

Strategi Membangun Rasa Percaya Diri Mahasiswa Berwirausaha

HADIYATI; FATKHURAHMAN^{*)}

Universitas Lancang Kuning
Jl. Yos Sudarso No.KM. 8, Umban Sari, Kec. Rumbai, Kota Pekanbaru, Riau 28266
E-mail : fatkhurrahman@unilak.ac.id

Submit: 10 Mar 2023

Review: 10 Feb 2023

Publish: 26 Mar 2023

*) Korespondensi

Abstract: The low self-confidence of students from the results of the pre-survey conducted had an impact on the success of the Unilak management study program in achieving learning outcomes, namely becoming young entrepreneurs. Of course, it is necessary to identify external factors and also identify external factors and then proceed with the formulation of a strategy to build students' self-confidence in entrepreneurship. The method used is survey research with a quantitative descriptive approach. Information is combined from the student population citing the feasibility research course in the even field of business 2022-2023 in the management study program of 248 people with illustrations obtained by 73 people using the equivalent random sampling method based on the college category. Information collection using online questionnaires and information analysis methods using quantitative descriptive analysis methods with SWOT analysis tools. The results showed that the strategy to build student self-confidence in entrepreneurship was to aggressively utilize inner strengths such as feeling optimistic, daring and being able to benefit from capturing broad opportunities for entrepreneurship, the large opportunities for success in entrepreneurship and changing perspectives on entrepreneurship.

Keywords: *Building Strategy; Confident; Entrepreneurial Interest*

Berwirausaha menjadi salah satu pilihan bagi pencari kerja dalam rangka meningkatkan penghasilan keluarga. Berbagai kalangan menganggap pekerjaan sebagai wirausaha merupakan pekerjaan yang biasa, dan kalah lebih hebat dibandingkan kerja diperusahaan dan atau bekerja di kantor. Anggapan ini juga yang terjadi pada kalangan mahasiswa, dimana sebagian mahasiswa menganggap bekerja sebagai wirausaha merupakan pilihan terakhir.

Bekerja sebagai wirausahawan selain akan mendapatkan nilai lebih dalam hal penghasilan juga memiliki pengalaman dan ketangguhan diri dalam menghadapi tantangan. Menurut Utama (2021) berlatih jadi wiraswasta hendak memperoleh pengalaman serta keahlian menghasilkan diri mempunyai rasa berani, yakin diri, bisa mengutip resiko profesi, membuat jiwa kepemimpinan, mengarah pada kewajiban serta hasil yang melegakan klien, jujur serta giat, dan mengarah pada kesuksesan era depan.

Perubahan gaya hidup dan juga kebutuhan serta keinginan konsumen menuntut adanya kreatifitas dari berbagai pihak yang memmpu menangkap peluang untuk memanfaatkannya. Hal ini idealnya berangkat dari para pembelajar dengan melihat peluang yang ada dan berani untuk memanfaatkannya. Namun pada kenyataannya para pembelajar lebih tertarik untuk mencari kesibukan sebagai pekerja bila dibandingkan dengan upaya untuk menjadi wirausaha. Hasil pra survey pada mahasiswa prodi manajemen Unilak menunjukkan bahwa keinginan mahasiswa untuk berwirausaha hanya mencapai 8% jauh lebih rendah dibandingkan keinginan mereka untuk menjadi karyawan bank dan juga menjadi ASN. Ini menunjukkan bahwa masih rendahnya minat berwirausaha mahasiswa di masa depan, dan bila dibandingkan di luar negeri bahwa bekerja menjadi wirausaha itu jauh lebih diminati bila dibandingkan dengan menjadi karyawan.

Terdapat banyak factor yang mempengaruhi rendahnya minat mahasiswa berwirausaha, seperti yang disampaikan oleh Nathasia and Rodhiah, (2020) bahwa factor inovasi, rasa kepercayaan diri dan juga keberanian dalam pengambilan risiko. Selain itu juga dijelaskan oleh Purnamaningsih, (2003) disebabkan oleh kepercayaan diri dan kecemasan komunikasi interpersonal. Menurut Fitri, Zola and Ifdil, (2018) rasa percaya diri menjadi factor dominan yang mempengaruhi mahasiswa tidak berkeinginan berwirausaha.

Berdasarkan penelitian sebelumnya ditegaskan bahwa factor utama yang membuat mahasiswa enggan untuk menjadikan wirausaha sebagai pilihan masa depan itu karena masih rendahnya rasa percaya diri. Rasa percaya diri ini dapat dibangun dari dalam diri dan dari luar diri mahasiswa sendiri. Melalui pengalaman dan pujian serta dorongan semangat akan membuat mahasiswa memiliki rasa percaya diri yang tinggi (Rohmah, 2018); (Tanjung and Amelia, 2017); (Hadiyati and Fatkhurahman, 2021); (Putra and RachmanPutra, 2021).

Tentunya terdapat cara untuk menumbuhkan rasa percaya diri dalam diri mahasiswa, diantaranya dengan melakukan identifikasi factor eksternal dan factor internal dalam diri mahasiswa sendiri sehingga dapat dibuat formula yang sesuai dengan keadaannya (Rachman, 2018); (Anwar and Utami, 2012); (Mashuri and Nurjannah, 2020).

Dari uraian di atas, maka dalam penelitian ini berusaha membuat sebuah model strategi yang sesuai dalam membangun rasa percaya diri mahasiswa dalam berwirausaha.

Minat Berwirausaha

Menurut Alimudin, (2017) pengembangan wiraswasta ialah desakan tiap wilayah buat bisa tingkatkan keselamatan masyarakat serta wilayahnya. Buat bisa meningkatkan wiraswasta dengan cara eksponensial diperlukan sesuatu strategi yang

pas target serta pas untuk. Strategi dibidang pas target serta pas untuk bila bisa memastikan apa yang wajib digarap buat menggapai sesuatu tujuan dengan cara yang lebih kilat dengan cara durasi serta lebih berdaya guna dengan cara bayaran, serta sanggup menghasilkan kelebihan bersaing yang berkelanjutan.

Menurut Putra dan Rachman Putra, (2021) kalau konsep diri merupakan persepsiseorang tentang diri sendiri dari seluruh aspek dalam dirinya tercantum kemampuan diri dan harapan tentang diri sendiri akan menjadi apa di kemudian hari. Wirausaha ialah salah satu bentuk upaya memperoleh pendapatan dan eksistensi sebagai makhluk sosial. Idealitas seorang buat aman bisa dipantau lewat ketergantungan antara rancangan diri serta atensi berwirausaha. Rendahnya atensi berwirausaha bagi Mopangga, (2013) merupakan sebab minimnya orang dan kelompok mahasiswa wiraswasta; rendahnya keikutsertaan mahasiswa dalam penataran pembibitan, pemberian, seminar dan sejenisnya didalam maupun diluar area kampus; dan minimnya ide bidang usaha (bisnis plan) yang diajukan atau berkompetisi.

Rasa Percaya Diri

Menurut Tanjung dan Amelia, (2017) yakin diri merupakan agama pada diri sendiri bagus itu aksi laris, marah, serta kerohanian yang berasal dari batin batin buat sanggup melaksanakan seluruh suatu cocok dengan kemampuannya buat penuhi keinginan hidup supaya hidup lebih berarti. Keyakinan diri ialah salah satu pandangan karakter yang berarti dalam era kemajuan anak muda (Walgito dalam Fitri, Zola and Ifdil, (2018)).

Yakin diri merupakan sesuatu perasaan serta agama kepada keahlian yang dipunyai buat bisa mencapai keberhasilan dengan berdiri pada usahanya sendiri serta meningkatkan evaluasi yang positif untuk dirinya sendiri ataupun lingkungannya alhasil, seorang bisa tampak dengan penuh agama serta sanggup mengalami seluruh

suatu dengan hening (Angelis dalam Fitri, Zola and Ifdil, (2018)) Bagi Endi, (2011) intensi berwirausaha dipengaruhi oleh norma individual serta eikasi diri, dimana pengaruhnya positif, terus menjadi besar sokongan pada mahasiswa, terus menjadi besar rasa yakin diri serta kedewasaan psikologis, hingga terus menjadi besar pula hasrat berwirausaha. Keinginan berprestasi nyatanya tidak mempengaruhi signifikan kepada hasrat berwirausaha.

Strategi

Menurut Rachman, (2018) Pondasi industri yang kokoh jadi prasyarat dalam menggunakan tiap peliang bidang usaha. Alas itu dibentuk dari dalam, dimulai pada dikala gimana industri itu dibuat. Visi serta tujuan penting industri jadi amatlah berarti. Tahap berikutnya merupakan merumuskan tujuan industri serta adat badan yang jadi bukti diri untuk suatu industri. Daya dalam membuat diri itu bisa jadi penganjur laju industri dalam merambah pasar kompetisi. Contoh merambah area perang, bila gerombolan telah beranjak maju, dilengkapi dengan senjata yang komplit serta mutahir, dan strategi peperangan yang ampuh, hingga di atas kertas peperangan hendak bisa dimenangkan. Sedemikian itu pula kebalikannya, bila merambah area perang tanpa dilengkapi dengan persenjataan yang mencukupi serta gerombolan yang tidak ahli dan tanpa terdapat strategi perang yang licik, hingga ditentukan hendak kembali dengan bawa kegagalan serta kematian.

Menurut Anwar dan Utami, (2012) Analisa SWOT dicoba buat mengenali posisi dalam pasar yang bersaing dikala ini. Buat itu pengarang butuh mengidentifikasikan aspek dalam serta aspek eksternal yang pengaruhi ekspedisi bidang usaha bersumber pada pemantauan pengarang di alun- alun serta sudah dipaparkan di bagian 3 lebih dahulu. Ada pula faktor- faktor dalam serta eksternal yang bisa diidentifikasikan begitu juga Analisa SWOT ialah Strength, Weakness, Opportunity, Threats.

Berikutnya menurut Nisak, (2004) dengan melonjaknya kompetisi Garis besar,

hingga industri dituntut buat senantiasa mencermati keadaan pasar serta bersaing lebih bersaing dalam memastikan strategi. Strategi bersaing ialah salah satu metode buat mengenali energi saingnya disetiap daya. Penggunaan analisa SWOT yang efisien bisa menggenggam andil berarti dalam memastikan strategi bersaing, supaya bisa mengenali daya, kelemahan, kesempatan serta bahaya yang dialami oleh perusahaan dalam melindungi kesinambungan hidup serta kelangsungan industri.

Rangkuti dalam Mashuri and Nurjannah, (2020) menjelaskan Analisa SWOT merupakan pengenalan bermacam aspek dengan cara analitis buat merumuskan strategi industri. Metode perencanaan strategi yang dipakai untuk mengevaluasi kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), kesempatan (*opportunities*), dan ancaman (*threats*) dalam suatu proyek atau suatu pemikiran bidang usaha. Keempat faktor itulah yang membentuk akronim SWOT (*strengths, weaknesses, opportunities, threats*). SWOT adalah singkatan dari area Internal Strengths serta Weaknesses serta lingkungan eksternal Opportunities serta Threats yang dialami bumi bidang usaha. Analisis SWOT (SWOT analysis) yakni mencakup upaya-upaya buat mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, kesempatan, serta bahaya yang memastikan kemampuan industri. Informasi eksternal mengenai peluang dan ancaman dapat didapat dari banyak pangkal, termasuk klien, dokumen penguasa, agen, kalangan perbankan, rekan diperusahaan lain.

METODE

Tipe riset yang dipakai merupakan riset survei dengan pendekatan kuantitatif. Riset ini menggunakan subjek riset merupakan mahasiswa yang mengutip mata kuliah riset kelayakan bidang usaha sebesar 430 orang mahasiswa. Ilustrasi didapat sebesar 81 orang dari populasi serta metode pengumpulan ilustrasi dengan tata cara sepadan random sampling.

Riset ini memakai tata cara kuantitatif, ialah metode jalan keluar permasalahan yang diselidiki dengan melukiskan kondisi poin ataupun subjek dalam riset bisa berbentuk orang, badan, warga serta yang yang lain yang pada dikala saat ini bersumber pada fakta- fakta yang nampak ataupun apa terdapatnya dengan cara jumlah. Informasi

dianalisa dengan memakai perlengkapan analisa SWOT.

HASIL

Matrik SWOT ini disusun berdasarkan bobot x rating tertinggi dan diambil 3 (tiga) tertinggi. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada uraian diagram berikut ini:

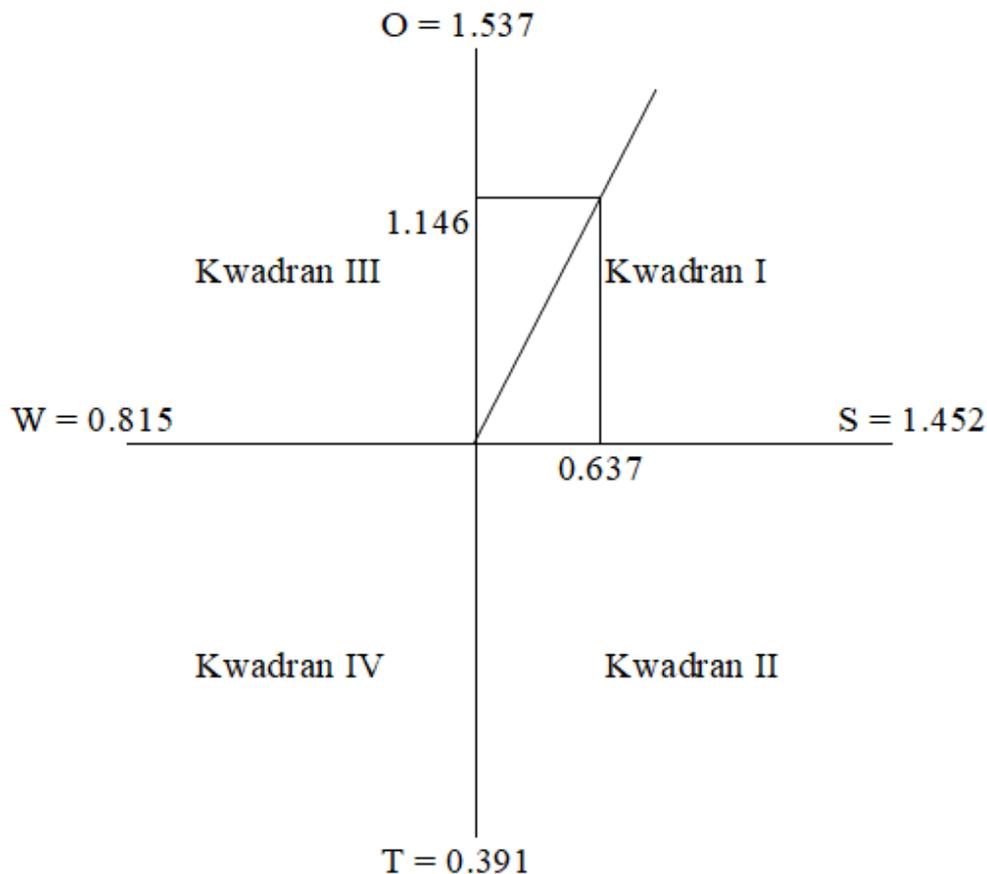
Diagram 1 : Matrik SWOT

<p>EFAS IFAS</p>	<p>PELUANG (O) 1. Kesempatan berwirausaha 2. Peluang sukses 3. Cara pandang</p>	<p>ANCAMAN (T) 1. Pandangan orang tua 2. Gengsi 3. Status sosial</p>
<p>KEKUATAN (S) 1. Optimis 2. Berani 3. Mampu</p>	<p>STRATEGI SO 1. Menjadikan rasa optimis yang dimiliki untuk menjadi wirausaha muda 2. Menjadikan keberanian menghadapi resiko guna menangkap peluang sukses 3. Menjadikan kemampuan mendapatkan keuntungan untuk menangkap cara pandang yang luas untuk berhasil</p>	<p>STRATEGI ST 1. Memanfaatkan rasa optimis guna meyakinkan pandangan orang tua akan wirausaha 2. Memanfaatkan keberanian menghadapi kegagalan dalam melawan rasa gengsi 3. Memanfaatkan kemampuan menangkap peluang untuk meningkatkan status sosial</p>
<p>KELEMAHAN (W) 1. Kemandirian 2. Akses 3. Manajerial</p>	<p>STRATEGI WO 1. Mengaktifkan kesempatan berwirausaha guna memperoleh kemandirian 2. Memanfaatkan peluang sukses dengan membangun akses 3. Cara pandang yang luas akan sukses membutuhkan manajerial</p>	<p>STRATEGI WT 1. Mengurangi ketergantungan untuk merubah pandangan orang tua untuk berhasil 2. Menjalin akses permodalan untuk meningkatkan gengsi usaha 3. Menambah pengetahuan manajerial guna meningkatkan keberhasilan dalam meningkatkan status sosial</p>

Sumber: Data Olahan, 2023

Dari uraian matrik SWOT tersebut, maka dapat ditentukan Matrik Grand Strategi

Membangun Rasa Percaya diri Mahasiswa Berwirausaha, sebagai berikut:



Adapun tindakan yang dapat dilakukan dalam membangun rasa percaya diri mahasiswa berwirausaha dengan dengan:

1. Menjadikan rasa optimis yang dimiliki untuk menjadi wirausaha muda
2. Menjadikan keberanian menghadapi resiko guna menangkap peluang sukses
3. Menjadikan kemampuan mendapatkan keuntungan untuk menangkap cara pandang yang luas untuk berhasil

PEMBAHASAN

Dari hasil penelitian yang dilakukan dapat diketahui bahwa dalam membangun rasa percaya diri mahasiswa berwirausaha dibutuhkan strategi yang dengan agresif memanfaatkan kekuatan dalam diri seperti rasa optimis, berani dan mampu mendapatkan keuntungan untuk menangkap peluang luas kesempatan berwirausaha, besarnya peluang sukses dalam berwirausaha dan berubahnya cara pandang dengan

berwirausaha.

Rasa optimis dan berani mengambil resiko menjadi salah satu bagi penting dalam membangun rasa percaya diri. Hal ini sejalan dengan apa yang dikatakan Shodiqin, S., Slamet, A., & Kardoyo, K. (2017) bahwa penerapan penataran memakai pendekatan alamiah. Guru membebaskan partisipan ajar buat mendapatkan data lewat pemantauan pada sesuatu industri serta setelah itu menata idenya jadi business plan. Pengepresan sedang pada tindakan ingin menyambut, merespon serta menghormati angka berani mengutip efek, sebaliknya tindakan ingin mendalami serta mengamalkan belum dicoba. Penilaian dicoba kepada cara serta hasil penataran. Guru sudah menata pemograman, penerapan serta evaluasi dengan cara bagus serta partisipan ajar dengan cara bersemangat mendapatkan pembelajaran yang berarti. Pula sanggup menciptakan profit lewat kreatifitas serta

inovasi begitu juga di informasikan oleh Ardiansyah, T. (2020) wirausaha wajib bisa bersaing serta senantiasa dapat buat meningkatkan produktivitasnya. Salah satu triknya merupakan dengan daya cipta serta inovasi. Daya cipta senantiasa berhubungan dengan menghasilkan gagasan terkini serta inovasi ialah mempraktikkan gagasan itu dalam produk yang diperoleh ataupun metode kegiatan yang lebih berdaya guna. Seseorang wiraswasta dituntut buat inovatif serta inovatif, alhasil apa yang diperoleh hendak diperoleh oleh warga besar. Serta perihal ini hendak bisa tingkatan keuntungan untuk industri yang berhubungan. Setelah itu pada kesimpulannya hendak meningkatkan pemasukan negeri dari pajak serta perekonomian akan lebih maju.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan di lapangan maka dapat ditarik beberapa kesimpulan:

1. Strategi membangun rasa percaya diri mahasiswa berwirausaha yakni dengan agresif memanfaatkan kekuatan dalam diri seperti rasa optimis, berani dan mampu mendapatkan keuntungan untuk menangkap peluang luas kesempatan berwirausaha, besarnya peluang sukses dalam berwirausaha dan berubahnya cara pandang dengan berwirausaha.
2. Adapun tindakan yang dapat dilakukan adalah dengan menjadikan rasa optimis yang dimiliki untuk menjadi wirausaha muda; Menjadikan keberanian menghadapi resiko guna menangkap peluang sukses; Menjadikan kemampuan mendapatkan keuntungan untuk menangkap cara pandang yang luas untuk berhasil

DAFTAR RUJUKAN

- Alimudin, A. (2017) 'e-Jurnal Manajemen Kinerja Strategi Pengembangan Minat Wirausaha Melalui Proses Pembelajaran', *Manajemen Kinerja*, pp. 1–13. Available at: <https://www.academia.edu/download/79636547/250.pdf>.
- Anwar, M.C. and Utami, M.C. (2012) 'Analisis SWOT pada Strategi Bisnis dalam Kompetisi Pasar', *Jurnal Sistem Informasi*, 5(1), pp. 1–9. Available at: <http://journal.uinjkt.ac.id/index.php/sisteminformasi/article/view/282/0>.
- Endi, S. (2011) 'Kajian Empiris Entrepreneur Intention Mahasiswa', *Jurnal Ekonomi Bisnis*, 16(2), pp. 129–130.
- Shodiqin, S., Slamet, A., & Kardoyo, K. (2017). Upaya Penanaman Nilai Kewirausahaan Berani Mengambil Resiko melalui Pembelajaran Berbasis Business Plan pada Siswa SMK. *Journal of Economic Education*, 6(1), 43-51.
- Ardiansyah, T. (2020). Kreativitas dan inovasi dalam berwirausaha. *Jurnal Usaha*, 1(2), 19-25
- Fitri, E., Zola, N. and Ifdil, I. (2018) 'Profil Kepercayaan Diri Remaja serta Faktor-Faktor yang Mempengaruhi', *JPPI (Jurnal Penelitian Pendidikan Indonesia)*, 4(1), pp. 1–5. Available at: <https://doi.org/10.29210/0201718>.
- Hadiyati and Fatkhurahman (2021) 'Dampak Kepercayaan Diri Mahasiswa Berwirausaha Melalui Lingkungan Keluarga dan Kemandirian', *INOBISS: Jurnal*

- Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia*, 05, pp. 77–84.
- Mashuri, M. and Nurjannah, D. (2020) ‘Analisis SWOT Sebagai Strategi Meningkatkan Daya Saing’, *JPS (Jurnal Perbankan Syariah)*, 1(1), pp. 97–112. Available at: <https://doi.org/10.46367/jps.v1i1.205>.
- Mopangga, H. (2013) ‘Faktor Determinan Minat Wirausaha Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Gorontalo’, *Pathogens and Disease*, 53(9), pp. 1689–1699. Available at: <https://academic.oup.com/femspd/article/doi/10.1093/femspd/fty017/4919729>.
- Nathasia, N. and Rodhiah, R. (2020) ‘Pengaruh Inovasi, Kepercayaan Diri Dan Pengambilan Risiko Terhadap Intensi Berwirausaha Pada Mahasiswa Universitas Tarumanagara’, *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 2(1), p. 12. Available at: <https://doi.org/10.24912/jmk.v2i1.7419>.
- Nisak, Z. (2004) ‘Analisis Swot Untuk Menentukan Strategi Kompetitif’, *Jurnal Ekbis*, pp. 1–8.
- Purnamaningsih, E.H. dkk (2003) ‘Kepercayaan Diri Dan Kecemasan Komunikasi Interpersonal Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Di UKRIM Yogyakarta’, *Jurnal Psikologi*, 2(2), pp. 67–71.
- Putra, R.M. and RachmanPutra, A. (2021) ‘Minat Berwirausaha Mahasiswa Ditinjau dari Konsep Diri Rahayu’, *Frontiers in Neuroscience*, 14(1), pp. 1–13. Available at: <https://doi.org/10.32884/ideas.v7i3.423>.
- Rachman, T. (2018) ‘Analisis SWOT dalam Memenangkan Persaingan Bisnis’, *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., pp. 10–27.
- Rohmah, J. (2018) ‘Pembentukan Kepercayaan Diri Anak Melalui Pujian’, *Martabat: Jurnal Perempuan dan Anak*, 2(1). Available at: <https://doi.org/10.21274/martabat.2018.2.1.117-134>.
- Tanjung, Z. and Amelia, S. (2017) ‘Menumbuhkan Kepercayaan Diri Siswa’, *JRTI (Jurnal Riset Tindakan Indonesia)*, 2(2), pp. 2–6. Available at: <https://doi.org/10.29210/3003205000>.
- Utama, A.S. (2021) *EDUPRENEURSHIP*. Solok: Instan Cendekia Mandiri.