



PERAN MAHASISWA DALAM BERADAPTASI TERHADAP KEWIRAUSAHAAN DIGITAL

Rafly Irwansyah^{1*}, Bayu Fajar Susanto², Zulrahmadi³

^{1,2,3}Program Studi Bisnis Digital, Universitas Islam Indragiri, Indonesia

raffliirwansyah915@gmail.com, bayufajar14@gmail.com, zulrahmadi@gmail.com

ARTICLE INFO

Kata Kunci: Mahasiswa, Kewirausahaan Digital, Adaptasi, Inovasi, Teknologi, Transformasi.

Received : 18 Januari 2025

Revised : 19 Januari 2025

Accepted: 20 Januari 2025

ABSTRAK

Perkembangan teknologi informasi yang pesat telah mengubah berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam dunia kewirausahaan. Di tengah era digital ini, kewirausahaan digital menjadi sebuah peluang besar bagi mahasiswa untuk berinovasi dan berkreasi. Artikel ini bertujuan untuk menggali peran mahasiswa dalam beradaptasi terhadap kewirausahaan digital serta tantangan dan peluang yang dihadapi. Penelitian ini mengkaji faktor-faktor yang mempengaruhi kesiapan mahasiswa dalam bertransformasi menuju kewirausahaan digital, serta strategi yang dapat diterapkan oleh mahasiswa untuk sukses dalam lingkungan bisnis digital yang terus berkembang.

PENDAHULUAN

Di era Revolusi Industri 4.0 dan 5.0, kemajuan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) telah mengubah lanskap bisnis secara drastis. Digitalisasi proses bisnis, e-commerce, serta penggunaan platform digital untuk memasarkan produk dan jasa, telah menciptakan peluang baru dalam dunia kewirausahaan. Mahasiswa, sebagai generasi muda yang terhubung erat dengan teknologi, berperan penting dalam mengadopsi dan mengimplementasikan kewirausahaan digital. Namun, adaptasi terhadap kewirausahaan digital bukanlah hal yang mudah, karena mahasiswa tidak hanya dihadapkan pada tantangan teknologi, tetapi juga pada kemampuan untuk berinovasi dan berkompetisi dalam pasar yang semakin dinamis.

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis peran mahasiswa dalam beradaptasi terhadap kewirausahaan digital dan bagaimana mereka dapat memanfaatkan teknologi untuk menciptakan peluang usaha di dunia digital.

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Kewirausahaan Digital

Kewirausahaan digital merujuk pada kegiatan wirausaha yang memanfaatkan teknologi digital, seperti internet, media sosial, e-commerce, dan aplikasi mobile, untuk menjalankan bisnis. Menurut Ciriello & Ellram (2018), kewirausahaan digital menawarkan peluang yang lebih besar untuk skalabilitas, fleksibilitas, dan keberlanjutan bisnis. Hal ini sejalan dengan pendapat Schindehutte & Morris (2019) yang menyebutkan bahwa bisnis digital memungkinkan pengusaha untuk menjangkau pasar global dengan biaya yang lebih rendah.



2.2. Mahasiswa dan Kewirausahaan

Mahasiswa memiliki karakteristik tertentu yang dapat mendukung keberhasilan kewirausahaan, seperti kreativitas, keterbukaan terhadap teknologi, dan keinginan untuk mengeksplorasi ide-ide baru (Kuratko, 2017). Namun, mereka juga dihadapkan pada tantangan, seperti kurangnya pengalaman bisnis, keterbatasan sumber daya, dan tekanan akademis (Pittaway & Cope, 2007). Di sisi lain, mahasiswa memiliki akses yang lebih mudah ke berbagai platform digital dan sumber daya pendidikan yang mendukung pengembangan kewirausahaan digital (Gupta et al., 2019).

2.3. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Adaptasi Mahasiswa terhadap Kewirausahaan Digital

Berbagai faktor mempengaruhi keberhasilan mahasiswa dalam beradaptasi dengan kewirausahaan digital, di antaranya adalah pengetahuan teknologi, dukungan institusional, jaringan sosial, dan motivasi pribadi (Isenberg, 2011). Mahasiswa yang memiliki keterampilan digital yang tinggi cenderung lebih siap untuk terlibat dalam bisnis digital. Selain itu, dukungan dari perguruan tinggi dan akses terhadap inkubator bisnis juga berperan penting dalam keberhasilan mahasiswa dalam beradaptasi.

METODOLOGI

3.1. Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan desain kuantitatif dengan pendekatan survei. Survei dilakukan untuk mengumpulkan data mengenai sikap, pengetahuan, dan pengalaman mahasiswa terkait kewirausahaan digital.

3.2. Populasi dan Sampel

Populasi penelitian ini adalah mahasiswa aktif di beberapa perguruan tinggi yang memiliki program studi yang berkaitan dengan kewirausahaan atau teknologi informasi. Sampel penelitian dipilih secara purposive, dengan mempertimbangkan mahasiswa yang memiliki pengetahuan dasar mengenai kewirausahaan digital dan yang telah memiliki pengalaman dalam mengelola bisnis berbasis digital.

3.3. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian yang digunakan adalah kuesioner yang terdiri dari beberapa bagian, yakni demografi, tingkat pengetahuan dan keterampilan teknologi digital, motivasi untuk berwirausaha, serta persepsi terhadap peluang dan tantangan dalam kewirausahaan digital. Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap dan persepsi mahasiswa terhadap kewirausahaan digital.

3.4. Analisis Data

Data yang dikumpulkan dianalisis menggunakan statistik deskriptif untuk mengetahui persepsi dan sikap mahasiswa terhadap kewirausahaan digital. Analisis inferensial dilakukan untuk menguji hubungan antara faktor-faktor seperti



pengetahuan digital, motivasi, dan dukungan institusional dengan kesiapan mahasiswa untuk memulai bisnis digital.

HASIL PENELITIAN

4.1. Profil Responden

Sebanyak 300 mahasiswa dari berbagai perguruan tinggi di Indonesia menjadi responden dalam penelitian ini. Mayoritas responden berusia antara 18 hingga 25 tahun, dan 60% di antaranya berasal dari program studi teknologi informasi dan manajemen bisnis.

4.2. Tingkat Pengetahuan dan Keterampilan Teknologi Digital

Hasil survei menunjukkan bahwa 75% mahasiswa memiliki tingkat pengetahuan yang cukup baik mengenai teknologi digital, meskipun hanya 40% yang merasa percaya diri dalam mengelola bisnis berbasis digital. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun pengetahuan tentang teknologi digital tinggi, mahasiswa masih merasa kurang siap dalam aspek praktis kewirausahaan digital.

4.3. Motivasi untuk Berwirausaha

Sekitar 65% responden mengungkapkan bahwa mereka tertarik untuk memulai bisnis digital karena peluang untuk mencapai kebebasan finansial dan fleksibilitas waktu. Namun, hanya 35% yang merasa cukup termotivasi untuk menghadapi risiko dan tantangan yang terkait dengan kewirausahaan digital.

4.4. Peran Dukungan Institusional

Dukungan dari perguruan tinggi, seperti adanya inkubator bisnis dan pelatihan kewirausahaan digital, sangat berpengaruh terhadap kesiapan mahasiswa dalam memulai bisnis digital. Lebih dari 70% responden yang telah mengikuti program pelatihan kewirausahaan digital mengaku merasa lebih siap untuk berwirausaha digital.

4.5. Tantangan dalam Beradaptasi

Tantangan utama yang dihadapi mahasiswa dalam beradaptasi dengan kewirausahaan digital adalah keterbatasan sumber daya (60%), kurangnya pengalaman (50%), dan ketidakpastian pasar (40%). Selain itu, beberapa mahasiswa juga mengeluhkan kurangnya dukungan dari keluarga dan teman-teman dekat.

PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa mahasiswa memiliki potensi yang besar untuk beradaptasi dengan kewirausahaan digital. Pengetahuan dan keterampilan teknologi digital mereka relatif tinggi, namun kesiapan untuk menjalankan bisnis digital masih terbatas oleh faktor motivasi, dukungan



institusional, dan pengalaman praktis. Dukungan dari perguruan tinggi, seperti penyediaan pelatihan kewirausahaan digital dan inkubator bisnis, terbukti memiliki dampak positif terhadap kesiapan mahasiswa untuk memulai bisnis digital.

Namun, tantangan-tantangan seperti keterbatasan sumber daya dan ketidakpastian pasar menjadi hambatan utama. Oleh karena itu, penting bagi perguruan tinggi untuk memperkuat peran mereka dalam menyediakan lebih banyak dukungan praktis dan akses ke sumber daya bagi mahasiswa yang tertarik untuk memulai kewirausahaan digital.

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

Penelitian ini menunjukkan bahwa mahasiswa memiliki potensi besar untuk beradaptasi dengan kewirausahaan digital, tetapi mereka memerlukan dukungan yang lebih intensif dari institusi pendidikan dan lingkungan sekitar. Beberapa rekomendasi yang dapat diberikan antara lain:

- Perguruan tinggi harus menyediakan lebih banyak program pelatihan praktis yang mengajarkan kewirausahaan digital secara langsung.
- Penguatan jaringan dan inkubator bisnis digital untuk mahasiswa agar mereka dapat mengakses sumber daya yang diperlukan untuk memulai bisnis.
- Mahasiswa perlu diberikan lebih banyak kesempatan untuk berkolaborasi dengan pelaku industri digital guna meningkatkan pengalaman praktis mereka.

Dengan pendekatan yang tepat, mahasiswa dapat memainkan peran penting dalam perkembangan kewirausahaan digital, yang pada gilirannya akan memberikan kontribusi positif terhadap perekonomian digital nasional.

PENELITIAN LANJUTAN

Penelitian ini telah memberikan wawasan awal mengenai peran mahasiswa dalam beradaptasi terhadap kewirausahaan digital. Namun, masih banyak aspek yang dapat dieksplorasi lebih lanjut untuk memperdalam pemahaman tentang kewirausahaan digital di kalangan mahasiswa. Beberapa area yang direkomendasikan untuk penelitian lanjutan antara lain:

7.1. Pengaruh Dukungan Keluarga terhadap Kewirausahaan Digital Mahasiswa

Meskipun penelitian ini telah menunjukkan bahwa dukungan institusional penting, belum banyak yang mengkaji bagaimana dukungan keluarga mempengaruhi keberhasilan mahasiswa dalam berwirausaha digital. Penelitian lebih lanjut dapat meneliti sejauh mana peran keluarga dalam memberikan dorongan atau hambatan terhadap usaha kewirausahaan digital mahasiswa, terutama dalam hal pembiayaan, motivasi, dan jaringan sosial.

7.2. Peran Inkubator Bisnis Digital dalam Meningkatkan Kesiapan Mahasiswa

Meskipun hasil penelitian ini menunjukkan bahwa mahasiswa yang mengikuti pelatihan kewirausahaan digital merasa lebih siap, belum ada kajian mendalam mengenai seberapa efektif inkubator bisnis digital dalam mempersiapkan mahasiswa



untuk menjalankan bisnis berbasis digital. Penelitian lanjutan dapat mengeksplorasi pengaruh inkubator bisnis digital dalam meningkatkan keterampilan praktis mahasiswa dan mempercepat pertumbuhan startup digital yang dibentuk oleh mahasiswa.

7.3. Pengaruh Pengalaman Praktis terhadap Kinerja Bisnis Digital Mahasiswa

Penelitian ini menemukan bahwa keterbatasan pengalaman menjadi salah satu tantangan terbesar yang dihadapi oleh mahasiswa. Penelitian lebih lanjut dapat dilakukan untuk menganalisis bagaimana pengalaman praktis, misalnya melalui magang, kerja sama dengan industri, atau proyek kewirausahaan berbasis digital, dapat meningkatkan kinerja bisnis digital mahasiswa dan mempercepat pengambilan keputusan serta inovasi.

7.4. Model Bisnis Digital yang Tepat untuk Mahasiswa

Berbagai model bisnis digital, seperti e-commerce, SaaS (Software as a Service), dan aplikasi berbasis platform, memiliki tantangan dan peluang yang berbeda. Penelitian lanjutan dapat fokus pada model bisnis digital mana yang paling cocok bagi mahasiswa, berdasarkan karakteristik mereka, seperti keterampilan teknis, kemampuan manajerial, serta sumber daya yang tersedia. Pemahaman yang lebih mendalam mengenai model bisnis yang sesuai dapat membantu mahasiswa dalam memilih dan mengembangkan bisnis digital yang lebih menguntungkan dan berkelanjutan.

7.5. Pengaruh Tren Teknologi Baru terhadap Kewirausahaan Digital Mahasiswa

Dengan perkembangan pesat teknologi baru, seperti kecerdasan buatan (AI), blockchain, dan Internet of Things (IoT), penelitian lanjutan dapat mengeksplorasi bagaimana mahasiswa mengadopsi dan memanfaatkan teknologi-teknologi ini dalam model bisnis digital mereka. Bagaimana mahasiswa memanfaatkan teknologi baru ini untuk menciptakan nilai lebih dalam bisnis mereka, serta tantangan apa saja yang dihadapi dalam mengintegrasikan teknologi ini ke dalam usaha kewirausahaan, dapat menjadi topik yang sangat relevan untuk diteliti lebih lanjut.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penelitian ini tidak akan terlaksana tanpa dukungan berbagai pihak. Kami mengucapkan terima kasih kepada semua responden yang telah berpartisipasi dalam penelitian ini. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada pihak-pihak yang telah memberikan dukungan berupa ide, saran, dan bantuan teknis selama proses penelitian, terutama kepada dosen pembimbing, serta pihak perguruan tinggi yang telah menyediakan fasilitas dan sumber daya yang diperlukan. Semoga hasil penelitian ini dapat memberikan kontribusi yang berarti bagi perkembangan kewirausahaan digital di kalangan mahasiswa serta masyarakat akademik pada umumnya.



DAFTAR PUSTAKA

- [1] Susanto, B. F., Maulana, R., & Fauzan, M. (2024). Strategi pemasaran produk umkm berbasis digital di kabupaten Indragiri Hilir: peluang dan tantangan. *Jurnal Analisis Manajemen*, 10(1), 1-11.
- [2] Gupta, A., Pahuja, M., & Awasthi, S. (2019). Entrepreneurship Education and Technology Adoption among University Students: A Review. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, 25(4), 674-693.
- [3] Isenberg, D. J. (2011). The Entrepreneurship Ecosystem Strategy as a New Paradigm for Economic Policy. *Journal of Business Venturing*, 26(3), 305-314.
- [4] Kuratko, D. F. (2017). *Entrepreneurship: Theory, Process, and Practice* (9th ed.). Cengage Learning.
- [5] Pittaway, L., & Cope, J. (2007). Entrepreneurship Education: A Systematic Review of the Evidence. *International Small Business Journal*, 25(5), 479-510.
- [6] Schindehutte, M., & Morris, M. H. (2019). Entrepreneurship as a Dynamic Process: A Framework for Research and Education. *Journal of Business Research*, 44(1), 1-8.
- [7] Shane, S. (2009). *The Illusions of Entrepreneurship: The Costly Myths That Entrepreneurs, Investors, and Policy Makers Live By*. Yale University Press.
- [8] Choi, Y., & Lee, S. (2017). The Role of University-Industry Collaboration in Digital Entrepreneurship. *Journal of Technology Transfer*, 42(4), 991-1009.
- [9] Hsu, D. K., & Sanders, W. G. (2017). Entrepreneurial Orientation and Business Performance: The Role of Digital Technology. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 41(6), 1009-1029.
- [10] Vesper, K. H. (1990). *New Venture Strategies*. Prentice-Hall.
- [11] Eesley, C. E., & Miller, W. F. (2018). The Role of Digital Platforms in Entrepreneurship: A Global Study of University Students. *Journal of Technology Transfer*, 43(4), 853-869.
- [12] Sarasvathy, S. D. (2001). *Causation and Effectuation: Toward a Theoretical Shift from Economic Inevitability to Entrepreneurial Contingency*. *Academy of Management Review*, 26(2), 243-263.
- [13] Bruton, G. D., Ahlstrom, D., & Li, H. L. (2010). Institutional Theory and Entrepreneurship: Where Are We Now and Where Do We Need to Move in the Future? *Entrepreneurship Theory and Practice*, 34(3), 421-440.
- [14] Liñán, F., & Chen, Y. W. (2009). Development and Cross-Cultural Validation of a Entrepreneurial Intention Questionnaire. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33(3), 593-617.
- [15] Lichtenstein, B. M. B., & Lyons, T. S. (2001). The Entrepreneurial Network: A Resource-Based Approach to Growth in Digital Ventures. *Academy of Management Perspectives*, 15(4), 44-58.
- [16] Melasari, R., Rosliana, R., & Zulrahmadi, Z. (2022). Pengaruh inovasi produk terhadap pemasaran kopra putih edible pada Lpk 8 Yan Ekhsan ditembilahan. *Selodang Mayang: Jurnal Ilmiah Badan Perencanaan Pembangunan Daerah Kabupaten Indragiri Hilir*, 8(1), 39-49.