

## Budaya Berwirausaha di Kalangan Mahasiswa: Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Pertanian Unhas

Astry Ayu Praharsini

<sup>1</sup>Departemen Antropologi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Hasanuddin, Makassar, Indonesia

\*Correspondence author: [astrayayu54@gmail.com](mailto:astrayayu54@gmail.com)

### ARTICLE INFO

#### **Keywords:**

Students, Entrepreneurship, Entrepreneurial Culture, Socio-Cultural Factors, Student Strategies, and Business Survival

#### **How to cite:**

Praharsini, A.A. (2024) Budaya Berwirausaha Di Kalangan Mahasiswa: Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Pertanian Unhas.

### ABSTRACT

The limited and competitive job opportunities currently make students worry about the prospective job after graduating from college, so students' alternative in facing such competition in the working world is by creating their own business. The new contribution in this research is how students divide their time between studying and entrepreneurship, and how they maintain their start-up business. Using a qualitative approach, this study combines in-depth interviews and observation as data collection techniques. The study was conducted at the Faculty of Agriculture, Hasanuddin University, which took place from September to December 2022. There are ten informants who took part in this study whose age ranging between 19 and 23 years old. They are from Faculty of Agriculture in the field of Agribusiness, Agrotechnology and Plant Protection. The study shows that entrepreneurship is an alternative job for students to earn income and to face competition in working world. This is caused by socio-cultural factors, which include family environment, entrepreneurship education, student entrepreneurial culture development programs, social environment in influencing students' interest and motivation for entrepreneurship. The strategies applied for their business include time management, division of labour, relationships between individuals, pricing and marketing strategies. To maintain their business, they apply sales and income management so that the business can run well and can develop widely.

## 1. Pendahuluan

Tingkat pengangguran terbuka menunjukkan bahwa sebagian lulusan perguruan tinggi masih menghadapi keterbatasan kesempatan kerja. Kondisi ini memperlihatkan bahwa pendidikan tinggi tidak selalu menjamin seseorang

langsung memperoleh pekerjaan setelah menyelesaikan studi. Persaingan dunia kerja yang semakin ketat, terbatasnya lapangan pekerjaan, serta meningkatnya jumlah lulusan baru setiap tahun membuat mahasiswa perlu memikirkan strategi lain dalam mempersiapkan masa depannya. Dalam situasi seperti ini, mahasiswa tidak cukup hanya diarahkan untuk menjadi pencari kerja, tetapi juga perlu didorong agar mampu menjadi pencipta kerja melalui aktivitas kewirausahaan.

Perubahan orientasi dari pencari kerja menuju pencipta kerja menjadi penting karena mahasiswa merupakan kelompok terdidik yang memiliki potensi besar dalam menciptakan inovasi. Menurut Daulay (2018), pencipta kerja adalah individu yang memiliki kemampuan untuk melihat dan mengevaluasi peluang bisnis, mengumpulkan sumber daya yang diperlukan, serta mengambil tindakan yang tepat agar usaha yang dijalankan dapat berkembang. Dengan demikian, kewirausahaan tidak hanya berkaitan dengan kegiatan berdagang, tetapi juga berhubungan dengan kemampuan membaca peluang, mengelola sumber daya, mengambil risiko, dan membangun kemandirian ekonomi.

Kewirausahaan menjadi penting bagi mahasiswa karena dapat menjadi alternatif dalam menghadapi keterbatasan kesempatan kerja. Anwar (2021) menjelaskan bahwa kewirausahaan dapat dilihat sebagai salah satu pilihan bagi mahasiswa dalam membangun intensi atau niat untuk menciptakan usaha. Sementara itu, Alma (2011) menekankan bahwa kewirausahaan dapat dipelajari oleh mahasiswa dan masyarakat umum karena di dalamnya terdapat proses pembentukan sikap, keterampilan, dan keberanian untuk menciptakan nilai ekonomi. Dalam konteks mahasiswa, berwirausaha tidak hanya menjadi cara memperoleh pendapatan, tetapi juga menjadi ruang belajar untuk membentuk kepercayaan diri, tanggung jawab, dan keberanian mengambil keputusan.

Bagi mahasiswa, berwirausaha menjadi salah satu pilihan rasional karena memberikan beberapa manfaat. Pertama, mahasiswa dapat memperoleh pengalaman langsung dalam mengelola usaha, mulai dari merancang produk, menentukan harga, memasarkan barang atau jasa, hingga mengelola pendapatan. Kedua, kegiatan wirausaha dapat memberikan tambahan pendapatan yang membantu memenuhi kebutuhan pribadi maupun kebutuhan perkuliahan. Ketiga, berwirausaha dapat menjadi ruang belajar praktis yang tidak selalu diperoleh di ruang kelas. Melalui usaha yang dijalankan, mahasiswa belajar menghadapi pelanggan, mengatur waktu, membangun kerja sama, menghadapi kerugian, dan mencari solusi atas persoalan yang muncul.

Minat berwirausaha mahasiswa tidak muncul secara tiba-tiba, tetapi dipengaruhi oleh berbagai faktor. Rahmadi dan Heryanto (2016) menunjukkan bahwa minat berwirausaha mahasiswa dipengaruhi oleh faktor internal maupun eksternal, termasuk lingkungan keluarga, pendidikan, dan lingkungan sosial. Mahasiswa yang tumbuh dalam keluarga yang memiliki pengalaman usaha cenderung lebih akrab dengan aktivitas jual beli, pengelolaan modal, serta relasi dengan pelanggan. Pengalaman semacam ini dapat membentuk cara pandang mahasiswa terhadap usaha sebagai pilihan yang memungkinkan untuk dilakukan.

Selain keluarga, pendidikan kewirausahaan juga memiliki peran penting dalam menumbuhkan minat mahasiswa untuk berwirausaha. Lestari dan Wijaya (2012) menjelaskan bahwa pendidikan kewirausahaan berpengaruh terhadap minat berwirausaha mahasiswa karena dapat membentuk pengetahuan, sikap, dan kesiapan dalam memulai usaha. Hal serupa dikemukakan oleh Ramadhani dan Nurnida (2017), bahwa mata kuliah kewirausahaan dapat mendorong mahasiswa untuk memiliki minat berwirausaha melalui pemberian pengetahuan mengenai peluang usaha, perencanaan bisnis, dan pengelolaan risiko. Dengan demikian, kampus memiliki peran strategis dalam membangun budaya kewirausahaan melalui mata kuliah, pelatihan, pendampingan, maupun program pengembangan usaha mahasiswa.

Mahasiswa yang memiliki minat bisnis cenderung lebih mudah mengembangkan ide kreatif, membaca peluang, dan menyusun strategi usaha. Minat tersebut dapat muncul dari pengalaman keluarga, lingkungan pertemanan, pendidikan kewirausahaan, program kampus, maupun pengaruh media sosial. Dalam banyak kasus, mahasiswa mulai berwirausaha karena melihat kebutuhan di sekitar mereka, seperti kebutuhan teman-teman kampus terhadap makanan, pakaian, jasa titip, buket, produk pertanian, atau layanan tertentu. Peluang-peluang kecil tersebut kemudian diolah menjadi kegiatan usaha yang dapat berkembang apabila dikelola secara konsisten.

Praktik kewirausahaan mahasiswa juga tidak dapat dilepaskan dari faktor sosial budaya. Lingkungan keluarga, teman sebaya, komunitas, senior, dan jaringan kampus dapat menjadi sumber inspirasi, dukungan, bahkan mitra dalam membangun usaha. Dalam konteks ini, keputusan mahasiswa untuk berwirausaha bukan semata-mata lahir dari dorongan ekonomi, tetapi juga terbentuk melalui pengalaman sosial yang mereka alami. Relasi sosial menjadi penting karena usaha mahasiswa sering kali dijalankan melalui jaringan pertemanan, keluarga, komunitas, dan media sosial. Latief dan Rosalina (2019) menunjukkan bahwa hubungan antarmanusia dapat memengaruhi kinerja karena di dalamnya terdapat komunikasi, kerja sama, dan kenyamanan dalam menjalankan pekerjaan. Hal ini relevan dengan usaha mahasiswa, terutama ketika usaha dijalankan secara berkelompok.

Selain relasi sosial, kemampuan mengelola waktu juga menjadi faktor penting dalam kewirausahaan mahasiswa. Mahasiswa yang berwirausaha memiliki peran ganda sebagai pelajar dan pelaku usaha. Mereka harus membagi waktu antara mengikuti perkuliahan, mengerjakan tugas akademik, melayani pelanggan, memproduksi barang, mengelola pemasaran, dan mengatur keuangan usaha. Fahmayanti (2016) menjelaskan bahwa motivasi dan manajemen waktu berperan penting pada mahasiswa wirausaha karena keduanya berkaitan dengan kemampuan menjalankan aktivitas akademik dan usaha secara bersamaan. Wibowo (2018) juga menegaskan bahwa manajemen waktu berkaitan dengan kemampuan mengatur aktivitas, menentukan prioritas, dan menghindari penundaan pekerjaan. Oleh karena itu, keberhasilan mahasiswa dalam menjalankan usaha sangat dipengaruhi oleh kemampuan mereka mengelola waktu secara efektif.

Berwirausaha dapat dilakukan oleh mahasiswa dari berbagai fakultas dan program studi. Jenis usahanya pun beragam, mulai dari makanan dan minuman, jasa, perdagangan, industri kreatif, produksi, budidaya, hingga usaha berbasis teknologi. Keragaman jenis usaha ini menunjukkan bahwa kewirausahaan mahasiswa tidak terbatas pada bidang ilmu tertentu. Mahasiswa Fakultas Pertanian, misalnya, tidak hanya dapat mengembangkan usaha yang berkaitan langsung dengan pertanian seperti pupuk, bibit, atau hidroponik, tetapi juga dapat menjalankan usaha di bidang kuliner, fashion, jasa, dan industri kreatif. Hal ini memperlihatkan bahwa pilihan usaha mahasiswa sangat dipengaruhi oleh minat, peluang, jaringan, serta sumber daya yang mereka miliki.

Dalam menjalankan usaha, mahasiswa juga perlu memperhatikan strategi pemasaran dan pembentukan identitas usaha. Chinsuvapala (2017), dalam pembahasannya mengenai pemikiran Kotler dan Keller, menekankan pentingnya manajemen pemasaran dalam memahami pasar, konsumen, dan strategi penjualan. Bagi mahasiswa wirausaha, pemasaran menjadi penting karena produk atau jasa yang ditawarkan harus dikenal oleh calon pelanggan. Selain pemasaran, branding juga menjadi bagian penting dalam membangun usaha. Wulandari dkk. (2018) menjelaskan bahwa branding berfungsi untuk membentuk identitas usaha agar mudah dikenali dan dibedakan dari usaha lain. Dalam praktik usaha mahasiswa, branding dapat muncul melalui nama usaha, logo, tampilan produk, kemasan, promosi media sosial, dan cara berkomunikasi dengan pelanggan.

Keberlanjutan usaha mahasiswa juga berkaitan dengan kemampuan mengelola pendapatan. Pengelolaan pendapatan menjadi penting karena usaha tidak hanya membutuhkan penjualan, tetapi juga pencatatan, pembagian hasil, pembayaran upah apabila memiliki pekerja, serta pengaturan keuntungan untuk kebutuhan pribadi maupun pengembangan usaha. Fibriyanti (2017) menunjukkan bahwa sistem informasi akuntansi penggajian berperan dalam efektivitas pengendalian internal perusahaan. Meskipun konteks usaha mahasiswa umumnya masih berskala kecil, prinsip pengelolaan pendapatan dan pembayaran upah tetap relevan, terutama bagi mahasiswa yang menjalankan usaha secara berkelompok atau merekrut pekerja.

Namun, menjalankan usaha sambil kuliah bukanlah hal yang sederhana. Mahasiswa harus menghadapi tantangan dalam hal modal, waktu, pemasaran, pembagian kerja, hubungan dengan mitra, pengelolaan pendapatan, serta keberlanjutan usaha. Dalam kondisi tertentu, kegiatan usaha dapat mengganggu perkuliahan apabila tidak dikelola dengan baik. Sebaliknya, apabila mahasiswa mampu mengatur waktu, membangun kerja sama, dan menyusun strategi usaha secara tepat, kegiatan wirausaha dapat berjalan beriringan dengan aktivitas akademik. Dengan demikian, kewirausahaan mahasiswa perlu dipahami sebagai proses sosial, ekonomi, dan pendidikan yang membentuk kemampuan mahasiswa dalam menghadapi dunia kerja.

Berdasarkan uraian tersebut, artikel ini membahas budaya berwirausaha di kalangan mahasiswa Fakultas Pertanian Universitas Hasanuddin. Pembahasan difokuskan pada tiga hal utama. Pertama, artikel ini menjelaskan faktor sosial budaya yang memengaruhi mahasiswa Fakultas Pertanian Unhas untuk

berwirausaha. Kedua, artikel ini mendeskripsikan cara mahasiswa mengelola usaha sambil menjalankan aktivitas perkuliahan. Ketiga, artikel ini menganalisis strategi yang digunakan mahasiswa dalam mempertahankan usaha agar tetap berjalan dan berkembang. Melalui pembahasan tersebut, artikel ini diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai bagaimana mahasiswa membangun budaya kewirausahaan dalam kehidupan kampus dan kehidupan sosial mereka.

## 2. Metode

Penelitian ini dilakukan di Fakultas Pertanian Universitas Hasanuddin. Lokasi ini dipilih karena data Program Mahasiswa Wirausaha tahun 2022 menunjukkan bahwa Fakultas Pertanian memiliki persentase mahasiswa berwirausaha yang cukup tinggi.

Informan penelitian adalah sepuluh mahasiswa aktif strata satu yang sedang menjalankan usaha. Mereka berusia 19 sampai 23 tahun dan berasal dari program studi Agribisnis, Agroteknologi, serta Proteksi Tanaman, sebagaimana ditampilkan pada Tabel 1.

| Tabel 1 Informan Penelitian |                    |              |                  |                 |                       |
|-----------------------------|--------------------|--------------|------------------|-----------------|-----------------------|
| No.                         | Nama               | Usia (Tahun) | Departemen       | Jenis Usaha     | Nama Usaha            |
| 1.                          | M. Rakha Raja      | 19           | Agroteknologi    | Penginapan      | Wolio Hills           |
| 2.                          | M. Febriansyah     | 21           | Agroteknologi    | Warung Makan    | Warung Mbak Fifa      |
| 3.                          | M. Gazali          | 21           | Agribisnis       | Pupuk dan Bibit | Md. Greenshop         |
| 4.                          | Ananda Melia       | 21           | Agribisnis       | Jasa Titip      | Jastip Suka Suka      |
| 5.                          | Faradilla Nasution | 22           | Agribisnis       | Fashion         | Zeya Brand            |
| 6.                          | M. Fadil           | 22           | Agribisnis       | Café            | Kopi Khasta           |
| 7.                          | Ahzahra Annisa     | 22           | Proteksi Tanaman | Buket Bunga     | Living Fourtif        |
| 8.                          | Erwin              | 23           | Agribisnis       | Sablon Baju     | H20 Creative          |
| 9.                          | Hidayatul Fajri    | 23           | Agribisnis       | Makanan Online  | Lidah Sultan          |
| 10.                         | Nur Qadry          | 23           | Agroteknologi    | Hidroponik      | Agro Family Hydrofarm |

Data dikumpulkan melalui observasi dan wawancara mendalam. Observasi diarahkan pada aktivitas usaha, promosi, pemasaran, serta produk yang ditawarkan melalui media sosial maupun toko fisik. Wawancara digunakan untuk menggali alasan mahasiswa memulai usaha, cara mengatur waktu, serta strategi mempertahankan usaha.

Analisis data dilakukan dengan memeriksa hasil wawancara dan observasi, mentranskrip rekaman, membuat catatan lapangan, lalu mengelompokkan data ke dalam tema-tema utama, yaitu faktor sosial budaya, pengelolaan usaha sambil kuliah, dan strategi mempertahankan usaha.

Seluruh nama dan gambar yang digunakan dalam artikel ini dicantumkan atas persetujuan informan.

### **3. Hasil dan Diskusi**

- **Faktor Sosial Budaya Yang Mempengaruhi Mahasiswa Untuk Berwirausaha**

Temuan penelitian menunjukkan bahwa keputusan mahasiswa untuk berwirausaha dipengaruhi oleh faktor sosial budaya. Faktor tersebut mencakup lingkungan keluarga, pendidikan kewirausahaan, program pengembangan budaya kewirausahaan mahasiswa, dan lingkungan sosial.

Keempat faktor ini tidak berdiri sendiri, tetapi saling berkaitan dalam membentuk minat, keberanian, serta kemampuan mahasiswa untuk memulai usaha.

#### **A.1 Lingkungan Keluarga**

Lingkungan keluarga menjadi ruang pertama yang membentuk pandangan mahasiswa tentang pekerjaan dan usaha. Ketika keluarga memiliki pengalaman berwirausaha, mahasiswa memperoleh pengetahuan praktis sejak dini mengenai modal, pelayanan, risiko, dan cara mempertahankan pelanggan.

Pengaruh keluarga terlihat pada Faradilla yang sejak kecil menyaksikan usaha keluarga dan ikut membantu proses pengelolaannya. Pengalaman tersebut menjadi dasar pengetahuan sekaligus motivasi untuk membangun usaha sendiri.

Keluarga juga yang notabenenya suka dan punya usaha, kalau bapakku punya usaha kayak toko grosiran sama ibu yang urus, terus ada juga om ku yang punya usaha toko baju. Jadi memang ada pengaruh secara tidak langsung dari situ karena saya lihat langsung prosesnya selama bertahun-tahun dan terkadang saya juga ikut membantu jadi selama itu saya mulai berpikir bagaimana kalau saya buat usahaku sendiri juga (Faradilla, 22 tahun, usaha jilbab).

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa keluarga tidak hanya memberi dukungan moral, tetapi juga menyediakan pengalaman langsung. Melalui keterlibatan dalam usaha keluarga, mahasiswa belajar mengenai cara memulai usaha, menghitung modal, dan memahami kebutuhan konsumen.

#### **A.2. Pendidikan Kewirausahaan**

Pendidikan kewirausahaan berperan mengubah cara berpikir mahasiswa tentang pilihan karier. Mata kuliah kewirausahaan memperkenalkan dasar-dasar bisnis, perencanaan usaha, peluang pasar, dan risiko yang harus dihadapi ketika seseorang membangun usaha.

Pengetahuan tersebut mendorong mahasiswa untuk lebih percaya diri. Hidayatul, misalnya, awalnya merasa pesimis untuk berhasil dalam usaha, tetapi setelah mengikuti mata kuliah kewirausahaan ia mulai memahami bahwa risiko dapat dikelola melalui niat, pengetahuan, dan keberanian.

Karena awalnya itu saya sebenarnya bukan tidak tertarik tapi pesimis lah untuk berhasil dibidang ini. Nah lalu ternyata ada matkul kewirausahaan, kami diajar dasar-dasar bisnis, proses perencanaan, dan risiko dalam berwirausaha. Dari situ mulaimi terbuka pikiranku kalau memang semua bisnis pasti beresiko, dan untuk mulai harus disertai niat dan keberanian (Hidayatul, 23 tahun, usaha makanan online).

Dalam kasus Hidayatul, pendidikan kewirausahaan bekerja sebagai pemantik perubahan cara pandang. Usaha tidak lagi dilihat sebagai aktivitas yang terlalu berisiko, melainkan sebagai peluang yang dapat dijalankan dengan perencanaan.

#### A.3. Program Pengembangan Budaya Kewirausahaan Mahasiswa

Program pengembangan budaya kewirausahaan mahasiswa memberi ruang bagi mahasiswa untuk belajar, membuat proposal usaha, memperoleh relasi, dan menguji gagasan bisnis. Program seperti ini penting karena menghubungkan pengetahuan kewirausahaan dengan praktik langsung.

Melalui program tersebut, mahasiswa tidak hanya menerima pengetahuan teknis, tetapi juga membangun keberanian, jaringan sosial, dan akses terhadap sumber daya usaha.

Awalnya sama sekali tidak ada niatku mau buat usaha, tapi setelah masuk PMW saya buat proposal usaha, saya belajar tentang kewirausahaan, kayak minatku untuk realisasikan itu usaha membunyah ki dan tentunya makin tertarikka mengenai kewirausahaan, mengenai bisnis, karena dari PMW selain saya dapat ilmunya saya juga dapat relasinya yang buatka makin semangat (Azahra, 22 tahun, usaha buket bunga).

Kutipan tersebut memperlihatkan bahwa PMW mengubah ketidaktertarikan menjadi antusiasme. Pada informan lain, program ini juga mengurangi keraguan karena mahasiswa memperoleh panduan mengenai jenis usaha, proses pengelolaan, dan cara memulai bisnis.

#### A.4. Lingkungan Sosial

Lingkungan sosial turut membentuk minat mahasiswa berwirausaha. Pergaulan, komunitas, mentor, dan kebiasaan sehari-hari memberi inspirasi mengenai jenis usaha yang mungkin dijalankan serta cara mengelolanya.

Dukungan sosial menjadi penting karena mahasiswa membutuhkan informasi, contoh praktik, dan jejaring. Ketika berada dalam lingkungan yang terbuka terhadap kreativitas dan risiko, mahasiswa lebih berani mencoba usaha baru.

Awalnya diajakka sama seniorku masuk di komunitas Sablon Sulawesi, pas dari situ banyak hal yang kupelajari seperti cara membuat sablon untuk baju, jenis-jenis sablon, jenis kain, jenis tinta, dari situ terinspirasi meka untuk buka usaha juga dari ilmu yang saya dapat dari sini komunitas (Erwin, 23 tahun, usaha sablon baju).

Pengalaman Erwin menunjukkan bahwa komunitas berfungsi sebagai ruang belajar informal. Pengetahuan teknis dan dukungan senior membuat mahasiswa lebih siap membuka usaha sendiri.

Saya sama beberapa temanku suka nongkrong di kafe jadi sebagian besar waktuku kalau bukan di kampus ya di kafe. Kami sering kumpul di

beberapa kafe yang ada di Makassar. Dari situ saya mulai paham kuatnya minat orang-orang terhadap kopi dan melihat peluang usaha kafe (Fadil, 22 tahun, usaha kafe).

Bagi Fadil, lingkungan pergaulan tidak sekadar menjadi tempat bersosialisasi, tetapi juga sumber pengamatan pasar. Kebiasaan berkumpul di kafe membantunya membaca peluang usaha kopi dan ruang nongkrong mahasiswa.

- **Cara Mahasiswa Mengelola Usaha Sambil Kuliah**

Mahasiswa yang berwirausaha menjalankan peran ganda sebagai mahasiswa dan pelaku usaha. Karena itu, mereka harus mengatur waktu, membagi pekerjaan, dan menjaga relasi kerja agar kegiatan akademik dan usaha tidak saling menghambat.

Temuan penelitian menunjukkan bahwa strategi pengelolaan usaha sambil kuliah meliputi manajemen waktu, pembagian kerja, dan hubungan antarindividu dalam usaha.

1. **Manajemen Waktu**

Manajemen waktu menjadi kunci karena mahasiswa harus membagi perhatian antara kuliah, tugas akademik, produksi, pelayanan, dan pemasaran. Pengaturan waktu dilakukan secara fleksibel sesuai jadwal kuliah dan kebutuhan usaha.

Ndaji, waktu awal-awal saya buka juga nda bagaimana sekali ji nda susah ji karena waktu itu kuliah online toh jadi jalan ji dua-duanya. Kalau untuk tugasku kadang saya kerja di kafe ku, begitu juga kalau lagi kelaska. Jadi kalau manajemen waktu, yah jalani semua (Fadil, 22 tahun, usaha kafe).

Fadil memanfaatkan fleksibilitas kuliah dan lokasi usaha untuk mengerjakan tugas sekaligus mengawasi kafe. Sementara itu, informan lain membuat agenda harian agar pesanan, kuliah, dan tugas akademik dapat diselesaikan secara berurutan.

Dengan demikian, manajemen waktu tidak hanya berarti membagi jam kerja, tetapi juga menentukan prioritas. Mahasiswa yang mampu membuat rencana harian lebih mudah menghindari konflik antara tuntutan akademik dan kebutuhan usaha.

Pembagian kerja dilakukan agar usaha berjalan terorganisir. Dalam usaha tunggal, pemilik usaha memegang sebagian besar tanggung jawab, tetapi tetap dapat melibatkan keluarga atau pekerja. Dalam usaha kelompok, tugas dibagi sesuai keahlian anggota.

Pada usaha tunggal, mahasiswa biasanya mengelola modal, produksi, pemasaran, dan pelayanan secara mandiri. Namun, jika lokasi usaha jauh atau beban kerja besar, mereka membutuhkan bantuan orang lain.

Saya ada rekrut karyawan 2 orang, hanya saja 1 orang ini jarang karena dia juga kerja di tempat lain. Ini karyawan untuk bersih-bersih ji, tapi itupun bersih-bersih kalau ada tamu masuk dan setelah tamu keluar. Jadi kalau operasional keseluruhan masih tetap saya yang handle (Rakha, 19 tahun, usaha penginapan).

Rakha merekrut pekerja karena lokasi penginapan cukup jauh dari kampus. Bantuan pekerja membuatnya tetap dapat menjalankan kuliah sambil memastikan kebersihan dan kesiapan penginapan.

Dalam usaha kelompok, pembagian kerja lebih kompleks karena melibatkan beberapa orang. Setiap anggota memiliki tugas seperti membeli bahan, memasak, melayani pelanggan, mengelola media sosial, membuat konten, atau mengatur pembukuan.

Terkait dengan pembagian kerja itu ada yang beli bahan ada juga yang juru masak kalau juru masaknya sendiri itu bisa dibilang lebih ke saya, kalau pembelian bahan-bahan itu saya tugaskan ke temanku, ada juga yang handle pembeli yang lakukan pemesanan melalui whatsapp ataupun akun Instagram (Hidayatul, 23 tahun, usaha makanan online).

Pembagian kerja pada usaha Hidayatul menunjukkan adanya pembagian tugas yang jelas tetapi tetap fleksibel. Pola serupa ditemukan pada usaha kafe Fadil, yang membagi tugas kasir, pembukuan, minuman, stok bahan, promosi, dan dapur.

### 3. Hubungan Antar Individu

Hubungan antarindividu memengaruhi kelancaran usaha, terutama pada usaha kelompok. Komunikasi yang baik membantu anggota menyampaikan kendala, membagi tanggung jawab, dan menjaga kenyamanan kerja.

Kalau hubungan kerja itu yang pertama yang penting komunikasi. Kalau misalkan kita baik komunikasi dengan tim tentunya itu anggota juga bisa bekerja dengan nyaman dan lebih fleksibel dan bisa juga kita sampaikan apa yang menjadi kendalanya (Hidayatul, 23 tahun, usaha makanan online).

Hidayatul menggunakan pendekatan kekeluargaan agar anggota tim merasa nyaman. Pada usaha Fadil, hubungan kerja dijaga melalui komunikasi dan kegiatan rekreasi bersama setiap beberapa bulan.

Strategi tersebut menunjukkan bahwa keberlanjutan usaha mahasiswa tidak hanya ditentukan oleh modal, tetapi juga oleh kualitas relasi sosial di antara pelaku usaha.

#### • Cara Mendapat Keberhasilan Dan Mempertahankan Usaha

Mahasiswa berupaya mempertahankan usaha melalui manajemen penjualan dan manajemen penghasilan. Kedua aspek ini menentukan apakah usaha dapat bertahan, berkembang, dan memberi manfaat ekonomi bagi pemiliknya.

Manajemen penjualan dilakukan melalui penentuan target pasar dan pembentukan branding. Target pasar membantu mahasiswa menentukan siapa calon pembeli utama, sedangkan branding membuat usaha lebih mudah dikenali.

Sebagian besar usaha mahasiswa awalnya menargetkan mahasiswa sebagai konsumen, terutama usaha makanan, jilbab, dan buket bunga.

Namun, seiring meningkatnya promosi dan pengalaman pelanggan, pasar mereka meluas ke dosen, pegawai, siswa, ibu rumah tangga, petani, minimarket, dan pasar swalayan.

Saat awal itu yang saya targetkan mahasiswa di kampus nah dari situ mulaimi dikenal juga sama dosen-dosen dan Alhamdulillah mulaimi banyak yang suka, pegawai-pegawai kantor sampai siswa SMA juga banyak yang pesan (Hidayatul, 23 tahun, usaha makanan online).

Kutipan tersebut menunjukkan bahwa target pasar dapat berkembang secara bertahap. Mahasiswa memulai dari lingkungan terdekat karena lebih mudah dijangkau, lalu memperluas pasar melalui relasi, rekomendasi, dan media sosial.

Kalau untuk pelanggan nda ada ji sih yang khusus karena menurutku makanan itu umum ji siapa saja bisa terima lah, jadi yang saya lakukan itu menyesuaikan menu yang bisa diterima berbagai kalangan (Febri, 21 tahun, usaha warung makan).

Pada kasus Febri, strategi pasar dibuat lebih terbuka karena makanan dianggap dapat diterima oleh banyak kelompok konsumen.

Branding dilakukan melalui pemilihan nama, logo, dan identitas visual usaha. Bagi mahasiswa, branding berfungsi untuk membedakan produk mereka dari usaha lain sekaligus membangun kesan profesional di mata konsumen.

Branding dihi, kayak biasanya ji buat logo sama nama usaha. Begitu ji sih, jadi saya buat dulu namanya usahaku baru setelah saya dapat, cocok saya rasa baru saya buat logo. Kalau nama saya sesuaikan saja sama apa rencana usahaku saya cari-cari referensi di Google (Nur, 23 tahun, usaha hidroponik).

Usaha hidroponik Nur diberi nama Agro Family Hydrofarm. Kata Agro merujuk pada latar belakang Agroteknologi, sedangkan Hydrofarm menunjukkan jenis usaha hidroponik. Logo dengan unsur daun dan air merepresentasikan tanaman serta media utama dalam sistem hidroponik.



**Gambar 6.** Logo Usaha Hidroponik Milik Nur

Penamaan usaha dan logo menjadi bentuk awal branding yang dilakukan informan. Seluruh informan memiliki nama usaha dan logo yang mewakili produk atau jasa mereka, sebagaimana terlihat pada Tabel 2 berikut ini:

| Tabel 2. Logo Usaha |                          |                    |                                                                                       |
|---------------------|--------------------------|--------------------|---------------------------------------------------------------------------------------|
| No                  | Jenis Usaha              | Nama Usaha         | Logo Usaha                                                                            |
| 1.                  | Fashion (Jilbab)         | Zeya Brand         |    |
| 2.                  | Fashion (Sablon Baju)    | H2O Creative       |     |
| 3.                  | Kuliner (Makanan Online) | Lidah Sultan       |    |
| 4.                  | Kuliner (Warung Makan)   | Warung Mbak Fifi   |   |
| 5.                  | Kuliner (Cafe)           | Kopi Khasta        |  |
| 6.                  | Jasa (Penginapan)        | Wolio Hills Malino |  |

|    |                                   |                    |                                                                                      |
|----|-----------------------------------|--------------------|--------------------------------------------------------------------------------------|
| 7. | Jasa<br>(jastip)                  | Jastip<br>Sukasuka |   |
| 8. | Jasa<br>(Bucket<br>bunga)         | Living<br>Fourtif  |   |
| 9. | Pertanian<br>(Pupuk dan<br>Bibit) | Mdgreensho<br>p    |  |

Secara umum, branding membantu mahasiswa memperkenalkan usaha, membangun identitas produk, dan memperkuat strategi promosi. Nama dan logo dibuat agar sesuai dengan jenis usaha, mudah dikenali, serta mampu menarik perhatian konsumen.

Manajemen penghasilan dilakukan dengan mengatur pembayaran gaji, pembagian pendapatan usaha kelompok, dan penggunaan pendapatan untuk kebutuhan pribadi. Pengelolaan ini penting agar usaha tetap berjalan dan pemilik memperoleh manfaat ekonomi.

Pada usaha yang mempekerjakan orang lain, gaji menjadi bentuk kompensasi atas pekerjaan karyawan. Sistem pembayaran dapat dilakukan secara bulanan atau berdasarkan jumlah pelanggan, tergantung bentuk usaha dan kesepakatan kerja.

Kalau masalah gaji cair itu tanggal 10, Rp1.300.000,00 tiap bulannya untuk kehadiran full dengan libur 1 kali seminggu. Kalau izin di luar waktu libur, dikenakan sanksi pemotongan gaji Rp25.000 (Fadil, 22 tahun, usaha cafe).

Fadil menerapkan sistem gaji bulanan dengan aturan kehadiran. Pola ini menunjukkan bahwa usaha mahasiswa mulai menerapkan prinsip manajemen kerja yang terukur.

Karena karyawan yang saya rekrut itu jobnya bersih-bersih hanya disaat tertentu saja. Untuk jumlah gajinya tiap satu penyewa itu sebesar Rp.300.000,00. Semisal harga sewa villa Rp.1.200.000,00 jadi

dikurangi upahnya Rp.300.000,00, yang saya terima bersihnya Rp.900.000,00 (Rakha, 19 tahun, usaha penginapan).

Berbeda dari Fadil, Rakha membayar pekerja berdasarkan jumlah penyewa. Pendapatan pekerja bergantung pada intensitas pelanggan dan kebutuhan operasional penginapan.

Pada usaha kelompok, pendapatan dibagi berdasarkan kesepakatan anggota. Ada kelompok yang menetapkan nominal tetap, tetapi ada pula yang membagi pendapatan sesuai keuntungan bulanan.

Pembagian pendapatan memberi umpan balik atas modal, tenaga, dan waktu yang digunakan anggota. Kesepakatan sejak awal penting agar usaha tidak menimbulkan konflik internal.

Untuk bagi hasilnya itu kita sudah tetapkan diawal memang dan disetujui bersama, jadi berapapun nanti keuntungan yang diperoleh, pembagiannya itu tidak bakal berubah. Untuk pembagian yang kita sepakati itu Rp.1.500.000,00 (Fadil, 22 tahun, usaha cafe).

Kalau bagi-baginya nda menentu jumlahnya, jadi bisa saja tiap bulan selalu berubah jumlahnya. Semisal keuntungan Rp.5.000.000,00 nah itu bisa saya bagi Rp.1.000.000,00 perorang (Hidayatul, 23 tahun, usaha makanan).

Dua model tersebut menunjukkan adanya variasi pengelolaan pendapatan. Pembagian tetap memberi kepastian, sedangkan pembagian tidak tetap lebih menyesuaikan dengan performa usaha.

Pada usaha tunggal, pendapatan digunakan untuk kebutuhan pribadi, pendidikan, transportasi, konsumsi, tabungan, atau investasi. Hal ini menunjukkan bahwa wirausaha memberi kontribusi langsung terhadap kemandirian finansial mahasiswa.

Saya pakai untuk bayar ukt iya, selain itu saya gunakan juga untuk print skripsi kalau mauka bimbingan, beli buku-buku yang saya butuh (Erwin, 22 tahun, usaha sablon baju).

Saya gunakan iya untuk kebutuhan sehari-hari ku, seperti makan, beli bahan masakan, galon, bensin, token listrik, dan kebutuhan badan yang biasanya dibeli sekali sebulan (Ananda, 21 tahun, usaha jasa titip).

Saya tabung sih atau lebih tepatnya saya pakai deposito bank BRI, jadi itu bentuk investasi yang pencairannya pada jangka waktu tertentu ji. Saya pilih invest karena saya pikir bekal untuk masa depan (Nur, 23 tahun, usaha hidroponik).

Penggunaan pendapatan tersebut memperlihatkan bahwa usaha mahasiswa tidak hanya menjadi aktivitas sampingan, tetapi juga instrumen untuk memenuhi kebutuhan, mengurangi ketergantungan pada orang tua, dan merancang kestabilan ekonomi ke depan.

#### **4. Kesimpulan**

Kewirausahaan pada mahasiswa merupakan praktik yang menggabungkan kreativitas, keberanian mengambil risiko, kemampuan membaca peluang, dan pengelolaan sumber daya. Pada mahasiswa Fakultas Pertanian Unhas,

kewirausahaan muncul sebagai respons terhadap keterbatasan lapangan kerja sekaligus sebagai upaya membangun kemandirian ekonomi.

Faktor sosial budaya yang memengaruhi mahasiswa berwirausaha mencakup keluarga, pendidikan kewirausahaan, program pengembangan budaya kewirausahaan mahasiswa, dan lingkungan sosial. Keluarga memberi pengalaman awal, pendidikan kewirausahaan memberi pengetahuan, program kewirausahaan memberi ruang praktik, sedangkan lingkungan sosial memberi inspirasi dan jejaring.

Dalam mengelola usaha sambil kuliah, mahasiswa menggunakan strategi manajemen waktu, pembagian kerja, dan pemeliharaan hubungan antarindividu. Untuk mempertahankan usaha, mereka mengelola target pasar, branding, pembayaran gaji, pembagian pendapatan, serta penggunaan penghasilan pribadi. Dengan demikian, berwirausaha tidak hanya memberi pendapatan, tetapi juga membentuk disiplin, jejaring, dan kemandirian mahasiswa.

## Referensi

- Alma, Buchari. 2011. *Kewirausahaan: Untuk Mahasiswa dan Umum*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Anwar, M. A. 2021. *Hubungan Antara Grit Dengan Intensi Berwirausaha Pada Mahasiswa Di Yogyakarta*. Disertasi, Fakultas Universitas Mercu Buana Yogyakarta, Jogjakarta.
- Chinsuvapala, P. 2017. Kotler, Philip and Keller Kelvin Lane.(2016). *Marketing Management*.(15th global edition) Edinburgh: Pearson Education.(679 pp). KASEM BUNDIT JOURNAL, 18(2):180-183, <https://so04.tci-thaijo.org/index.php/jkbu/article/view/104793> diakses tanggal 20 November 2023.
- Daulay, S. S. 2018. *Pengaruh Sikap dan Pendidikan Kewirausahaan Terhadap Intensi Berwirausaha Pada Siswa Kelas XII SMKS PAB 12 SAENTIS TA 2018/2019*. Disertasi, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Medan, Medan.
- Fahmayanti, N. 2016. "Motivasi dan Manajemen Waktu Pada Mahasiswa Wirausaha". *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 4(4):586-595, <https://e-journals.unmul.ac.id/index.php/psikoneo/article/view/4247>, diakses tanggal 15 Januari 2023.
- Fibriyanti, Y. V. 2017. "Analisis Sistem Informasi Akuntansi Penggajian Dalam Rangka Efektivitas Pengendalian Internal Perusahaan (Studi Kasus pada PT. Populer Sarana Medika, Surabaya)". *Jurnal Penelitian Ekonomi dan Akuntansi (JPENSI)*, 2(1):371-384, <https://mail.jurnalekonomi.unisla.ac.id/index.php/jpensi/article/view/97> diakses tanggal 26 Agustus 2023.
- Latief, A., & Rosalina, D. 2019. "Analisis Hubungan Antar Manusia terhadap Kinerja Karyawan". *Journal of Education, Humaniora and Social Sciences (JEHSS)*, 1(3):127-131,

<https://mahesainstitute.web.id/ojs2/index.php/jehss/article/view/24>, diakses tanggal 16 Januari 2023.

- Lestari, R.B. dan Wijaya, T. 2012. "Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Di STIE MDP, STMIK MDP, dan STIE Musi". *Jurnal Ilmiah STIE MDP*, 1(2):112-119, [https://Pengaruh\\_Pendidikan\\_Kewirausahaan\\_Terhadap\\_Minat\\_Berwirausaha\\_Mahasiswa\\_di\\_STIE\\_MDP\\_STMIK\\_MDP\\_dan\\_STIE\\_MUSI\\_.pdf](https://Pengaruh_Pendidikan_Kewirausahaan_Terhadap_Minat_Berwirausaha_Mahasiswa_di_STIE_MDP_STMIK_MDP_dan_STIE_MUSI_.pdf), diakses tanggal 20 Agustus 2023.
- Mudyaharjo, Redja. 2012. *Pengantar Pendidikan*. Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada.
- Rahmadi, A. N., dan Heryanto, B. 2016. "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Kadiri". *Ekonika: Jurnal ekonomi universitas kadiri*, 1(2):153-169, <https://ojs.unik-kediri.ac.id/index.php/ekonika/article/view/13>, diakses tanggal 15 Agustus 2023.
- Ramadhani, N. T., dan Nurnida, I. 2017. "Pengaruh Mata Kuliah Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa". *Jurnal Ecodemica: Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis*, 1(1):89-97. <https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/ecodemica/article/view/1515>, diakses tanggal 10 Januari 2023.
- Wibowo, D. V. R. 2018. *Hubungan antara Manajemen Waktu dengan Prokrastinasi Akademik pada Mahasiswa yang Sedang Mengerjakan Skripsi*, Fakultas Psikologi, Universitas Medan Area, Medan, <https://repositori.uma.ac.id/handle/123456789/9927>, diakses tanggal 20 Agustus 2023.
- Wulandari, S., Syafwandi, M. S., San Ahdi, S. S., & Ds, M. 2018. "Branding Usaha Dapoer Rendang Riry". *DEKAVE: Jurnal Desain Komunikasi Visual*, 8(2):1-14, <http://ejournal.unp.ac.id/index.php/dkv/article/view/101892>, diakses tanggal 25 Januari 2023.