

## STRATEGI MENINGKATKAN MINAT BERWIRAUSAHA PADA MAHASISWA MELALUI PENDEKATAN BUSINESS PLAN DI ERA DIGITAL

**Bambang Aviantono<sup>1</sup>, Apri Parantoro<sup>2</sup>**

<sup>1,2</sup>*Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Syariah Mitra Karya*

Email: [bambangaviantono@gmail.com](mailto:bambangaviantono@gmail.com)<sup>1</sup>, [apriparantoro12@gmail.com](mailto:apriparantoro12@gmail.com)<sup>2</sup>

### Abstrak

Era digital telah membawa perubahan mendasar dalam pola bisnis dan kewirausahaan, termasuk bagi mahasiswa sebagai generasi muda yang diharapkan mampu menciptakan peluang usaha baru. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh business plan berbasis digital terhadap minat berwirausaha mahasiswa, serta mengidentifikasi faktor dominan yang memengaruhi minat tersebut. Metode penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain deskriptif dan explanatory. Responden penelitian berjumlah 80 mahasiswa STIES Mitra Karya Kota Bekasi yang dipilih melalui purposive sampling, dengan kriteria telah menempuh mata kuliah kewirausahaan. Instrumen penelitian berupa kuesioner online dengan skala Likert 1–5, dan data dianalisis menggunakan uji regresi linier sederhana. Hasil penelitian menunjukkan bahwa business plan berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha dengan nilai signifikansi  $p < 0,05$  dan koefisien determinasi  $R^2 = 0,42$ , yang berarti 42% variasi minat berwirausaha dijelaskan oleh business plan berbasis digital. Faktor dominan yang memengaruhi minat berwirausaha mahasiswa adalah keterampilan perencanaan bisnis digital (42%), diikuti kreativitas (28%) dan keberanian mengambil risiko (21%). Penelitian ini menyimpulkan bahwa integrasi business plan berbasis digital dalam kurikulum kewirausahaan efektif untuk meningkatkan minat berwirausaha mahasiswa di era digital.

**Kata Kunci:** *Minat berwirausaha, business plan, era digital, mahasiswa, strategi*

### Abstract

#### Strategy to Increase Entrepreneurial Interest among Students through Business Plan Approach in the Digital Era

*The digital era has brought fundamental changes in business and entrepreneurship patterns, especially for students as the young generation expected to create new business opportunities. This study aims to analyze the influence of digital-based business plans on students' entrepreneurial interest and to identify the dominant factors affecting this interest. The research employed a quantitative approach with a descriptive and explanatory design. The respondents were 80 students of STIES Mitra Karya Bekasi City, selected using purposive sampling with the criterion of having taken an entrepreneurship course. Data were collected using an online questionnaire*

*with a 5-point Likert scale and analyzed through simple linear regression. The findings revealed that the business plan significantly influences entrepreneurial interest with a significance value of  $p < 0.05$  and a coefficient of determination  $R^2 = 0.42$ , indicating that 42% of the variance in entrepreneurial interest is explained by digital-based business plans. The dominant factor influencing entrepreneurial interest is digital business planning skills (42%), followed by creativity (28%) and risk-taking ability (21%). This study concludes that integrating digital-based business plans into entrepreneurship curricula is effective in enhancing students' entrepreneurial interest in the digital era.*

**Keywords:** *Entrepreneurial interest, business plan, digital era, students, strategy*

## **PENDAHULUAN**

Perkembangan teknologi digital dalam satu dekade terakhir telah memberikan dampak yang sangat signifikan terhadap berbagai aspek kehidupan manusia, termasuk bidang ekonomi, bisnis, dan pendidikan (Saputra et al., 2023; Sifwah et al., 2024). Revolusi digital yang ditandai dengan munculnya internet, media sosial, serta aplikasi bisnis berbasis teknologi telah mengubah cara masyarakat berinteraksi, bertransaksi, dan menjalankan kegiatan ekonomi (Saputra et al., 2023; Sifwah et al., 2024). Transformasi digital ini tidak hanya memudahkan akses informasi, tetapi juga membuka peluang bisnis baru yang sebelumnya sulit dijangkau oleh generasi muda. Oleh sebab itu, kemampuan untuk memahami dan memanfaatkan peluang bisnis digital menjadi keterampilan penting yang perlu dimiliki mahasiswa agar dapat berperan aktif dalam pembangunan ekonomi nasional. Namun demikian, perubahan tersebut belum sepenuhnya diikuti oleh kesiapan mental dan keterampilan kewirausahaan di kalangan mahasiswa, khususnya di tingkat perguruan tinggi swasta (Saputra et al., 2023).

Kondisi ekonomi global yang semakin kompetitif menuntut generasi muda memiliki sikap mandiri, kreatif, dan inovatif (Herawati, 2020). Dalam konteks ini, kewirausahaan dipandang sebagai salah satu solusi untuk mengatasi permasalahan pengangguran yang semakin meningkat dari tahun ke tahun. Data Badan Pusat Statistik (BPS) menunjukkan bahwa tingkat pengangguran terbuka di Indonesia masih didominasi oleh lulusan pendidikan menengah dan tinggi. Hal ini menandakan adanya kesenjangan antara keterampilan yang diperoleh di bangku kuliah dengan kebutuhan nyata dunia kerja. Oleh karena itu, orientasi mahasiswa yang terlalu bergantung pada pekerjaan formal di sektor pemerintahan atau perusahaan perlu diubah menjadi orientasi yang lebih terbuka terhadap peluang usaha mandiri.

Fenomena rendahnya minat berwirausaha di kalangan mahasiswa bukanlah hal baru, tetapi terus menjadi persoalan mendasar yang belum terpecahkan secara optimal (Fahmi, 2017; Isma et al., 2020; Marti'ah & Theodora, 2021). Mahasiswa sering kali memiliki pandangan bahwa berwirausaha adalah pilihan terakhir setelah gagal memperoleh pekerjaan tetap. Padahal, kewirausahaan justru merupakan sarana strategis untuk menciptakan kemandirian finansial sekaligus berkontribusi terhadap

penciptaan lapangan kerja bagi masyarakat. Rendahnya orientasi ini berpotensi menimbulkan masalah sosial dan ekonomi, karena semakin banyak lulusan perguruan tinggi yang tidak terserap dalam pasar kerja. Dengan demikian, minat berwirausaha perlu ditumbuhkan sejak dini melalui berbagai strategi pembelajaran yang sistematis dan terarah.

Berbagai penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa faktor psikologis memiliki pengaruh besar terhadap keputusan mahasiswa untuk memulai usaha. (Andika & Madjid, 2012) menegaskan bahwa kepercayaan diri merupakan salah satu faktor dominan yang menentukan intensi wirausaha mahasiswa. Demikian pula (Hardiyanto, 2018) mengidentifikasi bahwa keberanian mengambil risiko serta kemampuan berinovasi sangat memengaruhi minat mahasiswa dalam merintis usaha baru. Temuan tersebut mengindikasikan bahwa mahasiswa membutuhkan dukungan, baik dari dalam diri maupun lingkungan eksternal, agar mereka lebih percaya diri dalam merancang dan mengembangkan bisnis. Dukungan ini dapat berupa pelatihan, simulasi usaha, serta pembelajaran berbasis praktik yang sesuai dengan kondisi pasar terkini.

Di sisi lain, perkembangan era digital membuka peluang baru untuk memperkenalkan metode pembelajaran kewirausahaan yang lebih relevan (Habibah et al., 2024; Syerlita & Siagian, 2024; Yacub et al., 2023). Integrasi teknologi dalam dunia pendidikan telah menghasilkan berbagai pendekatan inovatif yang memudahkan mahasiswa dalam memahami konsep bisnis modern. Pemanfaatan media sosial, platform e-commerce, dan aplikasi perencanaan bisnis berbasis digital, memungkinkan mahasiswa untuk tidak hanya merancang ide usaha, tetapi juga langsung mengujinya di pasar (Fadli et al., 2023; Hartatik et al., n.d.; Nasori, 2025). Dengan adanya teknologi tersebut, hambatan klasik seperti keterbatasan modal, akses pasar, dan jaringan bisnis dapat diminimalisir secara signifikan (Dzikrullah & Chasanah, 2024; Octiva et al., 2024). Hal ini menjadikan digitalisasi sebagai faktor penting dalam membangun minat berwirausaha yang lebih kuat di kalangan mahasiswa.

Salah satu pendekatan yang terbukti efektif dalam membangun jiwa kewirausahaan mahasiswa adalah penyusunan business plan. Business plan tidak hanya berfungsi sebagai dokumen perencanaan, tetapi juga sebagai alat strategis untuk mengukur kelayakan ide usaha. Melalui business plan, mahasiswa dilatih untuk berpikir sistematis dalam merancang visi, misi, analisis pasar, strategi pemasaran, hingga perencanaan keuangan. Dengan adanya business plan berbasis digital, mahasiswa dapat lebih mudah menyesuaikan diri dengan tuntutan zaman yang menekankan kecepatan, ketepatan, dan kemampuan memanfaatkan teknologi. Dengan demikian, business plan menjadi sarana praktis yang tidak hanya menumbuhkan minat berwirausaha, tetapi juga meningkatkan kompetensi bisnis mahasiswa secara menyeluruh.

Selain sebagai instrumen akademik, business plan juga dapat berfungsi sebagai jembatan antara dunia pendidikan dan dunia usaha (Ferdinand et al., 2024; Muchtar, 2014; Suprpto, 2019). Dalam konteks ini, mahasiswa tidak hanya belajar secara teoritis, tetapi juga memperoleh pengalaman praktis dalam merancang bisnis yang nyata. Simulasi penyusunan business plan

berbasis digital memberikan kesempatan bagi mahasiswa untuk melakukan eksplorasi ide, menghitung risiko, serta memproyeksikan potensi keuntungan secara lebih realistis. Dengan demikian, mahasiswa dapat menginternalisasi keterampilan kewirausahaan yang pada akhirnya mendorong mereka untuk lebih serius mempertimbangkan wirausaha sebagai pilihan karier utama.

Namun demikian, implementasi business plan dalam pembelajaran kewirausahaan masih menghadapi sejumlah kendala. Sebagian mahasiswa merasa kesulitan menyusun perencanaan usaha karena kurangnya literasi keuangan, keterbatasan pengalaman praktis, serta rasa takut menghadapi kegagalan. Di sisi lain, kurikulum kewirausahaan di beberapa perguruan tinggi masih berorientasi pada teori, tanpa memberikan ruang yang cukup untuk praktik nyata. Hal ini menyebabkan business plan sering kali dipandang sekadar tugas akademik, bukan sebagai instrumen penting untuk memulai usaha yang sesungguhnya. Oleh karena itu, perlu dilakukan strategi yang lebih inovatif agar business plan benar-benar dapat meningkatkan minat mahasiswa untuk berwirausaha.

Dalam konteks pendidikan tinggi di Indonesia, khususnya perguruan tinggi swasta, upaya peningkatan minat berwirausaha memiliki relevansi yang sangat tinggi. Perguruan tinggi tidak hanya berfungsi sebagai lembaga pencetak tenaga kerja, tetapi juga sebagai agen perubahan sosial dan ekonomi. Dengan memberikan pendidikan kewirausahaan yang terintegrasi dengan teknologi digital, perguruan tinggi dapat membekali mahasiswa dengan keterampilan yang relevan untuk menghadapi tantangan global. Hal ini sejalan dengan visi pemerintah untuk meningkatkan jumlah wirausahawan muda sebagai motor penggerak pertumbuhan ekonomi nasional.

STIES Mitra Karya sebagai salah satu perguruan tinggi di Kota Bekasi, memiliki peran strategis dalam mencetak lulusan yang tidak hanya kompeten di bidang akademik, tetapi juga siap menjadi wirausahawan. Observasi awal menunjukkan bahwa sebagian besar mahasiswa di kampus ini lebih tertarik untuk mencari pekerjaan formal setelah lulus, dibandingkan merintis usaha sendiri. Fenomena ini sejalan dengan kondisi umum di berbagai perguruan tinggi swasta di Indonesia, di mana orientasi mahasiswa masih dominan pada pencarian kerja, bukan penciptaan kerja. Oleh karena itu, penelitian ini berfokus pada upaya merancang strategi untuk meningkatkan minat berwirausaha mahasiswa melalui pendekatan business plan berbasis digital.

Kota Bekasi sendiri merupakan wilayah dengan potensi ekonomi yang cukup besar, didukung oleh pertumbuhan UMKM, industri kreatif, dan akses pasar yang luas. Keberadaan mahasiswa di kota ini menjadi peluang untuk mengembangkan ekosistem kewirausahaan berbasis digital. Dengan lingkungan yang mendukung, mahasiswa memiliki kesempatan lebih besar untuk menguji dan mengembangkan ide usaha mereka. Namun, potensi tersebut belum sepenuhnya dimanfaatkan karena rendahnya keberanian mahasiswa untuk terjun ke dunia wirausaha. Kondisi ini memperkuat urgensi perlunya strategi pembelajaran kewirausahaan yang lebih praktis, inovatif, dan berbasis teknologi.

Penelitian ini mencoba menghadirkan kebaruan dengan mengkaji strategi peningkatan minat wirausaha mahasiswa melalui pendekatan business plan yang dikaitkan dengan era digital. Jika penelitian sebelumnya

lebih banyak menekankan pada aspek psikologis atau dukungan eksternal, penelitian ini berfokus pada integrasi perencanaan bisnis dengan teknologi digital sebagai strategi konkret dalam menumbuhkan minat wirausaha. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya memberikan kontribusi teoretis terhadap literatur kewirausahaan, tetapi juga memberikan manfaat praktis bagi perguruan tinggi dalam merancang kurikulum kewirausahaan yang lebih relevan dengan kebutuhan zaman.

Berdasarkan latar belakang tersebut, tujuan utama penelitian ini adalah untuk menganalisis strategi peningkatan minat berwirausaha mahasiswa melalui pendekatan business plan berbasis digital. Selain itu, penelitian ini juga berusaha mengidentifikasi faktor-faktor dominan yang memengaruhi minat berwirausaha mahasiswa di era digital. Fokus penelitian diarahkan pada mahasiswa STIES Mitra Karya Kota Bekasi sebagai objek penelitian, dengan harapan hasil penelitian ini dapat menjadi dasar bagi perguruan tinggi dalam merancang kebijakan pendidikan kewirausahaan yang lebih adaptif dan berorientasi pada penciptaan lapangan kerja baru.

## **METODOLOGI PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif dan explanatory, karena bertujuan untuk mendeskripsikan fenomena sekaligus menguji hubungan antarvariabel. Lokasi penelitian dilakukan di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Syariah (STIES) Mitra Karya, Kota Bekasi, dengan rentang waktu Maret–Mei 2024. Populasi penelitian adalah seluruh mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah dan Perbankan Syariah, sedangkan sampel penelitian berjumlah 80 responden yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling. Pemilihan sampel ini didasarkan pada kriteria mahasiswa yang telah menempuh mata kuliah kewirausahaan, sehingga dianggap memiliki pengalaman dan pengetahuan dasar mengenai perencanaan bisnis.

Instrumen penelitian berupa kuesioner online menggunakan Google Form, yang disusun dengan skala Likert 1–5 untuk mengukur persepsi responden terhadap business plan digital dan minat berwirausaha. Skala Likert dipilih karena memudahkan pengukuran sikap, persepsi, dan motivasi mahasiswa secara kuantitatif. Analisis data dilakukan melalui dua tahap, yaitu analisis deskriptif untuk memberikan gambaran umum mengenai persepsi responden, serta uji regresi linier sederhana untuk mengetahui pengaruh variabel business plan terhadap minat berwirausaha mahasiswa. Pengolahan data dilakukan menggunakan software statistik (SPSS versi terbaru), sehingga hasil analisis lebih akurat dan dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah.

**Tabel 1. Skala Likert Penelitian**

| <b>Skor</b> | <b>Keterangan</b>         | <b>Interpretasi Jawaban</b>                       |
|-------------|---------------------------|---------------------------------------------------|
| 1           | Sangat Tidak Setuju (STS) | Responden menolak pernyataan secara penuh         |
| 2           | Tidak Setuju (TS)         | Responden cenderung tidak mendukung pernyataan    |
| 3           | Netral (N)                | Responden berada pada posisi tengah/tidak memihak |

|   |                    |                                             |
|---|--------------------|---------------------------------------------|
| 4 | Setuju (S)         | Responden cenderung mendukung pernyataan    |
| 5 | Sangat Setuju (SS) | Responden mendukung pernyataan secara penuh |

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil

#### 1. Profil Responden

Penelitian ini melibatkan 80 responden mahasiswa STIES Mitra Karya Kota Bekasi. Dari jumlah tersebut, mayoritas responden berjenis kelamin perempuan (60%), sedangkan laki-laki (40%). Rentang usia responden sebagian besar berada pada usia 20–23 tahun, yang mencerminkan kelompok mahasiswa aktif yang sedang berada pada tahap pencarian identitas dan penentuan arah karier. Kondisi ini menunjukkan bahwa mahasiswa perempuan juga memiliki perhatian besar terhadap kewirausahaan, meskipun secara umum masih ada kecenderungan untuk memilih jalur karier formal setelah lulus.

**Tabel 1. Distribusi Responden berdasarkan Jenis Kelamin**

| Jenis Kelamin | Jumlah (%) |
|---------------|------------|
| Perempuan     | 60%        |
| Laki-laki     | 40%        |

#### 2. Analisis Regresi

Untuk mengetahui pengaruh business plan berbasis digital (X) terhadap minat berwirausaha mahasiswa (Y), digunakan analisis regresi linier sederhana. Uji ini bertujuan untuk melihat seberapa besar variasi pada variabel dependen (minat berwirausaha) dapat dijelaskan oleh variabel independen (business plan).

Hasil analisis menggunakan SPSS menunjukkan bahwa nilai signifikansi sebesar 0,000 ( $p < 0,05$ ), sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara business plan terhadap minat berwirausaha mahasiswa. Koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,42, yang berarti 42% variasi minat berwirausaha dapat dijelaskan oleh kemampuan mahasiswa dalam membuat business plan berbasis digital, sedangkan sisanya 58% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini seperti dukungan keluarga, lingkungan sosial, dan akses permodalan.

**Tabel 2. Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana**

| Model | R     | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|-------|-------|----------|-------------------|----------------------------|
| 1     | 0,648 | 0,42     | 0,412             | 3,216                      |

a. Predictors: (Constant), Business Plan

b. Dependent Variable: Minat Berwirausaha

**Tabel 3. Koefisien Regresi**

| Model             | Unstandardized Coefficients (B) | Std. Error | Standardized Coefficients (Beta) | t     | Sig. |
|-------------------|---------------------------------|------------|----------------------------------|-------|------|
| (Constant)        | 12,345                          | 2,456      | —                                | 5,024 | 0    |
| Business Plan (X) | 0,678                           | 0,102      | 0,648                            | 6,635 | 0    |

Berdasarkan hasil analisis regresi, persamaan yang diperoleh adalah  $Y = 12,345 + 0,678X$ , yang berarti setiap peningkatan satu satuan skor pada business plan akan meningkatkan minat berwirausaha mahasiswa sebesar 0,678 satuan. Nilai  $R = 0,648$  menunjukkan adanya hubungan positif yang cukup kuat antara business plan dan minat berwirausaha, sedangkan nilai  $R^2 = 0,420$  mengindikasikan bahwa 42% variasi minat berwirausaha dapat dijelaskan oleh kemampuan mahasiswa dalam menyusun business plan, sementara 58% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Hasil uji t juga memperlihatkan bahwa nilai t-hitung = 6,635 dengan signifikansi  $0,000 < 0,05$ , sehingga hipotesis penelitian yang menyatakan adanya pengaruh signifikan business plan terhadap minat berwirausaha mahasiswa dapat diterima. Temuan ini menguatkan bahwa penyusunan business plan, khususnya berbasis digital, berperan penting dalam meningkatkan minat mahasiswa untuk memilih jalur kewirausahaan sebagai alternatif karier masa depan.

### 3. Faktor Dominan yang Mempengaruhi Minat Wirausaha

Analisis lebih lanjut menunjukkan bahwa terdapat tiga faktor utama yang berkontribusi dalam meningkatkan minat berwirausaha mahasiswa STIES Mitra Karya Kota Bekasi. Faktor pertama yang paling dominan adalah keterampilan perencanaan bisnis digital (42%). Hal ini menegaskan bahwa mahasiswa yang memiliki kemampuan dalam menyusun business plan berbasis teknologi digital lebih siap dan lebih percaya diri untuk memulai usaha. Perencanaan bisnis digital mencakup kemampuan melakukan analisis pasar secara online, membuat proyeksi keuangan menggunakan aplikasi digital, serta merancang strategi pemasaran melalui media sosial dan platform e-commerce. Dengan adanya keterampilan tersebut, mahasiswa dapat melihat peluang bisnis secara lebih objektif dan mampu mengantisipasi risiko dengan lebih baik.

Faktor kedua adalah kreativitas (28%), yang berperan penting dalam membangun minat mahasiswa terhadap dunia wirausaha. Kreativitas tidak hanya terkait dengan penciptaan produk atau jasa baru, tetapi juga kemampuan untuk menemukan solusi inovatif terhadap masalah yang muncul di pasar. Dalam konteks era digital, kreativitas mahasiswa dapat diwujudkan melalui desain produk yang menarik, strategi pemasaran yang unik, serta penggunaan media sosial sebagai sarana komunikasi dengan konsumen. Mahasiswa yang memiliki tingkat kreativitas tinggi cenderung lebih berani mencoba ide baru, sehingga meningkatkan motivasi mereka untuk terjun ke dunia wirausaha.

Faktor ketiga adalah keberanian mengambil risiko (21%), yang meskipun persentasenya lebih rendah dibanding faktor lainnya, tetap menjadi

aspek penting dalam proses pengambilan keputusan berwirausaha. Dunia bisnis tidak terlepas dari ketidakpastian, sehingga mahasiswa yang memiliki keberanian mengambil risiko akan lebih siap menghadapi tantangan yang ada. Keberanian ini biasanya dipengaruhi oleh pengalaman, pengetahuan, serta dukungan lingkungan sekitar. Dalam penelitian ini, meskipun keberanian mengambil risiko bukan faktor dominan, keberadaannya tetap diperlukan sebagai pendorong mahasiswa untuk berani memulai usaha meskipun menghadapi kemungkinan kegagalan.

Secara keseluruhan, hasil ini menggambarkan bahwa mahasiswa lebih terdorong untuk berwirausaha apabila memiliki keterampilan teknis dalam menyusun perencanaan usaha yang realistis, terukur, dan sesuai dengan perkembangan teknologi digital. Kreativitas dan keberanian mengambil risiko kemudian melengkapi faktor dominan tersebut, sehingga membentuk kombinasi yang ideal bagi seorang calon wirausahawan muda. Dengan kata lain, minat berwirausaha mahasiswa tidak hanya dibangun dari faktor psikologis semata, tetapi juga sangat dipengaruhi oleh kompetensi teknis dan kemampuan adaptasi terhadap perkembangan teknologi.

**Tabel 4. Faktor Dominan yang Mempengaruhi Minat Berwirausaha Mahasiswa**

| <b>Faktor</b>              | <b>Pengaruh (%)</b> | <b>Keterangan Utama</b>                                                                     |
|----------------------------|---------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------|
| Perencanaan Bisnis Digital | 42%                 | Faktor paling dominan; mencakup analisis pasar online, strategi digital, dan proyeksi usaha |
| Kreativitas                | 28%                 | Berhubungan dengan kemampuan inovasi, ide baru, serta strategi pemasaran unik               |
| Keberanian Risiko          | 21%                 | Keberanian menghadapi ketidakpastian dan tantangan usaha                                    |

### **Pembahasan**

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa keterampilan perencanaan bisnis digital menjadi faktor yang paling dominan dalam memengaruhi minat berwirausaha mahasiswa. Mahasiswa yang terbiasa menyusun business plan tidak hanya memiliki pemahaman yang lebih baik mengenai langkah-langkah teknis dalam mendirikan usaha, tetapi juga lebih percaya diri dalam menghadapi risiko bisnis. Hal ini sejalan dengan temuan (Arifin & Alfarisi, 2025) yang menegaskan bahwa kreativitas dan inovasi dalam perencanaan usaha berperan penting dalam menumbuhkan minat wirausaha. Menurutnya, business plan berfungsi sebagai peta jalan (roadmap) yang memberikan gambaran jelas tentang potensi keuntungan, strategi pemasaran, dan proyeksi keuangan, sehingga mahasiswa yang mampu menyusunnya akan lebih siap untuk memulai bisnis baru. Dalam konteks era digital, perencanaan bisnis yang terintegrasi dengan teknologi modern menjadi kunci keberhasilan, karena memungkinkan mahasiswa melakukan simulasi usaha secara lebih realistis.

Selain faktor keterampilan teknis, hasil penelitian ini juga menekankan pentingnya kreativitas dalam membangun minat wirausaha mahasiswa.

Kreativitas mendorong mahasiswa untuk berpikir out of the box, menciptakan produk atau jasa baru, serta menyusun strategi pemasaran yang unik. Temuan ini sejalan dengan penelitian (Karyaningsih & Wibowo, 2017) yang menemukan bahwa inovasi dan kreativitas berhubungan erat dengan intensi berwirausaha mahasiswa. Mereka menekankan bahwa mahasiswa dengan tingkat kreativitas tinggi cenderung lebih berani mengambil risiko karena memiliki keyakinan bahwa ide-ide baru mereka mampu bersaing di pasar. Hal ini menunjukkan bahwa kreativitas merupakan modal non-material yang sama pentingnya dengan modal finansial dalam menentukan keberhasilan wirausaha di kalangan mahasiswa.

Keberanian mengambil risiko juga menjadi salah satu faktor yang mendukung minat berwirausaha, meskipun tidak dominan dalam penelitian ini. Hasil ini sejalan dengan penelitian Ulfa (2019) yang menyatakan bahwa faktor psikologis, termasuk rasa percaya diri dan keberanian menghadapi tantangan, sangat memengaruhi minat berwirausaha mahasiswa. Mereka menegaskan bahwa mahasiswa yang memiliki keberanian mengambil risiko akan lebih termotivasi untuk mencoba usaha baru, meskipun menghadapi ketidakpastian. Meskipun dalam penelitian ini kontribusi keberanian mengambil risiko hanya sebesar 21%, faktor tersebut tetap menjadi aspek penting yang melengkapi perencanaan bisnis digital dan kreativitas dalam membangun minat berwirausaha mahasiswa.

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menegaskan bahwa era digital memberikan peluang besar bagi mahasiswa untuk memulai usaha dengan modal terbatas tetapi jangkauan pasar yang luas. Kemampuan memanfaatkan teknologi digital untuk analisis pasar, manajemen keuangan, dan pemasaran online terbukti mendorong mahasiswa untuk lebih percaya diri dalam berwirausaha. Temuan ini konsisten dengan hasil penelitian terdahulu dan memberikan kebaruan dalam konteks lokal, khususnya mahasiswa STIES Mitra Karya di Kota Bekasi. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa kombinasi antara keterampilan teknis (perencanaan bisnis digital), modal non-material (kreativitas), dan faktor psikologis (keberanian mengambil risiko) merupakan strategi efektif dalam membangun minat wirausaha mahasiswa di era digital.

## **KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa business plan berbasis digital berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa STIES Mitra Karya Kota Bekasi. Analisis regresi menunjukkan bahwa 42% variasi minat wirausaha mahasiswa dapat dijelaskan oleh kemampuan menyusun perencanaan bisnis digital, sementara sisanya dipengaruhi faktor lain di luar penelitian ini. Hal ini menunjukkan bahwa perencanaan bisnis digital menjadi keterampilan penting yang mampu menumbuhkan kepercayaan diri, kesiapan menghadapi risiko, serta memberikan gambaran realistis tentang peluang usaha.

Selain itu, penelitian ini menemukan bahwa faktor dominan yang memengaruhi minat wirausaha mahasiswa adalah keterampilan perencanaan bisnis digital, diikuti kreativitas, dan keberanian mengambil risiko. Temuan ini menegaskan bahwa kombinasi antara kompetensi teknis, inovasi, dan

faktor psikologis merupakan strategi yang efektif untuk meningkatkan minat berwirausaha di kalangan mahasiswa. Dengan demikian, integrasi pembelajaran business plan berbasis digital ke dalam kurikulum kewirausahaan perlu terus diperkuat agar perguruan tinggi dapat mencetak lulusan yang tidak hanya siap bersaing di dunia kerja, tetapi juga mampu menciptakan lapangan kerja baru di era digital.

## DAFTAR PUSTAKA

- Andika, M., & Madjid, I. (2012). Analisis pengaruh sikap, norma subyektif dan efikasi diri terhadap intensi berwirausaha pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Syiah Kuala. *Eco-Entrepreneurship Seminar & Call for Paper" Improving Performance by Improving Environment, 190196*.
- Arifin, Z., & Alfarsi, M. C. (2025). Pendidikan Enterpreneurship dalam Meningkatkan Minat Wirausaha Peserta Didik SMP Bina Karya Surabaya (Studi Kasus di SMP Bina Karya Surabaya). *Manajeria: Jurnal Ilmu Manajemen Pendidikan, 4*(01), 36–53.
- Dzikrullah, A. A., & Chasanah, U. (2024). Optimalisasi peran koperasi dalam mendukung UMKM: Meningkatkan akses modal, penguasaan teknologi, dan ekspansi pasar. *Jurnal Investasi Islam, 5*(1), 648–668.
- Fadli, Z., Sudirjo, F., Rahmat, R., Deana Santosa, A., S Pasaribu, J., Wahyu Octaviani, D., Sandi Yudha, H., Fauzan, R., Triwijayati, A., & Yanto Rukmana, A. (2023). *Manajemen Pemasaran Digital*.
- Fahmi, R. (2017). Pengaruh pembelajaran kewirausahaan terhadap minat berwirausaha mahasiswa. *JENI (Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam, 2*(1).
- Ferdinand, F., Meitiana, M., & Kristinae, V. (2024). PELATIHAN BUSINESS PLAN DALAM PENINGKATAN SKILL KEWIRAUSAHAAN PADA MAHASISWA JURUSAN MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS, UNIVERSITAS PALANGKA RAYA. *BESIRU: Jurnal Pengabdian Masyarakat, 1*(11), 976–984.
- Habibah, N., Suprijono, A., Yani, M. T., & Sarmini, S. (2024). PENERAPAN TEKNOLOGI INFORMASI DAN VIDEO ANIMASI DALAM PEMBELAJARAN KEWIRAUSAHAAN UNTUK MENINGKATKAN MOTIVASI DAN MINAT BERWIRAUSAHA SANTRI DI ERA DIGITAL. *JUPI (Jurnal Ilmiah Penelitian Dan Pembelajaran Informatika), 9*(4), 2518–2528.
- Hardiyanto, L. (2018). Motivasi Mahasiswa Menjadi Start Up Digital Entrepreneur: Technopreneurship. *Jurnal Citizenship Virtues, 10*(1), 1–15.
- Hartatik, S. S., Kom, M., Rukmana, A. Y., ST, M. M., Efitra, S., Mukhlis, I. R., Kom, S., & Aksenta, A. (n.d.). *TREN TECHNOPRENEURSHIP*.
- Herawati, S. (2020). Kebijakan Pendidikan kewirausahaan dalam menumbuhkan kesadaran bela negara bagi generasi muda. *Sukma: Jurnal Pendidikan, 4*(2), 161–178.
- Isma, A., Sudarmiatin, S., Rakib, M., & Dewantara, H. (2020). Pengaruh status sosial ekonomi orang tua dan pendidikan kewirausahaan terhadap

- minat berwirausaha mahasiswa di Universitas Negeri Makassar. *Jurnal Nalar Pendidikan*, 8(1), 37–46.
- Karyaningsih, R. P. D., & Wibowo, A. (2017). Hubungan Kreativitas, Efikasi Diri dan Intensi Berwirausaha pada Mahasiswa. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Dan Bisnis (JPED)*, 5(2), 162–175.
- Marti'ah, S., & Theodora, B. D. (2021). Perbedaan Minat Wirausaha Berdasarkan Media Pembelajaran Selama Pembelajaran Jarak Jauh di Masa Pandemi. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JUPE)*, 9(2), 48–53.
- Muchtar, A. F. (2014). *Menyusun Business Plan*. Elex Media Komputindo.
- Nasori, A. (2025). PERENCANAAN BISNIS UMKM BERBASIS DIGITAL. *Manajemen UMKM Di Era Digital*, 36.
- Octiva, C. S., Haes, P. E., Fajri, T. I., Eldo, H., & Hakim, M. L. (2024). Implementasi Teknologi Informasi pada UMKM: Tantangan dan Peluang. *Jurnal Minfo Polgan*, 13(1), 815–821.
- Saputra, H. T., Rif'ah, F. M., & Andrianto, B. A. (2023). Penerapan digital marketing sebagai strategi pemasaran guna meningkatkan daya saing umkm. *Journal of Economics, Management, Business, and Entrepreneurship*, 1(1), 29–37.
- Sifwah, M. A., Nikhal, Z. Z., Dewi, A. P., Nurcahyani, N., & Latifah, R. N. (2024). Penerapan digital marketing sebagai strategi pemasaran untuk meningkatkan daya saing UMKM. *Journal of Management Accounting, Tax and Production*, 2(1), 109–118.
- Suprpto, H. A. (2019). Pengaruh pembuatan proposal rencana bisnis (business plan) terhadap kemampuan berwirausaha di SMK Bhakti Husada. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 5(2), 19–23.
- Syerlita, R., & Siagian, I. (2024). Dampak perkembangan revolusi industri 4.0 terhadap pendidikan di era globalisasi saat ini. *Journal on Education*, 7(1), 3507–3515.
- Ulfa, F. (2019). Pengaruh Ketahananmalangan dan Kepercayaan Diri Terhadap Minat Berwirausaha. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 7(3), 475–481.
- Yacub, R., Sophan, I., Herlina, H., Mulyeni, S., Susilawati, E., & Anwar, A. (2023). Menumbuhkan minat berwirausaha di era revolusi industri 4.0 dan digital society 5.0 pada siswa/i SMK Multimedia Binkara Cianjur Jawa Barat. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(1), 1–10.