

## ANALISIS PERSEPSI MAHASISWA PROGRAM STUDI SEKRETARI TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA DI ERA DIGITAL

**Tio Prasetio<sup>1,2</sup>, Reni Hariyani<sup>2</sup>**  
Universitas Budi Luhur, Jakarta, Indonesia

### ABSTRAK

Era digital telah membawa perubahan signifikan dalam dunia bisnis, mempermudah individu untuk menjadi entrepreneur yang sukses. Mahasiswa dipandang sebagai agen perubahan dengan potensi untuk menciptakan lapangan kerja daripada hanya mencari pekerjaan. Namun, menggiatkan minat berwirausaha di kalangan mahasiswa memerlukan pendekatan yang tepat karena dipengaruhi oleh berbagai faktor. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis persepsi mahasiswa Program Studi Sekretari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Budi Luhur terhadap minat berwirausaha di era digital. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Pengukuran minat berwirausaha dilakukan melalui dua faktor utama, yaitu faktor internal (kreativitas, cita-cita, dan keinginan sukses) dan faktor eksternal (platform digital, media sosial, dan business influencer). Sampel penelitian melibatkan 51 mahasiswa yang dipilih melalui teknik purposive sampling, dengan analisis data menggunakan kategori interpretasi skor. Hasil penelitian menunjukkan bahwa rata-rata skor faktor internal berada pada kategori sedang (63%), sementara faktor eksternal juga berada pada kategori sedang (57%). Temuan ini mengindikasikan bahwa mahasiswa setuju bahwa faktor internal dan eksternal memiliki peran penting dalam membentuk minat mereka untuk berwirausaha. Penelitian ini merekomendasikan penguatan pendidikan kewirausahaan berbasis teknologi digital untuk memotivasi mahasiswa dalam mengembangkan kreativitas, membangun cita-cita, dan memanfaatkan peluang dari media sosial serta platform digital

**Kata-kata Kunci:** Persepsi, Minat Berwirausaha, Era Digital, Mahasiswa

## ANALYSIS OF SECRETARY STUDY PROGRAM STUDENTS PERCEPTIONS ON INTEREST ENTREPRENEURSHIP IN DIGITAL ERA

### ABSTRACT

*The digital era has brought significant transformations to the business world, making it easier for individuals to become successful entrepreneurs. Students are viewed as agents of change with the potential to create job opportunities rather than merely seeking employment. However, fostering entrepreneurial interest among students requires appropriate strategies as it is influenced by various factors. This study aims to analyze the perceptions of students from the Secretarial Study Program, Faculty of Economics and Business, Universitas Budi Luhur, regarding their entrepreneurial interest in the digital era. This research employs a quantitative method with a descriptive approach. Entrepreneurial interest is measured through two main factors: internal factors (creativity, aspirations, and the desire to succeed) and external factors (digital platforms, social media, and business influencers). The study involved 51 students selected through purposive sampling, and the data were analyzed using score interpretation categories. The results show that the average score for internal factors falls into the moderate category (63%), while external factors also fall into the moderate category (57%). These findings indicate that students agree that both internal and external factors play a significant role in shaping their entrepreneurial interest. This study recommends strengthening entrepreneurship education based on digital technology to motivate students to develop creativity, build aspirations, and leverage opportunities offered by social media and digital platforms.*

**Keywords:** Perception, Entrepreneurial Interest, Digital Era, Students

---

**Korespondensi:** Tio Prasetio, S.E., M.Akt, Universitas Budi Luhur, Jalan Ciledug Raya, Pesanggrahan, Jakarta Selatan 12260, Email: tio.prasetio@budiluhur.ac.id

**Submitted:** Maret 2024, **Accepted:** April 2024, **Published:** April 2024

**OJS:** <https://journal.budiluhur.ac.id/index.php?journal=serasi>

## PENDAHULUAN

Jumlah pengangguran di kalangan muda di Indonesia tergolong tinggi dibandingkan dengan negara-negara lain di Asia Tenggara (Bank, 2022). Berdasarkan data Survei Angkatan Kerja Nasional (SAKERNAS) tahun 2019, sepertiga dari jumlah pengangguran di Indonesia berasal dari kelompok anak muda. Kondisi ini diperkuat oleh data SAKERNAS tahun 2024, yang menunjukkan bahwa pengangguran terbuka didominasi oleh remaja berusia 15 hingga 24 tahun (BPS, 2024). Fakta ini menjadi ancaman serius bagi keberhasilan bonus demografi yang diharapkan dapat mendorong pencapaian Indonesia Emas 2045. Jika tidak ditangani secara serius, ancaman ini dapat menghambat manfaat optimal dari bonus demografi tersebut. Salah satu strategi yang dapat dilakukan untuk mengurangi angka pengangguran, yang mayoritas berasal dari kelompok muda, adalah mendorong dan memperkuat kemampuan kewirausahaan. Pendidikan tinggi memiliki peran penting dalam mendukung strategi ini, salah satunya melalui penyelenggaraan mata kuliah kewirausahaan dalam kurikulum perkuliahan. Upaya ini merupakan langkah signifikan untuk mengurangi angka pengangguran, khususnya di era digital. Perkembangan media sosial yang sangat erat dengan kehidupan remaja dan mahasiswa memberikan akses informasi yang luas tentang dunia bisnis, pemasaran, dan kisah sukses dari influencer bisnis. Informasi yang mudah diakses ini berpotensi meningkatkan minat generasi muda untuk terjun ke dunia kewirausahaan di era digital. Dalam jangka panjang, diharapkan hal ini dapat meningkatkan pertumbuhan ekonomi melalui bertambahnya jumlah wirausahawan muda yang produktif

Cahya (2023) menjelaskan bahwa era digital telah menyediakan akses informasi yang luas serta berbagai sumber daya pendukung yang memudahkan individu, khususnya mahasiswa, untuk mengeksplorasi peluang bisnis dengan lebih mudah dibandingkan era sebelumnya. Kemajuan teknologi digital, menurut Josephine (2023), menciptakan kondisi yang mendukung mahasiswa dalam mengembangkan produk atau layanan baru di dunia bisnis. Platform digital kini berfungsi sebagai media pemasaran yang efektif sekaligus sarana pengembangan start-up yang dimiliki mahasiswa. Jannah (2021) menyatakan bahwa perubahan ini mencerminkan transformasi fundamental yang memengaruhi cara pandang mahasiswa terhadap masa depan mereka. Pilihan karier kini mulai bergeser dari pekerjaan konvensional yang terikat jam kerja dan tenggat waktu menuju kewirausahaan yang menawarkan fleksibilitas waktu serta kesempatan memperoleh penghasilan yang lebih mandiri. Dengan demikian, mahasiswa dianggap sebagai agen perubahan dalam dunia bisnis yang memanfaatkan peluang untuk menciptakan lapangan pekerjaan baru. Prasetio (2024) berpendapat bahwa persepsi merupakan respons terhadap pesan atau informasi yang diterima oleh otak manusia, yang selanjutnya memengaruhi pandangan dan pola pikir individu. Respon ini menciptakan pemahaman tertentu yang dapat mendorong tindakan, termasuk dalam konteks kewirausahaan. Dewi (2021) menjelaskan bahwa kewirausahaan mengacu pada kemampuan individu untuk mengembangkan produk atau jasa baru melalui pemikiran

kreatif dan tindakan inovatif guna menciptakan ide-ide yang dapat dimanfaatkan secara optimal. Menurut Sari (2018), minat berwirausaha didefinisikan sebagai ketertarikan, keinginan, serta kesiapan untuk bekerja keras dalam membangun bisnis guna memenuhi kebutuhan hidup, meskipun menghadapi risiko yang tinggi. Agusmiati (2019) menambahkan bahwa minat berwirausaha juga dapat dipahami sebagai dorongan atau keinginan seseorang untuk menjalankan praktik bisnis, yang sering kali lahir dari motivasi intrinsik dan lingkungan eksternal.

Beberapa penelitian sebelumnya telah mengkaji minat wirausaha di kalangan generasi muda. Topik ini menjadi perhatian utama karena minat individu dalam berwirausaha berkorelasi erat dengan pengetahuan, pemahaman, serta munculnya inovasi dan kreativitas dalam menjalankan sebuah usaha atau bisnis. Sihombing (2023) menemukan bahwa minat wirausaha di kalangan mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha mengalami peningkatan ketika menggunakan e-commerce. Penelitian ini menunjukkan adanya sinergi antara penggunaan e-commerce dan peningkatan minat berwirausaha. Nurhaida (2021) mengidentifikasi beberapa faktor yang mendorong munculnya minat berwirausaha di kalangan remaja, yaitu lingkungan keluarga, dorongan kewirausahaan, dan pendidikan kewirausahaan. Praktik berwirausaha di era digital dianggap lebih mudah, mengingat media sosial dan internet mempermudah individu untuk melakukan berbagai aktivitas bisnis. Tangkeallo (2021) memberikan bukti empiris bahwa e-commerce memiliki pengaruh simultan terhadap minat berwirausaha. Mahasiswa merasa tertantang untuk menyelesaikan tugas kewirausahaan dengan baik terkait penggunaan e-commerce, sekaligus lebih fokus dalam mempelajari mata kuliah kewirausahaan karena memahami manfaat praktis yang dapat diterapkan dalam dunia bisnis. Utomo (2023) menekankan pentingnya pendidikan kewirausahaan dalam menumbuhkan motivasi dan meningkatkan minat mahasiswa untuk menjadi wirausahawan. Penelitian ini menyimpulkan bahwa mata kuliah kewirausahaan berkontribusi signifikan dalam membangun kemampuan mahasiswa untuk memulai bisnis. Selain itu, Hariyani (2020) mengungkapkan bahwa motivasi dalam penggunaan media sosial serta pengetahuan kewirausahaan memiliki pengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha. Hal ini menunjukkan pentingnya pemanfaatan teknologi digital dan pendidikan kewirausahaan sebagai faktor pendukung utama dalam menumbuhkan minat berwirausaha di kalangan mahasiswa.

Yusuf (2024) menyatakan bahwa persepsi mahasiswa terhadap kesiapan bersaing dalam menghadapi dinamika pasar dan memanfaatkan teknologi digital sangat penting dalam membangun minat menjadi seorang entrepreneur yang sukses. Pembentukan persepsi dan karakter wirausaha idealnya dilakukan sejak dini. Karakter seorang wirausaha yang sukses tidak dapat diperoleh secara instan, tetapi melalui proses yang melibatkan kerja keras, keuletan, kejujuran, inovasi, dan kreativitas yang tinggi. Oleh karena itu, soft skills seperti kemampuan berpikir kreatif, berinovasi, mengambil risiko, dan bekerja secara disiplin perlu ditanamkan kepada mahasiswa sejak awal pendidikan tinggi

untuk memunculkan minat berwirausaha di era digital. Menurut penelitian, faktor-faktor yang memengaruhi minat mahasiswa dalam berwirausaha meliputi kepercayaan diri (confidence), keberanian mengambil risiko (risk-taking), kemampuan inovasi dan kreativitas, disiplin, kerja keras, orientasi masa depan (future-oriented), rasa ingin tahu, kejujuran, dan kemandirian. Namun, berbagai hambatan sering kali muncul, seperti kurangnya modal bisnis, tidak adanya dorongan atau dukungan keluarga, dan kurangnya minat atau passion sebagai seorang entrepreneur. Hambatan-hambatan ini menjadi perhatian penting dalam memahami mengapa mahasiswa cenderung “malas” memulai bisnis atau usaha. Zunaedy (2021) melalui pendekatan kualitatif dengan metode fenomenologi menemukan bahwa minat berwirausaha di kalangan mahasiswa Pendidikan Ekonomi di STKIP PGRI Lumajang tergolong tinggi. Penelitian ini juga menyoroti pentingnya peran passion sebagai faktor yang memotivasi mahasiswa untuk terlibat dalam dunia kewirausahaan. Kebaruan (novelty) dari penelitian ini terletak pada beberapa aspek, yaitu: (1) penggunaan proksi indikator yang mencakup faktor internal dan eksternal untuk mengukur minat berwirausaha; (2) metode penelitian kuantitatif dengan pendekatan deskriptif; serta (3) fokus objek penelitian pada mahasiswa Program Studi Sekretari yang mengikuti mata kuliah kewirausahaan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis persepsi mahasiswa Program Studi Sekretari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Budi Luhur terhadap minat berwirausaha di era digital. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: Bagaimana persepsi mahasiswa Program Studi Sekretari terhadap minat berwirausaha di era digital?

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Rancangan penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan menganalisis persepsi mahasiswa Program Studi Sekretari terhadap minat berwirausaha di era digital berdasarkan faktor internal dan eksternal. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif, yang bertujuan untuk memberikan gambaran rinci tentang persepsi mahasiswa Program Studi Sekretari terhadap minat berwirausaha di era digital. Metode kuantitatif dipilih karena menggunakan data numerik yang dianalisis secara statistik untuk mengukur fenomena yang diteliti, sementara pendekatan deskriptif berfokus pada penggambaran karakteristik data tanpa melakukan intervensi atau manipulasi. Dalam penelitian ini, fokus utama adalah mengidentifikasi dan menganalisis persepsi mahasiswa terhadap faktor internal, seperti kreativitas, cita-cita, dan keinginan untuk sukses, serta faktor eksternal, seperti platform digital, media sosial, dan business influencer

Populasi dalam penelitian ini mencakup seluruh mahasiswa aktif Program Studi Sekretari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Budi Luhur. Penentuan sampel dilakukan menggunakan teknik purposive sampling, yaitu pemilihan sampel berdasarkan kriteria tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian. Kriteria yang digunakan adalah mahasiswa aktif dari angkatan 2020, 2021, 2022, dan

2023 yang telah mengikuti mata kuliah Pengantar Bisnis dan Dasar Akuntansi. Berdasarkan kriteria tersebut, jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 51 orang mahasiswa. Teknik ini dipilih untuk memastikan bahwa responden memiliki latar belakang akademis yang sesuai dengan topik penelitian, sehingga hasil analisis dapat memberikan gambaran yang akurat mengenai persepsi mahasiswa terhadap minat berwirausaha di era digital.

Penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh melalui kuesioner daring yang disebarakan menggunakan tautan Google Form. Kuesioner berisi pernyataan yang dirancang untuk mengukur persepsi mahasiswa berdasarkan faktor internal (kreativitas, cita-cita, keinginan untuk sukses) dan faktor eksternal (platform digital, media sosial, dan business influencer). Validitas isi kuesioner diperiksa berdasarkan tinjauan literatur yang relevan (Zunaedy, 2021; Hadiyati, 2023). Selain itu, penelitian ini juga menggunakan data sekunder yang diperoleh melalui studi kepustakaan, yaitu jurnal ilmiah, buku, dan literatur lain yang relevan dengan tema penelitian.

Data yang diperoleh dianalisis menggunakan skala Likert 5 poin dengan kategori sebagai berikut: 1 = Sangat Tidak Setuju 2 = Tidak Setuju 3 = Netral 4 = Setuju 5 = Sangat Setuju Proses analisis data dilakukan melalui tahapan berikut: 1) Analisis deskriptif untuk menghitung distribusi frekuensi dan persentase jawaban, 2) Penentuan kategori interpretasi skor persepsi berdasarkan kriteria interpretasi dari Sugiyono (2019): 20%-35,99% = Sangat Rendah 36%-51,99% = Rendah 52%-67,99% = Sedang 68%-83,99% = Tinggi 84%-100% = Sangat Tinggi. Data dianalisis menggunakan program SPSS versi 25 untuk menghitung rata-rata, distribusi frekuensi, dan kategori interpretasi skor.

Tabel 1. Kriteria Interpretasi Skor Persepsi

No	Hasil Interpretasi	Kategori
1	20%-35,99%	Sangat Rendah
2	36%-51,99%	Rendah
3	52%-67,99%	Sedang
4	68%-83,99%	Tinggi
5	84%-100%	Sangat Tinggi

Sumber: (Sugiyono, 2019)

Instrumen penelitian ini dirancang berdasarkan literatur dan penelitian sebelumnya (Zunaedy, 2021; Hadiyati, 2023) untuk memastikan relevansi dan validitasnya. Instrumen dibagi menjadi dua bagian utama yang mencerminkan faktor-faktor yang memengaruhi minat berwirausaha. Faktor internal meliputi pengukuran terhadap kreativitas, cita-cita, dan keinginan untuk sukses. Faktor ini bertujuan untuk mengevaluasi karakteristik pribadi mahasiswa yang menjadi pendorong utama dalam membangun minat berwirausaha. Faktor eksternal mencakup pengukuran terhadap persepsi mahasiswa terhadap platform digital, media sosial, dan business influencer. Faktor ini dirancang untuk

mengevaluasi pengaruh lingkungan luar dan teknologi terhadap motivasi mahasiswa dalam berwirausaha

**HASIL DAN PEMBAHASAN**

Penelitian ini mengukur persepsi mahasiswa Program Studi Sekretari terhadap minat berwirausaha di era digital dengan dua faktor utama: faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal meliputi kreativitas, cita-cita, dan keinginan untuk sukses, sementara faktor eksternal mencakup platform digital, media sosial, dan *business influencer*. Data deskriptif dari masing-masing faktor dan komponen dianalisis menggunakan skala Likert 5 poin.

**Pembahasan 1: Hasil Data Deskriptif Pengukuran Persepsi**

Data deskriptif yang diolah berasal dari penggunaan proksi faktor internal dan faktor eksternal. Pengukuran persepsi mahasiswa terhadap minat berwirausaha di era digital dikaji dengan dua faktor yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Jumlah komponen dari keseluruhan faktor yaitu enam buah. Untuk faktor internal yaitu berasal dari dalam diri pribadi mahasiswa mengenai minat berwirausaha. Komponen faktor internal meliputi 1) kreativitas; 2) cita-cita; dan 3) keinginan berhasil atau sukses. Berikut adalah data deskriptif untuk masing-masing komponen. Dengan frekuensi menunjukkan banyaknya jumlah responden yang menjawab sesuai skala poin dan frekuensi persentase menyatakan jumlah frekuensi dikalikan dengan seratus. Penjabaran lebih detail untuk faktor internal yaitu sebagai berikut:

1) Data Deskriptif Kreativitas

Komponen kreativitas masuk sebagai salah satu faktor internal yang berasal dari dalam diri pribadi mahasiswa. Persepsi minat berwirausaha diukur dengan bagaimana tingkat kreativitas yang dimiliki oleh mahasiswa dalam berbisnis menjalankan usaha.

Tabel 2. Data Deskriptif Kreativitas

No	Skala	Frekuensi (N)	Frekuensi Persentase
1	5	14	27%
2	4	29	57%
3	3	8	16%
4	2	0	0%
5	1	0	0%
Jumlah		51	100%

Sumber: Olah Data (2024)

Merujuk pada tabel 2 di atas menunjukkan bahwa mayoritas responden memberikan persepsi mengenai kreativitas yaitu dengan skala 4 atau setuju sebanyak 29 Orang (57%). Mayoritas responden (57%) memberikan skor 4 (setuju) untuk kreativitas, dengan rata-rata skor sebesar

3,8, yang masuk dalam kategori sedang. Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa memiliki tingkat kreativitas yang cukup untuk memulai bisnis di era digital

2) Data Deskriptif Cita-cita

Komponen cita-cita masuk sebagai salah satu faktor internal yang berasal dari dalam diri pribadi mahasiswa. Persepsi minat berwirausaha diukur dengan bagaimana cita-cita atau impian memiliki usaha bisnis.

Tabel 3. Data Deskriptif Cita-cita

No	Skala	Frekuensi (N)	Frekuensi Persentase
1	5	31	61%
2	4	17	33%
3	3	3	6%
4	2	0	0%
5	1	0	0%
Jumlah		51	100%

Sumber: Olah Data (2024)

Merujuk pada tabel 3 di atas menunjukkan bahwa 61% responden sangat setuju (skor 5) bahwa cita-cita menjadi wirausaha adalah bagian penting dari minat mereka, dengan rata-rata skor sebesar 4,2, masuk dalam kategori tinggi.

3) Data Deskriptif Keinginan Berhasil atau Sukses

Komponen keinginan berhasil atau sukses masuk sebagai salah satu faktor internal yang berasal dari dalam diri pribadi mahasiswa. Persepsi minat berwirausaha diukur dengan keinginan berhasil menjadi pengusaha atau *entrepreneur* yang sukses.

Tabel 4. Data Deskriptif Keinginan Berhasil

No	Skala	Frekuensi (N)	Frekuensi Persentase
1	5	36	71%
2	4	13	25% %
3	3	2	4%
4	2	0	0%
5	1	0	0%
Jumlah		51	100%

Sumber: Olah Data (2024)

Merujuk pada tabel 4 di atas menunjukkan bahwa 71% responden sangat setuju (skor 5) bahwa keinginan untuk sukses menjadi penggerak utama dalam membangun minat berwirausaha. Dengan rata-rata skor sebesar 4,4, komponen ini masuk dalam kategori tinggi

Sedangkan untuk faktor eksternal yaitu berasal dari luar diri pribadi mahasiswa mengenai minat berwirausaha. Komponen faktor eksternal meliputi 1) *platform digital*; 2) *social media*; 3) *business influencer*. Penjabaran lebih detail ditampilkan pada tabel di bawah ini yaitu sebagai

berikut:

1) Data Deskriptif *Platform Digital*

Komponen *platform digital* masuk sebagai salah satu faktor eksternal yang berasal dari luar diri pribadi mahasiswa. Persepsi minat berwirausaha diukur dengan bagaimana sistem layanan digital yang menghubungkan bertemunya banyak orang dalam satu tempat untuk berbisnis.

Tabel 5. Data Deskriptif *Platform Digital*

No	Skala	Frekuensi (N)	Frekuensi Persentase
1	5	17	33%
2	4	30	59%
3	3	4	8%
4	2	0	0%
5	1	0	0%
Jumlah		51	100%

Sumber: Olah Data (2024)

Merujuk pada tabel 5 di atas menunjukkan bahwa mayoritas responden memberikan persepsi mengenai *platform digital* yaitu dengan skala 4 atau setuju sebanyak 30 Orang (59%).

2) Data Deskriptif *Social Media*

Komponen *social media* masuk sebagai salah satu faktor eksternal yang berasal dari luar diri pribadi mahasiswa. Persepsi minat berwirausaha diukur dengan sarana *online* dalam memasarkan produk atau jasa serta berkomunikasi dengan pasar dalam berbisnis.

Tabel 6. Data Deskriptif *Social Media*

No	Skala	Frekuensi (N)	Frekuensi Persentase
1	5	31	61%
2	4	20	39%
3	3	0	0%
4	2	0	0%
5	1	0	0%
Jumlah		51	100%

Sumber: Olah Data (2024)

Merujuk pada tabel 6 di atas menunjukkan bahwa mayoritas responden memberikan persepsi mengenai *social media* yaitu dengan skala 5 atau sangat setuju sebanyak 31 Orang (61%).

3) Data Deskriptif *Business Influencer*

Komponen *business influencer* masuk sebagai salah satu faktor eksternal yang berasal dari luar diri pribadi mahasiswa. Persepsi minat berwirausaha diukur melalui sosok figur yang dikenal mampu memunculkan peluang bisnis untuk lebih dikenal oleh masyarakat, sehingga secara otomatis meningkatkan penjualan dan memperkuat *branding* sebuah produk yang dijual.

Tabel 7. Data Deskriptif *Business Influencer*

No	Skala	Frekuensi (N)	Frekuensi Persentase
1	5	20	39%
2	4	26	51% %
3	3	5	10%
4	2	0	0%
5	1	0	0%
Jumlah		51	100%

Sumber: Olah Data (2024)

Merujuk pada tabel 7 di atas menunjukkan bahwa mayoritas responden memberikan persepsi mengenai *social media* yaitu dengan skala 4 atau setuju sebanyak 26 Orang (51%).

### Pembahasan 2: Hasil Kategori Interpretasi Skor Pengukuran Persepsi

Berdasarkan hasil data deskriptif masing-masing komponen untuk setiap faktor internal dan eksternal, selanjutnya dilakukan klasifikasi kategori interpretasi skor. Pengukuran persepsi merujuk pada kategori interpretasi skor untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang tentang fenomena sosial berdasarkan faktor internal dan faktor eksternal terkait minat berwirausaha. Penjabaran dapat dilihat pada tabel di bawah ini meliputi kategori dan rata-rata persentase yaitu sebagai berikut:

Tabel 8. Data Kategori Persepsi Minat Berwirausaha

Faktor	Komponen	Hasil	Kategori
Internal	Kreativitas	57%	Sedang
	Cita-cita	61%	Sedang
	Keinginan Berhasil atau Sukses	71%	Tinggi
	Rata-rata	63%	Sedang
Eksternal	<i>Platform Digital</i>	59%	Sedang
	<i>Social Media</i>	61%	Sedang
	<i>Business Influencer</i>	51%	Rendah
	Rata-Rata	57%	Sedang

Sumber: Olah Data (2024)

Merujuk pada tabel 8 di atas klasifikasi kategori interpretasi skor menunjukkan bahwa pengukuran persepsi berdasarkan faktor internal memperoleh rata-rata sebesar 63%. Hasil skor persepsi mahasiswa terhadap minat berwirausaha dari faktor internal tersebut masuk dalam kategori sedang. Dilengkapi dengan berdasarkan faktor eksternal memperoleh rata-rata sebesar 57%. Hasil skor persepsi mahasiswa terhadap minat berwirausaha dari faktor eksternal tersebut masuk dalam kategori sedang.

### Pembahasan 3: Analisa Persepsi Mahasiswa Terhadap Minat Berwirausaha di Era Digital

Pembahasan mengenai pengukuran persepsi mahasiswa terhadap minat berwirausaha di era digital berdasarkan dari hasil kategori interpretasi skor. Faktor internal dan faktor eksternal yang menjadi proksi dalam penelitian ini menjadi kunci dan tolak ukur persepsi seorang mahasiswa untuk memiliki minat menjadi seorang wirausaha. Merujuk pada hasil rata-rata kategori interpretasi skor yaitu

faktor internal dengan persentase sebesar 63% atau masuk dalam kategori sedang. Menunjukkan hasil bahwa persepsi mahasiswa Program Studi Sekretari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Budi Luhur setuju bahwa faktor internal memengaruhi minat mereka dalam berwirausaha di era digital. Artinya adalah bahwa persepsi mahasiswa meyakini dan menyetujui bahwa jiwa kreativitas diperlukan dalam mencari ide-ide untuk memulai menjalankan sebuah bisnis atau usaha. Kemudian persepsi mahasiswa meyakini dan menyetujui bahwa cita-cita mereka ingin memiliki sebuah bisnis yang bisa memberikan *profit* semaksimal mungkin untuk kesejahteraan ekonomi di masa depan mereka. Selanjutnya persepsi mahasiswa meyakini dan menyetujui bahwa keinginan untuk menjadi pengusaha sukses dan berhasil merupakan impian dari mahasiswa. Dengan demikian persepsi mahasiswa terhadap minat berwirausaha di era digital dari faktor internal menjadi sebuah sikap yang harus dimiliki dari dalam diri pribadi mahasiswa untuk dapat memunculkan minat berwirausaha yaitu seorang *entrepreneur* sukses dan berhasil.

Merujuk pada hasil rata-rata kategori interpretasi skor yaitu faktor eksternal dengan persentase sebesar 57% atau masuk dalam kategori sedang. Menunjukkan hasil bahwa persepsi mahasiswa Program Studi Sekretari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Budi Luhur setuju bahwa faktor eksternal memengaruhi minat mereka dalam berwirausaha di era digital. Artinya adalah bahwa persepsi mahasiswa meyakini dan menyetujui bahwa *platform digital* membantu menunjang dan mendukung proses bisnis dijalankan. Layanan aplikasi yang dapat mempertemukan banyak orang dalam suatu wadah dapat mempercepat jalannya bisnis dikenal lebih luas oleh masyarakat. Selanjutnya persepsi mahasiswa meyakini dan menyetujui bahwa *social media* menjadi sarana dalam strategi marketing pemasaran produk atau jasa yang dijual. Dan kemudian persepsi mahasiswa meyakini dan menyetujui bahwa *business influencer* dapat menciptakan peluang bisnis menjadi lebih dikenal oleh masyarakat secara umum. Dengan demikian persepsi mahasiswa terhadap minat berwirausaha di era digital dari faktor eksternal menjadi sebuah dorongan atau *supporting environment* dalam memotivasi mahasiswa untuk dapat memunculkan minat berwirausaha yaitu seorang *entrepreneur* yang bertanggung jawab, kerja keras dan disiplin

## SIMPULAN

Bonus demografi di Indonesia terancam oleh meningkatnya jumlah pengangguran, terutama di kalangan generasi muda. Salah satu strategi untuk mengatasi permasalahan ini adalah dengan mendorong lahirnya wirausahawan baru melalui peningkatan minat berwirausaha di kalangan mahasiswa. Penelitian ini menunjukkan bahwa faktor internal dan eksternal berperan penting dalam membentuk persepsi mahasiswa terhadap minat berwirausaha di era digital. Hasil penelitian pada faktor internal mengungkapkan bahwa kreativitas, cita-cita untuk memiliki usaha, serta

keinginan untuk menjadi pengusaha sukses secara signifikan memengaruhi minat berwirausaha mahasiswa. Sementara itu, hasil penelitian pada faktor eksternal menunjukkan bahwa platform digital, media sosial, dan *business influencer* juga memberikan pengaruh yang signifikan dalam mendorong minat berwirausaha mahasiswa, meskipun dengan tingkat pengaruh yang lebih bervariasi. Rekomendasi untuk penelitian selanjutnya mencakup penambahan variabel penelitian, seperti faktor lingkungan keluarga, tingkat pendidikan, atau pengalaman praktis dalam berwirausaha, untuk memberikan gambaran yang lebih komprehensif. Selain itu, peningkatan jumlah sampel responden dari berbagai program studi dapat memperkuat generalisasi hasil penelitian. Dengan demikian, penelitian di masa depan dapat lebih mendalam dalam menggambarkan dinamika minat berwirausaha di era digital, terutama di kalangan generasi muda.

## DAFTAR PUSTAKA

- Agusmiati. (2019). Pengaruh Lingkungan Keluarga, Pengetahuan Kewirausahaan, Kepribadian, Dan Motivasi Terhadap Minat Berwirausaha Dengan Self Efficacy Sebagai Variabel Moderating. *Economic Education Analysis Journal*, 7(3), 878–893. <https://doi.org/https://doi.org/10.15294/eeaj.v7i3.28317>
- Bank, W. (2022). *Unemployment*. Internatinal Labor Organization.
- BPS. (2024). *Booklet SAKERNAS*. Badan Pusat Statistik. <https://www.bps.go.id/id/publication/2024/07/05/0455778ea851bbeda66890a8/booklet-sakernas-februari-2024.html>
- Cahya. (2023). *Inovasi pembelajaran berbasis digital abad 21*. Penerbit Yayasan Kita Menulis.
- Dewi. (2021). The Influence Of Self Efficacy, E-Commerce And Entrepreneurial Education In Decision Making For Entrepreneurs. *Research Publish Journal*, 8(2), 124–131.
- Hadiyati. (2023). Dampak Kemampuan Melihat Peluang Usaha Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa: Peran Literasi Media Sosial. *Diklat Review: Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Pelatihan*, 7(3).
- Hariyani, P. dan. (2020). Pengaruh Motivasi Dalam Penggunaan Media Sosial Dan Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa. *Jurnal IKRA-ITH Ekonomika*, 3(3), 94–101.
- Jannah. (2021). Perspektif Mahasiswa Sebagai Agen Of Change Melalui Pendidikan Kewarganegaraan. *ASANKA: Journal of Science and Education*, 2(2), 181–193. <https://doi.org/https://doi.org/10.21154/asanka.v2i2.3193>

- Josephine. (2023). Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Perusahaan Start-Up. *Jurnal Ilmiah Komunikasi*, 4(1), 21–29. <https://doi.org/DOI:https://doi.org/10.55122/kom57.v4i1.748>
- Nurhaida. (2021). Analisis Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Dari Faktor Pendidikan Kewirausahaan, Motivasi Berwirausaha dan Lingkungan Keluarga. *Economics, Business and Management Science Journal*, 1(1), 58–67. <https://doi.org/https://doi.org/10.34007/ebmsj.v1i1.15>
- Prasetio. (2024). Persepsi Mahasiswa Program Studi Akuntansi Terhadap Dampak Artificial Intelligence Pada Profesi Akuntan. *Perspektif: Jurnal Ekonomi & Manajemen Universitas Bina Sarana Informatika*, 22(1), 29–36. <https://doi.org/https://doi.org/10.31294/jp.v17i2>
- Sari. (2018). Pengaruh Literasi Ekonomi Dan Tingkat Penggunaan Media Sosial Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Ekonomi Di Universitas Negeri Surabaya. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JUPE)*, 6(3). <https://doi.org/https://doi.org/10.26740/jupe.v6n3.p>
- Sihombing. (2023). Pengaruh Mata Kuliah Kewirausahaan Terhadap Minat Mahasiswa Berwirausaha Menggunakan E-commerce. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 15(1).
- Slameto. (2017). *Belajar dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhinya*. Rineka Cipta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Tangkeallo. (2021). Analisis Pendidikan Kewirausahaan dan Penggunaan Media Sosial Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Ekonomi UKI Toraja. *JEKPEND: Jurnal Ekonomi Dan Pendidikan*, 4(1), 74. <https://doi.org/https://doi.org/10.26858/jekpend.v4i1.15964>
- Utomo. (2023). Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan Dalam Menumbuhkan Minat Mahasiswa Menjadi Wirausahawan. *Journal on Education*, 5(3). website: <http://jonedu.org/index.php/joe>
- Yusuf. (2024). Tantangan dan Peluang: Meningkatkan Motivasi Mahasiswa Menuju Wirausaha Di Era Digital. *RECORD: Journal Of Loyalty And Community Development*, 1(1).
- Zunaedy. (2021). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Berwirausaha Mahasiswa Pendidikan Ekonomi STKIP PGRI Lumajang Tahun Akademik 2020/2021. *Jurnal Riset Pendidikan Ekonomi (JRPE)*, 6(1), 47.