

INOVASI STRATEGI DALAM MENINGKATKAN ENTREPRENEURSHIP MAHASISWA

Amirulmukminin¹, Rais Hidayat²

amirul.stiebima@gmail.com¹, rais72rais@gmail.com²

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Bima¹

Universitas Pakuan Bogor²

Abstrak

Penelitian ini adalah penelitian kualitatif-kuantitatif, dimana pendekatan kualitatif digunakan untuk deskriptif inovasi strategi yang diterapkan STIE Bima, sementara pendekatan kuantitatif digunakan untuk menganalisis besar pengaruh konstruk laten endogen atau variabel independent (Bebas) terhadap konstruk laten eksogen atau variabel dependend (Terikat). Penelitian dilakukan pada mahasiswa semester VII STIE Bima dengan jumlah mahasiswa yang mengisi kuesioner adalah 80 mahasiswa. Adapun hasil penelitian diperoleh Variabel Mata Kuliah Entrepreneur (X1) berpengaruh pada Entrepreneurship Mahasiswa (Y) ditandai dengan nilai T-Statistik = 2,672 > T-Tabel = 1,99 dan nilai P values = 0,0254 < signifikan = 0,05. Hal yang sama pula terjadi pada variabel Event entrepreneur (X2) berpengaruh terhadap variabel Entrepreneurship Mahasiswa (Y), hal itu ditandai dengan nilai T-Statistik = 25,877 > T-Tabel = 1,99 dan nilai P values = 0,000 < signifikan = 0,05. Begitupun dengan Variabel KKN-T Entrepreneur (X3) berpengaruh terhadap Variabel Entrepreneurship Mahasiswa (Y) hal itu ditandai dengan nilai T-Statistik = 6,673 > T-Tabel = -1,99 dengan P value = 0,008 < sig = 0,05 maka dapat dikatakan bahwa terdapat pengaruh dan signifikan antara variabel tersebut.

Kata Kunci: Inovasi Strategi Mata Kuliah, Event entrepreneur, KKN-T, dan Entrepreneurship

Abstract

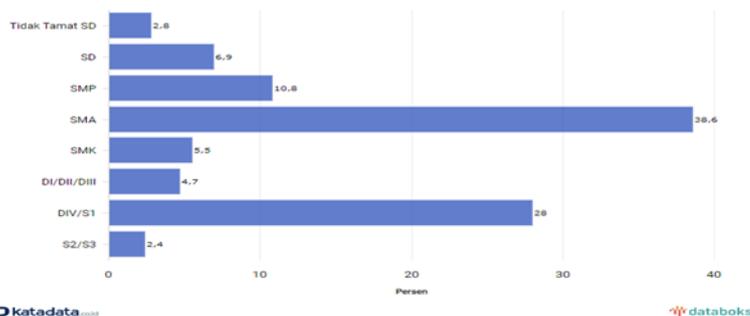
This research is a qualitative-quantitative research, where a qualitative approach is used to describe the strategic innovation implemented by STIE Bima, while a quantitative approach is used to analyze the magnitude of the influence of endogenous latent constructs or independent variables (Free) on exogenous latent constructs or dependent variables (Bound). The research was conducted on seventh semester students at STIE Bima with the number of students who filled out the questionnaire being 80 students. The research results showed that the Entrepreneur Subject Variable (X1) had an effect on Student Entrepreneurship (Y), indicated by the T-Statistics value = 2.672 > T-Table = 1.99 and the P value = 0.0254 < significant = 0.05. The same thing also happens to the Event entrepreneur variable (X2) which influences the Student Entrepreneurship variable (Y), this is indicated by the T-Statistics value = 25.877 > T-Table = 1.99 and the P value = 0.000 < significant = 0, 05. Likewise, the KKN-T Entrepreneur Variable (X3) has an effect on the Student Entrepreneurship Variable (Y). This is indicated by the T-Statistics value = 6.673 > T-Table = -1.99 with P value = 0.008 < sig = 0.05, so it can be said that there is influence and significance between these variables.

Keywords: Strategy Innovation, Courses, Entrepreneurial events, KKN-T, and Entrepreneurship

PENDAHULUAN

Dunia entrepreneur menjadi isu yang sangat diperhatikan oleh seluruh negara di dunia. Sebab dapat memberi banyak sumbansi dalam kehidupan bernegara, seperti membuka lapangan perkerjaan, menekan angka pengangguran, menekan terjadinya tindakan kriminal, mendorong inovasi dan lainnya. Namun kenyataan, masih banyak permasalahan yang dihadapi oleh banyak Negara, sebut saja salah satunya Amerika Serikat (AS) setiap tahunnya angka pengusaha muda mengalami penurunan seperti bidang konstruksi, perdagangan eceran, pertanian, dan jasa. Berkaca pada kondisi tanah air, menurut data Litbang

Kompas.com pada tahun 2017, masyarakat Indonesia yang bergelut dalam dunia entrepreneurship hanya sebesar 1,7% masih kalah jauh dengan sejumlah Negara lain seperti Jepang yang mencapai 11%, Singapore mencapai 7%, Malaysia mencapai 5%, bahkan kalah dari Thailand yang hampir mencapai 4% [2]. Berdasarkan data BPS Tahun 2020 [3], lulusan Sekolah Menengah Atas (SMA) sederajat mendominasi angka pelaku usaha. Dijelaskan bahwa BPS tahun 2020 mencatat terdapat 129.137 unit usaha perdagangan menengah dan besar, dan 39% adalah lulusan kemudian disusul lulusan DIV/S1 dengan angka 28%, sebagaimana ditunjukkan gambar berikut:



Gambar. 1. Perbandingan Penyerapan Lulusan dalam Dunia Usaha

Dari hasil kajian Universitas Erlangga menunjukkan bahwa per Februari 2022, bahwa tingkat pengangguran Indonesia tercatat sebesar 5,83 persen dari total penduduk usia kerja sejumlah 208,54 juta orang. Yang mencengangkan, dari 5,83 persen tersebut hampir 14 persen adalah penduduk lulusan jenjang diploma dan sarjana sebagai agen of change dengan definisi luas, harusnya output mahasiswa menjadi solusi dalam menyelesaikan permasalahan pengangguran di tanah air, bukan malah menjadi beban atau menambah angka pengangguran.

Pemerintah Indonesia terus memberi perhatian pada kondisi tersebut. Terbukti, banyak program yang diluncurkan baik melalui struktur kurikulum pendidikan nasional seperti program kompotitif Hibah Proyek Wirausaha Desa (Wiradesa), Program Pembinaan Mahasiswa Wirausaha (P2MW), Hibah PKM mahasiswa, Workshop Kewirausahaan, KBMI (Kegiatan Bisnis Manajemen Mahasiswa Indonesia), ASMI (Akselerasi Startup Mahasiswa Indonesia) dan lain-lain. Semua upaya tersebut dalam rangka mempercepat capaian Indonesia menjadi Negara maju, karena menurut ahli, untuk mewujudkan cita-cita sebagai Negara maju, maka Indonesia harus memiliki masyarakatnya yang bergelut pada dunia entrepreneur adalah 14% dari rasio pertumbuhan penduduknya. Hal yang sama juga disampaikan oleh yang mengatakan bahwa “Sebuah negara yang memiliki banyak wirausahawan adalah negara yang ekonominya memiliki potensi cepat untuk maju dan dapat diklasifikasikan sebagai Negara yang makmur”.

Tidak ketinggalan, pemerintah daerah Nusa Tenggara Barat (NTB) juga terus memaksimalkan sejumlah event baik lokal, nasional maupun internasional diantaranya Lombok Sumbawa Great Sale, Festival Pesona Bau Nyale, Festival Pesona Gili Indah, Festival Pesona Tambora, L'Etape Indonesia, Pesona Khazanah Ramadhan, Tambora Challenge, Iron Man 70.3 Lombok Indonesia, Bulan Pesona Lombok Sumbawa, Rinjani 100, Pesona Gumi Selaparang, Mataram Jazz Festival, Festival Pesona Moyo, Motor GP, MXGP, Festival Pesona Senggigi, Festival Taliwang, dan lain-lain.

Melihat semangat pemerintah pusat dan Provinsi NTB, juga sekelumit persoalan angka pengangguran di Indonesia, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Bima berupaya menerjemahkan dengan baik semangat tersebut. Terbukti sejumlah kegiatan dalam rangka mendorong semangat entrepreneur dan juga menjadi sarana menumbuhkan dan melatih entrepreneurship mahasiswa terus dilakukan oleh STIE Bima. Sebut saja beberapa diantaranya adalah kegiatan Gebyar Wirausaha STIE Bima, STIE EXPO, Bazar Ramadhan

STIE Bima, Pargaleran Fashion Show hingga didirikannya Inkubator Bisnis (INBIS) STIE Bima. Namun pada prinsipnya, jauh sebelum program-program dari pemerintah pusat diluncurkan, STIE Bima sudah konsen dalam pengembangan entrepreneurship mahasiswa. Sejumlah publikasi media massa yang merekam aktivitas entrepreneurship STIE Bima. Seperti yang diberitakan, beberapa judul berita adalah Gelar Bazar Ramadhan, STIE Bima Fasilitas Entrepreneurship Mahasiswa, atau pada media yang sama juga memberitakan Gebyar Kewirausahaan STIE Bima, ajang pengembangan dan pembuktian diri calon wirausaha muda masa depan. Sebagai bentuk realisasi keseriusan berwirausaha mahasiswa STIE Bima Bima mendapatkan penghargaan sebagai satu- satunya di NTB yang lolos seleksi Hibah Program Wirausaha Desa pada tahun 2021, begitupun dengan tahun 2022 tiga kelompok mahasiswa STIE Bima mendapatkan pembinaan dari Kemendikbudristek RI melalui Program Pembinaan Mahasiswa Wirausaha (P2WM) Tahun 2022..

Dalam sejumlah literatur, entrepreneur diartikan sebagai usaha menciptakan nilai melalui pengenalan kesempatan bisnis, manajemen pengambilan resiko, dan keterampilan komunikasi serta manajemen untuk memobilisasi manusia, uang bahan baku yang diperlukan untuk menghasilkan proyek supaya terlaksana dengan baik salah satu ahli mengemukakan pendapatnya tentang entrepreneur. Sementara menurut entrepreneurship adalah keterampilan kreatif dan inovatif yang berfungsi sebagai dasar dan sumber daya dalam mencari peluang untuk sukses. Menurut sejumlah ahli, entrepreneurship tidak muncul secara tiba-tiba melainkan harus dipupuk dan dikembangkan. Berikut adalah faktor yang menjadi pemicu dalam menumbuhkan entrepreneurship yaitu:

Tabel 1. Strategi menumbuhkan Entrepreneurship Mahasiswa

Ahli	Strategi
Novita et al (2020)	Memiliki visi <i>entrepreneur</i> , tingkatkan kemitraan, memiliki program <i>entrepreneurs</i> , komitmen program dalam waktu yang lama, komitmen lembaga keuangan, inovasi dalam kurikulum, sarana dan prasarana dan memperluas pengembangan perusahaan.
Wahyuni (2021)	Mata kuliah kewirausahaan, program belajar bekerja terpadu, kerjasam sama dengan umkm, pendirian koperasi mahasiswa dan pelaksanaan kerja sampingan.
Damirah et al. (2018)	Mata kuliah kewirausahaan, pendektan agama, kerja sama dengan lembaga keuangan, bantuan modal, dan seminar/pelatihan.
Novialumi (2018)	Kuliah kewirausahaan, knk usaha, magang kewirausahaan, dan Program Kreatif Mahasiswa (PKM).
Dainuri (2019)	Memasukkan kurikulum kewirausahaan, mendirikan laboratorium kewirausahaan, mengadakan pelatihan-pelatihan kewirausahaan, memberikan bantuan dana lunak, dan KKN kewirausahaan Nyata.
Sri Maryanti (2017)	Pembentukan Pusat studi kewirausahaan kampus, mata kuliah kewirausahaan dijadikan matakuliah MKDU, memanfaatkan program kewirausahaan, mempersiapkan tenaga pendidik melalui pelatihan kewirausahaan, Program seminar, workshop, lokakarya dan kewirausahaan, Mengembangkan kurikulum berbasis wirausaha, menjalin kerjasama dengan lembaga usaha, dan membuat kebijakan strategis.
Yanti & Mauliza (2021)	Melakukan kegiatan <i>Market Week</i> , Pengadaan Ekskul entrepreneur, Membuat mata kuliah entrepreneur, Laboratorium entrepreneur dan penghargaan untuk mahasiswa.

Tentu saja masih banyak pendapat lain dalam meningkatkan entrepreneurship mahasiswa. Namun juga perlu dipahami bagaimana ciri atau indikator seseorang memiliki entrepreneurship. Adapu beberapa ciri atau indikator dimilikinya jiwa kewirausahaan atau entrepreneurship lebih jelas terangkum pada tabel berikut:

Tabel 2. Indikator Tumbuhnya Entrepreneurship Mahasiswa

Ahli	Indikator
Wahyuni (2021)	Memiliki Kemauan kuat, keberanian mengambil resiko dan mengambil keputusan, kemauan berpikir dan bertindak secara kreatif dan inovatif, kemauan bekerja secara teliti, tekun dan produktif, dan berkarya dengan semangat kebersamaan dan etika bisnis yang sehat
Dainuri (2019)	Percaya diri, inisiatif, dan kreatif.
Poniman (2020)	Pengetahuan tentang <i>entrepreneur</i> , minat untuk menjadi <i>entrepreneur</i> , pendapat tentang peranan profesi sebagai <i>entrepreneurship</i> , ketangguhan seandainya menjadi <i>entrepreneur</i> , dan Besar kecilnya potensi/kans untuk menjadi <i>entrepreneur</i>
Irawan & Oswari (2022)	Rasa percaya diri, Memiliki motivasi kinerja, dan berani mengambil resiko.

Mengacu pada pandangan para ahli tersebut dan fakta lapangan melalui observasi dan studi lapangan, diperoleh inovasi strategi yang didesain oleh STIE Bima dalam meningkatkan entrepreneurship mahasiswa adalah berikut:

a. Mata Kuliah Entrepreneur

Beberapa mata kuliah menjadi pemicu dalam meningkatkan kemampuan dan melatih entrepreneurship yaitu Pengantar Bisnis, Komunikasi dan Negosiasi Bisnis; mata Kuliah Kewirausahaan 1, mata Kuliah Kewirausahaan 2; dan Perencanaan dan Bisnis Usaha Kreatif.

b. Event Entrepreneurship

Strategi lain yang dapat meningkatkan entrepreneurship mahasiswa adalah dengan memfasilitasi mahasiswa untuk mengikuti kegiatan atau event entrepreneur. Sebut saja diantaranya adalah kegiatan EXPO, Bazar Mahasiswa, Gebyar Wirausaha, dan Fashion Show. Dalam pelaksanaan Event entrepreneur ini.

c. KKN-T Entrepreneurship

Salah satu program wajib yang harus dilakukan oleh mahasiswa dalam menyelesaikan proses akademik adalah pelaksanaan program Kuliah Kerja Nyata (KKN). Namun dalam pelaksanaannya, sebagian kampus menyelenggarakan KKN Tematik (KKNT) entrepreneurship yang bertemakan kewirausahaan, dimana mahasiswa KKN-T entrepreneurship diberikan penekanan dalam pengembangan ekonomi masyarakat melalui pembinaan atau bahkan menciptakan UMKM baru dengan didukung prodak yang berkualitas. Sehingga indikator yang digunakan dalam mengukur keterhubungan masing-masing variabel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 3.

Variabel dan Indikator dalam menumbuhkan entrepreneurship mahasiswa STIE Bima

No	Variabel	Indikator
1	Mata Kuliah <i>Entrepreneurship</i> (X1)	a. Relevansi Mata Kuliah b. Kesesuaian Proses/Metode Pembelajaran c. Tujuan Pembelajaran Kewirausahaan d. Kesesuaian Media Pembelajaran e. Ketetapan Waktu
2	<i>Event Entrepreneurship</i> (X2)	a. Kemandirian b. Kedisiplinan c. Kejujuran

No	Variabel	Indikator
		d. Tanggung jawab, e. komunikasi interpersonal
3	KKN-T <i>Entrepreneurship</i> (X3)	a. Peningkatan kapasitas kewirausahaan masyarakat b. Pemecahan masalah sosial c. Memberi Dampak Nyata pada Akhir Kegiatan
4	<i>Entrepreneurship</i> mahasiswa (Y)	a. Percaya diri. b. Inisiatif. c. Kreatif. d. Pengetahuan tentang kewirausahaan e. Minat untuk menjadi wirausahawan

METODE PENELITIAN

Penelitian ini adalah penelitian dengan menggunakan pendekatan kualitatif-kuantitatif. Pendekatan kualitatif digunakan untuk deskriptif implementasi inovasi strategi yang diterapkan STIE Bima melalui studi pendahuluan dengan teknik observasi, wawancara dan studi pustaka. Sementara pendekatan kuantitatif digunakan untuk menganalisis apakah implementasi inovasi strategi yang dilakukan STIE Bima dapat mempengaruhi dalam meningkatkan entrepreneurship mahasiswa yang diperoleh melalui pembagian kusioner penelitian. Teknik sampling dalam penelitian ini adalah purposive sampling, karena kriteria sampel adalah mahasiswa yang sudah mendapatkan inovasi strategi yang diterapkan oleh STIE Bima yaitu mahasiswa semester VII. Adapun jumlah mahasiswa berpartisipasi mengisi kusioner adalah 80 mahasiswa.

Selanjutnya, data yang diperoleh melalui hasil pengisian kusioner tersebut akan dianalisis menggunakan SEM – PLS (Structural Equation Modeling – Partial Least Square). Adapun beberapa item yang diukur diantaranya adalah Uji Validitas dan Realibilitas, merancang Goodness of Fit-Inner Model dan uji Hipotesis (Ghozali, 2014).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Terdapat empat variabel (konstruk) dalam penelitian ini, yaitu tiga konstruk laten endogen atau variabel independent (Bebas) yaitu matakuliah entrepreneurs (X1), event entrepreneurs (X2) dan KKN T entrepreneurs (X3). Sementara Konstruk laten eksogen atau variabel dependend (Terikat) dalam penelitian ini adalah meningkatkan entrepreneurship mahasiswa (Y).

1. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrument

Dari hasil analisis yang dilakukan menggunakan aplikasi software Smart PLS, melakukan analisis perancangan outer model atau analisis hubungan antar konstruk diperoleh hasil analisis sebagai berikut:

Tabel 4.

Persebaran nilai Indikator konstruk laten endogen dan Konstuk laten eksogen

X1			X2			X3			Y		
Per	Skor	Ket									
1	0.812	Valid	1	0.874	Valid	1	0.873	Valid	1	0.807	Valid
2	0.808	Valid	2	0.831	Valid	2	0.840	Valid	2	0.768	Valid
3	0,847	Valid	3	0.839	Valid	3	0.909	Valid	3	0.938	Valid

X1			X2			X3			Y		
Per	Skor	Ket									
4	0,878	Valid	4	0.819	Valid	4	0.863	Valid	4	0.900	Valid
5	0,875	Valid	5	0.791	Valid	5	0.774	Valid	5	0.710	Valid
6	0,822	Valid	6	0,807	Valid	6	0.863	Valid	6	0.789	Valid
7	0,743	Valid	7	0.917	Valid	7	0.881	Valid	7	0.892	Valid
8	0,862	Valid	8	0.860	Valid	8	0.889	Valid	8	0.796	Valid
9	0,866	Valid	9	0.746	Valid	9	0.781	Valid	9	0.748	Valid
10	0,878	Valid	10	0.824	Valid				10	0.797	Valid
11	0,851	Valid	11	0.853	Valid				11	0.767	Valid
12	0,828	Valid	12	0.808	Valid				12	0.679	Valid
13	0,910	Valid	13	0.783	Valid				13	0.955	Valid
14	0,840	Valid	14	0.815	Valid				14	0.865	Valid
15	0,811	Valid	15	0.738	Valid				15	0.836	Valid

Sebagaimana data yang ditampilkan pada tabel 4 diatas, mengacu pada standar discriminant validity yang cukup ($>0,6$), secara otomatis hasil analisis LPS menunjukkan seluruh pernyataan nomor 12 (Y.12) tidak valid. Sementara untuk nilai reliabilitas dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 5. Goodness Of Fit-Outer Model

Variabel	Cronbach's Alpha	rho_A	Reliabilitas Komposit	Rata-rata Varians Diekstrak (AVE)
X1	0.972	0.973	0.974	0.717
X2	0.965	0.967	0.969	0.675
X3	0.953	0.954	0.960	0.729
Y	0.964	0.967	0.968	0.673

(Hasil Pengujian PLS, 2022)

Dilihat dari nilai dari Cronbach's Alpha dengan mengacu pada kriteria pada bab sebelumnya, maka indikator pada variabel tersebut dikatakan reliabilitas. Artinya instrumen tersebut memiliki nilai kepercayaan tinggi untuk digunakan mengukur respon dari mahasiswa.

2. Goodness of Fit-Inner Model

Selanjutnya, Evaluasi Goodness of Fit inner model atau model struktural yang dilakukan untuk melihat hubungan antara konstruk dengan melihat nilai R-square untuk relevansi prediksi dan f-square untuk effect size. Model struktural yang memiliki R-square $> 0,67$ mengindikasikan bahwa model dinyatakan baik, R-square $> 0,33$ mengindikasikan bahwa model dinyatakan moderat, R-square $> 0,19$ mengindikasikan bahwa model dinyatakan lemah. Sementara untuk f^2 (f square) untuk effect size atau untuk menilai kebaikan model dapat mengacu pada kriteria nilai $f^2 > 0,02$ maka model dapat dinyatakan lemah, nilai $f^2 > 0,15$ maka model dinyatakan moderat serta nilai $f^2 > 0,35$ maka model dapat dinyatakan besar pada tingkat struktural (Ghozali, 2014). Perhatikan tabel berikut:

Tabel 6. Output R-Square

Konstruk	R-Square	Keterangan	F-Square	Keterangan
X1	0,254	Lemah	0,117	Lemah
X2	1.392	Kuat	6,164	Besar
X3	-0.666	Moderat	0,667	Besar

X1, X2, dan X3	0,988	Kuat		
-----------------------	--------------	-------------	--	--

(Hasil Pengujian PLS, 2022)

Berdasarkan nilai kriteria model di atas, konstruk atau variabel mata kuliah memiliki model struktural yang tidak kuat atau lemah karena hanya memiliki nilai pengaruh sebesar 0,254 atau memiliki pengaruh sebesar 25,4 % saja. Selanjutnya adalah konstruk Variabel Event Kewirasusahaan dengan struktural yang kuat karena memiliki nilai sebesar 1,392 atau sebesar 139,2%. Sementara untuk konstruk variabel KKN-T entrepreneurship memiliki model struktural yang cukup kuat (moderat) namun bersifat negatif, hal itu ditandai dengan nilai Nilai R-Square konstruk laten eksogen sebesar 0,666 atau sebesar 66,6%. Namun demikian, jika dilihat secara seksama, apabila ketiga variabel ini dijalankan dengan maksimal mampu memberi sumbansi dalam menumbuhkan entrepreneurship mahasiswa sebesar 0,988 atau dapat menumbuhkan entrepreneurship mahasiswa sebesar 98,8%, sementara sisanya sebesar 1,2% adalah dipengaruhi diluar variabel atau konstruk yang diteliti.

Berdasarkan tabel di atas, dapat kita simpulkan bahwa ukuran efek Variabel Mata Kuliah (X1) terhadap tumbuhnya entrepreneurship mahasiswa adalah lemah dengan nilai 0,117. Sementara masing-masing Variabel Event entrepreneur terhadap tumbuhnya entrepreneurship mahasiswa adalah sebesar 6,164 dengan kriteria besar atau kuat. Serupa dengan hal tersebut, variabel KKN T entrepreneur dalam tumbuhnya entrepreneurship mahasiswa dikategorikan besar dengan nilai 0,667.

3. Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis antar konstruk baik itu antara konstruk eksogen terhadap konstruk endogen dilakukan dengan metode resampling bootstrapping. Statistik uji yang digunakan adalah uji t. nilai t- Tabel dengan taraf signifikansi sebesar 5% = 1,99. Hipotesis penelitian terbukti signifikan apabila nilai T-statistik > 1,99. Dasar yang digunakan untuk menguji hipotesis adalah nilai Path Coefficients dalam PLS. Adapun hasil output Path Coefficients pada PLS Bootstrapping sebagai berikut:

Tabel 6. Output Original Sampel

Hubungan Variabel	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standar Deviation (STDEV)	T Statistik	P Values
X1 --> Y	0,254	0,251	0,095	2,672	0,000
X2 --> Y	1,392	1,39	0,054	25,877	0,000
X3 --> Y	-0,666	-0,659	0,1	6,673	0,008

Berikut adalah interpretasi hasil pengujian hipotesis yang dapat dihasilkan dalam Path Coefficients dalam PLS Bootstrapping.

- 1) H1: Pengaruh Variabel Mata Kuliah Entrepreneur (X1) terhadap Variabel Entrepreneurship Mahasiswa (Y)

Berdasarkan hasil analisis data pada tabel 6, diperoleh nilai T-Statistik = 2,672 > T-Tabel = 1,99 dengan nilai original sample estimate adalah positif yaitu 0,0,254. Selain itu juga dapat dilihat dari nilai Pvalue, dimana apabila nilai P value = 0,000 < signifikansi = 0,05, maka dapat dikatakan bahwa terdapat pengaruh variabel mata kuliah entrepreneur dalam meningkatkan entrepreneurship mahasiswa Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Bima dengan arah hubungan positif atau jika merujuk pada hipotesis maka Ha diterima, dimana terdapat pengaruh mata. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Sari dan Gufron (2022) Sari dan Gufron (2022) dan Ramadhani and Nurnida (2017).

- 2) H2: Pengaruh Variabel Event entrepreneur (X2) terhadap Variabel Entrepreneurship Mahasiswa (Y)

Berdasarkan hasil analisis data pada tabel 6, Variabel event entrepreneur dalam meningkatkan entrepreneurship mahasiswa Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Bima dan bersifat positif hal itu ditandai dengan dengan nilai T-Statistik= 25,877 > T-Tabel = 1,99 dengan nilai original sample estimat adalah positif yaitu 1,392. Selain itu juga dapat dilihat dari nilai P value = 0,000 < signifikasi = 0,05. Kondisi tersebut, selaras dengan hasil penelitian yang dilakukan Nurhayati (2018) dan Mashud (2016).

3) H3: Pengaruh Variabel KKN-T Entrepreneur (X3) terhadap Variabel Entrepreneurship Mahasiswa (Y)

Berdasarkan hasil analisis data pada tabel diatas, diperoleh nilai T-Statistik = 6,673 > T-Tabel = 1,99 dengan nilai original sample estimate adalah positif yaitu -0,666. Selain itu juga diperoleh nilai Pvalue = 0,008 < signifikasi = 0,05, maka dapat dikatakan bahwa terdapat pengaruh KKN-T Entrepreneur dalam meningkatkan entrepreneurship mahasiswa Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Bima namun dengan arah negatif. Hal itu disebabkan KKN T Entrepreneur terbagi dalam beberapa kelompok devisa yang dibentuk berdasarkan kebutuhan organisasi. Sebut saja beberapa diantaranya adalah devisa kerohanian, devisa olahraga, devisa pubdok dan lainnya. Sehingga hanya sebagian kecil mahasiswa KKN T Entrepreneur yang fokus pada pelaksanaan atau membuat prodak. Karena yang lebih fokus hanya mahasiswa yang masuk dalam devisa prodak KKN T Entrepreneur. Hal ini bertolak belakang dengan hasil penelitian Setiyowati, Irianto, Mochamad Fariz, and Tyasari, Susmita Dian Indiraswari (2022) dan Novialumi (2018).

KESIMPULAN

Dari hasil penelitian yang dilakukan, tiga variabel yang diteliti memberi pengaruh dalam menunjang pertumbuhan entrepreneurship mahasiswa STIE Bima, hal itu dapat dilihat melalui perbandingan nilai tstatistik dengan ttabel maupun perbandingan nilai Pvalue = dengan nilai signifikasi. Untuk Variabel matakuliah entrepreneur, memberi pengaruh sebesar 25,4 % dalam menumbuhkan entrepreneurship mahasiswa STIE Bima. Sementara untuk Variabel Event Entrepreneur, angka pengaruhnya sangat tinggi yaitu mencapai 1,392%. Namun berbeda dengan Variabel KKN T Entrepreneur, walaupun mempengaruhi sebesar 66,7 % dalam entrepreneurship mahasiswa, namun hubungan adalah hubungan negatif. Hubungan negatif yang dimaksud adalah hubungan tidak searah antara variabel KKN T Entrepreneur dengan pertumbuhan entrepreneurship mahasiswa. Namun jika ketiga-tiganya diterapkan, maka ketiga variabel tersebut dapat mempengaruhi entrepreneurship mahasiswa STIE Bima adalah sebesar 98,8%.

DAFTAR PUSTAKA

- L. Abraham and B. K. Master, "Entrepreneurship in America: Challenges and Opportunities," *Entrep. Am. Challenges Oppor.*, no. March, pp. 1–8, 2021, doi: 10.7249/pea1141-1.
- Diarysadiyah.wordpress.com, "Grafik Perbandingan Tingkat Pengusaha." [Online]. Available: <https://diarysadiyah.wordpress.com/2017/08/31/merdeka-itu-keren-dengan-menjadi-bagian-12-target-jumlah-pengusaha/>. katadata.co.id, "Tingkat Pengusaha di Indonesia." 2022, [Online]. Available: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/02/17/pengusaha-di-indonesia-paling-banyak-lulusan-sma>.
- Unair, "Unair Jumlah Pengangguran." 2022, [Online]. Available: <https://www.unair.ac.id/14-persen-pengangguran-indonesia-lulusan-diploma-dan-sarjana-mengapa/>.
- Kemdikbud, "Pedoman Pelaksanaan Program Kewirausahaan Kampus Merdeka 2020," 2020. www.kemenperin.go.id, "Kemenperin: Indonesia Butuh 4 Juta Wirausaha Baru untuk Menjadi Negara Maju." 2018, [Online]. Available:

- <https://kemenperin.go.id/artikel/19926/Indonesia-Butuh-4-Juta-Wirausaha-Baru-untuk-Menjadi-Negara-Maju>.
- E. C. Nurhayati, “Pengaruh Market Day (Bazar) Terhadap Membangun Jiwa Wirausaha Mahasiswa Unsiq Jawa Tengah Di Wonosobo,” *Paramurobi J. Pendidik. Agama Islam*, vol. 1, no. 2, pp. 1–16, 2018, doi: 10.32699/paramurobi.v1i2.522.
- Satunusa.Com, “Ini Dia Daftar Event Kalender Pariwisata NTB 2023.” 2023, [Online]. Available: <https://satunusa.co/berita/detail/1727>.
- Kahaba.Net, “Gelar Bazar Ramadan, STIE Bima Fasilitasi Jiwa Enterpreneurship Mahasiswa.” 2021, [Online]. Available: https://kahaba.net/berita-kota-bima/86180/gelar-bazar-ramadan-stie-bima-fasilitasi-jiwa-enterpreneurship-mahasiswa.html#google_vignette.
- S. W. Wildad and Fidya Jayatri, “ANALISIS PROGRAM BAZAR KAMPUS SEBAGAI SARANA MENUMBUHKAN KEPERCAYAAN DIRI MAHASISWA DALAM BERWIRAUSAHA,” *Pros. SNPE FKIP Univ. Muhammadiyah Metro*, vol. 1, no. 1, pp. 67–72, 2022.
- D. Irawan and T. Oswari, “Teachers’ Communication Strategies in Fostering the Entrepreneurial Spirit of Students of SMK Centers of Excellence in Bekasi City,” *Int. J. Educ. Technol. Learn.*, vol. 13, no. 1, pp. 10–16, 2022, doi: 10.55217/101.v13i1.549.
- E. Setyawati, “Menumbuhkan Minat Berwirausaha Mahasiswa Melalui Metode Production Based Learning,” *J. Inov. Penelit.*, vol. 1, no. 7, pp. 1347–1356, 2020.
- M. Novita, A. H. Ritonga, and J. Jalaluddin, “University Leadership Management For Developing University Students’ Entrepreneurship,” *Int. J. Educ. Rev.*, vol. 3, no. 1, pp. 15–28, 2020, doi: 10.33369/ijer.v3i1.11283.
- E. Wahyuni, “Upaya Menumbuhkembangkan Kewirausahaan di kalangan Mahasiswa,” *J. Muftadiin*, vol. 7, no. 1, pp. 154–172, 2021.
- S. L. Damirah, and I. N. Budiono, “Pengembangan Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (Stain) Parepare,” *DIKTUM J. Syariah dan Huk.*, vol. 16, no. 1, pp. 16–31, 2018, doi: 10.35905/diktum.v16i1.519.
- A. Novialumi, “STRATEGI PERGURUAN TINGGI DALAM MENINGKATKAN JIWA KEWIRAUSAHAAN PADA MAHASISWA STMIK MITRA KARYA BEKASI,” *Param. Sekol. TINGGI ILMU Ekon. TRIBUANA*, vol. 3, no. Vol. 3 No. 2 (2018): PARAMETER, 2018, [Online]. Available: <http://jurnal.stitribuana.ac.id/index.php/parameter/article/view/24/21>.
- D. Dainuri, “Kontribusi Pendidikan Entrepreneurship: Suatu Upaya Konstruktif Menumbuhkan Jiwa Wirausaha Pada Mahasiswa,” *J. Sharia Econ.*, vol. 1, no. 1, pp. 1–13, 2019, doi: 10.35896/jse.v1i1.54.
- R. W. & M. T. Sri Maryanti, “Strategi Menumbuhkan Jiwa Enterpreneur Mahasiswa Di Universitas Lancang Kuning,” *Junral Pekbis*, vol. 9, no. 3, pp. 175–184, 2017, [Online]. Available: <https://ejournal.unri.ac.id/index.php/JPEB/article/viewFile/4632/4416>.
- A. Yanti and P. Mauliza, “Sterategi Mengembangkan Jiwa Entrepreneur Kepada Siswa Sekolah Menengah Pertama (Smp),” *Informatika*, vol. 9, no. 3, pp. 102–108, 2021, doi: 10.36987/informatika.v9i3.2191.
- Poniman, “MENINGKATKAN JIWA KEWIRAUSAHAAN DI KALANGAN MAHASISWA,” *Media Akunt.*, vol. 32, no. 02, p. <https://news.ge/anakliis-porti-aris-qveynis-momava>, 2020.
- Sari dan Gufron, “PROGRAM STUDI PENDIDIKAN EKONOMI UNVERSITAS BHINNEKA PGRI ANGKATAN TAHUN 2018-2019,” *J. Econ.*, vol. 1, pp. 265–271, 2022.

- N. T. Ramadhani and I. Nurnida, “Pengaruh Mata Kuliah Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa,” *J. Ecodemica*, vol. Vol. 1 No., no. 2, p. 135, 2017, doi: 10.25273/equilibrium.v4i2.654.
- I. Mashud, “Membangun Jiwa Wirausaha Siswa Melalui Kegiatan Jual Beli (Analisis Kegiatan Market Day Sekolah Dasar Islam YAKMI Kota Tangerang),” *Pros. Semin. Nas. Inov. Pendidik.*, pp. 501–510, 2016, [Online]. Available: <https://jurnal.fkip.uns.ac.id/index.php/snip/article/view/8970/6530>.
- S. W. Setiyowati, I. Irianto, Mochamad Fariz, and Tyasari, Susmita Dian Indiraswari, “Menumbuhkan jiwa entrepreneurship mahasiswa di perguruan tinggi,” vol. 6, no. 1, 2022.