

**EFEKTIVITAS MATA KULIAH KEWIRAUSAHAAN TERHADAP
MINAT UNTUK BERWIRAUSAHA FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM BATIK SURAKARTA**

Ibnu Surya

Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Batik Surakarta

Email : ibnusuryo167@gmail.com

Abstrak : Penelitian ini dilakukan pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Islam Batik Surakarta. mata kuliah kewirausahaan menjadi wajib dan hampir seluruhnya mengikuti pelatihan wirausaha kreatif yang secara rutin diadakan. Penelitian ini untuk mengetahui dan memantik jiwa wirausaha pada setiap diri mahasiswa serta menjelaskan peran penting wirausaha dalam menciptakan kemandirian dan meningkatkan kesejahteraan ekonomi bangsa dan dalam rangka meningkatkan mutu lulusan Universitas sehingga perlu diteliti keefektifan mata kuliah kewirausahaan terhadap minat mahasiswa untuk berwirausaha. Penelitian ini menjawab pertanyaan apakah pemberian mata kuliah kewirausahaan tersebut dapat meningkatkan minat wirausaha mereka di bidang ekonomi kreatif. Alat analisis yang digunakan adalah regresi berganda. Hasil pengujian menunjukkan bahwa : 1) Mata kuliah kewirausahaan berpengaruh positif terhadap minat wirausaha kreatif mahasiswa. 2) Pelatihan wirausaha berpengaruh positif terhadap minat wirausaha kreatif mahasiswa Universitas Islam Batik Surakarta.

Kata Kunci: kewirausahaan, Mahasiswa; minat wirausaha

1. LATAR BELAKANG

Menjadi seorang wirausaha sukses bukanlah perkara yang mudah. (Kyosaki, 2005) mengatakan sembilan dari sepuluh wirausaha pemula akan mengalami kebangkrutan. Barrinegr dan Irenland (2007) mengatakan banyak kelemahan yang dimiliki oleh para wirausaha pemula, diantaranya adalah: Memiliki konsep bisnis yang lemah dan melakukan strategi asal-asalan, Memiliki sumber keuangan yang lemah, Memiliki Sumber Daya Manusia (SDM) yang lemah, Belum memaksimalkan teknologi dengan baik, Menggunakan konsep pemasaran yang salah.

Seorang wirausaha dituntut untuk memiliki ilmu, mental, serta tekad yang kuat agar mampu mempertahankan usahanya. Pendidikan kewirausahaan di Indonesia semakin berkembang beberapa tahun terakhir. Dari jenjang pendidikan dasar hingga perguruan tinggi banyak institusi menjadikan kewirausahaan sebagai pelajaran/ mata kuliah yang wajib untuk ditempuh. Masrun dalam Yuwono et al. (2008) menyatakan bahwa banyak lulusan perguruan tinggi di Indonesia belum mampu berwirausaha. Mahasiswa masih memiliki kecenderungan untuk berpikir bagaimana caranya mereka bisa diterima kerja sesuai dengan jurusan yang sudah ditempuh.

Data Angkatan Kerja Agustus 2017 dari Badan Pusat Statistik (BPS) mencatat ada sekitar 7 juta lebih orang yang menganggur, dari total keseluruhan 128 juta angkatan kerja. Angka pengangguran di kalangan lulusan S1 atau yang biasa disebut sebagai pengangguran intelektual masih cukup tinggi di Negeri ini, yakni sekitar lebih dari 400.000 orang. Kewirausahaan menjadi solusi nyata dalam mengurangi beban pengangguran di Indonesia dengan menciptakan lapangan kerja baru.

Menteri Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah (UKM) Anak Agung Gede Ngurah Puspayoga mengatakan, jumlah wirausaha Indonesia baru mencapai 3,1 persen dari jumlah penduduk. Rasio ini masih lebih rendah dibandingkan dengan negara lain seperti Malaysia 5 persen, China 10 persen, Singapura 7 persen, Jepang 11 persen maupun AS yang 12 persen. Dibutuhkan percepatan angka kewirausahaan untuk menjadikan Indonesia menjadi Negara yang maju. Peran masyarakat bersama pemerintah sangat dibutuhkan untuk terus mendorong terciptanya para pengusaha baru di kalangan swasta maupun mahasiswa di berbagai perguruan tinggi.

Memajukan dan mengembangkan sumberdaya manusia yang menguasai IPTEKS, berkarakter, mandiri dan berjiwa wirausaha. Peran wirausaha (entrepreneur) dalam menentukan kemajuan suatu bangsa/ negara telah dibuktikan oleh beberapa negara maju seperti Amerika Serikat, Jepang, plus tetangga terdekat Indonesia yaitu Singapura dan Malaysia (Dewi, 2017: 29). Di Amerika sampai saat ini sudah lebih dari 12 persen penduduknya menjadi entrepreneur, dalam setiap 11 detik lahir entrepreneur baru dan data menunjukkan 1 dari 12 orang Amerika terlibat langsung dalam kegiatan entrepreneur. Di Jepang, lebih dari 10 persen penduduknya sebagai wirausaha dan lebih dari 240 perusahaan Jepang berskala kecil, menengah, dan besar bercokol di bumi Indonesia. Selanjutnya negara tetangga Singapura dan Malaysia, lebih dari 7,2 persen pengusaha Singapura dan 3 persen pengusaha Malaysia menjadikan pertumbuhan ekonomi negaranya jauh meninggalkan Indonesia. Jumlah pengusaha Indonesia pada tahun 2016 hanya 1,65 persen dari penduduk Indonesia.

Sebagai bentuk pengejawantahan tri dharma perguruan tinggi, Universitas Islam Batik Surakarta memiliki visi untuk mengembangkan jiwa wirausaha dalam diri mahasiswa serta menuju *entrepreneurial university*. Untuk merealisasikan visi besar tersebut Universitas Islam Batik Surakarta membentuk *Team Teaching* yang terdiri dari para akademisi dan juga praktisi dalam mengampu mata kuliah kewirausahaan.

Tujuan utama diselenggarakannya mata kuliah ini untuk memantik jiwa wirausaha pada setiap diri mahasiswa serta menjelaskan peran penting wirausaha dalam menciptakan kemandirian dan meningkatkan kesejahteraan ekonomi bangsa. Dalam rangka meningkatkan mutu lulusan Universitas maka perlu diteliti keefektifan mata kuliah kewirausahaan terhadap minat mahasiswa untuk berwirausaha.

2. TINJAUAN PUSTAKA

Pengertian Wirausaha

Menurut Alwi (2012) sesuai Kamus Besar Bahasa Indonesia, pengertian wirausaha sama dengan *wiraswasta*, yaitu orang yang pandai atau berbakat mengenali produk baru, menentukan cara berpikir baru, menentukan cara produksi baru, menyusun operasi untuk pengadaan produk baru, memasarkan serta mengatur permodalan operasinya. Kewirausahaan merupakan hasil dari suatu disiplin, proses sistematis penerapan kreativitas dan inovasi dalam memenuhi kebutuhan dan peluang di pasar (Suryana, 2013:02). Pada hakikatnya, kewirausahaan adalah kemampuan kreatif dan inovatif yang dijadikan dasar, kiat dan sumber daya untuk menciptakan peluang agar meraih sukses dalam berusaha atau hidup.

Minat Wirausaha

Minat adalah segala perbuatan manusia yang timbul karena dorongan dari dalam dan rangsangan dari luar, tetapi tidak akan terjadi jika tidak berminat. Minat berwirausaha adalah rasa ketertarikan untuk menjadi seorang wirausaha yang bersedia untuk melakukan aktivitas dalam mengelola waktu, keterampilan dan keuangan untuk kemajuan usaha. Minat berwirausaha tidak dibawa sejak lahir tapi tumbuh dan berkembang sesuai dengan faktor-faktor yang mempengaruhi. Definisi dan indikator minat wirausaha dalam penelitian ini

mengadaptasi definisi dan indikator minat berwirausaha dari Rumijati (2010) dengan memberi penekanan pada industri kreatif. Dalam penelitian ini minat kewirausahaan didefinisikan sebagai keinginan mahasiswa dalam mewujudkan atau membentuk usaha baru dalam industri kreatif, dengan indikator: 1. Keinginan untuk bekerja mandiri, 2. Keinginan untuk memperoleh tantangan, 3. Keinginan memperoleh penghasilan yang fluktuatif dan bukan kecil tapi stabil, dan 4. Keinginan untuk membuat sesuatu yang baru.

Ekonomi Kreatif

United Nations Conference on Trade and Development mendefinisikan ekonomi kreatif "*An evolving concept based on creative assets potentially generating economic growth and development*". Namun istilah ini benar-benar mulai terangkat pada tahun 1997 ketika Department of Culture, Media, and Sport (DCMS) United Kingdom mendirikan Creative Industries Task Force. Definisi industri kreatif menurut DCMS Creative Industries Task Force (1998), adalah "Creative Industries as those industries which have their origin in individual creativity, skill & talent, and which have a potential for wealth and job creation through the generation and exploitation of intellectual property and content". Definisi DCMS inilah yang menjadi acuan definisi industri kreatif di Indonesia seperti yang tertulis dalam Buku Rencana Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia 2009-2015 yang dikeluarkan Kementerian Industri Kreatif dapat diartikan sebagai kumpulan aktivitas ekonomi yang terkait dengan penciptaan atau penggunaan pengetahuan dan informasi. Industri kreatif juga dikenal dengan nama lain Industri Budaya (terutama di Eropa atau juga Ekonomi Kreatif). Perdagangan RI (2008) sebagai berikut: "Industri kreatif yang berasal dari pemanfaatan kreativitas, ketrampilan serta bakat individu untuk menciptakan kesejahteraan serta lapangan pekerjaan melalui penciptaan dan pemanfaatan daya kreasi dan daya cipta individu tersebut." Ekonomi Kreatif terdiri dari periklanan, arsitektur, seni, kerajinan, desain, fashion, film, musik, seni pertunjukan, penerbitan, Penelitian dan Pengembangan (R&D), perangkat lunak, mainan dan permainan, Televisi dan Radio, dan Permainan Video. Muncul pula definisi yang berbeda-beda mengenai sektor ini. Namun sejauh ini penjelasan Howkins masih belum diakui secara internasional.

Usaha Kreatif

Konsep kewirausahaan maupun konsep ekonomi kreatif terdapat unsur yang sama, yakni terdapat konsep kreativitas, ide atau gagasan serta konsep inovasi. Kreativitas dalam bisnis adalah bagaimana cara menerapkan kreativitas dalam pekerjaan yang sedang kita lakukan agar dapat memunculkan produk, prosedur dan struktur baru sekaligus meningkatkan cara kerja kita kearah yang lebih baik. Apa yang dibutuhkan oleh bisnis adalah penerapan proses kreatif pada masalah, isu, kesempatan dan peluang yang ada pada saat ini. Sementara produk kreatif, adalah kemampuan untuk melahirkan sesuatu benda atau hal yang sebelumnya sama sekali belum ada untuk dipergunakan (Affif, 2012). Ide yang kreatif dikaitkan dengan ide yang baru, yakni paling tidak untuk orang yang bersangkutan ide kreatif ini dapat melibatkan sebuah usaha penggabungan dua hal atau lebih ide-ide secara langsung (Adair, 1996). Inovasi adalah proses menemukan atau mengimplementasikan sesuatu yang baru ke dalam situasi yang baru. Konsep kebaruan ini berbeda bagi kebanyakan orang karena sifatnya relatif, yakni apa yang dianggap baru oleh seseorang atau pada suatu konteks dapat menjadi sesuatu hal lama bagi orang lain dalam konteks lain. Inovasi adalah memikirkan dan melakukan sesuatu yang baru dan menambah atau menciptakan nilai atau manfaat baru dalam perspektif sosial-ekonomi. Untuk menghasilkan perilaku inovatif, seseorang harus melihat inovasi secara mendasar sebagai proses yang dapat dikelola (Adair, 1996), yang merupakan bagian penting dalam keunggulan bersaing. Inovasi biasanya melibatkan lebih dari satu orang, yang mengisyaratkan adanya kegunaan dan keuntungan yang ingin diraih dan dimiliki

oleh sebagian besar organisasi. Dalam penelitian ini usaha kreatif didefinisikan sebagai usaha dalam industri kreatif.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan Sampel 100 orang mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Islam Batik Surakarta yang diambil secara acak. Model regresi penelitian ini adalah : $Y_i = a + b_1X_1 + b_2X_2$ Dimana : Y_i adalah minat menjadi wirausaha kreatif. i adalah indikator minat wirausaha kreatif. Yaitu: 1. Keinginan untuk bekerja mandiri, 2. Keinginan untuk memperoleh tantangan, 3. Keinginan memperoleh penghasilan yang fluktuatif dan bukan kecil tapi stabil, dan 4. Keinginan untuk membuat sesuatu yang baru. Setiap indikator diberi nilai dalam skala 5. a adalah nilai konstanta b_1 dan b_2 koefisien regresi X_1 adalah variabel dummy untuk pemberian mata kuliah kewirausahaan, bernilai 1 jika sudah mengambil mata kuliah kewirausahaan dan bernilai 0 jika belum. X_2 adalah variabel dummy untuk pelatihan usaha kreatif, bernilai 1 jika sudah pernah mengikuti pelatihan wirausaha kreatif dan bernilai 0 jika belum.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Statistik Deskriptif

Dari seratus orang mahasiswa yang menjadi sampel terdapat 33 orang yang sudah mengambil mata kuliah kewirausahaan, 60 orang yang sudah pernah mengikuti pelatihan usaha kreatif, 31 orang yang sudah mengikuti keduanya baik kuliah kewirausahaan dan pelatihan usaha kreatif, dan 28 orang yang belum mengikuti keduanya baik kuliah kewirausahaan maupun pelatihan usaha kreatif.

Hasil Analisis Regresi

Secara umum, hasil analisis regresi menunjukkan bahwa variabel pemberian mata kuliah kewirausahaan (X_1) dan Pelatihan usaha kreatif (X_2) berpengaruh positif signifikan terhadap minat wirausaha kreatif (Y) pada keempat model regresi, dimanayaitu: Y_1 = Keinginan untuk bekerja mandiri, Y_2 = Keinginan untuk memperoleh tantangan, Y_3 = Keinginan memperoleh penghasilan yang fluktuatif dan bukan kecil tapi stabil, dan Y_4 = Keinginan untuk membuat sesuatu yang baru. Koefisien variabel X_1 positif signifikan menunjukkan bahwa minat wirausaha kreatif lebih tinggi secara signifikan untuk mahasiswa yang sudah mengambil mata kuliah kewirausahaan. Koefisien variabel X_2 positif signifikan menunjukkan bahwa minat wirausaha kreatif lebih tinggi secara signifikan untuk mahasiswa yang sudah pernah mengikut pelatihan wirausaha kreatif. Dari nilai statistik F dan koefisien determinasi terlihat bahwa pengaruh X_1 dan X_2 paling besar pada model 2 dimana Y diukur dari keinginan untuk memperoleh tantangan. Sedangkan pengaruh X_1 dan X_2 paling kecil pada model 3, dimana Y diukur sebagai keinginan memperoleh penghasilan yang fluktuatif dan bukan kecil tapi stabil. Hasil uji determinasi menunjukkan koefisien determinasi paling tinggi pada model 2 yaitu 59,5% dan terendah pada model 3 yaitu 40,7%. Bagaimanapun, hasil tersebut menunjukkan bahwa pengaruh faktor yang tidak dimasukkan dalam model penelitian cukup besar. Hal ini kembali memperkuat dugaan bahwa sejak awal minat mahasiswa berwirausaha memang cukup tinggi, yang disebabkan oleh faktor lain.

Pembahasan

Dari hasil analisis regresi menunjukkan bahwa variabel pemberian mata kuliah kewirausahaan (X_1) dan Pelatihan usaha kreatif (X_2) berpengaruh positif signifikan terhadap minat wirausaha kreatif (Y) pada keempat model regresi, dimanayaitu: Y_1 = Keinginan untuk bekerja mandiri, Y_2 = Keinginan untuk memperoleh tantangan, Y_3 = Keinginan memperoleh

penghasilan yang fluktuatif dan bukan kecil tapi stabil, dan Y4 = Keinginan untuk membuat sesuatu yang baru.

Dari hasil penelitian tersebut, menyatakan efektivitas yang dilakukan Fakultas Ekonomi untuk meningkatkan jiwa kewirausahaan telah dilakukan. Bukan hanya memberikan mata kuliah kewirausahaan untuk meningkatkan jiwa kewirausahaan, adapun mata kuliah pendukung yang diberikan seperti mata kuliah etika bisnis Islam, pemberdayaan ekonomi lokal, studi kelayakan bisnis, manajemen keuangan. Selain itu memfasilitasi mahasiswa dalam melatih skill, memberikan wadah berwirausaha, memberikan seminar-seminar kewirausahaan, pelatihan-pelatihan kewirausahaan, dan praktek Kuliah Kerja Nyata (KKN) yang berbasis kewirausahaan guna mendukung tumbuhnya jiwa kewirausahaan dan semangat serta minat mahasiswa untuk berwirausaha. Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa mahasiswa Fakultas Ekonomi jiwa kewirausahaannya belum tumbuh dan menyatakan mata kuliah kewirausahaan yang diberikan belum efektif untuk meningkatkan jiwa kewirausahaan kalangan mahasiswa. Dari hasil penelitian Data menunjukkan 59,5% mahasiswa memiliki jiwa kewirausahaannya semakin besar setelah mendapatkan mata kuliah kewirausahaan dan menyatakan mata kuliah yang diberikan sudah efektif untuk meningkatkan jiwa kewirausahaan. Mata kuliah Kewirausahaan yang diberikan belum mampu memotivasi mahasiswa padahal upaya yang dilakukan oleh fakultas ekonomi sudah dilakukan dengan memberikan mata kuliah pendukung, pelatihan-pelatihan, serta membekali mahasiswa untuk praktek kuliah kerja nyata (KKN) yang berbasis kewirausahaan seharusnya dengan upaya yang dilakukan sudah cukup untuk mendukung tumbuh kembangnya jiwa kewirausahaan kalangan mahasiswa.

5. KESIMPULAN

Berikut kesimpulan pemberian mata kuliah dan pelatihan wirausaha kreatif sama-sama berpengaruh positif signifikan terhadap minat wirausaha kreatif mahasiswa fakultas Ekonomi Universitas Islam Batik Surakarta.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemberian mata kuliah kewirausahaan yang telah dilakukan terbukti dapat meningkatkan minat wirausaha kreatif pada mahasiswanya. Peneliti selanjutnya disarankan untuk mengeksplorasi faktor-faktor lain yang dapat meningkatkan minat mahasiswa untuk berwirausaha khususnya pada usaha kreatif. Hasil penelitian ini diharapkan pimpinan fakultas ekonomi dapat mengambil kebijakan yang tepat dalam rangka lebih meningkatkan lagi minat mahasiswanya untuk berwirausaha

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. Kewirausahaan Untuk Mahasiswa dan Umum, Bandung: Alfabeta, 2011
- Basrowi, Kewirausahaan Untuk Perguruan Tinggi, Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia, 2011
- Departemen Agama RI, AL-quran dan terjemahan, Jakarta: CV Penerbit Diponogoro, 2011
- Gunawan, Imam, Metode Penelitian kualitatif (Teori dan Praktik), Jakarta: PT Bumi Aksara, 2001.
- Hasan, Ali, Manajemen Bisnis Syariah, Yogyakarta, 2009. Hebdro, Dasar-Dasar Kewirausahaan, Jakarta, 2011 Kasmir, Kewirausahaan, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2013
- Mutis, Thoby, Kewirausahaan Yang Berproses, Jakarta, 1995.
- Machfoedz, Mas'ud, Mahmud Machfoedz, Kewirausahaan Suatu Pendekatan Kontemporer, Yogyakarta: UPP, 2010.
- Suherman, Erman, Desain Pembelajaran Kewirausahaan, Bandung: ALFABETA, 2010.
- Suriyani, Hadis Tarbawi Analisis Paedagogis Hadis-Hadis Nabi, Yogyakarta: Teras, 2012.

- Suryana, Yuyus, Bayu, khatib, Kewirausahaan Pendekatan Karakteristik Wirausahawan Sukses, Jakarta: Perdana Media Graup, 2010.
- Sugiyono, Memahami Penelitian Kualitatif, Bandung: Alfabeta, 2014.
- Sugiarbini, pengertian populasi Dan sampel Dalam penelitian, (Http: Sugithewae, Wordepress. Com.), 09 November 2015.
- Ambok, Pangiuk. 2018. Pengaruh Pertumbuhan Ekonomi Terhadap Penurunan Kemiskinan Provinsi Jambi. Jurnal Ekonomi. UIN Sulthan Thaha Saifuddin : 2-8. <http://ejournal.lp2m.uinjambi.ac.id/ojp/index.php/iltizam/article/view/160>
- Cholili, F. M. 2014, Analisis Pengaruh Pengangguran, pertumbuhan ekonomi dan IPM Terhadap Jumlah Penduduk Miskin di Indonesia.ekonomi wilayah di Provinsi Jawa Tengah. Jurnal Ekonomi. Bogor (ID): Institut Pertanian Bogor. <https://jimfeb.ub.ac.id/index.php/jimfeb/article/view/896>
- Damodar N., Gujarati dan Dawn C. Porter. 2012. Dasar-dasar Ekonometrika Buku 2. Edisi 5. Raden Carlos Mangunsong (penj.). Jakarta: Salemba Empat.
- Davies, A. and G. Quinlivan. 2014. A Panel Data Analysis of the Impact of Trade on Human Development. Journal of Socioeconomics. New York. Vol. 04 No. 02
- Prasetyo, P. Eko. 2009. Fundamental Makro Ekonomi. Yogyakarta: Beta Offset
- Retnowati, Diah. 2015. Pengaruh Pengangguran Terhadap Tingkat Kemiskinan di Jawa Tengah. Jurnal Ekonomi 4 (1):47-52. <http://jp.feb.unsoed.ac.id/index.php/sca-1/article/view/956>
- Rustanto, Bambang. 2015. Menangani Kemiskinan. Bandung: PT Remaja Indonesia.
- Wijayanto. 2012. Analisis Pengaruh PDRB, Pendidikan dan Pengangguran Terhadap Kemiskinan di Kabupaten / Kota Jawa Tengah Tahun 2005-2008. Jurnal Ekonomi. Semarang: Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro.