

Pengaruh Minat Berwirausaha dan Kurikulum Pembelajaran Wirausaha terhadap Kompetensi Wirausaha Digital Mahasiswa Vokasi Tata Busana

Sri Zulfia Novrita¹, Asmar Yulastri², Ganefri³, Giatman⁴, Hansi Effendi⁵, Mukhlidi Muskhir⁶

sriznovrita@fpp.unp.ac.id, yun064@fpp.unp.ac.id, ganefri@unp.ac.id, giatman@ft.unp.ac.id,

hans_79@ft.unp.ac.id, muskhir@ft.unp.ac.id

Universitas Negeri Padang

Informasi Artikel

Diterima : 8 Dec 2023

Direview : 14 Dec 2023

Disetujui : 30 Dec 2023

Kata Kunci

Minat Berwirausaha, Kurikulum Pembelajaran Wirausaha, Kompetensi Wirausaha Digital

Abstrak

Berkembangnya cara manusia mendapatkan informasi menyebabkan pola berbisnis manusia juga mengalami perubahan. Tujuan artikel ini adalah untuk memberikan bukti empiris tentang tingkat kompetensi kewirausahaan digital yang diperoleh mahasiswa program studi vokasi tata busana setelah mengikuti perkuliahan kewirausahaan. Penetapan sampel dengan metode *purposive sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 171 orang. Analisis data menggunakan *correlation product moment parsial* untuk mencari hubungan antar variabel. Sedangkan untuk membuktikan pengaruh digunakan Uji F dengan tujuan untuk mencari angka regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan kompetensi wirausaha digital pada kategori rendah (58%). Minat berwirausaha kategori sangat tinggi (96%). Kurikulum pembelajaran kewirausahaan kategori sangat rendah (53%). Hasil uji signifikansi hubungan menunjukkan terdapat hubungan minat berwirausaha dengan kompetensi wirausaha digital mahasiswa, serta terdapat hubungan kurikulum pembelajaran kewirausahaan dengan kompetensi wirausaha digital mahasiswa. Hasil uji signifikansi pengaruh menunjukkan terdapat pengaruh minat berwirausaha dan kurikulum pembelajaran kewirausahaan terhadap kompetensi wirausaha digital mahasiswa Program Studi Vokasi Tata Busana Universitas Negeri Padang.

Keywords

Entrepreneurial Interest, Entrepreneurial Learning Curriculum On Digital, Entrepreneurial Competency

Abstrak

The way humans obtain information causes the change of human business patterns. This paper provides empirical evidence about the level of digital entrepreneurship competency obtained by Fashion Design students after having entrepreneurship courses. The sample was purposive sampling with the total was 171 people. Data analysis used partial product moment correlation to know relationships between variables and used F test with the aim of finding multiple linear regression numbers. It showed that digital entrepreneurial competency is low (58%). Interest in entrepreneurship is very high (96%). The entrepreneurship learning curriculum is very low (53%). The results of the relationship significance test show that there is a relationship between interest in entrepreneurship and students' digital entrepreneurial competence. It showed that there is an influence of interest in entrepreneurship and entrepreneurial learning curriculum on the digital entrepreneurial competence of Vocational Fashion Students Program, Universitas Negeri Padang.

A. Pendahuluan

Teknologi memberikan kontribusi yang besar terhadap perubahan hidup manusia dari segala aspek. Sifat masyarakat yang dinamis karena perkembangan teknologi memerlukan pendekatan baru untuk mendidik para profesional masa depan menyelaraskan perkembangan ekonomi global dan tuntutan pasar tenaga kerja yang bergejolak[1]. Dinamika ini mengharuskan sistem pendidikan mengadopsi pendekatan baru untuk membentuk profesional masa depan yakni profesional yang mempertimbangkan perkembangan ekonomi global dan tuntutan pasar kerja yang semakin fluktuatif[2]. Para pakar menyarankan agar institusi pendidikan tinggi didorong untuk fokus pada pengembangan kompetensi digital para siswa dan pendidik dengan mengembangkan strategi pembelajaran yang relevan dan menggunakan alat yang tepat untuk meningkatkan kualitas pendidikan [3]. Teknologi informasi dan komunikasi (TIK) telah mengubah berbagai proses dan hasil kewirausahaan, misalnya dengan memfasilitasi operasional start-up, memediasi bisnis baru dan kegiatan kewirausahaan, dan memungkinkan model bisnis digital baru [4]. Semua kegiatan ini membutuhkan kompetensi digital kewirausahaan. Kompetensi digital dapat dipahami sebagai kemampuan untuk mengetahui cara menggunakan teknologi efisien untuk meningkatkan semua bidang kehidupan kita sehari-hari. Namun kompetensi digital bukan hanya keterampilan tersendiri untuk dikembangkan tetapi serangkaian keterampilan, kemampuan, dan sikap harus diterapkan di berbagai bidang dan dimensi pengetahuan[1]. Kajian penelitian yang dilakukan para akademisi serta upaya kerjasama dengan para praktisi bisnis dalam merumuskan metode belajar praktik bisnis bertujuan untuk mempromosikan kewirausahaan digital diperguruan tinggi. Hal ini berdampak positif terhadap penciptaan lapangan kerja dan pertumbuhan ekonomi, serta untuk memahami keadaan dan penyebab yang mendorong kondisi tersebut [5]. Berbagai pelaku masyarakat percaya bahwa membangun kompetensi kewirausahaan dan digital sangat penting untuk mengatasi rendahnya kemampuan mahasiswa berwirausaha digital dengan tepat [6]. Wirausaha digital memerlukan beragam kompetensi digital untuk memanfaatkan teknologi sebaik-baiknya demi inovasi digital yang dapat memenangkan persaingan global. Pengusaha digital memerlukan keterampilan dan kompetensi yang mendukung identifikasi dan pemanfaatan peluang berdasarkan pengetahuan teknis yang menjamin mahasiswa dapat mempraktekan kegiatan wirausaha digital [7]. Karena itu kompetensi kewirausahaan digital yang merupakan kombinasi spesifik dari kompetensi digital umum dan kompetensi kewirausahaan menjadi semakin penting untuk dikembangkan menjadi suatu kurikulum pembelajaran.

Kompetensi kewirausahaan digital didefinisikan sebagai kemampuan total wirausahawan untuk melakukan peran pekerjaan dengan sukses menggunakan berbagai sarana ICT[8]. Kompetensi ini merupakan kombinasi kompetensi kewirausahaan dan kompetensi menggunakan ICT yang membentuk pilihan start-up dan keputusan strategis berbisnis. Kompetensi mencakup pengetahuan dan keterampilan perilaku yang terkait dengan tujuan, aktivitas bisnis, dan tugas wirausaha [5]. Menurut kerangka Kompetensi Wirausaha Digital yang dikembangkan oleh Prendes-Espinosa dkk menyatakan bahwa kompetensi ini

terdiri dari empat bidang yaitu: Identifikasi peluang, Perencanaan tindakan, Inisiatif dan kolaborasi, serta Manajemendan keselamatan[9].

Observasi pada populasi penelitian yang merupakan mahasiswa Diploma Tata Busana Universitas Negeri Padang menunjukkan minat yang tinggi untuk berwirausaha digital. Mahasiswa tertarik untuk mendirikan usaha dan berkecimpung dalam bisnis online bidang busana. Hal ini dipahami sebagai dampak dari perluasan usaha digital dan peluang bisnis praktis berbasis digital yang semakin meningkat [8]. Minat berwirausaha merupakan sebetuk kemauan individu untuk bekerja keras dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari tanpa memikirkan resiko yang nantinya terjadi [10]. Faktor lingkungan yang muncul untuk mempengaruhi minat seseorang dalam berwirausaha adalah lingkungankeluarga, lingkungan pendidikan, dan lingkungan masyarakat[10]. Sedangkan faktor internal yang mempengaruhi minat berwirausaha berasal dari karakter yang muncul dalam diri seseorang diantaranya ekstraversi, kesepahaman, berani mengambil resiko, kebutuhan berprestasi, independen, evaluasi diri, serta kepercayaan diri yang lebih/overconfidence, disiplin, kreatifitas serta karakter unggul yang mempengaruhi persepsi mereka memandang kewirausahaan [11]. Minat akan sesuatu akan mempengaruhi kerja dan upaya seseorang dalam mencapai tujuan pada apa yang diminatinya. Dukungan lingkungan khususnya lingkungan pendidikan akan membuat seseorang bekerja keras dan berupaya maksimal untuk mencapai keinginannya. Lingkungan pendidikan pada perguruan tinggi dengan sistem pendidikan yang menyesuaikan dengan pemenuhan kebutuhan akan kompetensi yang dibutuhkan dalam berwirausaha adalah tombak keberhasilan mewujudkan kompetensi menjadi seorang wirausaha digital. Pendidikan dengan kurikulum yang memenuhi kebutuhan pengguna merupakan prasyarat utama untuk memperoleh kompetensi wirausaha digital. Berbagai temuan penelitian menyatakan bahwa kompetensi kewirausahaan digital ditentukan oleh program pendidikan kewirausahaan yang disusun dan dilaksanakan menggantikan kurikulum pendidikan kewirausahaan konvensional. Upaya pengembangan kurikulum akan berdampak kepada meningkatnya minat dan motivasi berwirausaha di era digital [12].

Universitas-universitas di seluruh dunia sedang mengembangkan dan mengadaptasi program bisnis dan TI yang ada untuk membekali mahasiswanya dengan tingkat kompetensi wirausaha digital setinggi mungkin, sehingga mereka lebih siap menghadapi pasar tenaga kerja saat ini [13]. Persaingan global dan perkembangan internet yang mempengaruhi perubahan cara berbelanja masyarakat harus disikapi oleh perguruan tinggi dengan mengembangkan model belajar praktis yang mengarahkan kemampuan berbisnis digital mahasiswa menggunakan digital marketing [14]. Kenyataan bahwa saat ini yang memegang peluang pasar digital dan bisnis berbasis digital tidaklah orang-orang yang lahir dari lembaga pendidikan tinggi namun mereka yang mencoba dan mendapatkan formula sendiri dalam berbisnis online. Prinsip yang mereka lakukan adalah mencoba dan menemukan inovasi-inovasi dalam mewujudkan peluang unik. Mereka yang berhasil memenangkan peluang dan menjadi sangat sukses berbisnis di era digital dengan memanfaatkan internet adalah mereka yang memiliki kompetensi wirausaha digital [5]. Saat ini para pebisnis hanya mengandalkan pengalaman dan inovasi yang mereka ciptakan sendiri dalam memenangkan

persaingan global bisnis era digital. Demikian pula pada kurikulum kewirausahaan yang diselenggarakan diprogram studi vokasi tata busana Universitas Negeri Padang. Kurikulum pendidikan kewirausahaan masih terus dikembangkan dilingkungan kampus. Belum ada kemampuan yang benar-benar diarahkan untuk mengenal dan memenangkan persaingan berwirausaha di era digital. Hal ini kemudian juga mempengaruhi motivasi mahasiswa belajar kewirausahaan. Ilmu yang berorientasi pada penciptaan produk inovatif belum disinkronkan dengan bagaimana produk dapat booming dipasarkan hingga menciptakan income. Biaya praktek yang ditimbulkan untuk mengerjakkan suatu proyek bisnis dan produk kemudian menjadi tidak seimbang dengan keuntungan yang mahasiswa dapatkan. Hal ini kemudian berdampak pada keseriusan mahasiswa dalam praktek. Mahasiswa berpikiran bahwa orang yang bahkan tidak melaksanakan kuliah dengan kesulitan yang komplis dapat berbisnis dengan mudah menggunakan internet karena adanya kompetensi menjadi seorang wirausaha digital. Namun kurikulum yang diberikan kepada mahasiswa diploma tata busana masih sama dan belum mengacu kepada memenangkan peluang bisnis era digital. Banyak peluang bisnis yang dapat diciptakan seseorang di era digital [15]. Semenjak manusia menggunakan internet sebagai sumber informasi yang harus dilakukan pebisnis adalah menghadirkan usahanya di media internet [16][17]. Oleh karena itu pengembangan kurikulum pendidikan bisnis era global yang diberikan oleh program studi vokasi harus diperbaharui dengan mengacu pada kompetensi wirausaha digital. Untuk itu penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui sejauhmana kompetensi wirausaha digital yang dimiliki mahasiswa program studi vokasi tata busana Universitas Negeri Padang yang dipengaruhi oleh minat berwirausaha dan kurikulum wirausaha yang mereka dapatkan. Mahasiswa adalah mahasiswa yang telah mengikuti perkuliahan kewirausahaan di tingkat Universitas dan mengikuti perkuliahan kewirausahaan pada tingkat program studi. Penelitian ini bertujuan untuk menghadirkan rekomendasi tentang pengembangan kurikulum kewirausahaan digital sebagai dasar memperbaiki kualitas kompetensi wirausaha digital bidang tata busana.

B. Metode Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan pendekatan kuantitatif dimana data analisis dideskripsikan dalam bentuk angka-angka. Instrumen penelitian sebagai alat pengumpulan data menggunakan kuesioner yang dikembangkan dari variabel Minat berwirausaha (X1), Kurikulum Pembelajaran Kewirausahaan (X2) dan Kompetensi Wirausaha Digital (Y). Penelitian ini adalah penelitian populasi dengan menjadikan semua mahasiswa yang merupakan mahasiswa terdaftar sebagai mahasiswa vokasi Tata Busana Universitas Negeri Padang sebagai populasi dengan ketentuan bahwa sampel adalah mahasiswa yang telah mengikuti perkuliahan Pengantar Kewirausahaan dan Manajemen Usaha Busana yang merupakan lanjutan perkuliahan kewirausahaan yang diberikan pada tingkat program studi. Sampel penetapan ini ditentukan dengan metode *purposive sampling* yakni pengambilan sampel dari populasi berdasarkan pertimbangan tertentu menyesuaikan kebutuhan penelitian. Jumlah sampel sebanyak 171 orang dari 185 jumlah populasi. Statistika yang dilakukan adalah pendeskripsian data dengan pengungkapan data dasar; *mean*, *median*, *standard deviation*, maksimum,

minimum yang kemudian diikuti penjelasan berupa narasi penjelasan interpretasi data. Uji asumsi klasik untuk mengetahui normalitas data untuk meyakinkan bahwa data berdistribusi normal menggunakan *One Sample Kolmogorov Smirnov*. Analisis data dilakukan dengan menggunakan rumus Correlation Product Moment parsial untuk mencari hubungan variabel X1-Y dan X2-Y pada hipotesis pertama dan kedua. Sedangkan untuk membuktikan hipotesis yang ketiga digunakan Uji F dengan tujuan untuk mencari angka regresi linier berganda. Kesimpulan ditarik berdasarkan kriteria berikut: Jika nilai signifikansi $>0,05$, maka kesimpulan yang diambil adalah menolak hipotesis yang telah ditetapkan atau menyatakan bahwa variabel independen tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen secara simultan. Sebaliknya, jika nilai signifikansi $<0,05$, maka kesimpulan yang diambil adalah menerima hipotesis yang telah dirumuskan atau menyatakan bahwa variabel independen memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen secara simultan.

C. Hasil dan Pembahasan

1. Statistik Deskriptif

Hasil perolehan data berdasarkan pengisian kuesioner yang dilakukan oleh sampel penelitian dapat dijelaskan deskripsi data dasar penelitian yang dikemukakan pada Tabel 1 berikut:

Tabel 1. Deskripsi Data Dasar Penelitian

Variabel	N	Mean	Median	SD	Min	Max
X1 – Minat wirausaha	171	96.14	100.00	9.778	40	100
X2 – Kurikulum Kewirausahaan	171	50.85	53.00	21.793	3	100
Y – Kompetensi Wirausaha Digital	171	58.00	60.00	19.538	7	140

(Sumber: Data Penelitian, 2023)

Dari hasil uji statistik deskriptif melalui data dasar penelitian dapat disimpulkan bahwa dari 171 responden yang merupakan mahasiswa program studi vokasi Tata Busana Universitas Negeri Padang menunjukkan hasil rata-rata skor (mean) 96.14 dengan kategori minat berwirausaha yang sangat tinggi. Rata-rata skor penilaian kurikulum kewirausahaan yang diterapkan pada mahasiswa berdasarkan persepsi mahasiswa selama mengikuti perkuliahan kewirausahaan diperoleh skor sebesar 50.85% dengan kategori penerapan kurikulum kewirausahaan berbasis digital yang masih sangat rendah. Sedangkan skor rata-rata pada persepsi mahasiswa tentang kompetensi kewirausahaan digital yang mereka kuasai diperoleh skor 58% dengan kategori rendah. Sikap mental wirausaha yang didapatkan melalui materi motivasi yang disampaikan dosen membuat mahasiswa terdorong dan berkeinginan untuk menjadi wirausaha. Motivasi dari lingkungan adalah variabel yang mempengaruhi minat berwirausaha [18]. Mahasiswa juga membangun sendiri kesadaran berwirausaha karena pilihan Karir yang paling tepat untuk mahasiswa vokasi adalah berwirausaha [19]. Minat berwirausaha bagi mahasiswa vokasi tata busana bukanlah hal yang bermasalah dalam penelitian ini. Karena itu akan lebih mudah mengarahkan mahasiswa untuk melaksanakan kegiatan wirausaha dibidang tata busana.

Deskripsi masing-masing variabel berdasarkan indikator penilaian secara spesifik pada item-item penilaian kompetensi wirausaha digital (Y), minat

berwirausaha digital (X1) dan kurikulum pembelajaran kewirausahaan (X1) berdasarkan persentase skor rata-rata dapat dijelaskan pada Tabel 2, 3 dan 4:

Tabel 2. Deskripsi Skor Penilaian Kompetensi Wirausaha Digital Mahasiswa Vokasi Tata Busana

No.	Sub Kompetensi	Tidak Mampu		Mampu	
		f	%	f	%
1	Memahami peluang bisnis melalui internet	23	13.5	148	86.5
2	Memahami tentang manfaat website bagi sebuah usaha	20	11.7	151	88.3
3	Memahami perbedaan website company dengan e-commerce	50	29.2	121	70.8
4	Memahami tentang bagaimana proses interaksi bisnis melalui internet	26	15.2	145	84.8
5	Memahami bagaimana menciptakan peluang bisnis yang jitu untuk mendapatkan pasar melalui internet	73	42.7	98	57.3
6	Mampu menciptakan ide produk yang dapat laris dipasar internet	32	18.7	139	81.3
7	Mampu melakukan aktivitas bisnis melalui internet	96	56.1	75	43.9
8	Mampu melakukan promosi produk melalui internet	97	56.7	74	43.3
9	Mampu menyusun strategi bisnis untuk menciptakan penjualan di internet	75	43.9	96	56.1
10	Mampu bersaing dalam menjual produk menggunakan media internet	114	66.7	57	33.1
11	Telah mendapatkan peluang pasar melalui internet	89	52	82	48.0
12	Dapat menciptakan penjualan yang menguntungkan melalui internet	118	69	53	31
13	Dapat meningkatkan peluang bisnis melalui internet	77	45	94	55
14	Memenangkan persaingan bisnis melalui internet	95	55.6	76	44.4
15	Memiliki usaha yang berkembang melalui internet	102	59.6	69	40.4

Berdasarkan analisis deskriptif data mengungkapkan kemampuan mahasiswa berwirausaha berbasis digital atau yang dikenal dengan kompetensi wirausaha digital maka dapat ditelaah hasil bahwa mahasiswa hanya memiliki kemampuan dalam memahami peluang bisnis melalui internet, memahami tentang manfaat website bagi sebuah usaha, memahami tentang bagaimana proses interaksi bisnis melalui internet dan mampu menciptakan ide produk yang dapat laris dipasar internet. Keempat kemampuan ini adalah kemampuan yang bersifat pada pemahaman pada fungsi dan manfaat pada kajian teoritis bukan pada aktivitas praktis berbisnis. Mahasiswa mendapatkan motivasi dan dorongan dari dosen agar memiliki pemahaman tentang aktivitas bisnis digital sehingga mereka memiliki motivasi untuk memahami pada tingkat sekedar paham tentang aktivitas bisnis digital bermanfaat dan harus dikuasai. Mahasiswa memiliki kemampuan yang tinggi pada penciptaan produk inovatif karena model pembelajaran berbasis proyek yang diterapkan memang berorientasi kepada penilaian penciptaan produk kreatif yang memiliki keunggulan untuk dijadikan produk kreatif. Dapat dipahami bahwa kemampuan mahasiswa dalam berwirausaha era digital belum berupa praktis dan penerapan kemampuan-kemampuan yang diharapkan. Penting bagi mahasiswa untuk memahami kemampuan tidak hanya pada pemahaman tetapi pada penerapan karena ilmu untuk menjadi seorang wirausaha digital dapat dikembangkan dengan mencobakan secara praktek [6]. Ekonomi digital terus

berkembang di tanah air, bahkan Indonesia dinilai memiliki potensi besar karena tingkat penetrasi pengguna internetnya terus meningkat[20]. Karena besarnya peluang memperoleh kesempatan sukses dalam berbisnis era digital maka mahasiswa harus mempelajari hingga pada level melaksanakan tidak hanya mengetahui [8], [21]. Hasil penelitian menunjukkan fakta bahwa mahasiswa belum mem pada kompetensi praktik menjadi seorang wirausaha yang merencanakan bisnis, melakukan promosi usaha, mengatur strategi bisnis, melaksanakan dan mengembangkan penjualan produk hingga memiliki pengetahuan, pemahaman hingga kemampuan melaksanakan kegiatan bisnis digital masih sangat rendah. Secara rata-rata skor kompetensi wirausaha digital yang dikemukakan dalam penelitian ini menunjukkan skor 58% dengan kategori rendah. Rendahnya kompetensi inimenjadi persoalan yang harus diselesaikan agar mahasiswa vokasi yang dididik untuk menjadi seorang pewirausaha dapat memiliki kemampuan yang mumpuni menjadi seorang pebisnis [22].

Statistika deskriptif pada salah satu variabel yang mempengaruhi kemampuan wirausaha digital adalah minat untuk berwirausaha di era digital. Dijelaskan hasil penelitian pada subvariabel yang menjadi indikator penilaian minat berwirausaha dalam penelitian ini sebagai berikut:

Tabel 3. Minat Berwirausaha

No.	Sub Kompetensi	Tidak Mampu		Mampu	
		f	%	f	%
1	Tertarik menjadi seorang pebisnis	1	6.1	170	99.4
2	mengatur strategi bisnis untuk masa depan	11	6.4	160	93.6
3	mempelajari bagaimana menjadi seorang pebisnis	19	11.1	152	88.9
4	menginginkan kelak menjadi seorang pebisnis	1	6.1	170	99.4
5	terdorong untuk menjadi seorang pebisnis	1	6.1	170	99.4

Analisis deskriptif yang ditunjukkan oleh Tabel 3 menyatakan bahwa rata-rata mahasiswa berkeinginan untuk menjadi pebisnis. Mahasiswa yang berminat menunjukkan keinginan untuk mengatur strategi bisnis sejak awal untuk memiliki peluang bisnis yang lebih baik dimasa depan. Mahasiswa mempelajari strategi usaha menggunakan media digital dan dukungan data konsumen melalui internet. Mahasiswa memiliki keinginan menjadi pewirausaha dan terdorong untuk menjadi seorang pebisnis era digital. Hal ini menunjukkan bahwa saat ini kaum muda memang memiliki kebebasan berfikir dan suka dengan tantangan. Peluang bisnis sudah dibaca oleh mahasiswa sebagai jalan menemukan masa depan. Rata-rata skor minat berwirausaha ini mencapai skor 96% dengan kategori sangat tinggi. Keinginan yang tinggi untuk menjadi wirausaha adalah suatu keunggulan dan menjadi kekuatan untuk lebih semangat dalam meningkatkan kompetensi wirausaha digital [2]. Adanya keinginan yang tinggi generasi milenial untuk bekerja sendiri tanpa tekanan orang lain [7]. Hal ini diduga akan berdampak kepada pola bekerja generasi masa depan yang akan menyebabkan semakin banyak orang-orang kreatif mencari peluang usaha untuk berwirausaha [23]. Statistika deskriptif untuk mengemukakan penerapan kurikulum pendidikan berwirausaha melalui mata kuliah yang dipelajari mahasiswa disusun mengarah pada kemampuan-kemampuan bisnis yang seharusnya dikuasai oleh mahasiswa. Sub-sub kemampuan ini harusnya diberikan kepada mahasiswa untuk mencapai

tujuan kemampuan wirausaha yang efektif menjadikan mahasiswa dan lulusan mampu merencanakan, menjalankan dan mengembangkan bisnis di era digital. Berikut jawaban persepsi mahasiswa pada materi-materi yang seharusnya dipelajari mahasiswa dan menjadi penilaian evaluasi pembelajaran kewirausahaan berbasis digital yang dikemukakan pada Tabel 4:

Tabel 4. Penerapan Kurikulum Pembelajaran Kewirausahaan Digital Program studi Vokasi Tata Busana

No.	Sub Kompetensi	Tidak dipelajari		Dipelajari	
		f	%	f	%
1	Pengetahuan digital marketing	33	19.3	138	80.7
2	Ilmu melaksanakan berbisnis digital	88	51.5	83	48.5
3	Ilmu berbisnis berbasis digital sesuai perkembangan industri	84	49.1	87	50.9
4	Ilmu merencanakan bisnis berbasis digital	73	42.7	98	57.3
5	Pengetahuan mengelola bisnis berbasis digital	81	47.4	90	52.6
6	Kemampuan menguasai pasar digital	107	62.6	64	37.4
7	Ilmu inovasi bisnis berbasis digital	45	26.3	126	73.7
8	Mengelola penjualan berbasis online	113	66.1	58	33.5
9	Mempromosikan produk melalui media internet	63	36.8	108	63.2
10	Menciptakan inovasi produk yang dapat berpeluang sukses dipasar online	76	44.4	95	55.6
11	Prospek bisnis online	85	49.7	86	50.3
12	Pencarian analisis informasi peluang bisnis online	92	53.8	79	46.2
13	Kreativitas bisnis digital dikampus	103	60.2	68	39.8
14	Prospek bisnis online dikampus	98	57.3	73	42.7
15	Orientasi kesuksesan bisnis online	96	56.1	75	43.9
16	Kepemimpinan dalam bisnis berbasis digital	104	60.8	67	39.2
17	Pengelolaan identitas usaha berbasis digital	93	54.4	78	45.6
18	Inisiatif bisnis berbasis digital	88	51.5	83	48.3
19	Komunikasi dalam bisnis online	102	59.6	69	40.4
20	Kolaborasi dalam pengelolaan bisnis online	118	69	53	31
21	Penciptaan nilai bisnis digital	95	55.6	76	44.4
22	Tanggung jawab dalam pengelolaan bisnis digital	74	43.3	97	56.7
23	Komitmen dalam bisnis berbasis digital	84	49.1	92	53.8
24	Belajar dari pengalaman sukses pebisnis era digital	79	46.2	92	53.8
25	Pemecahan masalah bisnis berbasis digital	88	51.5	83	48.5
26	Perencanaan dan pengorganisasian bisnis berbasis digital	79	46.2	92	53.8
27	Pendekatan tekno-etika	112	65.5	59	34.5
28	Motivasi bisnis berbasis digital	27	15.8	144	84.2
29	Ketekunan dalam bisnis berbasis digital	46	23.4	131	76.6
30	Kejujuran dalam deskripsi produk digital	100	58.5	71	41.5

Kurikulum pendidikan kewirausahaan saat ini telah berkembang dan diharapkan mengacu kepada kemampuan menjadi seorang pebisnis era digital. 30 penilaian pada kurikulum pembelajaran kewirausahaan ini dikembangkan berdasarkan penelitian terdahulu dan riset-riset tentang kurikulum

kewirausahaan digital yang dikembangkan perguruan tinggi didunia. Rata-rata penilaian terhadap kurikulum berada pada rata-rata skor 53% menunjukkan bahwa selama ini kurikulum pembelajaran kewirausahaan mahasiswa program studi vokasi tata busana masih sangat rendah.

2. Uji Hipotesis

Uji hipotesis dilakukan untuk pembuktian pada dugaan penyebab persoalan rendahnya kompetensi wirausaha mahasiswa dengan minat berwirausaha dan kurikulum pembelajaran kewirausahaan yang diberikan selama ini oleh perguruan tinggi sebagai penyebab. Analisis data untuk Hipotesis 1 dan Hipotesis 2 dapat dilihat pada Tabel 5 berikut;

Tabel 5. Analisis Korelasi Parsial

Variabel Analisis	N	Skor Correlation	Sig.
X1-Y	171	0.296	0.000
X2-Y	171	0.705	0.000

Hasil analisis korelasi dengan menggunakan rumus *pearson correlation product moment* mengetahui seberapa besar hubungan minat belajar dengan kompetensi wirausaha digital pada mahasiswa vokasi tata busana universitas negeri padang memiliki skor 0.296 dengan interpretasi berkorelasi dengan tingkat yang lemah. Bahwa minat berhubungan lemah secara positif dengan kompetensi wirausaha digital mahasiswa. Uji signifikansi hubungan X1-Y menunjukkan skor 0.000 yang berarti bahwa hipotesis yang berbunyi terdapat hubungan minat berwirausaha dengan kompetensi wirausaha digital mahasiswa. Selanjutnya hasil uji korelasi untuk mengetahui hubungan kurikulum pembelajaran kewirausahaan yang selama ini diterapkan dengan kompetensi wirausaha digital mahasiswa menunjukkan skor korelasi sebesar 0.705 yang berarti bahwa terdapat hubungan yang kuat dan positif. Hal ini bermakna bahwa kurikulum kewirausahaan berhubungan kuat secara positif dengan kompetensi kewirausahaan digital mahasiswa. Uji signifikansi hubungan X2-Y menunjukkan skor 0.000 yang berarti bahwa hipotesis yang berbunyi terdapat hubungan kurikulum pembelajaran kewirausahaan dengan kompetensi wirausaha digital mahasiswa program studi vokasi Tata Busana Universitas Negeri Padang. Pengujian regresi linier berganda untuk mengetahui seberapa besar hubungan kedua variabel bebas terhadap kompetensi wirausaha digital mahasiswa dapat dilihat pada Tabel berikut:

Tabel 7. Analisis Korelasi secara Simultan

Variabel Analisis	N	R	R ²	Sig.
X-,X2-Y	171	0.585	0.342	0.000

Hasil analisis data untuk mengetahui pengaruh minat berwirausaha dan penerapan kurikulum kewirausahaan secara simultan terhadap kompetensi wirausaha digital mahasiswa program studi vokasi tata busana diperoleh skor regresi linier berganda sebesar 0.585. Nilai *Rsquare* korelasi kedua variabel secara

langsung memiliki skor 0.342 yang berarti bahwa kedua variabel mempengaruhi kompetensi wirausaha digital mahasiswa sebesar 34%. Pengujian hipotesis dibuktikan dengan skor signifikansi yang berada pada skor 0.000 dengan makna bahwa terdapat pengaruh minat berwirausaha dan kurikulum pembelajaran kewirausahaan dengan kompetensi wirausaha digital mahasiswa program studi vokasi tata busana universitas Negeri Padang pada taraf signifikansi 95%.

D. Simpulan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara rata-rata skor kompetensi wirausaha digital yang dikemukakan dalam penelitian ini menunjukkan skor 58% dengan kategori rendah. Rata-rata skor minat berwirausaha ini mencapai skor 96% dengan kategori sangat tinggi. Rata-rata penilaian terhadap kurikulum berada pada rata-rata skor 53% dengan kategori sangat rendah. Uji signifikansi hubungan X1-Y menunjukkan skor 0,000 yang berarti bahwa hipotesis yang berbunyi terdapat hubungan minat berwirausaha dengan kompetensi wirausaha digital mahasiswa. Selanjutnya hasil uji korelasi untuk mengetahui hubungan kurikulum pembelajaran kewirausahaan yang selama ini diterapkan dengan kompetensi wirausaha digital mahasiswa menunjukkan skor korelasi sebesar 0,705 yang berarti bahwa terdapat hubungan yang kuat dan positif. Hal ini bermakna bahwa kurikulum kewirausahaan berhubungan kuat secara positif dengan kompetensi kewirausahaan digital mahasiswa. Uji signifikansi hubungan X2-Y menunjukkan skor 0,000 yang berarti bahwa hipotesis yang berbunyi terdapat hubungan kurikulum pembelajarana kewirausahaan dengan kompetensi wirausaha digital mahasiswa. Hasil analisis data untuk mengetahui pengaruh minat berwirausaha dan penerapan kurikulum kewirausahaan secara simultan terhadap kompetensi wirausaha digital mahasiswa program studi vokasi tata busana diperoleh skor regresi linier berganda sebesar 0,585. Nilai Rsquare korelasi kedua variabel secara langsung memiliki skor 0,342 yang berarti bahwa kedua variabel mempengaruhi kompetensi wirausaha digital mahasiswa Program Studi Vokasi D3 Tata Busana Universitas Negeri Padang sebesar 34%.

E. Ucapan Terima Kasih

Penulis bersyukur atas dukungan yang besar dari keluarga, baik secara moril maupun materi, dan juga mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan selama proses penelitian ini.

F. Referensi

- [1] M. Spante, S. S. Hashemi, M. Lundin, and A. Algers, "Digital competence and digital literacy in higher education research: Systematic review of concept use," *Cogent Educ.*, vol. 5, no. 1, p. 1519143, 2018.
- [2] L.-M. Eloy, M. S. Fabrizio, V.-C. Esteban, and R.-H. José M, "University students' digital competence in three areas of the DigCom 2.1 model: A comparative study at three European universities," *Australas. J. Educ. Technol.*, vol. 2020, no. 3, p. 36, 2020.
- [3] I. Y. Maureen, H. van der Meij, and T. de Jong, "Supporting literacy and digital literacy development in early childhood education using storytelling activities," *Int. J. Early Child.*, vol. 50, pp. 371–389, 2018.

-
- [4] S. Singh and S. Z. Hussain, "Mechanising E-learning for equipping start-up entrepreneurs," *Mater. Today Proc.*, no. xxxx, 2020, doi: 10.1016/j.matpr.2020.08.289.
- [5] J. Bartolomé, P. Garaizar, and X. Larrucea, "A Pragmatic approach for evaluating and accrediting digital competence of digital profiles: A case study of entrepreneurs and remote workers," *Technol. Knowl. Learn.*, vol. 27, no. 3, pp. 843–878, 2022.
- [6] J.-M. Sahut, L. Iandoli, and F. Teulon, "The age of digital entrepreneurship," *Small Bus. Econ.*, vol. 56, pp. 1159–1169, 2021.
- [7] T. He and S. Li, "A comparative study of digital informal learning: The effects of digital competence and technology expectancy," *Br. J. Educ. Technol.*, vol. 0, no. 0, pp. 1–15, 2019, doi: 10.1111/bjet.12778.
- [8] P. Prendes-Espinosa, I. M. Solano-Fernández, and P. A. García-Tudela, "E-digital to promote digital entrepreneurship: The relation with open innovation," *J. Open Innov. Technol. Mark. Complex.*, vol. 7, no. 1, p. 63, 2021.
- [9] C. Ashurst, P. Cragg, and P. Herring, "The role of IT competences in gaining value from e-business: An SME case study," *Int. Small Bus. J.*, vol. 30, no. 6, pp. 640–658, 2012.
- [10] C. D. N. Pricilia and I. Russanti, "Faktor yang Mempengaruhi Minat Berwirausaha Mahasiswa Tata Busana di Masa New Normal," *E-Journal Ed. Yudisium*, vol. 10, pp. 63–69, 2018.
- [11] M. Dewi, E. Susanti, R. Susanti, Z. Yenni, and E. Eliza, "the Effect of Mindset Personal on Behavior of Internet Entrepreneurship Students of Universitas Putra Indonesia Yptk Padang," *Sosiohumaniora*, vol. 22, no. 1, pp. 1–7, 2020.
- [12] C. Lüthje and N. Franke, "The 'making' of an entrepreneur: testing a model of entrepreneurial intent among engineering students at MIT," *R&d Manag.*, vol. 33, no. 2, pp. 135–147, 2003.
- [13] D. Pavlović, D. Bjelica, and I. Domazet, "What characteristics in the youth labour market of Serbia are likely to result in employment?," *Stanovnistvo*, vol. 57, no. 2, pp. 35–47, 2019.
- [14] M. Dewi, P. Radyuli, N. Febriana, dan Eliza, and F. Keguruan Ilmu Pendidikan, "Pengaruh Kemampuan Manusia Abad 21 Dengan Pembentukan Karakter Wirausaha Mahasiswa Universitas Putra Indonesia Yptk Padang," *J. Benefita*, vol. 5, no. 3, pp. 468–478, 2020, doi: 10.22216/jbe.v5i3.5576.
- [15] A. Ferrand and S. McCarthy, *Marketing the sports organisation: Building networks and relationships*. books.google.com, 2008.
- [16] G. R. Taleghani, A. Ghafary, A. Keyhani, and S. R. Ahmadi, "Personality Characteristics and Entrepreneurship in Online context," vol. 4, no. 12, pp. 4084–4092, 2013.
- [17] M. Dewi and I. Irsan, "PENGEMBANGAN BUKU AJAR KEWIRAUSAHAAN PADA MATERI MENJUAL PRODUK ATAU JASA BERBASIS BISNIS ON LINE UNTUK MAHASISWA FKIP UPI YPTK PADANG," *Maj. Ilm. Upi Yptk*, vol. 24, no. 2, 2017.
- [18] P. Jadmiko, "Peran Pemeditasi Attitude Becoming Social Entrepreneur (Atb) Pada Pengaruh Antara Empati Terhadap Minat Berwirausaha Sosial," *J. Benefita*, vol. 4, no. 3, pp. 422–434, 2019.
- [19] N. Jalinus, "Pengembangan pendidikan teknologi dan kejuruan dan

- hubungan dunia kerja," *J. Pendidik. vokasi*, vol. 1, no. 1, pp. 25–34, 2011.
- [20] M. Rahmah, "Review The Development Of Digital Economy in Indonesia," 2019.
- [21] D. Craig and S. Cunningham, *Social media entertainment: The new intersection of Hollywood and Silicon Valley*. books.google.com, 2019.
- [22] M. Nurtanto, S. D. Ramdani, and S. Nurhaji, "Pengembangan model teaching factory di Sekolah Kejuruan," in *Prosiding Seminar Nasional Pendidikan FKIP*, 2017.
- [23] R. Blakeman, *Integrated marketing communication: creative strategy from idea to implementation*. books.google.com, 2018.