relievers, product & services.</p>
7.	Perancangan Model Bisnis	<p><u>Pemaparan BMC</u></p> <p>Kegiatan pemaparan Business Model Canvas (BMC), yang digambarkan dalam bentuk kanvas Business Model Canvas (BMC). BMC adalah suatu kerangka kerja yang bertujuan mempermudah mempresentasikan model bisnis tenant. BMC terdiri dari 3 unsur utama yaitu <i>Product</i> yang ada disebelah kiri, <i>Value</i>, dan <i>Market</i> yang ada disebelah kanan. BMC juga dapat digunakan untuk semua lini bisnis tanpa terbatas sektor industri usahanya. BMC sangat membantu mempercepat proses analisis kekuatan dan kekurangan bisnis. Dengan</p>

No.	Tujuan	Kegiatan Luaran
		<p>mengetahui kekuatan dan kelemahan, maka analisis kebutuhan dan <i>profit</i> dapat dilakukan dengan cepat. BMC di-breakdown menjadi 9 variabel: <i>value proposition</i>, <i>customer segmentation</i>, <i>customer relationship</i>, <i>channel</i>, <i>key resources</i>, <i>key activity</i>, <i>key partnership</i>, <i>revenue stream</i>, dan <i>cost structure</i>.</p>
8.	Perancangan Model Bisnis	<p>Pendampingan tenant untuk materi VPD untuk tenant Kegiatan pendampingan untuk pembuatan VPD yang terdiri atas tiga hingga empat tim yang rata-rata dalam satu kegiatan pendampingan daring.</p> <p>Spesimen Hasil VPD dari salah satu kelompok:</p>
9.	Perancangan Model Bisnis	<p>Pendampingan tenant untuk materi BMC Kegiatan pendampingan untuk pembuatan BMC yang terdiri atas tiga hingga empat tim rata-rata dalam satu kegiatan pendampingan daring. Spesimen Hasil BMC dari salah satu kelompok:</p>

No.	Tujuan	Kegiatan Luaran
		<p>The Business Model Canvas</p> <p>Key Partners: - Pemasok bahan baku (kedelai, susu, oat, barley,dll) - Pemasok kemasan. - Pemilik , pemegang saham</p> <p>Key Activities: Produksi susu Beli supply Pemasaran Finance</p> <p>Value Propositions: Kualitas : Bahan alami kaya serat dan protein. Kebaruan: Minuman kekinian yang kaya nutrisi. Personalisasi: Varian dan topping cukup banyak. Convenience : Kemasan botol mudah dibawa, juga menyediakan layanan pesan antar.</p> <p>Customer Relationships: - Promosi - Membership - Customer Service - Media Social</p> <p>Customer Segments: - Usia 18-45 - Perkotaan. - Gaya Hidup Sehat. - Penggemar Minuman Manis.</p> <p>Channels: GoFood /Grab food - Whatsapps</p> <p>Cost Structure: - HPP - Gaji - Marketing - Pajak & Legal</p> <p>Revenue Streams: Penjualan melalui aplikasi, bazar</p> <p><small>© Strategyzer strategyzer.com</small></p>
10	Pengembangan Produk (prototype)	<p>VRIO coaching</p> <p>Kegiatan coaching dengan topik VRIO – Is it a viable model in Pandemic Covid-19 Era?</p> <p>VRIO merupakan singkatan dari <i>Valuable, Rare, In-imitability, Organization Wide Support</i>. Kerangka VRIO dapat dijadikan alat untuk menganalisa sumber daya internal dari tenant dan kemampuannya untuk mengetahui apakah tenant dapat menjadi sumber keunggulan kompetitif yang berkelanjutan. Tenant diharapkan mampu menciptakan ide yang dapat diaplikasikan dalam produk ciptaan tenant sendiri yang <i>sustainable</i> di kala Pandemic Covid-19.</p>

No.	Tujuan	Kegiatan Luaran
11.	Pembentukan Karakter Kewirausahaan	<p><u><i>Millennial Leadership coaching</i></u></p>  <p>Kegiatan coaching dengan topik kepemimpinan millennials untuk membentuk karakter kewirausahaan bagi tiap tenant. Topik <i>millennial leadership</i> ini secara garis besar terbagi menjadi dua bahasan yakni karakter pemimpin yang dibutuhkan millennial dan tips menjadi pemimpin millennial: <i>SWOT analysis</i> diubah menjadi <i>SOAR analysis</i>.</p>
12.	Persiapan Komersialisasi	<p><u><i>BRANDING Coaching : Video Concept and Editing Tutorial</i></u></p>  <p>Kegiatan coaching dengan topik <i>branding</i>, melalui video concept and editing tutorial. Video produk ini akan bermanfaat untuk branding product melalui media social.</p>
13.		<p><u><i>BRANDING Coaching : Marketing Strategy During Pandemic</i></u></p>  <p>Kegiatan coaching dengan topik <i>branding</i>. Merek memiliki arti yang sangat luas, general. Sehingga tenant perlu diberikan pelatihan terkait metode pemberian merek, opsi merek, esensi merek, dan pengetahuan aplikatif lainnya dalam <i>branding</i> produk ataupun ide tenant.</p>
14.		<p><u><i>Business License Mentoring</i></u> : Kegiatan mentoring ini diperuntukkan sebagai persiapan tenant dalam mengurus perijinan usaha, mulai dari persiapan-persiapan kepengursan NPWP, PIRT, Paten sampai dengan perijinan badan usaha. Mentoring dilakukan oleh salah satu konsultan dari Cooperative Trading House Dinas Koperasi dan UMKM Jatim</p> 

No.	Tujuan	Kegiatan Luaran
15.		<p><u><i>Business Network Mentoring</i></u> : Kegiatan ini mempersiapkan tenant untuk bekerjasama sama dalam membentuk jaringan, baik di dalam maupun di luar negeri, sehingga jika tenant memiliki produk yang sesuai dengan segmen pasar yang dituju, maka tenant sudah siap. Mentor bisnis pada tema networking ini adalah seorang Konsultan Eksportir dan Trader</p> 
16.		 <p>SIAPIK, Aplikasi Akuntansi Pencatatan Keuangan Berbasis Android : pendampingan dalam topik ini sebagai antisipasi dalam pencatatan keuangan yang sering dialami oleh startup bisnis, atau UMKM yang baru memulai usahanya. Dengan berbasis aplikasi android, diharapkan akan mempermudah tenant dalam perhitungan penjualan dan pencatatan keuangan sederhana.</p>
17.	Persiapan Expo	<p>Kegiatan ini masih akan dilaksanakan, sebagai bentuk promosi dan perkenalan semua <i>tenant</i> pada masyarakat umum. Di saat kondisi pandemic Covid-19 membuat expo yang tadinya pada tahun ke 2 ini akan dilaksanakan Sekaligus launching komunitas YEAC “Young Entrepreneurial Acceleration Center” sebagai wadah untuk para <i>start-up</i> bisnis berkumpul, berkembang dan berdiskusi dengan slogan “Create, Launch, Grow</p> 

Hasil yang nampak dari proses akselerasi, didasarkan pada teori perilaku Drucker (1985) bahwa kewirausahaan adalah sesuatu yang dapat dipelajari, karena seorang wirausaha bisa dilatih untuk memiliki rasa percaya diri, punya inisiatif tinggi, kreatif dan inovatif, mau

bekerja keras dan mampu bersikap positif terhadap diri dan lingkungannya, memiliki jiwa pemimpin, berpandangan luas dan memiliki visi ke depan, berani mengambil risiko. Ciri tersebut dapat ditunjukkan dalam berbagai kemampuan seperti dalam memilih jenis usaha, membuat dan mengelola produk, mengembangkan pemasaran, meningkatkan pengelolaan keuangan dan permodalan, mengorganisasikan dan mengembangkan jalinan kemitraan usaha (Suharyono, 2017). Kegiatan PPK melalui pembentukan komunitas YEAC dilakukan dengan pendidikan dan pelatihan, oleh karena itu program yang diajukan ini dimaksudkan untuk menciptakan wirausaha muda berpendidikan dengan: (1) Membangun sikap mental pengusaha; (2) Mengembangkan kompetensi yang dimiliki melalui cara berpikir kreatif dan inovatif; (3) Menciptakan usaha IPTEK; dan (4) Melakukan pemagangan pada industri yang sudah stabil sehingga terbentuk jaringan kerja sama yang baik.

Pola pembinaan yang akan dilakukan didasarkan pada tujuan yang ingin dicapai dengan membagi tujuan PPK ini dalam tiga tahapan pembinaan yaitu pengembangan sikap dan perilaku, inovasi, aplikasi dan pengembangan jaringan.

Hasil tahap 1, Pengembangan Sikap dan Perilaku: PPK membangun karakter, motivasi pengusaha, dan pengembangan kompetensi individu. Tahapan ini telah dilakukan dengan cara pembinaan karakter wirausaha dalam metode kelas dinamis. Baum *et al.*, dalam Roesmiati *et al.* (2015) menyimpulkan bahwa motivasi dalam berwirausaha dapat meliputi motivasi yang diarahkan untuk mencapai tujuan kewirausahaan, misalnya seperti tujuan yang melibatkan pengenalan dan eksploitasi terhadap peluang bisnis. Motivasi untuk mengembangkan usaha baru diperlukan bukan hanya oleh rasa percaya diri dalam hal kemampuannya untuk berhasil, namun juga oleh kemampuannya dalam mengakses informasi mengenai peluang kewirausahaan

Hasil tahap 2, Perancangan Model Bisnis: dilakukan dengan metode Gunadhi (2013); yang meliputi tiga bidang utama yaitu inovasi produk, inovasi proses dan inovasi organisasi. Pada tahap ini *tenant* diajarkan untuk mengembangkan produk agar lebih diminati konsumen dan proses *training* yang mengundang tenaga ahli dan mengirimkan *tenant* ke perusahaan sejenis. Tahapan pengembangan inovasi yang telah dilakukan adalah mengembangkan model bisnis yang sesuai bagi *tenant*. Proses pengembangan model bisnis dengan *Business Model Generation* dapat dilihat pada lampiran (Gambar 1). *Tenant* akan diberikan pengetahuan tentang *Value Proposition Canvas* (VPC) dan *Business Model Canvas* (BMC) yang dapat dilihat di lampiran (Gambar 2); *tenant* diajak untuk mengidentifikasi dan memahami lingkup bisnis yang akan dijalankan melalui 9 blok yakni *customers segment, value proposition, channel, customer relationship, revenue stream, key resources, key activities, key partners, cost structure*. Identifikasi 9 blok BMC ini dimaksudkan agar *tenant* memahami batasan bisnis yang akan dijalankan dan mengerti posisi bisnisnya. Namun sebelum mengidentifikasi BMC, *tenant* perlu membuat nilai yang difokuskan pada pelanggan yang ada dalam 2 blok VPC yang menguatkan *customer segment* dalam tiga variabel (*customer jobs, pains, gains*) dan *value proposition* dalam tiga variabel (*products, pain relievers, gain creators*). Setelah itu, *tenant* akan diajak untuk membuat pola dan desain produk maupun bentuk organisasi, mengembangkan strategi dan proses yang akan dijalankan dan membuat proyeksi untuk keberlanjutan usaha di masa yang akan datang.

Hasil Tahap 3, Pengembangan Produk: perancangan model bisnis melalui pengembangan model VPD dan BMC, akan mempermudah tenants dalam pengembangan produk. Dari 16 project bisnis sebesar 25% diantaranya dapat mengembangkan rancangan model bisnis produk menjadi sebuah prototype yang siap untuk diproduksi. Dan sejumlah 8 project bisnis atau 50 % telah berhasil mengembangkan rancangan bisnisnya menjadi produk yang siap launching, sedangkan 25 % project bisnis sudah mulai melakukan transaksi bisnis baik secara online maupun off line, dengan tren yang meningkat, adapun project bisnis tersebut adalah :

Menghasilkan prototype : Psycone, 3Cious, Pros, FlexiFurni

Menghasilkan produk siap launching : Aromaloka, Ka2n, Fresh and Toast, Bupemo, Ghiacchio, MilkyMalty, Simply Organized, SweetBox

Menghasilkan transaksi : Haste, Credibel, Puvina, CookBareng

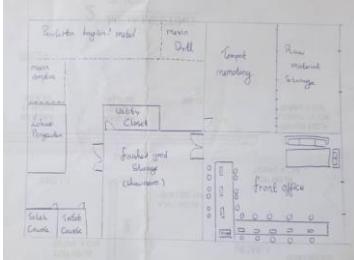
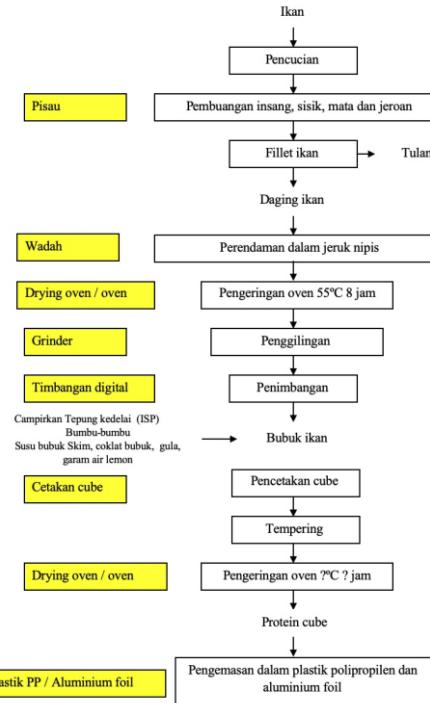
Hasil Tahap 4, Persiapan Komersialisasi : pengembangan jaringan dimaksudkan untuk memperkenalkan *tenant* kepada perusahaan dan masyarakat luas. Pada tahapan ini, dilakukan kunjungan pada perusahaan sejenis dan expo online untuk memperkenalkan produk kepada masyarakat. Pembinaan dan pengembangan *tenant* dilakukan dengan melibatkan praktisi dari perusahaan yang sudah bekerja sama dengan Fakultas Kewirausahaan UKWMS. Untuk pembiayaan selanjutnya, saat ini dilakukan penjajagan dengan beberapa bank pemerintah untuk modal kerja *tenant*. Jumlah *tenant* yang ditargetkan dapat menjadi wirausaha mandiri minimal 5 dan setelahnya *tenant* akan dipantau selama 1 tahun pertama melalui pendampingan evaluatif dari segi pendanaan, pasar sasaran dan pemasaran. Adapun hasil atau manfaat keseluruhan *tenant* yang diperoleh pada kegiatan PPK ini, berupa kegiatan yang memiliki *outcome* dalam bentuk manfaat yang diperoleh user (dalam hal ini adalah tenant-tenant yang terpilih), disajikan dalam Tabel 3. berikut:

Tabel 3. MANFAAT YANG DIPEROLEH TENANT

No.	Tenant	Pre-kondisi	Pasca-kondisi
1.	Aromaloka (Fakultas Kewirausahaan) Ig: aromaloka.id	Tenant memiliki nama SIROSEE pada tahun pertama PPK, membuat jelly tanpa riset dan analisis <i>ingredient</i>	Tenant mengubah namanya menjadi AROMALOKA dengan konsep membuat minuman tradisional seduh dari rempah-rempah hasil kekayaan alam Indonesia yang dikemas menarik dan siap saji (langsung seduh) Berikut logo aromaloka :   Hasil : SIAP Launching Product

No.	Tenant	Pre-kondisi	Pasca-kondisi
2.	Psycone (Fakultas Kewirausahaan) Ig: psycone_official	Tenant memiliki konsep mengombinasikan antara dessert dan appetizer dalam satu sajian yang kurang feasible secara Teknik 	Tenant mengubah konsep sajian menjadi dua <i>flavor fusion</i> yang dipisah menjadi dua tipe: <i>sweet</i> dan <i>savoury</i> dengan bentuk cone yang baru  Hasil : PROTOTYPE (Pengembangan produk dan kemasan)
3.	3-Cious (Fakultas Kewirausahaan) Ig : 3cious.id	Tenant memiliki nama U-Clean sebelumnya dengan konsep mesin cuci sepatu dengan tiga fungsi sekaligus: basahi, cuci, keringkan 	Tenant mengkaji secara teknis untuk alat yang belum memungkinkan dan berbiaya tinggi sehingga tenant berhasil membuat prototipe ide dalam bentuk teknis liquid serbaguna yang digunakan untuk membersihkan sepatu, dan berencana untuk membuat booth dalam menjual jasa laundry sepatu 3cious Hasil :  Laundry kami menggunakan Container Booth Portable yang berlokasi di area Cafe Shop. PROTOTYPE Jasa → uji coba jasa dan pengembangan strategy membership

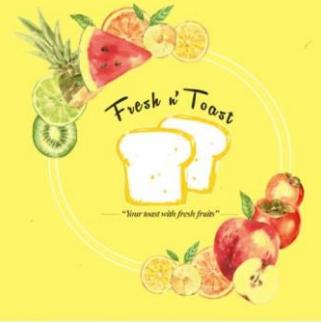
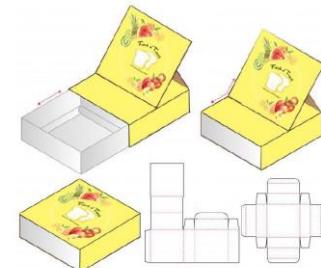
No.	Tenant	Pre-kondisi	Pasca-kondisi
4.	Haste (Fakultas Kewirausahaan)	Haste merupakan Perusahaan yang bergerak pada <i>Industry Gaming</i> , Haste memberikan fasilitas untuk para penggunanya dalam melakukan aktifitas yang berkaitan dengan <i>game</i> . Haste hadir dikarenakan banyaknya permasalahan yang dialami oleh para <i>gamer</i> dan minimnya sarana prasarana untuk para <i>gamer</i> dapat berkembang di Dunia Kompetitif.	<p>Setelah mengikuti program ini, haste semakin memantapkan konsep dan akan mematenkan nama, maka disini Haste merubah namanya menjadi memberikan sarana prasarana, memberikan pengarahan, komunikasi, peningkatan <i>skill</i> serta menjawab permasalahan bagi para <i>gamers</i>.</p> <p>Dengan logo barunya sbb :</p>  <p>Menjadi Flicks Esports, simplified logo and name</p> <p>Hasil : SUDAH TRANSAKSI even game e-sports dengan jumlah 55 player di Sabtu, 19 September 2020</p>
5.	KA2N (Fakultas Kewirausahaan) Ig :ka2n.official	Tenant memiliki ide untuk membuat kaos dari serat bamboo yang ramah lingkungan, berbeda dengan fast fashion. 	<p>Tenant mendapatkan ide nama KA2N yang jika dibaca menjadi “katun” dengan konsep serupa (baju berbahan serat bamboo) dengan desain millennial berkelas (target middle-up class)</p>  <p>Hasil : SIAP Launching Product</p>

No.	Tenant	Pre-kondisi	Pasca-kondisi
6.	Credibel (Fakultas Kewirausahaan)	Tenant memiliki konsep sewa mebel dan perkakas rumah lainnya yang memudahkan pengguna rumah tangga menjadi perkakas lebih hemat, dengan site plan sbb : 	Tenant mengganti konsep sewa mebel menjadi jual beli dan persewaan mebel khusus anak dengan pangsa pasar yang lebih terarah dan jelas. Berikut logo baru dari Credibel  Hasil : SUDAH TRANSAKSI, baik secara online maupun offline
7.	ProsBar (Fakultas Kewirausahaan)	Tenant memiliki konsep minuman bubuk untuk ibu hamil yang kaya dengan nutrisi bagi janin. 	Tenant melakukan studi visibilitas dan mengganti konsep bisnisnya menjadi protein bar berbahan dasar ikan yang nikmat dikonsumsi ibu hamil dengan nutrisi yang lebih lengkap dan hemat. SOP:  Hasil : PROTOTYPE produk → sudah menemukan formula bahan dasar pembuat produk, dan bentuk kemasan yang sudah siap produksi

No.	Tenant	Pre-kondisi	Pasca-kondisi
			
8.	Puvina (Fakultas Kewirausahaan) Ig : puvina_id	 <p>Tenant memiliki nama CARISPG yang merupakan platform daring untuk memudahkan masyarakat mencari SPG yang diperlukan untuk event-event yang hendak diadakan (diambil dari fenomena keterbatasan SPG freelance).</p> 	<p>Tenant melakukan iterasi ide yang mengarah kepada penggantian nama menjadi Puvina yang lebih luas pangsa pasar pencarinya (tidak hanya SPG tetapi juga produk-produk lain yang membutuhkan influencer dalam pasarkan produknya)</p> <p>Hasil : SUDAH TRANSAKSI digital marketing</p> 

No.	Tenant	Pre-kondisi	Pasca-kondisi
9.	Ghiaccio (Fakultas Kewirausahaan) Ig : ghiaccio.id	Tenant memiliki nama DONATELO pada PPK tahun pertama yang memproduksi donat kentang yang sehat dengan kadar glukosa rendah. 	 <p>Tenant meninjau kembali kandungan gizi dan isu kesehatan pada DONATELO sehingga mengganti konsepnya menjadi VELVA, dimana menyajikan yoghurt dan sourbet sehat rendah kalori dan glukosa, lalu sekarang menjadi GHIACCIO dengan memproduksi sorbet rejuvenating</p> <p>Hasil : SIAP Launching Product</p> 
10.	MilkyMalty (Fakultas Kewirausahaan) Ig: milkymalty_official	Tenant memiliki ide bernama GET THE BETTER LIFE yang merupakan platform digital berupa aplikasi untuk tracking olahraga, kalori, dan kesehatan overall. 	<p>Tenant melakukan studi visibilitas dan iterasi ide menjadi MILKYMALTY yang menjual minuman unik dari bahan dasar whey protein dan oatmeal dengan kandungan protein tinggi dan baik untuk otot dan sekarang berbahan dasar barley</p> <p>Hasil : SIAP Launching Product</p> 

No.	Tenant	Pre-kondisi	Pasca-kondisi
11.	Simply Organized <i>(Fakultas Ilmu Komunikasi)</i> Ig : simply_org	Tenant memiliki ide bernama PRO (Professional Room Organizer) dengan konsep membersikan ruangan kamar kos atau kamar lain yang berantakan saat penghuni kamar tersebut pergi kerja/ kuliah.	Tenant melakukan iterasi ide dan mengubah namanya menjadi SIMPLY ORGANIZED dan pangsa pasar menjadi lebih luas tidak hanya anak kos tetapi juga umum. Konsep jasa merapikan kamar berbeda dengan membersihkan (cleaning service). 
12.	FlexiFurni <i>(Fakultas Ilmu Komunikasi)</i>	Tenant memiliki ide menjual furniture multifungsi kecil yang dapat digunakan anak kos untuk menghemat tempat di kamar yang kecil	Tenant melakukan iterasi ide kecil sehingga mengubah pangsa pasarnya menjadi tidak hanya mahasiswa yang kos tetapi juga beberapa keluarga yang tinggal di apartment dengan ruang gerak sedikit. HASIL : Prototype produk 
13.	Fresh n' Toast <i>(Fakultas Teknik)</i>	Tenant memiliki ide menjual roti bakar berisi buah-buahan segar di dalamnya.	Tenant melakukan iterasi kemasan dan resep sehingga mengubah buah-buahan tersebut menjadi selai segar yang dijus saat hendak dibuat topping dalam roti bakar. HASIL : Siap Launching Produk

No.	Tenant	Pre-kondisi	Pasca-kondisi
		 	
14.	Cookbareng (Fakultas Bisnis) Ig: cookbareng.id	 <p>Tenant memiliki ide membuat kursus memasak bagi millennials dengan praktis dan hemat</p>	<p>Tenant mengubah idenya menjadi penjual bumbu siap pakai yang ditujukan bagi millennials dan ibu rumah tangga untuk mempermudah proses memasak saat pandemic.</p> <p>Hasil : SUDAH TRANSAKSI</p> 
15.	Sweetbox (Fakultas Bisnis) Ig : sweetbox_sby		<p>Tenant mengubah ide setelah iterasi menjadi pembuat kue manis dan menjualnya ke end user millennials. Produk yang sudah berhasil dibuat adalah mini tart cake.</p> <p>HASIL : Siap Launching Produk</p>

No.	Tenant	Pre-kondisi	Pasca-kondisi
		Tenant memiliki ide menjual kue secara reseller di online shop	
16.	Bupemo (Fakultas Bisnis)	 <p>Usaha di bidang household yang menyediakan bubuk untuk membunuh kecoak. Bupemo merupakan bubuk pembasmi kecoa ataupun serangga yang berasal dari bahan – bahan alami</p>	<p>Tenant menjadi lebih terarah pada tujuan projek. Projek pembuatan Bupemo lebih terarah target penjualannya dan fokus pada semen pasar sasarannya. Sehingga mulai membuat kemasan siap jual seperti ini :</p> <p>HASIL : Siap Launching Produk</p> 

4. UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih penulis haturkan kepada Direktorat Riset dan Pengabdian Masyarakat (DRPM) Ristekdikti dengan Kontrak Pengabdian Masyarakat Program Pengembangan Kewirausahaan (PPK) Tahun Anggaran 2020 yang berjudul PEMBENTUKAN KOMUNITAS UNTUK AKSELERASI WIRAUSAHA MUDA MAHASISWA FAKULTAS KEWIRAUSAHAAN UNIKA WIDYA MANDALA SURABAYA dengan No: 130AG/WM01.5/N/2020; semua narasumber/ fasilitator, perusahaan *benchmark*, berikut semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu-persatu yang telah berkontribusi dalam kegiatan PPK Abdimas Tahun ke 2 ini.

5. SIMPULAN DAN SARAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dalam bentuk Program Pengembangan Kewirausahaan (PPK) melalui pembentukan komunitas YEAC merupakan langkah mempercepat proses berwirausaha mahasiswa di UKWMS, khususnya Fakultas Kewirausahaan agar dapat menghasilkan produk yang inovatif sekaligus berpengetahuan manajerial. Hasil dari kegiatan Abdmas *multi-years* selama 3 tahun dalam tahun kedua telah menghasilkan berupa: (1) *tenant* telah mengikuti tutorial hakekat dan sikap perilaku wirausaha; (2) *tenant* telah mengikuti kelas pengayaan materi VPD (*Value Proposition Design*) dan BMC (Business Model Canvas) (3) *tenant* telah mencoba mengembangkan produk sampai bertransaksi bisnis. Pada mulanya mahasiswa dikelompokkan berdasarkan bidang usahanya () dimana memiliki unsur teknologi yang membawa keunikan serta inovasi di dalamnya. Pelatihan pengetahuan manajerial dalam kelas pengayaan VPD dan BMC dilakukan setelah proses membangun sikap mental pengusaha terlebih dahulu. Hasil PPK ini berupa VPD dan BMC dari ide kreatif yang diajukan *tenant* untuk diseleksi sejumlah 24 ide dan 16 diantaranya lolos seleksi. Melalui pengayaan, pendampingan praktisi maka mahasiswa dapat mengembangkan ide kreatif menjadi produk, komersialisasi dan pengembangan usaha. Hasil lain yang nampak dalam akselerasi ini adalah telah bertambahnya varian produk dari *tenant*, dan ada peningkatan omzet penjualan. Saran yang dapat diajukan untuk pengabdian kepada masyarakat selanjutnya adalah lebih memperjelas syarat dan ketentuan dalam proses seleksi ide kreatif baik dari masyarakat awam maupun mahasiswa agar mempercepat proses iterasi, pengayaan, dan pembuatan ide; sedangkan bagi masyarakat khususnya siswa/mahasiswa yang hendak berwirausaha dapat mengikuti metode percepatan melalui pelatihan VPD/BMC saat membuat ide kreatif yang inovatif sekaligus menambah metode lainnya yang diperlukan guna mengakselerasi ide kreatif tersebut.

6. DAFTAR RUJUKAN

- bps.go.id. (2019) <https://www.bps.go.id/brs/view/id/1229> diakses pada tanggal 30 Mei 2019 pukul 11.55
- Drucker, Peter F.1985. *Innovation and Entrepreneurship : Practice and Principle*. Perfect Bound. HarperCollins Publisher Ltd.
- Gunadhi, Erwin. 2013. *Kewirausahaan*. STT Garut.
- Kyhna, J., & Nielsen, C. (2015). Value Proposition Design: How to create products and services customers want. *Journal of Business Models*, 3(1)
- m[tempo].co (2019). [https://m\[tempo\].co/read/news/2017/05/05/090872601/bps-angka-pengangguran-menurun- pada-februari-2017](https://m[tempo].co/read/news/2017/05/05/090872601/bps-angka-pengangguran-menurun- pada-februari-2017) diakses pada tanggal 30 Mei 2019 pukul 12.06
- Osterwalder, Alexander dan Yves Pigneur. 2013. *Business Model Generation*. PT, Elex Media Komputindo, Kompas Gramedia.
- Osterwalder, A., Pigneur, Y., Bernarda, G., & Smith, A. 2014. *Value proposition design: How to create Products and Services Customers Want*. John Wiley & Sons.
- Rosmiati, Donny Teguh Santosa Junias, MunawarBikap, Motivasi dan Minat Berwirausaha Mahasiswa', *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, No. 1 Vol 17 ,Maret, 2015, 21-30 Sindonews.com.,2019, <https://ekbis.sindonews.com/read/1167769/33/jumlah-penduduk-miskin-di-indonesia-turun-jadi-2776-juta-jiwa-1483422839> diakses pada tanggal 30 Mei 2019 pukul 11.50

Suharyono, Sikap dan Perilaku Kewirausahaan, *Jurnal Ilmu dan Budaya*, Vol. 40, No.56, Mei 2018