

MOTIVASI MAHASISWA MENJADI *START UP DIGITAL ENTREPRENEUR* (*TECHNOPRENEURSHIP*)

Lutfi Hardiyanto, S. Sos, MM
Dosen Tetap STKIP Kusuma Negara
lutfi_h@stkipkusumanegara.ac.id

Abstrak: Peran perguruan tinggi dalam persaingan global untuk menyiapkan generasi muda yang memiliki jiwa wirausaha saat ini sangat diperlukan. *Technopreneurship* atau kewirausahaan digital menjadi umum digunakan pada saat ini untuk mendefinisikan pemanfaatan teknologi pada kegiatan berwirausaha. Pemanfaatan teknologi dalam hal ini dipahami mulai dari proses produksi (dengan mesin dan teknologi terbaru) hingga pemasaran (memanfaatkan media sosial, platform online, aplikasi, dan lain-lain). Istilah lain yang lebih umum digunakan oleh generasi millennial adalah *start-up* atau bisnis pemula. Start-up pada dasarnya aktivitas perintisan bisnis yang memiliki model bisnis yang terencana dan memanfaatkan teknologi dalam bentuk platform dana atau aplikasi. Yang dapat menunjukkan faktor-faktor dalam mempengaruhi motivasi mahasiswa menjadi *Start Up Digital Entrepreneur / technopreneurship*. Faktor-faktor tersebut terdiri dari semangat, kreatifitas, inovasi, dan adanya keberanian mengambil resiko, serta harus peka terhadap inovasi teknologi yang didukung dengan penemuan ide kreatif.

Kata kunci: Faktor-faktor, Motivasi Mahasiswa, Start-Up Digital Entrepreneur

Pendahuluan

Saat ini fenomena perkembangan ekonomi digital di Indonesia memiliki peluang yang sangat menjanjikan di masa depan. Hal itu terlihat dari masifnya inovasi pelaku ekonomi digital dalam melebarkan bisnisnya. Sikap optimisme akan pergerakan ekonomi digital dalam beberapa tahun mendatang, bukan mustahil wirausaha muda baru akan terus lahir dan siap berkompetisi sehingga diharapkan dapat menggairahkan roda ekonomi tanah air.

Berdasarkan Humas Kementerian Koperasi dan usaha kecil dan menengah bahwa jumlah wirausaha di suatu negara kerap dianggap sebagai indikator kemajuan. Patokannya minimal 2% dari jumlah penduduk harus berprofesi sebagai wirausaha. Dengan jumlah penduduk 250 juta jiwa, negeri ini

paling kurang harus memiliki 5 juta jiwa wirausaha. Dibandingkan dengan negara tetangga, kita kalah jumlah. Singapura ada di angka 7%, Malaysia 5%, Thailand 4,5%, dan Vietnam 3,3%. Amerika dan Jepang sudah melejit jauh. Sepuluh persen warganya terjun di dunia bisnis.

Pada tahun 2015, kita semua dihebohkan dengan kemunculan perusahaan teknologi yang mengoperasikan transportasi angkut sepeda motor atau ojek berbasis aplikasi. Kemunculan ojek *online* saat itu menimbulkan pro dan kontra dalam masyarakat. Di satu sisi, keberadaan ojek *online* mengancam lahan pekerjaan ojek konvensional atau ojek pangkalan, namun pada sisi pandangan yang lain aplikasi ojek *online* dapat dirasakan

membantu masyarakat untuk mobilitas sehari-hari dengan lebih efisien. Kontroversi ini terus berlanjut hingga Presiden Jokowi bekerja sama dengan kementerian terkait menyepakati beberapa peraturan untuk menjembatani dilema yang dihadapi oleh masyarakat dan pelaku bisnis ojek *online* (Susetyo: 2015). Sementara itu, Asosiasi Pengusaha Peretail Indonesia (Aprindo) mengeluhkan lemahnya daya beli masyarakat yang berdampak pada gulung tikarnya beberapa toko retail berskala nasional, munculnya wacana jual beli online turut mempengaruhi turunnya penjualan peretail konvensional (Tempo : 2015).

Dengan meningkatnya angka pengangguran saat ini, memaksa seseorang untuk dapat lebih kreatif dalam memenuhi kebutuhan hidupnya. Salah satu bentuk langkah solutif dan aman untuk menyikapi dari pengangguran atau pemecatan kerja serta ketersediaan lapangan pekerjaan saat ini adalah dengan berwirausaha. Upaya untuk mendorong seseorang untuk mau berkecimpung di dunia wirausaha bukan hal yang mudah, banyak faktor penyebab ketakutan tersebut, seperti: ketakutan akan kerugian, ragu dalam memulai usaha, dan penyebab yang paling sering ditemui adalah kurangnya motivasi untuk berwirausaha.

Motivasi merupakan salah satu faktor penentu yang akan membuka potensi manusia. Tanpa adanya motivasi, maka sebaik apapun potensi yang dimiliki tidak akan bisa untuk merubah suatu kemampuan melahirkan karya terbaik. Motivasi berwirausaha merupakan

salah satu pendorong tumbuh kembangnya jiwa wirausaha seseorang. Kesuksesan seseorang seringkali disertai dengan motivasinya yang kuat dalam menjalankan setiap usaha yang dijalaninya.

Sumardi (2007) menjelaskan bahwa pengusaha atau wirausahawan (*entrepreneur*) merupakan seorang yang menciptakan sebuah usaha atau bisnis yang diharapkan dengan risiko dan ketidakpastian untuk memperoleh keuntungan dan mengembangkan bisnis dengan cara membuka kesempatan. Memanfaatkan sumber daya yang diperlukan menjadi entrepreneur bagi mahasiswa perlu ditunjang oleh setiap perguruan tinggi dalam menunjang minat berwirausaha bagi alumninya. Setiap Perguruan Tinggi perlu menyediakan kesempatan yang seluas-luasnya bagi mahasiswa untuk menjadi individu yang berintegritas terpercaya memiliki kemampuan berusaha, berkomunikasi, bekerja sama, dan berkepribadian.

Peranan perguruan tinggi dalam memotivasi mahasiswa, sikap dan menumbuhkan minat sangat penting dalam menumbuhkan jumlah wirausaha. Peran universitas dalam mengembangkan minat berwirausaha dan menggali beberapa faktor yang berpengaruh pada perilaku berwirausaha telah digali oleh beberapa peneliti (Autio, Keeley, Klofsten, & Ulfstedt, 1997; Budiati, Yani, & Universari, 2012). Penelitian-penelitian tersebut menjelaskan bahwa minat kewirausahaan yang dapat diarahkan melalui pendidikan kewirausahaan dipengaruhi oleh

sikap dan minat terhadap kewirausahaan. Hasil penelitian ini diharapkan menjadi pendukung model kewirausahaan untuk memotivasi mahasiswa, sehingga mendorong minat mahasiswa menjalankan usahanya tanpa ada keraguan atau malu dalam menjalankan usaha dimulai dari awal walaupun modal kecil.

Selain itu, Soemanto (2002) mengatakan bahwa satu-satunya perjuangan atau cara untuk mewujudkan manusia yang mempunyai moral, sikap, dan keterampilan wirausaha adalah dengan pendidikan. Pendidikan membuat wawasan individu menjadi lebih percaya diri, bisa memilih, dan mengambil keputusan yang tepat, meningkatkan kreativitas dan inovasi, membina moral, karakter serta intelektual.

Kewirausahaan

Kewirausahaan merupakan sikap mental dan sifat jiwa yang selalu aktif dalam usaha untuk memajukan karya baktinya dalam upaya meningkatkan pendapatan di dalam kegiatan usahanya. Selain itu kewirausahaan adalah kemampuan kreatif dan inovatif yang dijadikan dasar, kiat, dan sumber daya untuk mencari peluang menuju sukses. Sedangkan menurut Menurut Peggy A. Lambing & Charles R. Kuehl dalam buku *Entrepreneurship* (1999), kewirausahaan adalah suatu usaha yang kreatif yang membangun suatu value dari yang belum ada menjadi ada dan bisa dinikmati oleh orang banyak.

Menurut *Hisrich et al.*, dalam Wijanto (2009:3) kewirausahaan merupakan sebuah proses menciptakan sesuatu yang baru dan bernilai, dengan memanfaatkan usaha dan waktu yang diperlukan, dengan memperhatikan risiko sosial, fisik, dan keuangan, dan menerima imbalan dalam bentuk uang dan kepuasan personal serta independensi. Dari definisi dapat dilihat adanya beberapa aspek dasar dari kewirausahaan yaitu :

1. Kewirausahaan melibatkan proses penciptaan. Proses penciptaan disini berarti menciptakan sesuatu yang baru. Penciptaan harus memiliki sebuah nilai, baik untuk wirausaha sendiri maupun orang lain.
2. Kewirausahaan memerlukan waktu dan usaha. Hanya mereka yang melalui proses kewirausahaan menghargai waktu dan usaha yang mereka gunakan untuk menciptakan sesuatu yang baru.
3. Kewirausahaan memiliki risiko tertentu. Risiko ini mengambil berbagai bentuk pada area keuangan, psikologi, dan sosial.
4. Kewirausahaan melibatkan imbalan sebagai wirausaha. Imbalan yang penting adalah independensi, diikuti oleh kepuasan pribadi.

Kewirausahaan merupakan proses penerapan kreativitas dan inovasi untuk menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda dengan menggunakan waktu, modal, serta berani mengambil risiko untuk

menghasilkan nilai tambah dan kesejahteraan bagi masyarakat.

Motivasi

Setiap orang dalam melakukan tindakan tidak lepas dari adanya motivasi. Motivasi berwirausaha erat kaitannya dengan keinginan untuk mencapai sesuatu dengan lebih baik. Menurut Mc Donald (Oemar Hamalik, 2002: 174) motivasi adalah suatu perubahan energi di dalam pribadi seseorang yang ditandai dengan timbulnya afektif dan reaksi untuk mencapai tujuan. Sumadi Suryabrata (Djaali H, 2012: 101) motivasi adalah keadaan yang terdapat dalam diri seseorang untuk melakukan aktivitas tertentu guna pencapaian suatu tujuan. Menurut Buchari Alma (2013: 89):

Motivasi adalah kemauan untuk berbuat sesuatu, sedangkan motif adalah kebutuhan, keinginan, dorongan atau implus. Motivasi seseorang tergantung pada kekuatan motifnya. Motif dengan kekuatan yang sangat besarlah yang akan menentukan perilaku seseorang.

Berdasarkan pendapat tersebut dapat ditarik pengertian bahwa motivasi adalah karakteristik tingkah laku seseorang sebagai tenaga pendorong atau penarik yang menyangkut minat, ketajaman perhatian, konsentrasi, dan ketekunan untuk mencapai suatu tujuan tertentu atau mencapai apa yang diinginkannya.

Motivasi adalah suatu dorongan dari dalam diri seseorang yang mendorong orang tersebut untuk melakukan sesuatu, termasuk menjadi *young entrepreneur*. Kebanyakan

orang yang berhasil di dunia ini mempunyai motivasi yang kuat yang mendorong minat, ketajaman perhatian, konsentrasi, dan ketekunan untuk mencapai suatu tujuan tertentu atau mencapai apa yang diinginkannya. Mereka mengetahui dengan baik yang menjadi motivasinya dan memelihara motivasi tersebut dalam setiap tindakannya. Motivasi dalam kewirausahaan meliputi motivasi yang diarahkan untuk mencapai tujuan kewirausahaan, seperti tujuan yang didalamnya melibatkan pengenalan dan eksploitasi terhadap peluang bisnis. Motivasi untuk mengembangkan usaha baru diperlukan bukan hanya oleh rasa percaya diri dalam hal kemampuannya untuk berhasil, namun juga oleh kemampuannya dalam mengakses informasi mengenai peluang kewirausahaan.

Tipe-tipe Motivasi

Motivasi dapat dibedakan menjadi beberapa tipe. Menurut Dimiyati dan Mudjiono (2006: 86) “Motivasi dapat dibedakan menjadi dua yaitu, motivasi intrinsik dan motivasi ekstrinsik”.

1. Motivasi Instrinsik.

Motivasi intrinsik merupakan dorongan dari dalam diri individu yang menyebabkan individu yang bersangkutan berpartisipasi dalam suatu kegiatan. Dorongan ini sering dikatakan merupakan bawaan sejak lahir, sehingga tidak dapat dipelajari. Menurut Basrowi (2014:17) faktor-faktor yang mempengaruhi motivasi instrinsik yaitu:

- a. Kebutuhan (need) Seseorang melaksanakan aktivitas (kegiatan) karena adanya faktor-faktor kebutuhan baik biologis maupun psikologis. termotivasi untuk melakukan sesuatu. Selain keluarga lingkungan juga mempunyai peran yang besar dalam memotivasi seseorang dalam merubah tingkah lakunya.
 - b. Harapan (expectancy) Seseorang dimotivasi karena adanya harapan keberhasilan yang bersifat pemuasan diri seseorang, keberhasilan dan harga diri meningkat dan menggerakkan seseorang kearah pencapaian tujuan.
 - c. Imbalan. Seseorang dapat termotivasi karena adanya imbalan sehingga orang tersebut ingin melakukan sesuatu.
- Motivasi berwirausaha tidak dibawa sejak lahir, tetapi suatu proses yang dipelajari, dilatih, ditingkatkan dan dikembangkan. Motivasi berwirausaha merupakan suatu keadaan yang timbul dalam diri seseorang untuk mengambil tindakan atau mencapai tujuan dalam bidang kewirausahaan. Menurut Leonardus Saiman (2009: 26) mengemukakan empat motivasi seseorang untuk berwirausaha, yaitu sebagai berikut:

2. Motivasi Ekstrinsik.

Motivasi ekstrinsik adalah dorongan dari luar individu yang menyebabkan individu berpartisipasi dalam kegiatan. Menurut Basrowi (2014: 19), faktor-faktor yang mempengaruhi motivasi ekstrinsik yaitu:

- a. Dorongan Keluarga. Keluarga adalah sebuah kelompok yang terdiri dari dua orang atau lebih yang masing-masing mempunyai hubungan kekerabatan yang terdiri dari bapak, ibu, kakek, nenek.
 - b. Lingkungan. Lingkungan adalah tempat dimana orang tinggal. Lingkungan dapat mempengaruhi seseorang sehingga dapat termotivasi untuk melakukan sesuatu.
1. Laba. Dapat menentukan berapa laba yang dikehendaki, keuntungan yang diterima, dan berapa yang akan dibayarkan kepada pihak lain atau pegawainya.
 2. Kebebasan. Bebas mengatur waktu, bebas dari supervisor, bebas dari aturan yang menekan, dan bebas dari budaya organisasi/perusahaan.
 3. Impian Personal. Bebas mencapai standar hidup yang diharapkan, lepas dari rutinitas kerja yang berulang-ulang, karena harus mengikuti visi, misi, impian orang lain.
 4. Kemandirian. Memiliki rasa bangga, karena dapat mandiri dalam segala hal, seperti permodalan, mandiri dalam

pengelolaan atau manajemen, mandiri dalam pengawasan, serta menjadi manajer terhadap dirinya sendiri.

Berdasarkan uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa dengan berwirausaha seseorang akan termotivasi untuk mendapatkan banyak hal. Hal-hal yang akan didapatkan seseorang tersebut diantaranya memperoleh imbalan minimal yang berbentuk laba, kebebasan, impian personal, kemandirian. Seseorang akan termotivasi untuk berwirausaha selain karena memiliki peluang-peluang pengembangan usaha, tetapi juga akan memiliki peluang untuk mengendalikan nasibnya sendiri.

Motivasi merupakan proses psikologis yang mendasar, dan merupakan salah satu unsur yang dapat menjelaskan perilaku seseorang. Motivasi merupakan salah satu faktor penentu dalam pencapaian tujuan. Hal ini sesuai dengan pendapat Abu Ahmadi (Yuyus Suryana dan Kartib Bayu, 2013: 98) yang mengatakan bahwa motivasi merupakan dorongan yang telah terikat pada suatu tujuan. Motif timbul karena adanya kebutuhan. Kebutuhan dipandang sebagai kekurangan adanya sesuatu dan ini menuntut segera pemenuhannya, untuk segera mendapat keseimbangan. Situasi kekurangan ini berfungsi sebagai suatu kekuatan atau dorongan yang menyebabkan seseorang bertindak untuk memenuhi kebutuhannya, banyak teori untuk memahami motivasi berwirausaha diantaranya : teori hierarki kebutuhan dari Abraham Maslow, yaitu :

1. Kebutuhan fisiologi/dasar (*basic need*), memperoleh uang secara mandiri untuk kebutuhan fisik yaitu makanan, minuman, rumah.
2. Kebutuhan rasa aman (*safety need*), memperoleh rasa aman, dalam kehidupan berkeluarga, dan bermasyarakat dengan terpenuhinya aspek-aspek perlindungan melalui keberhasilan usaha.
3. Kebutuhan sosial (*social need*), memperoleh keleluasaan dan peluang yang lebih besar untuk melakukan kontak sosial dalam membangun persahabatan dan relasi bisnis.
4. Kebutuhan pengakuan diri (*self actualization*), memperoleh pengakuan masyarakat atas hasil karyanya yang bermanfaat bagi kepentingan banyak orang.

Kebutuhan dasar adalah kebutuhan primer individu, kebutuhan ini harus dipenuhi agar tetap hidup, misalnya kebutuhan sandang, papan, pangan. Ketiga kebutuhan tersebut merupakan kebutuhan utama, oleh karena itu jika ketiga kebutuhan tersebut mengalami gangguan atau kekurangan maka kemungkinan kebutuhan-kebutuhan lain akan mengalami gangguan/gagal. Kebutuhan akan keamanan yang dimaksud merupakan keselamatan yang merujuk pada rasa aman dari setiap ancaman fisik atau kehilangan, serta merasa terjamin, misalnya dengan melakukan asuransi untuk dirinya maupun usahanya, yang bertujuan agar jika suatu saat

terjadi hal-hal tidak diinginkan sudah ada jaminan untuk dirinya maupun usahanya.

Kebutuhan sosial merupakan kebutuhan antar manusia yang dicerminkan dalam kebutuhan untuk menjadi bagian dari kelompok sosial seperti kebutuhan akan perasaan diterima oleh orang lain. Kebutuhan akan persahabatan, afiliasi, dan mendapatkan kepuasan dalam interaksi dengan orang lain. Dalam organisasi, kebutuhan-kebutuhan itu diwujudkan dalam bentuk sering berinteraksi dengan rekan kerja, supervisi yang berpusat pada pekerja, dan pengakuan atau penerimaan orang lain.

Kebutuhan akan penghargaan, disini seseorang mengharapkan pengakuan dari orang lain, kaitannya dengan pekerjaan, hal itu berarti memiliki pekerjaan yang diakui sehingga dapat bermanfaat, menyediakan sesuatu yang dapat dicapai, serta pengakuan umum dan penghormatan dari dunia luar. Kebutuhan pengakuan/aktualisasi diri merupakan kebutuhan ditingkatkan paling atas dan berkaitan dengan keinginan untuk pemenuhan diri ketika kebutuhan lain sudah terpuaskan. Kebutuhan akan pengakuan/aktualisasi diri meliputi mempertinggi potensi-potensi yang dimiliki, pengembangan diri secara maksimal, kreativitas, dan ekspresi diri. Motivasi berperan sebagai kekuatan mental individu. Seseorang melakukan sesuatu hal karena didasarkan pada kebutuhan individu tersebut. Bila satu tingkat kebutuhan sudah terpenuhi, maka akan muncul

tingkat kebutuhan yang lebih tinggi, tingkat kebutuhan ini tidak harus terpenuhi 100%. Hal ini terjadi karena kebutuhan dengan tingkatan yang lebih tinggi akan muncul walaupun kebutuhan dengan tingkatan yang lebih rendah belum tercapai secara maksimal.

Motivasi Wirausaha pada Mahasiswa

Kewirausahaan perlu dilatih dan adanya pengulangan dan usahayang dilakukan secara terus menerus Hendro (2011:5) berpendapat bukan merupakan ilmu ajaib yang mendatangkan uang dalam waktu sekejap, melainkan sebuah ilmu, seni, dan keterampilan untuk mengelola semua keterbatasan sumber daya, informasi, dan dana yang ada guna mempertahankan hidup, mencari nafkah, atau meraih posisi puncak dalam karir.

Motivasi merupakan proses psikologi yang mencerminkan interaksi antara sikap, kebutuhan, persepsi dan keputusan yang ada dalam diri seseorang. Motivasi juga dapat dikatakan sebagai proses psikologi yang timbul diakibatkan oleh faktor dari dalam diri dan luar diri seseorang. Mahasiswa yang memiliki motivasi wirausaha yang tinggi akan berusaha untuk memulai suatu usaha yang digelutinya dengan semangat dan sungguh-sungguh.

Mengukur motivasi kewirausahaan seseorang adalah adanya semangat, kreatifitas, inovasi, dan adanya keberanian mengambil resiko. Penjelasan mengenai indikator seseorang memiliki motivasi kewirausahaan sebagai berikut:

1. Semangat untuk berwirausaha merupakan salah satu hal yang terpenting dan salah satu indicator untuk mengukur minat seseorang yang ingin berwirausaha (Alma 2011: 41). Semangat kewirausahaan dibudayakan dalam bentuk kemauan yang kuat untuk berkarya, mampu membuat keputusan yang tepat, tekun, teliti, produktif, dan berkarya dengan semangat kebersamaan (Saiman, 2011 : 50). Orang yang bersemangat dalam berwirausaha adalah orang yang tidak takut gagal. Hal ini sesuai dengan pendapat Hendro (2011 : 176) bahwa kunci sukses dalam membangun semangat kewirausahaan adalah tidak takut gagal.
2. Kreatifitas. Menurut Sudrajat (2012: 32) seorang wirausaha harus memiliki sifat kreatif, yaitu kemampuan menciptakan gagasan dan menemukan cara baru dalam melihat permasalahan dan peluang yang ada. Menurut Leonardus orang yang kreatif dapat dilihat dari kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang berbeda, menghubungkan ide-ide/ hal-hal yang tadinya tidak berhubungan. Sedangkan menurut Suryana (2013:31) seorang yang memiliki kreatifitas tinggi selalu berimajinasi, bermimpi bagaimana menciptakan sesuatu yang belum ada sebelumnya. Selanjutnya menurut Hendro (2011 : 105) Orang yang kreatif akan mampu menemukan gagasan dan ide baru. Kreatifitas merupakan modal utama bagi seorang wirausaha. Wirausaha yang kreatif akan mampu mengubah tantangan menjadi peluang (Alma, 2011)
3. Inovatif. Menurut Suryana (2013:32) inovasi adalah kreatifitas yang diterjemahkan menjadi suatu yang dapat diimplementasikan dan memberi nilai tambah atas sumber daya yang kita miliki. Lebih lanjut, suryana menjelaskan inovasi merupakan kemampuan untuk bertindak yang baru dan berbeda. Seorang yang inovatif mampu menciptakan sesuatu yang belum ada menjadi ada, pembaruan/menciptakan sesuatu yang sama sekali berbeda (Leonardus Saiman (2009:95). Sedangkan menurut konsep "*Innovation Theory*" Orang yang inovatif adalah orang yang berfikir sesuatu yang tidak mungkin menjadi mungkin, tidak terpecahkan, dan tidak bisa terselesaikan akan mungkin bagi mereka, tentunya dengan usaha yang tidak kenal pantang menyerah (Hendro, 2011: 120).
4. Berani mengambil Resiko. Menurut Sudrajat (2012: 31). Keberanian dan kemampuan mengambil resiko merupakan nilai utama dalam kewirausahaan. Semakin besar resiko yang dihadapi makin besar pula kemungkinan dan kesempatan untuk meraih keuntungan yang lebih besar. Keberanian untuk mengambil resiko yang menjadi nilai kewirausahaan adalah pengambilan resiko yang penuh perhitungan, realistis, siap mengalami kerugian, dan mampu menghadapi

tantangan (Suryana, 2013: 41). Selain itu mengambil resiko berarti berani menghadapi ketidakpastian.

Faktor-faktor yang mempengaruhi motivasi Kewirausahaan

Menurut Sukanti (2000 : 81) ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi munculnya motivasi kewirausahaan, antara lain :

1 Dari Sekolah

- a. *On campus sidelines*. Merupakan usaha atau bisnis dilaksanakan dari kampus dan pasarnya didalam kampus atau didalam sekolah.
- b. *Off campus sidelines*. Merupakan suatu usaha yang operasinya dari kampus tetapi pasarnya di luar kampus.
- c. *Curricular star ups*. Merupakan suatu usaha yang dimulai dari tugas/pekerjaan yang ada kreditnya. Usaha ini historisnya dimulai karena ada tugas kurikuler mewajibkan mahasiswa untuk memulai usaha bisnis, suatu bisnis harus dilaksanakan dan dianalisis.

2 Dari Pekerjaan

Berikut ini Faktor yang mempengaruhi atau membantu timbulnya motivasi wirausaha adalah :

- a. *Direct job outgrowth*. Kegiatan dalam pekerjaan pertama, mempengaruhi pilihan terhadap jenis usaha yang dilakukan berikutnya. contohnya, seorang mahasiswa yang karena keperluannya akan fotocopy

sangat tinggi, sehingga keadaan itu menginspirasi mahasiswa tersebut untuk membuka usaha foto copy.

- b. *Tangential opportunities*. Mulainya usaha yang kedua ini tidak ada kaitannya dengan jenis pekerjaan pertama. Jadi wirausaha timbul karena adanya peluang yang didapatkan.
- c. *Sideline startups*. Usaha ini dimulai karena pada awalnya merupakan pekerjaan sampingan, untuk menambah penghasilan dihari libur. Namun menjadi usaha yang ditekuni dikemudian hari.

3 Dari Keadaan Menganggur

- a. *Intentional resignation*. Suatu motivasi untuk berwirausaha yang dimulai dari inisiatif seorang Pegawai yang keluar dari pekerjaannya secara sukarela. Contoh: seseorang pekerja di perusahaan kecil. Karena gaji dan hubungan yang kurang baik dengan atasan, ia mengundurkan diri dan keluar dari perusahaan. Lalu pegawai tersebut membuka usaha sendiri untuk menyambung hidupnya.
- b. *Layoff* . Keinginan berwirausaha muncul karena adanya PHK yang dilakukan oleh pimpinan perusahaan yang disebabkan oleh krisis ekonomi. Keadaan ini membuat pegawai termotivasi untuk berwirausaha.
- c. *Discharge*. Majikan mengeluarkan pegawai karena ada ketidakkepuasan pada pegawai.

d. *Retirement* . Pegawai keluar karena pensiun. Hal ini membuat keadaan mereka menganggur dan memulai suatu usaha.

4 Dari Rumah

Rumah juga "berfungsi sebagai *starting point* untuk menjadiseorang wirausaha. Biasanya dibedakan menjadi :

- a. *Homemaker - started ventures*. Bentuk usaha yang ditekuni oleh kaum wanita.
- b. *Family ventures*. Usaha ini biasanya dikerjakan oleh seluruh anggota keluarga, dari ayah, ibu anak-anak.

Dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa kewirausahaan dapat dimulai dan diajarkan melalui berbagai cara. Setiap orang termasuk mahasiswa memiliki peluang yang sama untuk menjadi seorang wirausaha tergantung minat dan motivasi pada diri masing-masing mahasiswa.

Pasar dan Masyarakat Digital Indonesia

Berdasarkan dari *We Are Social* dan *Hootsuite* menyebutkan bahwa Indonesia merupakan negara dengan pertumbuhan internet terbesar di dunia, yaitu sebesar 51% dalam kurun satu tahun terakhir. Angka ini jauh dari rata-rata pertumbuhan internet global yang hanya sebesar 10%. Indonesia juga berada dalam 12 besar negara di dunia dengan penetrasi penggunaan telepon pintar terbesar di dunia. Hal ini menunjukkan adanya potensi yang sangat besar jika pelaku bisnis dapat memulai go digital yang cenderung menginginkan banyaknya inovasi dan

kemudahan dalam kehidupan sehari-hari. Hadirnya *platform* jual beli *online*, media sosial, dan transaksi pembayaran secara elektronik pilihan yang efisien bagi masyarakat saat ini.

Ada beberapa faktor yang mempengaruhi keputusan seseorang untuk berbelanja online, yaitu:

1. Kenyamanan. Faktor ini penting terutama bagi masyarakat yang menghindari keramaian yang berdesak-desakan apabila berbelanja di toko, apabila saat ada diskon dan di hari hari-hari libur. Masyarakat memilih berbelanja online juga untuk menghindari interaksi tatap muka yang terkadang menimbulkan ketidaknyamanan ketika sedang berbelanja.
2. Kelengkapan informasi. Internet membuat akses terhadap informasi lebih mudah. Selain itu beberapa platform menyediakan fitur rating dan review untuk memberikan ulasan tentang kualitas dan informasi produk.
3. Ketersediaan produk dan jasa. Hanya dengan mengakses website, masyarakat dapat mengetahui ketersediaan barang tanpa harus berkunjung ke toko tersebut. Hal ini juga membantu calon pembeli yang berlokasi jauh dengan toko, dengan tidak perlu berkunjung namun tetap dapat membeli barang secara online.
4. Efisiensi biaya dan waktu. Beberapa website, contohnya *eBay*, menawarkan kepada calon pembeli harga terbaik dengan membandingkan harga di beberapa toko

sekaligus. Perbandingan harga ini menjadi berarti bagi calon pembeli. Selain itu, online shopping dapat dilakukan di mana saja dan kapan saja.

Saat ini kita tengah berada dalam gelombang globalisasi yang terjadi di seluruh dunia. Modernisasi dan digitalisasi dilakukan oleh berbagai negara, seiring dengan semakin cepatnya mobilitas dan kecepatan informasi yang diinginkan oleh manusia. Ada beberapa toko yang saat ini beralih ke online karena melihat prospek yang menjanjikan dengan memanfaatkan teknologi. Ungkapan dari Jack Ma juga menunjukkan bahwa bisnis adalah sesuatu yang harus selalu berkembang dan berinovasi. Inovasi yang dilakukan dapat dengan memanfaatkan platform jual beli online atau dengan membuat bisnis model baru dan merintis start-up.

Adaptasi adalah kunci dari ketahanan bisnis yang maksimal. Dalam beberapa jurnal, terdapat istilah *creative disruption*, yaitu sebuah konsep yang menjelaskan bahwa teknologi lama akan tergantikan dengan teknologi yang lebih baru. Pola ini membuat tuntutan untuk terus menerus menjadi kreatif dan inovatif yang merupakan pilihan yang tidak tergantikan. Termasuk dalam memahami pola bisnis yang terjadi di Indonesia, dengan adanya fenomena pertumbuhan start-up, e-Commerce, dan media sosial, masyarakat harus beradaptasi supaya tidak mengalami *disruption* dan ketertinggalan dalam mengejar kecepatan zaman.

Membangun *Startup*

Startup Business didefinisikan sebagai kegiatan yang dilakukan perusahaan dengan keterbasan sejarah, masih baru yang biasanya mengenai pencarian produk dan, dimana tujuan dari *Startup Business* adalah menemukan pasar yang cocok dengan produk dan jasa baru yang akan ditawarkan. Pengusaha yang berada dalam masa *Startup Business* diibaratkan sedang menjalani sebuah perjalanan yang masih belum teridentifikasi serta terdapat hal-hal yang menakutkan dan mendebarkan sehingga diperlukan persiapan yang matang.

Menurut Duncan (2008:16) dalam tahap *Startup Business*, terdapat beberapa hal yang harus diperhatikan oleh pengusaha agar lebih memudahkan dalam menjalankan tahap *Startup Business* menurut Duncan (2008:16), diantaranya adalah:

1. Kategori dari usaha yang dibangun
2. Usaha yang akan dibangun merupakan produk atau jasa
3. Produk atau jasa yang ditawarkan bermacam-macam atau tunggal
4. Biaya yang dikeluarkan untuk menciptakan produk atau jasa tersebut
5. Harga yang ditawarkan pada pelanggan
6. Apakah margin harga realistis
7. Kesesuaian produk atau jasa dan harga dengan kebutuhan pasar
8. Penentuan jumlah pemasukan dan keuntungan yang ditargetkan

Langkah praktis yang perlu diperhatikan apabila mahasiswa berniat untuk

berkecimpung di dunia bisnis startup. Beberapa hal yang perlu Anda perhatikan dalam membangun bisnis Anda adalah sebagai berikut:

1. Ide bisnis. Mempersiapkan profil bisnis Anda amatlah penting untuk dapat memastikan bisnis Anda dapat berjalan, menghasilkan keuntungan, dan dapat bertahan lama. Satu hal yang dapat Anda lakukan adalah dengan mulai mengembangkan kanvas model bisnis.
2. Organisasi. Bisnis merupakan kerja tim. Sehingga, penting bagi Anda untuk memahami sebuah struktur organisasi startup yang ideal.
3. Strategi pencarian modal. Seperti yang sempat dijelaskan secara singkat sebelumnya, salah satu karakteristik dari bisnis startup di era digital ini, terutama yang membedakannya dengan bisnis biasa, adalah kehadiran investasi dari berbagai penanam modal. Sebuah startup yang sukses pada awalnya juga mampu untuk menarik perhatian dan meyakinkan berbagai penanam modal untuk ikut mendanai bisnis mereka. Pemahaman terhadap kemampuan ini akan menjadi modal penting dalam pelaksanaan dan keberlanjutan bisnis.
4. Strategi pemasaran. Memasarkan produk merupakan tujuan utama yang harus senantiasa Anda tekankan dalam diri, sebagai bagian penting dari membangun sebuah bisnis. Pemahaman tentang strategi-strategi pemasaran, terutama

strategi praktis di era digital ini, penting untuk dijadikan bekal dalam membangun startup.

5. Keberlanjutan bisnis. Hal ini merupakan poin terakhir yang dapat dikatakan paling sulit untuk benar-benar dicapai oleh sebuah startup. Dapat mempertahankan model dan pelaksanaan bisnis menjadi tantangan utama para pegiat startup masa kini. Sehingga, menjadi sangat penting bagi Anda untuk memahami konteks ini agar bisnis yang Anda mulai dapat terus menghasilkan profit dalam jangka panjang.

Digital Entrepreneur

Kehadiran wirausaha digital berpotensi memunculkan perusahaan rintisan (startup company) yang sering kali membuat terobosan-terobosan melalui teknologi disruptif (disruptive technology). Kehadiran perusahaan jenis ini dirasakan sangat membantu konsumen, karena umumnya menawarkan solusi berupa kemudahan dan kenyamanan dengan harga/tarif yang lebih murah. Kemunculan wirausaha digital di Indonesia tentunya akan menarik banyak aktivitas ekonomi yang pada akhirnya berpotensi meningkatkan kualitas hidup masyarakat (Hassim 2018.)

Kewirausahaan merupakan kemampuan mengubah setiap peluang menjadi tantangan yang bernilai ekonomi. Saat kemampuan ini disinergikan dengan kompetensi di bidang teknologi, maka lahirlah kemampuan wirausaha di bidang teknologi yang lazim dikenal sebagai *technopreneurship*. Dalam hal

ini dapat dikatakan bahwa *technopreneurship* bersumber dari riset dan temuan-temuan baru dalam bidang teknologi yang dikembangkan dengan saksama, sehingga dapat memberikan keuntungan bagi penciptanya dan masyarakat penggunanya. Penggiat *technopreneurship* disebut sebagai wirausaha digital.

Kata *teknopreneur* yang bermakna wirausaha digital merupakan gabungan antara teknologi dan *entrepreneur*. Secara umum, kata teknologi merujuk pada penerapan praktis ilmu pengetahuan yang digunakan untuk menjalankan industri, meliputi: penciptaan alat-alat, pengembangan keahlian, pemecahan masalah, dan sebagainya. Kemudian, *entrepreneur* merujuk pada seseorang atau kelompok yang menciptakan usaha dengan keberanian menanggung risiko dan ketidakpastian untuk mencapai keuntungan dengan cara mengidentifikasi peluang yang ada. Seorang wirausaha digital tidak cukup bermodalkan satu atau dua kemampuan di bidang teknologi saja, tetapi juga harus peka terhadap inovasi teknologi yang didukung dengan penemuan ide kreatif.

Kesimpulan

Dari hasil pembahasan tentang motivasi mahasiswa menjadi *start up digital entrepreneur / technopreneurship*, maka terdapat kesimpulan-kesimpulan yang dapat diambil, antara lain:

1. Kewirausahaan merupakan proses penerapan kreativitas dan inovasi untuk menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda dengan menggunakan waktu, modal, serta berani mengambil risiko untuk menghasilkan nilai tambah dan kesejahteraan bagi (mahasiswa) masyarakat.
2. Motivasi merupakan proses psikologi yang mencerminkan interaksi antara sikap, kebutuhan, persepsi dan keputusan yang ada dalam diri seseorang. Motivasi juga dapat dikatakan sebagai proses psikologi yang timbul diakibatkan oleh faktor dari dalam diri dan luar diri seseorang. Mahasiswa yang memiliki motivasi wirausaha yang tinggi akan berusaha untuk memulai suatu usaha yang digelutinya dengan semangat dan sungguh-sungguh. Mengukur motivasi kewirausahaan seseorang adalah adanya semangat, kreatifitas, inovasi, dan adanya keberanian mengambil resiko. Kewirausahaan dapat dimulai dan diajarkan melalui berbagai cara. Setiap orang termasuk mahasiswa memiliki peluang yang sama untuk menjadi seorang wirausaha tergantung minat dan motivasi pada diri masing-masing mahasiswa.
3. Saat ini kita tengah berada dalam gelombang globalisasi yang terjadi di seluruh dunia. Modernisasi dan digitalisasi dilakukan oleh berbagai negara, seiring dengan semakin cepatnya mobilitas dan kecepatan informasi yang diinginkan oleh manusia. Ada beberapa toko yang saat ini beralih ke online karena melihat prospek

yang menjanjikan dengan memanfaatkan teknologi. Sehingga, adaptasi adalah kunci dari ketahanan bisnis yang maksimal. Dalam beberapa jurnal, terdapat istilah creative disruption, yaitu sebuah konsep yang menjelaskan bahwa teknologi lama akan tergantikan dengan teknologi yang lebih baru. Pola ini membuat tuntutan untuk terus menerus menjadi kreatif dan inovatif yang merupakan pilihan yang tidak tergantikan.

4. Dengan beberapa faktor-faktor pendorong meningkatkan motivasi menjadi start up digital entrepreneur (*technopreneurship*), maka adanya semangat, kreatifitas, inovasi, dan adanya keberanian mengambil resiko, ditambahkan bahwa seorang wirausaha digital tidak cukup bermodalkan satu atau dua kemampuan di bidang teknologi saja, tetapi juga harus peka terhadap inovasi teknologi yang didukung dengan penemuan ide kreatif.

Daftar Pustaka

- Alma, Buchari. 2011. *Kewirausahaan*. Bandung : Alfabeta
- Autio, E., Keeley, R. H., Klofsten, M., & Ulfstedt, T. (1997). *Entrepreneurial intent among students: Testing an intent model in Asia, Scandinavia and USA*. Babson College *Frontiers of Entrepreneurship Research*. Diakses 07 Januari 2018 pada <http://www.babson.edu/entrep/fer/papers97/autio/aut1.htm>.
- Basrowi. (2014). *Kewirausahaan untuk Perguruan Tinggi*. Bogor: Ghalia Indonesia
- Dimiyati dan Mudjiono. (2013). *Belajar dan Perkembangan*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Duncan, Tom. 2008. *Principles of Advertising and IMC* 2nd edition. Mc. Graw-Hill International Edition.
- Hisrich, R.D. dan Peters, M.P. 1995. *Entrepreneurship, Starting, Developing and Managing a New Enterprise*. Tokyo: Richard D. Irwin, Inc
- Hassim, Andreas. *Era Technopreneur*. dapat diakses melalui <http://id.beritasatu.com/home/era-technopreneur/139735>, 10 Januari 2018
- Hendro. 2011. *Dasar-dasar Kewirausahaan*. Jakarta : Erlangga
- Humas Kementerian Koperasi dan UKM. (2017). <http://www.depkop.go.id/content/read/ratio-wirusaha-indonesia-naik-jadi-31-persen/>. Diakses 05 Januari 2018
- Leonardus Saiman. (2009). *Kewirausahaan, Teori, Praktik, dan Kasus-kasus*. Jakarta: Salemba Empat.
- PresidenRI.go.id <http://presidenri.go.id/berita-aktual/peluang-besar-menjadi-pengusaha-di-era-digital.html>, diakses 10 Januari 2018
- Sumardi, K. (Pebruari 2007). *Menakar jiwa wirausaha mahasiswa teknik mesin angkatan 2005*. Jurnal Pendidikan Teknologi Kejuruan, IV(10).
- Sukanti, Umi. 2000. *Manajemen Perusahaan Kecil dan Kewirausahaan*. Jakarta : Dikjen dikti
- Sudrajad. 2012. *Kiat Mengentaskan Pengangguran & Kemiskinan Melalui Wirausaha*. Jakarta : Bumi Aksara
- Soemanto, (2002). *Mengaktualisasikan sikap dan perilaku wirausaha*. JurnalOnline.

Suryana. 2011. *Kewirausahaan*. Jakarta : Salemba Empat

Susetyo D.P, Resty Armenia, CNN Indonesia (daring), 18 Desember 2015, Menhub Larang Gojek, Jokowi: Aturan Jangan Bikin Rakyat Susah. <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20151218111258-18599074/menhub-larang-gojek-jokowi-aturan-jangan-bikin-rakyat-susah/>, diakses 9 Desember 2017

Tempo.co. Pengusaha Beberkan Penyebab Lesunya Bisnis Retail di Tahun Ini. <https://bisnis.tempo.co/read/892030/pengusaha-beberkan-penyebab-lesunya-bisnis-retail-di-tahun-ini>. diakses 9 Desember 2017

Yuyus Suryana dan Kartib Bayu. (2013). *Kewirausahaan Pendekatan Karakteristik Wirausaha Sukses*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

Pertumbuhan Pengguna Internet, Indonesia No.1 di Dunia. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2017/05/22/pertumbuhan-pengguna-internet-indonesia-nomor-1-di-dunia>. Diakses 10 Januari 2018