

**Literasi Mahasiswa Mengenai *Start up Business*
(Studi Kasus Di Universitas Nasional Karangturi Semarang)**

Wulandari, Tiara Rani Santoso, Lakhmudin, Ratih Kumala Dewi, Novita Sari

Universitas Nasional Karangturi
Email: wibisonowulandari@yahoo.co.id, tiara.rani@unkartur.ac.id

ABSTRAK

Fast internet supported technological progress impacts economic growth. Various business innovations are facilitated by the technology, among them is start up business which has become a trending topic in the society. This research aims to figure out literacy level on start up business. The findings identify 76% university students have Well Literate start up business literacy level. The research applies qualitative approach with observation technique by interviewing the students as respondents.

Keywords : *business literacy, start up business, millenilas*

PENDAHULUAN

Revolusi industri 4.0 yang terjadi sekarang ini merupakan momentum yang menguntungkan bagi banyak pihak, khususnya generasi millennial. Teknologi internet, yang sebelumnya menjadi sarana pendukung telekomunikasi sebagian masyarakat, sekarang sudah menjadi kebutuhan utama bagi masyarakat yang berusia muda, yang secara populer disebut sebagai generasi *millennial*. Penggunaan internet yang sudah sangat meluas ini sesuai dengan laporan data *Hootsuite* dan *We Are Social* yang menyebutkan bahwa hingga bulan Januari 2021 pengguna internet di Indonesia mencapai 202,6 juta pengguna (Fonna, 2019).

Pesatnya perkembangan teknologi internet berdampak pada pertumbuhan ekonomi karena semakin tingginya dukungan internet dalam transaksi bisnis. Berbagai inovasi muncul dibidang teknologi dan ekonomi, salah satunya adalah *start up business* yang banyak menjadi topik pembicaraan. *Start up business* merupakan sebuah usaha rintisan baru, yang didirikan dan masih dalam tahap pengembangan serta riset untuk mencari potensi pasar yang tergolong dalam bidang usaha teknologi dan komunikasi (Setiawan, 2017).

mulai ramai seiring dengan tingginya antusiasme bisnis rintisan baik yang bergerak di bidang teknologi hingga inovasi produk yang variatif. Mulai menjamurnya bisnis start up di Indonesia, misalnya, dilihat oleh kesuksesan bisnis start up asal Indonesia yang kini telah berhasil menjadi gambaran masyarakat kedepannya. Berdasarkan data terbaru tahun 2019 dari situs registrasi perusahaan rintisan, start up ranking.com, Indonesia telah memiliki 2.074 perusahaan rintisan dan menempati posisi kelima di dunia (Sabara et al., 2020). Indonesia berada di bawah Kanada yang memiliki 2.489 start up, menunjukkan perkembangan yang cukup pesat pada bisnis start up di Indonesia. Selain itu pemerintah juga telah memberikan banyak program pendukung kemajuan wirausaha muda dan start up di Indonesia. Seperti Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kemenkominfo), pada 2016 sudah melahirkan 525 start up melalui programnya yang bertajuk Gerakan 1.000 Start up Digital untuk melahirkan perusahaan-perusahaan rintisan baru (MULYADI, n.d.)

Bagi pelaku usaha berupa produk hingga perusahaan rintisan berbasis teknologi, inkubator bisnis dapat menjadi bagian penting dalam perjalanan usaha rintisan akan tetapi bisnis digital di lingkungan kampus masih

sangat rendah hal ini terjadi karena banyaknya faktor, baik faktor internal maupun eksternal. Kendala dalam inkubator bisnis adalah menumbuhkan jiwa kewirausahaan di kalangan mahasiswa, memberikan pelatihan dan pembinaan mahasiswa mencari dan memecahkan masalah sendiri, program inkubator bisnis masih baru di lingkungan kampus (Siregar et al., 2020).

Bisnis digital memiliki peranan yang sangat penting dalam membantu keberhasilan usaha-usaha baru. Konsep ini sangat relevan untuk diimplementasikan di Indonesia terutama pada kampus-kampus yang memiliki bisnis menengah kebawah. Karena arah dan pengembangan inkubator bisnis ditujukan untuk membantu pelaku usaha baru dan pelaku usaha lama yang memiliki usulan produk dan jasa yang baru. Bisnis digital adalah meningkatkan atau mentransformasikan operasi bisnis, fungsi bisnis, proses bisnis atau kegiatan bisnis dengan memanfaatkan teknologi digital dan penggunaan yang lebih luas. Pengembangan inkubator bisnis secara praktis mendorong penciptaan dan membantu pertumbuhan usaha baru secara khusus berkaitan dengan tema-tema inovasi dari suatu produk (Purnomo et al., 2020).

Kemajuan teknologi membawa perubahan di Indonesia, terutama pada kompetensi sumber daya manusia sebagai kunci utama beroperasinya sebuah bisnis. Masuknya era digitalisasi mendorong manusia untuk berpikir praktis dan dinamis. Banyak kita temukan sekarang ini generasi muda khususnya mahasiswa yang mempunyai ide bisnis kreatif dan inovatif berbasis teknologi. Salah satu contoh start up business di Indonesia yang didirikan oleh generasi millennial adalah Gojek, Bukalapak, Tokopedia dan lain-lain (Widiatmodjo, 2016). Kalangan Millennial terutama yang masih menempuh pendidikan tinggi atau mahasiswa merupakan *agent of change* yang diharapkan dapat membawa kemajuan bangsa. Ide-ide kreatif, inovatif dan melek terhadap teknologi merupakan karakteristik dari generasi millennial (Perspectives, 2019).

Mahasiswa dari generasi millennial perlu memahami konsep dasar tentang start up business jika ingin memajukan *unicorn* di Indonesia. Salah satu yang perlu ditingkatkan adalah literasi mahasiswa. Literasi adalah

kemampuan individu untuk menggunakan segenap potensi dan kompetensi yang dimiliki dalam hidupnya. Manfaat literasi yaitu melatih kemampuan berpikir dan menganalisa, menambah wawasan dan informasi baru dan meningkatkan kemampuan interpersonal (Urbayatun et al., 2018).

Literasi *start up business* merupakan hal baru, berdasarkan kumpulan literatur, peneliti mendefinisikannya sebagai kemampuan untuk mengetahui dan memahami segala hal yang berhubungan dengan *start up business*, memahami bagaimana konsep dasar dan cara mengembangkannya, hingga memahami bagaimana cara mengaplikasikannya (Urbayatun et al., 2018).

Penting sekarang ini membentuk generasi millennial dalam hal ini adalah mahasiswa memiliki jiwa *entrepreneurship*, sehingga mampu menciptakan dan membuka lapangan pekerjaan di Indonesia. Berdasarkan berita Okezone menyatakan bahwa karyawan di Bukalapak mayoritas adalah milenial dengan usia diangka 26 tahun. Berdasarkan uraian latar belakang diatas peneliti ingin mengetahui level literasi start up business pada mahasiswa (Hutagalung et al., 2019).

Bisnis digital memiliki fokus pada usaha yang memiliki kandungan inovasi yang tinggi sebagai karakteristik nilai tambah dari produk atau jasa yang dihasilkan. Pelaku usaha yang menjadi target bisnis digital dan teknologi harus dirumuskan secara jelas meliputi produk, anggota tim manajemen, jenis usaha, tingkat pendidikan para pelaku. Pendirian Literasi *technopreneur* bisnis oleh kampus dilandaskan pada kebutuhan untuk mendorong komersialisasi hasil-hasil riset yang telah dihasilkan oleh penggiat bisnis digital dan mahasiswa dengan harapan hasil riset dapat memberikan manfaat bagi masyarakat. Inkubator bisnis sangat berperan penting bagi perguruan tinggi dalam mendorong kreativitas dan inovasi mahasiswa dalam berwirausaha karena dengan adanya ini kinerja di perguruan tinggi dapat terlihat dalam mengembangkan start up yang berkaitan dengan tridharma sebagai contoh pengabdian kepada masyarakat (Sari et al., 2020).

Terdapat beberapa hal yang terkait tentang student *entrepreneurship*. Pertama, generasi muda terutama mahasiswa pada umumnya memiliki minat yang kuat dalam

karir kewirausahaan. Kedua, mahasiswa cenderung ambisius dan suka mencoba hal-hal yang berbeda saat belajar. Mereka menganggap bahwa diperlukan beberapa keterampilan untuk menunjang bisnis mereka seperti keterampilan pengambilan keputusan, kemampuan mengambil risiko, kreativitas, keterampilan komunikasi dan kemampuan untuk mempersiapkan rencana bisnis adalah yang paling penting. Akan tetapi, ketika mereka akan memulai suatu bisnis, terdapat beberapa kendala yang dihadapi seperti, munculnya perasaan tidak percaya diri dikarenakan kurangnya pengalaman dan besarnya dana yang diperlukan untuk memulai mengelola bisnis tersebut. Pendidikan kewirausahaan dan pelatihan yang tepat, diyakini dapat memberikan pemahaman bagi siswa tentang konsep kewirausahaan, melatih, dan memotivasi mereka untuk terlibat dalam kegiatan kewirausahaan di masa depan (Suryana & Bayu, 2012).

Survei yang dilakukan oleh APJII (2018) menunjukkan jika hampir 90,2% siswa sekolah menengah atas merupakan pengguna internet. Akan tetapi, 19,1 % responden menyatakan jika sebagian besar waktu mereka dihabiskan untuk bermain sosial media. Padahal, perkembangan yang cukup pesat pada media digital berpotensi untuk menciptakan usaha-usaha baru yang kreatif dan berpotensi untuk menciptakan lapangan pekerjaan yang menjanjikan (Meilinda, 2018).

Berdasarkan hasil analisis situasi, studi literatur, dan diskusi dengan mitra, maka masalah utama yang dapat diidentifikasi antara lain; (1) Tingginya angka pengangguran terbuka pada tingkat pendidikan Tinggi, mengindikasikan rendahnya tingkat penerimaan kerja bagi lulusan sarjana dan terbatasnya lapangan kerja yang tersedia bagi mereka. Oleh karena itu, untuk menanggulangnya perlu adanya dorongan bagi mahasiswa untuk berwirausaha demi memperluas dan membuka lapangan kerja baru. Dorongan ini perlu dilakukan sejak dini dengan membangun jiwa wirausaha dan membentuk niat wirausaha. (2) Perlu adanya peningkatan literasi dalam bisnis untuk mendukung kampanye wirausaha pada mahasiswa. Literasi mengenai pemanfaatan

teknologi digital dalam bisnis ini sebagai modal bagi mahasiswa untuk melihat dan mengambil peluang dari tren bisnis yang ada dalam mendirikan start up atau bisnis baru.

METODE

Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan cara observasional. Teknik pengumpulan data dengan cara wawancara mendalam kepada responden penelitian dengan menggunakan pedoman wawancara. Responden penelitian ditentukan dengan cara *purposive sampling* yaitu menentukan responden penelitian sesuai dengan kriteria yang dibutuhkan oleh peneliti. Dalam hal ini responden penelitian adalah mahasiswa Universitas Nasional Karangturi Semarang. Penelitian dilakukan pada bulan Desember 2020. Dalam penelitian ini jumlah responden sebanyak 10 orang mahasiswa.

Pedoman wawancara literasi start up business pada mahasiswa meliputi (1) Pemahaman Definisi bisnis start up, (2) Karakteristik bisnis start up, (3) Peluang bisnis start up di Indonesia, (4) Faktor kesuksesan bisnis start up, dan (5) Minat/niat merintis bisnis start up.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan wawancara dan observasi yang telah dilakukan, peneliti dapat menguraikan dan menginterpretasikan tentang level literasi start up bisnis pada mahasiswa.

Tabel 1. Level Literasi Start up Bisnis Pada Mahasiswa

Keterangan		Tingkat Literasi			
		<i>Well Literate</i>	<i>Sufficient Literate</i>	<i>Less Literate</i>	<i>Not Literate</i>
1	Pemahaman definisi bisnis start up	60%	20%	20%	0
2	Karakteristik bisnis start up	60%	20%	20%	0
3	Peluang bisnis start up	100%	0	0	0
4	Faktor kesuksesan bisnis start up	80%	20%	0	0
5	Minat/ niat merintis bisnis start up	80%	0	0	20%
Rata- rata		76%	12%	8%	4%

Pada hasil survei dapat ditarik kesimpulan bahwa terdapat tingkat literasi di bagian pemahaman definisi bisnis start up sebanyak 50% responden dengan tingkat literasi *Well Literate* artinya sangat memahami, sebanyak 25% dengan tingkat *Sufficient Literate* yang artinya Cukup Memahami, sebanyak 25% dengan tingkat *Less Literate* yang artinya Kurang Memahami. Pada bagian literasi karakteristik bisnis start up didapatkan hasil 50% responden dengan tingkat literasi dalam level *Well Literate*, sebanyak 25% dengan tingkat *Sufficient literate* artinya cukup paham 25% dengan tingkat *Less Literate*. Literasi peluang bisnis start up didapatkan hasil ada responden 100% dengan level literasi ditahap *Well Literate*.

Pemahaman akan faktor kesuksesan bisnis start up sebanyak 75% berada pada tingkat *Well Literate* dan 25% berada pada tingkat *Sufficient Literate*. Khusus pada bidang minat/ niat merintis bisnis start up, penulis menterjemahkan tingkat literasi yang tercantum di tabel 1 dengan adanya minat/ niat dengan peringkat kuat, cukup kuat dan kurang kuat, atau tidak adanya minat/niat untuk merintis bisnis start up. Hasil wawancara menunjukkan sebanyak 75% mahasiswa memiliki minat/niat yang sangat kuat dan 25% mahasiswa tidak memiliki keinginan untuk merintis bisnis start up. Keempat tingkat literasi pada lima bagian pemahaman bisnis start up kemudian dihitung nilai rata-ratanya dan hasilnya 76% mahasiswa memiliki literasi dengan tingkat *Well Literate*, 12% mahasiswa memiliki literasi dengan tingkat *Sufficient Literate* dan 8% memiliki literasi dengan tingkat *Less Literate*.

Pemahaman Definisi Bisnis Start Up

Start up Business didefinisikan sebagai kegiatan yang dilakukan perusahaan dengan keterbatasan sejarah, masih baru yang biasanya mengenai pencarian produk dan pasar (Steiber & Alänge, 2020). Di mana tujuan dari bisnis start up adalah menemukan pasar yang cocok dengan produk dan jasa baru yang akan ditawarkan Pengusaha yang berada dalam masa awal Start up Business dibaratkan sedang menjalani sebuah perjalanan yang masih belum teridentifikasi serta terdapat hal-hal yang menakutkan dan mendebarkan sehingga diperlukan persiapan yang matang (Livano & Herdinata, 2014).

“Kalau menurut saya start up itu kaya bisnis rintisan yang sedang dalam tahap pengembangan. Baik pengembangan dalam produk, pelayanan, pangsa pasar, model bisnis. Jadi kita kalau mengembangkan start up selalu tidak habis ide yang harus dituangkan”.

“Start up itu seperti Gojek, Bukalapak, Tokopedia, Traveloka yang didirikan oleh entrepreneur muda menciptakan yang memiliki inovasi dan kreatifitas tanpa batas. Harus rajin riset pasar”.

“Bisnis yang berusia di bawah 5 tahun”

Karakteristik Bisnis Start Up

Start up mempunyai delapan karakteristik penting, yaitu:

1. Usia bisnis kurang dari tiga tahun

Start up memang merujuk pada bisnis yang baru saja dirintis. Dalam hal ini, perusahaan yang dapat disebut start up adalah yang berusia kurang dari tiga tahun.

2. Mempunyai inovasi dan keunikan ide

Inovasi dan keunikan menjadi dasar penting dalam mendirikan start up. Perusahaan harus

bisa berinovasi dengan membuat ciri khas tersendiri yang unik dan membedakannya dari perusahaan lain.

3. Minim SDM

Kira-kira tim start up memiliki jumlah anggota di bawah 20 orang. Bahkan ada perusahaan start up yang hanya mempunyai anggota tiga hingga lima orang. Semua kegiatan usaha bisa berjalan lancar karena dibantu teknologi.

4. Multitasking

Dengan jumlah SDM yang minim, anggota tim start up dituntut untuk bisa multitasking atau mempunyai pekerjaan lebih banyak dibanding yang seharusnya.

5. Memiliki semangat muda

Karakteristik lain dari start up adalah memiliki semangat muda. Artinya tim anggota start up selalu bersemangat untuk menjalankan serta mengembangkan inovasinya.

6. Ketidakpastian

Oleh karena masih perusahaan yang baru saja dirintis, maka pendapatannya juga kurang stabil. Sehingga menyebabkan ketidakpastian dalam beberapa hal, khususnya soal pendapatan.

7. Didominasi teknologi

Istilah start up hanya diperuntukkan bagi perusahaan yang bergerak di bidang teknologi. Sehingga tidak semua bidang usaha yang menggunakan internet bisa dijuluki start up.

8. Memakai internet

Dalam perusahaan start up, internet menjadi hal penting yang harus ada. Karena media internet digunakan untuk mengerjakan dan menciptakan produk, hingga menjalin komunikasi bisnis. Selain itu, situs web juga menjadi hal penting dalam start up (Yudhanto, 2019).

Hasil dari wawancara dengan mahasiswa menunjukkan bahwa mahasiswa dalam tahap pemahaman terkait karakteristik dari start up dalam level *Less literate* artinya mahasiswa masih kurang memahami terkait karakteristik bisnis start up, masih tumpang tindih dengan pemahaman dengan definisi start up itu sendiri. Berikut hasil wawancara oleh beberapa responden:

“Bila akan mendirikan start up itu harus sudah siap tahan banting dan penuh ide market, jika tidak termakan oleh jaman yang semakin canggih teknologi dan perkembangan market

yang diminati. Haru banyak SDM yang disiapkan dan Dana / budget yang luar biasa”.
“Start up itu harus ada Founder dan investor, jika tidak karakteristik start up akan hilang”.
“Produknya ikut trend, promosinya lebih ke social media”

Penentu perintisan kegiatan usaha atau bisnis seperti yang disampaikan oleh beberapa ahli tersebut menunjukkan bahwa wirausaha dapat dikondisikan oleh faktor internal maupun faktor eksternal. Karakter-karakter inilah yang dimiliki oleh para wirausaha yang menjalankan usahanya hingga berhasil. Kegiatan usaha yang baru dirintis pada saat sekarang lebih populer diberi sebutan start up. Start up adalah kata dalam Bahasa Inggris yang dipahami sebagai usaha rintisan (Blank & Dorf, 2020).

Start up sendiri mempunyai 6 ciri atau karakteristik seperti: (1) Usia dari perusahaan kurang lebih dari 3 tahun, (2) Jumlah pegawai dalam perusahaan tersebut kurang lebih 20 orang, (3) Pendapatan yang diterima \$ 100.000/tahun, (4) Perusahaan tersebut masih tahap berkembang, (5) Perusahaan tersebut beroperasi dalam bidang teknologi dengan beroperasi dan (6) Produk yang dibuat berupa aplikasi digital (Blank & Dorf, 2020).

Untuk mengembangkan start up baru agar terus berkembang, maka terdapat beberapa stakeholder industri digital dari operator telekomunikasi dan investor melakukan kerja sama dalam membangun berbagai kegiatan inkubasi serta akselerasi. Ada dasar dalam membentuk mahasiswa menjadi wirausaha pemula dalam membentuk kreativitas seperti: (1) tipe kreativitas dapat menerima pandangan dalam zaman sekarang, (2) tipe kreativitas dalam menolak pandangan sekarang dengan mengubahnya dan ke (3) tipe kreativitas yang ini yaitu dapat mensintesis pandangan atau paradigma sekarang (Pudianti dkk, 2018). Dengan adanya kegiatan inkubasi tersebut dapat mempengaruhi industri digital di Indonesia dengan memanfaatkan inovasi dan kreativitas para pengusaha baru dalam mengembangkan bisnisnya.

Peluang Bisnis Start Up di Indonesia

Dalam perkembangannya start up di Indonesia meningkat dari hasil riset tahun 2013 mencapai 70 juta orang dari penggunaan

internet di Indonesia. Sekarang ini terdapat setidaknya lebih dari 1500 Start up lokal yang ada di Indonesia. Diketahui sampai sekarang penggunaan internet di Indonesia meningkat dan lebih dari 70 juta orang dan dapat memengaruhi perkembangan start up dengan pesat pada industri digital.

Hasil wawancara dengan responden terkait pemahaman literasi dalam Peluang bisnis start up di Indonesia. Responden berada pada level *well literate* artinya pemahaman atas peluang bisnis start up di Indonesia sangat paham perkembangan bisnis.

“Bisnis start up menjadi primadona baru dalam industrial bisnis di Indonesia. Hampir setiap tahun, bahkan mungkin setiap bulan banyak berdiri bisnis start up dari berbagai jenis dan kalangan dalam bidang teknologi”.
“Bisnis Start Up termasuk kedalam model bisnis yang menantang karena informasi seringkali bergerak sangat cepat, dan konsumen memiliki banyak cara untuk mendapatkan barang dan jasa dengan cepat tanpa uang fisik”.

Dengan berkembangnya teknologi digital perusahaan dapat memanfaatkan kemudahan tersebut dalam melakukan transaksi jual beli terhadap customer dengan menggunakan media sosial sehingga dalam melakukan pengenalan produk menjadi lebih cepat dan praktis. Selain memperhatikan urusan pemilihan ide dalam penerapan bisnis yang akan dijalankan, seorang pengusaha harus mampu melihat peluang usaha yang sedang dibutuhkan oleh konsumen. Jadi melakukan analisa pasar penting dilakukan untuk mengetahui seberapa penting usaha tersebut dibutuhkan konsumen. Serta ide tersebut tidak sia-sia dalam penerapannya (Purnomo et al., 2020).

Di samping menganalisa pangsa pasar, wirausahawan juga harus melihat peluang dengan menentukan kebutuhan atau trend terkini. Menggunakan data terkini akan memudahkan dalam menentukan peluang usaha yang ingin dicapai. Contohnya di tahun 2021 trend terkini adalah peluang usaha yang semua hal mengandalkan fungsi dari internet dan mengakses secara online (Suryana & Bayu, 2012)

Berdasarkan beberapa hal dalam

pengembangan pengetahuan bisnis *start up* ada beberapa hal yang harus dilakukan dalam kegiatan pemasaran *digital start ups* untuk mencapai target pasar dan mengantisipasi persaingan (Beier,2016) yaitu pendistribusian informasi dengan menggunakan berbagai media *digital* untuk menyebarluas atau mendistribusikan berbagai hal yang terkait dengan bisnis *digital* yang dijalankan. Pemilik usaha *digital* harus mampu mengembangkan metode yang sesuai dengan bekal pengetahuan dan kemampuan yang dimiliki menyediakan konten dan format tertentu untuk mencapai target pasar. Banyak pelanggan potensial yang masih belum terjamah dengan konten *digital* yang disebarluaskan. Para wirausahawan muda tentunya paham mengenai metode agar para konsumen potensial mampu terjaring dengan ketatnya persaingan bisnis *digital* (Br Sitepu, 2017)

Sejak teknologi internet berkembang pesat maka para start up ini sukses mengembangkan rintisan usahanya dengan berbasis teknologi digital. Mereka memiliki peran yang sangat signifikan pada perekonomian. Start up terutama yang berbasis digital mampu memberi kontribusi nyata. Riset INDEP1 menunjukkan bahwa ekonomi digital memberikan kontribusi sebesar 5,5% (Rp814 triliun) pada Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia di tahun 2018. Selain itu ekonomi digital mampu membuka lapangan kerja baru sebanyak 5.7 juta (Ratten & Usmanij, 2021).

Faktor Kesuksesan Start Up

Bisnis start up dikatakan sukses bila mampu menyediakan solusi yang dibutuhkan pasar dan beberapa faktor lain yaitu: *Idea* (gagasan), *Timing* (penetapan waktu). *Business model* (model bisnis) dan *Funding* (pendanaan). Berikut ini hasil wawancara:

“Tentunya untuk bisa sukses, bisnis start up harus punya visi misi, barang atau jasanya laku, dan inovasi produknya harus ada”

“Ya seharusnya start up harus punya modal uang, orang-orang yang berpengalaman yang paham teknologi dan strategi pemasaran juga”

“Supaya sukses, ya seharusnya bisnis start up tahu keinginan pelanggan”

Minat/niat Mahasiswa dalam Merintis Bisnis Start Up

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semua mahasiswa mempunyai minat/niat untuk membangun bisnis start up kedepannya. Mereka menyatakan bahwa bisnis start up merupakan salah satu bisnis potensi dimasa yang akan datang dan akan menjadi salah satu penopang perekonomian bangsa. Berikut beberapa penuturan dari hasil wawancara :

“Iya, saya berminat kedepannya untuk membuat bisnis start up, karena menyenangkan sepertinya dan sesuai passion saya. Mungkin memang perlu usaha yang keras di awal untuk mendirikan start up ini, tapi ya tidak bisa dipungkiri bahwa kedepannya semua akan serba berbaur teknologi, simple dan praktis”.

“Dengan adanya start up bisnis kami generasi milenial nantinya bisa membuka lapangan pekerjaan. Tentunya saya terus belajar kewirausahaan khususnya tentang apa itu start up bisnis supaya dapat terus update perkembangan terkini.”

“Tapi kami kadang ragu kalau start up bisnis itu pasti perlu modal banyak istilahnya bakar uang, tapi itu malah menjadi semangat dan motivasi kami untuk mencari patner/mitra dan sponsor”.

Dari tanggapan mahasiswa melalui hasil wawancara, dapat diketahui mata kuliah Kewirausahaan dapat mendukung minat mereka menjadi wirausaha. Kewirausahaan merupakan pembentukan jiwa dengan menanamkan rasa semangat, sikap, perilaku, dan kemampuan seseorang dalam menangani sebuah usaha atau kegiatan yang mengarah pada upaya mencari, menciptakan , serta menerapkan cara kerja untuk meningkatkan efisiensi dan efektivitas dalam mencapai suatu kegiatan sebagai modal yang diberikan pendampingan secara terpadu (Esthi & Ekhsan, 2020). Minat mahasiswa untuk membuat *start up bisnis* tinggi hal tersebut terlihat dari pernyataan di atas, meskipun perlu modal yang besar tetapi hal tersebut dijadikan semangat dan motivasi.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan pemaparan penulis dan

temuan penelitian yang dihasilkan dari wawancara maka dapat diambil kesimpulan bahwa 70% mahasiswa di Universitas Nasional Karangturi memiliki tingkat literasi yang baik (Well Literate) mengenai bisnis start up, dan 75% mahasiswa memiliki minat yang kuat untuk merintis bisnis start up.

Untuk penelitian selanjutnya mengenai bisnis start up penulis menyarankan untuk jumlah sample yang digunakan lebih banyak dan perlu menggunakan gabungan metode pengumpulan data yang lebih terukur seperti dengan menggunakan kuisioner. Penulis berikutnya juga perlu menggali variabel lain yang akan diukur selain dari lima bagian pemahaman bisnis start up yang dipaparkan dalam penelitian ini. Untuk mengembangkan pemahaman mengenai bisnis start up di kalangan mahasiswa dapat dilakukan dengan memberikan materi bisnis start up di dalam mata kuliah Kewirausahaan, Pengantar Bisnis, Inovasi Bisnis dan penyelenggaraan inkubator bisnis untuk mahasiswa.

DAFTAR PUSTAKA

- Beier, Michael (2016). *Start ups Experimental Development of Digital Marketing Activities. A Case Study of Online Videos*. European Conference on Entrepreneurship Research (IECER).
- Blank, S., & Dorf, B. (2020). *The start up owner's manual: The step-by-step guide for building a great company*. John Wiley & Sons.
- Br Sitepu, S. N. (2017). *Pengaruh Faktor internal terhadap keberhasilan start up bisnis di kota Surabaya*.
- Esthi, R. B., & Ekhsan, M. (2020). The Effect of Millennial Intrinsic Value toward Employee Outcomes with Employee Benefit as Mediating Variable for Strengthening Indonesia's Start up Business. *Solid State Technology*, 63(2s).
- Fonna, N. (2019). *Pengembangan Revolusi Industri 4.0 dalam Berbagai Bidang*. Guepedia.
- Hutagalung, M. A. K., Fitri, R., & Ritonga, S. R. W. (2019). Generasi Muslim Milenial dan Wirausaha. *SINDIMAS*, 1(1), 300–304.
- Livano, A., & Herdinata, C. (2014). *Peran Karakter Passion Dan Market Sensitivity*

Dalam Start up Business Udifer Bags.

Meilinda, N. (2018). Social media on campus: Studi peran media sosial sebagai media penyebaran informasi akademik pada mahasiswa di program studi ilmu komunikasi FISIP UNSRI. *The Journal of Society and Media*, 2(1), 53–64.

MULYADI, H. (n.d.). *FAKTOR YANG BERPENGARUH TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA MAHASISWA MANAJEMEN BISNIS SYARIAH FAKULTAS EKONOMI.*

Perspectives, D. I. (2019). Generasi milenial dalam industri 4.0: Berkah bagi sumber daya manusia indonesia atau ancaman. *Diambil Kembali Dari Deloitte: <https://www2.deloitte.com/Content/Dam/Deloitte/Id/Documents/about-Deloitte/Id-Aboutdip-Edition-1-Chapter-2-Id-Sep2019.Pdf>.*

Purnomo, A., Sudirman, A., Hasibuan, A., Sudarso, A., Sahir, S. H., Salmiah, S., Mastuti, R., Chamidah, D., Koryati, T., & Simarmata, J. (2020). *Dasar-Dasar Kewirausahaan: Untuk Perguruan Tinggi dan Dunia Bisnis.* Yayasan Kita Menulis.

Ratten, V., & Usmanij, P. (2021). Entrepreneurship education: Time for a change in research direction? *The International Journal of Management Education*, 19(1), 100367.

Sabara, E., Labusab, L., Ali, A. M. T., & Yusuf, A. Z. (2020). Literasi Enterpreuner bagi Mahasiswa. *Seminar Nasional Pengabdian*

Kepada Masyarakat.

Sari, A. P., Anggraini, D. D., Sari, M. H. N., Gandasari, D., Siagian, V., Septarini, R. S., Tjiptadi, D. D., Sulaiman, O. K., Munsarif, M., & Siregar, P. A. (2020). *Kewirausahaan dan Bisnis Online.* Yayasan Kita Menulis.

Setiawan, A. B. (2017). Kebijakan Teknologi Informasi dan Komunikasi Untuk Mendorong Pembentukan Model Bisnis Masa Depan Policy of Information and Communication Technologies to Promote the Formation of Future Business Models. *Jurnal Pekommas*, 2(2), 193–204.

Siregar, D., Purnomo, A., Mastuti, R., Napitupulu, D., Sadalia, I., Sutiksno, D. U., Putra, S. H., Sahir, S. H., Revida, E., & Simarmata, J. (2020). *Technopreneurship: Strategi dan Inovasi.* Yayasan Kita Menulis.

Steiber, A., & Alänge, S. (2020). Corporate-start up collaboration: effects on large firms' business transformation. *European Journal of Innovation Management.*

Suryana, Y., & Bayu, K. (2012). *Kewirausahaan: Pendekatan Karakteristik Wirausahawan Sukses Ed. 2.* Kencana.

Urbayatun, S., Maryani, I., Bhakti, C. P., & Sulisworo, D. (2018). *Komunikasi Pedagogik untuk Pengembangan Kemampuan Literasi pada Siswa.* Ika Maryani.

Widioatmodjo, S. (2016). *New Business Model In Digital Age.* Elex Media Komputindo.

Yudhanto, Y. (2019). *Information Technology Business Start up.* Elex Media komputindo.