

## **ANALISIS BENTUK KEWIRAUSAHAAN MAHASISWA PADA REVOLUSI INDUSTRI 4.0 DI PERGURUAN TINGGI KOTA PEKANBARU**

Oleh: <sup>1</sup>Alfiah, <sup>2</sup>Meimunah S. Moenanda, <sup>3</sup>Darni, <sup>4</sup>Ismail

UIN Sultan Syarif Kasim Riau, Pekanbaru

E-mail: <sup>1</sup>[alfiah@uin-suska.ac.id](mailto:alfiah@uin-suska.ac.id), <sup>2</sup>[meimunahsm@yahoo.co.id](mailto:meimunahsm@yahoo.co.id), <sup>3</sup>[dahnylfitri@gmail.com](mailto:dahnylfitri@gmail.com),

<sup>4</sup>[Ismail05@uin-suska.ac.id](mailto:Ismail05@uin-suska.ac.id)

### **Abstrak**

*Penelitian bertujuan untuk mengetahui bagaimana minat mahasiswa berwirausaha dan mengetahui bentuk-bentuk wirausaha yang diminati mahasiswa pada perguruan tinggi di provinsi Riau. 150 mahasiswa yang berasal dari 3 perguruan tinggi di Pekanbaru yaitu UIN Sultan Syarif Kasim Riau (UIN Suska Riau), Universitas Riau (UR) dan Universitas Islam Riau (UIR) menjadi partisipan dalam penelitian ini. Instrumen penelitian berupa angket diisi oleh mahasiswa dan kemudian di analisis untuk melihat persentase minat mahasiswa dan bentuk wirausaha yang mereka miliki. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Mahasiswa di 3 perguruan tinggi kota pekanbaru 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. Kemudian, bentuk kegiatan kewirausahaan mahasiswa yaitu bergerak di bidang Bisnis jual-beli online, bidang Fintech (Finance Technology), Cloud hosting dan On-Demand service (Jasa).*

**Kata Kunci:** kewirausahaan, mahasiswa, revolusi industri 4.0

### **Abstract**

*This study aims to determine how students are interested in entrepreneurship and find out the forms of entrepreneurship that are of interest to students at tertiary institutions in Riau province. 150 students from 3 tertiary institutions in Pekanbaru, namely Sultan Syarif Kasim Riau State Islamic University (UIN Suska Riau), Riau University (UR) and Riau Islamic University (UIR) became participants in this study. The research instrument in the form of a questionnaire was 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 in 3 colleges in the city of Pekanbaru have an interest in entrepreneurship by utilizing the 4.0 industrial revolution. They utilize information technology in terms of ease of internet access with the platform of social media accounts they have in entrepreneurship. Then, the form of student entrepreneurial activities is engaged in online trading business, Fintech (Finance Technology), Cloud hosting and On-Demand service (Services).*

**Keywords:** entrepreneurship, college students, the industrial revolution 4,0

## PENDAHULUAN

Perkembangan kehidupan manusia saat ini sedang berada di era revolusi industri 4.0 yang semua aktivitasnya lebih bergantung pada teknologi informasi serta informasi yang pesat ini telah menjadi basis dan melekat erat dalam kehidupan manusia. Saat ini, revolusi industri seiring dengan perubahan waktu dan teknologi yang ada telah semakin berkembang secara pesat telah mencapai generasi keempat (Irawan, 2016).

Zaman revolusi industri 4.0 memegang komitmen peningkatan fleksibilitas 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 genggaman 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 perpaduan beberapa teknologi sehingga menghasilkan suatu region baru perpaduan tiga kajian ilmu independen, yaitu fisika, digital, dan biologi (Raymond, 2016). Teknologi baru berbasis internet menjadi strategis dalam revolusi industri 4.0 terutama dalam berwirausaha atau sering disebut sebagai *Electronic-Business* (Kusmantini, 2011). Artinya, revolusi industri 4.0 tersebut telah membawa konsep perpaduan teknologi digital/internet dengan industri

konvensional yang ada sehingga pada akhirnya memiliki tujuan mobilitas peningkatan 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) menyatakan wirausahawan (*entrepreneur*) adalah orang yang berani mengambil risiko dalam upaya membangun usaha di 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. Hal ini yang disampaikan Presiden ke 7 Indonesia yaitu Joko Widodo dalam pidatonya di pada kegiatan *Industrial Summit* 2018. Isi pidato itu menegaskan bahwa revolusi industri 4.0 akan menciptakan jutaan lapangan pekerjaan baru dan menjadi lompatan besar bagi perekonomian Indonesia. Ditambah lagi, dibekalnya mahasiswa pelajaran kewirausahaan diharapkan timbulnya minat mahasiswa untuk berwirausaha.

Menurut Roamiati dkk (2015) menjelaskan bahwa pemahaman kewirausahaan menumbuhkan nilai-nilai wirausaha terutama bagi mahasiswa, sehingga diharapkan mampu menumbuhkan jiwa usaha untuk berwirausaha. Minat mahasiswa dan di tambah lagi pengetahuan mahasiswa tentang kewirausahaan diharapkan mampu membentuk

kecenderungan mahasiswa dalam membuka usaha baru di masa mendatang.

Pentingnya berwirausaha telah dijelaskan *Al-Qur'an surah Al-Jumu'ah* ayat 10 dimana seorang entrepreneurship harus senantiasa manpu berkarya dan berinovasi. Seorang yang dikatakan *entrepreneurship* harus mempunyai ide yang kreatif, yang mampu menangkap dan menciptakan peluang-peluang usaha yang bisa dikembangkan, sehingga ia manpu menciptakan peluang kerja sendiri dan lahan bisnis yang baru. Hal ini bisa terjadi berkat bekal pendidikan dan skill yang diperoleh dari bangku kuliah yang mampu untuk dikembangkan 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 berada di Riau telah membekali mahasiswanya keterampilan *entrepreneurship* melalui mata kuliah kewirausahaan, khususnya para mahasiswa yang mengambil Program studi Pendidikan Ekonomi terutama di tiga perguruan tinggi besar di Riau (UIN Sultan Syarif Kasim Riau, Univeritas Riau Dan Universitas Islam Riau).

Sejumlah teori dan praktek telah dilaksanakan selama mahasiswa mengambil mata kuliah ini, yaitu tentang teori-teori kewirausahaan, praktek kewirausahaan dengan menciptakan beberapa jenis produk baru dan revolusioner. Kegiatan pada kuliah tersebut, diharapkan 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

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian deskriptif kuantitatif. Perolehan data dalam penelitian ini dengan cara penyebaran angket, wawancara mendalam, dan observasi pada mahasiswa-mahasiswa di berbagai perguruan tinggi yang berada di Kota Pekanbaru. Peneliti membtasi lokasi penelitian di UIN Syarif Kasim Riau (UIN Suska Riau), Universitas Riau (UR) dan Universitas Islam Riau (UIR) yang memiliki program studi Pendidikan Ekonomi atau Ekonomi. Peneliti mengambil populasi adalah mahasiswa yang aktif dan kuliah diperguruan tinggi di UIN Sultan Syarif Kasim Riau (UIN Suska Riau), Universitas Riau (UR) dan Universitas Islam Riau (UIR). Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *Nonprobability Sampling* dengan tipe *Probability Sampling* menggunakan model teknik sampel acak. Sampel yang dikumpulkan dalam penelitian ini adalah sebanyak 50 orang di masing-masing perguruan tinggi yang menjadi tempat penelitian. Jadi, ada 150 mahasiswa yang terlibat dalam penelitian. Setelah data diperoleh di lapangan, data tersebut dihitung satu-persatu. Data yang sudah di hitung tadi, selanjutnya data tersebut dijadikan dalam bentuk persentase. Persentase berisi data tadi, dimasukkan ke tabel-tabel untuk mempermudah hasil penyajian penelitian. Pada pertanyaan yang dipilih lebih dari 1 jawaban, maka peneliti membuat kolom tambahan dalam tabel 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. Setelah selesai menghitung dan di masukkan ke dalam table, maka peneliti membuat analisis berupa deskripsi penyajian data tadi. Deskripsi data yang di buat peneliti, akan menjadi temuan dalam penelitian ini.

### HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 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 menyebarkan 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. Agar lebih rincinya terlihat 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 informanebanyak 68 lagi mahasiswa (45,3%) menyatakan suka dibidang jual/beli barang. Agar lebih rincinya terlihat pada Gambar 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. Agar lebih rincinya terlihat pada Gambar 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%
<b>Jumlah</b>	<b>150</b>	<b>100%</b>

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%).

Berdasarkan 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 industri 4.0 menjadi titik utama dalam siklus revolusi industri 4.0 terutama dalam entrepreneurship saat ini yang sering disebut sebagai revolusi *Electronic-Business*. Artinya, revolusi industri 4.0 tersebut telah

membawa konsep baru dengan menggabungkan teknologi digital dengan industri konvensional yang pada tujuan akhirnya untuk meningkatkan produktivitas, efisiensi, dan pelayanan konsumen secara optimal (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 pada kegiatan *Industrial Summit 2018* yang menegaskan bahwa revolusi industri 4.0 akan menjadi kesempatan besar bagi ekonomi Indonesia serta mampu juga menciptakan jutaan lapangan pekerjaan baru.

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 beberapa akun media sosial. 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*, *Shopee* 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 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 milial ini semakin mempermudah berwirausaha berbasis elektronik atau *Electronic-Business*.

**Bentuk Kewirausahaan Mahasiswa Pada Revolusi Industri 4.0**

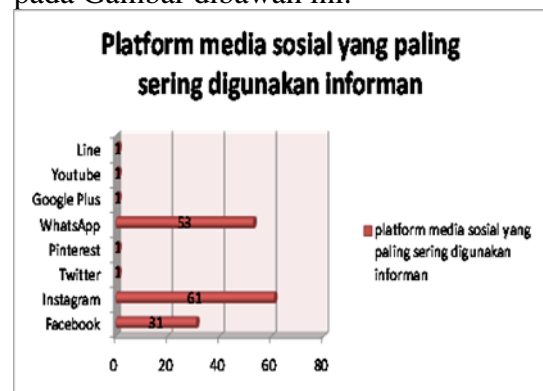
Dalam mendapatkan data responden dalam cara informan berwirausaha, peneliti menggunakan kuesioner (Angket). Hasilnya disajikan dalam table berikut ini:

**Tabel 2. Cara Berwirausaha Informan**

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

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. Agar lebih rincinya terlihat pada Gambar 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%
<b>Jumlah</b>	<b>150</b>	<b>100%</b>

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%
<b>Jumlah</b>	<b>150</b>	<b>100%</b>

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 engambil 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 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.

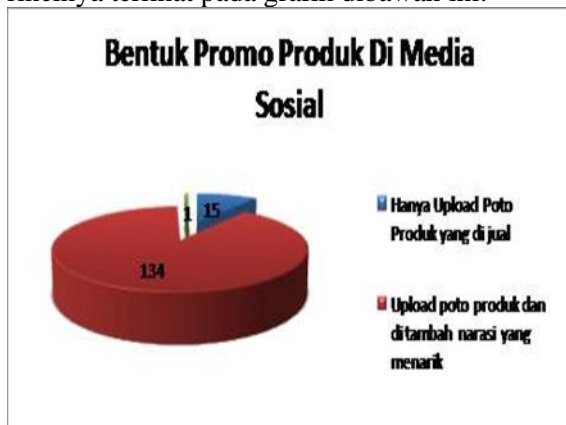
Dalam mendapatkan data responden dalam intensitas responden melakukan promosi produk di media sosial, peneliti menggunakan kuesioner (Angket). Berdasarkan kuesioner yang di isi oleh responden, ada sebanyak 105 mahasiswa (70%) menyatakan melakukan <2 promo produk dalam sehari produk yang dipasarkan. Sedangkan 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 dapat disimpulkan bahwa kebanyakan responden sebesar 105 mahasiswa (70%) menyatakan melakukan <2 promo produk dalam sehari produk yang dipasarkan. Agar lebih rincinya terlihat 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

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. Agar lebih rincinya terlihat pada grafik dibawah ini:



**Gambar 6. Bentuk Promo Produk di Media Sosial**

Pemerintah telah meluncurkan paket Kebijakan Ekonomi 14 yang membuat tentang peta jalan (*roadmap*) *Niaga-el*. *Roadmap Niaga-el* tersebut adalah program menciptakan 1.000 entrepreneurship berbasis digital. *Roadmap Niaga-el* memiliki tujuan antara lain untuk mendorong peningkatan perekonomian yang lebih efisien dan mampu terkoneksi secara global, keahlian SDM pelaku niaga elektronik semakin meningkat, dan menjadi 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 meyesuainya. 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.

Melihat Hasil analisis deskriptif yang dilakukan 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 mdia sosial milik mereka yang memang pada revolusi industry 4.0 merupakan akun media sosial yang lagi ngetren dikalangan generasi milineal, 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 menunjukan mahasiswa tersebut mengikuti perkembangan teknologi dalam berwirausaha. Bisnis jual-beli berbasis online sudah sangat menjanjikan di era revolusi industri 4.0. kegiatan promosi yang dilakukan tidak harus menghabiskan biaya yang besar serta tidak perlu menyediakan space khusus untuk promosi. Cukup buat gambar dan narasi yang menarik lalu upload ke akun media sosial atau *marketplace* yang ada. Selain itu, caara pembayaran yang lebih mudah dan tidak perlu antri ke bank serta tidak harus selalu pergi ke ATM untuk melakukan transfer uang. Sekarang sudah tersedia sistem pembayaran *Cash on Delivery*, *virtual account* hingga berbagai pembayaran lewat perusahaan *fintech* telah mendorong ekosistem bisnis jual-beli *online* terus berkembang.

Melihat produk yang dijual oleh mahasiswa yang beragam, asal produk yang mereka jual oleh mahasiswa sebnayak 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)*.

## **SIMPULAN DAN SARAN**

### **Simpulan**

Berdasarkan hasil temuan dan analisis di lapangan, maka dapat diambil 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

mempermudahkannya 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)*.

### **Saran**

Berdasarkan kesimpulan penelitian yang diperoleh, maka didapatkan ada beberapa saran yang dapat meningkatkan kewirausahaan di kalangan mahasiswa antara lain: 1) Dalam meningkatkan minat kewirausahaan dan memperlancar pelaksanaan usaha mahasiswa, pimpinan perguruan tinggi alangkah baiknya memperhatikan sarana dan prasarana berbasis teknologi informasi (IT) serta alokasi dana dalam pengembangan usaha mahasiswa tersebut ; 2) Mahasiswa hendaknya meningkatkan keyakinan dalam diri bahwa menjadi wirausaha merupakan pekerjaan yang aman dan melatih keterampilannya melalui partisipasinya dalam mengikuti seminar, kegiatan pelatihan yang bertema mengenai kewirausahaan; dan 3) Bagi penelitian selanjutnya diadakan penelitian lagi untuk melakukan uji lebih lanjut mengenai tema-tema lainnya yang berkaitan minat berwirausaha di luar dari penelitian ini.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Abas, S. Sudaryono dan Asep, Saefullah. (2011). *Kewirausahaan*. Yogyakarta: CV Andi Offset
- Alma, Buchori. (2012). *Pengantar Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Arikunto, S. (2019). *Dasar-dasar Evaluasi Pendidikan (edisi revisi)*.
- Bagong, S. (2006). *Sutinah. Metode*

- Penelitian Sosial.
- Djaalli. (2009). Psikologi Pendidikan. Jakarta: PT.Bumi Aksara.
- Hendro, I. (2011). Dasar-dasar kewirausahaan. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Iskandar. (2008). Metode penelitian pendidikan dan sosial (kuantitatif dan kualitatif). Jakarta : GP press.
- Kanner, L., Nervous, A. D. O. A. C., Pelajar, P., & Ginanjar, T. A. S. Syaiful Bahri. 2010. Guru dan Anak Didik Dalam Interaksi Edukatif Suatu Pendekatan teoritis Psikologis. Jakarta: Rineka Cipta.
- Bedworth, David D., Bailey, James E. 1987. Intregated Production Control Systems. Singapore: John Wiley and Sons Inc Chaplin, JP 2006. Kamus Lengkap Psikologi. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Kasmir. (2011). kewirausahaan, Jakarta.
- Kristsada, A. D. (2010). Menumbuhkan Minat Belajar Anak. Tiara Wacana.
- Maolani, R. A., & Cahyana, U. (2015). Metodologi penelitian pendidikan. Jakarta: Rajawali Pers.
- Moleong, L. J. (2012). Metodologi penelitian kualitatif (Cet. Ke-30.). Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Muhibbin, S. (2006). Psikologi Belajar, Jakarta: PT. Raja Grapindo Persada.
- Praswati, A. N. (2014). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat wirausaha di kalangan mahasiswa studi kasus: fakultas ekonomi dan bisnis universitas muhammadiyah Surakarta. In Seminar Nasional dan Call for Paper (Sancall 2014) (pp. 134-142).
- Saiman, L. (2009). Kewirausahaan: Teori, praktik, dan kasus-kasus. Jakarta: Salemba Empat.
- Sugiyono, D. (2013). Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R&D.
- 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).
- Uswaturrasul, Y., & Sisilia, K. (2015). Analisis Minat Dan Motivasi Berwirausaha Mahasiswa (studi Pada Program Studi Administrasi Bisnis Telkom University Angkatan 2011). eProceedings of Management, 2(3).
- Wibowo, A. S. (2015). Analisis Minat Berwirausaha Siswa Kelas XII Akuntansi Anggota Business Center SMK Negeri 1 Purbalingga Tahun Ajaran 2014/2015. Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta. Unpublish. Badan Pusat Statistik.(2017). Pengangguran Terbuka Menurut Pendidikan Tertinggi yang ditamatkan, 2017.
- Wina Sanjaya, (2014). Penelitian Pendidikan: Jenis, Metode dan Prosedur Edisi Pertama, Jakarta: Kenacana.
- Winkel. (2004). Psikologi Pengajaran. Jakarta: PT Grasfindo.