

CAKRAWALA PENDIDIKAN

**FORUM KOMUNIKASI ILMIAH DAN
EKSPRESI KREATIF ILMU PENDIDIKAN**

**Analysis of Sentence Types in Adam Smith's Scientific Book
"The Theory Of Moral Sentiments"**

**Penerapan Pair Check pada Materi Persamaan dan Fungsi Kuadrat
Siswa Kelas XA MA Syekh Subakir Nglegok Blitar**

**Analysis Types of Sentence in the Culture Technology News Coloumns
of the Jakarta Post Edition September 2024 – March 2025**

Deskripsi Kreativitas Mahasiswa dalam Proyek Kewirausahaan

**Analysis of Sentence Types Found in "Wealth of Nations"
Scientific Book By Adam Smith**

Terbit 30 April 2025

CAKRAWALA PENDIDIKAN
Forum Komunikasi Ilmiah dan Ekspresi Kreatif Ilmu Pendidikan

Terbit dua kali setahun pada bulan April dan Oktober
Terbit pertama kali April 1999

Ketua Penyunting

Feri Huda, S.Pd., M.Pd

Wakil Ketua Penyunting

Dra. Riki Suliana RS, M.Pd
M. Khafid Irsyadi, S.T., M.Pd

Penyunting Ahli

Suryanti, S.Si., M.Pd
Cicik Pramesti, S.Pd., M.Pd

Penyunting Pelaksana

Kristiani, S.Pd., M.Pd
M. Ali Mulhuda, S.Pd., M.Pd

Alamat Penerbit/Redaksi : Universitas PGRI Adi Buana Kampus Blitar: Jl. Kalimantan No. 111 Blitar, Telp. (0342) 801493. Langganan 2 Nomor setahun Rp. 200.000,00 ditambah ongkos kirim Rp. 50.000,00.

CAKRAWALA PENDIDIKAN diterbitkan oleh Universitas PGRI Adi Buana Kampus Blitar. **Direktur Operasional** : Dra. Riki Suliana RS., M.Pd.

Penyunting menerima artikel yang belum pernah diterbitkan di media cetak yang lainnya. Syarat-syarat, format dan aturan tata tulis artikel dapat diperiksa pada *Petunjuk bagi Penulis* di sampul belakang dalam jurnal ini. Artikel yang masuk akan ditelaah oleh Tim Penyunting dan Mitra Bestari untuk dinilai kelayakannya. Tim akan melakukan perubahan tata letak dan tata bahasa yang diperlukan tanpa mengubah maksud dan isinya.

Petunjuk Penulisan Cakrawala Pendidikan

1. Artikel belum pernah diterbitkan di media cetak yang lainnya.
2. Artikel diketik dengan memperhatikan aturan tentang penggunaan tanda baca dan ejaan yang baik dan benar sesuai *Pedoman Umum Ejaan Bahasa Indonesia yang Disempurnakan (Depdikbud, 1987)*
3. Pengetikan Artikel dalam format Microsoft Word, ukuran kertas A4, spasi 1.5, jenis huruf *Times New Roman*; ukuran huruf 12. Dengan jumlah halaman; 10 – 20 halaman.
4. Artikel yang dimuat dalam Jurnal ini meliputi tulisan tentang hasil penelitian, gagasan konseptual, kajian dan aplikasi teori, tinjauan kepustakaan, dan tinjauan buku baru.
5. Artikel ditulis dalam bentuk esai, disertai judul sub bab (heading) masing-masing bagian, kecuali bagian pendahuluan yang disajikan tanpa judul sub bab. Peringkat judul sub bab dinyatakan dengan jenis huruf yang berbeda, letaknya rata tepi kiri halaman, dan tidak menggunakan nomor angka, sebagai berikut:

PERINGKAT 1 (HURUF BESAR SEMUA TEBAL, RATA TEPI KIRI)

Peringkat 2 (Huruf Besar-kecil Tebal, Rata Tepi Kiri)

Peringkat 3 (*Huruf Besar-kecil Tebal, Miring, Rata Tepi Kiri*)

6. Artikel konseptual meliputi; (a) judul, (b) nama penulis, (c) abstrak dalam bahasa Indonesia dan Inggris (maksimal 200 kata), (d) kata kunci, (e) identitas penulis (tanpa gelar akademik), (f) pendahuluan yang berisi latar belakang dan tujuan atau ruang lingkup tulisan, (g) isi/pembahasan (terbagi atas sub-sub judul), (h) penutup, dan (i) daftar rujukan. Artikel hasil penelitian disajikan dengan sistematika: (a) judul, (b) nama- nama peneliti, (c) abstrak dalam bahasa Indonesia dan Inggris (maksimal 200 kata), (d) kata kunci, (e) identitas penulis (tanpa gelar akademik), (f) pendahuluan yang berisi pembahasan kepustakaan dan tujuan penelitian, (g) metode, (h) hasil, (i) pembahasan (j) kesimpulan dan saran, dan (k) daftar rujukan.
7. Daftar rujukan disajikan mengikuti tata cara seperti contoh berikut dan diurutkan secara alfabetis dan kronologis.

Anderson, D.W., Vault, V.D., dan Dickson, C.E. 1993. *Problem and Prospects for the Decades*

Ahead: Competency Based Teacher Education. Barkeley: McCutchan Publishing Co.

Huda, N. 1991. *Penulisan Laporan Penelitian untuk Jurnal*. Makalah disajikan dalam Loka

Karya Penelitian Tingkat Dasar bagi Dosen PTN dan PTS di Malang Angkatan XIV, Pusat Penelitian IKIP MALANG, Malang, 12 Juli.

Prawoto, 1998. *Pengaruh Pengirformasian Tujuan Pembelajaran dalam Modul terhadap Hasil*

Belajar Siswa SD PAMONG Kelas Jauh. Tesis tidak diterbitkan. Malang: FPS IKIP MALANG.

Russel, T. 1993. An Alternative Conception: Representing Representation. Dalam P.J. Nlack & A. Lucas (Eds.) *Children's Informal Ideas in Science* (hlm.62-84). London:Routledge.

Sihombing, U. 2003. *Pendataan Pendidikan Berbasis Masyarakat*.
<http://www.puskur.or.id>. Diakses pada 21 April 2006.

Zainuddin, M.H. 1999. Meningkatkan Mutu Profesi Keguruan Indonesia. *Cakrawala Pendidikan*. 1 (1):45-52.

8. Pengiriman Artikel via email ke hudaferi@gmail.com paling lambat 3 bulan sebelum bulan penerbitan.

CAKRAWALA PENDIDIKAN

Forum Komunikasi Ilmiah dan Ekspresi Kreatif Ilmu Pendidikan

Volume 29, Nomor 1, April 2025

Daftar Isi

Analysis of Sentence Types in Adam Smith's Scientific Book "The Theory Of Moral Sentiments".....	01
<i>Meila Putri Prestisela</i>	
Penerapan Pair Check pada Materi Persamaan dan Fungsi Kuadrat Siswa Kelas XA MA Syekh Subakir Nglegok Blitar.....	08
<i>Mohamad Khafid Irsyadi, Cicik Pramesti, Firda Choirul Nisa</i>	
Analysis Types of Sentence in the Culture Technology News Coloumns of the Jakarta Post Edition September 2024 – March 2025	16
<i>Putri Agustina</i>	
Deskripsi Kreativitas Mahasiswa dalam Proyek Kewirausahaan.....	23
<i>Sitta Khoirin Nisa, Fitria Yunani</i>	
Analysis of Sentence Types Found in “Wealth of Nations” Scientific Book By Adam Smith....	31
<i>Vicko Bagus Santoso.</i>	

DESKRIPSI KREATIVITAS MAHASISWA DALAM PROYEK KEWIRAUSAHAAN

Sitta Khoirin Nisa¹, Fitria Yunani²
sitta@unipasby.ac.id^{1*}, fitria@unipasby.ac.id²
Universitas PGRI Adi Buana Kampus Blitar

Abstrak: Tujuan penelitian ini adalah mendeskripsikan kreativitas mahasiswa dalam proyek Kewirausahaan dengan enam kriteria penilaian. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dan jenis penelitian deskriptif serta dilengkapi data-data kuantitatif. Instrumen penelitian berupa dokumen atau arsip. Dalam penelitian ini mengambil 17 subjek keseluruhan mahasiswa dalam kelas Kewirausahaan. Berdasarkan hasil penelitian, didapat kesimpulan bahwa berdasarkan kriterian kebaruan ide cukup orisinal, Relevansi pasar dalam kategori relevan dan sangat relevan, dari segi strategi dan inovasi bisnis dalam kategori cukup inovatif. Kelayakan dan keberlanjutan dalam kategori layak, komunikasi kreatif dalam kategori cukup kreatif dan dampak sosial/ekonomi dalam kategori Signifikan. Sedangkan dilihat dari nilai rata-rata menunjukkan bahwa kebaruan ide dan komunikasi kreatif memiliki nilai rata-rata paling tinggi.

Kata kunci: deskripsi, kreativitas, Proyek kewirusahaan

Abstract: The purpose of this study is to describe student creativity in Entrepreneurship projects with six assessment criteria. This study uses a qualitative approach and descriptive research type and is equipped with quantitative data. The research instrument is in the form of documents or archives. In this study, 17 subjects were taken from all students in the Entrepreneurship class. Based on the results of the study, it was concluded that based on the criteria for the novelty of the idea, it is quite original, Market relevance in the relevant and very relevant categories, in terms of strategy and business innovation in the fairly innovative category. Feasibility and sustainability in the feasible category, creative communication in the fairly creative category and social/economic impact in the significant category. While seen from the average value, it shows that the novelty of the idea and creative communication have the highest average value

Keywords: description, creativity, entrepreneurship project

PENDAHULUAN

Kewirausahaan adalah sebuah upaya untuk memanfaatkan sekaligus mengembangkan potensi sumber daya masyarakat dalam pembangunan ekonomi. Dewasa ini, masyarakat dituntut untuk tidak hanya menjadi pekerja saja. Masyarakat juga dituntut untuk mampu menciptakan lapangan pekerjaan untuk dirinya sendiri dan lingkungan.

Tingginya angka pengangguran di kalangan lulusan perguruan tinggi mendorong mahasiswa untuk mengembangkan jiwa wirausaha guna menciptakan peluang kerja mandiri. Menurut Wardana, pendidikan kewirausahaan di perguruan tinggi berperan penting dalam membentuk pola pikir wirausaha melalui kegiatan seperti penyusunan bisnis plan, yang melatih mahasiswa untuk merancang usaha yang inovatif dan berkelanjutan. (Wardana et al., 2020)

Kurikulum kewirausahaan memfasilitasi pengembangan keterampilan analitis dan kreatif, memberikan kesempatan bagi mahasiswa untuk mengenali peluang pasar dan mengelola risiko usaha. Dengan demikian, pendidikan kewirausahaan menjadi solusi strategis untuk mengatasi tantangan pengangguran, sekaligus memperkuat kontribusi mahasiswa terhadap perekonomian melalui usaha yang mereka ciptakan sendiri.

Pendidikan kewirausahaan memainkan peranan penting dalam mengembangkan kemampuan mahasiswa untuk menghasilkan solusi bisnis yang inovatif, khususnya pada sektor pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di Indonesia.

(Ardiyani & Kusuma, 2016) dalam penelitiannya menyatakan salah satu faktor yang mendorong pertumbuhan kewirausahaan berada pada peran Universitas melalui penyelenggaraan pendidikan kewirausahaan. Pendidikan kewirausahaan menjadi aspek penting untuk memberikan bekal, sikap dan kesiapan diri sehingga dapat menumbuhkan jiwa usaha seseorang untuk

menjadi wirausahawan (Mugiyatun & Khafid, 2020).

Di Universitas PGRI Adi Buana (UNIPA) Kampus Blitar, mata kuliah kewirausahaan dirancang untuk mendorong mahasiswa mengembangkan ide-ide orisinal melalui proyek rencana bisnis (*business plan*) berdasarkan minat dan kreativitas mahasiswa. Meskipun proyek ini memberikan ruang untuk kreativitas, evaluasi terhadap kreativitas mahasiswa seringkali kurang terstruktur karena minimnya alat penilaian yang sistematis sehingga menghambat pengembangan strategi pembelajaran yang efektif. Penelitian ini relevan untuk mengatasi celah tersebut dengan mendeskripsikan kreativitas mahasiswa melalui analisis bisnis plan yang telah disusun agar dapat memberikan kontribusi pada pedagogi kewirausahaan.

Menurut Suryana (2013), kreativitas didefinisikan sebagai kemampuan untuk menghasilkan ide-ide baru dan merancang pendekatan inovatif dalam mengatasi tantangan serta memanfaatkan peluang kewirausahaan. Dalam pendidikan kewirausahaan, kreativitas merupakan prasyarat penting bagi pelaku usaha, baik wirausaha berpengalaman maupun pemula yang memasuki dunia bisnis. Suharti (2011) menguatkan argumen ini, menyatakan bahwa kreativitas menjadi faktor penentu dalam membentuk intensi berwirausaha yang berperan sebagai katalis bagi munculnya wirausahawan baru di masa mendatang.

Dalam kewirausahaan, kreativitas tercermin dalam penyusunan bisnis plan, yang menjadi alat strategis untuk merancang usaha. Menurut Osterwalder dan Pigneur (2010), bisnis plan merupakan dokumen strategis yang merinci visi, tujuan dan langkah-langkah operasional untuk mengembangkan usaha, mencakup analisis pasar, strategi pemasaran, serta proyeksi keuangan. Dokumen ini berfungsi sebagai panduan bagi wirausaha untuk menerjemahkan ide kreatif menjadi model bisnis yang terstruktur. Dalam pendidikan

kewirausahaan, Bisnis plan mahasiswa menyediakan landasan untuk mengasah kemampuan analitis dan kreativitas, mendukung perancangan solusi yang responsif terhadap kebutuhan pasar.

Bisnis plan juga memfasilitasi komunikasi ide kepada pemangku kepentingan, seperti dosen atau calon investor, melalui elemen visual seperti infografis untuk meningkatkan minat, sebagaimana ditemukan oleh Sari dan Prasetyo (2022). Dengan demikian, bisnis plan menjadi kerangka teoritis yang mendukung evaluasi kreativitas mahasiswa dalam merumuskan konsep usaha yang inovatif dan layak di sektor produk dan jasa.

Peran bisnis plan dalam proyek kewirausahaan mahasiswa mencakup pengembangan kompetensi wirausaha melalui perencanaan strategis. Menurut Hitt et al. (2011), bisnis plan yang efektif mengintegrasikan strategi inovatif, seperti pemanfaatan media sosial untuk memasarkan produk makanan, dengan analisis kelayakan untuk memastikan keberlanjutan usaha. Menurut Nugroho dan Santoso (2020), bisnis plan berperan sebagai alat pembelajaran untuk mengarahkan mahasiswa pada strategi hemat biaya, seperti pemasaran digital atau model langganan untuk layanan konsultasi. Oleh karena itu, bisnis plan menjadi instrumen kunci dalam menerapkan teori kewirausahaan secara praktis, menghasilkan ide-ide yang orisinal dan relevan dengan dinamika pasar di sektor makanan dan jasa.

Untuk mengukur kreativitas dalam bisnis plan mahasiswa di sektor produk barang dan jasa, penelitian ini mengadopsi kerangka evaluasi berbasis enam indikator, yang disusun dari sintesis literatur terkini. Indikator-indikator ini dirancang untuk mengevaluasi dimensi kreativitas secara komprehensif, dengan definisi operasional yang jelas untuk mendukung objektivitas penilaian:

1. Kebaruan Ide (Originality): Indikator ini menilai orisinalitas konsep bisnis yang diusulkan dalam bisnis plan.

Menurut Runco & Jaeger (2012), kebaruan ide mencerminkan kemampuan untuk menghasilkan konsep yang berbeda dari pendekatan konvensional. Contohnya, bisnis plan dinilai berdasarkan sejauh mana ide usaha menawarkan pendekatan baru atau modifikasi yang signifikan dari model yang sudah ada, bukan sekadar replikasi.

2. Relevansi Pasar (Market Relevance): Indikator ini mengukur sejauh mana bisnis plan mampu merespon kebutuhan pasar atau permintaan pasar. Mengacu pada Osterwalder & Pigneur (Osterwalder et al., n.d.), relevansi pasar ditentukan oleh kemampuan usaha untuk menangkap peluang berdasarkan analisis kebutuhan pelanggan dan tren pasar. Bisnis plan yang relevan menunjukkan pemahaman mendalam tentang target pasar dan menawarkan solusi yang sesuai dengan konsumen.

3. Inovasi Strategi Bisnis (Innovative Business Strategy): Indikator ini mengevaluasi pendekatan baru dalam pemasaran, distribusi atau operasional bisnis. Hitt et al. (2011) menyebutkan, inovasi strategi bisnis mencakup penerapan metode kreatif untuk mencapai keunggulan kompetitif, seperti penggunaan teknologi atau model bisnis yang tidak konvensional. Bisnis plan dinilai berdasarkan keunikan strategi yang diusulkan dibandingkan dengan praktik standar di industri.

4. Kelayakan dan Keberlanjutan (Feasibility and Sustainability): Indikator ini menilai realisme bisnis plan dan potensi dampak jangka panjangnya. Suryanto et al. (2021) menyatakan bahwa kelayakan usaha mencakup aspek finansial dan operasional yang realistis, sementara keberlanjutan mempertimbangkan adaptasi terhadap dinamika pasar. Bisnis plan yang kuat mempresentasikan proyeksi yang dapat

- diimplementasikan dan strategi untuk menjaga viabilitas usaha.
5. Komunikasi Kreatif (Creative Communication): Indikator ini mengukur efektivitas penyampaian bisnis plan melalui narasi atau elemen visual yang persuasif. Menurut Sari dan Prasetyo (2022), komunikasi kreatif meningkatkan daya tarik bisnis plan dengan menggunakan infografis, desain presentasi, atau storytelling yang menarik. Bisnis plan dinilai berdasarkan kemampuan menyampaikan visi usaha dengan jelas dan memikat bagi pemangku kepentingan.
 6. Dampak Sosial/Ekonomi (Social/Economic Impact): Indikator ini mengevaluasi manfaat bisnis plan bagi masyarakat atau perekonomian. Wardana et al. (2020) menegaskan bahwa usaha wirausaha yang sukses memberikan kontribusi positif, seperti penciptaan lapangan kerja atau peningkatan kesejahteraan lingkup kecil masyarakat. Bisnis plan dinilai berdasarkan potensi dampaknya, baik dalam skala lokal maupun lebih luas, melalui solusi yang ditawarkan.

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan *mixed-method* dengan dominasi kualitatif untuk mendeskripsikan kreativitas mahasiswa dalam proyek kewirausahaan yang berfokus pada evaluasi bisnis plan. Menurut Creswell (2014), pendekatan *mixed-method* mengintegrasikan analisis kualitatif dan kuantitatif untuk menghasilkan pemahaman komprehensif terhadap fenomena penelitian. Pendekatan ini mendukung analisis empiris melalui rubrik penilaian yang divalidasi literatur, sebagaimana direkomendasikan oleh Guest et al. (2013) untuk memastikan saturasi data kualitatif.

Penelitian ini dilaksanakan pada mahasiswa tingkat 3 Program Studi Pendidikan Matematika (kampus Blitar). Subjek penelitian adalah mahasiswa

Tingkat 3 mahasiswa tahun akademik 2024/2025. Subjek penelitian ini merupakan 17 mahasiswa dalam kelas Kewirausahaan.

Instrument yang digunakan dalam penelitian ini adalah dokumen atau arsip yang berupa bisnis plan mahasiswa. Hasil dari bisnis plan akan dideskripsikan berdasarkan kriteria: (1) keragaman jenis ide, (2) kelengkapan dokumen, dan (3) potensi kreativitas menurut dosen pengampu.

Sumber data penelitian mencakup: (1) data sekunder, yaitu buku dan jurnal penelitian tentang kreativitas dan kewirausahaan; dan (2) data primer, yaitu 17 bisnis plan mahasiswa dalam format dokumen tertulis dan presentasi. Menurut Runco (2014), data primer dari dokumen proyek menyediakan landasan otentik untuk mengevaluasi ekspresi kreativitas. Prosedur penelitian meliputi tiga tahap utama:

- **Pengembangan Rubrik Penilaian:** Enam indikator kreativitas (kebaruan ide, relevansi pasar, inovasi strategi bisnis, kelayakan dan keberlanjutan, komunikasi kreatif, dampak sosial/ekonomi) disusun berdasarkan literatur. Kebaruan ide mengacu pada Runco dan Jaeger (2012), yang mendefinisikan kreativitas sebagai orisinalitas dan nilai. Relevansi pasar didasarkan pada Osterwalder dan Pigneur (2010), yang menekankan respons terhadap kebutuhan pasar. Komunikasi kreatif didukung oleh Sari dan Prasetyo (2022), yang menyoroti elemen visual persuasif. Rubrik menggunakan skala 1–5 dengan bobot persentase, disesuaikan dengan konteks pendidikan kewirausahaan. Tabel berikut merangkum rubrik penilaian:

Tabel 1: Indikator Kreativitas Mahasiswa

Indikator	Skor Penilaian
Kebaruan Ide (Orisinalitas konsep bisnis)	1: Tidak orisinil 2: Kurang orisinil 3: Orisinil 4: Cukup orisinil 5: Sangat orisinal.
Relevansi Pasar (Respons terhadap kebutuhan pasar)	1: Tidak relevan 2: Kurang relevan 3: Relevan 4 : Cukup relevan 5: Sangat relevan
Inovasi Strategi Bisnis (Pendekatan pemasaran/distribusi baru)	1: Tidak inovatif 2: Kurang inovatif 3: Inovatif 4 : Cukup Inovatif 5: Sangat Inovatif
Kelayakan dan Keberlanjutan (Realisme dan dampak jangka panjang)	1: Tidak Layak 2: Kurang Layak 3: Layak 4 : Cukup Layak 5: Sangat Layak
Komunikasi Kreatif (Penyampaian narasi/visual yang persuasif)	1: Tidak Kreatif 2: Kurang Kreatif 3: Kreatif 4 : Cukup Kreatif 5: Sangat Kreatif
Dampak Sosial/Ekonomi (Manfaat bagi masyarakat)	1: Tidak Siginifikan 2: Kurang Signifikan 3: Signifikan 4 : Cukup Signifikan 5: Sangat Signifikan

- **Penilaian Bisnis Plan:** Delapan bisnis plan dinilai oleh peneliti menggunakan rubrik di atas, dengan validasi silang oleh dosen pengampu untuk memastikan reliabilitas, sebagaimana disarankan oleh Creswell (2014).
- **Analisis Data:** Data sekunder dianalisis secara tematik untuk mengidentifikasi pola kreativitas, sedangkan data primer dianalisis secara deskriptif untuk menghitung skor rata-rata setiap indikator, mengacu pada metode Runco (2014).

Keterbatasan penelitian meliputi penggunaan sampel purposive yang mungkin tidak mencakup seluruh variasi kreativitas, analisis terbatas pada dokumen tanpa wawancara, dan durasi penelitian yang singkat. Meski demikian, fokus pada bisnis plan menyediakan landasan yang kuat untuk mengevaluasi kreativitas mahasiswa dalam konteks kewirausahaan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Hasil penelitian berupa data yang diperoleh dari hasil bisnis plan mahasiswa sebagai berikut:

Tabel 2: Deskripsi Hasil Proyek Mahasiswa

Indikator	Frekuensi	Prosentase (%)
Kebaruan Ide		
1: Tidak orisinil	0	0
2: Kurang orisinil	4	24
3: Orisinil	2	12
4: Cukup orisinil	6	35
5: Sangat orisinil.	5	29
Relevansi Pasar		
1: Tidak relevan	1	6
2: Kurang relevan	1	6
3: Relevan	6	35
4 : Cukup relevan	3	18
5: Sangat relevan	6	35
Inovasi dan Strategi Bisnis		
1: Tidak inovatif	1	6
2: Kurang inovatif	2	12
3: Inovatif	4	23
4 : Cukup Inovatif	6	35
5: Sangat Inovatif	4	24
Kelayakan dan Keberlanjutan		
1: Tidak Layak	1	6
2: Kurang Layak	2	12
3: Layak	7	41
4 : Cukup Layak	6	35
5: Sangat Layak	1	6
Komunikasi Kreatif		
1: Tidak Kreatif	0	0
2: Kurang Kreatif	3	18
3: Kreatif	2	12
4 : Cukup Kreatif	8	47
5: Sangat Kreatif	4	23
Dampak Sosial/Ekonomi		
1: Tidak Siginifikan	0	0
2: Kurang Signifikan	3	18
3: Signifikan	7	41
4 : Cukup Signifikan	5	29
5: Sangat Signifikan	2	12

Berdasarkan tabel hasil proyek mahasiswa di atas dapat dilihat bahwa sebagian besar proyek yaitu 35% menunjukkan tingkat kebaruan Ide yang cukup orisinil. Diikuti oleh 29 % mahasiswa memiliki kebaruan ide yang sangat orisinil dan 24% kurang orisinil. Hanya Sebagian kecil yang orisinil yaitu 12% dari keseluruhan proyek mahasiswa. Hal ini dapat memberikan gambaran awalterkait dengan kebaruan ide mahasiswa dalam membuat proyek

Dilihat dari kriteria relevansi pasar diperoleh hasil relevan dan sangat relevan dengan prosentase yang sama yakni 35%. Sedangkan untuk hasil cukup relevan dengan prosentase dibawahnya yaitu 18%. Untuk tingkat relevansi kurang relevan dan tidak relevan memperoleh prosentase yang sama masing-masing 6%.

Berdasarkan Indikator Strategi dan Inovasi Bisnis proyek yang dibuat mahasiswa diperoleh hasil cukup inovatif yakni dengan prosentase 35%. Diikuti hasil sangat inovatif sebesar 24% dan kurang inovatif sebesar 23%. Untuk hasil proyek kurang inovatif sebesar 12% dan yang tidak inovatif 6%.

Dampak jangka Panjang dari hasil proyek mahasiswa diperoleh prosentase 41% Layak sesuai dengan Indikator Kelayakan dan Keberlanjutan Bisnis. Diikuti hasil 35% Layak dan 12% kurang layak. Pada posisi paling rendah adalah Sangat Layak dan Tidak Layak masing-masing memiliki prosentase 6%.

Hasil Komunikasi Kreatif proyek mahasiswa diperoleh prosentase tertinggi yaitu 47% Cukup Kreatif, dilanjutkan hasil sangat kreatif sebesar 29%. Untuk hasil kurang Kreatif sebesar 18% dan Kreatif sebesar 12%.

Ditinjau dari dampak social/ekonomi diperoleh hasil prosentase tertinggi sebesar 41% pada kategori signifikan. Sedangkan pada kategori cukup signifikan dan kurang signifikan masing-masing sebesar 28% 18%. Untuk kategori Sangat signifikan pada urutan terakhir yakni dengan prosentase sebesar 12%.

Selain ditinjau dari prosentase hasil proyek, Hasil Proyek bisnis plan mahasiswa juga dianalisis berdasarkan Rata-rata yang dideskripsikan pada table rata-rata berikut.

Tabel 3:Rata-Rata Hasil Proyek Mahasiswa

Indikator	Mean
Kebaruan Ide	4,4
Relevansi Pasar	4,3
Inovasi dan Strategi Bisnis	4,2
Kelayakan dan Keberlanjutan	3,8
Komunikasi Kreatif	4,4
Dampak Sosial/Ekonomi	3,9

Dari tabel hasil rata-rata di atas menunjukkan bahwa Kebaruan ide dan Komunikasi Kreatif memiliki rata-rata yang cukup tinggi dancenderung sangat tinggi yaitu 4,4. Untuk Strategi Pasar serta inovasi dan strategi bisnis rata-ratanya dalam kategori cukup tinggi yaitu 4,3 dan 4,2. Sedangkan untuk kriteria dampak social/ekonomi dan Kelayakan serta Keberlanjutan diperoleh rata-rata masing-masing 3,9 dan 3,8.

PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat diketahui deskripsi kreativitas mahasiswa dalam proyek Kewirausahaan. Berdasarkan beberapa kriteria yang telah ditetapkan, hasil proyek mahasiswa menunjukkan hasil yang berbeda-beda sesuai dengan kriteria penilaian.

Jika dilihat pada tabel 2 menunjukkan bahwa mayoritas proyek yang dinilai memiliki tingkat kebaruan ide yang cukup tinggi. Menunjukkan mahasiswa mampu mengadaptasi serta mengembangkan ide-ide yang sudah ada sehingga menghasilkan konsep yang cukup orisinil.

Ditinjau dari Relevansi pasar menunjukkan hasil bahwa memiliki relevansi pasar yang cukup tinggi, hal ini menjelaskan bahwa mahasiswa memiliki pemahaman yang baik tentang kebutuhan pasar dan peluang pasar saat ini. Hal ini didukung dari perkuliahan kewirausahaan yang mengajarkan mahasiswa untuk mengidentifikasi masalah konsumen dan

memvalidasi ide bisnis mereka melalui riset awal.

Inovasi dan strategi bisnis proyek yang dihasilkan mahasiswa dalam kategori cukup inovatif, sehingga dapat mendeskripsikan elemen-elemen pemikiran baru dalam bagaimana bisnis akan dijalankan, bersaing, dan menciptakan nilai. Untuk kriteria kelayakan dan keberlanjutan ide bisnis mahasiswa yang terlihat pada tabel dalam kategori layak. Dan hanya sedikit proyek mahasiswa yang masuk ke dalam kategori sangat layak.

Kriteria penilaian Komunikasi Kreatif dan hasil proyek mahasiswa termasuk dalam kategori Cukup Kreatif dan untuk dampak sosial/ekonomi termasuk dalam kategori Signifikan. Hal ini memperlihatkan bahwa hasil proyek mahasiswa diharapkan dapat memberikan dampak positif dengan memunculkan lapangan pekerjaan baru utamanya bagi para mahasiswa sendiri. Sedangkan dari segi komunikasi Kreatif menunjukkan kreativitas mahasiswa yang cukup tinggi, hal ini tidak terlepas dari perkembangan teknologi utamanya teknologi digital, sehingga memberikan ruang mahasiswa untuk mengembangkan kreativitasnya. Desain promosi produk yang menarik serta pemasaran yang mudah melalui media online, baik Facebook, Whatsap, Instagram dll.

Hasil proyek mahasiswa jika ditinjau dari rata-rata seperti pada Tabel 3 menunjukkan bahwa Kebaruan Ide dan Komunikasi Kreatif memiliki rata-rata yang paling tinggi yakni 4,4. Nilai ini cenderung tinggi menunjukkan bahwa hasil proyek mahasiswa memiliki orisinalitas yang tinggi serta kreativitas yang tinggi. Kebaruan ide ini bisa memberikan potensi untuk dikembangkan lebih lanjut dan mengembangkan inovasi-inovasi selanjutnya.

Dari hasil penelitian ini dapat diketahui bahwa mahasiswa memiliki kreativitas yang berbeda-beda dalam membuat proyek bisnis plan, Banyak hal yang menjadi faktor yang menyebabkan

perbedaan tersebut seperti pengalaman, kemampuan dasar mahasiswa, kreatifitas individu dan sebagainya. Hal ini sesuai dengan yang disampaikan oleh Esy Nur Aiyah (2021) bahwa terjadinya perbedaan tingkat kreativitas tersebut bisa terjadi selain karena faktor keunikan dari masing-masing mahasiswa dalam menghasilkan ide dan produk yang inovatif, juga karena faktor proses yang dilalui mahasiswa. Dalam pembelajaran berbasis proyek mahasiswa bebas dalam mengekspresikan dirinya dengan lebih kreatif. Sedangkan tugas fasilitator/pendidik adalah membimbing dan sharing informasi untuk memberikan stimulus kepada mahasiswa agar selalu terlibat dalam berbagai program kreativitas.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, diperoleh beberapa kesimpulan terkait dengan deskripsi kreativitas mahasiswa dalam proyek Kewirausahaan berdasarkan 6 kriteria penilaian yang diberikan.

Hasil proyek mahasiswa menunjukkan bahwa berdasarkan kriteria kebaruan ide cukup orisinal dengan prosentase 35%. Relevansi pasar dalam kategori relevan dan sangat relevan dengan prosentase 35%, dari segi strategi dan inovasi bisnis dalam kategori cukup inovatif dengan prosentase 35%. Kelayakan dan keberlanjutan dalam kategori layak dengan prosentase 41%, komunikasi kreatif dalam kategori cukup kreatif dengan prosentase 47% dan dampak sosial/ekonomi dalam kategori Signifikan dengan prosentase 41%. Sedangkan dilihat dari nilai rata-rata menunjukkan bahwa kebaruan ide dan komunikasi kreatif memiliki nilai rata-rata paling tinggi yaitu 4,4. Hal ini memperlihatkan bahwa mahasiswa memiliki kebaruan ide serta komunikasi kreatif yang tinggi.

Sedangkan saran untuk penelitian selanjutnya untuk melakukan penelitian dengan jumlah subjek penelitian yang lebih banyak agar lebih terlihat lagi deskripsi data serta dengan kriteria penilaian yang berbeda.

DAFTAR PUSTAKA

- Aisyah, E. N. (2021). Analisis tingkat kreativitas wirausaha mahasiswa melalui program komunitas entrepreneur. *Jurnal Iqtishoduna*, 17(1), 1–10
<https://doi.org/10.20414/iqtishoduna.v17i1.1234>
- Ardiyani, N. P. P., & Kusuma, A. A. A. (2016). Pengaruh sikap, pendidikan dan lingkungan keluarga terhadap minat berwirausaha (Doctoral dissertation, Udayana University)
- Hendro. (2011). *Dasar-Dasar Kewirausahaan*. Elex Media Komputindo
- Hitt, M. A., Ireland, R. D., & Hoskisson, R. E. (2011). Strategic entrepreneurship: Creating competitive advantage. *Strategic Management Journal*
- Mugiyatun, & Khafid, M. (2020). Pengaruh Prakerin, Pendidikan Kewirausahaan, dan Lingkungan Keluarga dengan Self Efficacy sebagai Variabel Intervening terhadap Minat Berwirausaha. *Economic Education Analysis Journal*, 9(1)
<https://doi.org/10.15294/eeaj.v9i1.37233>
- Nugroho, B., & Santoso, S. (2020). Peran pendidikan kewirausahaan dalam mendukung UMKM di Indonesia. *Jurnal Manajemen Bisnis Indonesia*
- Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010). *Business Model Generation: A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers*. Wiley
- Runco, M. A., & Jaeger, G. J. (2012). The standard definition of creativity. *Creativity Research Journal*, 24(1)
- Sari, R., & Prasetyo, T. (2022). The role of creative communication in enhancing business plan quality. *Journal of Communication Studies*
- Suryana. (2013). *Kewirausahaan: Pedoman praktis, kiat dan proses menuju sukses*. Salemba Empat
- Suryanto, H., Prasetyo, A. R., & Widodo, A. (2021). Pengaruh pendidikan kewirausahaan terhadap intensi berwirausaha mahasiswa. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 14(1), 40–50.
- Wardana, L. W., Narmaditya, B. S., Wibowo, A., Mahendra, A. M., Wibowo, N. A., Harwida, G., & Rohman, A. N. (2020). The impact of entrepreneurship education and students' entrepreneurial mindset: The mediating role of attitude and self-efficacy. *Heliyon*, 6(9), e04922.