



Peran Teknis Dan Psikososial Mentor Dalam Mentoring Kewirausahaan Bagi Mahasiswa Pendidikan Luar Sekolah Universitas Palangka Raya
The Technical and Psychosocial Role of Mentors in Entrepreneurship Mentoring for Out-of-School Education Students at Palangka Raya University

¹Saifullah Darlan, ^{2*}Ade Yusuf Ferudyn, ³Yesni Nopy, ⁴Kusnida Indrajaya, ⁵Ruth D.R. Silalahi

^{1,2,3,4,5}Universitas Palangka Raya, Kalimantan Tengah, Indonesia.

ARTIKEL INFO

Diterima
Agustus 2023

Dipublikasi
November 2023

ABSTRAK

Lulusan pendidikan tinggi masih berkontribusi cukup besar pada tingkat pengangguran terbuka di Indonesia. Pemberian materi tentang kewirausahaan dapat membantu mahasiswa agar dapat menciptakan peluang kerja dan membangun usaha mereka. Penelitian ini berupaya untuk mengetahui peran teknis dan peran psikososial mentor pada fase kultivasi yang diadopsi dari Kram untuk diaplikasikan dalam mentoring kewirausahaan bagi mahasiswa PLS. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif komparatif. Penentuan subjek dengan menggunakan purposive sampling. Metode pengambilan data yang digunakan adalah metode observasi, uji kemampuan, dan wawancara terstruktur. Hasil penelitian menunjukkan peran teknis dari mentor nampak pada proses paparan dan review rancangan wirausaha. Mentor memberi konfirmasi bahwa pemahaman teknis mahasiswa telah berada pada posisi yang baik dilihat dari aspek orisinalitas dan inovasi rancangan produk, perencanaan usaha serta manajemen keuangan yang detail. Hal itu tercermin dari hasil uji kemampuan berupa rancangan usaha dengan nilai rata-rata 73,1/100. Mentor dinilai oleh mahasiswa telah menjalankan peran psikososialnya karena mampu memberikan motivasi dan pemahaman tentang wirausaha. Peran tersebut mendorong mahasiswa menjadi merasa semakin percaya diri, memiliki niat yang kuat, berani maju, mau menerima kritik, berani mengambil resiko, kemauan belajar dan beradaptasi, konsisten, dan tidak menyerah dalam berwirausaha. Sebagai tindak lanjut, dilakukan fasilitasi oleh mentor untuk penyempurnaan rancangan usaha mahasiswa.

Kata Kunci: Kewirausahaan, Mentoring, Kultivasi, Peran Teknis, Peran Psikososial.

ABSTRACT

College graduates still contribute significantly to Indonesia's open unemployment rate. Providing materials on entrepreneurship can help students to provide job opportunities and build their businesses. This study seeks to determine the technical and psychosocial roles from mentors in the cultivation phase adopted from Kram to be applied in entrepreneurship mentoring for PLS students. This research uses a qualitative method with a comparative descriptive approach. Determination of subjects using purposive sampling. Data were collected using observation, skill testing, and structured interviews. The research results shows that the technical role of the mentor appears in the process of exposure and review of business plans. Mentors confirmed that students technical understanding was in a good position in terms of originality and innovation in their product design, business planning and detailed financial management. This was reflected by the results of the skill test with an average score of 73.1/100. Mentors are considered by students to have carried out their psychosocial role because of the ability to provide motivation and understanding of entrepreneurship. This role encourages students to feel more confident, have strong intentions, dare to move forward, dare to accept criticism, dare to take risks, willingness to learn and adapt, consistency, and not giving up on their business. As a follow-up, facilitation was conducted by the mentors to improve the students' business plans.

Keywords: Entrepreneurship, Mentoring, Cultivation, Technical Role, Psychosocial Role.

*e-mail :
ade.yusuf.f@fkip.upr.id

PENDAHULUAN

Istilah kewirausahaan dan wirausaha sering kali kita dengar di masyarakat. Istilah tersebut diidentikkan dengan kegiatan ekonomi secara mandiri yang dilakukan oleh seseorang atau kelompok dengan menjalankan aktivitas jual beli barang/jasa dengan tujuan untuk memperoleh keuntungan finansial. Kata wirausaha sinonim dengan kata entrepreneur yang oleh Zimmerer sebagaimana dikutip oleh Ananda (2016) dijelaskan sebagai seseorang yang menciptakan usaha baru dengan menghadapi ketidakpastian dan resiko dengan maksud untuk mencapai keuntungan dan pertumbuhan usaha melalui peng-identifikasian peluang yang signifikan dan penggunaan sumber daya yang diperlukan.

Pengetahuan awam tentang apa itu wirausaha sebenarnya sudah sesuai dengan apa yang dikatakan oleh Zimmerer, hanya saja Zimmerer menekankan pada aspek ketidakpastian dan resiko dalam wirausaha. Dalam menghadapi faktor ketidakpastian dan resiko, seorang wirausahawan perlu memiliki keberanian, dan juga kehati-hatian untuk meminimalisir resiko dari ketidakpastian suatu peluang usaha. Sikap tersebut perlu dimiliki agar dalam membuka suatu usaha, seseorang setidaknya telah memperhitungkan untung dan rugi (resiko) dari usahanya dan tidak hanya mengandalkan sikap berani yang sifatnya spekulatif saja.

Wirausaha menjadi suatu topik yang populer di kalangan masyarakat kita seiring dengan fakta masih cukup besar angka pengangguran terbuka di Indonesia. Angkanya pengangguran terbuka di Indonesia yaitu 5,85% atau 8,42 juta orang dari total angkatan kerja yang berjumlah 143,72 juta orang (Data Sakernas BPS Agustus 2022). Dari 5,85% TPT, didalamnya terdapat fakta juga bahwa 4,76% (sekitar 400 ribuan orang) diisi oleh lulusan diatas diploma. Data tersebut menunjukkan bahwa masih cukup besar angkatan kerja lulusan pendidikan tinggi yang belum

memperoleh pekerjaan. Meskipun mahasiswa dalam proses perkuliahan telah memperoleh bekal pengetahuan secara spesifik dan mendalam tentang suatu bidang keilmuan, namun lapangan kerja belum tentu tersedia bagi semua lulusan. Hal tersebut tidak lain dikarenakan rasio jumlah lapangan kerja yang tersedia tidak lebih besar dari jumlah lulusan pendidikan tinggi setiap tahunnya.

Salah satu upaya yang dilakukan Universitas adalah dengan membekali mahasiswa dengan materi kewirausahaan pada masa perkuliahan. Pengetahuan tentang kewirausahaan mulai didorong oleh pihak Universitas untuk dimiliki oleh mahasiswa sebagai bekal pelengkap (keterampilan) sebelum memasuki dunia kerja. Kewirausahaan menjadi salah satu aspek capaian pembelajaran (CPL) dalam kurikulum Prodi Pendidikan Luar Sekolah FKIP UPR. Kewirausahaan membekali mahasiswa Pendidikan Luar Sekolah untuk menciptakan peluang kerja dan membangun usaha mereka sendiri yang secara formal tertuang dalam kurikulum prodi.

Didapat data awal bahwa ada beberapa mahasiswa PLS yang telah merintis usaha yaitu berjualan makanan ringan. Pada prosesnya, usaha makanan ringan mereka memiliki beberapa kendala. Beberapa kendalanya yaitu manajemen waktu yang tidak bagus, packaging produk kurang menarik, tidak memiliki tempat berjualan, promosi yang kurang, dan motivasi masih kurang sehingga proses produksi tidak konsisten. Dari latar belakang diatas, maka diselenggarakan pelatihan kewirausahaan dengan metode mentoring bagi mahasiswa PLS yang telah merintis wirausaha.

Mentoring memainkan peran yang penting dalam pengembangan kewirausahaan mahasiswa PLS. Melalui mentoring, mahasiswa mendapatkan akses ke pengetahuan dan pengalaman praktis yang dimiliki oleh mentor yang telah berpengalaman dalam bidang kewirausahaan tertentu. Mentor dapat berbagi pengetahuan, keterampilan, dan wawasan yang

mereka peroleh selama perjalanan mereka sebagai pengusaha. Hal ini membantu mahasiswa untuk memperoleh pemahaman yang lebih mendalam tentang praktik-praktik terbaik dalam kewirausahaan. Melalui peran mentoring yang efektif, mahasiswa Pendidikan Luar Sekolah diharapkan dapat memperoleh keuntungan dari pengetahuan, pengalaman, dan bimbingan seorang mentor yang berpengalaman dalam bidang kewirausahaan. Hal ini dapat membantu mereka mempercepat proses pembelajaran, menghindari kesalahan yang tidak perlu, dan meningkatkan peluang keberhasilan dalam membangun bisnis mereka sendiri. Dengan memperhatikan pentingnya kewirausahaan bagi mahasiswa Pendidikan Luar Sekolah, pelatihan dan pengembangan keterampilan wirausaha melalui metode mentoring diharapkan dapat membantu mereka untuk meraih kesuksesan dalam bidang usaha yang mereka rintis.

Mentoring (Fletcher, 2000) adalah bimbingan dan dukungan melalui situasi yang sulit, tetapi juga untuk membangun rasa percaya diri; ini melibatkan pengembangan personal sekaligus profesional, manfaat bagi wirausahawan (sebagai mentee) bersifat personal dan bisnis. Menurut St-Jean dan Audet (2012), mentoring melibatkan hubungan dukungan antara wirausahawan yang berpengalaman (mentor) dan wirausahawan pemula (mentee), dalam rangka mendorong perkembangan pribadi keduanya. Secara tradisional, mentoring didefinisikan sebagai hubungan antara mentor yang lebih tua dan lebih berpengalaman dengan anak didik yang lebih muda dan kurang berpengalaman dengan tujuan untuk membantu dan mengembangkan karir anak didik tersebut (Kram, 1985; Levinson, 1978; lihat juga tinjauan oleh Noe dkk., 2002; Ragins, 1999; Wanberg dkk., 2003).

Mentoring adalah proses interaksi antara seorang mentor yang berpengalaman dan seorang mentee (penerima mentoring) yang sedang mengembangkan diri atau belajar

dalam suatu bidang tertentu. Mentoring melibatkan transfer pengetahuan, bimbingan, dan dukungan emosional dari mentor kepada mentee dengan tujuan membantu mentee mencapai pertumbuhan, perkembangan, dan pencapaian tujuan mereka.

Mentor secara umum dipandang menyediakan dua jenis Peran bagi anak didik mereka (Ragins dan Kram, 2007). Pertama, mentor dapat memberikan Peran karir. Peran karir melibatkan serangkaian perilaku yang membantu anak didik "mempelajari cara kerja" dan mempersiapkan mereka untuk kemajuan karier di dalam organisasi mereka. Perilaku ini termasuk melatih anak didik, mensponsori kemajuan mereka, meningkatkan eksposur dan visibilitas positif mereka, dan menawarkan perlindungan dan memberikan penugasan yang menantang. Kedua, mentor dapat memberikan Peran psikososial. Peran psikososial dibangun di atas kepercayaan, keintiman, dan ikatan antar pribadi dalam hubungan dan mencakup perilaku yang meningkatkan pertumbuhan profesional dan pribadi anak didik, identitas, harga diri, dan kemandirian. Hal ini mencakup perilaku mentoring seperti menawarkan penerimaan dan konfirmasi serta memberikan konseling, persahabatan, dan *role model*.

Mentoring melibatkan hubungan saling percaya dan saling menghormati antara mentor dan mentee. Mentor memberikan umpan balik yang jujur dan konstruktif kepada mentee, sedangkan mentee juga memberikan tanggapan dan refleksi terhadap bimbingan dan dukungan yang diberikan oleh mentor. Mentor membawa pengetahuan dan pengalamannya dalam bidang usaha yang telah dan berhasil digelutinya. Mereka memiliki pemahaman yang mendalam tentang praktik, tren, dan tantangan dalam bidang tersebut. Seorang mentor juga memiliki peran sebagai *role model* yang menginspirasi dan memotivasi mentee. Melalui pengamatan dan interaksi dengan mentor, mentee dapat mempelajari nilai-nilai, sikap, dan keterampilan yang diperlukan untuk mencapai

kesuksesan dalam bidang yang mereka tekuni. Mentor membantu mentee dalam mengidentifikasi area pengembangan yang perlu ditingkatkan, memberikan panduan dalam mengasah keterampilan teknis dan softskill, serta memberikan kesempatan untuk berlatih dan memperkuat keterampilan tersebut.

Proses kewirausahaan dapat menjadi tantangan yang menantang secara emosional. Dalam perjalanan ini, mentor dapat memberikan dukungan emosional, memotivasi, dan memberikan dorongan kepada mentee untuk tetap termotivasi dan bertahan di tengah hambatan dan kesulitan yang mungkin mereka hadapi. Dukungan dari seorang mentor yang berpengalaman dapat membantu mahasiswa mengatasi rasa ketidakpastian, kecemasan, dan rintangan yang mungkin muncul dalam perjalanan mereka. Mentor yang telah terlibat dalam dunia kewirausahaan biasanya memiliki jaringan yang luas. Mereka dapat membantu mahasiswa Pendidikan Luar Sekolah untuk memperluas jaringan mereka dengan menghubungkan mereka dengan orang-orang yang relevan dalam industri, investor potensial, atau mitra bisnis yang mungkin. Koneksi ini dapat membuka peluang baru, kolaborasi, dan akses ke sumber daya yang mungkin tidak akan tersedia bagi mahasiswa tanpa bantuan mentor.

Kram (1983) memperkenalkan empat tahap dalam proses mentoring yaitu tahap Inisiasi, Kultivasi, Separasi, dan Redefinisi. Tahapan mentoring dari Kram diperoleh melalui penelitian dengan setting yang natural di sebuah Perusahaan yang prosesnya berjalan dalam waktu lebih dari 1 tahun. Karena pertimbangan waktu, maka penelitian ini berfokus untuk mengadopsi tahapan mentoring hanya pada fase kultivasi saja. Alasan pemilihan fokus pada fase kultivasi disebabkan karena peran teknis dan psikososial dari mentor yang dikonsepsikan oleh Kram cenderung muncul secara dominan pada fase

ini. Pada fase ini, mentor memiliki peran fungsional/teknis dan psikososial.

Peran fungsional merupakan peran teknis yang dilakukan oleh mentor untuk menempa kemampuan wirausaha dari mentee yang salah satunya dilakukan dengan training, pengujian dengan memberikan tantangan-tantangan, kemudian dukungan back-up secara teknis. Sementara peran psikososial dilakukan dengan cara pendampingan proses sebagai teman (pendukung), memberikan konseling, memberikan sikap konfirmasi/apresiasi. Selama tahap ini, mentor dan mentee dapat berkolaborasi untuk melaksanakan proyek yang dapat menghasilkan pengembangan profesional. Fase ini bertujuan untuk menjadikan mentee memiliki jiwa entrepreneur yang siap tempur menghadapi kendala teknis dengan kreatifitas, sekaligus diiringi dengan psikologis yang kuat (tahan banting) dalam menghadapi resiko dan tantangan dalam berwirausaha.

METODOLOGI PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif. Bogdan & Taylor (Moleong, 2012) menyatakan penelitian kualitatif merupakan prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati. Metode kualitatif digunakan dalam penelitian ini untuk mendeskripsikan secara komparatif tentang Peran karir/teknis dan Peran psikososial dari metode mentoring bagi mahasiswa dari hasil pengamatan sebelum mengikuti pelatihan dan setelah diikutkan dalam pelatihan kewirausahaan dengan metode mentoring ini. Dalam melihat peran teknis bagi mahasiswa dilakukan melalui observasi selama proses pelatihan dan juga dari dokumentasi hasil penilaian kemampuan dalam penguasaan materi yang diberikan/diujikan mentor selama pelatihan mentoring. Sementara itu, untuk melihat peran psikososial bagi mahasiswa

dilakukan dengan wawancara terstruktur dengan mahasiswa peserta pelatihan.

Penelitian dilakukan pada mahasiswa Program Studi Pendidikan Luar Sekolah Universitas Palangka Raya tahun akademik 2022/2023. Penentuan subjek dengan menggunakan purposive sampling. Purposive sampling adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2010). Pertimbangan yang dimaksudkan dalam menentukan subjek penelitian pada penelitian ini adalah mahasiswa yang pada saat observasi pra penelitian telah merintis sebuah usaha baik itu usaha secara kelompok maupun individu. Penentuan ini juga dilakukan dengan pertimbangan bahwa agar nantinya dapat mempermudah komparasi secara kualitatif terkait Peran karir/teknis dan psikososial dari mahasiswa pada saat sebelum dan pasca mengikuti pelatihan mentoring ini.

Pada penelitian ini menggunakan instrumen bantu berupa dokumen hasil uji kemampuan yang dibuat dan disesuaikan dengan indikator capaian pada materi pelatihan mentoring, dan pedoman wawancara. Instrumen dokumen uji kemampuan digunakan untuk mengukur kemampuan teknis mahasiswa. Uji kemampuan merupakan dokumen yang ditentukan berdasarkan materi dan indikator capaian yang disusun oleh mentor dalam materi pelatihan mentoring. Dokumen uji kemampuan tersebut oleh peneliti digunakan untuk mengetahui manfaat/Peran teknis dari pelatihan mentoring tersebut. Sedangkan instrumen pedoman wawancara menggunakan pedoman wawancara terstruktur yang digunakan untuk mengetahui pemahaman teknis dan kondisi psikososial mahasiswa sebelum mengikuti pelatihan. Kedua, wawancara terstruktur setelah pelatihan dilakukan untuk mengetahui Peran psikososial dari pelatihan mentoring berdasarkan testimoni mahasiswa setelah melalui proses pelatihan mentoring.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kewirausahaan menjadi salah satu aspek yang menjadi perhatian khusus pada Prodi PLS UPR dimana terdapat 2 mata kuliah yang berfokus pada bidang tersebut, yaitu mata kuliah kewirausahaan dan keterampilan khusus yang ditempatkan pada semester 6 dan 7. Hal tersebut menjadi salah satu fokus dikarenakan memang menjadi salah satu CPL pada kurikulum Prodi PLS UPR. Aspek yang dimaksud meliputi aspek sikap, pengetahuan, keterampilan umum dan keterampilan khusus. Dua mata kuliah tersebut bertujuan untuk mengembangkan jiwa entrepreneurship dan kemandirian dalam profesi PLS. Guna meningkatkan kompetensi (softskill dan hardskill) mahasiswa dalam kewirausahaan dan dalam rangka mencari metode perkuliahan yang efektif, maka dilaksanakan penelitian mentoring kewirausahaan ini.

Kondisi Teknis dan Psikologis Mahasiswa Sebelum Mengikuti Pelatihan

Untuk mengetahui kondisi teknis dan psikologis mahasiswa sebelum pelatihan mentoring kewirausahaan, dilakukan pre-test dengan memberikan pertanyaan yang bersifat tertutup kepada mahasiswa. Pre-test diajukan dalam bentuk 4 pertanyaan tertutup *multiple choice* tentang pengetahuan umum terkait dunia kewirausahaan untuk memberikan gambaran mengenai kondisi pemahaman teknis peserta sebelum mengikuti pelatihan sekaligus kondisi psikologis peserta terkait dengan kewirausahaan secara umum.

Jawaban yang diperoleh dari 28 peserta pelatihan menunjukkan bahwa ada dua jawaban mayoritas terkait hal yang melatarbelakangi ketertarikan mereka untuk berwirausaha. Dua jawaban mayoritas yaitu keinginan untuk membuat produk baru, dan keinginan memperoleh keuntungan yang besar. Namun secara garis besar yang menjadi pertimbangan utama adalah keinginan untuk memperoleh keuntungan yang besar dari wirausaha. Hal ini merupakan hal umum yang menjadi harapan

setiap orang yang berwirausaha. Akan sangat naif ketika orang berwirausaha namun tidak memiliki keinginan untuk memperoleh keuntungan. Hal tersebut dikarenakan tujuan berwirausaha itu sendiri yang dijadikan sebagai acuan definisi dalam penelitian ini adalah untuk memperoleh keuntungan finansial. Hal yang membedakan adalah target keuntungannya saja yang nantinya menunjukkan sebuah produk itu undervalue atau overvalue dari segi harganya.

Pada pertanyaan kedua, membahas langkah selanjutnya setelah memiliki niat untuk berwirausaha. Pertanyaannya adalah apa pertimbangan ketika memulai suatu usaha. Jawaban mayoritas adalah pertimbangan tentang bagaimana nantinya memberikan manfaat bagi Masyarakat. Dalam kata lain, jawaban mayoritas dari pertanyaan kedua ini adalah tentang utilitas dari suatu produk yang nanti akan dibuat memang memberikan kemudahan/membantu dalam aktivitas keseharian Masyarakat. Namun dalam pertanyaan kedua ini, ada jawaban terbanyak kedua yang berselisih tipis dari jawaban terbanyak pertama, yaitu kembali lagi terkait berapa banyak keuntungan yang diperoleh. Ini adalah titik kritis dalam menjalankan sebuah usaha. Ketika membicarakan keuntungan, otomatis akan berdampak pada penentuan harga produk yang nantinya dikhawatirkan overvalue, atau dapat juga harganya tidak kompetitif (terlalu mahal) karena yang dikejar adalah keuntungan besar. Dari data tersebut, menjadi catatan menurut Firmansyah (2019) bahwa penentuan harga harus tepat, tidak boleh terlalu mahal, namun juga tidak boleh terlalu murah. Apalagi dalam dunia usaha selalu ada persaingan pada produk sejenis, sehingga harus betul-betul cermat dalam menentukan harga produk. Lagi-lagi keuntungan besar menjadi poin utama dari jawaban mahasiswa pada pertanyaan ini.

Pertanyaan ketiga memiliki jawaban yang dominan, yaitu terkait ide awal suatu produk. Jawaban mayoritas adalah mencari ide suatu

produk baru dengan cara melakukan observasi dan identifikasi kebutuhan pasar. Jawaban mayoritas ini sudah menjadi dasar yang baik bagi mahasiswa yang baru akan merintis usaha. Paling tidak dari kesadaran tersebut, mahasiswa sudah mengetahui bahwa pasarnya sudah ada, dan tinggal membuat produk sesuai kebutuhan pasar. Namun pada kenyataannya tidak hanya kebutuhan pasar saja, ada aspek lain yang perlu diperhatikan sebelum menentukan produk baru seperti bagaimana kondisi produk yang sudah eksis, distribusi produk, dan R&D lebih lanjut (Firmansyah, 2019).

Pada pertanyaan ke-empat, jawaban terbanyaknya adalah terkait kesulitan untuk mencari pelanggan atau pasar. Kesulitan tersebut sinonim dengan masalah pemasaran dan strategi pemasaran. Hal ini sangat penting terlebih lagi bagi produk baru yang memang belum memiliki pasar. Maka strategi pemasaran yang efektif dan tepat menjadi hal yang penting untuk memperkenalkan sebuah produk agar lebih dikenal konsumen (Firmansyah, 2019). Meskipun sebuah produk dinilai telah memiliki nilai utilitas bagi Masyarakat, belum tentu itu akan memastikan produk tersebut akan laku keras di pasaran, bisa jadi tidak laku karena produk tersebut tidak benar-benar ter-ekspos dengan baik ke pasar.

Data-data diatas menunjukkan gambaran mengenai kondisi teknis dan psikologis dari mahasiswa sebelum mengikuti mentoring kewirausahaan. Terdapat dua temuan penting yang saling berkaitan sekaligus menunjukkan anomali terkait kondisi teknis dan psikologis mahasiswa sebelum mengikuti mentoring kewirausahaan. Pada jawaban pertanyaan 1 dan 2 dapat ditarik kesimpulan bahwa terdapat motif dominan yang melatarbelakangi mahasiswa PLS untuk terjun ke dalam dunia wirausaha yaitu keinginan dan peluang untuk memperoleh keuntungan yang besar. Hal tersebut memang merupakan sesuatu yang lumrah bagi pengusaha yang

mengharapkan keuntungan besar. Kondisi ini dalam kajian psikologi kewirausahaan yang dirangkum oleh Husna (2018) dilihat sebagai aspek penting terkait karakter wirausaha yang berkaitan dengan pengambilan resiko. Resiko tidak diambil semata-mata karena kesenangan pada resiko, melainkan karena adanya kemungkinan mendapatkan hasil yang diinginkan atau potensi keuntungan dari pengambilan resiko tersebut (Palich & Bagby 1995 dalam Husna 2018).

Data tersebut juga sekaligus menunjukkan kondisi psikologis mahasiswa yang *over-confident* akan ekspektasi keuntungan besar dari usaha yang dijalankannya. Resiko merupakan perbedaan antara keuntungan atau imbal hasil yang terealisasi (*actual return*) dengan keuntungan atau imbal hasil yang diharapkan (*expected return*) dalam suatu investasi (Tandelilin, 2012 dalam Rachmawati dan Ghani 2020). Resiko ini terjadi jika keuntungan yang terealisasi lebih kecil daripada keuntungan yang diharapkan. Kondisi psikologis ini tentu harus diceraikan dengan realita dalam dunia usaha yang mana semakin besar perbedaan antara tingkat keuntungan tersebut maka semakin besarlah risikonya. Pengetahuan teknis terkait penentuan harga produk dan prosentase perolehan keuntungan harus diperdalam oleh mahasiswa untuk memastikan harga ditentukan tidak secara berlebihan mengingat persaingan harga juga terjadi dalam suatu produk yang sejenis.

Pada pertanyaan 3 dan 4 terdapat anomali tentang keterkaitan dua pertanyaan tersebut. Pada pertanyaan 3 terkait dengan pertimbangan memulai suatu usaha ataupun membuat produk baru didapatkan data mayoritas sebagai pertimbangan utamanya adalah dengan melakukan identifikasi kebutuhan pasar. Sementara itu, pada pertanyaan 4 tentang tantangan dalam berwirausaha muncul jawaban tertinggi yaitu terkait kesulitan mencari pelanggan/pasar.

Jawaban tersebut tentu menunjukkan sebuah anomali karena di satu sisi sudah mempertimbangkan kebutuhan pasar dalam memulai usaha atau membuat produk, namun disisi lain merasakan kesulitan dalam mencari pelanggan/pasar.

Kedua hasil jawaban mayoritas tersebut tentu saling bertentangan. Maka dapat disimpulkan bahwa pemahaman teknis mahasiswa terkait kewirausahaan khususnya penentuan usaha atau pembuatan produk baru masih minim. Aspek ini dalam kajian yang dirangkum oleh Husna (2018) dilihat sebagai efikasi diri yang menurutnya sebagai anteseden utama bagi intensi seseorang untuk memulai usaha baru. Hal tersebut meliputi keyakinan untuk mampu melakukan tugas-tugas seorang wirausahawan dengan baik, yaitu mengenali kesempatan, mengelola risiko dan ketidakpastian, dan berinovasi. Pada pendapat yang lain, efikasi diri kewirausahaan terdiri atas lima dimensi, yaitu: yakin mampu memasarkan, berinovasi, mengelola usaha, mengambil risiko, dan mengendalikan keuangan (Mcgee et al. 2009 dalam Husna 2018).

Jawaban dari pertanyaan 3 dan 4 sekaligus menunjukkan bahwa mahasiswa berada pada kondisi psikologis yang spekulatif dalam menentukan sebuah produk ataupun usaha. Dari jawaban mayoritas pada pertanyaan 3 dan 4 diperoleh suatu kesimpulan bahwa mereka sebenarnya memiliki kekhawatiran apakah produk atau usahanya nanti akan laku di pasaran atau tidak. Kondisi psikologis ini muncul karena mereka belum memahami secara mendalam tentang bagaimana melakukan riset pasar. Oleh karena itu, dalam pelatihan ini juga menekankan pada aspek teknis yaitu penguatan dan pendalaman materi tentang pemahaman teknis terkait metode/teknik pemasaran dan teknik identifikasi kebutuhan pasar.

Kondisi Teknis dan Psikologis Mahasiswa Setelah Mengikuti Pelatihan

Pada fase ini, mahasiswa telah memperoleh treatment yang dilakukan oleh mentor dalam proses mentoring. Pada sesi mentoring, mentor mengawali dengan sharing pengalamannya yang sudah bertahun-tahun menekuni dunia wirausaha. Mentor menceritakan kondisi nyata yang dialaminya dalam berwirausaha sedari awal mula merintis hingga sukses memiliki rumah produksi dan mampu mengeksport produknya. Mentor memainkan peran/fungsi psikologisnya kepada peserta dengan cara menceritakan pengalamannya dimana kegagalan adalah sebuah proses dalam kesuksesan yang tidak perlu ditakutkan. Beberapa pengalaman yang disampaikan seperti cerita awal mentor sebelum terjun ke dunia usaha pernah menjadi guru honorer. Kemudian beliau akhirnya memutuskan untuk mundur dan beralih menjadi karyawan pabrik karena kebutuhan hidupnya tidak dapat tercukupi dari pendapatan yang didapatkan sebagai tenaga pengajar honorer. Setelah itu, beliau merasakan tenaganya tidak mampu untuk terus bekerja pagi sampai sore bahkan malam sebagai karyawan pabrik dan akhirnya juga keluar dari pekerjaan tersebut. Pada akhirnya, beliau memutuskan untuk merintis sebuah usaha pada tahun 2014. Dengan uang 65 ribu rupiah sebagai modal membuat sebuah produk makanan ringan hingga akhirnya sekarang usahanya telah sukses dan berhasil menembus pasar luar negeri.

Keberhasilan itu menurut beliau tidak dicapai dengan begitu mudah, yang jelas mentor pernah mengalami berbagai masalah seperti produk tidak laku sehingga mengalami kerugian. Dibalik kerugian yang dialaminya, mentor kemudian menceritakan terkait keinginan dan semangatnya untuk membuat produknya itu menonjol dan menarik pembeli. Keinginan tersebut diupayakan dengan membuat varian produk dalam bentuk yang baru. Peran psikososial mentor yang menonjol adalah dengan memberikan pemahaman

kepada mahasiswa bahwa resiko seperti kerugian, produk tidak laku terjual, dan banyak pesaing merupakan sebuah kewajaran dalam dunia usaha. Mentor menekankan pada kemauan untuk selalu mengevaluasi dan berinovasi dalam membuat/mengembangkan suatu produk. Poin tersebut dirasakan sebagai pendorong oleh mahasiswa untuk mau dan berani untuk memulai sebuah usaha.

Mentor memiliki pembawaan yang humoris, tidak kaku, dan selalu berinteraksi dengan menunjukkan sikap yang apresiatif terhadap mahasiswa. Secara perlahan-lahan dengan nada humoris, interaktif dan sikap apresiatifnya, mentor semakin menunjukkan peran psikososialnya yang membuat mahasiswa semakin termotivasi, percaya diri, dan berani untuk menekuni dunia wirausaha. Mentor memberikan treatment berdasarkan data awal kondisi psikologis mahasiswa yang nampak *overconfident* akan memperoleh keuntungan yang besar, dan ketakutan akan produk/usahanya tidak laku dipasaran. Peneliti menemukan mentor beberapa kali memberikan penguatan, apresiasi, dan konfirmasi dengan melontarkan kalimat “yang saya hadapi bukan mahasiswa tapi calon pengusaha-pengusaha hebat”. Kalimat tersebut memberikan booster kepada mahasiswa untuk semakin bersemangat dan percaya diri mendalami wirausaha yang dibuktikan melalui testimoni mahasiswa setelah mengikuti pelatihan.

Beberapa mahasiswa yang menjadi peserta menyampaikan tentang apa yang didapatkan dari mentor. Mahasiswa peserta mentoring yaitu Nistra menyampaikan opininya terkait hal yang didapatkan dari mentoring ini bahwa dalam membangun usaha itu pertama harus ada niat, dan menerima kritikan orang sekitar dari bahan yang kita buat sehingga dapat menjadi pengalaman kita kedepannya. Hal serupa disampaikan juga oleh Putri yang menyampaikan dirinya mendapatkan pelajaran penting bahwa dalam berwirausaha

harus siap untuk terus belajar dan beradaptasi, jangan langsung "down" ketika difase penurunan, tapi cari solusinya. Manya menyampaikan kesannya bahwa mentor telah membuka jalan pikirnya dalam menjalankan wirausaha harus berani maju dan menanggung resiko kedepannya. Dinda menyampaikan suatu hal yang diingat dari mentor adalah jalan menuju kesuksesan tidak gampang ada naik turunnya dan kita harus tetap semangat dalam menjalankan usaha karena awal dari seorang pengusaha adalah ada niat dan semangat. Nanda menyampaikan bahwa jiwa wirausahanya tambah bersemangat karena mendengar pengalaman mentor mengembangkan berbagai jenis usaha yang baru dari satu bahan.

Ruth sebagai peserta mendapatkan catatan penting dari mentor bahwa menjadi usahawan itu bukan hal yang mudah karena banyak tantangan dan hambatan terutama bagi pemula maka dari itu perlu kelompok atau mentor yang dapat membimbing untuk kita bisa tetap bertahan dan berkembang. Kemudian Dida menyampaikan bahwa sebagai usahawan diawal berwirausaha tidak perlu mendengar omongan orang lain, namun disaat usaha kita berjalan sangat penting untuk mendengar pendapat masukan dari orang lain. Pela memberikan testimoni tentang hal yang membuatnya termotivasi adalah saat mentor mengatakan bahwa sekecil apa pun usaha yang akan kita kembangkan kalau konsisten, semangat dan percaya diri akan memperbesar kemungkinan untuk terus dan terus berkembang. Anjely menguatkan dengan menyampaikan hal yang paling berkesan dari mentor adalah untuk anak muda jangan mudah menyerah dalam membangun sebuah usaha karena itu yg menjadi proses kesuksesan. Kanti juga menyampaikan hal yang didapatkan dari mentor yaitu tentang kunci utama berwirausaha itu ada tiga, yaitu mempunyai niat, mempunyai semangat dan mempunyai tekad berwirausaha (produk). Jika ke tiga hal

itu sudah tertanam dalam diri, maka untuk modal dan hal lainnya pasti ada jalan.

Testimoni mahasiswa setelah mengikuti pelatihan menunjukkan adanya peran psikososial dari mentor untuk membangun kondisi psikologis yang lebih baik dalam diri mahasiswa terkait dunia usaha. Mentor dianggap oleh mahasiswa telah mampu memberikan dorongan, motivasi, dan pemahaman tentang dunia wirausaha sehingga mereka memiliki rasa percaya diri dan semakin termotivasi untuk terjun dalam dunia wirausaha. Peran mentor dalam pelatihan ini telah berjalan sebagaimana mestinya dimana peran psikososial yang dikonsepsikan Ragins dan Kram (2007) dilakukan dengan cara pendampingan proses sebagai teman (pendukung), memberikan konseling, memberikan sikap konfirmasi/apresiasi. Berdasarkan jawaban-jawaban diatas, mahasiswa merasakan *positive vibes* (aura positif) dari mentor baik itu karena pembawaannya yang interaktif, apresiatif dan humoris, maupun dari pengalaman mentor mulai dari merintis usaha, jatuh bangun dalam mengembangkan usahanya hingga berhasil. Kombinasi antara pembawaan dan pengalaman mentor membuat mahasiswa termotivasi untuk memiliki niat yang kuat, berani maju, mau menerima kritik, berani mengambil resiko, selalu mau untuk belajar dan beradaptasi, konsistensi dan tidak menyerah dalam berwirausaha.

Mentor pada proses mentoring ini juga sekaligus menunjukkan fungsi teknisnya dengan memberikan materi-materi yang mempertimbangkan dari hasil *pre-test* seperti perhitungan dan penentuan harga jual produk, optimalisasi keuntungan dan manajemen pemasaran (perencanaan, pelaksanaan dan evaluasi). Berikut beberapa materi yang sekaligus menunjukkan peran teknis dari mentor:

-cara memaksimalkan keuntungan itu dengan membuat produk turunan dari 1 bahan baku.

- Menjamin untuk dibantu terkait branding dan perijinan produk.
- Mulai memasarkan dari *circle* kecil (teman-teman satu kampus) itu merupakan promosi yang efektif dan efisien.
- Keuntungan disimpan 50% untuk antisipasi kerugian (barang tidak laku).
- Pencatatan angka penjualan per minggu untuk menghitung angka produksi agar sesuai dengan permintaan pasar (evaluasi).
- Jangan berspekulasi memproduksi dengan jumlah lebih besar tanpa pertimbangan. Caranya adalah dengan melihat jumlah penjualan selama jangka waktu tertentu (mingguan dan bulanan).
- Pelayanan pelanggan juga berpengaruh terhadap penjualan, karena kualitas pelayanan akan menarik konsumen apabila pada kasus produk yang memiliki pesaing.
- Menyarankan trial error dan tes pasar untuk menyesuaikan dengan permintaan pasar sekaligus memastikan produk kita memang diterima oleh masyarakat.
- Menyarankan untuk bergabung ke komunitas.

Mentor dalam mentoring ini juga melakukan uji kemampuan mahasiswa dengan memberikan tugas untuk menyusun sebuah desain/rancangan usaha secara berkelompok. Hal ini sesuai dengan konsep dan peran teknis dari Ragins dan Kram (2007) bahwa peran teknis yang dilakukan oleh mentor adalah untuk menempa kemampuan wirausaha dari mentee yang salah satunya dilakukan dengan training, pengujian dengan memberikan tantangan-tantangan, kemudian dukungan back-up secara teknis. Jadi, perkembangan kondisi kemampuan teknis mahasiswa dalam mentoring ini dilihat dari penilaian mentor terhadap rancangan usaha mahasiswa. Uji kemampuan ini memiliki beberapa aspek penilaian yaitu terntang deskripsi usaha, perencanaan usaha, manajemen keuangan, rancangan pemasaran, dan implementasi serta pemantauan. Mahasiswa dibagi dalam 4 kelompok yang kemudian memaparkan serta

mendapat penilaian dari mentor. Setiap kelompok langsung mendapatkan respon teknis melalui kritik dan saran yang konstruktif terkait rancangan usaha mereka oleh mentor. Kritik saran ini bertujuan untuk mematangkan rancangan usaha dari mahasiswa.

Kelompok I dengan produk cookies dari bahan tepung biji buah cempedak mendapat beberapa saran dan apresiasi dari mentor yaitu pada aspek penentuan harga, optimalisasi bahan baku, dan pemasaran. Dari aspek penentuan harga, mentor memberikan konfirmasi bahwa kelompok I telah tepat untuk mematok harga jual yang realistis dengan menghitung berdasarkan bahan baku dan operasional produksi dimana keuntungan tidak dipatok terlalu besar untuk produk baru. Kemudian mentor memberikan saran teknis yaitu variasi harga dengan membuat beberapa ukuran *packaging* untuk mencakup seluruh segmen Masyarakat (10 ribu, 15 ribu, 25 ribu, 40 ribu). Mentor kemudian menyarankan adanya produk turunan dari bahan baku buah cempedak untuk memaksimalkan kebermanfaatan bahan baku agar dapat menjadi produk di semua bagian buah. Dari aspek pemasaran, mentor mengapresiasi rencana pemasaran yang memanfaatkan CFD sebagai sarana penjualan yang gratis dan potensial karena banyak pengunjung. Kemudian mentor juga menyarankan untuk melakukan tes pasar, membuat produk tester tidak rugi, namun sangat membantu pengusaha pada tahap awal pengembangan produk untuk mendapat respon dari konsumen untuk penyempurnaan.

Kelompok 2 yaitu Lova Donat mendapat beberapa saran dan apresiasi dari mentor yaitu pada aspek perencanaan dan pemasaran. Mentor menekankan bahwa donat sudah banyak dijual, pengusaha makanan jadi harus lebih kreatif dan membuat produknya menonjol. Mentor memberikan apresiasi terhadap rancangan produk donat dengan bentuk yang tidak konvensional dengan

membuat bentuk yang unik yaitu donat yang dipotong dadu dan ditusuk sate serta variasi rasa/toping. Menurut mentor, bentuk yang variatif tersebut merupakan salah satu cara baru menikmati donat agar tidak repot dan belepotan saat dimakan. Kemudian mentor menyarankan dengan memberikan nilai tambah yaitu membuat kreatifitas menggunakan packaging yang bagus dan tertutup disertai stiker untuk memperoleh keuntungan lebih. Mentor juga memberikan masukan bahwa Sebagai pengusaha harus punya kompetitor, semakin banyak kompetitor semakin mendorong untuk berinovasi agar tetap laku dipasaran.

Kelompok 3 yaitu *thrifting* pakaian mendapat beberapa saran dan apresiasi dari mentor pada aspek manajemen keuangan dan rancangan pemasaran. Mentor memberikan apresiasi terkait manajemen keuangan kelompok I yang sudah menghitung secara detail tentang rincian biayanya mulai dari pricing jenis pakaian, biaya perlengkapan, dan biaya sewa. Mentor memberikan tanggapan agar menentukan harga jual yang tepat untuk meminimalisir kerugian dari jumlah barang yang layak dijual dalam satu bal. Kemudian mentor juga memberikan masukan agar tidak menyewa tempat terlebih dahulu untuk langkah awal, karena *cost* sewa lumayan besar. Mentor menyarankan untuk menggunakan iklan online dengan polesan foto produk yang lebih menarik. Dari aspek fundamental, mentor memberikan masukan bahwa fashion adalah usaha yang sangat mengikuti mode yang cepat berubah, jadi riset tren mode pasar secara berkala sangat penting untuk memastikan produk yang dijual dapat mengikuti tren pasar. Mentor juga memberi penekanan bahwa produk *thrifting* memiliki resiko karena terdapat aspek *gambling* dari produk yang dibeli dalam satuan bal bisa jadi hanya beberapa yang masih layak untuk dijual. Oleh karena itu, maka harus membuat perjanjian pengiriman

dan retur barang agar menghindari biaya kirim yang besar.

Kelompok 4 dengan produk Wadi Ikan mendapat beberapa saran dan apresiasi dari mentor pada aspek manajemen usaha dan rancangan pemasaran. Mentor memberikan apresiasi dan konfirmasi bahwa produk wadi memiliki orisinalitas karena merupakan produk khas lokal yang memiliki potensi besar apabila berhasil masuk pasar nasional. Mentor mengapresiasi kelompok ini karena mereka tertarik untuk mengembangkan usaha makanan khas daerah Kalimantan. Kemudian yang mendapat apresiasi dari mentor adalah paparan tentang diversifikasi produk wadi dari berbagai jenis ikan yang sebelumnya belum pernah dijadikan wadi serta rencana kerja sama dengan petani ikan lokal sebagai mitra supplier bahan baku. Disisi lain, mentor menyarankan sebelum memilih jenis ikan sebagai bahan baku, mereka harus melakukan survey. Survey ini bertujuan untuk mengetahui masyarakat yang menyukai ikan jenis apa saja. Hal ini menjadi faktor penentu potensi kesuksesan produk karena mengikuti kebiasaan dan kesukaan masyarakat. Mentor lalu memberikan apresiasi terhadap pricing yang dipaparkan kelompok ini yang telah membuat segmentasi harga. Kelompok ini telah menentukan variasi harga menyesuaikan bagian tubuh ikan dengan tujuan untuk mendapatkan keuntungan yang bervariasi. Mentor memberikan masukan tambahan dalam hal pengemasan produk. Kemasan dan proses pengemasan yang tepat menurut mentor mempengaruhi masa simpan wadi, jadi harus betul-betul diperhatikan pengemasannya agar masa simpan wadi dapat bertahan lama. Hal terakhir adalah mentor menawarkan agar mereka menawarkan resep olahan wadi dalam kemasan untuk referensi olahan bagi konsumen.

Dari hasil uji kemampuan menggambarkan bahwa mentor telah menunjukkan peran teknisnya kepada mahasiswa dalam bentuk masukan-masukan

(dukungan-dukungan teknis) dari rancangan usaha yang dipaparkan setiap kelompok. Peran teknis dari mentor menunjukkan hasil yang baik dilihat dari beberapa apresiasi dan konfirmasi yang disampaikan kepada 4 kelompok tersebut seperti orisinalitas dan inovasi produk, perencanaan usaha yang sudah baik, serta manajemen keuangan yang sudah detail. Meskipun telah memberikan apresiasi dan konfirmasi terkait kemampuan teknis mahasiswa yang sudah baik, mentor tetap memberikan beberapa saran teknis untuk menyempurnakan rancangan usaha dari masing-masing kelompok. Masukan-masukan yang diberikan mentor diantaranya seperti optimalisasi bahan baku dengan membuat produk turunan, melakukan test produk, manajemen/mitigasi resiko kerugian, efisiensi biaya operasional, branding produk, serta pemasaran. Dukungan teknis dari mentor selain meningkatkan pemahaman teknis mahasiswa tentang wirausaha juga sekaligus memberikan motivasi psikologis kepada mereka untuk lebih percaya diri dalam mengembangkan produk usahanya.

Pada akhir sesi, mentor memberikan apresiasi dan konfirmasi bahwa 2 dari 4 rancangan bisnis mahasiswa akan disupport dalam proses pengemasan, perizinan, dan pemasaran yaitu kelompok cookies biji cempedak dan wadi ikan. Sementara 2 produk lainnya diberikan kesempatan untuk penyempurnaan desain produk usaha melalui konsultasi lebih lanjut. Hal tersebut merupakan inisiatif mentor diluar agenda pelatihan sebelumnya. Sehingga, diluar konteks pelatihan dalam penelitian ini, mentoring akan terus berjalan ke fase kultivasi tingkat lanjut dan terus berlanjut ke fase separasi dan redefinisi untuk selanjutnya dilakukan penelitian pengembangan lanjutan.

KESIMPULAN

Meskipun konsep mentoring dari Kram (2007) berlangsung dalam empat fase (inisiasi,

kultivasi, separasi, dan redefinisi) dilakukan pada setting yang natural dalam sebuah perusahaan. Pada kenyataannya, dalam hasil penelitian ini telah menunjukkan adanya peran/fungsi teknis dan psikososial yang cukup baik dari mentor yang dipotret pada fase kultivasi. Kesimpulan itu diperoleh dari data uji kemampuan yang menunjukkan nilai rata-rata 73,1/100. Hal lain yang menjadi penguat kesimpulan ini adalah konfirmasi dari mentor bahwa pemahaman teknis mahasiswa telah berada pada posisi yang baik dilihat dari aspek orisinalitas dan inovasi produk, perencanaan usaha yang sudah baik, serta manajemen keuangan yang sudah detail.

Peran teknis sekaligus psikososial mentor juga diwujudkan melalui saran teknis untuk menyempurnakan rancangan usaha dari masing-masing kelompok. Masukan-masukan yang diberikan mentor diantaranya seperti optimalisasi bahan baku dengan membuat produk turunan, melakukan test produk, manajemen/mitigasi resiko kerugian, efisiensi biaya operasional, branding produk, serta pemasaran. Disamping itu, mentor dinilai oleh mahasiswa telah menjalankan peran psikososialnya karena mampu memberikan dorongan, motivasi, dan pemahaman tentang dunia wirausaha. Peran tersebut mendorong mahasiswa semakin merasa percaya diri, memiliki niat yang kuat, berani maju, mau menerima kritik, berani mengambil resiko, selalu mau untuk belajar dan beradaptasi, konsistensi dan tidak menyerah dalam berwirausaha. Peran psikososial mentor dirasa semakin kuat oleh mahasiswa karena mereka merasakan positive vibes (aura positif) dari mentor baik itu karena pembawaannya yang interaktif, apresiatif dan humoris, maupun dari pengalaman mentor mulai dari merintis usaha, jatuh bangun dalam mengembangkan usahanya hingga berhasil.

Peran mentor dalam pelatihan ini telah berjalan sebagaimana peran/fungsi teknis dan psikososial yang dikonsepsikan Ragins dan

Kram (2007). Mentor menjalankan peran teknisnya dengan cara menempa kemampuan wirausaha dari mahasiswa yang dilakukan dengan pengujian dengan memberikan tantangan-tantangan yang diikuti dengan pemberian dukungan back-up secara teknis. Peran psikososial dilakukan dengan cara pendampingan proses sebagai teman (pendukung), memberikan konseling, dan memberikan sikap konfirmasi/apresiasi. Mentoring ini dapat dikatakan dalam waktu yang singkat telah berhasil mengidentifikasi peran teknis dan psikologis dari mentor kepada mahasiswa (mentee), mengingat mentoring yang dikonsepsikan oleh Kram (2007) berjalan pada 4 fase yang rata-rata dalam tulisannya tersebut membutuhkan waktu lebih dari satu tahun. Sebagaimana telah disinggung pada bagian sebelumnya, bahwa mentoring ini akan tetap melanjutkan fase kultivasi yang kemudian akan diikuti fase separasi dan redefinisi karena mentor telah menyampaikan akan mendampingi serta memfasilitasi 4 kelompok mahasiswa dalam penyempurnaan rancangan usaha mereka.

DAFTAR PUSTAKA

- Aftina Nurul Husna (2019), Karakter Wirausaha sebagai Antecedent Efikasi Diri dan Intensi Berwirausaha pada Mahasiswa. The 10th University Research Colloquium 2019 Universitas 'Aisyiyah Yogyakarta.
- Aftina Nurul Husna (2020), Memetakan Kognisi Wirausaha: Konseptualisasi dan Potensi Riset di Indonesia. The 11th University Research Colloquium 2020 Universitas 'aisyiyah Yogyakarta
- Anang Firmansyah, Anita Roosmawarni (2019). Kewirausahaan (Dasar dan Konsep). Surabaya.
- Belle Rose Ragins, Kathy E. Kram (2007). The Handbook of Mentoring at Work (Theory, Research, and Practice). Sage Pub.
- Booklet Sakernas Agustus 2022. Badan Pusat Statistik. ISBN: 2714-853X.
- Eka Nuraini Rachmawati & Ab Mumin bn Ab Ghani (2020). Hubungan Keuntungan dengan Resiko dalam Perspektif Fiqih Aplikasinya pada Institusi Keuangan Islam. *Jurnal Tabarru' : Islamic Banking and Finance* Volume 3 Nomor 2, November 2020.
- Juhairiah, S., & Yuwono, D. T. (2022). Pentingnya Menumbuhkan Minat Berwirausaha Di Kalangan Mahasiswa Menggunakan Teknologi Digital di Era Industri 4.0: The Importance Of Growing Interest In Entrepreneurship Among Students Using Digital Technology In The Industry 4.0 Era. *Neraca: Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 8(1), 38–43. <https://doi.org/10.33084/neraca.v8i1.4361>
- Kathy E. Kram (1983). Phases of The Mentor Relationship. *Academy of Management Journal* Vol. 26 No. 4, 608-625. DOI: 10.2307/255910
- Moleong, L. J. (2012). Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Peter van der Sijde (2013) Benefits and Impact of Mentoring for Entrepreneurs: The entrepreneur's perspective. *International Journal of Human Resource Studies* ISSN 2162-3058 2013, Vol. 3, No. 4.
- Rozikin , A. Z. (2022). Pengaruh Hasil Belajar Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha: The Effect Of Entrepreneurship Learning Results On Interest In Entrepreneurship . *Neraca: Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 8(1), 20–24. <https://doi.org/10.33084/neraca.v8i1.4351>

- Rusydi Ananda (2016) Pengantar Kewirausahaan (Rekayasa Akademik Melahirkan Entrepreneurship). Perdana Publishing.
- Sugiyono. (2010). Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.