

Implementasi Pembelajaran *Entrepreneurship* Mahasiswa Berbasis *The 5E Learning Cycle Model*

Denny Bernardus

Universitas Ciputra, UC Town, CitraLand Surabaya 60219;

E-mail: denny@ciputra.com

Abstract: *The 5E Learning Cycle Model is a method of project based learning. This means that students are not only given the theory but also the experience of implementing each stage of the 5E Learning Cycle Model. The model is based on cycle that includes: (1) engagement, (2) exploration, (3) identification, (4) ideation, (5) visualization and evaluation, and (6) execution and monitoring. Through this learning method successfully born the “startup” retail business of students. The “startup” retail business separates in commercial locations such as mall and food court. The “startup” retail business providing hands-on experience on how the process of setting up a retail business. Furthermore, knowledge and managerial skills of sales and marketing, operations, finance, and human resources were also transferred to the students successfully.*

Keywords: *The 5E Learning Cycle Model, entrepreneurship learning*

Abstrak: *The 5E Learning Cycle Model merupakan metode pembelajaran berbasis proyek. Artinya bahwa mahasiswa tidak hanya diberikan teori tetapi juga pengalaman menerapkan setiap tahap dari The 5E Learning Cycle Model berbasis siklus yang mencakup: (1) engagement; (2) exploration; (3) identification; (4) ideation; (5) visualization and evaluation; dan (6) execution and monitoring. Melalui metode pembelajaran ini berhasil dilahirkan “startup” bisnis ritel dari mahasiswa di tempat-tempat komersial yang ditunjuk (mal dan food court). Adanya “startup” bisnis ritel bermanfaat memberikan pengalaman hands-on mengenai bagaimana proses mendirikan bisnis ritel. Selanjutnya, pengetahuan dan berbagai keterampilan manajemen penjualan dan pemasaran, operasional, keuangan dan sumber daya manusia juga berhasil ditransfer kepada mahasiswa.*

Kata-kata kunci: *The 5E Learning Cycle Model, pembelajaran entrepreneurship*

Dalam kaitannya dengan peningkatan nilai tambah di sejumlah sektor terjadi perubahan terhadap kebutuhan akan kemampuan dan keterampilan *entrepreneurship* (Kickul & Fayolle, 2007: 1). Implikasi dari pernyataan Kickul dan Fayolle (2007) bahwa pembelajaran *entrepreneurship* merupakan sesuatu yang penting. Kickul dan Fayolle (2007: 2) menyoroti pentingnya pembelajaran *entrepreneurship* sebagai berikut.

Due to the changing economic landscape, entrepreneurship educators need to be more flexible and demonstrate a willingness to alter their plans in order to meet the diverse and growing needs of our students. In many cases, educators need to assist future entrepreneurs in the learning process by making them recognize multiple opportunities for learning and develop the necessary skills and abilities to become more effective at self-direction. The way in which entrepreneurship educators’ design their curriculums can be based on many of the same elements found within learning organizations.

Versi awal artikel ini adalah *Best Practice Paper* berjudul “*Sharing Experiences: Entrepreneurship 3 (Retail Business) Ciputra University*” (tidak diterbitkan).

Dalam kaitan dengan itu, Universitas Ciputra (UC) memilih untuk menerapkan konsep *design thinking* untuk membantu mahasiswa untuk menghasilkan model bisnis mereka. Filosofi di balik gagasan ini adalah bahwa pendidikan *entrepreneurship* mendorong siswa untuk menciptakan nilai melalui kreativitas dan inovasi. Ini adalah keyakinan UC bahwa pendidikan *entrepreneurship* adalah beragam dan lintas-disiplin. Pendidikan *entrepreneurship* di UC dirancang untuk memberikan pengalaman belajar bagi semua mahasiswa untuk membuat usaha yang memberikan nilai tambah melalui inovasi.

UC sebagai *Entrepreneurship University* yang "*Creating the World-Class Entrepreneur*", merancang mata kuliah *entrepreneurship* dengan model pembelajaran yang unik. Mengacu pada kebijakan yayasan, tim kurikulum, dan rapim Universitas Ciputra, mata kuliah *entrepreneurship* yang dimaksud diuraikan sebagaimana dua alinea berikut ini.

UC menyelenggarakan mata kuliah wajib universitas secara berjenjang mulai dari *Entrepreneurship 1* (E1) hingga *Entrepreneurship 5* (E5). Topik mata kuliah *entrepreneurship* adalah: (1) *personal selling/branding* untuk E1; (2) *digital marketing* untuk E2; (3) *retailing* untuk E3; (4) *innovation/venture creation (family business/social entrepreneurship)*

untuk E4; dan (5) *international business (export-import)* untuk E5. Mata kuliah E1 hingga E5 ditawarkan setiap semester, dan dibagi-bagi ke dalam sejumlah kelas (*offering*) sesuai jenjangnya. Setiap kelas difasilitasi oleh dua fasilitator/dosen yang berlain-lainan, dirancang untuk 16 kali pertemuan, dan berisi sekitar 40 mahasiswa lintas fakultas. Setiap mahasiswa wajib menempuh E1 hingga E5 secara berjenjang. Jadwal kuliah E1 hingga E5 adalah hari Rabu, tidak ada mata kuliah lain selain E1 hingga E5 yang dijadwal pada hari Rabu. Oleh karena itu, mata kuliah E1 hingga E5 disebut "*Reboan*".

Skenario umum mata kuliah "*Reboan*" terdiri atas: (1) aktivitas fasilitator; dan (2) aktivitas fasilitator bersama mahasiswa. Dalam aktivitas fasilitator, semua fasilitator menerima arahan umum dari tim kurikulum universitas. Fasilitator juga menerima: (1) arahan berkaitan dengan metode dan substansi pembelajaran; (2) umpan balik dan berbagi pengalaman dari kuliah "*Reboan*" sebelumnya; dan (3) pengalaman bisnis dari *entrepreneur in residence*. Aktivitas fasilitator bersama mahasiswa terdiri atas tiga skenario disesuaikan dengan kebutuhan, yakni: (1) skenario 1, aktivitas auditorium dilanjutkan aktivitas kelas; (2) aktivitas kelas; dan (3) aktivitas kelas dilanjutkan aktivitas kunjungan proyek. Secara grafis, skenario umum mata kuliah "*Reboan*" dinyatakan pada Gambar 1.

Aktivitas Fasilitator (pk. 9.30 s.d. 12.00)	Aktivitas Fasilitator bersama Mahasiswa (pk. 13.20 s.d. 16.30)		
Rapat mingguan, diikuti oleh: <ul style="list-style-type: none"> • Tim kurikulum universitas • Dewan dosen universitas • <i>Entrepreneur in residence</i> 	Skenario 1	Skenario 2	Skenario 3
	Sesi #1 Kelas auditorium, diikuti oleh: <ul style="list-style-type: none"> • Narasumber • Fasilitator • Mahasiswa 	Aktivitas kelas, diikuti oleh: <ul style="list-style-type: none"> • Fasilitator • Mahasiswa 	Sesi #1 Aktivitas kelas, diikuti oleh: <ul style="list-style-type: none"> • Fasilitator • Mahasiswa
	Sesi #2 Aktivitas kelas, diikuti oleh: <ul style="list-style-type: none"> • Fasilitator • Mahasiswa 		Sesi #2 Aktivitas kunjungan proyek

Gambar 1 Skenario Umum Mata Kuliah "*Reboan*" Universitas Ciputra

Sumber: Disusun berdasarkan kebijakan tim kurikulum dan rapim UC.

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan implementasi pembelajaran mata kuliah *entrepreneurship*, yakni E3 yang bertema *retailing*. Tujuan pembelajaran E3 adalah mahasiswa diharapkan dapat memahami: (1) *the market needs*; (2) *the significance to work in a team to achieve the common goals*; (3) *the significance of the location of the business*; (4) *the role of creativity and product- and business model innovation*; (5) *how to manage people*; (6) *the essence of persistence in achieving the goal*; dan (6) *the proper business practices*. Pembelajaran E3 dirancang berdasarkan *The 5E Learning Cycle Model* dari Bybee (2009).

The 5E Learning Cycle Model mendasarkan dirinya atas lima tahap berbasis siklus sebagaimana dikemukakan oleh Bybee (2009: 5-8) sebagai berikut.

- **Engagement** *The engagement activity introduces a new problem that students have to solve. Asking a question, defining a problem, and acting out a problematic situation are all ways to engage the students and focus them on the instructional activities. The role of the teacher is to present a situation and identify the instructional task and learning.*
- **Exploration.** *Once activities have engaged students, they need time to explore their ideas and skills. Exploration activities are designed so that all students have common, concrete experiences upon which they continue building knowledge and skills.*
- **Explanation.** *Explanation means the act or process in which concepts, processes, or skills become plain, comprehensible, and clear.*
- **Elaboration.** *Once the students have an explanation, it is important to involve them in further experiences that apply, extend, or elaborate the concepts or skills. Elaboration activities provide further time and experiences that*

contribute to learning.

- **Evaluation.** *In this phase students receive feedback on the adequacy of their explanations and abilities. Informal evaluation can occur from the beginning of the instructional sequence. The teacher can complete a formal evaluation after the elaboration phase. As a practical educational matter, science teachers must assess educational outcomes. This is the phase in which teachers administer tests to determine each student's level of understanding and, in the context of this paper, their skills and abilities. This also is the important opportunity for students to use the skills they have acquired and evaluate their understanding and communicate their solutions.*

Dalam penelitian ini dilakukan modifikasi terhadap *The 5E Learning Cycle Model*. Tahap *explanation* diganti dengan *identification*; *elaboration* diganti dengan *ideation* (Brown, 2008: 88). Menurut Brown (2008: 88-89) *ideation* merupakan tahap kedua dari *design thinking* yang berbasis siklus (di samping *inspiration* sebagai tahap pertama dan *implementation* sebagai tahap ketiga). *Ideation* dijelaskan oleh Brown (2008: 88-89) sebagai “*for the process of generating, developing, and testing ideas that may lead to solutions*”. Hal ini sesuai dengan kebijakan tim kurikulum UC pada semester gasal 2011/2012 untuk memberikan nuansa *design thinking* dalam pembelajaran E3. Bersesuaian dengan *design thinking*, tahap *evaluation* dilengkapi dengan *visualization*, *execution*, dan *monitoring*. Dengan demikian, tahap pembelajaran E3 mencakup: (1) *engagement*; (2) *exploration*; (3) *identification*; (4) *ideation*; (5) *visualization and evaluation*; dan (6) *execution and monitoring*.

METODE

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi pada setiap tahap dari *The 5E Learning Cycle Model* yang terdiri atas : (1) *engagement*; (2) *exploration*; (3) *identification*; (4) *ideation*; (5) *visualization and evaluation*; dan (6) *execution and monitoring*. Mengacu pada Bogdan dan Biklen (1982) data penelitian ini bersifat deskriptif dan peneliti adalah instrumen kunci.

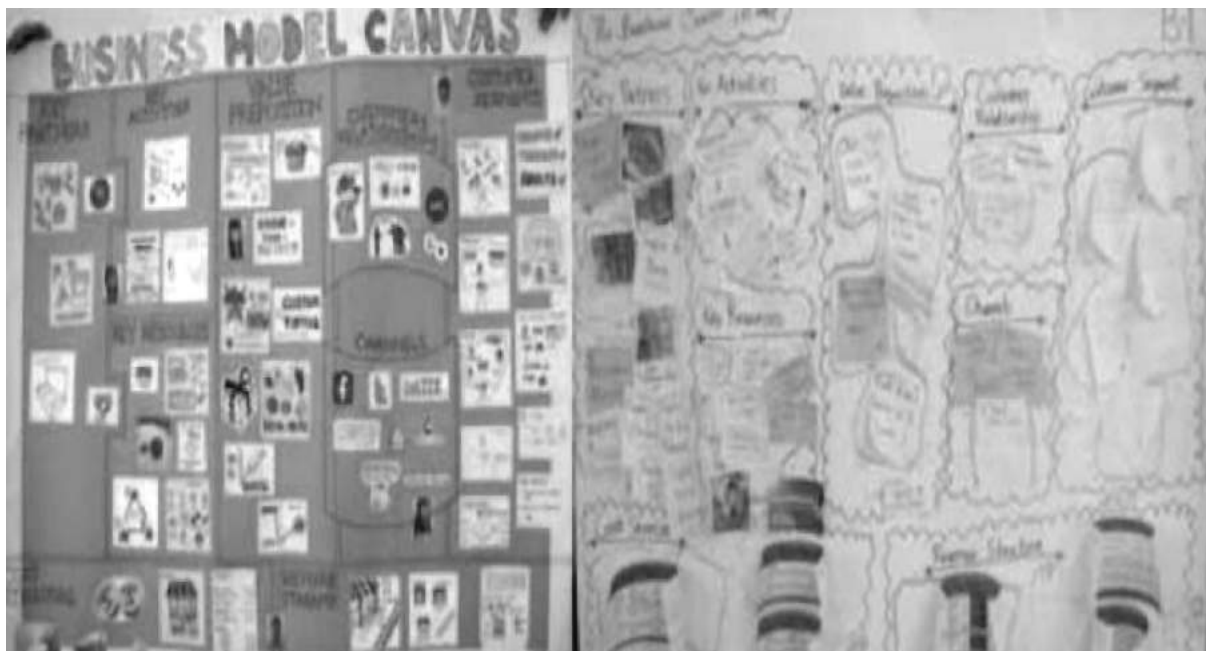
HASIL DAN PEMBAHASAN

Tahap *Engagement*

Setiap fasilitator memperkenalkan diri melalui presentasi CV mereka. Beberapa fasilitator memiliki kapasitas yang luar biasa dan berpengalaman untuk memimpin siswa mereka untuk menjadi juara pada mata kuliah E3 semester sebelumnya. Setelah itu, para siswa diberi kesempatan untuk menyampaikan harapan masing-masing. Selanjutnya, peta

jalan dari enam belas pertemuan dijelaskan dengan, dan dicanangkan komitmen yang tinggi antara siswa dan fasilitator. Berbagai rambu-rambu atau aturan dalam pembelajaran E3 dikomunikasikan secara jelas.

Untuk mempersiapkan perspektif bisnis yang komprehensif, siswa diminta untuk menuangkan ide-ide bisnis mereka dalam *Business Model Canvas*. Mereka diberi bimbingan untuk mengisi sembilan teka teki *Business Model Canvas* dan akhirnya disajikan dalam masing-masing kelompok. Para siswa diberi kesempatan untuk mengamati dan menilai kerja kelompok lain untuk meningkatkan perspektif masing-masing, sehingga setiap individu dalam kelompok bisa memberikan peran dalam kelompoknya. Gambar 2 menyajikan *Business Model Canvas* dari “*Tiny Bites*” dan “*Indobuanager*” menjual ide sederhana *cupcakes* tetapi dengan perspektif bisnis yang kompleks mulai dari analisis kebutuhan pasar termasuk aspek keuangan dan implikasinya.



Gambar 2 *Business Model Canvas* “*Tiny Bites*” dan “*Indobuanager*”

Tahap *Exploration*

Para siswa diberi tugas untuk mengeksplorasi lokasi potensial untuk bisnis ritel mereka. Mahasiswa diberikan tugas mandiri untuk melakukan eksplorasi dengan membuat catatan, foto dalam tiga kriteria eksplorasi (*immerse, observe, dan engage*) terhadap lokasi atau tempat bisnis retailnya akan dibuka. Hasilnya kemudian didiskusikan di kelas. Eksplorasi

“*Tiny Bites*” pada berbagai alternative lokasi dinyatakan pada Gambar 3.

Dari hasil diskusi di kelas diambil keputusan sementara untuk kemudian dilakukan eksplorasi bersama-sama fasilitator dan mahasiswa lebih dalam lagi. Di lokasi ditemukan banyak hal-hal tak terduga, bahkan berapa kasus usulan lokasi bisnis diputuskan secara bersama-sama untuk dipindahkan.



Gambar 3 Eksplorasi “*Tiny Bites*” pada Berbagai Alternatif Lokasi

Tahap *Identification*

Dari catatan-catatan dan foto-foto, eksplorasi lapangan *immerse-observe-engage* kemudian didiskusikan di secara terstruktur pada dua putaran di dalam kelas. Putaran pertama melalui *Empaty Map: Say-Do-Think-Feel* seperti yang digambarkan dalam Gambar 4. *Empathy Map* yang dimaksud sebagai berikut.

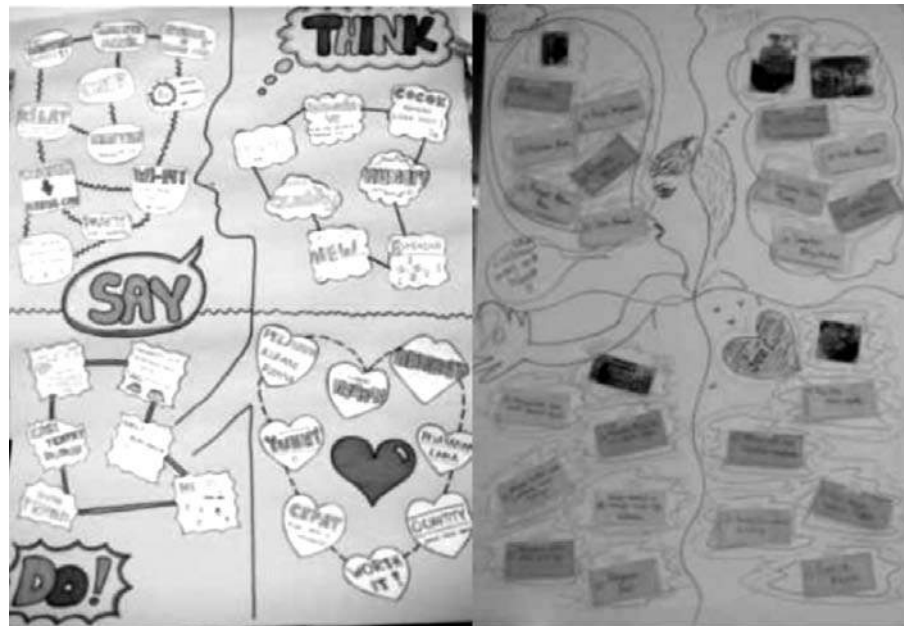
Say: apa yang dikatakan oleh calon pelanggan saat wawancara;

Do: apa yang dilakukan oleh calon pelanggan dalam pengamatan;

Think, apa yang dapat diduga dari pikiran calon pelanggan saat mereka berkata dan melakukan sesuatu;

Feel, apa yang mungkin dirasakan calon pelanggan pada saat itu.

Dari banyak temuan yang masuk, kelompok mendiskusikan dan mengidentifikasi prioritas dua hingga tiga masalah mana yang merupakan prioritas perhatian dengan mempertimbangkan kemungkinan solusi yang aplikatif, berprospek dan memiliki dampak besar.



Gambar 4 Empathy Map dari “Tiny Bites” dan “Indobuangef”

Setelah menetapkan dua hingga tiga masalah yang diprioritaskan, maka kelompok masuk pada putaran kedua untuk melakukan identifikasi secara detail dan mendalam terhadap calon pelanggan melalui Tabel *User-Need-Insight* sebagaimana tampak pada Gambar 5. Tabel *User-Need-Insight* sebagai berikut.

User, diskripsi spesifik tentang calon pelanggan

Need, hal yang dibutuhkan calon pelanggan
Insight, alasan mendasar yang melatarbelakangi kebutuhan tersebut.

Pada Gambar 5, *User, Need, Insight* dari “*Tiny Bites*” berkesimpulan bahwa kelompok “*Tiny Bites*” menetapkan figur remaja dan anak sekolah sebagai profil utama mereka dan profil keluarga sebagai prioritas target konsumen yang kedua.



Gambar 5 User-Need-Insight dari “Tiny Bites” dan Profil Konsumen

Tahap *Ideation*

Tahap ini merupakan tahap yang memberikan kebebasan berpikir bagi anggota kelompok untuk menghasilkan solusi-solusi kreatif. Proses *brainstorming* dilakukan dalam kerangka empat pertanyaan sebagaimana tampak pada Gambar 6. Empat pertanyaan dimaksud sebagai berikut.

How might we, pertanyaan ini dihasilkan dari Insight pelanggan, bagaimana memperbaiki pengalaman pelanggan dalam problem yang mereka hadapi.

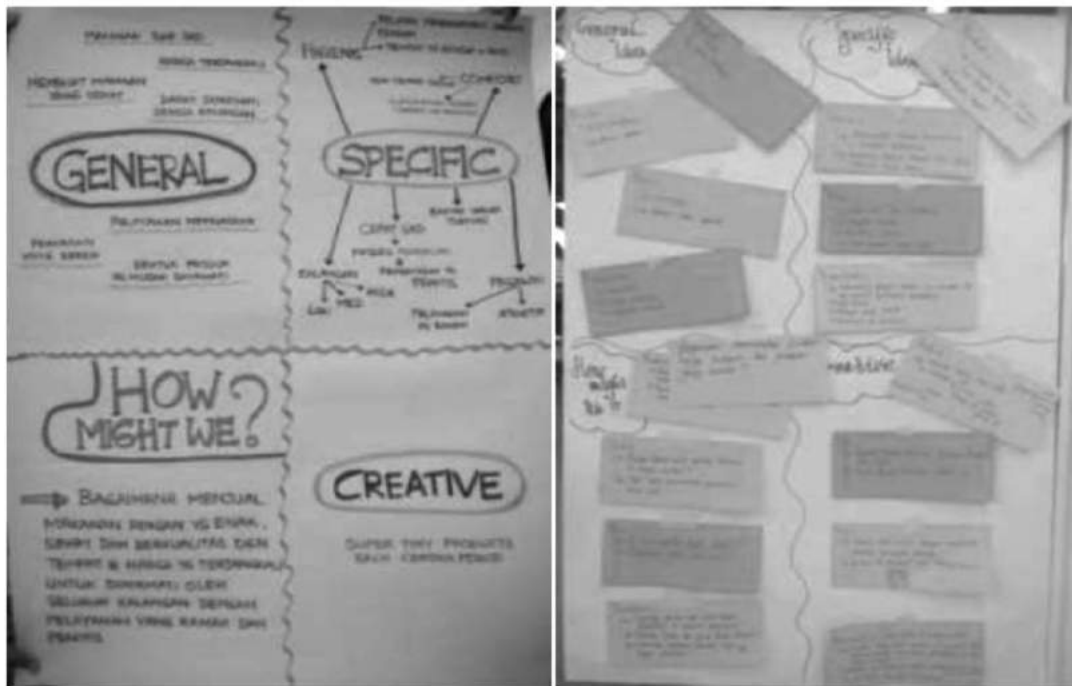
General, kumpulan ide-ide yang sudah

banyak dikerjakan oleh bisnis sejenis.

Spesifik, merupakan ide-ide spesifik bagi solusi problem pasar. Ide-ide ini dapat merupakan pengembangan dari ide-ide general yang sudah ada.

Kreatif, merupakan ide-ide solutif yang berkarakteristik baru, lain, unik, dan eksklusif.

Melalui proses *brainstorming* ini dapat diperoleh sebuah solusi kreatif dari masalah yang dihadapi calon pelanggan di pasar yang telah diidentifikasi oleh kelompok dalam tahap *identification*.



Gambar 6 *Brainstorming* dari “*Tiny Bites*” dan “*Indobuangef*”

Tahap *Visualization and Evaluation*

Kelompok mahasiswa membuat Prototipe *Low Resolution* atas usulan kreatifnya pada tahapan *ideation*. Dalam kesempatan ini mahasiswa mendapat pengalaman merealisasikan ide-ide kreatif mereka. Dalam tahap ini ditemukan celah-celah yang merupakan kendala aplikasi dari ide kreatif dan kemungkinan pengembangan ide kreatif yang sudah dimiliki. Kegiatan ini dapat

dilihat dalam Gambar 7 (bagian atas).

Setelah mengalami refleksi atas proses Prototipe *Low Resolution*, maka mahasiswa pada kesempatan minggu berikutnya diminta untuk mempersiapkan Prototipe *High Resolution* dan mengundang evaluator dari pasar. Para evaluator dapat mengkritisi prototipe tersebut sehingga mahasiswa mendapat banyak masukan. Kegiatan ini dapat dilihat dalam Gambar 7 (bagian bawah).



Gambar 7 Prototipe *Low and High Resolution* dari “*Tiny Bites*” dan “*Indobuangel*”

Tahap *Execution and Monitoring*

Dari seluruh proses pembelajaran E3, maka sesi eksekusi lapangan ini yang membutuhkan energi terbesar. Mahasiswa dituntut untuk mengeluarkan segala kemampuannya untuk dapat mengelola bisnis retailnya, kerjasama antar anggota dalam kelompok menjadi sangat krusial. Konflik-konflik dalam dunia bisnis terjadi dalam sesi ini,. Misalnya pertentangan anggota, kesulitan meningkatkan omzet, dan masalah mengelola tenaga kerja. Kegiatan eksekusi lapangan ini dapat dilihat dalam Gambar 8.

Selama proses eksekusi lapangan, perte-

muan kelas hari Rabu tetap diselenggarakan dengan kegiatan kelas monitoring, diskusi terbatas menyelesaikan masalah-masalah kelompok, dan kunjungan-kunjungan ke lapangan. Dalam sesi monitoring yang dibagi dalam 3 sub kelas atau kelompok diskusi, yaitu (1) *General Manager and Operation Manager*; (2) *Financial Manager*; dan (3) *Marketing and Sales Manager*. Dalam diskusi-diskusi sub kelas ini masing-masing kelompok dapat belajar dari keberhasilan dan kegagalan kelompok lainnya. Secara tidak langsung masing-masing kelompok juga melakukan kompetisi secara sehat.



Gambar 8 *Biz in Action* dari “*Tiny Bites*” dan “*Indobuanget*”

KESIMPULAN

The 5E Learning Cycle Model merupakan metode pembelajaran berbasis proyek. Artinya bahwa mahasiswa tidak hanya diberikan teori tetapi juga pengalaman menerapkan setiap tahap dari *The 5E Learning Cycle Model* berbasis siklus yang mencakup: (1) *engagement*; (2) *exploration*; (3) *identification*; (4) *ideation*; (5) *visualization and evaluation*; dan (6) *execution and monitoring*. Melalui metode pembelajaran ini berhasil dilahirkan “*startup*” bisnis ritel dari mahasiswa di tempat-tempat komersial yang ditunjuk (mal dan *food court*). Adanya “*startup*” bisnis ritel bermanfaat memberikan pengalaman *hands-on* mengenai bagaimana proses mendirikan bisnis ritel. Selanjutnya, pengetahuan

dan berbagai keterampilan manajemen penjualan dan pemasaran, operasional, keuangan dan sumber daya manusia juga berhasil ditransfer kepada mahasiswa.

DAFTAR RUJUKAN

- Bogdan, R.C. & Biklen, S.K. 1982. *Qualitative Research for Education: an Introduction to Theory and Method*. Boston: Allyn and Bacon, Inc.
- Brown, T. 2008. Design Thinking. *Harvard Business Review*, 86 (6): 84-92.
- Bybee, R.W. 2009. The BSCS 5E Instructional Model and 21st Century Skills. *A Commissioned Paper Prepared for a Workshop on Exploring the Intersection of*

Science Education and the Development of 21st Century Skills. (Online), (http://www7.nationalacademies.org/bose/Bybee_21st%20Century_Paper.pdf), diakses 7 Februari 2012.

Kickul, J. & Fayolle, A. 2007. Cornerstones of Change: Revisiting and Challenging New Perspectives on Research in Entrepreneurship Education. In Alain Fayolle (Ed.), *Handbook of Research in Entrepreneurship Education, Volume 1* (pp. 1-17). Cheltenham, UK: Edward Elgar.

JURNAL *ENTREPRENEUR* dan *ENTREPRENEURSHIP*

Volume 1, Nomor 1, September 2012

- Distance Entrepreneurship Education as an Essential Strategy to Empower Indonesian Migrant Workers
- Implementasi Pembelajaran Entrepreneurship Mahasiswa Berbasis *The 5E Learning Cycle Model*
- Inspiring Wednesday, Ciputra University Best Practice in Shaping Entrepreneurs in Higher Education
- Pengaruh Pelatihan Cashflow 101 Terhadap Pola Pikir *Entrepreneurship* Mahasiswa
- Pendidikan *Funecopreneur* di Sekolah Menengah Atas
- Social *Entrepreneurship* Makanan Ringan Berbahan Baku Hasil Bumi Lokal

