

Minat Berwirausaha: Efek *Digital Marketing* dan Pendidikan Kewirausahaan pada Mahasiswa Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Syariah Alifa Pringsewu

JOURNAL OF
INTERDISCIPLINARY
SCIENCE AND EDUCATION

©The Author(s) 2024

Rizal Khoirul Waton¹

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Syariah Alifa Pringsewu, Indonesia

Hindiana Sava Husada²

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Syariah Alifa Pringsewu, Indonesia

Corresponding Author: Rizal Khoirul Waton

E-mail : rizalkhoirulwatan.stiesalifa@gmail.com

Abstract:

When someone has an interest in entrepreneurship, it means that the person is ready to face the challenges of business competition. Nowadays, many people decide to become entrepreneurs because it is difficult to find permanent jobs. Because there are few job vacancies, they are challenged to build their own businesses. Among the factors that encourage someone's interest in entrepreneurship, researchers choose digital marketing and entrepreneurship education as factors that are thought to be able to influence interest in entrepreneurship. This research is quantitative with its Analysis Technique using SPSS. Data processing is sourced from a questionnaire by 5th semester students of STIES Alifa. The conclusion of the study is the Adjusted R Square Value of 0.811 or 81.1%. This means that Digital Marketing (X1) and Entrepreneurship Education (X2) received by 5th semester students of the Alifa Pringsewu School of Economics can influence Entrepreneurship Interest (Y) by 81.1%, the rest is influenced by other variables. From the t-test, Digital Marketing and Entrepreneurship Education have a positive effect on interest in entrepreneurship.

Keywords: Interest in Entrepreneurship; Digital Marketing; Entrepreneurship Education.

Pendahuluan

Pertumbuhan UMKM pasca pandemic covid-19 cukup signifikan. Dimana banyak pekerja yang terkena PHK dari tempatnya bekerja. Menurut data Badan Pusat Statistik pada tahun 2023, Indonesia memiliki 66 juta UMKM sehingga mampu memberikan kontribusi terhadap Produk Domestik Bruto senilai 61% (www.bps.go.id, 2024). UMKM tersebut didominasi oleh pelaku usaha baru merintis. Berikut adalah diagram pertumbuhan UMKM dari tahun 2020 sampai dengan 2024.



Gambar 1. Pertumbuhan UMKM Indonesia

Dari gambar di atas, terlihat bahwa UMKM mulai tumbuh secara signifikan setelah Indonesia melepas krisis pandemic Covid 19 tahun 2021. Dari situ banyak bermunculanlah pelaku-pelaku usaha baru. Mereka mencoba peruntungan baru di bidang usaha setelah kehilangan pekerjaannya. Bisnis kuliner dan bisnis *fashion* adalah jenis usaha yang paling diminati. Mereka menyebutkan bahwa ini adalah tantangan. Dengan memanfaatkan *digital marketing* mereka bisa membuka usaha tersebut. Bahkan banyak diantara pelaku wirausaha itu adalah pelajar dan mahasiswa. Efek dari perkembangan UMKM di Indonesia salah satunya adalah turunnya angka pengangguran terbuka atau TPT. Terbukti pada Agustus 2024 TPT nya adalah 4,91% turun dari 5,32% dari tahun 2023.

Berbisnis di usia muda saat ini sedang menjadi trend, tidak terkecuali oleh Mahasiswa STIES Alifa Pringsewu Lampung. Bukan hanya minat, namun beberapa mahasiswa sudah menjalankan bisnisnya meski masih dalam skala kecil. Disisi lain STIES Alifa mendukung para mahasiswanya untuk melakukan usaha. Terbukti dengan adanya mata kuliah wajib yaitu Kewirausahaan untuk semua prodinya. Pada tanggal 23 Juni 2024 lalu, STIES Alifa juga memberikan bimtek mengenai sumber daya teknologi guna meningkatkan sumber daya manusia. STIES Alifa memiliki tiga program studi, yaitu Ekonomi Syariah, Perbankan Syariah dan Manajemen Bisnis Syariah. Pihak kampus selalu memberikan dukungan kepada mahasiswa untuk membangkitkan minat berwirausaha (www.sties.alifa.ac.id, 2024).

Kewirausahaan dapat diartikan sebagai proses atau tindakan menjalankan sebuah ide yang diubah serta menghasilkan barang atau produk yang bisa diuangkan atau memiliki nilai (Irma Nur Naini, 2023). Meskipun di atas disebutkan bahwa pebisnis muda sedang mengalami kenaikan, namun minat untuk berwirausaha dari dalam diri mahasiswa masih tergolong rendah. Mahasiswa akan lebih fokus kepada cita-cita untuk mencari pekerjaan atau menjadi seorang karyawan dibandingkan adanya minat berwirausaha (Widyarini, 2018). Perlunya perhatian tentang rendahnya minat berwirausaha mahasiswa dan lulusan perguruan tinggi menjadi permasalahan Bersama (Taqiuddin & Mulianah, 2022).

Permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini adalah cara dalam meningkatkan minat berwirausaha bagi mahasiswa atau para lulusan perguruan tinggi. Sebab, mayoritas mahasiswa bercita-cita untuk menjadi karyawan dan akan terjadi penumpukan pengangguran jika lulusan terbut tidak juga kunjung mendapatkan pekerjaan. Solusi yang tepat untuk mengatasi hal tersebut adalah menyiapkan para mahasiswa untuk menjadi pengusaha muda. Hal tersebut tentunya harus

dilatih dan diberikan motivasi sejak dini. Mahasiswa adalah tumpuan masa depan yang sebaiknya tahu dasar kewirausahaan. Dan itu merupakan tugas dari perguruan tinggi untuk mendapatkan Pendidikan kewirausahaan (Martini Martini et al., 2023).

Pendidikan kewirausahaan dapat diartikan sebagai satuan pembelajaran yang ada di kampus bertujuan memberi pengetahuan kewirausahaan kepada mahasiswanya. Tujuannya untuk memberi motivasi serta pembentukan sikap sadar kewirausahaan sehingga memiliki minat berwirausaha Kesiapan untuk menjadi seorang wirausaha seperti ilmu dan sikap dapat diperoleh dari Pendidikan kewirausahaan. (Eksi & Novi, 2020). Untuk meningkatkan kesadaran masyarakat akan berwirausaha, pemerintah mewajibkan serta memberikan fasilitas Pendidikan kewirausahaan di perguruan tinggi (Afiyati et al., 2023). Dari tahun 2007, pemerintah melalui Kementerian Riset Teknologi dan Pendidikan Tinggi, menyediakan Pendidikan kewirausahaan sebagai mata kuliah wajib di perguruan tinggi (Arumaningtyas et al., 2022). Minat berwirausaha mahasiswa dimotivasi dengan diberinya mata kuliah kewirausahaan sehingga memberikan pengalaman praktis oleh wirausahawan (Maulidya & Patrikha, 2022). Sehingga diharapkan mahasiswa dan pelajar yang telah mendapatkan Pendidikan berwirausaha, maka akan menimbulkan minat dari diri mahasiswa itu untuk berwirausaha (Risakotta & Sapulette, 2023).

Selain Pendidikan kewirausahaan, faktor lain yang dianggap bisa memberikan pengaruh terhadap minat berwirausaha adalah *digital marketing*. *Digital Marketing* dapat diartikan sebagai kegiatan pemasaran produk menggunakan teknologi dengan jejaring sosial dan berkontribusi terhadap penjualan produk tersebut (Putri et al., 2023). *Digital marketing* juga bisa dikatakan sebagai usaha promosi *brand* tertentu melalui media digital sehingga menjangkau tepat waktu dan membentuk *market online channel* seperti *Web*, *Feed*, Jejaring media sosial, *Blog*, *Podcast*, *TV digital* serta yang lainnya yang tertuju pada kegiatan promosi dan pemasaran (Putri et al., 2023). Secara singkat, *digital marketing* adalah model dari marketing yang dilakukan melalui internet serta diteruskan secara digital (Narindro et al., 2021). Kemudahan dalam menjangkau customer menjadi salah satu alasan dalam memunculkan minat berwirausaha bagi masyarakat. Sehingga *digital marketing* berperan sangat penting dalam majunya perekonomian Indonesia.

Berdasarkan *gap research* di atas, peneliti mengambil judul penelitian “Minat Berwirausaha: Efek *Digital Marketing* dan Pendidikan Kewirausahaan pada Mahasiswa Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Syariah Alifa Pringsewu”.

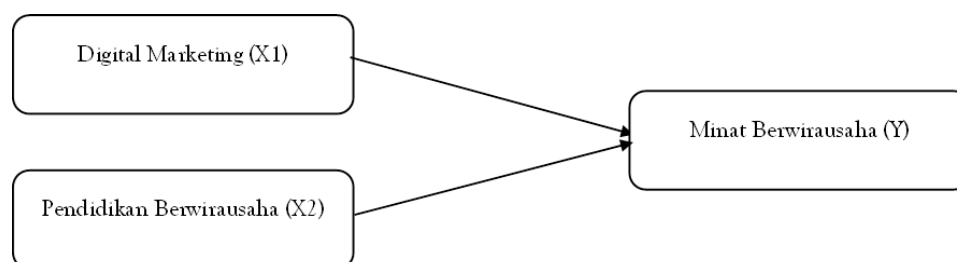
Metode

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif, dengan Teknik analisis yaitu regresi linear berganda. Rumus persamaan regresi adalah $Y = C + B_1X_1 + B_2X_2 + e$, alat analisis adalah SPSS Versi 21. Sumber data didapatkan menggunakan kuesioner via *google form* yang disebarkan kepada mahasiswa semester 5 STIES Alifa Pringsewu Lampung. Sampel yang diperoleh berjumlah 75 mahasiswa terdiri dari 18 prodi Ekonomi Syariah, 34 prodi Perbankan Syariah dan 23 dari prodi Manajemen Perbankan Syariah.

Penelitian ini melibatkan variabel independen dan variabel dependen. Dimana variabel independen adalah *digital marketing* dan Pendidikan wirausaha sedangkan variabel dependen adalah keputusan berwirausaha. Indikator dalam penelitian adalah:

Tabel 1. Indikator Penelitian

No	Variabel	Indikator	Pengukuran
1	Minat Berwirausaha (Y)	Ketertarikan pada bisnis	Skala Likert
		Menghadapi masalah bisnis	
		Mengambil risiko usaha	
		Menggapai kemajuan	
2	Digital Marketing (X1)	Kemudahan pemasaran produk	Skala Likert
		Efektif dan efisien operasional	
		e-wom	
		Pemasaran tanpa batas	
3	Pendidikan Berwirausaha (X2)	Dorongan dari Pendidikan usaha	Skala Likert
		Merumuskan solusi usaha	
		Motivasi sosialisasi usaha	



Gambar 2. Kerangka Pemikiran

Pengembangan hipotesis pada penelitian ini adalah:

- H1 = Ada hubungan antara *Digital Marketing* (X1) dengan Minat Berwirausaha (Y)
 Ho = Tidak ada hubungan antara *Digital Marketing* (X1) dengan Minat Berwirausaha (Y)
 H2 = Ada hubungan antara Pendidikan Wirausaha (X2) dengan Minat Berwirausaha (Y)
 Ho = Tidak ada hubungan antara Pendidikan Wirausaha (X2) dengan Minat Berwirausaha (Y)

Hasil dan Diskusi

Hasil

Tabel 2. Kriteria Responden Berdasar Jenis Kelamin

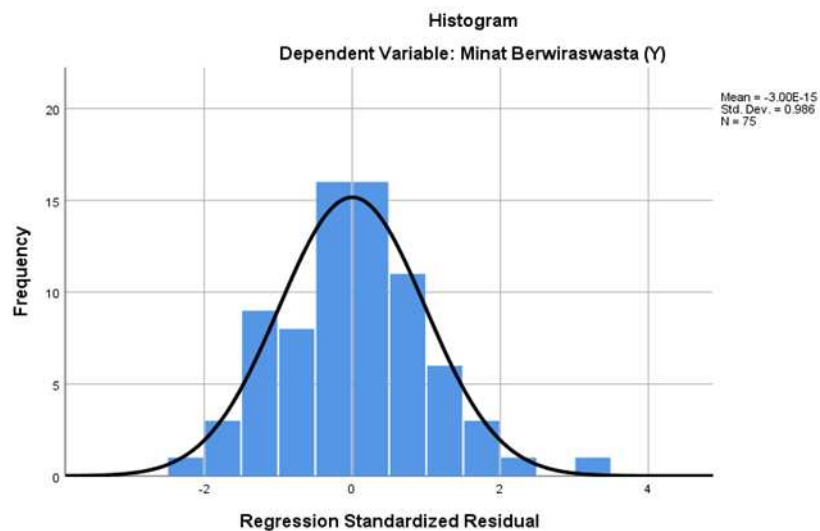
No	Jenis Kelamin	Prodi		
		Ekonomi Syariah	Perbankan Syariah	Manajemen Bisnis Syariah
1	Laki-Laki	8	12	9
2	Perempuan	10	22	14
	Total	18	34	23

Tabel Kriteria Responden Berdasar Jenis Kelamin di atas, menunjukkan jumlah mahasiswa laki-laki prodi Ekonomi Syariah ada 8 dan perempuan 10, untuk prodi perbankan Syariah jumlah mahasiswa laki-laki 12 dan perempuan 22, prodi manajemen bisnis Syariah ada laki-laki berjumlah 9 dan perempuan 14. Dalam hal ini, mahasiswa perempuan lebih mendominasi jika dibandingkan dengan mahasiswa laki-laki.

Tabel 3. *Descriptive Statistics*

Descriptive Statistics			
	Mean	Std. Deviation	N
Minat Berwirausaha (Y)	90.69	3.738	75
Digital Marketing (X1)	69.60	3.365	75
Pendidikan Wirausaha (X2)	51.51	3.562	75

Tabel *Descriptive statistic* di atas, menggambarkan jumlah sampel penelitian adalah 75 responden. Variabel Minat Berwirausaha (Y) memiliki nilai rata-rata 90,69 dengan *Std. Deviation* 3.738. Variabel *Digital Marketing* (X1) memiliki nilai rata-rata 69,60 dengan *Std. Deviation* 3.365. variabel Pendidikan Wirausaha (X2) memiliki nilai rata-rata 51.51 dengan *Std. Deviation* 3.562.



Gambar 3. Uji Normalitas Histogram

Pada gambar Uji Normalitas Histogram, pola yang terjadi sesuai dengan kurva sehingga dapat dikatakan bahwa data berdistribusi dengan normal dan dapat digunakan untuk melanjutkan penelitian.

Tabel 4. Uji Koefisien Determinasi R²

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.903 ^a	.816	.811	1.624	1.642

a. Predictors: (Constant), Pendidikan Wirausaha (X2), *Digital Marketing* (X1)

b. Dependent Variable: Minat Berwirausaha (Y)

Tabel Koefisien Determinasi R² di atas, menunjukkan nilai Adjusted R Square 0,811 atau 81,1%. Artinya *Digital Marketing* (X1) dan Pendidikan Wirausaha (X2) yang diterima oleh mahasiswa semester 5 Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Alifa Pringsewu dapat mempengaruhi Minat Berwiraswasta (Y) sebanyak 81,1% sisanya dipengaruhi oleh variabel lainnya.

Tabel 5. Uji t Parsial

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	22.121	3.927		5.633	0.000		
	<i>Digital Marketing</i> (X1)	0.714	0.072	0.643	9.920	0.000	0.619	2.034
	Pendidikan Wirausaha (X2)	0.367	0.068	0.350	5.397	0.000	0.608	1.644

a. Dependent Variable: Minat Berwiraswasta (Y)

Persamaan regresi linier berganda pada penelitian ini adalah:

$$Y = c + 0,714 X1 + 0,367 X2 + e$$

Tabel Uji t Parsial di atas menunjukkan bahwa:

- Nilai sig *Digital Marketing* (X1) adalah 0,000 < 0,05 artinya *Digital Marketing* (X1) berpengaruh terhadap Minat Berwiraswasta (Y)
- Nilai Sig Pendidikan Wirausaha (X2) adalah 0,000 < 0,05 artinya Pendidikan Wirausaha (X2) berpengaruh terhadap Minat Berwiraswasta (Y)

Tabel 6. f Simultan

ANOVA ^a						
	Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	843.995	2	421.998	159.956	.000 ^b
	Residual	189.951	72	2.638		
	Total	1033.947	74			

a. Dependent Variable: Minat Berwiraswasta (Y)

b. Predictors: (Constant), Pendidikan Wirausaha (X2), *Digital Marketing* (X1)

Tabel f Simultan menunjukkan nilai Sig 0,000 < 0,05 artinya variabel Pendidikan Wirausaha (X2) dan *Digital Marketing* (X1) secara simultan atau Bersama-sama berpengaruh terhadap Minat Berwiraswasta (Y).

Diskusi

Digital Marketing terhadap Minat Berwirausaha

Nilai sig *Digital Marketing* (X1) adalah 0,000 < 0,05 artinya *Digital Marketing* (X1) berpengaruh terhadap Minat Berwiraswasta (Y). Semakin terampil mahasiswa STIES Alifa dalam

hal *digital marketing*, maka semakin tinggi minat berwiraswastanya. *Digital marketing* merupakan bentuk pemasaran digital dengan menggunakan teknologi dan memanfaatkan jejaring sosial. *Digital marketing* dianggap lebih mudah menjangkau customer secara luas. *Digital marketing* juga tidak memerlukan dana operasional yang banyak untuk melakukan promosi, sehingga para pebisnis baru bisa menghemat anggaran operasionalnya. Mahasiswa saat ini juga dituntut untuk melek teknologi. Memanfaatkan digitalisasi untuk meraih peluang usaha tanpa harus menunggu lulus kuliah dan mencari kerja. Sehingga *digital marketing* berkontribusi dengan menawarkan kemudahan memasarkan produk di media social untuk menumbuhkan minat berwirausaha masyarakat Indonesia pada umumnya dan mahasiswa Sties Alifa pada khususnya.

Pendidikan Wirausaha terhadap Minat Berwirausaha

Nilai Sig Pendidikan Wirausaha (X2) adalah $0,000 < 0,05$ artinya Pendidikan Wirausaha (X2) berpengaruh terhadap Minat Berwiraswasta (Y). Semakin luas pengetahuan seseorang mengenai pengetahuan tentang wirausaha, maka akan semakin tinggi minat berwirausaha yang timbul dari diri individu tersebut. Pendidikan wirausaha bisa didapat dari kelas kewirausahaan, literacy digital wirausaha dari internet atau sosialisasi yang seseorang ikuti. STIES Alifa Pringsewu memberikan materi wajib untuk Pendidikan wirausaha dalam mata kuliahnya, serta memberikan sosialisasi pada mahasiswanya. Bukan hanya itu, STIES Alifa juga memberikan program magang ke para pelaku UMKM beberapa hal yang dilakukan oleh kampus telah membangkitkan jiwa atau motivasi mahasiswanya untuk berwirausaha. Mahasiswa yang berpengetahuan dan memiliki keterampilan dari Pendidikan kewirausahaan membuat terbentuk dan berkembangnya pola pikir serta minat berwirausaha.

Koefisien Determinasi R² atas *Digital Marketing* dan Pendidikan Wirausaha terhadap Minat Berwirausaha

Nilai Adjusted R Square 0,811 atau 81,1%. Artinya *Digital Marketing* (X1) dan Pendidikan Wirausaha (X2) yang diterima oleh mahasiswa semester 5 Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Alifa Pringsewu dapat mempengaruhi Minat Berwiraswasta (Y) sebanyak 81,1% sisanya dipengaruhi oleh variabel lainnya. Beberapa variabel lain yang diduga mampu memberi pengaruh terhadap minat berwirausaha adalah Lingkungan hidup, keinginan atau motivasi dan teknologi digital. Faktor-faktor tersebut dapat menjadi referensi untuk penelitian selanjutnya.

Kesimpulan

Penelitian ini dapat ditarik kesimpulan bahwa:

- Nilai sig *Digital Marketing* (X1) adalah $0,000 < 0,05$ artinya *Digital Marketing* (X1) berpengaruh terhadap Minat Berwiraswasta (Y)
- Nilai Sig Pendidikan Wirausaha (X2) adalah $0,000 < 0,05$ artinya Pendidikan Wirausaha (X2) berpengaruh terhadap Minat Berwiraswasta (Y)
- Nilai Sig $0,000 < 0,05$ artinya variabel Pendidikan Wirausaha (X2) dan *Digital Marketing* (X1) secara simultan atau bersama-sama berpengaruh terhadap Minat Berwiraswasta (Y).
- Nilai Adjusted R Square 0,811 atau 81,1%. Artinya *Digital Marketing* (X1) dan Pendidikan Wirausaha (X2) yang diterima oleh mahasiswa semester 5 Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi

Alifa Pringsewu dapat mempengaruhi Minat Berwiraswasta (Y) sebanyak 81,1% sisanya dipengaruhi oleh variabel lainnya.

Saran penelitian ini adalah:

- Bagi Instansi, Pendidikan wirausaha berpengaruh positif bagi mahasiswa untuk berwirausaha, jadi sebaiknya lebih diperbanyak sosialisasi untuk mahasiswa dengan bekerjasama dengan UMKM yang ada di Lampung maupun skala nasional.
- Bagi dunia penelitian, diharapkan bahwa penelitian ini dapat menjadi referensi untuk penelitian selanjutnya dan mampu memberi sumbangan positif untuk Pendidikan perkuliahan.
- Bagi penelitian selanjutnya, penelitian ini cukup luas cangkupannya sehingga mengenai minat berwirausaha masih menarik untuk dikaji, dan diharapkan untuk menambah variabel intervening dalam penelitian.

Daftar Pustaka

- Afiyati, R. R., Sudarno, S., & Noviani, L. (2023). Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Dengan Pola Pikir Kewirausahaan Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JUPE)*, 11(3), 335–342. <https://doi.org/10.26740/jupe.v11n3.p335-342>
- Arumningtyas, N., Noviani, L., & Harini, H. (2022). Pengaruh Pemanfaatan E-Commerce dan Locus of Control terhadap Kinerja Usaha Mahasiswa Pelaku Bisnis Online. *JPEKA: Jurnal Pendidikan Ekonomi, Manajemen Dan Keuangan*, 6(2), 101–112. <https://doi.org/10.26740/jpeka.v6n2.p101-112>
- Eksi, & Novi. (2020). Terhadap Minat Berwirausaha Yang Dimoderasi Oleh Efikasi Diri Pada Siswa Kelas Xi Bdp Smkn 2 Kediri Eksi Sekarini Novi Marlana. 08(01), 674–680.
- Irma Nur Naini, P. U. kamilia. (2023). Pengaruh Internal Locus Of Control, Environment dan Pendidikan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa. *Journal Of Administration and Educational Management*, 6(2), 252–262.
- Martini Martini, Azizah Zein, Nurul Azmi Pasaribu, & Mansur Keling. (2023). Implementasi Pembelajaran Kewirausahaan Dalam Menumbuhkan Minat Berwirausaha Mahasiswa. *MASMAN : Master Manajemen*, 2(1), 10–17. <https://doi.org/10.59603/masman.v2i1.247>
- Maulidya, N. N., & Patrikha, F. D. (2022). Pengaruh Mata Kuliah Kewirausahaan dan Family Environment terhadap Interest Entrepreneurship melalui Self-Efficacy pada Mahasiswa FEB Universitas Negeri Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 6(2), 14142–14152.
- Narindro, L., Mardjono, R., Mulya, D., & Harahap, E. F. (2021). Pengembangan Keterampilan Guru Melalui Pelatihan Pengelolaan Media Pemasaran Berbasis Digital. *Abdimas Universal*, 3(2), 111–122. <https://doi.org/10.36277/abdimasuniversal.v3i2.120>
- Putri, A. D., Kuswoyo, H., Gulo, I., Ngestirosa, E., & Febrina, E. G. (2023). Pengenalan Wawasan Digital Marketing Bagi Guru SMK N 1 Labuhan Maringgai, Lampung Timur. *Journal of Social Sciences and Technology for Community Service*, 4(1), 147–153.

- Risakotta, K. A., & Sapulette, S. G. (2023). Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan Dan Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha Dengan Self Efficacy Sebagai Variabel Pemoderasi. *Jurnal Riset Mahasiswa Akuntansi*, 11(1), 2–15. <https://doi.org/10.21067/jrma.v11i1.8221>
- Taqiuddin, H. U., & Mulianah, B. (2022). Pelatihan Wirausaha Pemuda. *Abdonesia : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2
- Widyarini. (2018). Mengurangi Pengangguran Terdidik Dengan Meningkatkan Semangat Kewirausahaan Melalui Pelatihan Jasa Laundry Widiyarini Program Studi Teknik Industri , FTIK Universitas Indraprasta PGRI Email: widyarini@unindra.ac.id. *Jurnal Sosio E-Kons*, 10(3), 199–206.

Web: www.bps.go.id

Web: www.sties.alifa.ac.id.