

## **Analisis Minat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar**

**Anita<sup>1\*</sup>, Ahmad AC<sup>2</sup>, Muhammad Rusydi<sup>3</sup>**

*<sup>1,2,3</sup> Magister Manajemen, Universitas Muhammadiyah Makassar*

### **Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi meningkatkan minat berwirausaha mahasiswa dan mengetahui upaya yang dilakukan mahasiswa untuk memulai sebuah usaha. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Informasi yang diperoleh berupa data-data tertulis maupun lisan dari informan. Sedangkan teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu Observasi dan Wawancara. Jumlah responden sebanyak 10 responden yang terdiri dari 2 orang dosen Kewirausahaan dan 8 Orang mahasiswa Manajemen angkatan 2018. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dalam meningkatkan minat berwirausaha mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis universitas muhammadiyah Makassar dapat dilakukan dengan cara melakukan kuliah kewirausahaan yang terstruktur, KKP kewirausahaan, magang kewirausahaan, dan program kreatif mahasiswa sedangkan upaya mahasiswa dalam memulai bisnis dimulai dengan menemukan ide-ide produk terlebih dahulu, menemukan partner untuk bekerja sama, kemudian proses menciptakan produk.

**Kata Kunci:** Minat Wirausaha, Mahasiswa

Copyright (c) 2023 **Anita**

---

✉ Corresponding author :

Email Address : [alfinafitriani58@gmail.com](mailto:alfinafitriani58@gmail.com)

### **PENDAHULUAN**

Pendidikan merupakan cara paling tepat untuk menciptakan manusia yang cerdas, berkualitas, berkompetensi, kreatif, serta bertanggung jawab. Namun faktanya saat ini di Indonesia orang yang berpendidikan tinggi belum tentu mendapatkan pekerjaan yang layak atau bahkan diantaranya banyak yang menjadi pengangguran (Karim dkk, 2023). Tingginya angka pengangguran disebabkan oleh banyaknya minat para alumni atau lulusan dari perguruan tinggi maupun sekolah menengah atas sebagai pencari lapangan kerja bukan sebagai pencipta lapangan kerja (Hasniati dkk, 2023).

Banyaknya mahasiswa lulusan perguruan tinggi yang hanya ingin menjadi pegawai menunjukkan pola pikir untuk menjadi seorang wirausaha di kalangan mahasiswa masih sangat kecil (Prasetyo, 2020). Beberapa hasil penelitian mengatakan bahwa mahasiswa sulit untuk mau dan memulai berwirausaha dengan alasan bahwa mereka tidak dibekali dan dirangsang untuk berusaha sendiri juga faktor yang tidak kalah pentingnya adalah kurang atau sulitnya mendapatkan modal untuk memulai sebuah usaha. Sudah banyak sekali alumni lulusan perguruan tinggi maupun lulusan

Sekolah menengah atas yang hanya menjadi pengangguran, akibatnya pendidikan yang dibanggakan justru terlihat percuma (Wardhani & Rachmawati, 2019).

Semakin maju atau berkembang suatu Negara semakin banyak juga orang yang terdidik dan semakin banyak pula yang menganggur karena kurangnya lapangan pekerjaan (Karim dkk, 2022). Hal ini menunjukkan bahwa semakin pentingnya dunia *entrepreneur* di dalam perekonomian suatu negara (Ardiani & Putra, 2020). Pembangunan akan lebih berhasil jika ditunjang oleh para *entrepreneur* yang dapat membuka lapangan pekerjaan karena kemampuan pemerintah sangat terbatas. Pemerintah tidak akan sanggup membenahi semua pembangunan karena sangat banyak membutuhkan anggaran belanja, personalia, dan pengawasan (Mardjuni dkk, 2022). Sehingga lapangan kerja yang mampu pemerintah siapkan pun sangatlah terbatas dan sulit untuk memenuhi kebutuhan seluruh masyarakat di Indonesia.

Kewirausahaan (*entrepreneur*) merupakan persoalan penting di dalam perekonomian suatu negara yang sedang berkembang (Saâ & Mahmud, 2019). Kemajuan atau kemunduran suatu bangsa sangat ditentukan oleh keberadaan dan peranan dari kelompok wirausahawan ini. Namun jumlah *entrepreneur* di Indonesia masih sedikit dan mutunya belum bisa dikatakan hebat untuk menopang perekonomian, sehingga persoalan wirausaha ini menjadi persoalan yang mendesak bagi suksesnya perekonomian di Indonesia.

Kewirausahaan dapat diartikan sebagai sebuah kemampuan kreatif dan inovatif yang dijadikan dasar untuk menciptakan nilai tambah barang dan jasa yang dilakukan dengan keberanian untuk menghadapi risiko (Kumara, 2020). Pendapat lain mengatakan bahwa *entrepreneur* adalah seorang yang mempunyai daya kreativitas dan inovasi yang kuat, memiliki manajerial yang tinggi, menguasai pengetahuan bisnis secara mendalam, serta berperilaku dengan tujuan membentuk suatu usaha baru. Secara epistemologi *entrepreneur* pada hakikatnya merupakan suatu kemampuan dalam berpikir kreatif dan berperilaku inovatif yang dijadikan dasar, sumber daya, tenaga penggerak, tujuan, siasat, dan kiat dalam menghadapi tantangan hidup (Suryana, 2003).

Memulai usaha dari bawah bukanlah sebuah perkara yang mudah (Karim dkk, 2021). Ada orang yang membuka usaha karena tidak ada pilihan lain selain membuka usaha sendiri, ada juga yang memulai usaha karena faktor pendidikan yang rendah sehingga sulit mendapatkan pekerjaan (Dewi, 2019). Ada juga yang terpaksa memulai usaha karena terkena PHK dari perusahaannya, dan ada juga yang memulai usaha karena lebih senang memilih usaha sendiri dari pada bekerja pada orang lain. Itu semua tidak lepas dari faktor minat, motivasi dan dorongan yang ada disekitarnya (Wahyuni dkk, 2022).

Minat berwirausaha adalah kecenderungan untuk memulai bisnis baru (Yanti, 2019). Seseorang yang memiliki minat untuk berwirausaha akan merasa senang dan bersemangat terhadap hal-hal yang berhubungan dengan kewirausahaan, serta aktif ikut berpartisipasi dalam kegiatan kewirausahaan tanpa ada paksaan dari luar (Yadewani & Wijaya, 2017). Minat berwirausaha adalah keinginan, ketertarikan serta kesediaan untuk bekerja keras atau berkemauan keras untuk berdikari atau berusaha memenuhi kebutuhan hidupnya tanpa merasa takut dengan risiko yang akan terjadi, serta senantiasa belajar dari kegagalan yang dialami (Oei dkk, 2022).

Minat seseorang untuk menjadi wirausahawan bisa muncul dari dalam diri (faktor internal) maupun dari luar diri (faktor eksternal). Faktor internal antara lain :1) Merasa tidak puas dengan pekerjaan yang sedang dilakukan, 2) menyukai tantangan,

3) berani mengambil risiko, 4) Senang mencoba sesuatu yang baru, 5) Keinginan yang kuat untuk mandiri dan tidak bergantung pada orang lain. 6) dan mempunyai keinginan yang kuat untuk mewujudkan mimpi. Sedangkan faktor eksternal antara lain: 1) Tidak memiliki pekerjaan, 2) Ada sumber daya yang bisa dimanfaatkan seperti mendapatkan investor atau ada lokasi yang strategis. 3) Mengikuti pelatihan hingga memiliki minat yang kuat untuk berwirausaha. 4) ada peluang usaha yang bagus, 5) diajak bekerjasama, 6) dan adanya dorongan dari keluarga, teman atau kerabat (Prilovia & Iskandar, 2018).

*Entrepreneurship* digambarkan sebagai proses menciptakan suatu produk dengan memanfaatkan waktu dan kegiatan disertai modal dan risiko, serta menerima balas jasa dan kepuasan serta kebebasan pribadi (Keinditia & Kustini, 2022). Oleh karena itu *entrepreneurship* mempunyai lingkup atau cakupan yang sangat sangat luas dan bersifat dinamis (Bharata, 2019). Inti dari pengertian kewirausahaan adalah kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda (*create a new different*), atau menciptakan sesuatu yang memiliki nilai tambah (*added value*). Pasar melalui proses pengelolaan seluruh sumber daya yang dimiliki dengan cara-cara baru dan berbeda dari yang sudah ada, melalui kreativitas dan inovasi.

## METHODELOGI

### Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan fenomenologi (Sugiyono, 2017). Penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian secara holistik dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode ilmiah.

### Teknik Pengumpulan Data

Untuk mendapatkan data yang valid dan akurat penulis menggunakan beberapa teknik untuk pengumpulan data, yaitu:

#### 1. *Survey* Pustaka

Yaitu memperoleh data yang ada hubungannya dengan permasalahan penelitian baik yang didapat dari buku-buku teori, hasil-hasil seminar, maupun skripsi yang mempunyai hubungan dengan penelitian ini.

#### 2. Observasi

Yaitu suatu cara untuk mengumpulkan data dengan mengajukan pertanyaan langsung kepada responden.

#### 3. Wawancara

Dalam penelitian ini menggunakan teknik wawancara bebas terpimpin (Arikunto, 2013). Wawancara bebas terpimpin adalah wawancara yang dilakukan dengan mengajukan pertanyaan secara bebas namun masih tetap berada pada pedoman wawancara yang sudah dibuat. Pertanyaan akan berkembang pada saat melakukan wawancara.

#### 4. Dokumentasi

Dokumentasi adalah cara mencari data atau informasi dari buku-buku, catatan-catatan, transkrip, surat kabar, majalah, prasasti, notulen, rapat, agenda dan yang lainnya. Metode ini dapat digunakan untuk memperdalam pemahaman akan konsep teori yang terkait dengannya.

### Data Informan

Data informan merupakan data yang dikumpulkan dari aktor-aktor atau informan yang terlibat di dalamnya, yang menjadi informan dalam penelitian ini adalah 2 orang Dosen Kewirausahaan dan 8 orang mahasiswa manajemen dari fakultas Ekonomi dan bisnis dimana 1 orang merupakan informan kunci dan 9 lainnya merupakan informan pendukung.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti upaya yang dapat dilakukan dalam meningkatkan minat berwirausaha mahasiswa yaitu dengan adanya kurikulum pembelajaran kewirausahaan serta melakukan pelatihan tentang kewirausahaan pada mahasiswa. Adapun tujuan dalam pelatihan kewirausahaan bagi mahasiswa yaitu:

- a) Melatih mahasiswa secara bertahap agar memiliki kompetensi kewirausahaan dan bisnis.
- b) Melatih mahasiswa agar mampu bertindak mendirikan usaha yang layak dengan memanfaatkan peluang yang ada pada saat tertentu dan di daerah tertentu.
- c) Mengembangkan SDM yang mampu menciptakan kesempatan kerja bagi dirinya sendiri maupun orang lain sesuai tuntutan pembangunan.

Berdasarkan hasil wawancara dengan informan peneliti menarik kesimpulan bahwa banyak mahasiswa mempunyai ide berwirausaha tetapi kurang mendapat dorongan mengenai langkah-langkah apa yang harus dilakukan dalam memulai sebuah usaha. Selain itu mengingat bahwa mahasiswa sebagian besar belum mempunyai sumber pendapatan sendiri menjadi hambatan yang mengakibatkan mahasiswa kurang tertarik dalam memulai sebuah usaha. Padahal jika ada dampingan dari dosen bahkan dengan modal yang kecil pun kita bisa memperoleh keuntungan dengan menggunakan strategi pemasaran yang benar.

Strategi yang patut untuk di coba di perguruan tinggi dalam meningkatkan minat berwirausaha mahasiswa yaitu, kuliah kewirausahaan, KKP Kewirausahaan, magang kewirausahaan, dan program kreatif mahasiswa.

### 1. Kuliah kewirausahaan.

Strategi pertama yang dapat digunakan yaitu dengan mengadakan mata kuliah kewirausahaan secara terstruktur. Mata kuliah kewirausahaan yang bukan hanya mempelajari tentang landasan teori saja tetapi juga disertai dengan pendidikan karakter. Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti diperoleh data bahwa mata kuliah kewirausahaan berperan penting dalam meningkatkan minat berwirausaha mahasiswa baik dalam menambah wawasan tentang berwirausaha, menumbuhkan mental dan semangat berwirausaha, dan meningkatkan motivasi mahasiswa dalam berwirausaha.

### 2. KKP Kewirausahaan

Strategi kedua yang dapat digunakan yaitu dengan mengadakan program KKP Kewirausahaan. Program ini dilaksanakan dengan tujuan memberikan pemahaman secara langsung kepada mahasiswa mengenai praktek kewirausahaan. Data ini diperoleh dari jurnal yang peneliti gunakan sebagai referensi untuk penelitian ini. Dengan adanya program ini mahasiswa dapat diberikan penyuluhan dari industri-industri kreatif yang bekerja sama dengan perguruan tinggi tersebut. Selain itu mahasiswa juga dilatih untuk membuat produk dan kemudian dipasarkan.

### 3. Magang kewirausahaan

Strategi ketiga yang dapat digunakan yaitu dengan mengadakan program magang kewirausahaan. Program ini dilakukan dengan tujuan agar mahasiswa memperoleh pelatihan secara langsung dari pengusaha-pengusaha di tempat magang tersebut. Program ini bertujuan untuk melatih mahasiswa dalam memahami resiko-resiko yang mungkin akan dihadapi dengan cara penyelesaiannya. Dengan strategi ini mahasiswa benar-benar akan memperoleh pengalaman melakukan usaha.

#### 4. Kreatif Mahasiswa

Strategi keempat yang dapat digunakan yaitu dengan membentuk program kreatif mahasiswa. Para mahasiswa yang telah mempelajari ilmu pengetahuan dasar kewirausahaan didorong untuk memiliki ide baru sehingga mampu menciptaka dan produk-produk baru yang layak saing dan inovatif. Minat berwirausaha tidak harus sesuatu yang belum pernah dibuat oleh seseorang, tetapi lebih mengembangkan kepada hal yang sudah ada. Ide kreatif mahasiswa dapat dikembangkan melalui dorongan dari dosen-dosen pada program studi.

Mahasiswa yang berada ditahap awal dalam memulai sebuah usaha dapat memulainya dengan membuat perencanaan bisnis. Perencanaan bisnis berisi visi dan misi perusahaan, latar belakang, deskripsi produk yang akan dijual, strategi pemasaran, sistem operasional, dan struktur kepengurusan bisnis, menemukan ide-ide produk terlebih dahulu. Ide produk dapat diperoleh dari hobi ataupun kebutuhan hidup sehari-hari. Setelah menemukan ide, mahasiswa dapat mencari partner yang dapat diajak untuk bekerja sama dengan melakukan percobaan demi percobaan. Dalam proses menciptakan dan menjalankan usaha kegagalan tentu akan terjadi, seperti terbatasnya modal yang dimiliki, terbatasnya waktu karena harus berkuliah, perbedaan pendapat dengan partnert dan pendapatan awal yang masih terbilang rugi. Pada awal menciptakan usaha, seseorang akan menemui masalah ketidakstabilan lingkungan dan ketidakpastian keuntungan, ketidakpastian konsumen, serta ketidakpastian keuangan. Hal tersebut terjadi karena berbisnis bukanlah bekerja. Pendapatan berbisnis tidak dapat dihitung dengan pasti, mahasiswa wirausahawan juga tidak bisa menghitung berapa orang yang akan membeli produk dan berapa keuntungan yang akan diperoleh.

Meski telah melakukan proses perencanaan bisnis, seorang pemula yang masih berada pada tahap awal bisnis tentu saja tidak lepas dari ketidaksesuaian rencana yang terjadi. Selalu saja ada hal-hal yang terjadi diluar dari perkiraan, untuk itu sangat diperlukan adanya *business model canvas*. Business model canvas (BMC) merupakan sebuah strategi manajemen yang digunakan untuk merancang perencanaan bisnis perusahaan berdasarkan proposisi nilai perusahaan, produk, infrastruktur, pelanggan dan keuangan. Menggunakan BMC dapat memberikan gambaran kasar dari ide bisnis dan dapat menciptakan struktur rencana bisnis yang baik. Sehingga kita dapat mengurangi risiko kekeliruan dalam perencanaan bisnis. BMC menjadi salah satu strategi manajemen yang populer di kalangan bisnis dan sering dipelajari di universitas. Hal tersebut dikarenakan tampilan BMC yang sederhana dan mudah untuk dipamahi.

## SIMPULAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan yang telah penulis sampaikan setelah melakukan penelitian, serta menelaah secara seksama maka penulis dapat menarik kesimpulan yaitu Meningkatkan minat berwirausaha mahasiswa dapat dilakukan dengan cara melakukan kuliah kewirausahaan yang terstruktur, KKP Kewirausahaan,

magang kewirausahaan, dan program kreatif mahasiswa. Upaya mahasiswa dalam memulai bisnis dimulai dengan menemukan ide-ide produk terlebih dahulu, menemukan partner untuk bekerja sama, kemudian proses menciptakan produk

## Referensi

- Ardiani, W., & Putra, R. (2020). Faktor-Faktor Penguat Minat Berwirausaha Mahasiswa Universitas Harapan Medan. *Maker: Jurnal Manajemen*, 6(1), 20-30. <https://doi.org/10.37403/mjm.v6i1.134>
- Arikunto, S. (2013). *Prosedur Penelitian: Suatu pendekatan praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Bharata, W. (2019). Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan dan Motivasi Usaha terhadap Minat Berwirausaha (Studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo). *Capital: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 2(2), 98-114. <http://doi.org/10.25273/capital.v2i2.3985>
- Dewi, K. (2019). Peran mediasi self-efficacy pengaruh motivasi belajar terhadap minat berwirausaha mahasiswa. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 8(1), 1-9. <https://doi.org/10.34006/jmbi.v8i1.60>
- Hasniati, H., Indriasari, D. P., Sirajuddin, A., & Karim, A. (2023). The Decision of Women in Makassar City to Entrepreneur. *Binus Business Review*, 14(1). <https://doi.org/10.21512/bbr.v14i1.8936>
- Karim, A., Musa, C. I., Sahabuddin, R., & Azis, M. (2021). The Increase of Rural Economy at Baraka Sub-District through Village Funds. *The Winners*, 22(1), 89-95. <https://doi.org/10.21512/tw.v22i1.7013>
- Karim, A., Ruslan, M., Burhanuddin, A., Taibe, P., & Sobirin, S. (2023). Contribution of Village Funds to Regional Economic Recovery in South Sulawesi Province. *SEIKO: Journal of Management & Business*, 6(1), 567-582.
- Karim, A., Syamsuddin, I., Jumarding, A., & Amrullah, A. (2022). The Effect of Gender Independence and Leadership Style on Audit Quality in Makassar Public Accounting Offices. *International Journal of Social Science Research and Review*, 5(7), 114-126. <https://doi.org/10.47814/ijssrr.v5i7.341>
- Keinditia, R., & Kustini, K. (2022). Analisis Kemampuan Penggunaan Media Sosial dan Pembelajaran Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN "Veteran" Jawa Timur. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 3(6), 3526-3533. <https://doi.org/10.37385/msej.v3i6.1113>
- Kumara, B. (2020). Analisis faktor yang mempengaruhi minat berwirausaha dengan menggunakan media sosial. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 6(1), 52-56.
- Mardjuni, S., Thanwain, I. N., Abubakar, H., Menne, F., & Karim, A. (2022). BUSINESS SUSTAINABILITY IN FOOD AND BEVERAGE PROCESSING INDUSTRY THROUGH INNOVATION IN MAROS REGENCY, INDONESIA. *Journal of Southwest Jiaotong University*, 57(6). <https://doi.org/10.35741/issn.0258-2724.57.6.85>
- Oei, A., Sendow, G. M., & Lumantow, R. Y. (2022). Pengaruh Motivasi dan Efikasi Diri Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Ekonomi & Bisnis Universitas Sam Ratulangi. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 10(4), 1007-1017. <https://doi.org/10.35794/emba.v10i4.43201>
- Prasetyo, T. (2020). Analisis Pengaruh Penggunaan Media Sosial, Motivasi Intrinsik, dan Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha

- Mahasiswa. *Jurnal Serasi*, 18(1), 35-46.  
<http://dx.doi.org/10.36080/js.v18i1.1040>
- Prilovia, H., & Iskandar, I. (2018). Minat Wirausaha Mahasiswa Fakultas Ekonomi Unswagati Cirebon. *Edunomic: Jurnal Ilmiah Pendidikan Ekonomi Fakultas Pendidikan dan Sains*, 6(2), 57-64. <http://dx.doi.org/10.33603/ejpe.v6i2.1510>
- Saâ, L., & Mahmud, A. (2019). Pengaruh penggunaan instagram dan efikasi diri melalui motivasi berwirausaha terhadap minat berwirausaha. *Economic Education Analysis Journal*, 8(1), 18-32.  
<https://doi.org/10.15294/eeaj.v8i1.29758>
- Sugiyono. (2017). *Metode penelitian kombinasi (mixed methods)*. Bandung: Alfabeta. Hal. 294-296.
- Suryana. (2003). *Kewirausahaan: pedoman praktis, kiat, dan proses menuju sukses. Edisi revisi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Taufik, A., Azhad, M. N., & Hafidzi, A. H. (2018). Faktor yang mempengaruhi minat berwirausaha mahasiswa. *Jurnal Penelitian IPTEKS*, 3(1), 86-99.  
<https://doi.org/10.32528/ipteks.v3i1.1881>
- Wahyuni, N., Kalsum, U., Asmara, Y., & Karim, A. (2022). Activity-Based Costing Method as an Effort to Increase Profitability of PT. Anugrah Ocean Wakatamba. *Jurnal ASET (Akuntansi Riset)*, 14(2).  
<https://doi.org/10.17509/jaset.v14i2.45642>
- Wardhani, R. A. N., & Rachmawati, S. (2019). Pengaruh pembelajaran kewirausahaan dan motivasi terhadap minat untuk berwirausaha mahasiswa ikip PGRI Jember. *EQUILIBRIUM: Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Pembelajarannya*, 7(1), 52-57.  
<http://doi.org/10.25273/equilibrium.v7i1.3836>
- Yadewani, D., & Wijaya, R. (2017). Pengaruh e-Commerce Terhadap Minat Berwirausaha. *Jurnal RESTI (Rekayasa Sistem Dan Teknologi Informasi)*, 1(1), 64-69. <https://doi.org/10.29207/resti.v1i1.6>
- Yanti, A. (2019). Pengaruh pendidikan kewirausahaan, self-efficacy, locus of control dan karakter wirausaha terhadap minat berwirausaha. *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 2(2), 268-283.  
<https://doi.org/10.30596/maneggio.v2i2.3774>