

PENINGKATAN KOMPETENSI KEWIRAUSAHAAN KUNCI SUKSES WIRAUSAHA

**Christine Winstinindah Sandroto¹⁾, Benedicta Prihatin Dwi Riyanti²⁾,
Angela Oktavia Suryani³⁾, Bimo Wikantiyoso⁴⁾**

¹⁾Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Katolik Indonesia Atma Jaya

^{2,3,4)} Fakultas Psikologi, Universitas Katolik Indonesia Atma Jaya

christine.wins@atmajaya.ac.id

Abstract

This community service collaborates with Atma Jaya Catholic University of Indonesia with partners to relate to entrepreneurs, namely: Institut Teknologi Del (IT Del) -North Sumatra, Universitas Negeri Makasar (UNM)-South Sulawesi, and the Universitas Persatuan Guru 1945 (UPG 1945) - East Nusa Tenggara. Community service provides competency training and coaching clinics for entrepreneurs in the Lake Toba, Makasar, and Kupang areas to improve their entrepreneurial competencies. We believe that entrepreneurial competence is the key to entrepreneurial success. The online program aims to understand the importance of increasing entrepreneurial competence to achieve business success for entrepreneurs, provide a coaching clinic for entrepreneurs who experience obstacles during the COVID-19 pandemic, and increase insight and networking among entrepreneurs in Indonesia and learn from other entrepreneurs. Training and coaching clinics are carried out following stages preparation, implementation, and evaluation, all involving university partners. The training material explains competence and dimensions of entrepreneurial competence (the ability to see opportunities, achievement motivation, and persuasion abilities). The entrepreneurship competency training and coaching clinic were well organized as expected. If the COVID-19 pandemic has been resolved, training and coaching clinics can be carried out face-to-face. Each region in Indonesia has a different culture; if the training is carried out at the location of the entrepreneurs, the topics and methods will be more specifically adapted to the culture of the entrepreneurs who are the participants.

Keywords: competence, training, entrepreneurship.

Abstrak

Pengabdian kepada masyarakat ini bekerjasama Universitas Katolik Indonesia Atma Jaya dengan mitra untuk berelasi dengan para wirausaha, yaitu: Institut Teknologi Del (IT Del) -Sumatera Utara, Universitas Negeri Makasar (UNM)-Sulawesi Selatan, dan Universitas Persatuan Guru 1945 (UPG 1945) – Nusa Tenggara Timur. Pengabdian masyarakat dilakukan dengan memberikan pelatihan kompetensi dan coaching clinic bagi wirausaha di Kawasan Danau Toba, Makasar, dan Kupang untuk meningkatkan kompetensi wirausaha mereka. Kami meyakini bahwa kompetensi wirausaha merupakan kunci sukses keberhasilan pada wirausaha. Daring ini bertujuan: memahami pentingnya meningkatkan kompetensi wirausaha untuk mencapai keberhasilan usaha, memberikan coaching clinic bagi para wirausaha yang mengalami kendala di masa pandemip covid-19, dan meningkatkan wawasan dan jejaring antar wirausaha di Indonesia untuk dapat berelasi dan belajar dari wirausaha lainnya. Pelatihan dan coaching clinic dilakukan melalui tahapan persiapan, pelaksanaan, dan evaluasi yang semua tahap melibatkan mitra perguruan tinggi. Materi pelatihan mencakup pemaparan mengenai kompetensi, dan dimensi kompetensi wirausaha kemampuan melihat peluang, motivasi berprestasi, dan kemampuan persuasi. Pelatihan kompetensi kewirausahaan dan coaching clinic ini terselenggara dengan baik sebagaimana yang diharapkan. Ke depannya, jika pandemic covid-19 telah teratasi, maka pelatihan dan coaching clinic dapat dilakukan secara tatap muka. Terlebih tiap daerah di Indonesia memiliki budaya yang berbeda, sehingga jika pelatihan dilakukan di lokasi para wirausaha, maka topik dan metoda akan lebih spesifik menyesuaikan dengan budaya para wirausaha yang menjadi peserta.

Kata kunci: kompetensi, pelatihan, wirausaha.

PENDAHULUAN

Pengabdian kepada masyarakat yang kami lakukan ini merupakan salah satu luaran dari hibah DRPM yang kami peroleh pada tahun 2019-2021, di mana tim penulis mendapatkan Hibah Kategori Penelitian Terapan Unggulan Perguruan Tinggi yang berjudul Penyusunan, Uji Psikometri dan Pembuatan Norma Alat Ukur Kompetensi Wirausaha Konteks Indonesia.

Hasil penelitian selama 3 tahun telah menghasilkan luaran publikasi pada 4 (empat) jurnal bereputasi baik terindeks Sinta maupun Scopus dan 2 (dua) hak cipta atas alat ukur kompetensi wirausaha yang dihasilkan. (Alat Ukur Kompetensi Wirausaha Model SJT Versi Pendek dan mendapatkan HKI dengan nomor EC00202006871 pada 18 Februari 2020 dan Alat Ukur Kompetensi Wirausaha Model SJT Versi Panjang dan mendapatkan HKI dengan nomor EC00202055305 pada 2 Desember 2020).

Pengabdian kepada masyarakat ini bekerjasama Universitas Katolik Indonesia Atma Jaya dengan mitra untuk berelasi dengan para wirausaha di area mereka, yaitu: Institut Teknologi Del (IT Del) -Sumatera Utara, Universitas Negeri Makasar (UNM)-Sulawesi Selatan, dan Universitas Persatuan Guru 1945 (UPG 1945) – Nusa Tenggara Timur. Pemilihan 3 (tiga) perguruan tinggi tersebut sebagai mitra dalam melakukan pengabdian masyarakat adalah karena kami telah memiliki kerjasama yang baik dan telah menandatangani *Memorandum of Understanding (MoU)* dan *Memorandum of Agreement (MoA)* baik dalam hal penelitian, maupun pengabdian kepada masyarakat. Ketiga mitra tersebut terlibat dalam proses

penelitian yang kami lakukan untuk pengumpulan data wirausaha di luar Pulau Jawa, disamping masih ada beberapa mitra lainnya.

Pengabdian masyarakat dilakukan dengan memberikan sosialisasi hasil penelitian, pelatihan kompetensi dan *coaching clinic* bagi wirausaha di Kawasan Danau Toba, Makasar, dan Kupang untuk meningkatkan kompetensi wirausaha mereka. Di mana kami meyakini bahwa kompetensi wirausaha merupakan kunci sukses keberhasilan pada wirausaha. Di samping itu Diwanti & Dharma (2019), menegaskan bahwa adanya pelatihan akan memunculkan pemberdayaan yang penting untuk penguatan di masyarakat, dan tentu untuk para wirausaha juga. Usaha Mikro Kecil dan Menengah berkontribusi menopang perekonomian rumah tangga, terlebih saat pandemi covid-19 di mana kesempatan bekerja semakin sulit dampak dari dunia usaha yang terkena imbas (Sandroto, 2022)

TUJUAN PELATIHAN

Pelatihan dan *coaching clinic* secara daring ini bertujuan:

1. Memberikan pemahaman kepada peserta tentang pentingnya meningkatkan kompetensi wirausaha untuk mencapai keberhasilan usaha.
2. Memberikan *coaching clinic* bagi para wirausaha yang mengalami kendala usaha di masa pandemi covid-19.
3. Meningkatkan wawasan dan jejaring antar wirausaha di Indonesia untuk dapat berelasi dan belajar dari wirausaha lainnya.

Profil Peserta

Peserta dalam pelatihan dan *coaching clinic* ini adalah wirausaha di bawah bimbingan IT Del, UNM, dan UPG 1945 dengan kriteria:

1. Wirausaha yang termasuk ke dalam kategori Usaha Kecil dan Menengah dan masih bertahan di masa pandemi covid-19.
2. Sudah menjalankan usaha minimal 3 tahun
3. Omzet minimal per bulan Rp 20.000.000,- (dua puluh juta rupiah).
4. Usaha berlokasi di luar Pulau Jawa

Bidang usaha peserta adalah pedagang sembako, daging, sayuran, *fashion*, tenun, kuliner, kedai kopi dan restoran, kecantikan, dekorasi dan *souvenir*, dan lainnya. Pendidikan terakhir mayoritas adalah SMU/SMA dan diploma. Ada juga beberapa peserta lulusan Strata 1.

Selain para wirausaha, beberapa dosen dari Fakultas Teknologi Industri - IT Del, Fakultas Psikologi - UNM, dan Fakultas Ekonomi -UPG 1945 bergabung dan ikut mendampingi para wirausaha dalam acara pelatihan dan *coaching clinic* ini.

METODE

Pelatihan dan *coaching clinic* bagi para wirausaha mengikuti 3 tahap sebagai berikut:

1. Persiapan
Persiapan pelatihan dan *coaching clinic* dilakukan selama 3 bulan sebelum kegiatan dilaksanakan, yang meliputi aktivitas :
 - a. Diskusi serta koordinasi antara Universitas Katolik Indonesia Atma

Jaya dan 3 perguruan tinggi mitra mengenai rencana pelatihan dan *coaching clinic*.

- b. Dilakukan *training needs analysis/* analisis kebutuhan pelatihan terhadap kondisi wirausaha di tiga lokasi, yaitu Kawasan Danau Toba, Makasar, dan Kupang.
 - c. Perguruan tinggi mitra akan mengundang wirausaha untuk menjadi peserta kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini.
 - d. Menentukan acara serta jadwal pelatihan dan *coaching clinic* yang diadakan secara daring melalui media Zoom yang disepakati semua pihak.
 - e. Menyepakati bahwa semua perguruan tinggi mitra dan Atma Jaya akan menyampaikan kata sambutan pada hari pelaksanaan.
 - f. Akan disiapkan sertifikat bersama untuk peserta yang di tandatangani pihak berwenang dari Universitas Katolik Indonesia Atma Jaya dan pihak mitra, yaitu IT Del, UNM, dan UPG 1945.
 - g. Mempersiapkan materi pengabdian masyarakat dalam bentuk pelatihan dan *coaching clinic* bagi para wirausaha.
2. Pelaksanaan
Pelaksanaan kegiatan dilakukan secara daring

dengan aplikasi Zoom pada hari Rabu, 12 Januari 2022. Jumlah peserta yang hadir sebanyak 46 orang.

3. Evaluasi
Peserta akan diminta mengisi kuesioner untuk mengevaluasi pelatihan dan *coaching clinic* dengan mengisi *google form* yang telah disiapkan. Dan dilakukan rapat evaluasi dengan 3 mitra perguruan tinggi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Acara dimulai dengan sambutan dari Dekan Fakultas Psikologi – Universitas Katolik Indonesia Atma Jaya, Dekan Fakultas Teknologi Industri-Institut Teknologi Del, Dekan Fakultas Psikologi-Universitas Negeri Makasar, dan Dekan Fakultas Ekonomi-Universitas Persatuan Guru 1945. Kemudian dilanjutkan dengan paparan materi Kompetensi Wirausaha oleh 4 (empat) orang narasumber (Benedicta Prihatin Dwi Riyanti, Angela Suryani, Bimo Wikantiyoso, dan Christine Winstinindah Sandroto) dan sesi *coaching clinic*, diskusi, serta tanya jawab.

Materi Pelatihan dan Coaching Clinic

Materi pelatihan mencakup perkembangan UMKM di masa pandemi baik di lingkup internasional dan nasional. Selain itu disampaikan pula hasil penelitian para narasumber mengenai kompetensi wirausaha yang efektif di Indonesia, serta bagaimana kompetensi tersebut mempengaruhi keberhasilan usaha.

Meski banyak UMKM yang gulung tikar saat pandemi, UMKM

tetap menjadi tumpuan bagi pencari kerja. Banyak usaha baru muncul dan banyak juga yang tumbang. Di tingkat internasional memperlihatkan ada 20% bisnis baru yang gagal di tahun awal berdiri dan meningkat menjadi 50% pada tahun ke 5 (Driessen & Zwart, 2007) dan menjadi 66% setelah memasuki tahun ke-6 (Franco & Haase, 2010).

Menurut Mulder (2014) munculnya bisnis baru membutuhkan sumber daya baik dari lingkungan eksternal maupun dari dalam diri wirausaha. Lingkungan eksternal menyediakan keuangan, informasi, dan modal sosial. Sementara dari faktor internal yaitu dari dalam diri wirausaha yang membuat peluncuran bisnis terjadi adalah kompetensi.

Kompetensi

Kompetensi merupakan kombinasi pengetahuan (*knowledge*), keahlian (*skill*), kebiasaan (*abilities*), karakteristik personal (*personal characteristics*) dan faktor-faktor individual lainnya. Kompetensi mampu membedakan kinerja karyawan yang superior dari kinerja rata-rata pada situasi spesifik tertentu. Dimana kompetensi terkait erat baik dengan dengan pekerjaan maupun pekerjaannya (Prihadi, 2014). Rivai & Sagala (2013) menjelaskan bahwa kompetensi adalah karakteristik dasar individu yang terkait kinerja efektif atau kompetensi superior yang berbeda dari kompetensi rata-rata pada umumnya. Hayton & Kelley (2006), menjelaskan bahwa kompetensi terkait dengan kinerja yang unggul dalam segala hal keadaan tertentu

Para ahli mengembangkan beberapa pemikiran tentang kompetensi wirausaha. Callisen (2015) mengembangkan kompetensi wirausaha mencakup 6 soft skill, yaitu *public speaking*, *relationship building*,

leadership, time management, negotiation and empathy. Scarborough, Wilson, & Zimmerer (2011), mengelompokkan kompetensi wirausaha ke dalam 10 kompetensi. Sedangkan Chou, et al (2010) mengembangkan 10 kompetensi wirausaha yang dapat diterapkan untuk mahasiswa bisnis.

Spencer & Spencer (1993) mengemukakan bahwa terdapat tiga belas dimensi dalam *entrepreneurship*. Ketiga belas dimensi ini merupakan ciri dasar yang dimiliki oleh mereka yang berjiwa wirausaha. Ketiga belas dimensi tersebut adalah: (1), Inisiatif, (2) Ketekunan, (3), Melihat dan Memanfaatkan Peluang Usaha (4) Mencari Informasi, (5) Fokus pada kinerja yang Tinggi, (6) Komitmen pada Pekerjaan, (7) Pemecahan Masalah, (8) Perencanaan Sistematis, (9) Berorientasi pada Efisiensi, (10) Percaya Diri, (11) Ketegasan, (12) Strategi agar dapat Mempengaruhi, (13). Kemampuan Persuasif

Berdasarkan penelitian yang dilakukan atas 13 kompetensi tersebut, melalui metode *Exploratory Factor Analysis (EFA)*, penulis mendapatkan bahwa dimensi kompetensi wirausaha yang valid di Indonesia adalah gabungan beberapa kompetensi yang bisa dikelompokkan menjadi 3 Faktor, yaitu Melihat dan memanfaatkan Peluang, Motivasi Berprestasi dan Strategi Menggunakan Pengaruh (Riyanti, et al, 2022).

Apakah Kompetensi Membuat Wirausaha berhasil?

Menurut Chandler & Jansen (1992), bisnis yang sukses dipimpin oleh pemilik bisnis yang kompeten. Riyanti (2003), mengemukakan bahwa UMKM bertahan saat krisis ekonomi 1998 karena memiliki perilaku inovatif. Sedangkan Barazandeh et al. (2015),

menekankan bahwa kompetensi kewirausahaan mempengaruhi kinerja bisnis. Bahwa ada pengaruh norma sosial dalam praktek bisnis namun tidak berdampak langsung pada kinerja usaha.

Penelitian Wikantiyoso, Riyanti, & Suryani (2019), mendapatkan bahwa archetype dan kompetensi wirausaha berpengaruh pada keberhasilan usaha. Demikian pula penelitian Suryani, Riyanti, & Sandroto (2021), mengemukakan bahwa kompetensi wirausaha berpengaruh pada keberhasilan usaha

Kemampuan Melihat dan Memanfaatkan Peluang

Kemampuan ini melingkupi kepekaan seseorang untuk melihat peluang yang tidak selalu terlihat, tetapi dapat ditemukan jika diperhatikan dengan cermat. Dalam hal ini, seseorang tidak hanya mampu menemukan peluang yang ada, tetapi mampu bertindak dengan tindakan yang tepat terhadap peluang tersebut. Menemukan peluang tetapi tidak mampu menanggapi dengan tindakan yang tepat tidak akan membawa seseorang mendapatkan peluang tersebut, walaupun sudah menemukannya.

Motivasi Berprestasi

Motivasi berprestasi menurut Mc Clelland (1987) adalah salah satu faktor dan sumber daya seseorang yang dapat mendorongnya menjadi wirausaha. Dijelaskan lebih lanjut bahwa motivasi berprestasi adalah keinginan seseorang untuk mampu melakukan sesuatu lebih baik dari sebelumnya dengan berusaha melampaui standar yang ada (McClelland,1987).

Griffin, Phillips, & Gully (2017) berpendapat bahwa motivasi berprestasi

muncul dari keinginan seseorang untuk mencapai hasil dengan lebih efektif dibandingkan dengan yang pernah dikerjakan sebelumnya. Pelaku usaha yang memiliki kebutuhan untuk berprestasi yang tinggi, lazimnya akan menetapkan seperangkat tujuan yang cukup sulit dan membuat kepuasan yang cukup berisiko.

Menurut Spencer & Spencer (1993), kompetensi berprestasi bagi wirausaha mencakup:

1. Inisiatif,
Melakukan berbagai hal sebelum diminta atau dipaksa oleh suatu keadaan, serta bertindak untuk memperluas usaha di area, produk, atau jasa yang baru.
2. Melihat dan bertindak berdasarkan peluang
Di dalamnya mencakup melihat dan bertindak berdasarkan adanya kesempatan bisnis yang baru, serta meraih kesempatan yang tidak biasa untuk memperoleh pendanaan, lahan, tempat kerja, atau bantuan lainnya.
3. Persisten
Yaitu mengambil tindakan berulang kali atau tindakan berbeda untuk mengatasi suatu masalah, dan mengambil tindakan untuk menghadapi permasalahan yang signifikan.
4. Pencarian informasi
Melakukan riset secara personal tentang bagaimana menyediakan barang atau jasa, serta berkonsultasi dengan para ahli untuk mendapatkan saran bisnis dan teknis, mencari informasi atau mengajukan pertanyaan untuk

mengklarifikasi kebutuhan pemasok, serta secara personal melakukan riset pasar, analisis, atau investigasi.

5. Kepedulian terhadap pekerjaan yang berkualitas tinggi,
Menyatakan keinginan untuk memproduksi atau menjual barang dan jasa yang lebih berkualitas, dan membandingkan produk atau organisasi kita dengan pesaing.
6. Komitmen terhadap kontrak kerja,
Wirausaha mengeluarkan pengorbanan pribadi atau mencurahkan usaha yang luar biasa agar dapat menyelesaikan pekerjaan, menerima tanggung jawab penuh atas masalah pekerjaan dengan pelanggan, bersama dengan para pekerja atau bekerja di tempat mereka untuk menyelesaikan suatu pekerjaan, dan mengekspresikan kepedulian untuk kepuasan pelanggan.
7. Orientasi efisiensi
Mencari atau mendapatkan cara-cara untuk melakukan pekerjaan dengan lebih cepat atau biaya lebih sedikit, menggunakan informasi atau alat bisnis untuk meningkatkan efisiensi, dan mengekspresikan kepedulian mengenai biaya vs manfaat untuk peningkatan, perubahan, atau tindakan.

Kemampuan Persuasi (Dalam Konteks Sales Ability)

Kemampuan persuasi adalah kemampuan seseorang untuk memengaruhi dan meyakinkan orang lain sehingga bertindak sesuai dengan apa yang diharapkan atau diinginkan. Dalam kewirausahaan, persuasi sangat erat kaitannya dengan kemampuan wirausaha meyakinkan *customer* untuk membeli ataupun pihak lain sehingga mau membangun kerja sama dengan dirinya sehingga usahanya juga semakin berkembang.

Spencer & Spencer (1993) mendefinisikan kemampuan persuasi dalam konteks *sales ability* adalah menggunakan “*interpersonal styles*” atau cara berkomunikasi yang sesuai agar produk/jasa/gagasan dapat diterima oleh konsumen.

Kompetensi persuasi mencakup di dalamnya adalah kemampuan:

- a. Meyakinkan seseorang untuk membeli barang atau jasa.
- b. Meyakinkan seseorang untuk menyediakan dana.
- c. Kemampuan seseorang untuk melakukan sesuatu yang lain yang ia ingin orang itu untuk lakukan.
- d. Menegaskan kompetensi diri, keandalan, atau kualitas diri atau perusahaan.
- e. Menegaskan kepercayaan yang kuat terhadap produk dan jasa perusahaan.

Kemampuan persuasi akan tercermin pada dampak dan pengaruhnya

- a. Membangun kredibilitas.
- b. Mampu mengatasi masalah dan apa yang menjadi kepedulian pelanggan.

- c. Menggunakan fakta, data, contoh nyata dan demonstrasi
- d. Mengantisipasi dampak yang timbul suatu tindakan terhadap persepsi orang lain.

Berikut ini adalah tindakan yang dapat meningkatkan kompetensi persuasi, yaitu:

1. Mengumpulkan informasi untuk mengerti situasi, kebutuhan serta keuntungan yang diinginkan konsumen.
2. Berinteraksi dengan baik untuk membangun hubungan yang efektif dengan pelanggan.
3. Menentukan dan mengembangkan strategi yang paling tepat untuk meningkatkan layanan.
4. Mempresentasikan produk/ layanan/ gagasan secara efektif untuk menonjolkan aspek-aspek keunggulan yang menumbuhkan kepercayaan terhadap produk/layanan/gagasan.

Evaluasi Pelatihan

Penulis telah mempersiapkan kuesioner evaluasi dalam bentuk *google form*. Meskipun kami meminta peserta mengisi *link* evaluasi yang di posting di *chat room* dan disampaikan beberapa kali agar peserta tidak lupa mengisi saat kegiatan berlangsung, namun ternyata sebagian besar peserta tidak mengisi kuesioner tersebut. Kemungkinan karena mereka kesulitan mengakses kuesioner di *link* dan tidak memahami caranya.

Namun dari reaksi peserta selama mengikuti pelatihan dan sesi *coaching clinic* serta tanya jawab maka kami dapat menyimpulkan bahwa

peserta merasa bahwa pelatihan dan *coaching clinic* bermanfaat bagi usaha mereka dan dapat diterapkan. Peserta banyak bertanya yang langsung dikaitkan dengan bidang usaha mereka secara spesifik.

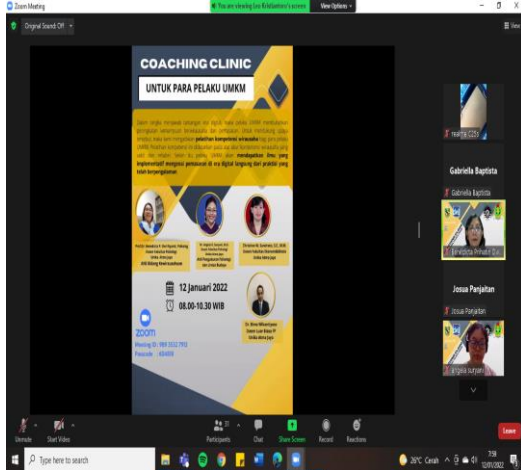
Dokumentasi

Kami menampilkan beberapa foto dokumentasi bukti kegiatan pelatihan dan *coaching clinic*:

Gambar 1. Rapat Evaluasi dengan Mitra Perguruan Tinggi



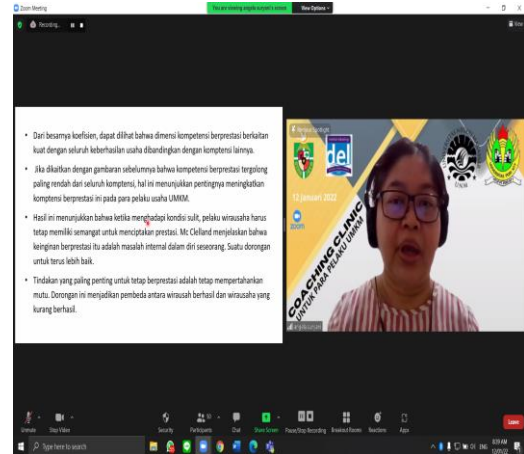
Gambar 2. Flyer Kegiatan



Gambar 3. Narasumber 1



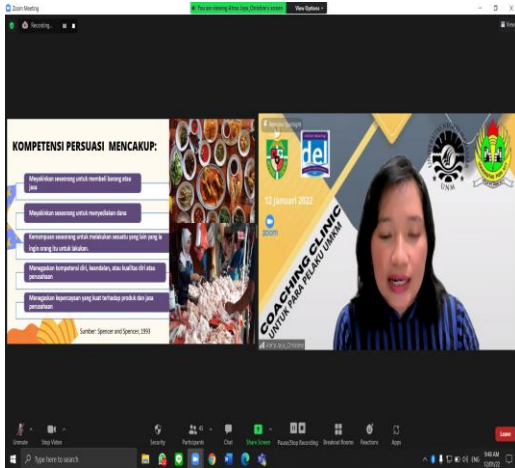
Gambar 4. Narasumber 2



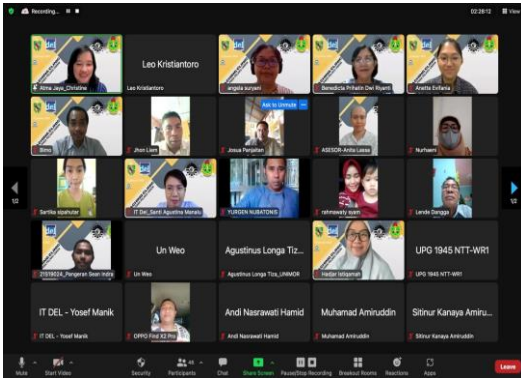
Gambar 5. Narasumber 3



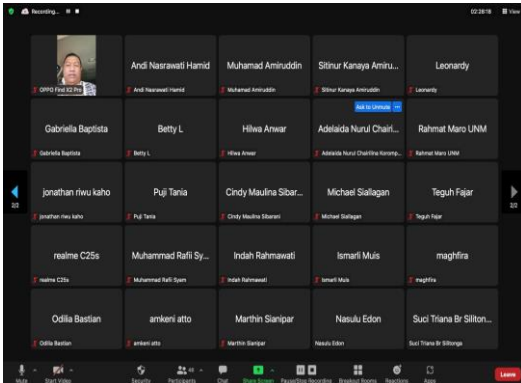
Gambar 6. Narasumber 4



Gambar 7. Foto Bersama 1



Gambar 8. Foto Bersama 2



PEMBAHASAN

Pelatihan kompetensi kewirausahaan dan *coaching clinic* terselenggara dengan baik sebagaimana yang diharapkan. Ini dapat terjadi karena kerjasama yang baik dengan perguruan tinggi mitra di Kawasan Danau Toba, Makasar, dan Kupang dalam menjangkau para wirausaha di daerah

masing-masing. Peserta juga telah mempersiapkan kuota internet yang dibutuhkan untuk pelatihan dan *coaching clinic* sehingga koneksi internet stabil, demikian juga di pihak perguruan tinggi mitra dan narasumber.

Ke depannya diharapkan kerjasama ini dapat terus terjalin dan dapat mengembangkan kompetensi wirausaha di Indonesia. Pelatihan bagi bisnis *start-up* dapat dijajaki karena akan semakin dibutuhkan. Bisnis *start-up* adalah perusahaan yang baru beroperasi atau baru dirintis dan seiring waktu, *start-up* kerap dikaitkan dengan karakteristik seperti perusahaan dengan dukungan usaha berbasis teknologi dan informasi digital atau memiliki keunggulan dalam kreativitas dan inovasi (Manurung, 2021).

Sebagai bentuk kerjasama yang mutualisme, diserahkan sertifikat bersama dari empat perguruan tinggi kepada peserta sebagai apresiasi dan ucapan terimakasih.

Kendala Saat Pelatihan

Pelatihan dan *coaching clinic* secara daring tentu tidak seideal jika dilaksanakan secara luring, di mana pada luring maka kegiatan akan lebih efektif, bisa mengenali dan berdiskusi dengan peserta dengan lebih interaktif.

Berikut ini adalah kendala saat pelatihan berjalan secara daring yang perlu dievaluasi, yaitu:

1. Beberapa peserta tidak membuka kamera saat pelatihan berlangsung mengakibatkan narasumber tidak mengetahui dengan pasti bagaimana kesungguhan peserta mengikuti kegiatan ini. .
2. Peserta kurang memahami mengisi kuesioner evaluasi dengan *link* yang dibagikan, sehingga hanya sedikit sekali

yang mengisi kuesioner.

Saran untuk Pelatihan Yang Akan Datang

Topik kompetensi wirausaha ke depannya tetap dibutuhkan oleh para wirausaha, sehingga penting untuk diajarkan dan dilatih untuk dikembangkan. Teristimewa dalam kondisi di mana lapangan kerja terbatas, banyak perusahaan yang melakukan pemutusan hubungan kerja demi efisiensi perusahaan (Sandroto, 2022), maka wirausaha menjadi alternatif pekerjaan yang malah dapat juga memberikan lapangan kerja bagi masyarakat yang membutuhkan.

Metoda pelatihan dan *coaching clinic* ke depannya dapat lebih bervariasi agar lebih menarik dan interaktif. Masa kini di mana teknologi berkembang dengan mengagumkan, telah banyak memberi kontribusi dalam dunia pendidikan dan pelatihan. *Google Form* dapat dijadikan media alternatif yang berguna untuk mempersiapkan para siswa, termasuk peserta pelatihan untuk mengerjakan soal atau latihan yang bersifat *online* (Yuwono et al, 2020). Evaluasi pelatihan dengan menggunakan *Google form* ini telah dimanfaatkan oleh penulis, namun dalam pelaksanaannya kurang efektif.

Akan lebih baik jika pandemi covid-19 telah teratasi, maka pelatihan dan *coaching clinic* dapat dilakukan secara tatap muka. Terlebih tiap daerah di Indonesia memiliki budaya yang berbeda, sehingga jika pelatihan dilakukan di lokasi para wirausaha, maka topik dan metoda akan lebih spesifik menyesuaikan dengan budaya para wirausaha yang menjadi peserta. Metode pelatihan dengan tatap muka yang dipilih dapat lebih variatif, salah satunya dengan menggunakan *mind mapping* yang interaktif dan mengoptimalkan penggunaan teknologi.

Mind mapping adalah alternatif cara pembelajaran dengan menggunakan otak kanan, otak kiri, gambar, warna, dan symbol (Mardiah, Hendra, & Hastina, 2019).

Mengantisipasi dan menjangkau jika suatu saat ada peserta disabel dan pelatihan dilaksanakan secara daring, jika peserta pelatihan mengalami kendala karena keterbatasan tuna rungu, maka Anggraini dan Hasnawati, (2020), menggagas bahwa penggunaan metode *Add-on (Linked)* dapat menjadi solusi yang membantu mereka, namun tetap diperlukan adanya pendampingan. Tim penulis berpendapat bahwa apa yang digagas oleh Anggraini dan Hasnawati (2020) adalah gagasan yang sangat baik untuk menjangkau wirausaha dengan keterbatasan karena tuna rungu, namun tetap semangat untuk belajar dan meningkatkan kompetensi wirausahanya.

SIMPULAN

Pengabdian kepada masyarakat dengan format pelatihan dan *coaching clinic* Kompetensi Kewirausahaan telah terselenggara dengan baik, dan merupakan hasil kerjasama Universitas Katolik Indonesia Atma Jaya dengan tiga perguruan tinggi mitra, yaitu Institut Teknologi Del, Universitas Negeri Makasar, dan Universitas Persatuan Guru 1945. Wirausaha yang tergabung dalam kegiatan ini adalah mereka yang telah berelasi dengan 3 perguruan tinggi mitra tersebut, maka para peserta adalah wirausaha di Kawasan Danau Toba, Makasar, dan Kupang.

Pelatihan dan *coaching clinic* dilakukan secara daring dengan media Zoom. Pelatihan dan *coaching clinic* dilaksanakan dengan telah melalui tahap persiapan, pelaksanaan, sampai dengan evaluasi.

Pengabdian kepada masyarakat untuk para wirausaha di Indonesia mendatang, jika pandemi covid-19 belum selesai yang menyebabkan belum memungkinkan dilaksanakan pelatihan dan *coaching clinic* secara tatap muka, maka kami akan masih mempraktekkan pelatihan secara virtual. Media lain yang dapat digunakan selain Zoom adalah Google Meet, Instagram atau aplikasi lainnya mudah untuk digunakan baik oleh peserta dari berbagai kalangan.

Masa mendatang, dapat dilakukan pendampingan bagi para wirausaha agar kompetensi semakin meningkat dan usaha bertambah maju dengan tetap bekerjasama dengan mitra dari berbagai perguruan tinggi di Indonesia.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terimakasih tak terhingga penulis ucapkan kepada:

1. DRPM Kementerian Riset dan Teknologi/Badan Riset dan Inovasi Nasional
2. Universitas Katolik Indonesia Atma Jaya
3. Institut Teknologi Del
4. Universitas Negeri Makasar
5. Universitas Persatuan Guru 1945

DAFTAR PUSTAKA

Anggraini, Dwi., dan Hasnawati. 2020. Peningkatan Keterampilan Siswa Tuna Rungu Wicara dalam Menari Menggunakan Metode Add-On (Linked). *MARTABE: Jurnal Pengabdian Masyarakat*. 3(1).

Barazandeh, Mahtab, Parvizian, Kourosh, Alizadeh, Mehdi, & Khosravi, Saber. (2015). Investigating the effect of entrepreneurial competencies on

businessperformance among early stage entrepreneurs Global Entrepreneurship Monitor (GEM 2010 survey data). *Journal of Global Entrepreneurship Research*. 5(1).

Callisen, L. 2015. Six Softskill for entrepreneur: A guide to success.

www.startupnation.com/articles/6-soft-skill-entrepreneur-guide-success/oct12.

Chandler, G.N. and Jansen, E. (1992) The Founder's Self-Assessed Competence and Venture Performance. *Journal of Business Venturing*. 7.

Chou, C.M., Shen, C.H., Hsiao, H.C., and Chen, S.C. 2010. A Study on Constructing Entrepreneurial competence indicators forbusiness departement students of vocational and technical colleges in Taiwan. *World Transactions on Engineering and Technology Education*. 8 (3).

Diwanti, Dyah Pikanthi., dan Dharma, Andes Fuady. 2019. Pengembangan Potensi Masyarakat Bangunmulyo melalui Program I-Created (Inovasi, Kreatif dan Mandiri) Home Industri Salak Pondoh. *MARTABE: Jurnal Pengabdian Masyarakat*. 2(2).

Driessen, M. P., & Zwart, P. S. (2007). The entrepreneur scan measuring characteristics and traits of entrepreneurs. Available from Internet:< <http://www.necarbo.eu/files/E-scan%20MAB%20Article.pdf>.

Franco, M., & Haase, H. (2010). Failure factors in small and medium-sized enterprises: Qualitative study from an attributional perspective. *International*

- Entrepreneurship and Management Journal*. 6(4).
- Griffin, Ricky W., Phillips, Jean M., and Gully, Stanley M (2017). *Organizational Behavior: Managing People and Organizations*, 12 ed., South-Western Cengage Learning.
- Hayton, James C., and Kelley, Donna J. 2006. A Competency-Based Framework for Promoting Corporate Entrepreneurship. *Human Resource Management*. 45(3).
- Manurung, Elvy Maria. 2021. *Kewirausahaan: Seri Kuliah Ringkas*, Erlangga.
- Mardiah., Hendra., dan Hastina, Nina. 2019. Aplikasi Edraw Mind Map bagi Guru SD Negeri 050702 Kecamatan Secanggang Kabupaten Langkat. *MARTABE : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(2).
- McClelland, D. C. (1987). Characteristics of successful entrepreneurs. *The Journal of Creative Behavior*, 21(3).
- Mulder, Martin. 2014. *Conceptions of Professional Competence*. Springer International Handbooks of Education.
- Prihadi, S.F. 2004. *Assessment Center: Identifikasi, Pengukuran, dan Pengembangan Kompetensi*. PT Gramedia Pustaka Utama
- Rivai, V.I & Sagala, E. J.. 2013. *Manajemen Sumber Daya Manusia untuk Perusahaan*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Riyanti, Benedicta Prihatin Dwi. 2003. *Kewirausahaan Dari Sudut Pandang Psikologi Kepribadian*. Grasindo.
- Riyanti, B.P.D., Suryani, A.O., Sandoto, C.W., and Soeharso, S.Y. 2022. The Construct and Predictive Validity Testing of Indonesian Entrepreneurial Testing of Indonesian Entrepreneurial Competence Inventory-Situational Judgment Test Model. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 11(3).
- Riyanti, B.P.D., Suryani, A.O., Sandoto, C.W. et al. The construct and predictive validity testing of Indonesian entrepreneurial competence inventory-situational judgment test model. *J Innov Entrep* 11, 3 (2022). <https://doi.org/10.1186/s13731-022-00202-x>
- Sandroto, Christine Winstinindah. 2022. *Pelatihan Kewirausahaan: Peluang Usaha*. MARTABE: *Jurnal Pengabdian Masyarakat*. 5 (2).
- Scarborough, N., Wilson, D.L., Zimmerer, T. (2011). *Essentials of Entrepreneurship and Small Business Management*. Prentice-Hall.
- Spencer, L.M.& Spencer, S.M. (1993). *Competence at work*. Canada: John Wiley & Sons, Inc.
- Spencer, L.M.& Spencer, S.M. (1993). *Competence at work*. Canada: John Wiley & Sons, Inc.
- Suryani, Angela Oktavia., Riyanti, Benedicta Prihatin Dwi., and Sandroto, Christine Winstinindah. 2021. The Construction of Entrepreneurial Competence Test: Situational Judgment Test. *Academy of Entrepreneurship Journal*. 27(5).
- Wikantiyoso, Bimo., Riyanti, Benedicta Prihatin Dwi., and Suryani, Angela Octavia. 2019. Theoretical Study of The Life Story Narrative Personality

Dynamics Based on Archetype
in Indonesian Context
Entrepreneurs. *Journal of
International Conference
Proceedings*. 2(2).

Yuwono, Muhammad Ridlo.,
Ariwibowo, Eric Kunto.,
Firmansyah, Ferry., dan
Indrayanto, Bayu. 2020.
Pelatihan Anbuso, Zipgrade, dan
Google Form sebagai Alternatif
Penilaian Pembelajaran di Era
Digital. *MARTABE: Jurnal
Pengabdian Masyarakat*. 3(1).