

ATENSI BERWIRAUSAHA MELALUI MATA KULIAH DIGITALISASI BISNIS

Novelia Utami, Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA
noveliautami@uhamka.ac.id

**Onny Fitriana Sitorus, Universitas Muhammadiyah Prof. DR.
HAMKA**
onnyfitriana@uhamka.ac.id

ABSTRAK

Berwirausaha menjadi salah satu solusi mengurangi tingkat pengangguran di Indonesia, oleh sebab itu perguruan tinggi wajib memiliki mata kuliah kewirausahaan kedalam kurikulumnya, bahkan beberapa perguruan tinggi memiliki beberapa matakuliah untuk mendukung kelengkapan pembekalan berwirausaha seperti yang ada pada program studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Muhammadiyah Prof Dr. Hamka yakni mata kuliah digitalisasi bisnis sebagai penguat dari mata kuliah kewirausahaan dan ekonomi kreatif. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan subjek penelitiannya adalah mahasiswa yang telah lulus mata kuliah digitalisasi bisnis dengan analisis menggunakan regresi linear berganda. Hasil yang diperoleh dari penelitian ini adalah uji F sebesar 7,357 terdapat pengaruh positif yang simultan antara minat berwirausaha dengan materi digitalisasi bisnis yang didapatkan di kelas diantaranya pemahaman konsep bisnis digital, pemasaran online dan teknologi finansial. Materi yang paling signifikan mempengaruhi minat mahasiswa dalam berwirausaha adalah pemahaman konsep bisnis digital. Dengan adanya penelitian ini dapat mengembangkan metode pembelajaran dosen pengampu mata kuliah digitalisasi bisnis.

Kata Kunci: Bisnis Digital, Berwirausaha, Kurikulum.

ABSTRACT

Entrepreneurship is one solution to reduce the level of poverty in Indonesia, therefore universities are required to have entrepreneurship courses in their curriculum, some universities even have several courses to support complete entrepreneurship education such as those in the Economic Education study program at the Faculty of Teacher Training and Education Muhammadiyah University Prof Dr. Hamka is a business digitalization course as a reinforcement of the entrepreneurship course. This research uses a quantitative approach with the research subjects being students who have passed the business digitalization course with analysis using linear multiple regression. The results obtained from this research are an F test of 7.357, there is a simultaneous positive influence between interest in entrepreneurship and business digitalization material obtained in class, including understanding digital business concepts, online marketing and financial technology. The material that most

significantly influences students' interest in entrepreneurship is understanding digital business concepts. This research can develop learning methods for lecturers teaching business digitalization courses.

Keywords: *Digital Business, Entrepreneurship, Curriculum.*

PENDAHULUAN

Badan Pusat Statistik Indonesia menginformasikan per bulan Februari 2022 Tingkat Pengangguran Terbuka (TPT) di Indonesia sebesar 5,83% (Badan Pusat Statistik Indonesia, 2022), angka ini mengalami penurunan dibandingkan data sebelumnya Februari 2021 sebesar 6,26%. Meskipun mengalami penurunan, namun sebanyak 8,40 juta penduduk di Indonesia menjadi pengangguran. Hal ini yang menjadi perhatian juga bagi perguruan tinggi, agar lulusannya tidak menjadi penyumbang angka TPT. Oleh sebab itu perlunya penanaman karakter bagi para sarjana bahwa setelah lulus bukan hanya menjadi pegawai namun juga dapat menciptakan lapangan pekerjaan dengan menjadi wirausaha salah satunya. Menurut Prof Nizam (Pelaksana tugas direktur Kemendikbudristek) mengungkapkan bahwa wirausaha menjadi tren dikalangan mahasiswa selain menjadi Aparatur Sipil Negara (ASN), hal ini dibuktikan dengan masuknya Indonesia sebagai peringkat ke 5 di dunia terkait perkembangan perusahaan rintisan, hal ini beliau sampaikan dalam peluncuran modul daring pelaksanaan KKN Tematik (Subagiyo, 2021). Dipicu dengan adanya pandemi covid 19 membuat kegiatan wirausaha melakukan transformasi digital dari *offline* menjadi *online* agar tetap dapat terjangkau oleh konsumen dan juga dirasa lebih menghemat biaya, hal ini dibuktikan dengan data dari Kemkominfo bahwa selama pandemi berlangsung *ecommerce* mengalami peningkatan tajam sebesar 91% dan penetrasi pengguna sebesar 73,7% (Hidayat, 2021). Dengan kata lain tren berwirausaha secara digital ini digandrungi oleh masyarakat. Hal ini menandakan bahwa pelaku usaha sudah banyak beralih ke digitalisasi untuk mempertahankan bisnisnya. Dikuatkan dalam hasil riset (Ramadhani & Nurnida, 2016) bahwa berwirausaha secara digital dapat menjadi salah satu solusi dalam menurunkan tingkat pengangguran di Indonesia. Dengan demikian perlunya penanaman minat berwirausaha bagi mahasiswa sebagai peluang dalam menciptakan lapangan pekerjaan.

Minat berwirausaha akan tumbuh disertai dengan Pendidikan dan pelatihan agar memperkuat keberanian seseorang dalam mengambil resiko dan mengembangkan aktulaisasi diri (Rosmiati et al., 2015). Minat berwirausaha ini juga merupakan kompetensi individu yang bersumber pada kemauan melakukan sesuatu. Minat merupakan penerimaan atas hubungan *representative* antara kognitif, konatif dan juga kesiapan dalam bertindak (Ridha et al., 2017). Minat berwirausaha merupakan sumber pembentukan dari pertumbuhan wirausaha bagi suatu negara, sedangkan mentalitas menghindari resiko merupakan penghambat bagi tumbuhnya minta wirausaha (Darmawan, 2021).

Menumbuhkan minat berwirausaha bagi mahasiswa dapat melalui beberapa cara diantaranya melalui kurikulum yang dirancang oleh program studi. Program Studi Pendidikan Ekonomi FKIP UHAMKA, berkomitmen untuk berkontribusi dalam menurunkan angka pengangguran dengan

memasukkannya wirausahawan sebagai salah satu profil lulusan. Untuk mendukung ketercapaian profil lulusan tersebut maka program studi memiliki mata kuliah pendukung diantaranya kewirausahaan, ekonomi kreatif dan digitalisasi bisnis. Pada mata kuliah kewirausahaan yang merupakan mata kuliah nasional untuk mengembangkan ide berwirausaha mahasiswa dengan adanya ekspo gelar produk, lalu di mata kuliah ekonomi kreatif untuk mengeksplor kembali ide kreatif dengan dengan memanfaatkan sumber daya alam dan juga lingkungan. Mata kuliah digitalisasi bisnis merupakan mata kuliah akhir untuk mengembangkan minat dan juga usaha yang sudah berjalan dari semester sebelumnya dioptimalkan di ranah digital, dengan demikian kebaruan dalam riset ini adalah bagaimana minat berwirausaha dan mengembangkan usaha yang ini dapat berkembang secara digital.

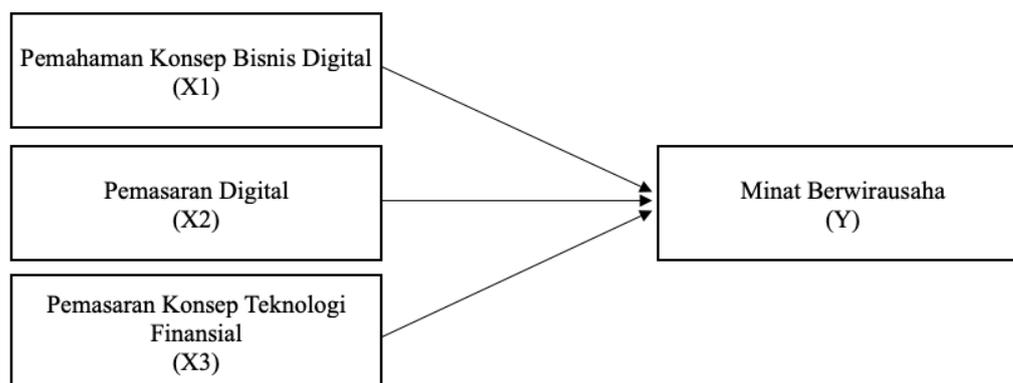
Digitalisasi bisnis ini membahas mengenai 1) pemahaman konsep bisnis digital, dengan mengajarkan kepada mahasiswa konsep bisnis tradisional dan bisnis digital dengan tujuan pemenuhan kebutuhan hidup pengelola (Kusuma et al., 2020). Pemahaman mengenai konsep bisnis digital yang merupakan aktivitas bisnis dengan penggunaan perangkat bantu elektronik dan juga jaringan internet. Transaksi bisnis digital dilakukan dengan kegiatan transfer keuangan, transaksi jual beli barang, kegiatan promosi, dan lainnya (Fahmi et al., 2019). Setelah itu mengenai pemahaman transformasi bisnis digital yang merupakan perubahan dalam penggunaan teknologi yang digunakan dalam kegiatan bisnis dalam rangka meminimalisir biaya dan meningkatkan kinerja organisasi. Bisnis dari sektor tradisional harus mengikuti tren dengan melakukan perubahan atas pembiasaan aktifitas usaha yang dilakukan selama ini, (Putri et al., 2021). 2) Pemahaman Pemasaran Digital, yang merupakan media pemasaran yang digunakan dengan mengandalkan teknologi dan juga jaringan. Pemasaran digital ini dilakukan agar dapat terciptanya komunikasi secara *realtime* dan juga menjadi peluang bagi unit usaha dalam mengembangkan pasarnya melalui genggam *smartphone* (Pradiani, 2018). 3) Pemahaman Teknologi finansial atau *fintech*, merupakan penggabungan antara keuangan, manajemen teknologi dan juga inovasi, aktifitasnya antara lain proses transaksi pembayaran, layanan konsultasi, pembiayaan serta pemenuhan (Leong, 2018).

Menumbuhkan minat berwirausaha mahasiswa sangat penting bagi perguruan tinggi untuk meningkatkan kualitas lulusannya. Mata kuliah kewirausahaan menjadi mata kuliah wajib bagi perguruan tinggi begitu juga di Pendidikan Ekonomi FKIP UHAMKA, untuk meningkatkan minat berwirausaha di era digital ini maka dikembangkan dengan adanya mata kuliah digitalisasi bisnis. Mata kuliah kewirausahaan muncul pada semester 3 dengan menghasilkan produk yang memiliki nilai jual, lalu dikuatkan pembentukan minat berwirausaha secara digital ini melalui digitalisasi bisnis, bagaimana berwirausaha ini bukan hanya menjadi minat saja namun bisa dilakukan dengan mudah tanpa perlu modal yang besar dan dilakukan secara virtual, dengan demikian ini menjadi hal yang menarik untuk diteliti bagaimana mata kuliah digitalisasi ini menumbuhkan minat berwirausaha dan juga mengembangkan usaha yang sudah ada melalui *platform* digital.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Statistik inferensial yang digunakan didalam perhitungan penelitian ini adalah regresi linear berganda. Regresi linear berganda merupakan model regresi yang digunakan jika memiliki lebih dari satu variabel dependen (Ghozali, 2018).

Penyebaran data diperlukan wilayah generalisasi atas objek yang diteliti, dengan karakteristik tertentu yang nantinya dapat ditarik kesimpulan, (Sugiyono, 2016). Dengan demikian populasi yang digunakan adalah mahasiswa Pendidikan ekonomi FKIP UHAMKA dan subyek penelitian ini adalah yang telah lulus mata kuliah digitalisasi bisnis sejumlah 73 mahasiswa. Dengan sampel diperoleh 53 mahasiswa dengan penentuan sampel menggunakan rumus Slovin. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah *simple random sampling* yang dilakukan secara acak dengan menyebar angket kepada seluruh populasi yang sesuai dengan kriteria penelitian. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah mengukur keberhasilan mata kuliah digitalisasi bisnis dengan 3 pembahasan dalam mata kuliah yang menjadi variabel, antara lain: X1 Pemahaman konsep bisnis digital, X2 Pemasaran Digital dan X3 Pemahaman Teknologi Finansial dan Y nya adalah Minat berwirausaha.

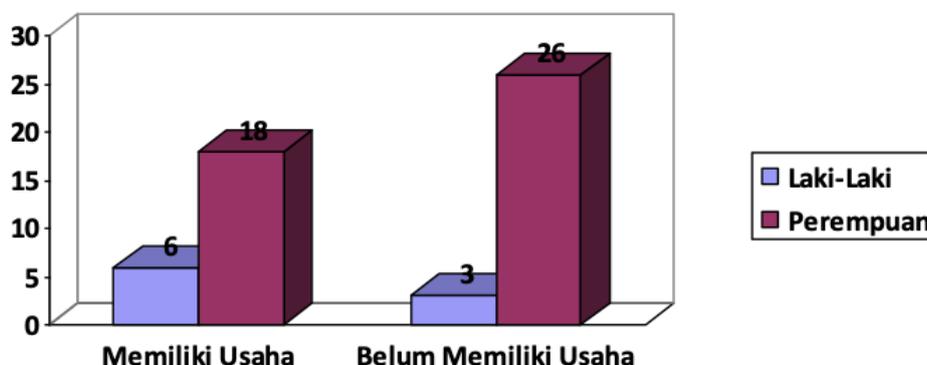


Gambar 1. Model Penelitian

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Minat berwirausaha akan tumbuh disertai dengan Pendidikan dan pelatihan agar memperkuat keberanian seseorang dalam mengambil resiko dan mengembangkan aktulaisasi diri, (Rosmiati et al., 2015), dengan demikian mata kuliah digitalisasi bisnis diharapkan dapat menjadi pendidikan untuk meningkatkan minat berwirausaha. Penelitian ini dilakukan dengan responden sebanyak 53 mahasiswa yang telah lulus mata kuliah digitalisasi bisnis di program studi Pendidikan Ekonomi FKIP UHAMKA. Karakteristik responden secara gender sebagai berikut: responden laki-laki sebanyak 9 mahasiswa atau setara 17% responden laki-laki dan responden perempuan sebanyak 44 mahasiswa atau setara 83%. Dari 53 responden 24 responden sudah memiliki usaha dan 29 responden belum memiliki usaha dan ingin menjadi wirausaha sebesar 100%.

Data Responden



Gambar 2. Data Responden Berdasarkan Gender dan Kepemilikan usaha

Berdasarkan data dari 24 responden yang telah berwirausaha ini memiliki usaha yang beragam ada yang dibidang usaha dagang antara lain makanan, minuman, *custom case*, hijab, *skincare*, sembako, *parfume* dan lainnya. Terdapat pula yang berwirausaha dibidang jasa diantaranya jasa pariwisata, logistik barang, *laundry*, dan lainnya. Berikut ini adalah detail jenis usaha yang dimiliki oleh mahasiswa:

Tabel 1. Jenis usaha yang diminati

| No | Jenis Usaha | Jumlah Wirausahawan |
|----|------------------------------------|---------------------|
| 1 | Kuliner | 13 mahasiswa |
| 2 | <i>Fashion</i> (hijab dan pakaian) | 12 mahasiswa |
| 3 | Aksesoris | 2 mahasiswa |
| 4 | Kecantikan | 1 mahasiswa |
| 5 | Buku | 1 mahasiswa |

Mahasiswa cenderung ingin memulai usaha kuliner, hal ini terlihat dari hasil data angket mengenai jenis usaha yang diminati. Bisnis kuliner halal di Indonesia dapat menjadi *trend* dengan eksistensi yang tinggi, hal ini didukung dengan inovasi dan variasi produk yang ditawarkan dengan mengunggulkan ciri khas daerah sehingga kuliner ini tidak pernah mati dan selalu menjadi pilihan untuk berwirausaha (Faizah, 2022), sehingga dirasa lebih menjanjikan untuk dapat mendatangkan konsumen dengan cepat. Pilihan kedua yang paling banyak dipilih dari jenis usaha yang diminati adalah bidang *fashion* yang juga merupakan kebutuhan berpakaian. Fashion ini banyak dipilih dikarenakan kebutuhan manusia untuk bisa tampil optimal dalam setiap momen atau kegiatan dengan pakaian yang nyaman dan juga model yang tepat sehingga menjanjikan untuk bidang usaha. Kuliner dan *Fashion* adalah jenis usaha yang paling banyak diminati mahasiswa, namun ada juga yang minat untuk berwirausaha dengan jenis usaha aksesoris, kecantikan (*makeup*) dan juga buku.

Pembahasan dalam mata kuliah digitalisasi bisnis yakni bagaimana berwirausaha melalui *platform* digital, dengan demikian mahasiswa perlu

mengetahui *platform-platform* belanja secara *online*. Bukan hanya mengetahui namun juga menggunakannya dengan menjadi penjual atau melakukan aktifitas belanja *online*, dari data riset memperoleh hasil 17% sangat sering menggunakan *platform* belanja *online* sebagai pembeli, 47% memilih sering menggunakan *platform* belanja *online* sebagai pembeli dan 36% jarang belanja menggunakan *platform* belanja *online* sebagai pembeli, dengan demikian maka adanya *platform* belanja secara *online* ini memudahkan mahasiswa dalam memenuhi kebutuhan mereka. *Platform* belanja secara *online* bukan hal baru, dan diharapkan dengan adanya *platform* digital *online* dan didukung dengan adanya matakuliah digitalisasi bisnis dapat menumbuhkan minat berwirausaha mahasiswa bukan hanya ingin menjadi pembeli saja namun juga menjadi penjual.

Instrumen penelitian disebar ke 53 mahasiswa dan telah diuji validitas dan reliabilitas, dan hasilnya dari seluruh butir angket ini dinyatakan valid dan reliabel sehingga layak untuk dilanjutkan ke plah data penelitian selanjutnya. Berikut ini adalah hasil uji validitas dan hasil uji reliabilitasnya:

Tabel 2. Hasil Uji Validitas

| | | X1 | | X2 | | X3 | | Y | |
|-------|-----------------------------|----|-------|----|-------|----|-------|----|-------|
| | | N | % | N | % | N | % | N | % |
| Cases | <i>Valid</i> | 53 | 100,0 | 53 | 100,0 | 53 | 100,0 | 53 | 100,0 |
| | <i>Excluded^a</i> | 0 | 0,0 | 0 | 0,0 | 0 | 0,0 | 0 | 0,0 |
| | <i>Total</i> | 53 | 100,0 | 53 | 100,0 | 53 | 100,0 | 53 | 100,0 |

Hasil uji validitas menampilkan bahwa instrumen yang disebar sudah memiliki kevalidan atau ketepatan instrumen yang digunakan serta layak untuk dilanjutkan perhitungan data penelitian.

Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas

| | <i>Cronbach's Alpha</i> | <i>Cronbach's Alpha Based on Standardized Items</i> | <i>N of Items</i> | Kesimpulan |
|----|-------------------------|---|-------------------|------------|
| X1 | 0,844 | 0,845 | 8 | Reliabel |
| X2 | 0,904 | 0,912 | 11 | Reliabel |
| X3 | 0,924 | 0,925 | 10 | Reliabel |
| Y | 0,879 | 0,908 | 13 | Reliabel |

Hasil uji reliabilitas juga menampakkan hasilnya data instrumen reliabel artinya instrumen riset sudah diukur keandalannya dan dirasa akan tetap konsisten jika dilakukan pengukuran ulang.

Berdasarkan hasil penyebaran instrumen diperoleh data statistik deskriptif sebagai berikut:

Tabel 4. Perhitungan Statistik Deskriptif

| | | Konsep Bisnis Digital | Pemasaran Online | Konsep Fintech | Minat Berwirausaha |
|-----------------------|----------------|--------------------------|---------------------|-------------------|-----------------------|
| N | <i>Valid</i> | 53 | 53 | 53 | 53 |
| | <i>Missing</i> | 0 | 0 | 0 | 0 |
| <i>Mean</i> | | 35,28 | 48,00 | 42,11 | 58,72 |
| <i>Median</i> | | 36,00 | 48,00 | 42,00 | 59,00 |
| <i>Mode</i> | | 40 | 47 ^a | 40 | 65 |
| <i>Std. Deviation</i> | | 3,510 | 5,602 | 6,213 | 5,286 |

a. *Multiple modes exist. The smallest value is shown*

Tampilan pada tabel statistika deskriptif menunjukkan bahwa jumlah responden 53 dengan nilai rata-rata (*mean*) masing-masing variabel 35,28 (X1), 48,00 (X2), 42,11 (X3) dan 58,73 (X4). Sedangkan nilai tengah (*median*) masing-masing variabel 36 (X1), 48 (X2), 42 (X3) dan 59 (X4). Hasil dari nilai yang sering muncul (*mode*) masing-masing variabel 40 (X1), 47 (X2), 40 (X3) dan 65 (X4).

Setelah melakukan perhitungan statistika deskriptif selanjutnya adalah melakukan uji asumsi klasik, yaitu dengan melakukan empat pengujian antara lain: Uji normalitas, uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas. Berikut ini merupakan hasil perhitungan dari seluruh uji asumsi klasik:

Tabel 5. Hasil Uji Asumsi Klasik

| Uji Asumsi Klasik | Hasil Pengujian |
|--------------------------------|--|
| Uji <i>Normalitas</i> | Hasil Uji Normalitas dengan menggunakan <i>Kolmogorov Smirnov</i> maupun <i>liliefors</i> terdapat nilai normalitas 0,101 yang menandakan data terdistribusi normal. |
| Uji <i>Multikolinearitas</i> | Nilai VIF pada X1 2,841, X2 3,159, X3 1,643 dan Y 1,643 hal ini menandakan bahwa hasil VIF nya lebih kecil dari 10,00. Selain itu untuk nilai <i>tolerance</i> nya X1 0,352, X2 0,317, X3 0,608 menandakan bahwa nilai tolerannya lebih besar atau diatas dari 0,10. Maka dapat disimpulkan bahwa data bebas dari <i>multikolinearitas</i> |
| Uji <i>Heteroskedastisitas</i> | Berdasarkan hasil <i>output scatterplot</i> dari uji heteroskedastisitas yang dilakukan bahwa titik-titik tidak terlihat membentuk suatu pola tertentu sehingga dapat dikatakan tidak terjadi heteroskedastisitas |

Uji asumsi klasik ini digunakan untuk mengetes data yang diterima apakah memenuhi syarat untuk dilanjutkan ke uji berikutnya atau tidak. Hasil dari uji asumsi klasik pada uji normalitas terdistribusi normal, lalu pada uji

multikolinearitas dan heteroskedastisitas tidak ditemukan hasil yang menyimpang, berdasarkan hasil tersebut maka data penelitian dapat diuji lebih lanjut ke tahap berikutnya.

Tahapan berikutnya adalah uji regresi linear berganda. Uji regresi linear berganda ini dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruhnya variabel independen dalam hal ini X1 konsep bisnis digital, X2 pemasaran *online* dan X3 konsep teknologi finansial terhadap variabel dependen atau Y yaitu minat berwirausaha. berikut data persamaan regresi dalam penelitian ini:

$$Y = 27,246 + 0,665X_1 + 0,081X_2 + 0,098 X_3$$

Interpretasi dari persamaan regresi ini adalah pada nilai konstanta adalah positif sebesar 27,246 menyatakan bahwa jika nilai variabel independent atau variabel X1, X2 dan X3 ini bernilai sama dengan nol maka nilai Y adalah 27,246. Hal ini menandakan bahwa nilai variabel minat berwirausaha mahasiswa tanpa adanya pemahaman bisnis digital, pemasaran *online* dan konsep *fintech* ini sebesar 27,246. Kemudian pada koefisien regresi variabel konsep bisnis digital menyumbang kenaikan yang signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa sebesar 0,665. Sedangkan pada koefisien regresi variabel pemasaran *online* menyumbang kenaikan yang signifikan terhadap minat berwirausaha sebesar 0,081. Koefisien regresi variabel konsep teknologi finansial juga menyumbang kenaikan yang signifikan terhadap minat berwirausaha sebesar 0,098. berikut ini adalah tabel hasil uji persamaan regresinya:

Tabel 6. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

| <i>Model</i> | <i>Unstandardized Coefficients</i> | | <i>Standardized Coefficients</i> | <i>t</i> | <i>Sig.</i> |
|-------------------------|------------------------------------|-------------------|----------------------------------|----------|-------------|
| | <i>B</i> | <i>Std. Error</i> | <i>Beta</i> | | |
| | | | | | |
| 1 (<i>Constant</i>) | 27,246 | 6,236 | | 4,369 | <,001 |
| Konsep Bisnis Digital | 0,665 | 0,293 | 0,441 | 2,266 | 0,028 |
| Pemasaran <i>Online</i> | 0,081 | 0,194 | 0,086 | 0,417 | 0,678 |
| Konsep <i>Fintech</i> | 0,098 | 0,126 | 0,115 | 0,779 | 0,440 |

a. *Dependent Variable:* Minat Berwirausaha

Nilai t dalam data penelitian ini diperoleh untuk pengaruh X₁ terhadap Y adalah sebesar 0,028 < 0,05 dan nilai t hitung 2,266 > t tabel 2,00958 sehingga dapat disimpulkan bahwa H₁ diterima dengan berarti terdapat pengaruh antara pemahaman konsep bisnis digital terhadap membangun minat berwirausaha. Untuk nilai t yang diperoleh atas perhitungan pengaruh X₂ terhadap Y adalah sebesar 0,678 > 0,05 dan nilai t hitung 0,417 < t tabel 2,00958 yang berarti H₂ ditolak maka materi pemasaran *online* tidak mempengaruhi secara signifikan terhadap minat berwirausaha. Nilai t yang diperoleh atas perhitungan pengaruh X₃ terhadap Y adalah sebesar 0,440 > 0,05 dan nilai t hitung 0,779 < t tabel

2,00958 yang berarti H3 ditolak maka materi konsep teknologi finansial tidak mempengaruhi secara signifikan terhadap minat berwirausaha.

Tabel 7. Uji F Anova

| <i>Model</i> | <i>Sum of Squares</i> | <i>df</i> | <i>Mean Square</i> | <i>F</i> | <i>Sig.</i> |
|---------------------|-----------------------|-----------|--------------------|----------|--------------------|
| 1 <i>Regression</i> | 339,276 | 3 | 113,092 | 7,357 | <,001 ^b |
| <i>Residual</i> | 753,253 | 49 | 15,373 | | |
| Total | 1092,528 | 52 | | | |

a. *Dependent Variable:* Minat Berwirausaha

b. *Predictors:* (*Constant*), Konsep teknologi finansial, Pemasaran Online, Konsep Bisnis Digital

Nilai F hitung dari penelitian ini dapat dilihat pada tabel diatas yang mana nilainya adalah 7,357 dan F tabel sebesar 2,78 maka diperoleh F hitung $7,357 > F$ tabel 2,78 artinya adalah bahwa terdapat pengaruh yang simultan antara pemahaman konsep bisnis digital, pemasaran *online* dan juga konsep pemahaman *fintech* yang diajarkan di dalam perkuliahan digitalisasi bisnis dalam menumbuhkan minat berwirausaha mahasiswa.

Kewirausahaan ini merupakan matakuliah penting yang perlu masuk didalam kurikulum program studi untuk menumbuhkan mahasiswa untuk mendirikan usaha (Usman & Syamsuddin, 2023), apalagi didukung dengan mata kuliah lainnya sebagai penguat dari menumbuhkan dan mengembangkan minat berwirausaha. Data yang diperoleh atas penelitian dan telah dilakukan penghitungan statistik maka dapat diperoleh hasil bahwa mata kuliah digitalisasi bisnis yang ada di program studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA menjadi salah satu faktor yang dapat mengembangkan minat berwirausaha secara digital, hal ini selaras dengan hasil riset sebelumnya bahwa pendidikan kewirausahaan di perguruan tinggi dapat memicu minat berwirausaha baik secara langsung maupun tidak langsung melalui semangat dan motivasi yang diberikan didalam perkuliahan (Anwar et al., 2023). Mata kuliah digitalisasi bisnis ini merupakan mata kuliah lanjutan dari mata kuliah kewirausahaan, dimana dalam mata kuliah ini mengedepankan usaha melalui *platform* digital.

Dari hasil perhitungan yang diperoleh maka dengan adanya mata kuliah ini bisa memicu minat berwirausaha secara daring. Dibahas juga dari hasil riset penelitian terdahulu bahwa membuka usaha di era industri 4.0 ini sangat mudah dengan memanfaatkan teknologi jaringan atau melalui *platform* digital yang tersedia, melakukan pemasaran produk melalui media sosial akan memudahkan produk untuk dapat dikenal pasar lebih luas lagi sehingga membuat mahasiswa lebih menarik untuk memulai usahanya (Jaenudin et al., 2019). Pembahasan perkuliahan di mata kuliah digitalisasi bisnis ini juga mengajarkan konsep bisnis digital melalui *platform* belanja *online*, mahasiswa membedah *platform* belanja *online* sehingga bisa lebih membuka wawasan dan dapat menarik perhatian untuk berbisnis secara digital. Dengan adanya *platform* digital untuk berjualan ini dan didukung dengan adanya mata wirausaha digital juga

menumbuhkan minat berwirausaha secara digital salah satunya melalui media sosial (Wibowo et al., 2023).

Capaian pembelajaran dari matakuliah digitalisasi bisnis ini mencetak wirausahawan dalam bisnis digital sesuai dengan profil lulusan program studi, oleh sebab itu Rencana Pembelajaran Semester (RPS) yang dirancang oleh dosen memuat materi mengenai bisnis *online* diantaranya: mengenai konsep bisnis tradisional, transformasi bisnis tradisional ke digital hingga pemahaman mengenai bisnis digital itu sendiri. Kemudian memuat materi mengenai pemasaran *online* yang didalamnya mengenai perangkat yang digunakan dalam menginformasikan produknya secara *online* dan juga bagaimana konsep teknologi finansial digunakan oleh para pelaku bisnis *online*. Dari ketiga materi yang ada yang nilai pengaruhnya paling signifikan dalam minat berwirausaha adalah pada materi pemahaman konsep bisnis digital yang dimana materi ini membuka wawasan bagaimana perkembangan bisnis saat ini. Dari hasil riset yang dikutip di *website* indonesiabaik.id bahwa negara Indonesia masuk kedalam peringkat ke 5 dunia dalam kategori jumlah usaha rintisan yang dimiliki, hal ini menandakan bahwa dengan adanya transformasi digital dalam usaha membuat masyarakat mulai mencoba membangun usaha rintisan dengan harapan dapat berkembang, ([Indonesiabaik.id](http://indonesiabaik.id), 2021) dengan demikian diharapkan juga melalui wawasan digitalisasi bisnis yang telah didapatkan membuat mahasiswa semakin tertarik dalam berwirausaha.

Minat berwirausaha mahasiswa jika dilihat dari hasil konstanta sebesar 27,246 artinya memang minat berwirausaha sudah tinggi karena sebelum mata kuliah bisnis digital mereka juga mendapatkan mata kuliah kewirausahaan dan ekonomi kreatif. Sejalan dengan hasil riset sebelumnya bahwa Pendidikan kewirausahaan memiliki kontribusi yang positif terhadap minat berwirausaha peserta didik sehingga dosen dan institusi perlu mengembangkan ketrampilan berwirausaha mahasiswa (Ouragini & Lakhali, 2024). Dengan demikian di program studi Pendidikan ekonomi memiliki 3 (tiga) mata kuliah pendukung dalam menumbuhkan minat berwirausaha, namun didalam kedua mata kuliah sebelumnya kegiatan wirausaha dilakukan secara kelompok dengan produk nyata dan berjualan secara konvensional sedangkan dalam mata kuliah digitalisasi bisnis ini dilakukan dengan cara individu atau perorangan sebagai tanggung jawab diri menggali potensi dan kemampuan dalam berwirausaha secara digital. Selain itu juga minat berwirausaha juga dapat timbul dari faktor dalam diri mahasiswa antara lain faktor kecerdasan sosial dan juga kemandirian, (Aban, 2020).

Faktor lingkungan atau regional ini juga dapat mempengaruhi minat usaha dan juga *background* keluarga juga menjadi penumbuh minat berwirausaha selain itu juga faktor *gender* dapat mempengaruhi minat berwirausaha, (Hintikka et al., 2022). Keinginan berwirausaha ini sebaiknya bukan hanya digali di jenjang perguruan tinggi saja, namun sejak Pendidikan dasar, karena pada masa pendidikan dasar kemambuan berfikir anak sedang mengalami perkembangan yang optimal dengan demikian terbentuknya lingkungan belajar yang positif dalam berwirausaha membuat mereka tumbuh berkembang di masyarakat sudah mandiri dan bisa berjuang menghadapi tantangan (Saptono et al., 2021), semakin dini Pendidikan kewirausahaan ini dikenalkan dan ditanamkan maka akan semakin awal peserta didik memulai

dan juga dapat membentuk karakter wirausahawan yang mandiri, jujur, berdaya juang dan lainnya.

Bahan atau hasil dari riset ini akan menjadi pertimbangan bagi dosen dalam menentukan metode dan bahan kajian dalam pembelajaran digitalisasi bisnis untuk berikutnya. Dosen perlu mengkaji lebih dalam lagi dan juga perlu adanya survei pendahuluan sebelum pembelajaran digitalisasi bisnis dengan survei setelah mengikuti pembelajaran agar dapat melihat hasilnya secara mendalam lagi akan keberhasilan matakuliah digitalisasi bisnis dalam menumbuhkan minat berwirausaha secara digital, dan nantinya bisa memfokuskan *platform* digital yang dapat digunakan untuk berwirausaha. Selain dosen, hasil riset ini juga bisa sebagai bahan masukan program studi dalam perumusan capaian pembelajaran lulusan pada mata kuliah digitalisasi bisnis.

SIMPULAN

Mata kuliah digitalisasi bisnis ini merupakan paket dari mata kuliah yang mendukung profil lulusan program studi yakni *entrepreneur* atau wirausaha. Mata kuliah digitalisasi bisnis diampu setelah lulus dari mata kuliah kewirausahaan dan ekonomi kreatif. Dengan kata lain mata kuliah ini ada matakuliah akhir yang membekali mahasiswa untuk membangun dan juga mengembangkan minat berwirausaha. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dibahas didalam pembahasan dari 53 responden yang menjadi sampel riset 24 responden telah memiliki usaha dan 25 responden belum memiliki usaha dan memiliki minat berwirausaha. Minat berwirausaha mahasiswa dapat dilihat pada data riset pada uji F menyatakan terdapat pengaruh yang simultan antara materi perkuliahan pada mata kuliah digitalisasi bisnis dalam membangun minat berwirausaha secara digital. Pengaruh tertinggi pada pembahasan konsep bisnis digital. Konsep bisnis digital ini menjadi daya tarik yang memudahkan bagi mahasiswa untuk belajar menjadi wirausaha dengan modal sedikit sudah bisa memulai usaha melalui platform digital.

Saran untuk penelitian ini hasilnya dapat digunakan sebagai pengembangan metode pembelajaran oleh dosen dalam mata kuliah bisnis digital untuk meningkatkan minat berwirausaha yang dapat berdampak jangka panjang pada perekonomian negara. Untuk mendukung efektifitas mata kuliah digitalisasi bisnis dalam meningkatkan minat berwirausaha maka sebaiknya program studi bersama tim dosen pengampu dapat berdiskusi bersama mengenai dalam penentuan capaian pembelajaran lulusan agar dapat menghasilkan profil lulusan yang sesuai dengan harapan.

DAFTAR RUJUKAN

- Aban, N. (2020). Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Minat Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Flores. *Jurnal Analisis*, 19, 76–84.
- Anwar, I., Ahmad, A., Saleem, I., & Yasin, N. (2023). Role of entrepreneurship education, passion and motivation in augmenting

- Omani students' entrepreneurial intention: A stimulus-organism-response approach. *The International Journal of Management Education*, 21(3). <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S1472811723000800>
- Badan Pusat Statistik Indonesia. (2022). *Februari 2022: Tingkat Pengangguran Terbuka (TPT) sebesar 5,83 persen dan Rata-rata upah buruh sebesar 2,89 juta rupiah per bulan*. Badan Pusat Statistik. <https://www.bps.go.id/pressrelease/2022/05/09/1915/februari-2022--tingkat-pengangguran-terbuka--tpt--sebesar-5-83-persen.html>
- Darmawan, I. (2021). Menumbuhkan Minat Berwirausaha Mahasiswa Melalui Pendidikan Kewirausahaan Berbasis Caring Economics. *Jurnal Ekonomi Dan Pendidikan*, 18(1), 9–16. <https://doi.org/10.21831/jep.v18i1.40035>
- Fahmi, I., Fachruddin, R., & Silvia, V. (2019). Analisis E-Business pada Keputusan Kewirausahaan Bisnis Digital (Sebuah Kajian Literatur Studi). *Prosiding Seminar Nasional Kewirausahaan*, 1(1), 71–75. <https://doi.org/10.30596/snk.v1i1.3583>
- Faizah, F. N. (2022). Eksistensi bisnis kuliner halal melalui digital marketing di era new normal. *SERAMBI: Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis Islam*, 4(1), 85–98. <https://doi.org/10.36407/serambi.v4i1.513>
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 25 edisi ke-9*. Universitas Diponegoro.
- Hidayat, F. (2021). *Industri E-Commerce Raup Untung di Masa Pandemi*. Beritasatu.Com. <https://www.beritasatu.com/ekonomi/727253/industri-ecommerce-raupuntung-di-masa-pandemi>
- Hintikka, J., Taipale-Eräväla, K., Lehtinen, U., & Eskola, L. (2022). Let's be entrepreneurs – Finnish youth's attitudes toward entrepreneurship. *Journal of Enterprising Communities: People and Places in the Global Economy*. <https://doi.org/10.1108/jec-07-2021-0099>
- Indonesiabaik.id. (2021). *Indonesia 5 Besar dengan Startup Terbanyak Dunia*. <https://indonesiabaik.id/videografis/indonesia-5-besar-dengan-startup-terbanyak-dunia#:~:text=Indonesia Urutan ke-5 Dunia,%2C Tokopedia%2C Ruangguru hingga Bukalapak>
- Jaenudin, A., Suroto, S., & Astuti, D. P. (2019). Menumbuhkan Minat Berwirausaha Melalui teknologi Digital Pada Pembelajaran Kewirausahaan Mahasiswa Di Era Industri 4.0. *Economic Education and Entrepreneurship Journal*, 2(2), 84–95. <http://jurnal.fkip.unila.ac.id/index.php/E3J/article/view/19903/0>

- Kusuma, J. W., Maliki, B. I., & Fatoni, M. (2020). Peran Pendidikan Dalam Menyiapkan Bisnis Tradisional Memasuki Era Digital. *Edusaintek: Jurnal Pendidikan, Sains Dan Teknologi*, 7(1), 39–53. <https://doi.org/10.47668/edusaintek.v7i1.57>
- Leong, K. (2018). FinTech (Financial Technology): What is It and How to Use Technologies to Create Business Value in Fintech Way? *International Journal of Innovation, Management and Technology*, 9(2), 74–78. <https://doi.org/10.18178/ijimt.2018.9.2.791>
- Ouragini, I., & Lakhal, L. (2024). The Effect of Entrepreneurial Marketing Education on The Determinants of Students' Entrepreneurial Intention. *The International Journal of Management Education*, 22(1). <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.ijme.2023.100903>
- Pradiani, T. (2018). Pengaruh Sistem Pemasaran Digital Marketing Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Hasil Industri Rumahan. *Jurnal Ilmiah Bisnis Dan Ekonomi Asia*, 11(2), 46–53. <https://doi.org/10.32812/jibeka.v11i2.45>
- Putri, N. I., Herdiana, Y., Suharya, Y., & Munawar, Z. (2021). Kajian Empiris Pada Transformasi Bisnis Digital. *ATRABIS: Jurnal Administrasi Bisnis*, 7(1), 1–15. <http://jurnal.plb.ac.id/index.php/atrabis/article/view/600>
- Ramadhani, N. T., & Nurnida, I. (2016). Pengaruh Mata Kuliah Kewirausahaan Terhadap Minat Ber-Entrepreneur. *EQUILIBRIUM: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Pembelajarannya*, 4(2), 135. <https://doi.org/10.25273/equilibrium.v4i2.654>
- Ridha, R. N., Burhanuddin, B., & Wahyu, B. P. (2017). Entrepreneurship intention in agricultural sector of young generation in Indonesia. *Asia Pacific Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 11(1), 76–89. <https://doi.org/10.1108/apjie-04-2017-022>
- Rosmiati, Junias, D. T. S., & Munawar. (2015). Sikap, Motivasi, dan Minat Berwirausaha Mahasiswa di Surabaya. *JKMP (Jurnal Kebijakan Dan Manajemen Publik)*, 17(1), 21–30. <https://doi.org/10.109744/jmk.17.21-30>
- Saptono, A., Wibowo, A., Widyastuti, U., Narmaditya, B. S., & Yanto, H. (2021). Entrepreneurial self-efficacy among elementary students: the role of entrepreneurship education. *Heliyon*, 7(9), e07995. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2021.e07995>
- Subagiyo, T. (2021). *Kemendikbudristek Sebut Minat Wirausaha Mahasiswa Meningkat.* Antara News. <https://www.antaraneews.com/berita/2347062/kemendikbudristek-sebut-minat-wirausaha-mahasiswa-meningkat#mobile-nav>

- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif dan R&D*. In *Bandung: Alfabeta*.
- Usman, A., & Syamsuddin. (2023). Hasrat Berwirausaha untuk Menjadi Pendiri Usaha dan Minat Berwirausaha Online: Peranan Norma Subjektif Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Ekonomi Pendidikan Dan Kewirausahaan*, *11*(1), 103–114. <https://doi.org/10.26740/jepk.v11n1.p103-114>
- Wibowo, A., Narmaditya, B. S., Suparno, Sebayang, K. D. A., Mukhtar, S., & Shafiai, M. H. M. (2023). How does digital entrepreneurship education promote entrepreneurial intention? The role of social media and entrepreneurial intuition. *Social Sciences and Humanities Open*, *8*(1), 100681. <https://doi.org/10.1016/j.ssaho.2023.100681>