Jurnal Samudra Ekonomi & Bisnis
Volume 16, Nomor 1, Januari 2025
P-ISSN 2089-1989
E-ISSN 2614-1523
Terakreditasi (SK No. 225/E/KPT/2022)

Peran *Entrepreneur University* dalam Mendongkrak UMKM Kabupaten Magetan melalui Generasi Z

The Role of Entrepreneur University in Boosting MSMEs of Magetan Regency through Generation Z

Ahadiati Rohmatiah[1*)], Mutmainah Mutmainah[1)], Arini Wildaniyati[2)]
[1)]Program Studi Manajemen, Universitas Merdeka Madiun, Indonesia
[2)]Program Studi Akuntansi, Universitas Merdeka Madiun, Indonesia
**e-mail korespondensi: ahadiati@unmer-madiun.ac.id*

Info Artikel

Riwayat Artikel :
Diterima: 03 September 2024
Disetujui: 30 Januari 2025
Dipublikasikan: Januari 2025

Nomor DOI :
10.33059/jseb.v16i1.10803

Cara Mensitasi :
Rohmatiah, A., Mutmainah, M., & Wildaniyati, A. (2025). Peran *entrepreneur university* dalam mendongkrak UMKM Kabupaten Magetan melalui Generasi Z. *Jurnal Samudra Ekonomi dan Bisnis*, *16*(1), 95-105. DOI: 10.33059/jseb.v16i1.10803.

Abstrak

UMKM perlu hidup berdampingan dengan perguruan tinggi agar dapat menghadapi persaingan bisnis berbasis digital yang semakin ketat ini. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peran *entrepreneur university* dalam pengembangan UMKM di Kabupaten Magetan melalui generasi Z. Responden adalah para pengusaha UMKM. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan analisis deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perlunya peran *entrepreneur university* dalam pengembangan UMKM di Kabupaten Magetan. Peran itu dilakukan melalui generasi Z, yaitu mahasiswa. Melalui kemampuan teknologi generasi ini, UMKM bisa lebih berkembang dan berdaya saing. Kemampuan teknologi itu berupa pemberian pelatihan kepada UMKM dalam menjual produk secara *online*, baik melalui media sosial maupun platform *e-commerce* atau *marketplace*. Perlu adanya komunikasi antara perguruan tinggi dan UMKM agar mengetahui program-program terkait UMKM.

Kata Kunci: *Entrepreneur University*, Generasi Z, UMKM.

Article Info

Article History :
Received: 03 September 2024
Accepted: 30 January 2025
Published: January 2025

DOI Number :
10.33059/jseb.v16i1.10803

How to Cite :
Rohmatiah, A., Mutmainah, M., & Wildaniyati, A. (2025). Peran *entrepreneur university* dalam mendongkrak UMKM Kabupaten Magetan melalui Generasi Z. *Jurnal Samudra Ekonomi dan Bisnis*, *16*(1), 95-105. DOI: 10.33059/jseb.v16i1.10803.

Abstract

MSMEs need to coexist with higher education institutions in order to face the increasingly fierce competition in the digital-based business landscape. This research aims to understand the role of entrepreneur university in the development of MSMEs in Magetan Regency through Generation Z. The respondents are MSME entrepreneurs. This research uses a qualitative method with descriptive analysis. The research findings indicate the necessity of the role of entrepreneurial universities in the development of MSMEs in Magetan Regency. The role is carried out through students as generation Z. Through their capabilities, MSMEs can grow and more competitive. The capability of this technology involves providing training to MSMEs on how to sell products online, both through social media and e-commerce platforms or marketplaces. There needs to be communication between higher education institutions and MSMEs to be aware of programs related to MSME.

Keywords: *Entrepreneur University, Generation Z, MSMEs*.

2614-1523/©2025 The Authors. Published by Fakultas Ekonomi Universitas Samudra.
This is an open access article under the CC BY-SA license (https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/).

P-ISSN 2089-1989
E-ISSN 2614-1523
Terakreditasi (SK No. 225/E/KPT/2022)

PENDAHULUAN

Ekonomi Indonesia mengalami pertumbuhan sebesar 4,5-5,3 persen pada triwulan II tahun 2023 (Haryono, 2023). Kondisi ini dialami setelah Indonesia bahkan negara di seluruh dunia mengalami keterpurukan ekonomi secara global disebabkan adanya pandemi Covid-19 bahkan mengalami *supply shock* dan *demand shock* (Hayati, 2022). Peningkatan ekonomi ini disebabkan konsumsi rumah tangga yang semakin meningkat, membaiknya ekspektasi pendapatan, terkendalinya inflasi, dan pemberian gaji ke-13 pada ASN, serta kebijakan-kebijakan pemerintah. Pertumbuhan ini memberikan angin segar pada pemerintah dan masyarakat. Pemerintah dapat melanjutkan pembangunan infrastruktur yang dapat mempermudah akses jalur perluasan perdagangan antar wilayah, serta mempermudah wisatawan dalam melakukan kunjungan ke setiap wilayah yang ada di Indonesia sehingga dapat kembali lebih meningkatkan perekonomian masyarakat. Selain itu, Indonesia harus mengupayakan nilai ekspor barang dagangan naik. Berdasarkan Badan Pusat Statistik (2023), nilai eskpor pada tahun 2023 sampai awal 2024 masih naik turun. Hal ini tentunya perlu merumuskan strategi, khususnya produk UMKM, agar nilai ekspor lebih besar.

Salah satu bentuk nyata perekonomian Indonesia bertumbuh adalah adanya tren positif dari UMKM (usaha mikro, kecil, dan menengah) (Cantika, 2023). Artinya bahwa UMKM terus bertambah setiap tahunnya dan menandakan Indonesia semakin banyak melahirkan pengusaha-pengusaha *(entrepreneurs)* yang dapat menciptakan lapangan pekerjaan dan mengurangi tingkat pengangguran. Kontribusinya pada PDB nasional sebesar 60,5 persen menjadikan industri kecil ini sangat potensial untuk terus didukung dan dikembangkan, seperti UMKM yang ada di wilayah Kabupaten Magetan setiap tahun mengalami kenaikan secara signifikan. Berdasarkan Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia (2024), pada tahun 2020 jumlah UMKM Kabupaten Magetan sebanyak 154.721 pengusaha, lalu pada tahun 2021 jumlah tersebut meningkat menjadi 155.000 pengusaha. Dalam satu tahun, jumlah pengusaha meningkat sebesar 279 pelaku. Pada tahun 2022 sampai dengan tahun 2023 (Oktober) jumlah pengusaha semakin meningkat menjadi 155.371 pengusaha. Dari tahun 2021 sampai dengan tahun 2023 jumlah *entrepreneur* meningkat sebesar 371 *entrepreneur*. Hal ini menunjukkan bahwa potensi masyarakat untuk berwirausaha dan peluang pemerintah menuju Indonesia Maju 2045 semakin tinggi.

Bentuk dukungan pemerintah terhadap UMKM seperti memberikan Kredit Usaha Rakyat (KUR) atau non perbankan. Selain itu, pemerintah melalui dua pendekatan utama, yaitu penguatan ekosistem UMKM dan penguatan ekosistem *e-commerce* (Viska, 2022). Penguatan ekosistem ini salah satunya diterapkan di lingkungan Kementrian Pendidikan dan Kebudayaan seperti di tingkat perguruan tinggi melalui program Merdeka Belajar Kampus Merdeka dengan ekosistem kewirausahaan. Perguruan tinggi sebagai *entrepreneur university* dapat memberikan dukungan pada UMKM melalui kegiatan-kegiatan yang dapat mendongkrak pertumbuhan UMKM. Salah satunya melalui proses pembelajaran, praktik kerja lapangan, penelitian, dan pengabdian kepada masyarakat melalui mahasiswa sebagai generasi Z (Gen Z). Dukungan pemerintah sangat penting bagi pelaku UMKM dalam mengembangkan usahanya dan menghadapi tantangan-tantangan bisnis lainnya. Seperti hasil penelitian Warsiyah *et al*. (2024) yang menunjukkan bahwa kebijakan pemerintah dalam mendukung UMKM berpengaruh positif dalam mendorong pertumbuhannya, dalam arti semakin baik kebijakan pemerintah bagi UMKM maka UMKM semakin berkembang dan mengglobal.

Faktor penyebab ekonomi tumbuh selain yang telah diuraikan tersebut yaitu adanya percepatan digitalisasi (Falah & Syafri, 2023). Adanya digitalisasi mempermudah masyarakat dalam berkegiatan ekonomi seperti melakukan pembelian, penjualan, dan pemasaran secara *online*. Akan tetapi, sumber

P-ISSN 2089-1989
E-ISSN 2614-1523
Terakreditasi (SK No. 225/E/KPT/2022)

daya yang terbatas menyebabkan pengelolaan UMKM sangat minim. Hal ini berdampak pada kemampuan digitalisasi yang lemah. Berdasarkan temuan Rizaty (2022) serta Faujianto *et al*. (2023), sebanyak 32,44 persen dari 44 juta UMKM yang ada di Indonesia telah memasuki ekosistem digital, seperti penggunaan e-katalog, sistem pembayaran elektronik, dan lain sebagainya. Ini artinya masih kurang lebih dari separuh jumlah UMKM yang ada yang belum memasuki ekosistem digital. Melalui kemampuan digitalisasi generasi Z dapat menjadi salah satu solusi dalam permasalahan digitalisasi yang dihadapi UMKM tersebut. Kegiatan dalam pengabdian masyarakat yang dilakukan oleh Melati *et al*. (2022) melalui kegiatan KKN tematik sebagai contoh memberikan pendampingan tentang *digital branding*, dan pembuatan konten digital. Namun demikian, hasil studi Aryuniasari *et al*. (2023) menemukan tidak ada peran atau pendampingan dari akademisi dalam mengembangkan UMKM, dan perhatian pemerintah juga masih kurang. Kurangnya komunikasi antara pihak UMKM dan perguruan tinggi juga menjadi kendala bisa mengembangkan UMKM (Pereira & Franco, 2022).

Perguruan tinggi sebagai harapan bangsa dalam mencetak para wirausaha telah melaksanakan tanggung jawabnya melalui pendidikan kewirausahaan (Permana, 2017). *Entrepreneur university* tidak hanya berperan mencetak wirausaha yang dibutuhkan, tetapi dibutuhkan juga untuk mendidik mahasiswa (terutama generasi Z) dalam berwirausaha dan membangun ekosistem digitalisasi pada UMKM. Penduduk asli digital ini, atau disebut juga *iGeneration*, seharusnya dapat menghasilkan kontribusi positif pada UMKM terutama di wilayah Kabupaten Magetan. Peran generasi ini dalam menopang pembangunan ekonomi berbasis digital dinilai sangat krusial, keterampilan dan durasi penggunaan digital mereka yang banyak membuat mereka terampil dalam memanfaatkan produk digital (Ramdhani & Madani, 2023). Tetapi perannya tersebut masih dipertanyakan seiring UMKM yang masih banyak belum memasuki ekosistem digital secara maksimal. Melalui penelitian ini, harapannya dapat diketahui peranan *entrepreneur university* dalam perkembangan UMKM Kabupaten Magetan melalui generasi Z, sehingga dapat diketahui rencana tindakan-tindakan yang perlu dilakukan baik dari universitas maupun UMKM.

Menelisik perkembangan UMKM melalui peranan Gen Z sebagai akademisi merupakan kebaruan penelitian ini. Melalui unsur-unsur pengetahuan, kemampuan, dan keterampilan dalam menggunakan produk digital, generasi Z menjadi pusat perhatian dalam memanfaatkan digitalisasi yang dimiliki tersebut di lingkungan masyarakat. Belum banyak penelitian yang melakukan penelitian tentang *entrepreneur university* yang terfokus pada Gen Z dalam berkontribusi pada UMKM, sehingga hasil penelitian ini diharapkan dapat membawa manfaat bagi universitas dalam mendidik dan mengasah kemampuan mahasiswa sebagai generasi Z sesuai kebutuhan zaman dan lingkungan. Selain itu, penelitian ini dapat membawa manfaat untuk pelaku UMKM dalam mengembangkan bisnisnya bersama para akademisi.

TELAAH LITERATUR

Entrepreneur university merupakan sebuah institusi yang dirancang untuk memberdayakan staf dan mahasiswa untuk menunjukkan usaha, inovasi dan kreativitas dalam penelitian, pengajaran dan pencarian serta penggunaan pengetahuan lintas batas di lingkungan masyarakat (Gibb *et al*., 2013). Strategi *entrepreneur university* sesungguhnya adalah intensi-intensi kreatif-adaptif dari pimpinan perguruan tinggi dalam rangka melakukan perubahan-perubahan produktif dalam organisasinya (Zulfa, 2020). Dalam implementasinya, proses *entrepreneurial* meliputi hal-hal yang lebih dari sekedar melaksanakan kegiatan pemecahan masalah dalam sebuah posisi manajemen. Seorang *entrepreneur* perlu mencari, mengevaluasi serta mengembangkan peluang-peluang dengan jalan

P-ISSN 2089-1989
E-ISSN 2614-1523
Terakreditasi (SK No. 225/E/KPT/2022)

mengatasi sejumlah kekuatan yang menghalangi penciptaan sesuatu hal yang baru. Hal ini diimplementasikan pada mahasiswa agar dapat menjadi agen perubahan dalam meningkatkan perekonomian.

Terdapat beberapa kriteria dari *entrepreneur university* (Zulfa, 2020). Kriteria pertama yaiut adanya ikatan yang kuat dengan pemangku kepentingan eksternal yang memberikan nilai tambah. Hubungan yang kuat antara perguruan tinggi dengan UMKM diwujudkan dengan adanya kerjasama melalui penerimaan mahasiswa untuk memberikan kontribusinya di lingkungan UMKM terutama berkaitan dengan teknologi, dan mengikutsertakan UMKM dalam setiap kegiatan perguruan tinggi yang relevan. Kriteria kedua adalah bahwa pengiriman hasil kewirausahaan yang berdampak pada orang dan organisasi. Adanya mahasiswa yang bekerjasama dengan UMKM dapat memberikan dampak yang positif pada pelaku UMKM, tenaga kerja, dan manajemennya. Kriteria ketiga yaitu adanya pendekatan multidisiplin untuk pendidikan yang meniru pengalaman dunia nyata dan fokus pada penyelesaian tantangan dunia yang kompleks. UMKM merupakan objek dunia kerja dan wirausaha yang nyata dengan berbagai macam permasalahan yang dihadapinya. Kerjasama dengan UMKM dapat memberikan tantangan baru bagi akademisi, terutama mahasiswa, dalam menghadapi masalah secara riil dengan pengetahuan-pengetahuan yang dimiliki akademisi atau mahasiswa.

Generasi Z biasanya disebut juga “Post Millenars”, “Facebook Generation”, “Digital Natives”, “Switchers”, “Dotcom Children”, “Netgeneration”, “iGeneration”, “C-Connection-Generation”, “D-Digital-Generation”, “R-Responsibility-Generation” (Csobanka, 2016). Generasi Z adalah generasi pertama yang sebenar-benarnya generasi internet atau dengan kata lain merupakan penduduk asli era digital *(digital native)* atau biasa disebut iGeneration (Najah, 2022). Generasi ini adalah generasi yang terlahir pada tahun 1996 hingga 2012. Beberapa karakteristik generasi Z adalah (Rini, 2016): (1) memahami dan mampu menggunakan pelbagai macam teknologi, dimana mahasiswa sebagai generasi Z mampu menggunakan berbagai jenis teknologi seperti media sosial yang bisa digunakan untuk media promosi; (2) senang bersosialisasi, dimana generasi ini senang bersosialisasi seperti bertemu dengan banyak orang dan berteman dengan banyak orang; (3) *multitasking*, dimana generasi ini dapat mengerjakan lebih dari satu pekerjaan di waktu yang sama; (4) memiliki ambisi besar untuk sukses. Generasi ini mempunyai keinginan kuat menjadi orang sukses; (5) cenderung praktis dan instan, dan generasi ini tidak menyukai hal-hal yang bersifat rumit sehingga generasi ini terkesan tidak sabar; (6) memiliki percaya diri yang tinggi, dimana generasi ini kepercayaan dirinya tinggi; (7) ingin mendapat pengakuan, digital dan teknologi informasi, dimana generasi ini lebih senang jika kemampuan digitalisasinya diakui dan dibutuhkan.

Wijaya (2023) menyebutkan beberapa karakteristik dari generasi Z. Pertama, penduduk asli digital dimana generasi ini tumbuh dengan teknologi canggih sejak usia dini. Adanya smartphone, tablet, dan internet membuat generasi ini terbiasa dengan teknologi tersebut, seperti menggunakan media sosial untuk promosi, generasi ini dapat mengoperasikannya dengan baik. Kedua, *multitasking* dimana generasi ini terbiasa dengan teknologi dan media sosial sehingga bisa *multitasking*. Generasi ini juga sering membagi perhatian pada beberapa bagian tugas, seperti mengerjakan tugas dengan mengobrol di media sosial. Ketiga, kreatif dan inovatif dimana generasi ini merupakan generasi yang kreatif. Dengan kreatifitas yang dimilikinya seringkali menciptakan sesuatu yang baru. Keempat, fleksibel dan mudah beradaptasi. Teknologi yang semakin canggih dan perkembangannya begitu cepat, membuat generasi ini lebih cepat beradaptasi dibanding generasi yang lainnya. Kelima, masyarakat dan kepedulian dimana generasi ini merupakan generasi yang sosial dan peduli terhadap isu-isu sosial. Generasi ini juga terbuka terhadap perbedaan dan mendukung keberagaman.

P-ISSN 2089-1989
E-ISSN 2614-1523
Terakreditasi (SK No. 225/E/KPT/2022)

Dalam melakukan pembelian, generasi ini lebih menggunakan *e-commerce* disebabkan mereka mempercayai pelayanannya, selain juga karena semua informasi tentang produk ataupun layanan mudah diakses, dan masyarakat dapat membandingkan harganya secara langsung (Vieira *et al*., 2020). Dengan demikian, mereka memfokuskan diri membantu UMKM dalam penggunaan teknologi agar lebih berkembang. Pada era revolusi industri 4.0, perusahaan mempunyai peluang untuk bertranformasi model bisnis dengan memanfaatkan teknologi digital, seperti social networks, transformasi bisnis berbasis digital, melibatkan perubahan dalam *core* bisnis, fokus pada produk dan proses, transformasi struktur organisasi untuk mendukung proses transformasi yang komplek (Anatan & Nur, 2022).

Perkembangan usaha merupakan suatu keadaan terjadinya peningkatan omzet penjualan (Siregar, 2018). UMKM yang mengalami perkembangan usaha memiliki omzet penjualan yang lebih tinggi dibanding sebelumnya. Kriteria usaha yang berkembang tidak hanya terletak pada nilai omzet yang meningkat, akan tetapi dapat dilihat dari sejumlah kriteria yang lain (Nurrohmah, 2015). Beberapa kriteria perkembangan usaha adalah: (1) omset penjualan dimana jumlah penghasilan atau laba yang diperoleh dari hasil menjual barang atau jasa dalam kurun waktu tertentu, yang dihitung berdasarkan jumlah uang yang diperoleh; (2) pertumbuhan tenaga kerja, dimana permintaan tenaga kerja berkaitan dengan jumlah tenaga kerja yang dibutuhkan oleh perusahaan atau instansi tertentu; (3) pertumbuhan pelanggan sebagai pengukuran perkembangan usaha, dimana semakin banyak jumlah pelanggan yang dimiliki industri/perusahaan, maka industri/perusahaan tersebut semakin berkembang. Banyaknya pelanggan menunjukkan minatnya pelanggan terhadap produk/layanan dari industri tersebut.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Penelitian kualitatif pendekatan studi kasus merupakan penelitian mengenai manusia (dapat suatu kelompok, organisasi maupun individu), peristiwa, latar secara mendalam, tujuan dari penelitian ini mendapatkan gambaran yang mendalam tentang suatu kasus yang sedang diteliti (Sujarweni, 2014). Pengambilan data dilakukan dengan cara observasi, wawancara, dan kuesioner kepada pelaku UMKM yang ada di wilayah Kabupaten Magetan yang pernah berinteraksi dengan mahasiswa (dalam bentuk kegiatan magang, KKN, kerjasama, dan lain-lain). Jumlah UMKM di wilayah ini paling banyak dibanding wilayah lain yang ada di karesidenan Madiun. Akan tetapi, UMKM di wilayah ini masih banyak yang belum berkembang, sehingga wilayah ini menjadi objek penelitian yang tepat. Observasi dilakukan untuk memastikan UMKM pernah berinteraksi atau bekerjasama dengan mahasiswa dan mengamati lingkungan UMKM.

Metode wawancara dilakukan untuk mengetahui informasi yang lebih detail tentang pengalaman UMKM berinteraksi dengan mahasiswa. Penyebaran kuesioner juga dilakukan untuk memastikan kekonsistenan jawaban responden atas pernyataan atau jawaban yang pernah diberikan ke peneliti. Sebanyak empat belas pelaku UMKM Kabupaten Magetan yang dijadikan informan dalam penelitian ini dan yang memenuhi persyaratan. Pelaku UMKM tersebut terdiri dari industri batik, makanan dan minuman, *fashion*, dan pertanian; sedangkan pelaku UMKM yang lain masih belum bersedia untuk dijadikan informan atau responden. Jumlah sebaran informan terdiri dari industri makanan dan minuman sebanyak 9 orang atau 64 persen; industri batik sebanyak 2 orang atau 14 persen; industri pertanian sebanyak 1 orang atau 7 persen; fashion sebanyak 1 orang atau 7 persen; dan, industri limbah sebanyak 1 orang atau 7 persen.

P-ISSN 2089-1989
E-ISSN 2614-1523
Terakreditasi (SK No. 225/E/KPT/2022)

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis konten atau isi. Analisis konten (*content analysis*), atau biasa disebut analisis isi, adalah teknik apa pun untuk membuat kesimpulan dengan mengidentifikasi karakteristik pesan tertentu secara obyektif dan sistematis (Kriekhoff, 2019). Tahapan analisis ini meliputi: (1) mengidentifikasi masalah; (2) membuat kerangka; (3) membuat perangkat metodologi; (4) analisis data; dan, (5) interpretasi data. Setelah tahapan tersebut dilakukan, maka proses akhir yaitu membuat kesimpulan, sehingga dapat dijadikan dasar sebuah kebijakan bagi UMKM dan perguruan tinggi.

HASIL ANALISIS

Peran *Entrepreneur University* dalam Perkembangan UMKM Kabupaten Magetan

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pelaku UMKM Kabupaten Magetan merasa bahwa mempunyai kerjasama dengan perguruan tinggi sangat dibutuhkan. Kerjasama ini dapat memberikan nilai tambah bagi UMKM tersebut dari berbagai bidang terutama di bidang teknologi. Kebutuhan UMKM dalam bekerjasama dengan perguruan tinggi dapat mendorong kemampuan teknologi UMKM seperti melakukan pemasaran secara digital. Banyak pelaku UMKM dan tenaga kerjanya yang masih gaptek (gagap teknologi) terutama disaat sekarang ini, sehingga membutuhkan kerjasama dengan pihak eksternal seperti perguruan tinggi. Berikut hasil wawancara dengan beberapa pelaku UMKM Kabupaten Magetan tentang kondisi ini:

> "*Batik ini kan memang tidak mungkin setiap hari dicari dan dibeli semua orang. Pasti punya selera masing-masing. Tapi ketika ada (pernah) dosen dan mahasiswa-mahasiswanya yang kegiatan disini, kami sangat terbantu sekali. Nama kami jadi banyak yang tahu. Penjualan kami jadi bagus. Sepertinya jejaring dari kampus (dosen dan mahasiswa) juga luas. Jadi mudah untuk memasarkan batik kami*". (Pak Tama, *pengusaha industri batik*)

> "*Pernah ada pelatihan dari kampus, ada mahasiswa dan dosen. Kayaknya mahasiswa magang atau KKN, saya lupa. Kami diajari cara memfoto produk dan mendesainnya dengan canva. Aplikasi google drive yang selama ini kami tidak tahu fungsinya, kami akhirnya sekarang apa-apa menyimpan di google drive. Sangat bermanfaat sekali*". (Pak Tiya, *pengusaha limbah*)

Perguruan tinggi memberikan kontribusi positif pada UMKM tidak hanya melalui mahasiswa yang mereka didik tapi juga dosen atau akademisi yang lain. Mahasiswa yang pernah bekerja sama dengan UMKM Kabupaten Magetan berasal dari Universitas Brawijaya, Universitas Negeri Surabaya, Institut Agama Islam Ngawi, Universitas Merdeka Madiun, dan Universitas Negeri Surakarta. Mahasiswa dari perguruan tinggi tersebut tidak hanya berdampak positif untuk industri tapi juga untuk tenaga kerjanya, seperti melatih tenaga kerja UMKM dalam melakukan perdagangan dan pemasaran *online* yaitu melalui media sosial instagram, *facebook*, *marketplace*, dan tiktok. Mahasiswa tersebut juga ada yang memberikan pelatihan mendesain foto dan video produk yang akan di *posting* di media sosial.

Menurut pelaku UMKM Kabupaten Magetan, mahasiswa yang pernah bekerjasama dengan mereka sangat sesuai dengan keinginan dan kebutuhan mereka. UMKM yang membutuhkan pelaporan keuangan secara cepat dan praktis, mereka bisa mendapatkan dengan pelatihan yang diadakan mahasiswa tersebut; UMKM yang membutuhkan cara pemasaran *online*, mahasiswa dapat mengajarkan mereka dengan mudah; serta, UMKM yang membutuhkan kerjasama dengan *marketplace* seperti *shopee* dan *tiktok*, mahasiswa dapat membantu mengakseskannya. Kontribusi yang telah mahasiswa berikan tersebut merupakan salah satu kontribusi perguruan tinggi atas

P-ISSN 2089-1989
E-ISSN 2614-1523
Terakreditasi (SK No. 225/E/KPT/2022)

kepeduliannya terhadap UMKM. Kontribusi ini adalah salah satu indikator keberhasilan *entrepreneur university* dari empat indikator (Zulfa, 2020). Jika ini dilakukan oleh semua perguruan tinggi, maka besar harapan UMKM untuk dapat berkembang secara global.

Peran Generasi Z dalam Perkembangan UMKM Kabupaten Magetan

Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa generasi Z mempunyai peranan dalam perkembangan UMKM Kabupaten Magetan. Generasi Z atau mahasiswa tersebut berperan dalam memberikan kemampuan menggunakan teknologi. Generasi teknologi ini telah mampu membuat UMKM tersebut beradaptasi dengan teknologi (Rini, 2016). Seperti yang diungkapkan para pelaku UMKM Kabupaten Magetan bahwasannya mahasiswa yang pernah bekerjasama dengan mereka dengan mudah menggunakan aplikasi seperti instagram, tiktok, *shopee, facebook*, canva, *google drive*, *Microsoft excel*, *Microsoft word*, dan *facebook*. Generasi ini menjelaskan dan mempraktekkan cara menjual produk secara *live* di aplikasi tersebut. Generasi yang mempunyai karakter kepercayaan diri ini mampu menjelaskan secara gamblang kepada UMKM dalam menggunakan aplikasi tersebut. Dalam proses menjelaskan suatu materi, mereka menyesuaikan dengan kondisi pelaku UMKM sehingga lebih mudah dipahami oleh mereka. Berikut hasil wawancara tentang kondisi ini dengan pelaku UMKM Kabupaten Magetan:

> "*Batik ini kan memang tidak mungkin setiap hari dicari dan dibeli semua orang. Pasti punya selera masing-masing. Tapi ketika ada (pernah) dosen dan mahasiswa-mahasiswanya yang kegiatan disini, kami sangat terbantu sekali. Nama kami jadi banyak yang tahu. Penjualan kami jadi bagus. Sepertinya jejaring dari kampus (dosen dan mahasiswa) juga luas. Jadi mudah untuk memasarkan batik kami*". (Pak Tama, *pengusaha industri batik*)

> "*Teman-teman (mahasiswa) disini sangat membantu. Ibu dan karyawan ibu tidak bisa main media sosial. Apalagi foto-foto minuman yang bagus seperti itu, tidak ada yang bisa. Teman-teman (mahasiswa) yang ngajarin dan membantu promosi di media sosial. Alhamdulillah, banyak yang beli. Ada yang pesan juga. Tapi teman-teman (mahasiswa) hanya sebentar KKN disini. Kalau lebih lama lagi, mungkin bisa diajarin jualan seperti di Shopee*". (Ibu Ana, *pengusaha industri minuman*)

> "*Anak-anak (mahasiswa) sekarang memang canggih-canggih ya mbak. Foto itu kok bisa diedit jadi bagus. Lalu diposting di media sosial. Karena saya punya facebook, jadi fotonya diposting di facebook saya. Saya juga diajarin jualan di shopee. Mereka sangat sabar ngajarin ibu padahal ibu pelan-pelan sekali dan suka lupa. Tapi sedikit-sedikit ibu sudah bisa (promosi menggunakan fotogenik). Setelah posting foto-foto tadi, banyak yang beli. Yang saya bangga dari anak-anak (mahasiswa) ini adalah jejaring mereka sangat luas. Kadang saya juga masih minta tolong ke mereka untuk mempromosikan dagangan saya walaupun mereka sudah tidak KKN disini lagi*". (Ibu Is, *pengusaha industri makanan*)

Kemampuan dan keahlian yang dimiliki oleh generasi Z tersebut membuat kagum keempat belas pelaku UMKM Kabupaten Magetan. Menurut mereka, generasi tersebut dapat membawa perubahan yang nyata dan sangat baik untuk perkembangan perekonomian UMKM. Hal ini juga yang ditemukan oleh penelitian Ramdhani & Madani (2023). Keberadaan mahasiswa yang hanya sebentar (sekitar satu bulan) membawa dampak positif bagi UMKM walaupun hubungan diantara keduanya tidak selalu berkelanjutan.

P-ISSN 2089-1989
E-ISSN 2614-1523
Terakreditasi (SK No. 225/E/KPT/2022)

Perkembangan UMKM Kabupaten Magetan

Hasil dari wawancara keempat belas informan menyatakan bahwa banyak perbaikan terjadi terutama omset penjualan setelah keterlibatan mahasiswa di UMKM bersangkutan. Walaupun pencapaian generasi tersebut belum maksimal sesuai dengan harapan mereka, tapi generasi tersebut telah berhasil memberikan kontribusi nyata dalam mengembangkan UMKM, sehingga usaha yang bersangkutan dapat lebih kompetitif dibanding sebelumnya. Kontribusi ini juga dapat dilihat dari jenis pelanggan yang UMKM miliki. Semula UMKM hanya mempunyai pelanggan *offline*, setelah adanya campur tangan mahasiswa (perguruan tinggi) UMKM menjadi mempunyai pelanggan *online* juga.

> "*Usaha kuliner ini banyak sekali pesaingnya. Apalagi jika harga mahal sedikit jadi sepi (pelanggan). Kami pernah dibuatkan dan diajari membuat menu dari aplikasi (canva) dan sampai sekarang kami pakai. Jika ada perbaikan menu, kami bisa ganti sendiri. Kami juga sudah menyediakan pembayaran yang nontunai. Itu juga gara-gara diberitahu cara-caranya sama mahasiswa. Senang sih diberi ilmu baru apalagi yang terkait dengan penjualan. Tapi kami butuh bantuan yang berlanjut mengingat usaha ini banyak pesaingnya*". (Bapak Yuli, *pengusaha makanan & minuman*)

Transaksi secara digital yang direkomendasikan generasi Z tersebut mampu mengubah UMKM menjadi lebih fleksibel dalam melakukan penjualan baik *online* maupun *offline*. Kondisi ini semakin membuka peluang besar bagi UMKM Kabupaten Magetan untuk lebih berkembang lagi dan mengglobal. Jika penguatan teknologi dan kualitas SDM dapat terjaga, maka UMKM dapat bersaing dengan industri multinasional. Namun demikian, UMKM tetap membutuhkan dukungan dari pemerintah dengan kebijakan-kebijakan teknologi informasi yang ditetapkan. Seperti hasil penelitian Yacob *et al*. (2021) yang menunjukkan bahwa sangat perlunya kebijakan pemerintah dalam mengatur kebijakan teknologi informasi dalam *e-commerce*, sehingga dapat mencegah terjadinya perang dagang di antara industri UMKM dan industri besar.

Pembahasan

Kerjasama antara perguruan tinggi dengan UMKM Kabupaten Magetan sangat diperlukan. Dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa perguruan tinggi atau *entrepreneur university* mempunyai peranan dalam mengembangkan UMKM Kabupaten Magetan. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian Pereira & Franco (2022) bahwa pendampingan oleh *entrepreneur university* dalam memberikan kontribusinya pada UMKM memiliki peran penting menjadikan UMKM sebagai sebuah bisnis yang kompetitif. Hal ini terlihat dari semakin banyak UMKM yang melakukan pemasaran dan penjualan produknya melalui media sosial seperti industri batik dan makanan melalui instagramnya, *market place* seperti *shopee*, dan lain sebagainya. UMKM menjadi jawaban atas permasalahan kemiskinan dan pengangguran saat ini serta sebagai pembentuk PDB yang dapat diandalkan (Permana, 2017). Sehingga tidak salah UMKM menjadi perhatian khusus pemerintah juga. Begitu pentingnya peranan perguruan tinggi dalam pengembangan UMKM, maka diperlukan perhatian khusus dalam proses ikatan atau komunikasi diantara keduanya. Seperti saling menjaga komunikasi diantara keduanya sehingga ikatan atau kerja sama tidak hanya sebatas pertemuan singkat. Menurut Pereira & Franco (2022), jika komunikasi diantara keduanya dijaga maka tidak akan terjadi ketidaktahuan UMKM dalam mendapatkan informasi berkaitan dengan program-program perguruan tinggi khususnya untuk UMKM.

P-ISSN 2089-1989
E-ISSN 2614-1523
Terakreditasi (SK No. 225/E/KPT/2022)

Generasi Z juga dinilai berhasil memainkan peranannya dalam perkembangan UMKM Kabupaten Magetan. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian Ramdhani & Madani (2023) dan Chourulbia & Nasution (2024) bahwa kontribusi dari Gen Z berhasil membuat UMKM lebih kompetitif dibanding sebelumnya melalui kemampuan teknologi yang dimilikinya. Mahasiswa juga dapat menerapkan ilmu yang diperoleh saat kuliah pada UMKM seperti cara memasarkan produk secara *online* maupun *offline*. Selain kontribusi yang mahasiswa berikan, mereka juga dapat mengetahui secara langsung permasalahan yang dihadapi industri dan cara mengatasinya. Hal ini dapat menambah pengetahuan, wawasan, dan pengalaman mahasiswa sehingga menjadi bekal ketika mereka lulus nanti. Menurut Ramdhani & Madani (2023), generasi Z memiliki peran inovatif dalam mengembangkan UMKM melalui digitalisasi. Melalui transformasi digital, UMKM dapat meningkatkan visibilitas dan efisiensi melalui *platform* perdagangan elektronik dan promosi *online*. Generasi Z yang terampil secara digital mampu mengambil peran aktif dalam mengembangkan UMKM. Lebih jauh, pengembangan keterampilan generasi ini perlu didukung oleh pemerintah agar semakin terasah dan dapat menjawab kebutuhan persaingan bisnis yang ada di lingkup global.

Pentingnya perguruan tinggi dalam melakukan kerjasama dengan UMKM melalui mahasiswa dapat menjadi sebuah rencana strategis bagi keduanya, sehingga perlu dapat menyusun program-program secara bersama yang dibutuhkan oleh kedua belah pihak. Kerjasama ini juga dapat menjadikan fasilitator mahasiswa dalam menumbuhkan jiwa kewirausahaan mereka agar ketika selesai pendidikan, mahasiswa bersangkutan dapat membuka lapangan kerja sendiri (Permana, 2017; Chourulbia & Nasution, 2024). Kondisi ini menjadi tantangan bagi kedua belah pihak khususnya perguruan tinggi. Menurut Zulfa (2020), tantangan tersebut antara lain adalah: (1) kebutuhan SDM pembangunan; (2) proporsi penduduk Indonesia yang berpendidikan tinggi masih rendah; (3) layanan pendidikan tinggi yang berkualitas belum merata; (4) relevansi pendidikan tinggi masih rendah; (5) pengelompokan prodi menurut bidang ilmu tidak seimbang; (6) daya saing perguruan tinggi masih lemah; (7) daya saing di tingkat global masih rendah; serta, (8) kualitas dan produktivitas dosen berupa publikasi internasional dan HKI belum banyak dijadikan rujukan. Bagaimanapun, kerjasama antara perguruan tinggi dengan UMKM selama ini membawa dampak baik bagi UMKM, yang salah satunya menunjukkan bahwa telah adanya peran mahasiswa dalam memajukan UMKM.

SIMPULAN

Entrepreneur university diidentifikasi mempunyai peranan penting dalam pengembangan UMKM Kabupaten Magetan. Peranan ini dilakukan melalui Generasi Z yaitu mahasiswa. Melalui kemampuan teknologi generasi ini dapat meningkatkan UMKM untuk dapat lebih kompetitif. Hal seperti ini ketika UMKM yang semula mempunyai pelanggan yang hanya terdiri dari pelanggan *offline* saja, tapi ketika mahasiswa memberikan kontribusinya melalui kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN), magang, dan lain sebagainya, maka UMKM menjadi mempunyai pelanggan *online*, keterampilan dalam mendesain foto produk, serta penjualan dan transaksi online.

Penelitian ini masih perlu untuk dikembangkan, mengingat kajian mendalam tentang topik ini masih sangat minim atau terbatas, seperti tidak adanya kategorisasi UMKM dan jumlah informan yang sedikit. Penelitian berikutnya dapat mengkategorikan objek penelitian antara usaha mikro, usaha kecil, dan usaha menengah; sehingga akan menghasilkan penelitian yang lebih spesifik dan terarah. Selain itu, penelitian selanjutnya dapat melakukan pendekatan terlebih dahulu dengan pelaku UMKM dengan mengadakan kegiatan di kampus dan mengundang UMKM tersebut, sehingga akan terbentuk rasa saling mengenal dan membutuhkan.

P-ISSN 2089-1989
E-ISSN 2614-1523
Terakreditasi (SK No. 225/E/KPT/2022)

REFERENSI

Anatan, L., & Nur, N. (2022). A review of MSME's competitiveness in Indonesia. *Proceedings of the 4th International Conference on Economics, Business and Economic Education Science (ICE-BEES)*, *4*, 1-8. https://doi.org/10.4108/eai.27-7-2021.2316891.

Aryuniasari, A., Rakib, M., Said, M. I., & Mustari, M. (2023). Analisis pengembangan UMKM melalui digital entrepreneurship dengan model triplehelix pada Pasar Hanggar Talasalapang di Kota Makassar. *Journal of Economic Education and Entrepreneurship Studies (JE3S)*, *4*(1), 489–502. https://journal.unm.ac.id/index.php/JE3S/index.

Cantika, Y. (2023). *Kontribusi UMKM dalam perekonomian Indonesia*. FajarHarapan.Id.

Chourulbia, S., & Nasution, U. C. (2024). Peran mahasiswa dalam memajukan UMKM dengan pengembangan design packaging produk toko kue UD. Pawon Kue Rungkut Surabaya melalui wirausaha merdeka. *Jurnal Manajemen dan Administrasi Bisnis*, *2*(1), 01-06. https://doi.org/10.59061/dinamikapublik.v2i1.537.

Csobanka, Z. E. (2016). The Z generation. *Acta Technologica Dubnicae*, *6*(2), 63–76. https://doi.org/10.1515/atd-2016-0012.

Falah, H. W., & Syafri, S. (2023). Determinasi pertumbuhan ekonomi di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Trisakti*, *3*(2), 2309–2318. https://doi.org/10.25105/jet.v3i2.16541.

Faujianto, S. A., Indrayana, A., Rohmatiah, A., & Mutmainah, M. (2023). Pengaruh efisiensi pemesanan, kemudahan pemasaran, dan penetapan harga pada penggunaan e–katalog terhadap perkembangan UMKM di Kabupaten Magetan. *JAMER: Jurnal Akuntansi Merdeka*, *4*(1), 33–45. https://doi.org/10.33319/jamer.v4i1.96.

Gibb, A., Haskins, G., & Robertson, I. (2013). *Leading the entrepreneurial university: Meeting the entrepreneurial development needs of higher education institutions*. Said Business School University of oxford. https://www.researchgate.net/publication/284098947_Leading_the_entrepreneurial_university_Meeting_the_entrepreneurial_development_needs_of_higher_education_institutions.

Haryono, E. (2023). *BI: Ekonomi Indonesia tetap baik di tengah gejolak perekonomian dunia.* https://www.antaranews.com/berita/4243491/bi-ekonomi-indonesia-tetap-baik-di-tengah-gejolak-perekonomian-dunia.

Hayati, R. N. (2022). Pemulihan perekonomian Indonesia setelah kontraksi akibat pandemi Covid-19. *Djkn.Kemenkeu.Go.Id*., edisi tanggal 24 Februari. https://www.djkn.kemenkeu.go.id/kpknl-banjarmasin/baca-artikel/14769/Pemulihan-Perekonomian-Indonesia-Setelah-Kontraksi-Akibat-Pandemi-Covid-19.html.

Kriekhoff, V. J. L. (2019). Analisis konten dalam penelitian hukum: Suatu telaah awal. *Era Hukum*, *2*(4), 85-95. https://doi.org/10.24912/era%20hukum.v2i4.5174.

Melati, R., Blanco, Y. O., Firdausy, N., Maharani, A. D. U., Kandias, M. H., & Billah, M. (2022). Pengembangan UMKM melalui digitalisais di Desa Banjaragung Kecamatan Bareng Kabupaten Jombang. *Karya*, *2*(3), 68–76. https://jurnalfkip.samawa-university.ac.id/karya_jpm/index.

Najah, S. (2022). Analisis tingkat pemahaman generasi Z terhadap penggunaan e-money di Banda Aceh. *Skripsi*. Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Ar-Raniry. https://repository.ar-raniry.ac.id/id/eprint/21333/1/Syarifah%20Najah%2C%20170603006%2C%20FEBI%2C%20PS%2C%20082267044536.pdf.

Nurrohmah, I. (2015). Analisis perkembangan usaha mikro, kecil, dan menengah sebelum dan sesudah menerima pembiayaan musyarakah pada koperasi jasa keuangan syariah BMT (Studi kasus BMT Beringharjo Yogyakarta). *Skripsi*. Universitas Negeri Yogyakarta. https://eprints.uny.ac.id/17761/1/Skripsi.pdf.

P-ISSN 2089-1989
E-ISSN 2614-1523
Terakreditasi (SK No. 225/E/KPT/2022)

Pereira, R., & Franco, M. (2022). Cooperation between universities and SMEs: A systematic literature review. *Industry and Higher Education*, *36*(1), 37–50. https://doi.org/10.1177/0950422221995114.

Permana, S. H. (2017). Strategi peningkatan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Indonesia. *Aspirasi: Jurnal Masalah-Masalah Sosial*, *8*(1), 93–103. https://doi.org/10.46807/aspirasi.v8i1.1257.

Ramdhani, A. T. A., & Madani, A. R. (2023). *Aplikasia: Jurnal Aplikasi Ilmu-ilmu Agama*. *23*(2), 159–166. https://doi.org/10.14421/aplikasia.v23i2.3300.

Rini, D. P. (2016). Pengaruh karakter generasi Z dan peran guru dalam pembelajaran terhadap motivasi belajar akuntansi siswa kelas X Akuntansi SMK Negeri 1 Godean tahun ajaran 2015/2016. *Skripsi*. Program Studi Pendidikan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta. https://eprints.uny.ac.id/29891/1/skripsi%20full%20_diyah%20puspita%20rini_12803241004.pdf.

Siregar, A. U. (2018). Analisis perkembangan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) setelah memperoleh pembiayaan mudharabah (Studi kasus Koperasi Syariah Mitra Niaga Aceh Besar). *Skripsi*. Universitas Islam Negeri Ar-Raniry. https://repository.ar-raniry.ac.id/id/eprint/9069/1/Annisaq%20Ulfa%20Siregar.pdf.

Sujarweni, V. W. (2014). *Metodologi penelitian: Lengkap, praktis, dan mudah dipahami*. PT Pustaka Baru.

Vieira, J., Frade, R., Ascenso, R., Prates, I., & Martinho, F. (2020). Generation Z and key-factors on e-commerce: A study on the Portuguese tourism sector. *Administrative Sciences*, *10*(4), 1-17. https://doi.org/10.3390/admsci10040103.

Viska, V. (2022). *Kembangkan wirausaha muda, pemerintah siapkan program dan ekosistem digital*. Kominfo: Indonesia Terkoneksi.

Warsiyah, Saputeri, N. P., Nurulia, E. T., & Fakhrurozi, Moh. (2024). Evaluation of the effectiveness of government policy on MSMEs through empirical data analysis in Lampung. *1st International Conference on Islamic Economics, Business Development and Studies (ICIEBDS)*, 591–601. http://dx.doi.org/10.18502/kss.v9i16.16272.

Wijaya, T. (2023). *Apa itu gen Z?*, *1*(1), 1-3. https://www.researchgate.net/publication/369532229_APA_ITU_GEN_Z.

Yacob, S., Sulistiyo, U., Erida, E., & Siregar, A. P. (2021). The importance of e-commerce adoption and entrepreneurship orientation for sustainable micro, small, and medium enterprises in Indonesia. *Development Studies Research*, *8*(1), 244–252. https://doi.org/10.1080/21665095.2021.1976657.

Zulfa, U. (2020). *Entrepreneur university*. IHYA MEDIA Pondok Pesantren Al-Ihya ‘Ulumaddin. https://repository.unugha.ac.id/1094/1/ENTREPRENEUR%20UNIVERSITY.pdf.