



<http://jurnal.usahid.ac.id/index.php/accounting>

Analisis Ketertarikan Mahasiswa Manajemen atas Kebijakan Merdeka Belajar - Kampus Merdeka (MBKM) di Universitas Sahid Jakarta

Ni Luh Made Vinaya Medhiatika¹, Kania Ratnasari², Farida Rustamuji³

Abstrak

Penelitian ini bertujuan melihat dampak implikasi kebijakan Merdeka Belajar - Kampus Merdeka (MBKM) dalam kegiatan mahasiswa Program Studi Manajemen. Teori komunikasi dengan *Attention, Interest, Desire*, dan *Action* atau yang dikenal dengan AIDA Model akan menjadi jangkar dalam penelitian ini agar pembahasan menjadi lebih terarah. Data juga diperoleh dari hasil *Focus Group Discussion* (FGD) antara narasumber MBKM dengan para dosen tetap Program Studi Manajemen. Teknik analisis data menggunakan teknik analisis deskriptif dengan melihat persentase jawaban mayoritas mahasiswa terkait kebijakan MBKM ini. Hasil penelitian menunjukkan bahwa 47 persen mahasiswa mengetahui sedikit tentang MBKM, informasi diperoleh dari kanal Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan. Kesimpulan mahasiswa tertarik dengan program MBKM dari Direktorat Pendidikan Tinggi tetapi masih minim pengetahuan sehingga perlu dilakukan perbaikan cara komunikasi dan penyebaran informasi di Universitas Sahid dan Program Studi Manajemen yang bisa menjangkau mahasiswa baik secara personal maupun non personal.

Kata kunci: MBKM, Komunikasi, Tertarik, Mahasiswa, Manajemen.

Abstract

This research aims to see the impact of the policy implications of Merdeka Belajar - Kampus Merdeka (MBKM) in the activities of Management Study Program students. Communication theory with Attention, Interest, Desire, and Action or known as the AIDA Model will be the anchor in this research so that the discussion becomes more targeted. Data was also obtained from the results of Focus Group Discussion (FGD) between MBKM Sources and permanent lecturers of Management Study Program. Data analysis techniques use descriptive technical analysis by looking at the percentage of answers from the majority of students related to this MBKM policy. The results showed that 47 percent of students still lack of knowledge about MBKM, information obtained from the Ministry of Education and Culture channel. Conclusion students are interested in the MBKM program from the Director General of Higher Education but still lack knowledge so it is necessary to improve the way of communication and dissemination of information in Sahid University and Management Study Program that can reach students both personally and non-personally.

Keywords : MBKM, Communication, Interest, Student, Management.

^{1,2,3}Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sahid
made_vinaya@usahid.ac.id
kaniausahid@gmail.com
faridarustamuji2017@gmail.com

PENDAHULUAN

Indonesia diprediksi akan memiliki bonus demografi dengan penduduk usia produktif (15-64 tahun) pada tahun 2030-2040. Hal ini dilansir dari Siaran Pers PPN/Bappenas di mana penduduk Indonesia usia produktif diperkirakan mencapai 64 persen dari total jumlah penduduk yang diproyeksikan 297 juta jiwa. Selanjutnya, agar Indonesia dapat memperoleh manfaat maksimal dari bonus demografi ini, maka ketersediaan sumber daya manusia usia produktif yang melimpah harus diimbangi dengan peningkatan kualitas dari sisi pendidikan dan keterampilan, termasuk kaitannya dalam menghadapi keterbukaan pasar tenaga kerja. Prediksi ini disambut dengan baik oleh Menteri Pendidikan, Kebudayaan, Riset dan Teknologi, Nadiem A. Makarim, menciptakan terobosan baru dalam bidang pendidikan terutama untuk Perguruan Tinggi. Usia produktif yang mengenyam pendidikan Sarjana Strata 1 (S1) diharapkan tidak hanya pandai di kelas dengan Indeks Prestasi Kumulatif (IPK) yang tinggi tetapi juga mempunyai pengetahuan, keahlian (baik *hard skill* dan *soft skill*), serta daya saing yang tinggi agar dapat berkompetisi baik dari sesama lulusan dalam negeri maupun lulusan luar negeri. Melalui Permendikbud No.3 tahun 2020, setiap Perguruan Tinggi memberikan hak kepada mahasiswanya untuk belajar selama 3 semester di luar program studinya. Program ini disebut sebagai Merdeka Belajar - Kampus Merdeka atau disingkat MBKM.

Melansir dari situs resmi <https://kampusmerdeka.kemdikbud.go.id/> slogan “Ambil Kendali Masa Depanmu”, melalui program ini mahasiswa merdeka untuk membentuk masa depannya sesuai aspirasi karir atau cita-citanya. Adapun delapan program yang dibuka adalah: (1) Magang, (2) Studi Independen, (3) Mahasiswa Mengajar, (4) Membangun desa/KKN Tematik, (5) Pertukaran Mahasiswa, (6) Proyek Kemanusiaan, (7) Riset/Penelitian Mahasiswa, dan (8) Wirausaha. Universitas Sahid sebagai salah satu Perguruan Tinggi Swasta (PTS) menyambut baik kebijakan MBKM ini dengan mengeluarkan Surat Keputusan (SK) Rektor No.130/USJ-01/A-50/2020 tentang Panduan Akademik Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM). Berdasarkan SK tersebut maka diturunkan SK Rektor No. 070/USJ-01/A-50/2020 hingga SK Rektor No. 078/USJ-01/A-50/2020 di mana Program D3 maupun S1 harus melakukan perubahan kurikulum dan penetapan kurikulum baru yang mendukung kebijakan tersebut. Melalui kurikulum baru, diharapkan mahasiswa Universitas Sahid mendapat tantangan dan kesempatan untuk mengembangkan kreativitas, kapasitas diri, kepribadian, dan kemandirian dalam mencari dan menemukan pengetahuan lebih melalui hal nyata dan beradaptasi dengan lingkungan di lapangan yang serba dinamis. Melalui kegiatan-kegiatan di luar kampus, mahasiswa juga diharapkan mampu menyelesaikan masalah secara langsung, memiliki interaksi sosial yang luas, dapat berkolaborasi, bisa mengatur dirinya, serta memiliki kinerja yang baik sesuai target yang ditentukan.

Di Program Studi (Prodi) Manajemen, sebelum adanya MBKM sudah ada mata kuliah yang sejalan program MBKM yaitu Kewirausahaan dan Praktek Kerja Lapangan atau Magang. Pada Kurikulum 2016, melalui matakuliah Kewirausahaan dan Kewirausahaan Lanjutan (masing-masing 2 SKS) capaian yang diharapkan adalah mahasiswa memahami karakteristik wirausahawan dan dapat mengaplikasikan dalam proyek wirausaha yang hasilnya mendapat nilai dan dipamerkan di kampus. Untuk program PKL dengan 4 SKS, mahasiswa selama 3-6 bulan magang di perusahaan/industri untuk mendapatkan ilmu dan pengalaman di lapangan. Hasil akhir PKL berupa laporan kegiatan yang akan dinilai baik oleh perusahaan/industri maupun dosen untuk mengukur kesiapan mahasiswa terjun di perusahaan. Menanggapi SK Rektor terkait Perubahan Kurikulum karena adanya MBKM,

maka terbit Kurikulum 2020 di mana matakuliah Kewirausahaan menjadi 3 SKS sedangkan matakuliah Kewirausahaan Lanjutan menjadi mata kuliah Studi Kelayakan Bisnis agar mahasiswa tergerak untuk merintis usaha/bisnis dengan kemampuan dan penilaian yang lebih mumpuni. Untuk PKL, mahasiswa bisa memilih antara tetap belajar di kelas atau Magang di perusahaan/industri di mana ada 7 matakuliah atau setara 21 SKS yang dapat dikonversi dengan kegiatan dan penilaian selama Magang. Di Prodi Manajemen matakuliah disesuaikan dengan peminatan yaitu Hotel dan Pariwisata. Mata kuliah pun berubah mengikuti profil lulusan sesuai dengan perkembangan pasar dan permintaan dari pengguna (*user*) lulusan.

Selama periode 2020-2021, Universitas Sahid mengadopsi lima dari delapan kegiatan MBKM yang ada, yaitu: (1) Magang, (2) Proyek Kemanusiaan, (3) Pertukaran Mahasiswa secara internal di kampus, (4) Mahasiswa Mengajar, dan (5) Wirausaha. Kegiatan sosialisasi secara bertahap dari dosen, mahasiswa, hingga industri melalui rapat, workshop, webinar, orientasi mahasiswa baru (*osmaru*) semua dijalankan untuk kelancaran implementasi program MBKM ini. Namun, segala daya upaya tersebut dihadapkan pada kenyataan masih minimnya tingkat partisipasi yang walaupun masih rendah, namun diduga sudah dapat berdampak positif terhadap perkembangan pola pikir, pengetahuan, dan daya saing mahasiswa. Oleh sebab itu maka perlu dilakukan penelitian menyeluruh dari tingkat Prodi hingga Universitas tentang dampak kebijakan program MBKM ini. Tujuan dari penelitian ini agar dapat memberikan gambaran dan arah kebijakan yang harus diambil oleh Universitas Sahid, terutama Prodi Manajemen, agar dapat mengimplementasikan program ini dengan baik dan memberikan dampak yang positif bagi dosen dan mahasiswa.

TINJAUAN PUSTAKA

Thill & Bovee (2017) mendefinisikan komunikasi sebagai “*Communication is the process of transferring information and meaning between senders and receivers*” yang dapat diartikan proses memindahkan (*transfer*) informasi dan arti antara pengirim dan penerima. Terdapat beberapa elemen dasar proses komunikasi yang digambarkan sebagai model makro (*macromodel*) dan model mikro (*micromodel*) (Kotler & Keller, 2016). Pada model makro terdapat beberapa elemen: *sender* (pengirim pesan), *encoding*, *message* (pesan itu sendiri), *media* (perantara), *decoding*, *receiver* (penerima pesan), *response* (tanggapan), *feedback* (umpan balik), dan *noise* (gangguan). Model mikro tertuju pada respon spesifik dari konsumen (sebagai penerima pesan) atas proses komunikasi yang telah dijalankan. Terdapat empat model hierarki response salah satunya adalah model AIDA. Model AIDA diawali dengan *attention* (perhatian) pada tahap kognitif, kemudian *interest* (ketertarikan/minat) dan *desire* (keinginan) pada tahap afektif, dan pada akhirnya *action* (tindakan) di tahap perilaku.

Suatu penelitian menunjukkan bahwa saat ini perangkat telepon yang bisa dibawa ke mana saja (*mobile phone*) dan surat elektronik (*e-mail*) merupakan dua sumber informasi yang menarik. Studi ini juga menekankan pada efektivitas saluran pemasaran *mobile* dan *e-mail* menggunakan AIDA Model. Hasil studi tersebut menjelaskan bahwa saluran pemasaran *mobile* menciptakan AIDA pada pasar yang lebih besar dibandingkan dengan melalui *e-mail* (Rehman, et al., 2015). Teori *mobile marketing* memiliki karakteristik (1) secara unik mengikat pada satu pengguna, (2) secara virtual selalu aktif (*on*) dan dibawa kemana saja, (3) memungkinkan adanya transaksi karena adanya fasilitas pembayaran, dan (4) interaktif yang tinggi memungkinkan adanya *geotracking* serta pengambilan foto dan video (Kotler & Keller

2016). Salah satu bentuk *mobile marketing* adalah *mobile apps* atau aplikasi *mobile* berupa software program dengan ukuran *bite* yang bisa diunduh (*download*) ke telepon pintar (*smart phone*). Aplikasi ini memiliki beberapa fungsi seperti: (1) menambah kenyamanan, (2) adanya nilai sosial, (3) insentif, (4) hiburan, dan (5) membuat hidup menjadi lebih baik.

Komunikasi efektif dapat dicapai dengan delapan langkah berikut: (1) *identify target audience*/mengidentifikasi target audiens, (2) *determine objective*/menentukan tujuan, (3) *design communications*/desain komunikasi, (4) *select channels*/memilih saluran, (5) *establish budget*/menentukan anggaran, (6) *decide on media mix*/menentukan bauran media, (7) *measure results*/mengukur hasil, dan (8) *manage integrated marketing communications*/mengatur komunikasi terintegrasi (Kotler & Keller, 2016). Pemilihan saluran dan media komunikasi secara luas dibagi dua yaitu: saluran komunikasi personal dan saluran komunikasi non personal. Saluran komunikasi personal adalah saluran melalui dua orang atau lebih yang berkomunikasi secara langsung satu dengan lainnya termasuk tatap muka, lewat telepon, melalui surat atau surat elektronik, atau bahkan melalui percakapan (*chat*) di internet. Adapun saluran komunikasi non personal melalui media yang membawa pesan tersebut tanpa kontak personal atau umpan balik, termasuk media besar (cetak, siaran, display, dan online), atmosfer, dan kegiatan (*event*) (Kotler & Armstrong, 2018).

Kewirausahaan menjadi salah satu visi Universitas Sahid. Definisi wirausaha adalah *entrepreneur: an individual or a group who creates something new a new idea, a new item or product, a new institution, a new market, a new set of possibilities* (Wiley et al., 2016). Pengertian wirausaha adalah seorang individu atau kelompok yang menciptakan sesuatu hal yang baru, bisa berupa ide baru, suatu produk baru, suatu institusi baru, suatu pasar yang baru, dan suatu kesatuan kesempatan. Seorang pengusaha harus memiliki pola pikir wirausahawan atau *entrepreneurial mindset*. Wiley et al. (2016) juga mendefinisikan *entrepreneurial mindset: the ability to quickly sense, take action, and get organized under uncertain conditions* atau pola pikir kewirausahaan merupakan kemampuan secara cepat merasakan, mengambil tindakan, dan mengatur di bawah kondisi yang tidak pasti. Berwirausaha juga harus memiliki hasrat atau *passion*. Wiley et al., (2016) mendefinisikan *passion* sebagai *an intense positive emotion, which is usually related to entrepreneurs who are engaged in meaningful ventures, or tasks and activities, and which has the effect of motivating and stimulating entrepreneurs to overcome obstacles and remain focused on their goals*. *Passion* merupakan emosi positif yang intens, berkaitan dengan wirausahawan yang terikat dengan proyek, atau tugas dan aktivitas, di mana memiliki dampak memotivasi dan menstimulasi wirausahawan untuk menghadapi hambatan yang akan datang dan tetap fokus pada tujuannya.

Terkait dengan *passion* ini, penelitian Bhansing, Hitters, & Wijngaarden (2018) menunjukkan bahwa *passion* memiliki dua komponen yaitu suasana (*passion atmosfer*) dan *passion* pada yang lainnya (*passion in others*) memiliki dampak positif sebagai inspirasi, terutama pada industri budaya dan kreatif. Pola pikir dan *passion* ini juga mengarah pada keahlian yang harus dimiliki dalam praktik berwirausaha. Terdapat lima keahlian untuk mempraktikkan kewirausahaan seperti; (1) *Skill of play* (keahlian bermain) dengan melepaskan imajinasi, membuka pikiran untuk kesempatan, kemungkinan untuk makmur, dan membantu untuk lebih inovatif sebagai seorang pengusaha, (2) *Skill of experimentation* (keahlian untuk bereksperimen) bertindak untuk belajar mencoba hal baru, belajar dari percobaan, dan membangun untuk belajar lagi di percobaan berikutnya, (3) *Skill of empathy* (keahlian empati) dengan mengembangkan kemampuan untuk memahami emosi, keadaan, tujuan, pemikiran,

dan kebutuhan dari orang lain, (4) *Skill of creativity* (keahlian kreatifitas) yang membutuhkan keterbukaan yang luas atas dunia dan mampu berhubungan untuk melepaskan kemampuan kreatifnya untuk menciptakan dan menemukan kesempatan dan pemecahan masalah, dan (5) *skill of reflection* (keahlian atas refleksi) yang membuat semuanya masuk akal untuk bermain, berempati, kreatif, dan bereksperimen (Wiley et al., 2016).

Magang atau *internship* mengambil definisi dari kamus Cambridge adalah “*a period of time spent receiving or completing training at a job as a part of becoming qualified to do it*” atau suatu periode waktu yang dihabiskan untuk menerima atau menyelesaikan pelatihan pada suatu pekerjaan sebagai bagian untuk menjadi memiliki kualifikasi untuk mengerjakan pekerjaan tersebut. Suatu studi tentang magang menunjukkan bahwa program magang terintegrasi dengan kurikulum pada pendidikan tinggi dengan tujuan untuk memupuk kemampuan mahasiswa dalam mengaplikasikan pengetahuannya dari kelas ke praktek (lapangan) (Ruslan et al., 2021). Studi ini juga memperlihatkan hasil bahwa pengukuran kepuasaan atas magang, terutama pada industri *hospitality*, dapat dikategorikan menjadi lima yaitu: faktor individu, karakteristik pekerjaan, lingkungan perusahaan, faktor kontekstual, dan potensi karir. Selain itu, pentingnya pengalaman dari magang dalam meningkatkan kompetensi mahasiswa dari sisi keahlian interpersonal, pemecahan masalah, kepercayaan diri, dan pengetahuan tentang bursa kerja.

METODE PENELITIAN

Desain penelitian ini menggunakan desain riset konklusif karena hasil penelitian akan digunakan dalam pengambilan keputusan, evaluasi kebijakan, dan memilih alternatif yang terbaik dari masalah yang ada. Seiring dengan desainnya, maka jenis penelitian ini adalah *problem solving* atau jenis penelitian untuk mengidentifikasi serta memecahkan masalah yang terjadi pada penelitian ini.

Sumber data penelitian ini menggunakan data sekunder. Data sekunder yang pertama diperoleh dari data yang sudah diolah oleh bidang pengolahan data. Data berupa hasil jejak pendapat mahasiswa Prodi Manajemen tentang kebijakan MBKM. Instrumen berupa kuesioner dari Spada Dikti dan dari Internal Sahid. Penelitian menggunakan semua mahasiswa aktif Manajemen dengan data yang mengisi kuesioner sebanyak 455 mahasiswa. Sumber data sekunder yang kedua diperoleh dari hasil *Focus Group Discussion* (FGD) di tingkat Prodi dengan jumlah peserta 12 orang. Hasil FGD juga akan menjadi pertimbangan pengambilan keputusan dan langkah kebijakan kedepannya.

Teknik analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif di mana hasil dari analisis kuesioner baik jumlah, rata-rata, dan prosentase akan dijadikan dasar analisis dan kemudian disandingkan dengan teori yang ada sehingga didapatkan gambaran yang nyata atas keadaan yang sebenarnya dan menjadi tolak ukur dari evaluasi kebijakan MBKM ini.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengisian kuesioner telah mencapai target dan sudah mulai menemukan pola jawaban. Data mentah ditarik dan kemudian diolah oleh tim bidang pengolahan data. Berikut hasil perhitungan untuk Prodi Manajemen yang bisa dilihat pada Tabel 1.

Analisis Ketertarikan Mahasiswa Manajemen....

Ni Luh Made Vinaya Medhiatika, Kania Ratnasari & Farida Rustamuji

Tabel 1 Rekapitulasi Jawaban Kuesioner Mahasiswa tentang MBKM

No.	Pertanyaan	Jawaban terbanyak	Presentase
1.	Seberapa Jauh Saudara mengetahui tentang kebijakan Merdeka belajar Kampus Merdeka (MBKM)?	Mengetahui Sedikit	47%
2.	Menurut Saudara hingga berapa semester dan berapa sks yang dapat disetarakan dengan bentuk kegiatan MBKM di luar perguruan tingginya	2 semester	36%
3.	Menurut Saudara hingga berapa semester dan berapa sks yang dapat disetarakan dengan bentuk kegiatan MBKM di Luar Perguruan Tingginya?	2 (dua) semester atau setara dengan 40 SKS	37%
4.	Dari mana Saudara mendapat informasi mengenai Kebijakan MBKM?	Kanal daring Kemendikbud (Website atau media sosial)	33%
5.	Menurut saudara apa media informasi untuk meningkatkan pemahaman kebijakan MBKM?	Kanal daring Kemendikbud (Website atau media sosial)	40%
6.	Apakah Program Studi saudara mempunyai program terdahulu yang sesuai dengan bentuk kegiatan MBKM	Belum tahu	56%
7.	Jika menjawab YA pilih bentuk kegiatan MBKM yang sudah dimiliki sebelumnya	Magang/ Praktek Kerja	58%
8.	Apabila saudara diminta memilih dari 8 (delapan) bentuk kegiatan pembelajaran di luar Program studi yang akan Saudara pilih	Magang/ Praktek Kerja	41%
9.	Apakah dokumen kurikulum panduan dan prosedur operasional untuk mengikuti kegiatan MBKM sudah ada pada program studi Saudara?	Tidak tahu	68%
10.	Apakah Saudara sudah menyiapkan diri untuk menjadi bagian dalam kegiatan MBKM?	Belum mempersiapkan untuk menjadi bagian dalam kegiatan MBKM	41%
11.	Menurut Saudara apakah kegiatan pembelajaran diluar program studi akan berimplikasi pada masa studi	Tepat waktu dan memberikan pengalaman dalam capaian pembelajaran	68%
12.	Menurut Saudara apakah kegiatan pembelajaran di luar kampus akan memberikan kompetensi tambahan seperti ketrampilan dalam menyelesaikan permasalahan nyata yang kompleks, ketrampilan dalam menganalisis etika profesi, dll?	Sangat yakin memberikan kompetensi tambahan	43%
13.	Menurut Saudara belajar di Program studi lain akan memperluas prespektif dan memberikan kompetensi tambahan yang dibutuhkan?	Pasti mendapatkan pengalaman capaian pembelajaran dengan prespektif yang lebih luas	47%

No.	Pertanyaan	Jawaban terbanyak	Presentase
14.	Menurut saudara apa saja yang perlu dipersiapkan oleh mahasiswa agar implementasi MBKM berjalan optimal?	Mempelajari panduan MBKM dan Kurikulum yang memfasilitasi MBKM	56%
15.	Menurut Saudara seberapa manfaat jika anda mengikuti MBKM dalam pengembangan kompetensi / ketrampilan sebagai bekal bekerja setelah lulus?	Cukup bermanfaat	52%
16.	Menurut Saudara seberapa besar peningkatan soft skill yang diperoleh setelah anda mengikuti kegiatan MBKM dalam pengembangan kompetensi/ ketrampilan sebagai bekal bekerja setelah lulus?	Ada peningkatan cukup baik	48%
17.	Menurut Saudara seberapa penting kegiatan MBKM untuk persiapan menghadapi masa paska kampus?	Cukup penting	39%
18.	Menurut saudara apa yang menjadi kekhawatiran Ketika melakukan kegiatan pembelajaran di luar kampus?	Mengeluarkan biaya	51%
19.	Menurut Saudara kegiatan MBKM untuk perguruan tinggi sesuai dengan kebutuhan lulusan di masa mendatang?	Sesuai	69%
20.	Bagaimana ketertarikan saudara terhadap program MBKM yang diadakan oleh Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi Riset dan teknologi?	Sangat tertarik	56%
21.	Setelah mengetahui secara detail tentang Program MBKM apakah anda akan merekomendasi program ini untuk kolega saudara ?	Merekomendasikan	52%
22.	Relevansi kegiatan MBKM dengan bidang/Program Studi Saudara	Semua kegiatan MBKM relevan	94%
23.	Menurut pendapat Saudara kegiatan MBKM yang dapat terkait dengan pencapaian visi Kewirausahaan USAHID adalah	Kewirausahaan	27%
24.	Menurut pendapat Saudara Kegiatan MBKM yang dapat terkait dengan pencapaian visi Kepariwisata USAHID adalah	Magang	23%

Sumber data: data diolah, 2021.

Berdasarkan Tabel 1 dapat dijabarkan banyak hal tentang implikasi MBKM. Pertama, terkait pengetahuan mahasiswa tentang MBKM, sebesar 47 persen mahasiswa manajemen memiliki sedikit pengetahuan tentang MBKM. Pengetahuan mahasiswa hanya tentang jumlah semester dan jumlah SKS yang bisa disetarakan dengan program MBKM. Informasi tentang MBKM sebesar 33 persen diperoleh mahasiswa dari *platform*/kanal daring Kemenristekdikti, laman situs resmi dan media sosial seperti Instagram. Begitupun tentang kebijakan MBKM ini, 40 persen mahasiswa mengetahui dari sumber yang sama yaitu Kemenristekdikti bukan dari media yang dimiliki Universitas Sahid dan Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB). Seperti

disinggung pada Pendahuluan, bahwa FEB sudah memiliki kegiatan yang serupa sebelum adanya MBKM, namun kenyataannya 56 persen mahasiswa tidak mengetahui.

Pertanyaan dilanjutkan tentang kegiatan MBKM yang dimiliki sebelumnya, sebanyak 58 persen menjawab Magang. Pada pertanyaan apakah kegiatan MBKM relevan dengan prodi manajemen, sebanyak 94 persen menjawab semua kegiatan MBKM relevan. Kegiatan magang pun menjadi pilihan dari 41 persen mahasiswa dibandingkan tujuh program MBKM lainnya. Mahasiswa berpendapat bahwa kegiatan Kewirausahaan (27 persen) dapat dikaitkan dengan pencapaian visi Kewirausahaan USAHID. Untuk pencapaian visi Kepariwisata, sejumlah 23 persen mahasiswa berpendapat bahwa kegiatan Magang yang paling berkaitan. Oleh karena itu, Magang dan Kewirausahaan yang menjadi fokus pada penelitian ini maupun prodi untuk pelaksanaan MBKM. Berikutnya mengaitkan informasi dan pengetahuan mahasiswa tentang MBKM, pertanyaan dilanjutkan tentang pedoman. Sebesar 68 persen mahasiswa tidak mengetahui dokumen panduan kurikulum dan prosedur operasional untuk mengikuti MBKM baik dari tingkat Prodi hingga Universitas. Panduan dan prosedur menjadi salah satu kunci berjalannya program ini karena sebesar 41 persen menjawab belum mempersiapkan diri untuk menjadi bagian dari kegiatan MBKM. Sebanyak 56 persen menjawab bahwa dengan mempelajari panduan dan kurikulum MBKM dapat membuat mahasiswa siap menjadi bagian dari MBKM.

Pengetahuan yang lengkap dan rinci tentang MBKM tidak memberatkan bagi 52 persen mahasiswa untuk merekomendasikan program ini ke kolega atau saudara. Berlanjut ke implikasi, sejumlah 68 persen mahasiswa berpendapat bahwa jika prodi menjalankan program MBKM maka berimplikasi pada masa studi sehingga dapat menyelesaikan kuliah tepat waktu dan memberikan pengalaman dalam capaian pembelajaran. Selain masa studi, kemerdekaan belajar di luar kampus dinilai 43 persen mahasiswa yang sangat yakin akan memberikan kompetensi tambahan ketrampilan dalam penyelesaian masalah secara nyata dan menganalisis profesinya. Sejumlah 47 persen mahasiswa juga memastikan adanya kesempatan belajar di prodi lain akan menambah pengalaman dan capaian belajar dengan prespektif yang lebih luas. Manfaat program MBKM tidak hanya dirasakan saat menempuh kuliah tetapi juga setelah selesai kuliah. Sesuai harapan Nadiem Makarim, mendapatkan SDM yang unggul. Mahasiswa manajemen menjawab MBKM cukup bermanfaat (52 persen) karena MBKM juga berkontribusi pada pengembangan kompetensi dan ketrampilan setelah lulus studi. Selain bermanfaat, kegiatan MBKM di Perguruan Tinggi sesuai dengan kebutuhan lulusan di masa mendatang. Hal ini dijawab sesuai oleh 69 persen mahasiswa.

Antusiasme atau ketertarikan mahasiswa terhadap MBKM yang diadakan oleh Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi Riset dan Teknologi terjawab dalam 56 persen jawaban sangat tertarik. Jika mengikuti MBKM, misalnya seperti Magang, 48 persen mahasiswa merasakan adanya peningkatan *soft skill* dan pengembangan kompetensi serta ketrampilan yang bisa menjadi bekal untuk bekerja setelah lulus, sehingga jika ditanyakan seberapa penting kegiatan MBKM ini untuk persiapan menghadapi dunia nyata setelah lulus dari kampus, 39 persen mahasiswa menjawab cukup penting. Selanjutnya menjawab pertanyaan ganjalan program MBKM ini selain belum adanya pedoman dan panduan, terdapat masalah biaya, di mana sebanyak 51 persen mahasiswa khawatir harus mengeluarkan biaya ketika melakukan kegiatan pembelajaran di luar kampus.

Hasil FGD Prodi Manajemen menunjukkan bahwa baik pejabat struktural maupun para dosen sudah mengetahui tentang program MBKM ini namun belum diimplementasikan. MBKM sudah berjalan di Universitas Sahid sesuai dengan SK Rektor No.130/USJ-01/A-

50/2020 tentang Panduan Akademik Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM). Berdasarkan SK tersebut juga, Sistem Akademik sudah menetapkan Kurikulum 2020 sebagai bagian dari MBKM sebagai kurikulum tunggal yang digunakan mahasiswa untuk menempuh pendidikannya. Implementasi MBKM di prodi Manajemen yang memiliki konsentrasi/minat beragam, MBKM bisa mencapai lebih dari 20 SKS. Kelas Manajemen yang beragam, salah satunya kelas Blended, untuk sementara ini MBKM tidak diberlakukan. Kurikulum, matakuliah, dan LO per mata kuliah semua disusun demi terwujudnya penambahan CPL pada lulusan Manajemen dengan profil sebagai manajer lini pertama, wirausaha, peneliti, dan pengusaha di bisnis digital (*digipreneur*). Prodi Manajemen, sebelum ada Permendikbud tentang MBKM sudah menjalankan dua program yang sejalan dengan program MBKM yaitu PKL (yang sekarang menjadi Magang) dan Kewirausahaan. Berdasarkan hal inilah, pada FGD juga ditetapkan bahwa Prodi Manajemen mengutamakan kedua program tersebut. Selanjutnya pada Magang/PKL pada MBKM, mahasiswa akan dikenalkan dengan magang industri selama maksimal 2 semester, dengan 40 sks, dan waktu magang di awal semester.

Program Magang dilaksanakan di semester enam dengan pertimbangan jika dilakukan di semester awal, kemampuan mahasiswa belum cukup mumpuni untuk turun ke industri/lapangan. Mahasiswa harus sudah menyelesaikan 100-110 SKS dan jika ditambahkan Magang maka mahasiswa bisa selesai/lulus maksimal setelah kuliah selama delapan semester. Untuk mendukung magang industri, pendekatan yang lebih sesuai adalah melalui Asosiasi dan *Human Research Management Association (HRMA)* sebagai salah satu media untuk magang industri dibandingkan dengan pendekatan ke masing-masing perusahaan/industri. Magang industri juga harus diperkuat dengan MoU di mana pada setiap MoU harus disesuaikan dengan CPL. Berlanjut ke fokus program yang kedua yaitu Kewirausahaan, FGD menilai bahwa program ini bisa menjadi angin segar bagi mahasiswa untuk mengeksplorasi diri mereka. Mahasiswa yang sudah memiliki usaha bisa diakui dalam program MBKM dengan mengkonversi usahanya ke Magang atau ke *free form* ke *soft skill*. Untuk konversi ini, badan yang menangani standar baru merumuskan standar-standar tersebut untuk bisa setara dengan MBKM. Bagi mahasiswa yang sudah bekerja, pada FGD ini turut menekankan bahwa belum bisa diakui dalam MBKM dan akan dibuat RPL.

FGD berlanjut ke program MBKM lainnya yaitu pertukaran pelajar, di mana pada intinya masih belum dapat dijalankan. Beberapa pertimbangan terkait keputusan tersebut seperti: (1) belum adanya pedoman matakuliah yang bisa diambil di prodi lain, (2) belum adanya keputusan membayar atau tidak jika mahasiswa mengambil kuliah di kampus lain, (3) belum siapnya administrasi program ini padahal Manajemen memiliki keunggulan di bidang Pariwisata, dan (4) hampir sebagian besar PTS belum bisa menjalankan pertukaran mahasiswa dan lebih banyak menyelenggarakan magang. Adapun saran dari FGD untuk program pertukaran mahasiswa agar jangan sampai mahasiswa mengambil matakuliah dari program studi/universitas lain yang berbeda/jauh dari CPL, sehingga perlu adanya aturan dan petunjuk pelaksanaan dari Badan terkait untuk segera menerbitkan panduan Prodi dan Fakultas. Pembahasan program MBKM lain pada FGD ini untuk program Mahasiswa Mengajar di tingkat SMP atau SMA. Jadi, walaupun menurut Permendikbud program mengajar termasuk salah satu program dengan tujuan membuat pendidikan di daerah terpencil menjadi lebih maju, namun kembali disayangkan bahwa Universitas Sahid belum siap dengan kemampuan memfasilitasi program ini.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis jawaban mahasiswa dan FGD ada beberapa hal yang dapat disimpulkan dari implikasi kebijakan program MBKM, yaitu:

1. Aspek mahasiswa, pada kenyataannya belum mengetahui program MBKM yang ada di Universitas Sahid terutama di Prodi Manajemen. Mahasiswa memperoleh informasi tentang MBKM dari *platform* milik Kemenristekdikti, padahal media yang dimiliki Universitas Sahid dan Fakultas Ekonomi dan Bisnis seharusnya yang menjadi sumber informasi terdekat dan menjadi andalan mahasiswa. Selain itu terkait dengan Pedoman dan Panduan yang belum diberlakukan di Universitas Sahid maupun Prodi Manajemen. Mahasiswa berpendapat bahwa jika ada pedoman dan panduan yang jelas maka siap untuk mempelajari dan mempersiapkan diri untuk keberlangsungan program MBKM ini. Pedoman dan Panduan dapat dimasukkan ke *website* Universitas Sahid atau dimasukkan ke aplikasi seperti yang sudah disinggung sebelumnya. Mahasiswa dapat mengunduh pedoman dan panduan langsung di telepon pintarnya dan dapat dibaca/dipelajari kapan saja. Untuk pedoman dan panduan ini juga menjadi salah satu poin pada FGD Dosen.
2. Dosen sebagai pejabat struktural fakultas, program studi, dan juga sebagai Pembimbing Akademik memohon adanya Petunjuk Pelaksanaan (juklak) dan Petunjuk Teknis (juknis) yang tidak berubah-ubah dan sesuai dengan capaian pembelajaran setiap prodi. Kesimpulan ketiga tentang pilihan kegiatan MBKM. Magang menjadi pilihan terbanyak mahasiswa manajemen di antara delapan program yang ditawarkan. Magang memang dianggap sejalan dengan industri *hospitality* dan visi Kepariwisata di Universitas Sahid. Selaras jawaban mahasiswa dan hasil penelitian Ruslan et al. (2021) bahwa magang berkontribusi pada pengembangan kompetensi dan ketrampilan, adanya peningkatan *soft skill* dan pengembangan kompetensi serta keterampilan yang bisa menjadi bekal untuk bekerja. Untuk mendukung program magang, kembali ke informasi, panduan, dan pedoman. Sesuai Kurikulum 2020, magang di industri dikonversikan dengan tujuh mata kuliah kompetensi atau setara 21 SKS. *Learning Outcome* (LO) dari setiap matakuliah dinilai sudah sesuai dengan apa yang akan dijalankan mahasiswa saat magang selama satu semester atau maksimal enam bulan.
3. Aspek komunikasi yang kurang tepat dan kurang efektif menjadi sumber minimnya pengetahuan dan partisipasi mahasiswa pada program MBKM. Hal ini harus menjadi perhatian utama karena jika mengacu pada jawaban yang lain, mahasiswa sangat tertarik dengan MBKM yang diadakan oleh Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi Riset dan Teknologi. Agar mahasiswa tertarik dengan MBKM di Universitas Sahid dan prodi Manajemen maka perlu perbaikan dari sisi komunikasi.
4. Hasil FGD juga menghasilkan pemahaman bahwa program ini bisa menjadi angin segar bagi mahasiswa untuk mengeksplor diri atau berusaha sesuai hasrat atau *passion*. Studi pendukung Bhansing, Hitters, & Wijngaarden (2018) menunjukkan bahwa *passion* memiliki dampak positif sebagai inspirasi, terutama pada industri budaya dan kreatif. Hal ini sudah diakomodir Prodi dalam Kurikulum 2020, di mana untuk matakuliah Kewirausahaan yang dahulu terdiri dari Kewirausahaan dan Kewirausahaan Lanjutan diubah menjadi matakuliah Kewirausahaan dan Studi Kelayakan Bisnis. Jelas capaian pembelajaran pada Studi Kelayakan Bisnis lebih mendalam dan lebih sesuai dengan program MBKM di mana mahasiswa terjun langsung dalam usahanya sendiri.

Terakhir, untuk program MBKM lain seperti Mahasiswa Mengajar dan Pertukaran Mahasiswa dinilai belum cocok dijalankan di Universitas Sahid dan Prodi Manajemen. Alasan utama adalah dengan melihat kekhawatiran mahasiswa harus mengeluarkan biaya untuk program MBKM. Alasan lain dari sisi Universitas Sahid di mana sesuai diskusi pada FGD belum adanya petunjuk pelaksanaan dan petunjuk teknis, serta dinilai belum siap dalam kemampuan memfasilitasi kedua program ini.

Keterbatasan penelitian ini adalah pada waktu dan keinginan mahasiswa untuk mengisi kuesioner. Saran untuk penelitian berikutnya adalah waktu yang lebih panjang dan untuk memastikan mahasiswa mengisi kuesioner, maka dengan bantuan Bidang Sistem Informasi dapat dilakukan *blocking* di mana jika mahasiswa tidak mengisi kuesioner maka tidak bisa melanjutkan penggunaan Siakad maupun Edlink.

SARAN

Sesuai dengan teori Kotler & Keller (2016) dan hasil penelitian Rehman, et al. (2015), untuk mencapai komunikasi yang efektif perlu pemahaman individu yang menjadi target audiens, pesan yang sesuai, dan saluran media yang cocok untuk menjangkau target audiens (mahasiswa). Saluran komunikasi pertama yaitu secara personal di mana melalui dua orang atau lebih yang berkomunikasi secara langsung satu dengan lainnya termasuk tatap muka, lewat telepon, melalui surat atau surat elektronik, atau bahkan melalui percakapan (*chat*) di internet (Kotler & Armstrong, 2018). Untuk mengakomodir saluran ini maka perlu dilakukan adanya sesi tatap muka antara mahasiswa dengan Pembimbing Akademik atau Koordinator MBKM agar dapat melakukan tanya jawab secara langsung. Percakapan juga dapat dilakukan melalui *chat* atau pesan instant melalui fasilitas chat on yang bisa ditambahkan di website Universitas Sahid agar informasi yang didapat terpusat.

Saluran komunikasi kedua adalah saluran non personal di mana terdapat media yang membawa pesan tersebut tanpa kontak personal atau umpan balik, termasuk media besar (cetak, siaran, *display*, dan online), atmosfer, dan kegiatan (*event*). Untuk saluran ini, Universitas Sahid dan Prodi Manajemen dapat menyamakan dengan Ditjen Dikti yang cukup sering menyelenggarakan kegiatan (*event*) seperti webinar untuk sosialisasi maupun testimoni atas keberhasilan program MBKM. Kegiatan ini dapat dilakukan pada awal semester (seperti Orientasi Mahasiswa Baru/Osmaru) dan menjelang semester di mana program MBKM akan berjalan. Bentuk komunikasi yang cocok lagi dengan mahasiswa saat ini adalah melalui perangkat *mobile*, atau dalam pemasaran disebut *mobile marketing*.

Studi Rehman et al. (2015) menyatakan bahwa komunikasi melalui perangkat *mobile* seperti telepon pintar (*smart phone*) lebih efektif dibandingkan dengan surat elektronik atau e-mail. Telepon pintar selalu berada dalam genggaman, dengan adanya aplikasi khusus MBKM yang diunduh pada telepon pintar, maka tidak akan ada nada notifikasi informasi yang tertinggal untuk dibaca oleh mahasiswa. Jika komunikasi berjalan baik dan efektif maka akan ada *attention* (perhatian) pada program ini, lalu *interest* (tertarik) untuk mempelajari panduan dan pedoman, yang kemudian mengarah pada *desire* (keinginan) untuk *action* (menjalankan) salah satu dari delapan kegiatan MBKM. Setelah melakukan kegiatan MBKM, mahasiswa juga dapat merekomendasikan program ini ke kolega/saudara melalui aplikasi dan media sosial yang dimiliki Universitas Sahid dan Fakultas Ekonomi dan Bisnis.

Saran untuk Magang berdasarkan FGD berkaitan dengan perusahaan/industri mitra. Universitas dan Prodi perlu melakukan pendekatan yang lebih sesuai melalui Asosiasi dan dengan *Human Research Management Association* (HRMA) dibandingkan dengan pendekatan ke masing-masing perusahaan/industri. Magang industri ini juga harus dilakukan dengan komunikasi personal, di mana saat peninjauan harus diberikan informasi terkait capaian pembelajaran sesuai kurikulum yang berlaku. Kesepakatan tersebut baru kemudian diperkuat dengan MoU di mana pada setiap MoU harus sesuai dengan CPL. Program MBKM selanjutnya, yang juga sudah ada di Prodi Manajemen dan sesuai dengan pencapaian visi USAHID adalah Kewirausahaan. Program ini walaupun tidak menjadi pilihan mahasiswa, akan tetap dijalankan. Mengikuti teori Wiley et al. (2016) bahwa *entrepreneurial mindset* atau pola pikir kewirausahaan merupakan suatu kemampuan untuk secara cepat merasakan, mengambil tindakan, dan mengatur di bawah kondisi yang tidak pasti. Mahasiswa diharapkan memiliki modal tambahan untuk bertahan (*survive*) pada kondisi apapun.

UCAPAN TERIMA KASIH

Tim peneliti mengucapkan terima kasih kepada Kemenristek Dikti atas Bantuan Pendanaan Program Penelitian Kebijakan Merdeka Belajar - Kampus Merdeka dan Pengabdian Masyarakat Berbasis Hasil Penelitian dan Purwarupa Perguruan Tinggi Swasta tanggal 12 Desember 2021 Nomor : 467/PPK/Kerma/PKS/2021.

DAFTAR PUSTAKA

- Bhansing, P. V., Hitters, E. & Wijngaarden, Y. (2018). Passion Inspires: Motivations of Creative Entrepreneurs in Creative Business Centres in the Netherlands. *Journal of Entrepreneurship*, 27(1), 1–24.
- Kotler & Keller. (2016). *Marketing Management, 15th edition*. Pearson.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing, Seventeenth Edition*. Pearson.
- Rehman, F., Hyder, S. & Ali, S. (2015). A Qualitative Approach to Analyze Marketing Communication Based on AIDA Model. *Information Management and Business Review*. 7(5), 44–54.
- Ruslan, S., Mohamad, S. F., Juhari, N. H., & Karim, M. S. A. (2021). Internship Satisfaction Determinants Among Undergraduates in the Service Industry. *International Journal of Human Resource Studies*, 11(1), 70.
- Thill, J. V. & Bovee, C. L. (2017). *Excellence in Business Communication*. Pearson.
- Wiley, et al. (2016). *Entrepreneurship The Practice and Mindset* by Heidi M. Neck Christopher P. Nebck Emma L. Murray. Sage Publishing.
- https://www.bappenas.go.id/files/9215/0397/6050/Siaran_Pers_-_Peer_Learning_and_Knowledge_Sharing_Workshop.pdf > diunduh pada 19 Desember 2021.
- <https://kampusmerdeka.kemdikbud.go.id/> > diunduh pada 13 Desember 2021
- <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/internship> > diunduh pada 20 Desember 2021.