

Analisis Peluang Wirausaha Mahasiswa di Tengah Perkembangan Ekonomi Era Digital (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Negeri Jakarta)

Ciek Julyati Hisyam
Universitas Negeri Jakarta

Annisa Intan Maharani
Universitas Negeri Jakarta

Istiharoh
Universitas Negeri Jakarta

Pramasheila Arinda Putri
Universitas Negeri Jakarta

Alamat: Jl. Rawamangun Muka, RT.11/RW.14, Rawamangun, Pulo Gadung, Kota Jakarta Timur, Daerah Khusus Ibukota Jakarta, 13230.

Korespondensi penulis: cjhisyam@unj.ac.id

Abstract. *This study aims to analyze entrepreneurial opportunities owned by university students amid economic development in the digital era. This research uses a qualitative approach with a case study method. The data collection techniques used include literature study and in-depth interviews. Data analysis was carried out using interactive data analysis, namely through the process of data reduction, data presentation, and conclusion drawing. The results showed that in opening entrepreneurial opportunities, students take advantage of technology in the digital era to find ideas, make products, and promote their entrepreneurs so that they can be reached by many consumers. The development of this digital economy affects student entrepreneurship opportunities, where increasingly sophisticated technology is one of the main supporting factors, although fierce competition is a significant challenge. These entrepreneurial opportunities can also be analyzed using Pierre Bourdieu's capital theory and arena concept.*

Keywords: *Opportunities, Digital Era, Entrepreneurship.*

Abstrak. Studi ini bertujuan untuk menganalisis peluang wirausaha yang dimiliki oleh mahasiswa di tengah perkembangan ekonomi di era digital. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Teknik pengumpulan data yang digunakan meliputi studi kepustakaan dan wawancara mendalam. Analisis data dilakukan dengan menggunakan analisis data interaktif, yaitu melalui proses reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam membuka peluang wirausaha, mahasiswa memanfaatkan adanya teknologi di era digital untuk mencari ide, membuat produk, dan mempromosikan wirausahanya agar dapat dijangkau oleh banyak konsumen. Perkembangan ekonomi digital ini mempengaruhi peluang wirausaha mahasiswa, di mana teknologi yang semakin canggih menjadi salah satu faktor pendukung utama, meskipun persaingan yang ketat menjadi tantangan signifikan. Peluang wirausaha ini juga dapat dianalisis menggunakan teori modal dan konsep arena dari Pierre Bourdieu.

Kata kunci: Peluang, Era Digital, Wirausaha.

LATAR BELAKANG

Di tengah perkembangan modernisasi dan kemajuan teknologi, munculah istilah yang kian melambung tinggi, yaitu digital (Nafisah, 2022). Di mana setiap langkah perkembangan teknologi membuka pintu luas bagi masyarakat dan memudahkan jalan menuju dunia usaha yang semakin terbuka lebar. Dalam panggung kehidupan digital, tempatnya bukan sekadar

sebagai arena hiburan semata, namun juga panggung berita, pusat belanja, serta ladang interaksi sosial yang mengalir begitu deras. Zaman yang makin digital, membuat kita menyaksikan lahirnya tren ekonomi kolaboratif, yang menjadikan internet dan digitalisasi sebagai roda utama yang memutar perekonomian masa kini.

E-commerce dan *Marketplace*, dua landasan kuat dalam peta ekonomi digital, kini menjamur dengan pesatnya. Meskipun keduanya berbagi tujuan utama, yaitu menyediakan jalur belanja online. Namun, keduanya menyimpan perbedaan yang tak terelakkan. Toko online, misalnya, menjadi jembatan bagi belanja online melalui jejaring sosial seperti WhatsApp, Instagram, bahkan TikTok. Kemudian, *E-commerce* memperkuat wujudnya sebagai situs web yang menawarkan produk langsung tanpa harus melalui komunikasi langsung antara penjual dan pembeli. Sementara itu, *Marketplace* menjadi rumah bagi berbagai penjual yang menyediakan produknya dengan memberikan informasi yang jelas dan terinci kepada calon pembeli. Di sini, kita melihat [Shopee.co.id](https://www.shopee.co.id), [Tokopedia.com](https://www.tokopedia.com), [Bukalapak.com](https://www.bukalapak.com), dan sejumlah nama lainnya menjadi bagian dari lanskap digital yang semakin merebak.

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.

Di zaman digital ini, para pelaku usaha dituntut untuk terus memperbaharui serta meningkatkan perangkat teknologi mereka guna tetap relevan dan dapat bertahan dalam persaingan pasar yang semakin ketat. Perusahaan dituntut untuk senantiasa mengikuti perkembangan teknologi terkini serta berinovasi demi menjaga daya saing mereka. Dalam konteks ini, para wirausaha diharapkan untuk mengamati tren terkini serta memanfaatkan teknologi sebagai alat untuk meningkatkan efisiensi dan produktivitas bisnis mereka. Keseluruhan peran teknologi menjadi krusial dalam kelangsungan bisnis dan perusahaan. Meski membawa beragam peluang baru, namun pengusaha dan perusahaan juga harus mewaspadaai risiko yang timbul akibat perubahan teknologi, serta mengembangkan teknologi mereka secara terus-menerus agar tetap mampu bersaing dalam arena bisnis yang dinamis.

Di zaman digital ini, pola belanja masyarakat telah mengalami pergeseran signifikan dari belanja konvensional ke belanja secara daring, termasuk di antara para mahasiswa. Hal ini sejalan dengan data dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) yang menempatkan mahasiswa sebagai pengguna internet yang paling aktif. Kehadiran toko daring telah memberikan kontribusi besar bagi masyarakat umum, termasuk kalangan mahasiswa, dalam memenuhi kebutuhan mereka secara efisien (Sari., et al, 2023). Mahasiswa memiliki potensi besar untuk menjadi pionir dan penggerak utama dalam ranah bisnis digital. Perkembangan teknologi telah membuka peluang luas bagi mereka, mulai dari *e-commerce*, aplikasi *mobile*, hingga berbagai layanan online, yang memungkinkan mahasiswa untuk memulai dan mengembangkan bisnis tanpa terkendala oleh batasan geografis yang signifikan. Walaupun peluang ini begitu melimpah, namun masih ada beberapa faktor yang memengaruhi kemampuan mahasiswa dalam mengaktualisasikan potensi wirausaha mereka dalam konteks ekonomi digital.

Oleh karena itu, penelitian yang berfokus pada analisis peluang wirausaha di kalangan mahasiswa dalam konteks ekonomi digital menjadi penting. Dengan pemahaman yang lebih mendalam mengenai faktor-faktor yang memengaruhi kapasitas mahasiswa dalam memulai usaha di ranah ekonomi digital, tindakan-tindakan strategis dapat diambil untuk mendukung dan memfasilitasi perkembangan wirausaha di kalangan mereka. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan pencerahan yang berharga bagi pengembangan kebijakan serta program pendidikan yang bertujuan meningkatkan potensi wirausaha mahasiswa dalam menghadapi dinamika ekonomi digital yang terus berubah dan berkembang.

KAJIAN TEORITIS

Penelitian ini menggunakan teori dari Pierre Bourdieu yaitu teori modal (*capital*) dan arena (*field*). Bourdieu mengelompokkan modal ke dalam empat jenis, yakni modal ekonomi, sosial, budaya, simbolik. Pertama, modal ekonomi merupakan kekayaan material, seperti harta dan sejumlah uang yang dimiliki oleh individu yang mempengaruhi posisinya dalam konteks kehidupan sosial. Kedua, 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. Bagi 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 (Field, 2003). Ketiga, modal budaya mengacu pada kumpulan kemampuan atau keahlian individu, termasuk pengetahuan, keterampilan, cara berinteraksi, dan hal lainnya yang berperan dalam menentukan serta mempertahankan posisi sosial. Dan keempat, modal simbolik yang erat dengan kekuasaan simbolis, yaitu kekuasaan yang memungkinkan seseorang memperoleh pengakuan. Modal simbolik dapat berwujud dalam bentuk kantor yang mewah di lingkungan elit, kendaraan dengan pengemudi pribadi, namun juga dapat berupa tanda-tanda yang halus namun bermakna tinggi yang menunjukkan status tinggi pemiliknya, seperti gelar pendidikan yang tercantum dalam kartu nama, cara menemani tamu, serta cara meyakinkan otoritasnya (Haryatmoko, 2003).

Lalu, ada arena atau ranah (*field*) merupakan tempat di mana berbagai bentuk modal saling berinteraksi. Individu yang memiliki jenis-jenis modal tertentu akan mendominasi di bidang-bidang spesifik. Dominasi individu dalam suatu wilayah sosial tergantung pada kepemilikan mereka terhadap jenis modal yang sesuai untuk berperan di dalam wilayah tersebut. Kekuatan atau modal ini memberikan akses kepada keuntungan-keuntungan spesifik dalam bidang tersebut. Selain itu, hubungan antara posisi-posisi ini juga penting, seperti siapa yang mendominasi, siapa yang lebih rendah, atau bahkan setara dalam bidang tersebut.

Pada penelitian ini, penulis menggunakan teori modal sosial yang terkait dengan jaringan dan hubungan sosial yang dimiliki individu. Mahasiswa dengan jaringan sosial yang luas dan kuat dapat memiliki akses lebih baik terhadap informasi, sumber daya, dan dukungan yang diperlukan untuk memulai dan mengembangkan usaha. Adapula, modal budaya yang mengacu pada pengetahuan, keahlian, dan pendidikan yang dimiliki seorang mahasiswa dalam menciptakan produk dan mengidentifikasi peluang yang ada. Serta, konsep arena (*field*) yaitu tempat di mana berbagai bentuk modal tersebut saling berinteraksi.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, di mana pendekatan kualitatif melakukan penelitian yang berorientasi pada fenomena atau gejala yang sifatnya alami. Metode pengumpulan data dilakukan dengan mewawancarai 4 narasumber yang merupakan mahasiswa dan memiliki bisnis kecil. Dalam penelitian kualitatif ini, peneliti terjun langsung ke lapangan untuk mengamati apa yang terjadi. Kemudian, setelah data terkumpul, peneliti menganalisis data agar menjadi lebih terstruktur dan memiliki makna. Peneliti mereduksi data terlebih dahulu dan memfokuskannya pada hal-hal yang penting. Kemudian, peneliti menyajikan data dalam bentuk teks dan paragraf agar lebih memperjelas hasil penelitian.

Setelah itu, peneliti membuat kesimpulan yang merupakan temuan baru yang belum pernah ada.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kesiapan Mahasiswa dan Strategi Pengembangan Peluang Sebagai Wirausaha Era Digital

Pada era digital yang serba instan dan terus berubah ini, mahasiswa dihadapkan dengan bermacam tantangan dan juga peluang. Perubahan digital telah mengubah bagaimana kita hidup, bekerja, bahkan berbisnis. Mahasiswa sebagai generasi muda, tentu hidupnya sangat berhubungan dengan teknologi. Dengan ini, mahasiswa memegang potensi yang cukup besar untuk menggunakan teknologi sebagai salah satu alat untuk mendukung mereka menjadi wirausaha.

Tentu untuk berkecimpung ke dalam dunia wirausaha, mahasiswa perlu mempersiapkan diri mereka agar dapat mendapatkan peluang untuk mengembangkan usaha yang mereka jalani. Setelah melakukan wawancara terhadap empat informan, untuk memulai usaha, para informan ini memanfaatkan teknologi dengan baik. Sebetulnya, hal pertama yang harus dilakukan adalah memiliki ide. Apabila individu tidak memiliki ide, jelas akan sulit untuk memulai usaha itu. Informan kami mengatakan bahwa persiapan yang pertama kali ia lakukan sebelum memulai usaha adalah mencari ide. Kalimat ini dipertegas dengan pernyataan informan kami, Faridah, *“Persiapannya yang pasti ya ide dulu ya, kayak maksudnya mau yang dijual itu tuh mau apa”*.

Selain itu, persiapan yang dilakukan juga dalam bentuk melakukan survei dan mencari toko yang menjual bahan-bahan untuk membuat suatu produk. Dalam hal ini, kami memiliki informan yang mempunyai usaha *DIY Beads Rings and Bracelets*. Untuk mempersiapkan bisnis ini, mereka memanfaatkan teknologi untuk mencari tahu di mana membeli bahan-bahan yang akan mereka gunakan. Hal ini diperkuat oleh pernyataan informan kami, Selvy Gita.

“yang pertama, karena digital juga yaa jadi gampang informasinya terus survei-survei lewat medsos dulu gitu kan, itu kan pasti banyak info-info soal tokonya, bahan-bahan buat produknya, itu gue survei dulu lewat tiktok terus abis itu baru gue coba survei langsung ke tokonya dan mulai coba bikin” (Selvy Gita, 2024).

Mahasiswa sebagai generasi muda yang melakukan wirausaha dengan mengandalkan keterampilannya dalam menguasai teknologi dapat disebut juga sebagai wirausahawan. (Kasmir, 2007) berkata bahwa wirausahawan atau *entrepreneur* merupakan seseorang yang mampu mengganti nilai sumber daya, tenaga kerja, bahan, hingga faktor produksi yang lainnya menjadi lebih besar dibanding sebelumnya. Selain itu, wirausahawan juga mampu melakukan perubahan dan inovasi dengan cara-cara yang baru.

Saat melakukan wawancara dengan informan yang bernama Santika, ia menjelaskan bahwa dalam persiapannya untuk memulai usaha, ia terlebih dahulu mencari distributor produk yang terpercaya. Kemudian, ia akan fokus pada pengemasan ulang dan memasarkan produk kepada target pasar yang ia mau. Hal ini menggambarkan bagaimana teknologi dan strategi bisnis yang efektif dapat mengubah sumber daya yang ada menjadi peluang bisnis yang lebih menguntungkan. Berikut adalah pernyataan dari Santika, "*Persiapan, cari itu karena jualnya yang bukan bikin sendiri jadi cari pemasok gitu loh kayak penjual terus kita jual lagi bikin harganya gitu*"

Persiapan yang serius merupakan langkah awal yang sangat penting bagi mahasiswa untuk memulai usaha di era digital. Namun, kita tahu bahwa persiapan saja tidak cukup tanpa strategi agar peluang bisnis dapat berkembang. Strategi dapat dilakukan dengan memanfaatkan teknologi digital, membuat inovasi pada produk yang dijual, juga dengan mempergunakan relasi yang dimiliki. Telah dilakukan wawancara terhadap beberapa informan mengenai strategi yang mereka lakukan.

Informan dalam memulai dan melaksanakan usahanya di era digital, ternyata mereka memanfaatkan teknologi dengan sangat baik. Untuk mengembangkan peluang usaha, mereka memanfaatkan teknologi sebagai alat untuk membangun citra diri produk, melakukan promosi, dan juga melakukan pemasaran produk mereka. Hal ini sejalan dengan penuturan dari informan yang bernama Selvy Gita, "*Sejauh ini, memperbagus visualisasi di media sosial aja sih, terus foto produknya gitu, sama palingan minta tolong ke temen-temen dekat buat di sg-in.*"

Selain itu, wirausahawan juga perlu melakukan inovasi pada produknya agar memiliki ciri khas dibandingkan dengan produk kompetitor. Dalam sesi wawancara kemarin, informan kami mengaku bahwa ia melakukan inovasi dengan cara mempromosikan produk beli 3 gratis 1. Hal ini lebih mungkin membuat pembeli lebih tertarik untuk membeli produk yang dijual. Seperti yang dituturkan oleh Faridah, "*Kalau inovasi mungkin lebih ke promosi kayak waktu awal-awal buka ya itu kayak beli 3 gratis 1 gitu, itu kan kayak ngasih ini juga orang-orang*

tertarik buat beli gitu.”. Selain Faridah, informan kami yang lain yaitu Santika juga ternyata melakukan inovasi dengan cara memperbanyak jenis dagangan yang ia jual. Berikut adalah pernyataan dari Santika, “Iya, makin banyak jadi kalau mereka ga suka ga mau beli ini, kita jual yang lain yang mungkin dia suka”

Kemudian, strategi yang terakhir adalah menggunakan relasi yang dimiliki. Dengan menggunakan relasi yang dimiliki, peluang untuk memperluas jangkauan pasar semakin besar karena relasi dapat membantu untuk memperkenalkan produk kita kepada relasi mereka yang lain. Ini tidak hanya meningkatkan visibilitas produk, tetapi juga membangun kredibilitas juga kepercayaan di kalangan calon konsumen yang baru.

Dari hasil wawancara kepada empat informan, kami mendapatkan bahwa mereka semua menggunakan relasi yang dimiliki untuk membantu mempromosikan dan juga memasarkan produk mereka. Mereka meminta tolong kepada teman-teman untuk membantu memposting foto produk mereka. Kemudian, bila ada yang tertarik, produk akan dikirimkan melalui teman mereka. Seperti yang dijelaskan 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 iibunya, pacarnya, ke temen beda kampus.”*

Kesiapan mahasiswa untuk menghadapi dunia wirausaha pada era digital seperti ini sangat amat penting sebagai jalan pembuka keberhasilan usaha mereka. Selain persiapan, mahasiswa juga perlu memiliki strategi yang tepat. Dengan memanfaatkan sumber daya yang ada untuk mengembangkan peluang usaha. Dan pada akhirnya, terjadi kombinasi yang baik antara persiapan yang matang juga strategi yang baik yang menghasilkan keberhasilan sebagai wirausahawan.

Faktor-faktor yang Memengaruhi Peluang Wirausaha Mahasiswa di Era 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 sempat 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 teman-teman 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 deket 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 (Alhempri, 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.

KESIMPULAN

Mahasiswa sebagai generasi muda memiliki keterkaitan erat dengan teknologi yang memberikan potensi besar untuk menjadi wirausaha di era digital seperti ini. Persiapan yang diperlukan untuk menjadi wirausaha di era digital ini meliputi mencari ide, survei bahan untuk produk, serta memanfaatkan teknologi untuk pembuatan, promosi, serta pemasaran produk. Faktor pendukung yang ada meliputi ketersediaan teknologi, terdapat peluang penghasilan tambahan, dukungan dari keluarga juga teman, serta motivasi dan kreativitas individu. Namun, ada juga faktor penghambatnya seperti keterbatasan modal, persaingan ketat, dan kesulitan individu dalam menjaga konsistensi berwirausaha.

Peluang wirausaha ini dianalisis dengan teori modal sosial, modal budaya, dan konsep arena dari Pierre Bourdieu. Teori modal sosial menunjukkan bahwa jaringan sosial mahasiswa membantu untuk mempromosikan produk kepada rekan-rekan mereka. Sedangkan modal budaya mencakup keahlian dan pengetahuan individu yang mendukung usaha mereka, sementara konsep arena sendiri mengacu pada interaksi di *platform digital* seperti Whatsapp, Instagram, dan *e-commerce* yang memfasilitasi interaksi mereka dengan konsumen. Dalam hal ini, Whatsapp sering menjadi *platform* utama bagi mahasiswa untuk mempromosikan dan memasarkan produk mereka.

DAFTAR REFERENSI

- Aini, N., Nurul Amanah, D. M., & Putri, N. K. (2023). Pengembangan Kewirausahaan Digital di Indonesia. *Coopetition: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 14(2), 243-253. <https://doi.org/10.32670/coopetition.v14i2.3264>
- 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. <http://dx.doi.org/10.31846/jae.v8i1.277>
- Baraka. (2024, March 30). *Kewirausahaan Digital: Peluang dan Tantangan bagi Mahasiswa di Era Teknologi*. baraka. Retrieved May 31, 2024, from <https://baraka.uma.ac.id/peluang-kewirausahaan-digital-untuk-mahasiswa/>
- 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. <http://dx.doi.org/10.35130/jrimk.v4i2.86>
- Field, John. *Modal Sosial*. Yogyakarta: Kreasi Wacana, 2003.
- Haryatmoko. 2003. *Menyingkap Kepalsuan Budaya Penguasa*. Dalam Basis No. 11-12, Th.52, November-Desember 2003, hal. 4-22.
- 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. <http://dx.doi.org/10.35908/ijmpro.v1i2.20>
- Kasmir. (2007). *Kewirausahaan*. PT. Raja Grafindo Persada.
- 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. <https://doi.org/10.57178/paradoks.v3i1.582>
- Maryati, W., & Masriani, I. (2019). Peluang Bisnis di Era Digital Bagi Generasi Muda dalam Berwirausaha: Strategi Memperkuat Perekonomian. *Jurnal Mebis: Manajemen dan Bisnis*, 4(2), 125-130. <https://DOI.org/10.3305/mebis.v4i2.62>
- Nafisah, S., & Siti Rohaya, M. T. (2022). Digital Entrepreneurship: Tantangan dan Peluang Wirausaha Kreatif Bagi Perpustakaan. *Uin Sunan Kalijaga Yogyakarta*.
- Nuryana, I., Sakitri, W., Handayani, B. D., Haryono, A., & Siwi, M. K. (2021). Determinan Kesiapan Berwirausaha Mahasiswa: Sebagai Aktor dalam Meningkatkan Ekonomi Kerakyatan. *Ecogen*, 4(4), 568-580. <http://dx.doi.org/10.24036/jmpe.v4i4.12434>
- 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. <http://dx.doi.org/10.26858/jekpend.v2i2.9736>

- P, D. F., & Permana, E. (2023). Strategi Pengembangan Kewirausahaan Mahasiswa di Kota Depok. *Edikasi*, 2(1), 191-200. <https://doi.org/10.53276/dedikasi.v2i1.36>
- Purwanti, E. (2013). Pengaruh Karakteristik Wirausaha, Modal Usaha, Strategi Pemasaran terhadap Perkembangan UMKM di Desa Dayaan dan Kalilondo Salatiga. *Among Makarti*, 5(1). <http://dx.doi.org/10.52353/ama.v5i1.65>
- Putri, L. P., & Christiana, I. (2021, March). Analisis Faktor yang Mempengaruhi Mahasiswa Berwirausaha di Masa Pandemi Covid. In *Scenario (Seminar of Social Sciences Engineering and Humaniora)* (pp. 211-215). <http://dx.doi.org/10.24036/jrp.v5i3.13803>
- 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.
- Septiawati, S. (2017). Pengaruh Dukungan Sosial dan Kepribadian Ekstraversi terhadap Minat Berwirausaha pada Mahasiswa. *Ecopsy*, 4(2), 77-84. <http://dx.doi.org/10.20527/ecopsy.v4i2.3848>
- 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.
- Zulkifli, Sugiarto, I., Napu, F., Rukmana, A. Y., & Hastuti, P. (2023). Kesuksesan Wirausaha di Era Digital dari Perspektif Orientasi Kewirausahaan (Study Literature). *Sanskara Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 1(02), 81–96. <https://doi.org/10.58812/sek.v1i02.87>