

PENGEMBANGAN JIWA KEWIRAUSAHAAN PADA MAHASISWA DI ERA DIGITAL

Yunita Herwinda¹, Puji Savitri², Yulia Novita³, Darni Darni⁴

¹Program Studi Pendidikan Ekonomi, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim

²Program Studi Pendidikan Ekonomi, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim

e-mail: herwindayunita@gmail.com¹, pujisavitri027@gmail.com², yulia.novita@uin-suska.ac.id³, darni@uin-suska.ac.id⁴

Abstrak

Perkembangan ekonomi suatu negara tidak terlepas dari peran wirausahawan yang inovatif dan mandiri, sehingga pendidikan kewirausahaan menjadi elemen penting dalam menumbuhkan jiwa dan minat berwirausaha mahasiswa di era digital. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh jiwa kewirausahaan pada mahasiswa dalam menghadapi peluang dan tantangan ekonomi digital. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi literatur dan wawancara semi-terstruktur terhadap mahasiswa yang menjalankan usaha di lingkungan perguruan tinggi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pendidikan kewirausahaan berperan signifikan dalam membentuk pola pikir, sikap, dan karakter kewirausahaan mahasiswa, seperti kreativitas, kepercayaan diri, kemandirian, dan keberanian mengambil risiko. Pemanfaatan teknologi digital dan media sosial terbukti memperluas akses pasar serta meningkatkan peluang usaha mahasiswa. Namun demikian, keberhasilan berwirausaha masih dipengaruhi oleh faktor pendukung seperti motivasi dan dukungan sosial, serta faktor penghambat berupa keterbatasan modal, persaingan usaha, dan konsistensi. Oleh karena itu, diperlukan penguatan pendidikan kewirausahaan yang aplikatif dan berbasis digital.

Kata kunci: pendidikan kewirausahaan, jiwa kewirausahaan, mahasiswa, era digital

Abstract

Economic development was strongly influenced by the number and quality of entrepreneurs, making entrepreneurship education an important foundation for strengthening students' entrepreneurial spirit in the digital era. This study aimed to analyze the influence of entrepreneurial spirit on university students in responding to digital economic opportunities. A qualitative approach was employed, and data were collected through literature review and semi-structured interviews with students who actively ran businesses during their studies. The research findings show that entrepreneurship education plays a significant role in shaping students' entrepreneurial mindset, creativity, self-confidence, independence, and willingness to take risks. The utilization of digital technology and social media expands market access and provides flexibility for students to develop their businesses. The results also indicate that

motivation, family support, and peer environment support entrepreneurial activities, while limited capital, intense competition, and lack of consistency remain major challenges. In conclusion, entrepreneurship education that is practical and digitally oriented is essential to strengthen students' entrepreneurial spirit and to encourage the emergence of innovative and independent young entrepreneurs in the digital era.

Keywords : entrepreneurship education, entrepreneurial spirit, university students, digital era

PENDAHULUAN

Perkembangan ekonomi suatu negara sangat dipengaruhi oleh jumlah dan kualitas wirausahawan yang dimilikinya. Wirausaha tidak hanya menciptakan lapangan kerja baru, tetapi juga mendorong inovasi dan pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan. Oleh karena itu, penting untuk menumbuhkan minat berwirausaha, terutama di kalangan generasi muda seperti mahasiswa. Pendidikan kewirausahaan menjadi salah satu strategi utama dalam membentuk pola pikir dan sikap kewirausahaan sejak dini.

Pendidikan kewirausahaan memberikan pengetahuan, keterampilan, dan motivasi kepada individu untuk memulai dan mengelola usaha secara mandiri. Hal ini tidak hanya fokus pada teori bisnis, tetapi juga pada pengembangan karakter wirausaha seperti kreativitas, ketangguhan, dan keberanian mengambil risiko. Sebagai contoh, penelitian oleh Tambengi dan Mohehu (2023) menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara pendidikan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha mahasiswa angkatan 2022 Jurusan Pendidikan Ekonomi Universitas Negeri Gorontalo. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa pendidikan kewirausahaan memiliki pengaruh sebesar 22% terhadap minat berwirausaha mahasiswa, sementara sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar model yang tidak diteliti.

Penelitian lain oleh Sari et al. (2024) di Universitas Negeri Jakarta menunjukkan bahwa pengetahuan kewirausahaan yang diperoleh dari mata kuliah Technopreneurship dan Inovasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa, dengan koefisien determinasi sebesar 73,9%.

Selain itu, penelitian oleh Wiji (2023) di Universitas Jambi menunjukkan bahwa pendidikan kewirausahaan dan efikasi diri secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa, dengan kontribusi sebesar 43,9%.

Dalam konteks ini, teknologi menjelma sebagai sekutu tak terpisahkan bagi para pelaku usaha, membantu mereka merengkuh efisiensi biaya produksi serta meningkatkan kecepatan dalam merespons kebutuhan pelanggan. Di sisi yang lain, teknologi membuka pintu luas bagi

para calon pengusaha yang tengah mengemban impian baru. Perkembangan teknologi telah membuka jalan bagi para wirausaha untuk mengeksplorasi platform digital sebagai sarana memasarkan produk mereka hingga ke penjuru dunia (Zulkifli., et al, 2023). Para pebisnis mampu memanfaatkan kekuatan media sosial, situs web, dan pasar daring guna menjangkau segmen konsumen yang lebih luas, serta meningkatkan volume penjualan mereka.

Namun, tingkat minat berwirausaha di kalangan mahasiswa masih tergolong fluktuatif. Sebagian mahasiswa masih menganggap wirausaha sebagai pilihan karier sekunder setelah pekerjaan formal. Hal ini menunjukkan perlunya evaluasi terhadap efektivitas pendidikan kewirausahaan yang telah diberikan.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis **Pengaruh Jiwa Kewirausahaan Pada Mahasiswa Diera Digital**. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan strategi pendidikan kewirausahaan yang lebih efektif dan aplikatif, serta mendukung upaya mencetak wirausahawan muda yang inovatif dan mandiri.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan tujuan untuk memahami secara mendalam pengaruh jiwa kewirausahaan pada mahasiswa di era digital. Metode pengumpulan data dilakukan melalui studi literatur dan wawancara. Studi literatur digunakan untuk memperoleh data sekunder yang bersumber dari buku, jurnal ilmiah, dan penelitian terdahulu yang relevan dengan pendidikan kewirausahaan, minat berwirausaha, serta pemanfaatan teknologi digital. Sementara itu, wawancara dilakukan secara semi-terstruktur kepada mahasiswa yang menjalankan usaha di lingkungan perguruan tinggi guna menggali pengalaman, motivasi, serta tantangan yang dihadapi dalam berwirausaha di era digital.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pendidikan kewirausahaan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa. Hal ini sejalan dengan tenman Jambengi dan Mobelu (2023) yang menunjukkan bahwa pendidikan kewirausahaan berkontribusi sebesar 22% dalam membentuk minat berwirausaha mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Universitas Negen Gorontalo Pendidikan kewirausahaan memberikan

pemahaman kepada mahasiswa mengenai proses memulai dan mengelola bisnis, sekaligus menumbuhkan sikap positif terhadap dunia usaha.

Hisrich, Peters, dan Sheperd (2008:h 10) mendefenisikan " Kewirausahaan adalah proses penciptaan sesuatu yang baru pada nilai menggunakan waktu dan upaya yang diperlukan. Yulia novita (2020).menanggung resiko keuangan, fisik serta resiko sosial yang mengiringi, menerima imbalan moneter yang dihasilkan serta kepuasan dan kebebasan pribadi.

Pengetahuan dan keterampilan yang diberikan melalui pendidikan kewirausahaan, seperti penyusunan proposal bisnis, simulasi wirausaha, hingga pengenalan terhadap studi kelayakan usaha, mampu memunculkan rasa percaya diri dan kesiapan mahasiswa untuk terjun ke dunia usaha Selain itu, pendekatan pembelajaran yang berbasis proyek atau experiential learning turut memperkuat keterlibatan mahasiswa dalam proses belajar. sebagaimana juga ditegaskan oleh Sari et al (2024), yang menyatakan bahwa penerapan mata kuliah seperti Technopraseta ship dan Inovasi secara aktif mendorong mahasiswa untuk lebih terbuka terhadap peluang usaha berbasis teknologi.

Selain faktor kognitif, pembentukan karakter wirausaha juga menjadi bagian penting dari pendidikan kewirausahaan. Karakter seperti keberanian mengambil risiko, kemandirian, inovatif, dan tahan terhadap tekanan adalah soft skills yang dilatih melalui pengalaman langsung atau simulasi bisnis. Dalam penelitian Wiji (2023), disebutkan bahwa pendidikan kewirausahaan tidak berdiri sendiri dalam membentuk minat, melainkan berinteraksi dengan factor psikologis seperti efikasi diri. Artinya, semakin tinggi rasa percaya diri dan keyakinan mahasiswa terhadap kemampuannya, maka semakin besar pula dorongan untuk berwirausaha.

Menurut Syarifah et al. (2022), jiwa kewirausahaan di era digital dapat ditumbuhkan melalui pelatihan yang mengintegrasikan penggunaan teknologi digital, seperti pemanfaatan media sosial dan platform e-commerce. Pelatihan semacam ini tidak hanya meningkatkan keterampilan teknis, tetapi juga membentuk kepercayaan diri dan kemauan untuk mencoba hal baru. Hal ini didukung oleh temuan Marta et al. (2024), yang menyatakan bahwa self-efficacy atau keyakinan terhadap kemampuan diri merupakan salah satu faktor kunci dalam menumbuhkan semangat wirausaha, terutama dalam menghadapi risiko bisnis digital.

Selain itu, pendidikan formal juga memiliki peran penting dalam menumbuhkan jiwa kewirausahaan digital. Setyawan (2020) menyebutkan bahwa pengenalan konsep startup digital sejak usia sekolah mampu mendorong peserta didik untuk mengembangkan ide bisnis kreatif yang berbasis teknologi. Pembelajaran yang kontekstual dan berbasis proyek terbukti

efektif dalam meningkatkan pemahaman siswa terhadap proses bisnis digital dan pentingnya inovasi.

Mereka juga menyadari dengan berbisnis terdapat beberapa keuntungan dan kelemahan. Keuntungan menjadi berwirausaha antara lain; terbukanya peluang untuk mencapai tujuan, mendemonstrasikan kemampuan, memperoleh manfaat dan keuntungan, membantu masyarakat dan kesempatan untuk menjadi bos, sedangkan kelemahannya antara lain memperoleh pendapatan yang tidak pasti dan berbagai resiko, bekerja dengan waktu yang panjang kualitas kehidupan yang rendah sampai usahanya berhasil, dan tanggung jawab yang besar. Yulia Novita.(2020)

Di sisi lain, pemanfaatan media sosial menjadi salah satu strategi paling efektif dalam membangun branding, pemasaran, dan relasi pelanggan. Radianto et al. (2023) menunjukkan bahwa generasi muda, khususnya Gen Z, memiliki potensi besar untuk menjadi wirausahawan digital karena familiar dengan teknologi dan aktif di media sosial. Dengan pelatihan dan pendampingan yang tepat, mereka dapat diarahkan untuk tidak hanya menjadi pengguna, tetapi juga produsen konten dan pelaku usaha.

Faktor-faktor yang mempengaruhi peluang wirausaha Mahasiswa Diera Digital

Pada era digital yang terus berkembang pesat, wirausaha menjadi salah satu jalur karir yang semakin diminati oleh mahasiswa. Kemajuan teknologi dan internet telah membuka berbagai peluang baru yang memungkinkan generasi muda untuk berinovasi dan memulai bisnis mereka sendiri. Mahasiswa, sebagai bagian dari generasi yang sangat akrab dengan teknologi, memiliki potensi besar untuk memanfaatkan tren digital ini dalam berwirausaha. Namun, keberhasilan dalam dunia wirausaha digital tidak hanya bergantung pada ide bisnis yang brilian, tetapi juga dipengaruhi oleh berbagai faktor yang dapat mendukung atau menghambat pertumbuhan usaha mereka. Berikut adalah faktor-faktor yang mendukung dan menghambat peluang mahasiswa dalam berwirausaha di era ekonomi digital:

1. Faktor Pendukung

1) Ketersediaan Teknologi di Era Digital

Seiring berjalannya waktu, teknologi telah menjadi faktor besar yang memengaruhi kemampuan setiap negara untuk bersaing. Era globalisasi dan digitalisasi yang telah merambah Indonesia menjadi tantangan bagi perekonomian. Persaingan

global yang ketat membuat mahasiswa menjadi kekuatan penting dalam memajukan Indonesia melalui pengembangan wirausaha, teknologi, dan bidang lainnya. Revolusi industri 4.0 menggambarkan tuntutan berat bagi negara-negara di seluruh dunia untuk bersiap menghadapi persaingan global (Sipakoly, 2019). Saat ini, mahasiswa tidak lagi hanya mengandalkan harapan untuk menjadi pegawai negeri, karena di era modern ini, tujuan mereka telah bergeser ke arah menjadi wirausaha. Teknologi berperan besar dalam mempengaruhi minat mahasiswa untuk berwirausaha, dan terbukti bahwa salah satu faktor penentu adalah teknologi itu sendiri. Di era digital dan teknologi yang serba canggih saat ini, pemasaran produk untuk usaha menjadi lebih mudah (Chusumastuti, 2020). Media promosi kini tidak hanya terbatas pada media cetak dan elektronik. Perkembangan teknologi telah diakui sebagai media yang lebih efektif dan efisien dalam membantu para wirausaha menjalankan bisnis mereka. Hal ini dijelaskan oleh Kartika sebagai salah satu mahasiswi Universitas Negeri Jakarta dalam wawancara, *“Sekarang lebih modern. Bahkan warung kecil aja udah bisa masuk Gojek, keren banget teknologi saat ini. Jadi lebih banyak yang tau, karena sekarang kan informasi lebih gampang tersebar. Teknologi juga makin canggih, jadi sekarang lebih banyak bisa jangkau konsumen juga. Misalnya promosi walaupun jauh, orang-orang yang ga tau jadi bisa tau kalau ada usaha kita.”* (Kartika, 2024).

Pernyataan tersebut didukung oleh Selvy yang juga seorang mahasiswi Universitas Negeri Jakarta yang mengungkapkan dalam wawancara, *“Karena digital, jadi informasi gampang didapat. Perkembangan ekonomi era digital saat ini bikin orang-orang lebih gampang, kalau mereka udah bisa lihat pasarnya, gampang cari cuannya. Dibanding zaman sebelumnya yang sinyal aja susah, itu beda banget.”*

Hal ini menunjukkan bahwa transformasi digital telah membawa perubahan yang sangat signifikan dalam berbagai aspek kehidupan, terutama dalam cara orang mengakses informasi dan peluang ekonomi. Perubahan ini tidak hanya mempermudah akses terhadap data dan informasi yang dibutuhkan, tetapi juga membuka berbagai peluang ekonomi yang sebelumnya sulit dijangkau. Selain itu, transformasi digital membuat proses bisnis menjadi jauh lebih efisien dan menguntungkan. Ini terjadi karena teknologi digital memungkinkan otomatisasi berbagai tugas, mempercepat komunikasi, dan memperluas jangkauan pasar. Dibandingkan dengan era sebelumnya yang masih sangat terbatas oleh infrastruktur komunikasi yang kurang memadai, kemajuan

teknologi saat ini telah menghilangkan banyak hambatan yang dulu menghalangi efisiensi dan profitabilitas bisnis.

2) Peluang yang Besar untuk Mendapatkan Penghasilan Tambahan.

Faktor yang mempengaruhi minat mahasiswa dalam berwirausaha adalah ekspektasi pendapatan. Ekspektasi pendapatan ini mengacu pada harapan seorang individu terhadap jumlah penghasilan yang akan diperoleh dari kegiatan usaha atau pekerjaan yang mereka jalani (Oktarina, 2019). Ekspektasi tersebut memainkan peran penting dalam menentukan keputusan mahasiswa untuk terjun ke dunia wirausaha. Apalagi, berwirausaha memiliki keunggulan tersendiri karena dapat dijalankan bersamaan dengan kegiatan perkuliahan, sehingga tidak mengganggu proses pendidikan mereka. Harapan untuk mendapatkan pendapatan yang memadai menjadi salah satu pertimbangan utama yang mendorong minat mahasiswa untuk berwirausaha. Keinginan untuk memperoleh pendapatan tersebut adalah motivasi kuat yang mendorong mereka untuk memulai dan mengembangkan usaha sendiri. Selain potensi penghasilan yang menjanjikan, berwirausaha juga diyakini mampu memberikan kebebasan dalam bekerja (Madrianah, 2020). Hal ini memungkinkan individu untuk mengatur waktu dan metode kerja mereka sendiri, yang pada akhirnya membuat kegiatan wirausaha semakin menarik bagi mahasiswa. Hal ini disampaikan juga oleh Faridah selaku mahasiswi Universitas Negeri Jakarta dalam wawancara,

“Awalnya sebenarnya kebutuhan kali ya memang butuh duit itu yang pertama kayak butuh duit ni kan banyak banget kegiatan, jadi mengeluarkan duit yang banyak. Terus yang kedua waktu itu awal-awalnya lagi gabut aja kayak ga terlalu banyak organisasi yang lagi jalan gitu jadi kayak ngapain ya tiba-tiba kepikiran aja buat berwirausaha gitu.” (Faridah, 2024).

Sementara itu, Selvy juga menambahkan, *“kayaknya kalau visi tetep ke cuannya ya, cuan tetep nomor satu, udah si selain itu ga ada kayaknya.”* Dan Santika juga menyatakan, *“Visi? Ga ada. Ya paling buat nyari duit aja. Nyari tambahan untuk biaya di luar uang kuliah pokok.”*

Dari hasil wawancara ini, terlihat bahwa motivasi utama mahasiswa dalam berwirausaha adalah untuk mencari tambahan uang guna memenuhi keperluan mereka, menabung, dan memenuhi pengeluaran di luar uang kuliah pokok. Bagi sebagian

mahasiswa, berwirausaha bukan hanya sekadar peluang untuk menghasilkan uang tambahan, tetapi juga sebagai solusi praktis dalam mengatasi kebutuhan sehari-hari yang mencakup jajan, menabung, serta memenuhi pengeluaran di luar biaya kuliah pokok. Hal ini mencerminkan pentingnya kemandirian finansial di kalangan mahasiswa dan kesadaran akan pentingnya pengelolaan keuangan sejak dini.

3) Adanya Dorongan dari Keluarga dan Lingkungan Pertemanan

Faktor lain yang berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha adalah faktor lingkungan keluarga. Lingkungan keluarga memiliki peran yang signifikan dalam membentuk minat mahasiswa (Kaharudin, 2020). Keluarga memberikan dorongan dan motivasi untuk berwirausaha, dengan orang tua turut berperan aktif dalam memberikan fondasi kehidupan kepada anak-anak mereka. Minat berwirausaha cenderung terbentuk ketika lingkungan keluarga memberikan pengaruh yang positif. Dukungan sosial dari keluarga dan lingkungan sekitar dapat meningkatkan rasa percaya diri individu, yang pada gilirannya menguatkan minat berwirausaha. Umumnya, dukungan yang diberikan oleh keluarga memiliki dampak yang besar dalam mendorong mahasiswa untuk memiliki motivasi tinggi dalam memulai usaha, jika dibandingkan dengan mahasiswa yang tidak mendapat dukungan moral serupa dari lingkungan keluarga (Septiawati, 2017). Faktor lingkungan keluarga ini bisa dilihat dari wawancara dengan Kartika yang menunjukkan bagaimana hal ini memainkan peran penting dalam memicu minat berwirausaha. Kartika mengungkapkan,

“Aku jual Jelly, iya makanan Jelly. Iseng ajasi awalnya coba-coba jualan terus kebetulan mama aku juga lagi bikin jelly, jadi sekalian. Karena bisanya itu doang, ada barangnya itu doang. Mama saya juga sering bikin jelly kue kayak gitu jadi jualannya itu deh.” (Kartika, 2024).

Dari wawancara ini terlihat bahwa adanya faktor dan dukungan keluarga, seperti dalam kasus Kartika di mana ibunya juga memproduksi jelly, dapat menjadi dorongan yang signifikan bagi mahasiswa untuk mencoba dan menjalankan usaha kecil-kecilan.

Faktor lain yang dapat mempengaruhi minat berwirausaha adalah faktor pertemanan. Pertemanan memiliki peran penting dalam mendorong seorang mahasiswa untuk berwirausaha. Dukungan dan inspirasi dari teman-teman sebaya dapat menjadi dorongan yang kuat bagi individu untuk mencoba hal baru, termasuk memulai usaha

sendiri. Melalui interaksi sosial dengan teman-teman yang memiliki minat atau pengalaman dalam berwirausaha, seorang mahasiswa dapat memperoleh motivasi tambahan dan pengetahuan praktis yang membantu mereka merintis usaha mereka. Seperti usaha yang pernah dijalankan Selvy dalam wawancaranya, *“Aku sempet kerjasama sama temen, jasa joki gambar sama custom tas gitu dan itu aku gambar. Jadi kayak aku punya temen nih rekan gitu, dia yang punya usaha sebenarnya cuman kalau dia kewalahan, aku yang bantu.”*

Selain itu, pertemanan juga menjadi sarana penting dalam mempromosikan jualan mereka. Sebagaimana diungkapkan oleh Kartika, *“Kalo aku ngechat orang yang punya banyak temen, nah aku suruh dia tawarin ke temen temennya yaudah nanti dia tawarin lumayan sih ada yang nawarin ke ibunya, pacarnya, ke temen beda kampus.”* Hal ini menunjukkan bahwa dalam aktivitas pemasaran, jaringan pertemanan dapat dimanfaatkan untuk memperluas jangkauan penjualan dan memperkenalkan produk kepada lebih banyak orang.

Wawancara dengan Selvy juga menunjukkan pentingnya dukungan dari temanteman dalam menjalankan usaha. Sebagaimana disampaikan oleh Selvy, *“Sejauh ini, promosinya dengan memperbagus visualisasi di media sosial aja sih, terus foto produknya gitu, sama palingan minta tolong ke temen-temen dekat buat di sg-in.”* Hal ini menunjukkan bahwa teman-teman dapat membantu dalam meningkatkan kualitas pemasaran melalui dukungan dalam pengambilan foto produk dan promosi di media sosial.

Santika juga mengakui pentingnya peran teman-teman dalam mempromosikan usaha mereka. Sebagaimana diungkapkan oleh Santika, *“...karena basicnya emang bukan pemasaran ya jadi tuh buat nawar-nawarin orang tuh susah gitu loh jadi kayak kalo ga ke temen ke sodara gitu aja ga yang menyebar luas sampe kemana-mana. Ya itu nawarin ke temen yang dekat gitu terus temen nawarin lagi ke temennya lagi.”* Dengan demikian, teman-teman tidak hanya memberikan dukungan moral tetapi juga berperan aktif dalam memperluas jangkauan promosi dan penjualan usaha mahasiswa.

4) Adanya Motivasi, Inovasi, dan Kreativitas

Dorongan baik dari dalam maupun luar untuk terlibat dalam aktivitas tersebut disebut sebagai motivasi (Putri, 2021). Motivasi kewirausahaan adalah dorongan yang

mendorong seseorang untuk menjalankan usaha dengan cara yang kreatif dan inovatif, didorong oleh keinginan untuk berkembang dalam kehidupannya (Alhempy, 2020). Motivasi ini juga mendorong mahasiswa yang ingin membuka usaha bisa melihat peluang pasar yang tersedia untuk produk mereka. Hal ini bisa dilihat dari Santika dalam wawancara,

“Ada makanan kayak frozen food, tisu-tisuan, pokoknya yang bisa dijual, dijual. Karena yang dijual tuh bener-bener kalau jajanan kan semua orang mau jajan kalau misalkan barang gitu barang yang aku jual itu barang-barang kayak tisu yang setiap orang tuh pasti butuh gitu. Jadi, cari peluang aja kayak barang apa nih yang mungkin laku terus kita jual gitu.” (Santika, 2024).

Hal ini juga didukung oleh pernyataan Faridah yang membuka usaha camilan dengan nama Snack Teman Nugasku,

“Ini lebih ke makanan ringan, kayak buat cemilan aja. Nama bisnisnya itu 'snack' temen nugasku, terus untuk produknya sendiri ada basreng-basrengan, stick makanan ringan sama beberapa produk lain sih. Karena, target pasarnya di perkuliahan lagi di kampus gitu ya, jadi lebih enak masarinnya aja buat anak-anak kampus buat cemilan gitu.” (Faridah, 2024).

Dari wawancara tersebut, terlihat bahwa pemilihan produk yang sesuai dengan kebutuhan pasar menjadi strategi penting dalam mengembangkan usaha. Penyesuaian produk dengan kebutuhan dan preferensi pasar yang sedang diincar, yaitu mahasiswa di lingkungan kampus menunjukkan bahwa pemahaman tentang pasar sasaran dan kemampuan untuk menyediakan produk yang sesuai dengan kebutuhan pasar dapat menjadi faktor yang memotivasi mahasiswa untuk terlibat dalam kegiatan wirausaha. Selain itu, mencoba untuk mengidentifikasi produk-produk yang memiliki permintaan tinggi di pasaran dan mencoba memanfaatkan kebutuhan tersebut untuk mengembangkan usahanya menunjukkan bahwa pemahaman yang baik tentang pasar dan kemampuan untuk mengidentifikasi peluang bisnis dapat menjadi motivasi bagi mahasiswa untuk terlibat dalam dunia wirausaha.

2. Faktor Penghambat

1) Keterbatasan Modal Usaha

Faktor penghambat mahasiswa dalam berwirausaha adalah keterbatasan modal usaha, yang sering menjadi tantangan utama bagi mahasiswa yang ingin memulai usaha mereka sendiri. Hal ini dipengaruhi oleh kenyataan bahwa mahasiswa umumnya memiliki sumber pendapatan yang terbatas, seperti uang jajan dan ketergantungan pada dukungan finansial dari keluarga atau sumber-sumber lainnya. Modal adalah faktor yang paling berpengaruh terhadap kelancaran jalannya usaha (Purwanti, 2013). Oleh karena itu, keterbatasan modal tidak hanya membatasi kemampuan mereka untuk memulai usaha, tetapi juga dapat mempengaruhi kelangsungan dan pertumbuhan bisnis mereka dalam jangka panjang. Seperti yang dikatakan Selvy, *“Tantangan sih, yang pasti itu sih modal, awal modalnya juga aku tuh pake uang jajan sendiri kan.”*

Dari wawancara tersebut, terlihat bahwa keterbatasan modal merupakan kendala yang dihadapi oleh mahasiswa dalam memulai usaha. Harus mengandalkan uang jajan pribadi sebagai modal awal untuk memulai usaha menunjukkan bahwa akses terhadap modal usaha merupakan salah satu faktor kunci yang dapat mempengaruhi kemampuan mahasiswa untuk memulai dan mengembangkan usaha mereka.

Keterbatasan modal usaha tidak hanya memengaruhi tahap awal pendirian bisnis, tetapi juga dapat memiliki dampak jangka panjang terhadap pertumbuhan dan keberlanjutan usaha. Mahasiswa yang tidak memiliki akses yang memadai terhadap modal cenderung kesulitan dalam melakukan investasi yang diperlukan untuk mengembangkan produk atau layanan, melakukan pemasaran yang efektif, atau memperluas operasi bisnis mereka. Oleh karena itu, pentingnya modal usaha sebagai sumber daya yang diperlukan agar mahasiswa dapat mengatasi kendala ini dan meraih potensi penuh mereka dalam berwirausaha.

2) Persaingan yang Ketat

Persaingan yang semakin sengit di dunia bisnis, terutama dengan masuknya pelaku bisnis baru yang semakin meningkat, dapat menjadi kendala bagi mahasiswa yang ingin memulai usaha mereka sendiri. Hal ini memengaruhi mahasiswa dalam menentukan strategi bisnis, memasarkan produk atau jasa mereka, dan mempertahankan pangsa pasar di tengah persaingan yang intensif. Hal ini juga dijelaskan oleh Santika dalam wawancara,

“Ekonomi sekarang ya, itu bener-bener kalau menurut aku kayak saingannya tuh lebih parah gitu semua orang tuh dagang hahaha. Kadang satu jenis barang tuh bisa berpuluh-puluh orang yang jual. Bener-bener parah sih.” (Santika, 2024).

Dari wawancara tersebut, terlihat bahwa persaingan yang ketat menjadi salah satu tantangan yang dihadapi oleh mahasiswa dalam berwirausaha. Hal ini menggambarkan bahwa dalam ekonomi yang kompetitif saat ini, persaingan bisnis dapat menjadi sangat sengit, dengan banyak pelaku bisnis yang berlomba-lomba untuk menarik perhatian konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa perlu mengembangkan strategi yang kuat dan kreatif untuk bersaing di pasar yang penuh tantangan ini.

Persaingan yang ketat juga dapat mengakibatkan mahasiswa harus lebih inovatif dalam membedakan produk atau layanan mereka dari pesaing. Dalam upaya untuk tetap bersaing, mahasiswa perlu berpikir secara kreatif dan menemukan cara untuk memberikan nilai tambah yang unik kepada pelanggan mereka. Dengan demikian, persaingan yang ketat dapat menjadi dorongan bagi mahasiswa untuk terus meningkatkan kualitas produk dan layanan mereka serta meningkatkan daya saing mereka di pasar.

3) Adanya Kesulitan untuk Konsisten dalam Berwirausaha

Menjaga konsistensi dalam menjalankan usaha merupakan hal yang penting namun seringkali menjadi tantangan bagi mahasiswa yang berwirausaha. Hal ini dapat disebabkan oleh berbagai faktor, seperti kurangnya motivasi, perubahan situasi pribadi atau lingkungan, serta tekanan dari tugas-tugas akademik atau pekerjaan lainnya.

Hal ini sejalan dengan Santika, “Dagang itu susah. Perlu konsisten.” Lalu Faridah juga menambahkan, “...tantangannya itu dari diri sendiri sih ya, sebenarnya kayak yang kadang masih males buat promosi, kadang promosi semau-maunya diri sendiri aja, itu tantangannya.” Dan dilengkapi oleh Selvy, “Pelajaran terpenting adalah jangan malas, harus rajin-rajin promosi, rajin-rajin upgrade produk sendiri, gitu.” Dari wawancara dengan Santika, Faridah, dan Selvy, terlihat bahwa kesulitan untuk konsisten dalam berwirausaha merupakan tantangan yang dihadapi oleh mahasiswa.

Pentingnya konsistensi dalam menjalankan usaha, tantangan dari diri sendiri dalam mempertahankan tingkat motivasi dan konsistensi, terutama dalam hal promosi,

dan pentingnya untuk tidak malas dan terus meningkatkan usaha, baik dalam hal promosi maupun pengembangan produk menunjukkan bahwa menjaga konsistensi dalam berwirausaha merupakan aspek yang penting namun sering kali menantang bagi mahasiswa. Dalam menghadapi tantangan ini, mahasiswa perlu mengembangkan strategi yang efektif, termasuk menciptakan rutinitas yang konsisten, memperkuat motivasi diri, dan mengelola waktu dengan bijaksana agar dapat mempertahankan fokus dan konsistensi dalam mengembangkan usaha mereka.

Keterkaitan Teori Modal Sosial, Modal Budaya, dan Arena dalam Peluang Wirausaha di Era Digital

Dalam era digital, teori modal sosial, modal budaya, dan konsep arena yang dikemukakan oleh Pierre Bourdieu sangat relevan dalam memahami dan memanfaatkan peluang wirausaha. Menurut Bourdieu, modal sosial merupakan aset bagi individu yang memiliki posisi istimewa, dan merupakan alat untuk menjaga keunggulan mereka. Jaringan ini mendorong kerjasama dan memberikan manfaat timbal balik, membantu individu untuk meningkatkan kualitas hidup mereka. Modal sosial merujuk pada hubungan jaringan sosial yang dimiliki oleh individu, yang turut berperan dalam menentukan posisi sosialnya. Semakin luas jejaring dan semakin banyak persamaan pandangan yang dimiliki seseorang, semakin kaya pula modal sosial yang dimilikinya (Field, 2003). Dalam konteks peluang wirausaha yang dilakukan mahasiswa, jaringan dan hubungan sosial yang mereka lakukan untuk membangun koneksi ialah dengan mempromosikan produk kepada rekan-rekan sesama mahasiswa. Sebagaimana dijelaskan oleh salah satu informan kami, Kartika, yang mengatakan, *“Kalo aku ngechat orang yang punya banyak temen, nah aku suruh dia tawarin ke temen temennya. Yaudah nanti dia tawarin, lumayan sih ada yang nawarin ke Ibunya, pacarnya, ke temen beda kampus.”* (Kartika, 2024). Dengan cara tersebut, peluang produk wirausaha yang dipromosikan oleh mahasiswa dapat menjangkau lebih banyak konsumen yang secara langsung pula memperluas jaringan dan hubungan sosial. Sebagaimana yang dijelaskan oleh Selvy, *“Biasanya tuh kayak ada yang beli nih, misalnya sodara saya terus kayak dia punya temen, terus temennya kepo, kayak gitu biasanya cara narik konsumennya kayak gitu.”* (Selvy, 2024).

Lalu, modal budaya yang dalam konteks peluang wirausaha mengacu pada kumpulan kemampuan atau keahlian individu, termasuk pengetahuan, keterampilan, cara berinteraksi, dan hal lainnya yang berperan dalam menentukan serta mempertahankan produk usahanya. Dalam wirausaha di era digital, kemampuan dan keahlian individu untuk menciptakan produk usaha yang kreatif dan inovatif dilakukan dengan pemanfaatan teknologi. Contohnya, seorang wirausahawan dapat melakukan survei melalui media sosial untuk mengidentifikasi produk yang saat ini sedang dibutuhkan oleh masyarakat.

“Karena digital juga yaa jadi gampang informasi nya terus survei survei lewat medsos dulu gitu kan, itu kan pasti banyak info-info soal toko nya, bahan-bahan buat produknya, itu saya survei dulu lewat tiktok terus abis itu baru saya coba survei langsung ke toko nya dan mulai coba bikin.” (Selvy, 2024)

Selain itu, teknologi juga berperan penting dalam meningkatkan keterampilan mahasiswa dalam menciptakan produk-produk inovatif. Banyak tutorial dan tips yang tersedia di internet dapat membantu mahasiswa mempelajari berbagai teknik dan strategi baru yang relevan dengan usaha mereka. Pengetahuan tambahan ini sangat berharga bagi mahasiswa yang sedang berwirausaha, karena dapat memberikan wawasan dan ide-ide baru untuk mengembangkan dan memajukan usaha mereka.

“Kita kalo mau nyari resep bagus atau tata caranya tutorial tutorialnya itu juga bisa kan cari di internet kayak gitu. Misalkan tips tips biar lebih ini lebih itu. Jadi lebih banyak yang tau gak sih kayak sekarang kan informasi lebih gampang tersebar gitu kan karena teknologi juga makin canggih.” (Kartika, 2024)

Bourdieu juga menjelaskan adanya konsep arena atau ranah (field) yang merupakan tempat di mana berbagai bentuk modal saling berinteraksi. Dalam konteks kewirausahaan mahasiswa, peluang untuk berinteraksi dengan konsumen semakin terbuka luas berkat adanya platform media sosial seperti Whatsapp, Instagram, Twitter, dan e-commerce seperti Shopee. Pada proses interaksi tersebut, platform Whatsapp menjadi arena utama yang paling sering digunakan oleh para mahasiswa yang berwirausaha untuk menjual, memasarkan, atau mempromosikan produknya. Hal ini ditegaskan pada pernyataan Santika yang menyatakan, *“Iya lewat Whatsapp, hampir semuanya lewat Whatsapp, pasarin produk terus buat mesen produknya ke pemasok ini juga lewat WA.”* (Santika, 2024). Pernyataan ini menunjukkan bahwa Whatsapp

menjadi alat komunikasi yang dominan dan efektif bagi mahasiswa dalam menjalankan aktivitas bisnis mereka, baik dalam berinteraksi dengan konsumen maupun dalam mengelola hubungan dengan pemasok.

SIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa pendidikan kewirausahaan memiliki peran penting dalam membentuk jiwa dan minat berwirausaha mahasiswa di era digital. Melalui pendidikan kewirausahaan, mahasiswa tidak hanya memperoleh pengetahuan dan keterampilan bisnis, tetapi juga membangun karakter wirausaha seperti kreativitas, keberanian mengambil risiko, kemandirian, dan kepercayaan diri. Pemanfaatan teknologi digital, media sosial, dan platform e-commerce memperluas peluang mahasiswa untuk memulai dan mengembangkan usaha.

Namun, keberhasilan berwirausaha juga dipengaruhi oleh faktor pendukung seperti dukungan keluarga, lingkungan pertemanan, dan motivasi, serta faktor penghambat berupa keterbatasan modal, persaingan usaha, dan konsistensi. Oleh karena itu, diperlukan pendidikan kewirausahaan yang lebih aplikatif dan berbasis digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Alhempri, R. R., Anggraini, N., & Ulfah, M. (2020). Pengaruh program motivasi kewirausahaan dalam membentuk jiwa kewirausahaan ibu rumah tangga. *Jurnal Apresiasi Ekonomi*, 8(1), 135–141.
- Chusumastuti, D. (2020). Pengaruh pemanfaatan media online terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa (Studi kasus di Sekolah Tinggi Multi Media “MMTC” Yogyakarta). *Jurnal Riset Inspirasi Manajemen dan Kewirausahaan*, 4(2), 77–85.
- Field, J. (2003). *Modal sosial*. Yogyakarta: Kreasi Wacana.
- Kaharudin, E., & Vernando, A. N. (2020). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat berwirausaha (Studi kasus mahasiswa Akademi Entrepreneurship Terang Bangsa Semarang). *Integritas Jurnal Manajemen Profesional (IJMPRO)*, 1(2), 131–144.
- Madrianah, V. (2020). Analisis pendidikan kewirausahaan, ekspektasi pendapatan, dan lingkungan keluarga terhadap minat berwirausaha mahasiswa IBK Nitro Makassar. *PARADOKS: Jurnal Ilmu Ekonomi*, 3(1), 181–188.
- Nafisah, S., & Rohaya, M. T. S. (2022). *Digital entrepreneurship: Tantangan dan peluang wirausaha kreatif bagi perpustakaan*. Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga.
- Oktarina, H., Agung, E. A., & Aswad, S. H. (2019). Faktor-faktor yang mempengaruhi minat berwirausaha (Studi kasus mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi STKIP Pembangunan Indonesia). *JEKPEND: Jurnal Ekonomi dan Pendidikan*, 2(2), 1.

- Purwanti, E. (2013). Pengaruh karakteristik wirausaha, modal usaha, dan strategi pemasaran terhadap perkembangan UMKM di Desa Dayaan dan Kalilondo Salatiga. *Among Makarti*, 5(1).
- Putri, L. P., & Christiana, I. (2021). Analisis faktor yang mempengaruhi mahasiswa berwirausaha di masa pandemi Covid-19. Dalam *Proceedings of Scenario (Seminar of Social Sciences Engineering and Humaniora)* (hlm. 211–215).
- Radianto, A. J. V., et al. (2023). Membangun jiwa kewirausahaan bagi generasi muda (Gen Z) dengan pemanfaatan sosial media pada era digitalisasi. *Jurnal Abdimas Bina Bangsa*, 4(2), 45–50.
- Sari, S. Y., Mardhotila, R. R., Pebrianti, A. D., Hapsari, A. N., Khasanah, A. N., Della Shalinda, F., & Pangesti, W. Y. (2023). Analisis peluang usaha berbasis online pada mahasiswa Fakultas Ekonomi UNNES. *Jurnal Potensial*, 2(1), 91–98.
- Sari, U. P., Murtinugraha, R. E., & Handoyo, S. S. (2024). Pengaruh pendidikan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha mahasiswa: Studi kasus mata kuliah technopreneurship dan inovasi. *Jurnal Pendidikan West Science*, 2(3), 204–213.
- Septiawati, S. (2017). Pengaruh dukungan sosial dan kepribadian ekstrasversi terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa. *Ecopsy*, 4(2), 77–84.
- Sipakoly, S. (2019). Upaya menumbuhkan jiwa kewirausahaan pada mahasiswa jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Ambon dalam perspektif motivasi David McClelland. *Jurnal Ekonomi, Sosial & Humaniora*, 1(05), 1–7.
- Tambengi, W. M., & Mohehu, F. (2023). Pengaruh pendidikan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha mahasiswa angkatan 2022 Jurusan Pendidikan Ekonomi Universitas Negeri Gorontalo. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 5(1), 45–52.
- Wiji, W. (2023). *Pengaruh pendidikan kewirausahaan dan efikasi diri terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa Pendidikan Ekonomi angkatan 2020–2021 FKIP Universitas Jambi*. Universitas Jambi.
- Yulia Novita, dkk., (2020) & Alma, B. (2007). *The productive personality: Kewirausahaan untuk mahasiswa dan umum*. Bandung: Alfabeta.
- Zulkifli, Sugiarto, I., Napu, F., Rukmana, A. Y., & Hastuti, P. (2023). Kesuksesan wirausaha di era digital dari perspektif orientasi kewirausahaan (Studi literatur). *Sanskara Ekonomi dan Kewirausahaan*, 1(2), 81–96.