

Analisis Bentuk Kewirausahaan Mahasiswa Pada Revolusi Industri 4.0 Perguruan Tinggi Kota Pekanbaru

¹Alfiah, ²Ismail, ³Darni, ⁴Meimunah S. Moenanda
^{1,2,3,4}Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau

E-mail: ¹alfiah@uin-suska.ac.id, ²ismail05@uin-suska.ac.id, ³dahnylfitri@gmail.com,
⁴meimunahsm@yahoo.co.id

Abstrak

This study was designed to find out how students are interested in entrepreneurship and find out the forms of entrepreneurship that are of interest to students at major tertiary institutions in Riau province. This type of research is descriptive quantitative. The data used in this study are primary data obtained by dissemination/questionnaire methods, interviews, observations of students at various tertiary institutions in Pekanbaru (Riau Province). the sampling technique used by the author is Nonprobability Sampling with the type of Probability Sampling with a random sample technique model that provides equal opportunities for selected members of the population, and the sample is 50 people in each university where the research is conducted. The research instrument was a questionnaire filled out by students and then analyzed to see the percentage of student interest and the forms of entrepreneurship they had. The results showed that students at 3 universities in Pekanbaru City had an interest in entrepreneurship by taking advantage of the industrial revolution 4.0. They take advantage of information technology in the form of easy internet access with their social media account platforms in entrepreneurship. Then, the form of student entrepreneurship activities is engaged in the business of buying and selling online, the field of Fintech (Finance Technology), Cloud hosting and On-Demand services (Services).

Keywords: Entrepreneurship, Students, Industrial Revolution 4.0

PENDAHULUAN

Perkembangan kehidupan manusia saat ini sedang memasuki era revolusi industri 4.0 atau revolusi industri dunia keempat di mana teknologi informasi dan informasi telah menjadi basis dan melekat erat dalam kehidupan manusia. Segala bentuk fenomena kehidupan sosial menjadi tanpa batas (*borderless*) dengan penggunaan kekuatan komputasi dan jaringan data yang tidak terbatas (*unlimited*), karena disebabkan oleh perkembangan teknologi dan internet

serta dunia digital yang massif sebagai tulang punggung pergerakan dan konektivitas manusia dan mesin (Kemristekdikti, 2018).

Saat ini, revolusi industri seiring dengan perubahan waktu dan teknologi iyang ada telah semakin berkembang secara pesat telah mencapai generasi keempat (Irawan, 2016). Zaman revolusi industri 4.0 memegang komitmen peningkatan leksibilitas di bidang manufaktur, secara massal, dengan kualitas dan produktivitas yang lebih baik. Imbasnya, perubahan cepat dan pesat yang dialami

masyarakat karena perkembangan teknologi informasi membawa banyak dampak pada kehidupan manusia terutama pola belanja manusia dari toko fisik sekarang hanya cukup dalam genggam semua kebutuhan terpenuhi. Mulai dari kebutuhan *primer* hingga *tersier* saat ini sudah bisa dipenuhi dengan mudah melalui adanya teknologi. wirausaha atau *entrepreneur* dalam makna luas adalah keberanian dalam memenuhi kebutuhan serta memecahkan permasalahan hidup dengan kekuatan yang ada pada diri sendiri (Soemanto, 1992: 42). Suryana (2011: 56) juga menambahkan minat berwirausaha adalah kemampuan untuk memberanikan diri dalam memenuhi kebutuhan hidup serta memecahkan permasalahan hidup, memajukan usaha atau menciptakan usaha baru dengan kekuatan yang ada pada diri sendiri.

Revolusi industri 4.0 ini ditandai dengan bersatunya beberapa teknologi sehingga kita melihat suatu area baru yang terdiri dari tiga bidang ilmu independen, yaitu fisika, digital, dan biologi (Raymond, 2016). Teknologi baru seperti internet menjad titik strategis dalam proses revolusi industri 4.0 terutama dalam berwirausaha saat ini (sering disebut sebagai revolusi bisnis secara elektronik atau *Electronic-Business*) (Kusmantini, 2011). Dengan demikian, revolusi industri 4.0 tersebut membawa konsep penggabungan teknologi digital dan internet dengan industri konvensional yang pada akhirnya bertujuan

meningkatkan produktivitas, efisiensi, dan layanan konsumen secara signifikan (Prasetyo & Sutopo, 2017).

Pesatnya perkembangan dunia digital, termasuk penjualan dalam jaringan (*daring*) atau *marketplace*, melahirkan banyaknya entrepreneur muda di Indonesia. *Entrepreneur* ini dapat memanfaatkan internet, media sosial, dan *marketplace* untuk menjalankan bisnis mereka dari berbagai tempat. entrepreneur era ini tidak perlu memikirkan mengeluarkan uang untuk beli atau sewa toko. Cukup hanya buka internet, ada *marketplace* bisa jualan gratis. Biasanya *entrepreneur* baru ini memulainya dari hobi, lama-lama serius karena keuntungannya sangat besar. Kasmir (2011:19). Secara sederhana menyatakan wirausahawan (*enterpreneur*) adalah orang yang berani mengambil risiko untuk membuka usaha dalam berbagai kesempatan.

Sebagai mahasiswa Pendidikan Ekonomi harus siap menanggapi perkembangan dari Revolusi Industri ini, terutama kita yang bergerak di bidang Wirausaha. Dengan adanya revolusi 4.0 ini membuat para wirausaha untuk dituntut bisa berfikir lebih kreatif seperti yang dikatakan Presiden Joko Widodo dalam pidatonya di acara *Industrial Summit 2018* mengungkapkan bahwa revolusi industri 4.0 akan menciptakan jutaan lapangan pekerjaan baru dan menjadi lompatan besar bagi ekonomi Indonesia. Ditambah lagi, dibekalnya mahasiswa pelajaran kewirausahaan diharapkan timbulnya minat mahasiswa untuk berwirausaha. Menurut Roamiati dkk (2015)

menyatakan bahwa, pengetahuan kewirausahaan mendukung nilai-nilai wirausaha terutama bagi mahasiswa, sehingga diharapkan menumbuhkan jiwa usaha untuk berwirausaha. Minat mahasiswa dan pengetahuan mahasiswa tentang kewirausahaan diharapkan akan membentuk kecenderungan mahasiswa untuk membuka usaha baru di masa mendatang.

Pentingnya berwirausaha telah dijelaskan dalam *Al-Qur'an Al-Jumu'ah* ayat 10 dimana Seorang *entrepreneurship* atau wirausahawan yang harus senantiasa berkarya dan berinovasi. Seorang *entrepreneurship* harus mempunyai ide yang kreatif, yang nantinya mampu menangkap dan menciptakan peluang- peluang bisnis yang bisa dikembangkan, sehingga ia tidak pernah khawatir kehabisan lahan bisnisnya. Dengan adanya bekal pendidikan dan skill yang diperoleh dari bangku kuliah diharapkan mampu untuk mengembangkan diri menjadi wirausahawan atau *entrepreneurship* dan bukan sebaliknya lulusan perguruan tinggi hanya bisa menunggu lowongan pekerjaan bahkan menjadi pengangguran yang pada hakekatnya menjadi beban pembangunan.

Beberapa perguruan tinggi yang ada di Riau telah cukup lama membekali para mahasiswanya untuk menjadi wirausaha atau *entrepreneurship* melalui mata kuliah kewirausahaan, khususnya para mahasiswa yang mengambil Prodi Pendidikan Ekonomi. Sejumlah aktivitas telah dilakukan pada

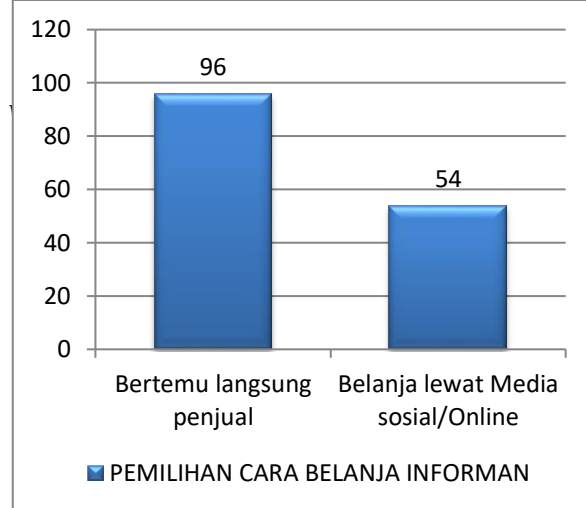
mata kuliah ini, yaitu tentang teori-teori kewirausahaan, praktek kewirausahaan yaitu dengan menciptakan beberapa jenis produk baru dan revolusioner. Dengan melakukan kegiatan itu semua, dapat membuat para mahasiswa memiliki mental berwirausaha atau *entrepreneurship* dan mendorong untuk menjadi wirausaha yang sesungguhnya setelah mahasiswa diwisuda. Kemudahan dalam mengakses informasi di revolusi industri 4.0 tentu sangat disayangkan jika tidak dimanfaatkan peluang ini oleh mahasiswa dalam berwirausaha tanpa mengeluarkan modal besar untuk membangun atau menyewa ruko. Maka dari itu, penulis tertarik meneliti tentang "*Analisis Bentuk Kewirausahaan Mahasiswa Pada Revolusi Industri 4.0 Pada Perguruan Tinggi Di Pekanbaru*". Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana minat berwirausaha mahasiswa dan mengetahui bentuk-bentuk wirausaha yang diminati mahasiswa pada revolusi industri 4.0 pada perguruan tinggi di provinsi Riau.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh dengan metode penyebaran/kuesioner, wawancara, observasi pada mahasiswa-mahasiswa di berbagai perguruan tinggi yang berada di Kota Pekanbaru. Lokasi penelitian dilakukan di Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau (UIN Suska Riau), Universitas Riau (UR) dan Universitas Islam

Riau (UIR) yang ada di Kota Pekanbaru. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa yang kuliah diperguruan tinggi di Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau (UIN Suska Riau), Universitas Riau (UR) dan Universitas Islam Riau (UIR) yang menjadi lokasi penelitian, sedangkan teknik pengambilan sampel yang digunakan penulis adalah Nonprobability Sampling dengan tipe Probability Sampling dengan model teknik sampel acak yang memberikan kesempatan yang sama bagi anggota populasi yang terpilih, dan sampelnya adalah 50 orang di masing-masing perguruan tinggi yang menjadi tempat penelitian. Jadi, ada 150 mahasiswa yang terlibat dalam penelitian. Setelah peneliti memperoleh data dari para mahasiswa, data tersebut dihitung satu persatu. Setelah peneliti mendapatkan angka-angka dari hasil menghitung data, maka selanjutnya angka-angka hasil menghitung tersebut dijadikan dalam bentuk persentase. Persentase tersebut lalu dimasukkan dalam tabel-tabel untuk penyajian hasil penelitian. Untuk mahasiswa yang memilih dari satu pilihan, peneliti membuat kolom baru dalam tabel tersebut untuk menuliskan apa saja pilihan mahasiswa tersebut. Untuk mahasiswa yang memilih mengisi jawaban angket terbuka pada angket penelitian, maka peneliti juga membuat kolom baru untuk menuliskan apa yang diisi mahasiswa pada angket terbuka tersebut. Sehingga semua jawaban dari mahasiswa dapat ditampung oleh peneliti

dan tidak ada jawaban dari



mahasiswa yang disia-siakan. Sehingga dari tabel tersebut dapat diketahui sedikit atau banyaknya persentase pendapat responden.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

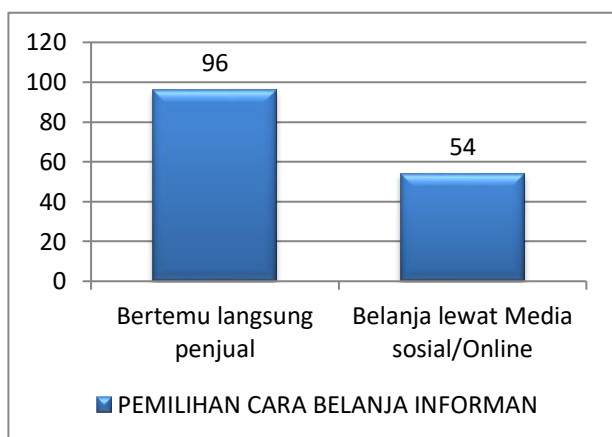
1. Minat Berwirausaha Mahasiswa Di Era Revolusi 4.0

Dalam mendapatkan data mengenai minat berwirausaha mahasiswa di era Revolusi Industri 4.0 di perguruan tinggi di Kota Pekanbaru, peneliti menyebar Kuisisioner (Angket) kepada responden (mahasiswa). Hasil yang diperoleh dari data ini mengenai minat berwirausaha mahasiswa di era revolusi 4.0 adalah Ada sebanyak 144 mahasiswa (96%) menyatakan suka berwirausaha. Sedangkan yang tidak suka berwirausaha ada 6 mahasiswa (4%). Jadi dapat disimpulkan seluruh mahasiswa yang menjadi informan sebanyak 144 mahasiswa (96%) menyatakan suka berwirausaha. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada gambar dibawah ini.

Gambar 1. Persentase Mahasiswa Berwirausaha

Dalam mendapatkan data responden dalam mengetahui usaha yang diminati informan, peneliti menggunakan kuesioner (Angket). Ada sebanyak 21 mahasiswa (14%)

menyatakan suka berwirausaha di bidang jasa. Sebanyak 43 mahasiswa (28,7%) suka berwirausaha di bidang produksi/pembuatan barang. Sebanyak 68 lagi mahasiswa (45,3%) suka dibidang jual/beli barang. Sedangkan yang memilih lain-lain maksud disini adalah selain bidang yang disebutkan sebelumnya ada 18 mahasiswa (12%). Jadi dapat di simpulkan kebanyakan mahasiswa yang menjadi informan sebanyak 68 lagi mahasiswa (45,3%) menyatakan suka dibidang jual/beli barang. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada diagram dibawah ini:

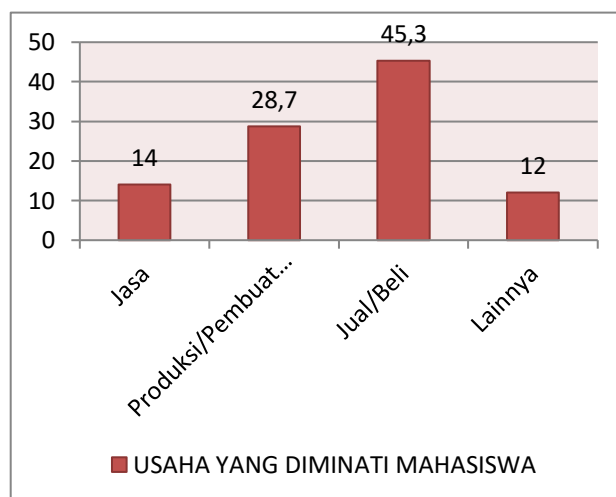


Gambar 2. Persentase Usaha Yang Diminati Mahasiswa

Dalam mendapatkan data responden dalam mengetahui pemilihan cara belanja informan, peneliti menggunakan kuesioner (Angket). Ada sebanyak 96 mahasiswa (64%) menyatakan lebih suka berbelanja langsung atau bertemu langsung dengan penjual. Sedangkan sisanya lebih memilih belanja lewat media sosial/online..Jadi dapat disimpulkan menurut mahasiswa sebanyak 96 mahasiswa (64%) menyatakan lebih suka

berbelanja langsung atau bertemu langsung dengan penjual. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada diagram dibawah ini:

Gambar 3. Pemilihan Cara Belanja Informan



Dalam mendapatkan data responden dalam mengetahui pemilihan platform media sosial Informan dalam berjualan, peneliti menggunakan kuesioner (Angket). Hasilnya disajikan dalam table berikut ini:

Tabel 1. Pemilihan Platform Media Sosial Informan Dalam Berjualan

Keterangan	N	Persentase (%)
Facebook	38	25,34%
Instagram	45	30%
Twitter	4	2,7%
Pinterest	4	2,7%
WhatsApp	30	20%
Google Plus	5	3,33%
Youtube	18	12%
Line	6	4%
Jumlah	150	100%

Melihat dari pemilihan platform media sosial yang digunakan untuk berjualan, ada sebanyak 38 mahasiswa (25,34%) menyatakan lebih suka berjualan platform media sosial Facebook. Ada sebanyak 45 orang mahasiswa

(30%) menyatakan lebih suka akun media Instagram. Sebanyak 4 orang mahasiswa (2,7%) menyatakan lebih suka akun media Twitter. Sebanyak 4 orang mahasiswa (2,7%) menyatakan lebih suka akun media Pinterest. Sebanyak 30 orang mahasiswa (20%) menyatakan lebih suka akun media WhatsApp. Sebanyak 5 orang mahasiswa (3,33%) menyatakan lebih suka akun media Google Plus. Sebanyak 18 orang mahasiswa (12%) menyatakan lebih suka akun media Youtube. Sedangkan sisanya lebih memilih akun media sosial berupa Line sebanyak 6 orang mahasiswa (4%). Jadi dapat dikatakan bahwa mahasiswa lebih memilih akun media sosial Instagram yaitu sebanyak 45 orang mahasiswa (30%).

Dalam pernyataan Kusmantini (2011) mengatakan seiring dengan perkembangan zaman dan perubahan teknologi, saat ini revolusi industri telah memasuki generasi ke empat atau sering disebut RI 4.0. lanjutnya lagi, internet merupakan Teknologi baru di revolusi industry 4.0 menjadi titik strategis dalam proses revolusi industri 4.0 terutama dalam berwirausaha saat ini (sering disebut sebagai revolusi bisnis secara elektronik atau Electronic-Business). Dengan kata lain, revolusi industri 4.0 tersebut telah membawa konsep penggabungan teknologi digital dan internet dengan industry konvensional yang pada akhirnya bertujuan meningkatkan produktivitas, efisiensi, dan layanan

konsumen secara signifikan (Prasetyo & Sutopo, 2017).

Sebagai mahasiswa harus siap menanggapi perkembangan dari Revolusi Industri ini, terutama kita yang bergerak di bidang Wirausaha. Dengan adanya revolusi 4.0 ini membuat para wirausaha untuk dituntut bisa berfikir lebih kreatif seperti yang dikatakan Presiden Joko Widodo dalam pidatonya di acara Industrial Summit 2018 mengungkapkan bahwa revolusi industri 4.0 akan menciptakan jutaan lapangan pekerjaan baru dan menjadi lompatan besar bagi ekonomi Indonesia.

Melihat minat mahasiswa dalam berwirausaha di perguruan tinggi di kota pekanbaru (UIN Sultan Syarif Kasim Riau, Universitas Riau dan Universitas Islam Riau) 96% total populasi sample menyatakan suka berwirausaha. Mengingat kemudahan dalam memasarkan produk yang akan dijual. Kebanyakan mahasiswa 45% total populasi menyatakan suka berjual/beli produk yang sudah jadi. Ini artinya mereka memanfaatkan kemudahan teknologi informasi dan kesediaan produk yang ada kemudian mereka poles dengan kemasan teknologi sehingga produk mereka jual mudah di akses oleh masyarakat banyak.

Mahasiswa-mahasiswa tersebut memanfaatkan akun media sosial yang mereka miliki dalam berwirausaha. Sebagian mereka 55,33 % total populasi memiliki akun media sosial lebih dari satu akun. Dengan adanya akun media sosial, mereka dapat memasarkan atau mengiklan produk mereka dalam sehari sampai

2 atau 3 kali Share dengan sekali pencet tombol kirim. Kemudahan ini lah yang membuat mahasiswa memanfaatkan kesempatan berwirausaha.

Selain itu, total populasi 91,3% mahasiswa merasakan sangat efektif berjualan di akun media sosial mereka. Hanya bermodalakan smartphone dan data internet kemudian sudah bisa meng-share produk mereka ke banyak orang. Walaupun saat ini, telah tersedia marketplace seperti Lazada, Bukalapak, Shoppe dan lain-lainnya. Namun, mahasiswa tersebut lebih tertarik berjualan di akun media sosial mereka seperti FB, Instagram, WhatsApp dan youtube. Alasan mahasiswa tersebut, berjualan di marketplace terlalu ribet dan banyak syarat yang harus dipenuhi. Sedangkan berjualan di akun media sosial mereka sendiri tanpa ada aturan yang harus di ikuti.

Dari pembahasan diatas, dapat dikatakan bahwa mahasiswa di perguruan tinggi Kota Pekanbaru (UIN Sultan Syarif Kasim Riau, Universitas Riau dan Universitas Islam Riau) memiliki minat berwirausaha dengan memanfaatkan revolusi industry 4.0. Mereka memanfaatkan teknologi informasi berupa kemudahan akses internet dengan platform akun media sosial mereka miliki dalam berwirausaha. Selain itu, telah bergesernya pola belanja masyarakat di era miliial ini semakin mempermudah berwirausaha berbasis elektronik atau *Electronic-Business*.

2. Bentuk Kewirausahaan Mahasiswa Pada Revolusi Industri 4.0

Dalam mendapatkan data responden dalam cara informan berwirausaha, peneliti menggunakan kuesioner (Angket). Hasilnya disajikan dalam table berikut ini:

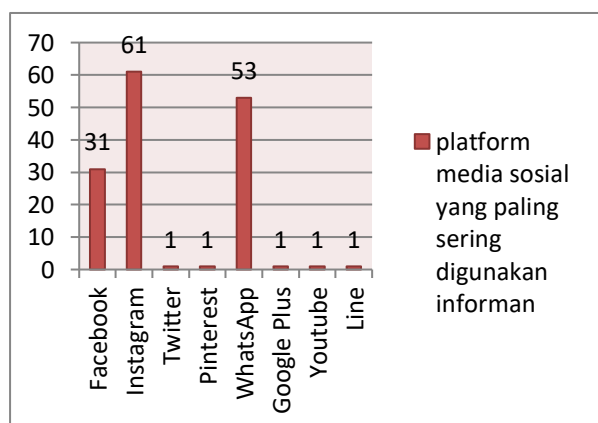
TABEL 2. CARA BERWIRAUSAHA INFORMAN

Keterangan	N	Persentase (%)
Konvensional	47	31,3%
Media Sosial/Online	103	68,7%
Jumlah	150	100%

Berdasarkan kuesioner yang di isi oleh responden, ada sebanyak 47 mahasiswa (31,3%) menyatakan melakukan kegiatan berwirausaha secara konvensional atau dengan cara biasa yang dilakukan di masyarakat. Sedangkan sisanya sebanyak 103 mahasiswa (68,7%) menyatakan melakukan kegiatan berwirausaha dengan memanfaatkan media sosial/Online yang lebih modern. Jadi dapat disimpulkan bahwa kebanyakan responden sebesar 103 mahasiswa (68,7%) melakukan kegiatan kewirausahaan dengan memanfaatkan media sosial/Online yang lebih modern serta lebih praktis.. Dalam mendapatkan data responden dalam menggunakan platform media sosial paling sering digunakan informan dalam berwirausaha, peneliti menggunakan kuesioner (Angket). Dari pengisian kuesioner yang responden isi, pemilihan platform media sosial yang paling sering digunakan informan dalam berwirausaha

mulai tertinggi persentasinya adalah Instagram sebanyak 61 mahasiswa (41,%), selanjutnya Whatsapp sebanyak 53 mahasiswa (35,3%), urutan 3 besar terakhir adalah Facebook sebanyak 31 mahasiswa (19,6%). Sisanya seperti akun media Twitter, Pinterest, Google Plus, Youtube dan Line masing-masing sebanyak 1 orang mahasiswa (0,7%). Jadi dapat dikatakan bahwa mahasiswa lebih memilih akun media sosial Instagram, WhatsApp dan Facebook untuk melakukan kegiatan berwirausaha. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada diagram dibawah ini:

Gambar 4. Platform Media Sosial Yang Paling Sering Digunakan Informan



Dalam mendapatkan data responden dalam rencana produk yang akan dijual dimedia sosial dalam berwirausaha, peneliti menggunakan kuesioner (Angket). Hasilnya disajikan dalam table berikut ini:

Tabel 3. Produk Yang Akan Dijual Dimedia Sosial Oleh Responden

Keterangan	N	Persentase (%)
Pakaian (hijab, Baju, celana, dll)	55	36,7%
Elektronik	19	12,7%
Kosmetik	15	10%
Alat Rumah Tangga	7	4,7%

Aksesoris	12	8%
Makanan	19	12,7%
Sepatu	10	6,7%
Tas	4	2,5%
Jasa	9	6%
Jumlah	150	100%

Dalam mendapatkan data responden dalam rencana produk yang akan dijual dimedia sosial dalam berwirausaha, peneliti menggunakan kuesioner (Angket). Hasilnya disajikan dalam table berikut ini:

TABEL 4. ASAL PRODUK INFORMAN

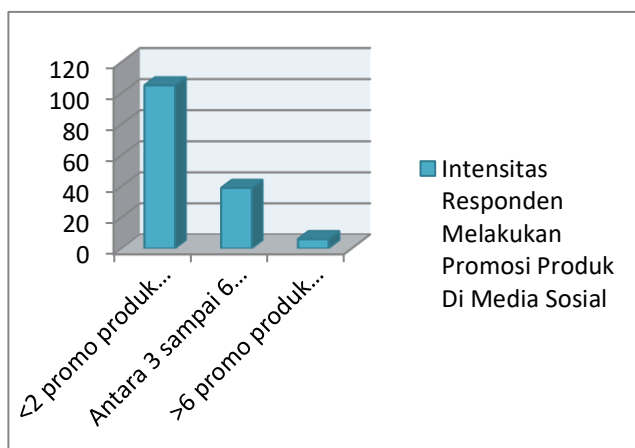
Keterangan	N	Persentase (%)
Produksi Sendiri/Hand Made	24	16%
Produk Orang Lain	118	78,7%
Jasa	8	5,3%
Jumlah	150	100%

Berdasarkan Kuesioner yang di isi oleh responden, ada sebanyak 24 mahasiswa (16%) menyatakan membuat sendiri produk yang dipasarkan. Sedangkan 118 mahasiswa (78,7%) menyatakan melakukan kegiatan kewirausahaan dengan menjual produk orang lain. Dengan kata lain mereka membeli produk orang lain kemudian mereka menjual ulang dengan mengambil keuntungan. Sisanya 8 mahasiswa (5,3%) menyatakan mereka hanya menjual jasa baik itu dari jasa mereka atau jasa orang lain mereka sebagai perantara. Jadi dapat disimpulkan bahwa kebanyakan responden sebesar 118 mahasiswa (78,7%) menyatakan melakukan kegiatan kewirausahaan dengan menjual produk orang lain dengan memanfaatkan media sosial/Online yang lebih modern serta lebih praktis.

Dalam mendapatkan data responden dalam intensitas responden melakukan promosi

produk di media sosial, peneliti menggunakan kuesioner (Angket). Berdasarkan Kuesioner yang di isi oleh responden, ada sebanyak 105 mahasiswa (70%) menyatakan melakukan <2 promo produk dalam sehari produk yang dipasarkan. Sedangkan 39 mahasiswa (26%) menyatakan melakukan kegiatan promosi Antara 3 sampai 6 promo Produk dalam sehari. Sisanya 6 mahasiswa (4%) menyatakan mereka melakukan promosi >6 promo produk dalam sehari di media sosial. Jadi dapat disimpulkan bahwa kebanyakan responden sebesar 105 mahasiswa (70%) menyatakan melakukan <2 promo produk dalam sehari produk yang dipasarkan. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada grafik di bawah ini:

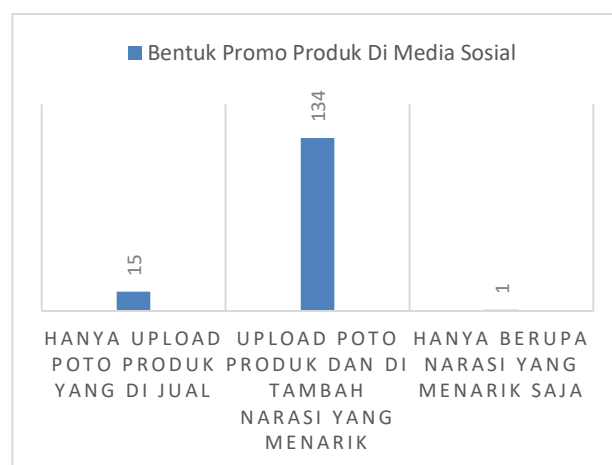
Gambar 5. Intensitas Responden Melakukan Promosi



Dalam mendapatkan data responden dalam intensitas responden melakukan promosi produk di media sosial, peneliti menggunakan kuesioner (Angket). Berdasarkan data Kuesioner yang di isi oleh responden, ada sebanyak 15 mahasiswa (10%) menyatakan melakukan promo

produk dalam sehari berupa Hanya Upload Foto Produk yang di jual. Sedangkan 134 mahasiswa (89,3%) menyatakan melakukan kegiatan promo produk dalam sehari berupa Upload foto produk dan di tambah narasi yang menarik. Sisanya 1 mahasiswa (0,7%) menyatakan mereka melakukan promo produk dalam sehari hanya berupa narasi yang menarik saja. Jadi dapat disimpulkan bahwa kebanyakan responden sebesar 134 mahasiswa (89,3%) menyatakan melakukan kegiatan promo produk dalam sehari berupa Upload foto produk dan di tambah narasi yang menarik. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada grafik di bawah ini:

Gambar 6. Bentuk Promo Produk Di Media Sosial



Pemerintah melalui Paket Kebijakan Ekonomi 14 telah membuat peta jalan (*roadmap*) niaga-el. Program peta jalan tersebut adalah menciptakan 1.000 wirausahawan berbasis digital. Tujuan dilaksanakannya peta jalan tersebut antara lain untuk mendorong peningkatan ekonomi yang efisien dan terkoneksi secara global, meningkatkan keahlian SDM pelaku niaga elektronik dan

sebagai acuan dalam menyusun kebijakan sektoral. Pemerintah dengan programnya telah membuat paket kebijakan ekonomi berbasis digital sehingga mau tidak mau bentuk kewirausahaan pada abad melinial ini harus manpu pelaku usaha meyesuakannya. Mengikuti bentuk perkembangan yang serba digital. Hal itu juga tidak luput dari kalangan mahasiswa yang notabene dimana berwirausaha itu merupakan sampingan bagi mereka. Namun yang peneliti temukan dalam penelitian ini, mahasiswa yang menjadi responden telah mengikuti perkembangan zaman dalam berwirausaha yang berbasis digital walaupun bentuknya masih sederhana.

Hasil analisis deskriptif pada penelitian ini menunjukkan bahwa 89,3% mahasiswa di perguruan tinggi kota Pekanbaru (UIN Sultan Syarif Kasim Riau, Universitas Riau dan Universitas Islam Riau) pernah melakukan kegiatan berwirausaha (jual/beli) produk. Kegiatan berwirausaha itu kebanyakan 68,7% dilakukan dengan cara berjualan dengan memanfaatkan akun media sosial. Akun media sosial yang digunakan mahasiswa tersebut merupakan akun media sosial milik mereka yang memang pada revolusi industry 4.0 merupakan akun media sosial yang lagi ngetren dikalangan generasi milinial, seperti Facebook, Instagram dan WhatsApp.

Untuk barang atau produk yang di jual dikalangan mahasiswa ini merupakan produk kebutuhan sehari baik tu sandang,

pangan dan jasa. Namun kebanyakan mahasiswa 36,7% dari responden menjual produk pakaian seperti hijan, baju dan celana. Dari bentuk-bentuk kegiatan berwirausaha mahasiswadi perguruan tinggi kota Pekanbaru (UIN Sultan Syarif Kasim Riau, Universitas Riau dan Universitas Islam Riau) telah menunjukkan mahasiswa tersebut mengikuti perkembangan teknologi dalam berwirausaha. Bisnis jual-beli secara online semakin menjanjikan di era revolusi industri 4.0. Promosi yang tidak harus digembar-gemborkan serta tidak perlu menyediakan biaya operasional yang tinggi membuat bisnis jual-beli secara online semakin besar di industri 4.0. Cara pembayaran yang lebih mudah pun banyak ditawarkan pada saat ini. Tidak harus selalu pergi ke ATM untuk melakukan transfer uang. Namun sistem pembayaran Cash on Delivery, virtual account hingga berbagai pembayaran lewat perusahaan fintech telah membuat bisnis jual-beli online terus berkembang.

Keadaan suatu perekonomian tentu berfluktuasi dari periode satu ke periode lainnya. Sebuah aktivitas bisnis tentu juga dipengaruhi keadaan makroekonomi tersebut, sehingga mau tidak mau harus memperhitungkan faktor risiko dalam menjalankan usahanya. Mengacu pada *time value of money*, ekonomi konvensional menggunakan besaran tingkat bunga untuk mengukur faktor ketidakpastian dan inflasi. Hal ini untuk menyiasati agar tingkat risiko lebih kecil dan memperoleh tingkat keuntungan yang diinginkan.

Melihat produk yang dijual oleh mahasiswa yang beragam, asal produk yang mereka jual oleh mahasiswa sebanyak 78,7% merupakan hasil dari produksi orang lain/pihak lain kemudian mereka posting di akun media sosial mereka. Total 70% mahasiswa melakukan kegiatan promosi di akun media sosial mereka sebanyak <2 promo produk dalam sehari. Dalam melakukan promosi produk menurut mahasiswa cukup dengan upload foto kemudian di tambah dengan narasi yang menarik. Tujuannya agar produk mereka jual bisa menarik perhatian netizen di akun media sosial mereka. Selain itu menurut mahasiswa sebanyak 70% total populasi memberikan waktu dan perhatian khusus dalam berwirausaha di media sosial. Menurut mereka, berjualan di akun media sosial adalah bagaimana mereka memasarkan produk mereka menjadi menarik dengan hanya melihat gambar dan membaca narasi iklan.

Dari pembahasan di atas, dapat disimpulkan bahwa mahasiswa telah memanfaatkan revolusi industri 4.0 dalam berwirausaha. Bentuk dari pemanfaatan teknologi informasi berbasis internet adalah dengan memanfaatkan akun-akun media sosial mereka seperti Facebook, Instagram dan WhatsApp serta akun media sosial lainnya untuk berjualan. Bentuk kegiatan kewirausahaan mahasiswa bergerak di bidang Bisnis jual-beli online walaupun di revolusi industri 4.0 berkembang bisnis

yang ditawarkan dari industri di era 4.0 selain yang disebut tadi ada juga di bidang Fintech (Finance Technology), Cloud hosting dan On-Demand service (jasa).

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil temuan dan analisis di lapangan, maka dapat di ambil kesimpulan bahwa Mahasiswa di perguruan tinggi kota pekanbaru (UIN Sultan Syarif Kasim Riau, Universitas Riau dan Universitas Islam Riau) memiliki minat berwirausaha dengan memanfaatkan revolusi industri 4.0. Mereka memanfaatkan teknologi informasi berupa kemudahan akses internet dengan *platform* akun media sosial mereka miliki dalam berwirausaha. Selain itu, telah bergesernya pola belanja masyarakat di era milenial ini semakin mempermudah berwirausaha berbasis elektronik atau *Electronic-Business*. Selanjutnya, Bentuk dari pemanfaatan teknologi informasi berbasis internet adalah dengan memanfaatkan akun-akun media sosial mereka seperti *Facebook, Instagram* dan *WhatsApp* serta akun media sosial lainnya untuk berjualan. Bentuk kegiatan kewirausahaan mahasiswa bergerak di bidang Bisnis jual-beli *online* walaupun di revolusi industri 4.0 berkembang bisnis yang ditawarkan dari industri di era 4.0 selain yang disebut tadi ada juga di bidang *Fintech (Finance Technology), Cloud hosting* dan *On-Demand service (Jasa)*.

DAFTAR PUSTAKA

Arum Sari Wibowo. 2016. *Analisis Minat Berwirausaha Siswa kelas XII Akuntansi Anggota Business Center SMK Negeri 1*

- Purbalingga. Yogyakarta: UNY FE
- Aflit Nuryulia Praswati. 2014. *Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat wirausaha di kalangan mahasiswa, studi kasus: Fakultas Ekonomi dan bisnis universitas muhammadiyah surakarta*, Jurnal, ISBN:978-602-70429-1-9.
- Alma, Buchori. 2013. *Kewirausahaan*. Bandung: Alfabeta.
- Agatha Dita Kristsada. 2010. *Menumbuhkan Minat Belajar Anak*. Yogyakarta: Tiara Wacana.
- Arikunto, Suharsimi. 2008. *Dasar-Dasar Evaluasi Pendidikan (Edisi Revisi)*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Bagong Suyanto dan Sutinah. 2006. *Metode Penelitian Sosial*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Chapli, James P. 2004. *Kamus Psikologi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Djalli. 2009. *Psikologi Pendidikan*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Iskandar. 2008. *Metode penelitian pendidikan dan sosial (kuantitatif dan kualitatif)*. Jakarta : GP press.
- Hartanto, Dicki dan Zulkifli (2022). *Pengantar Bisnis Islami: Tinjauan Teori dan Praktek*. Penerbit Rajawali Pers, Jakarta. 265 Halaman.
- Hendro. 2011. *Dasar-dasar Kewirausahaan*. Jakarta: Erlangga.
- Kasmir. 2011. *kewirausahaan*, Jakarta
- Leonardus saiman. 2011. *Kewirausahaan teori praktek dan kasus-kasus*. Jakarta: Salemba Empat.
- Muhibbin Syah. 2001. *Psikologi Belajar*. Jakarta: Rajawali Pers
- Moeloeng, Lexy J. 2012. *Penelitian Kualitatif*. Bandung: Rosda Karya.
- Rukaesih A. Maolani dan Ucu Cahyana. 2015. *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Suryana. 2011. *Kewirausahaan, Pedoman Praktis Kiat dan Proses Menuju Sukses Edisi Ketiga*. Jakarta :
- Salemba Empat.
- Sudaryono dan Asep Saefullah. 2011. *Kewirausahaan*. Yogyakarta: cv andi offset
- Suharsimi Arikunto. 2010. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Undang-Undang No.12 Tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi pada pasal 1 ayat (1)
- Winkel. 2004. *Psikologi Pengajaran*. Jakarta: PT Grasfindo.
- Wina Sanjaya. 2014. *Penelitian Pendidikan: Jenis, Metode dan Prosedur Edisi Pertama*, Jakarta: Kenacana.
- Yahya Uswaturrasul, Kristina Sisilia. *Analisis minat dan motivasi berwirausaha mahasiswa*, jurnal administrasi bisnis. Vol 2. No.3. Desember 2015.
- Yeri Andriyanto henuk, “*Hubungan Profil Jiwa Wirausaha terhadap Minat Berwirausaha siswa smk negeri 2 depok sleman*” (Yogyakarta: UNY FT, 2014