

# ANALISA PENYEBAB PESERTA PKM STIE MAHARDHIKA SURABAYA TIDAK BISA MENCIPTAKAN BISNIS KEBERLANJUTAN

Bayu Agus Permadi<sup>1</sup>, Muhammad Rosul<sup>2</sup>, Ahmad Zainal Makarim<sup>3</sup>,  
Nindya Kartika Kusmayati<sup>4\*</sup>, Yuli Kurniawati<sup>5</sup>

<sup>1-5</sup>Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Program Studi Manajemen, STIE Mahardhika, Surabaya, Indonesia

Email: <sup>1</sup>[Bayubaguspermadi12@gmail.com](mailto:Bayubaguspermadi12@gmail.com), <sup>2</sup>[Rosulm001@gmail.com](mailto:Rosulm001@gmail.com),

<sup>3\*</sup>[nindya.kusmayati@stiemahardhika.ac.id](mailto:nindya.kusmayati@stiemahardhika.ac.id), <sup>4</sup>[yuli.kurniawati@stiemahardhika.ac.id](mailto:yuli.kurniawati@stiemahardhika.ac.id)

(\* : coresponding author)

**Abstrak**– Program Kewirausahaan Mahasiswa merupakan program unggulan di Kampus STIE Mahardhika, program kewirausahaan mahasiswa ini dilaksanakan ketika mahasiswa telah menempuh perkuliahan semester 5 dan dilaksanakan dalam beberapa bulan. Akan tetapi dalam pelaksanaannya program kewirausahaan mahasiswa terkadang berbeda dengan apa yang diharapkan, inilah yang membuat penulis ingin mengetahui dan menganalisis mengapa program kewirausahaan mahasiswa ini tidak dapat menciptakan usaha yang berkelanjutan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif fenomenologi berdasarkan wawancara dengan responden. Hasil dari penelitian ini yaitu kesulitan dalam mengembangkan produk inovatif dan penyelesaian konflik internal yang kurang baik sehingga program kewirausahaan mahasiswa ini tidak dapat berkelanjutan, hal ini sesuai dengan teori yang digunakan dalam penelitian ini.

**Kata Kunci:** Kewirausahaan, Bisnis Keberlanjutan

**Abstract**– The Student Entrepreneurship Program is a leading program at the STIE Mahardhika Campus, this student entrepreneurship program is implemented when students have completed their 5th semester and is implemented in several months. However, in its implementation, the student entrepreneurship program is sometimes different from what is expected, this is what makes the author want to know and analyze why this student entrepreneurship program cannot create a sustainable business. The method used in this study uses a qualitative phenomenological approach based on interviews with respondents. The results of this study are difficulties in developing innovative products and poor resolution of internal conflicts so that this student entrepreneurship program cannot be sustainable, this is in accordance with the theory used in this study.

**Keywords:** Entrepreneurship, Sustainable Business

## 1. PENDAHULUAN

Program Kewirausahaan Mahasiswa (PKM) adalah inisiatif yang dikelola serta dibina oleh STIE Mahardhika untuk memfasilitasi mahasiswa dalam mengembangkan ide kreatif dan inovatif. Tujuan utama PKM adalah untuk mengatasi perbedaan antara teori dan kenyataan, serta meningkatkan kemampuan mahasiswa dalam menerapkan ilmu pengetahuan di masyarakat. Fenomena yang sering dijumpai adalah banyak peserta PKM yang mengalami kesulitan dalam menciptakan bisnis berkelanjutan kebanyakan dari mereka hanya berhenti sampai program selesai dan tidak ada progress kedepannya, Ini dapat menjadi akibat dari kurangnya pemahaman tentang manajemen bisnis, keterbatasan akses ke sumber daya, dan minimnya bimbingan dari dosen (Saputra et al., 2023). Manfaat PKM sangat banyak, antara lain peningkatan kemampuan komunikasi, peningkatan kerjasama tim, dan peluang memperoleh pendanaan serta mengikuti kompetisi nasional. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis faktor-faktor yang menghambat peserta PKM dalam memulai usaha berkelanjutan. Sebagaimana dikemukakan Paramita (2020), dukungan organisasi sangat penting untuk mendorong keberhasilan mahasiswa dalam PKM.

## 2. METODE PENELITIAN

### 2.1 Literatur Review

#### 2.1.1 Kewirausahaan

Joseph Schumpeter menggambarkan kewirausahaan sebagai proses inovasi yang dilakukan oleh seorang pengusaha (entrepreneur) untuk membawa perubahan dalam perekonomian. Menurut Schumpeter, pengusaha adalah agen perubahan yang memanfaatkan peluang dengan memperkenalkan kombinasi baru dari sumber daya yang ada untuk membuat produk, layanan, atau proses yang baru dan lebih baik.

Kewirausahaan dapat didefinisikan sebagai proses sosial dan ekonomi yang menghasilkan nilai melalui inovasi atau pembuatan usaha baru di dalam usaha yang sudah ada, menurut Mazzarol dan Reboud (2020). Untuk mencapai kesuksesan, dia mengutamakan inovasi, manajemen risiko, dan adaptasi terhadap perubahan pasar. Meskipun demikian, Landström et al. (2020) menekankan bahwa kewirausahaan adalah disiplin ilmu yang berkembang dan melibatkan banyak disiplin ilmu. Ini mencakup tidak hanya bisnis, tetapi juga peran kewirausahaan dalam inovasi sosial, teknologi, dan ilmu pengetahuan. Dalam konteks ini, kewirausahaan dianggap sebagai komponen penting dari pertumbuhan ekonomi, terutama dalam hal penciptaan lapangan kerja dan inovasi.

“Pendidikan kewirausahaan merupakan pendidikan yang diberikan kepada siswa atau mahasiswa untuk mengetahui bagaimana agar dapat memulai usaha atau menciptakan suatu pekerjaan,” kata Fatoki, yang dikutip oleh Mukminin et al, (2021). Pendidikan harus terus ditingkatkan, dan kualitas produk dan proses bergantung pada kualitas pendidikan. Apabila pembelajaran dilaksanakan secara efektif, siswa mengapresiasi pelajaran dan melanjutkannya dengan bijaksana, kualitas proses dapat dicapai.

Salah satu alternatif penyelesaian masalah pengangguran adalah dengan memperkuat masyarakat dan melatih kelompok melalui program kewirausahaan (Mukminin et al., 2021). Melalui PKM, mahasiswa dapat mengikuti berbagai kegiatan seperti pelatihan, pendampingan, pembuatan prototipe bisnis, dan proyek sosial yang memberikan dampak positif. Menurut Alfian, dikutip oleh Wijayanti dan Noviani (2024), “Pendidikan tinggi memainkan peran penting dalam mempromosikan dan menyediakan platform bagi siswa untuk menciptakan lapangan kerja bagi diri mereka sendiri. Sebab, mengandalkan pemerintah saja tidak cukup untuk menciptakan lapangan kerja baru”. Universitas dapat menawarkan berbagai jenis dukungan untuk membantu mengembangkan minat kewirausahaan mahasiswa. Dengan berbagai bentuk dukungan, universitas dapat menciptakan lingkungan yang mendukung tumbuhnya minat kewirausahaan mahasiswa dan memungkinkan mereka merencanakan dan mengelola bisnisnya dengan lebih percaya diri (Liu et al., 2022).

### **2.1.2 Bisnis Keberlanjutan**

Dalam bukunya yang berjudul *Sustainability in Business*, Myers (2020) menyatakan bahwa bisnis keberlanjutan adalah cara membuat keputusan ekonomi yang melibatkan pengelolaan sumber daya alam yang bijaksana dan menjamin inovasi yang berkelanjutan. Menurut Taufik (2020), “Dalam dunia bisnis dan ekonomi yang sangat kompetitif, cepat berubah, dan sulit diprediksi, banyak perusahaan bersaing untuk mendapatkan konsumen. Mereka berusaha untuk mencapai pendapatan optimal dan menjadi andil di pasar dengan berbagai produk dan jasa.”, Rintisan wirausaha yang berkelanjutan, transformasi show bisnis yang berkelanjutan, diversifikasi show bisnis yang berkelanjutan, dan akuisisi show bisnis yang berkelanjutan adalah beberapa jenis inovasi bisnis demonstrate berkelanjutan (Nathaniela et al., 2022).

Namun, menurut Dahlmann (2024), dalam *Journal of Business Ethics*, bisnis yang mengejar keberlanjutan harus mengintegrasikan perspektif etika dalam hubungan manusia dengan alam serta mempertimbangkan perspektif dari berbagai kelompok, termasuk kelompok yang rentan. Nilai keberlanjutan dalam manajemen perusahaan mempertimbangkan kepentingan pemegang saham dan indikator keberlanjutan lingkungan dan sosial, Tujuannya adalah untuk menciptakan nilai jangka panjang bagi pemilik dan pemangku kepentingan sekaligus memastikan bahwa operasional bisnis tidak menimbulkan dampak negatif terhadap lingkungan atau masyarakat sekitar.

Pada intinya, keberlanjutan sebuah bisnis adalah tentang pengelolaan sumber daya secara bijaksana untuk menjaga kelangsungan bisnis jangka panjang. Beberapa teori yang sering dibahas dalam konteks ini adalah teori pemangku kepentingan (stakeholder theory) yang menekankan pentingnya mempertimbangkan kepentingan semua pihak (stakeholder), seperti karyawan, pelanggan, masyarakat, dan lingkungan. Selain itu, teori kelembagaan menyoroti peran regulasi dan norma sosial dalam mendorong perilaku bisnis yang lebih berkelanjutan (Sjioen et al., 2023).

Nugraha Susilo et al. (2023) menyatakan bahwa dua hal menentukan pentingnya bisnis yang berkelanjutan. Yang pertama adalah ekonomi sirkular sebagai solusi untuk biaya bahan produksi dan yang kedua adalah limbah yang difokuskan pada produksi sisa untuk menjaga alam. Kedua hal ini menghasilkan kebutuhan baru untuk ekonomi sirkular yang mendukung keberlanjutan.

## **2.2 Metode Penelitian**

Metode kualitatif fenomenologi digunakan dalam penelitian ini untuk mempelajari pengalaman peserta Program Kreativitas Mahasiswa (PKM) di STIE Mahardhika Surabaya tentang tantangan yang dihadapi dalam membangun bisnis yang berkelanjutan. Metode fenomenologi dipilih karena memungkinkan peneliti untuk mempelajari dan memahami makna pengalaman subjektif peserta.

Untuk menciptakan suasana yang lebih santai dan terbuka, wawancara dilakukan di cafe Pojok Ayu, Mekar Raya Binangun, Janti, Kecamatan Waru, Kabupaten Sidoarjo, Jawa Timur. Untuk mendapatkan gambaran yang lebih komprehensif tentang faktor-faktor yang mempengaruhi keberlanjutan bisnis, penelitian ini tidak hanya berfokus pada hasil lapangan, itu juga membandingkan temuan wawancara dengan pendapat dan teori dari berbagai ahli kewirausahaan. Penelitian menggunakan pendekatan ini untuk menemukan pola atau tema umum yang dapat menjelaskan mengapa peserta PKM mengalami kesulitan dalam mencapai keberlanjutan usaha. Selain itu, perbandingan dengan teori para ahli dilakukan untuk memvalidasi temuan wawancara.

## **3. ANALISA DAN PEMBAHASAN**

### **3.1 Hasil Penelitian**

Meskipun persyaratan pendanaan dan pendampingan telah terpenuhi dengan baik, dari hasil wawancara dengan ketiga partisipan, konflik internal dan inovasi produk menjadi faktor utama yang mempengaruhi keberlangsungan usaha Program Kewirausahaan Mahasiswa (PKM) STIE Mahardhika. Sebagai responden pertama, Moch Faisal menyatakan bahwa produk yang dibuat oleh timnya tidak memiliki nilai tambah atau keunikan yang membedakannya dengan produk sejenis yang ada di pasaran. Produk yang dibuat biasanya masih dasar dan tidak inovatif sehingga sulit menarik minat pelanggan. Hal senada juga dialami oleh Triya Lauta, yang mengatakan bahwa karena keterbatasan bahan baku yang berkualitas, produk yang dibuatnya sering tidak sesuai dengan harapan pelanggan, sehingga kualitas produk menjadi tidak konsisten dan berdampak pada menurunnya minat pelanggan. Menurut Aminatus Sa'diyah, responden ketiga, inovasi produk tidak terjadi karena tim lebih mengutamakan aspek akademis dan produk yang dibuat tidak memiliki keunggulan pasar yang signifikan. Menurut Sriyanto and Kuncoro (2015), "Untuk bisa bersaing, inovasi dalam suatu usaha merupakan kewajiban yang tidak boleh ditinggalkan". Di sisi lain, konflik internal juga menjadi kendala utama dalam kerjasama dan keberlangsungan usaha PKM. Menurut Faisal, keberhasilan tim dalam mencapai tujuan perusahaan terhambat oleh seringnya tidak adanya diskusi terbuka mengenai perbedaan pendapat.

Triya melanjutkan, ketidaktahuan anggota akan tugas masing-masing sering kali berujung pada kesalahpahaman saat mengerjakan tugas, dan perbedaan pendapat sering kali tidak diselesaikan dengan tepat, sehingga membuat masalah menjadi lebih rumit. Selain itu, Triya mengatakan, anggota yang sering memaksakan pendapatnya sendiri membuat suasana kerja tim menjadi tidak nyaman dan keinginan anggota lain tidak dihargai. Aminatus melihat bahwa penyebab utama konflik adalah kurangnya pemahaman bersama mengenai tujuan dan prioritas proyek, terutama karena anggota yang pasif cenderung bersikap santai, seolah-olah menjalankan bisnis adalah tugas akademis daripada usaha yang serius.

Unsur-unsur ini menunjukkan bahwa kelangsungan hidup perusahaan PKM bergantung pada pengembangan produk di samping pendanaan dan bimbingan. Keunggulan dan keterampilan manajemen konflik dalam tim. Tanpa inovasi dan produk unik yang dapat menarik konsumen, serta kemampuan mengelola konflik internal untuk menjaga kekompakan tim, upaya menciptakan bisnis yang berkelanjutan akan sulit tercapai meskipun tersedia modal dan dukungan mentor. Ini sejalan dengan gagasan Barney (2023), "yang menyatakan bahwa, Tanpa produk yang kuat dan stabilitas internal, sulit bagi bisnis untuk mencapai keberlanjutan, meskipun kecukupan modal dan bimbingan dari mentor yang berpengalaman sangat penting". berdampak pada penurunan minat pelanggan.

Menurut Aminatus Sa'diyah, responden ketiga, inovasi produk tidak terjadi karena tim berfokus pada aspek akademik sebagai prioritas utama, dan produk yang dibuat tidak memiliki keunggulan pasar yang signifikan.

#### **4. KESIMPULAN**

Berdasarkan temuan dari wawancara dan pemeriksaan terhadap ketiga peserta, dapat disimpulkan bahwa ada 2 variabel yang mempengaruhi secara signifikan kelangsungan pekerjaan peserta PKM di STIE Mahardhika, Surabaya. Faktor-faktor tersebut termasuk aspek produk, dan konflik internal. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kesulitan dalam mengembangkan produk yang tidak inovatif, dan penyelesaian yang buruk dari konflik internal memengaruhi keberhasilan usaha yang berkelanjutan.

Meskipun latar belakang dan pengalaman masing-masing narasumber berbeda, ditemukan bahwa masalah yang dihadapi sama, terutama terkait dengan keterbatasan produk yang tidak inovatif dan konflik internal. Dengan demikian, hasil penelitian ini menunjukkan, Produk dan Konflik Internal berpengaruh signifikan, bahwa meningkatkan pelatihan produk dan menyelesaikan konflik dapat membantu peserta PKM mengatasi tantangan mereka saat ini dan meningkatkan peluang mereka untuk membangun bisnis yang bertahan lama.

#### **REFERENCES**

- Nathaniela, T. C., Nur Afia, Nuzula Firdausi, Elsa Rosyidah, Agung Purnomo, Universitas Bina Nusantara, & Universitas Nahdlatul Ulama Sidoarjo. (2022). Inovasi Model Bisnis Berkelanjutan: Teknologi, Gaya Hidup & Keberlanjutan. In OSF Preprints [Journal-article]. <https://doi.org/10.31219/osf.io/sfyhp>
- Nugraha Susilo, R. F., Darmawan, A. J., Putri, Y. H., Institut Desain dan Bisnis Bali, & Universitas Udayana. (2023). KONSEP EKONOMI SIRKULAR DALAM MODEL BISNIS BERKELANJUTAN UNTUK MEMBANGUN GAYA HIDUP HIJAU MASYARAKAT INDONESIA. In *Jurnal IMAGINE (Vol. 3, Issue 1, p. 41)*. <https://jurnal.std-bali.ac.id/index.php/immagine>
- PENDAMPINGAN PKM BAGI MAHASISWA DI PRODI PENDIDIKAN SEJARAH UNIVERSITAS JAMBI. (2023). In *ESTUNGKARA: Jurnal Pengabdian Masyarakat (Vol. 2, Issue 3, pp. 84–90)* [Journal-article]. <https://doi.org/10.22437/est.v2i3.29265>
- PARAMITA, S. (2020). EVALUASI PROGRAM KREATIVITAS MAHASISWA DI UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA TAHUN 2018. <http://repository.unj.ac.id/5566/>
- Mazzarol, T., & Reboud, S. (2020). Entrepreneurship as a Social and Economic Process. *Entrepreneurship and Innovation: Theory, Practice and Context*, 1-34.
- Landström, H., Sten K. Johnson Centre for Entrepreneurship, & Lund University. (2020). The Evolution of Entrepreneurship as a Scholarly Field. In *Foundations and Trends in Entrepreneurship* (pp. 65–243). <http://dx.doi.org/10.1561/03083>
- Mukminin, Amir, Eka Yuni Purwanti, Pengembangan Jiwa Kewirausahaan Di kalangan Mahasiswa STAIMAS Wonogiri Dengan Model Pembelajaran Berbasis Produksi. *PARAMUROBI: JURNAL PENDIDIKAN AGAMA ISLAM* 4, no 02 (2021), 119-125
- Dahlmann, F. (2024). Conceptualising Sustainability as the Pursuit of Life. *Journal of Business Ethics*. <https://doi.org/10.1007/s10551-024-05617-y>
- Myers, D.H. (2020). *Sustainability in Business. A Financial Economics Analysis*. Palgrave Macmillan, Cham. <https://doi.org/10.1007/978-3-319-96604-5>
- Pengaruh Program Kewirausahaan, Dukungan Universitas, Teori Perilaku Terencana Terhadap Niat Berwirausaha Mahasiswa. (n.d.). In *Equilibrium: Jurnal Pendidikan: Vol. XII (Issue 3, p. 283)*.
- Liu, M., Gorgievski, M., Qi, J., & Paas, F. (2022). Perceived university support and entrepreneurial intentions: Do different students benefit differently? *Studies in Educational Evaluation*, 73, 101150. <https://doi.org/10.1016/j.stueduc.2022.101150>

- Sjioen, A. E., Amaludin, Rukmana, A. Y., Syamsulbahri, & Idam Wahyudi. (2023). Bisnis Berkelanjutan dan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan: Studi tentang Dampak dan Strategi Implementasi. In *Jurnal Bisnis Dan Manajemen West Science* (Vol. 2, Issue 03, pp. 239–248). <https://wnj.westscience-press.com/index.php/jbmws>
- Barney, J. B. (2023). *Resource-Based Theory: Creating and Sustaining Competitive Advantage*. New York: Oxford University Press.
- Sriyanto, A., & Kuncoro, A. W. (2015). Pengaruh Kualitas Layanan, Ekuitas Merek dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk LionStar Di Modern Market Jakarta. In Fakultas Ekonomi Universitas Budi Luhur, *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen FE Universitas Budi Luhur: Vol. Vol.4* (Issue No.2).
- Taufik, M. M. & Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Budi Luhur. (2020). PENGARUH ORIENTASI PASAR TERHADAP KINERJA PERUSAHAAN UKM DIMEDIASI KEUNGGULAN BERSAING. In *Jurnal Ekonomika Dan Manajemen: Vol. Vol. 9* (Issue No. 1, pp. 25–38) [Journal-article].