

GENDER DAN KEWIRAUSAHAAN (STUDI SOSIAL EKONOMI MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM ANGKATAN 2019 UIN MATARAM)

Hesti Gustriliani ^{a,1,*}, Baiq El Badriati ^{b,2}, Nurul Susianti ^{c,3}

^a UIN Mataram, Indonesia

^b UIN Mataram, Indonesia

^c UIN Mataram, Indonesia

¹ hestigustriliani@gmail.com; ² elbadriati@uinmataram.ac.id; ³ nurulsusianti@uinmataram.ac.id

* Korespondensi Penulis

INFO ARTIKEL

Histori Artikel

Diterima : 01 November 2023

Direvisi : 20 November 2023

Disetujui : 5 Desember 2023

Kata Kunci

Beauty Vlog

Kosmetik

Keputusan Pembelian

Gadis Remaja

Wanita Dewasa

Muslim

ABSTRAK

This research is motivated by how gender and entrepreneurship (a study on the socio-economy of students of the Faculty of Economics and Islamic Business Class of 2019 UIN Mataram) where students run a business during college to increase their income, but each gender character is different in managing their business. Therefore, researchers want to examine: (1) the role of each gender character in student business success, (2) the role of socio-economic conditions in student business success. This type of research is qualitative research using a descriptive qualitative approach. The data collection methods used are observation, interviews and documentation. The research instrument used a structured interview. While the data analysis techniques used by researchers are such as: data reduction, data presentation, conclusion drawing and verification. The object of this research is students who have a business at the Faculty of Economics and Islamic Business, 2019 UIN Mataram. The results of this study indicate that the character of each gender has a role in student businesses, there are no significant differences between male and female students in managing their businesses and socio-economic conditions play an active role in the success of student businesses.

Keywords: Gender, Entrepreneurship, Socio-Economic.

Penelitian ini dilatarbelakangi tentang bagaimana gender dan kewirausahaan (studi pada sosial ekonomi mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Angkatan 2019 UIN Mataram) yang dimana mahasiswa menjalankan usaha selama kuliah untuk menambah penghasilan, akan tetapi masing-masing karakter gender berbeda dalam mengelolah usahanya. Maka dari itu peneliti ingin meneliti: (1) peran karakter masing-masing gender dalam kesuksesan usaha mahasiswa, (2) peran kondisi sosial ekonomi dalam kesuksesan usaha mahasiswa. Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif menggunakan pendekatan kualitatif bersifat deskriptif. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara dan dokumentasi. Instrumen penelitiannya peneliti menggunakan wawancara terstruktur. Sedangkan teknik analisis data yang digunakan peneliti adalah seperti: reduksi data, penyajian data, penarikan kesimpulan dan verifikasi. Adapun objek dalam penelitian ini yaitu mahasiswa yang memiliki usaha di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Angkatan 2019 UIN Mataram. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa karakter masing-masing gender memiliki peran dalam usaha mahasiswa, tidak ada perbedaan signifikan antara mahasiswa laki-laki dan perempuan dalam mengelolah usahanya dan kondisi sosial ekonomi sangat berperan aktif dalam kesuksesan usaha mahasiswa.

Kata Kunci: Gender, Kewirausahaan, Sosial Ekonomi

This is an open access article under the [CC-BY-SA](#) license.



1. Pendahuluan

Saat ini, gender dan wirausaha banyak mendapat sorotan terutama peran wanita dalam wirausaha. Hal ini dikarenakan peran wanita dan laki-laki yang awalnya dipersepsikan secara khusus, dimana peran wanita sebagai ibu rumah tangga dan peran laki-laki sebagai pencari nafkah, kini telah berubah dimana keduanya bertukar peran dan dapat membagi peran bersama.

Berdasarkan Online Data Sistem (ODS) UMKM tahun 2021, jumlah UMKM perempuan sebanyak 86.325 (47,99%) sedangkan UMKM laki-laki 93,574 (52,01%) angka tersebut masih bisa ditingkatkan mengingat masih luasnya pangsa pasar. Sedangkan menurut data Badan Pusat Statistik (BPS) di 2021 sebanyak 64,5% dari total UMKMdikelolah oleh kaum perempuan. Kemudian riset dari Sasakawa *Peace Fondation & Dalberg* juga mencatat, persentase wirausaha perempuan di Indonesia cukup tinggi, yaitu 21%. (KEMENKOPUKM, 2022).

Berdasarkan penelitian sebelumnya yang mengatakan bahwa rendahnya pertumbuhan perusahaan seringkali dipersepsikan pada orientasi feminin dan diasosiasikan dengan wanita. Akibat pendapat tersebut, wanita akan diartikan sebagai penyebab perusahaan yang kurang sukses dan cenderung melepas diri dari aktivitas berwirausaha. Pendapat tersebut muncul akibat adanya ketidaksetaraan gender dalam struktur profesi kerja. Profesi dalam dunia kerja seringkali ditandai sebagai “profesi pria” atau “profesi wanita”.

Pekerjaan yang didominasi oleh laki-laki dipersepsikan sebagai gender maskulin dan profesi yang didominasi oleh wanita dipersepsikan sebagai gender feminin. Profesi wirausaha seringkali disebut sebagai profesi pria dimana seorang wirausahawan dikaitkan dengan karakter-karakter tertentu antara lain seperti percaya diri, mandiri dan ambisius menggambarkan orientasi maskulin yang dipersepsikan dimiliki oleh pria. Wanita dianggap tidak cocok dengan karakter wirausahawan yang semestinya, sehingga wanita memiliki orientasi berwirausaha lebih rendah dari pria. Persepsi ini menyebabkan kemampuan wanita diragukan dalam hal kewirausahaan.

Salah satu tema sentral sekaligus prinsip pokok ajaran Islam adalah prinsip *egalitarian* yakni persamaan antar manusia, baik laki-laki dan perempuan maupun antar bangsa, suku, dan keturunan. Hal ini diisyaratkan dalam QS. Al-Hujurat: 13

يَا أَيُّهَا النَّاسُ إِنَّا خَلَقْنَاكُمْ مِنْ ذَكَرٍ وَأُنْثَىٰ وَجَعَلْنَاكُمْ شُعُوبًا وَقَبَائِلَ لِتَعَارَفُوا ۗ إِنَّ أَكْرَمَكُمْ عِنْدَ اللَّهِ أَتَقْوَاهُ ۗ إِنَّ اللَّهَ عَلِيمٌ خَبِيرٌ

Artinya: “*Hai manusia sesungguhnya kami menciptakan kamu dari seorang laki-laki dan seorang perempuan dan menjadikan kamu berbangsa-bangsa dan bersuku-suku supaya kamu saling kenal-mengenal. Sesungguhnya orang yang paling mulia diantara kamu di sisi Allah adalah orang yang paling bertakwa diantara kamu.*”

Ayat tersebut menjelaskan tentang persamaan antara laki-laki dan perempuan baik dalam hal ibadah maupun dalam aktivitas sosial. Ayat tersebut juga sekaligus menjelaskan tentang pandangan yang menyatakan bahwa antara keduanya terdapat perbedaan yang mendominasi salah satu diantara keduanya. Persamaan tersebut misalnya dalam bidang ibadah, yang akan mendapat pahala lebih banyak tanpa melihat jenis kelaminnya adalah yang rajin ibadah. Perbedaan lainnya terdapat pada kualitas nilai pengabdian dan ketakwaannya kepada Allah Swt. Al-qur'an maupun hadist diyakini sebagai rahmat untuk umat manusia tanpa membedakan jenis kelamin. (sarifa, 2013).

Salah satu tantangan yang dihadapi di dunia pendidikan di Indonesia pada masa yang akan datang maupun saat ini adalah cukup banyaknya lulusan perguruan tinggi yang tidak mampu menerapkan pengetahuannya dalam kehidupan sehari-hari. Sementara dengan adanya globalisasi, tenaga kerja asing akan segera masuk ke Indonesia. Untuk itu, bangsa Indonesia harus mampu bersaing. Indonesia juga harus mempersiapkan dunia pendidikan yang mampu mempersiapkan sumber daya manusia (SDM) yang berkualitas yang memiliki kemandirian, kemampuan kerja, mampu beradaptasi, berkompotensi, memiliki kecakapan hidup (*life skill*) dan mampu membuka usaha/lapangan kerja sendiri.

Dengan adanya wirausaha (*entrepreneurship*) yang bisa menjadi pilihan agar dapat memajukan perekonomian yang ada di Indonesia. Tujuan wirausaha adalah memajukan perekonomian negara dan menjadi lokomotif peningkatan kesejahteraan masyarakat. Wirausaha tidak harus dimulai dari yang besar tetapi, wirausaha dapat dilakukan dengan usaha kecil, contohnya adalah bisnis jualan makanan, jualan online, menyediakan bahan mentah untuk perusahaan atau usaha bisnis jasa lainnya. Dari usaha kecil tersebut semakin lama maka akan semakin besar dan berdampak positif bagi masyarakat dan negara. (kurniati, 2018).

Modal awal yang dimiliki seorang wirausaha dalam menentukan keberhasilan usahanya menentukan adalah sikap berwirausaha. Melalui pendidikan kewirausahaan di

kampus, dengan menanamkan nilai-nilai kewirausahaan, pengajar/dosen dapat membentuk sikap mental kewirausahaan dalam diri mahasiswa. (syahran dan debiyani, 2020)

Universitas Islam Negeri (UIN) Mataram adalah sebuah Universitas Islam Negeri yang terletak di kota Mataram, Provinsi Nusa Tenggara Barat. Terdiri dari 5 Fakultas salah satunya adalah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam yang terdapat jurusan S1 Ekonomi Syariah, S1 Perbankan Syariah, dan S1 Pariwisata Syariah. mahasiswa dibekali mata kuliah Enterpreneurship yang menjadi mata kuliah wajib untuk seluruh mahasiswa dengan beban 2 sks. Sehingga selain dibekali dengan ilmu pendidikan, mahasiswa juga diharapkan mampu memiliki kemampuan kewirausahaan dengan etika bisnis sesuai syariat islam.

Tabel 1.1
Data Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam
Angkatan 2019 Yang Berwirausaha

Program Studi	Jumlah Mahasiswa	Wirausaha	
		Laki-Laki	Perempuan
Ekonomi Syariah	285	2	18
Perbankan Syariah	273	4	12
Pariwisata Syariah	115	1	2
Jumlah	673	7	32
Total Wirausaha		39	

(Sumber: Observasi Awal Penelitian)

Sebagai observasi awal, jumlah mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Angkatan 2019 sebanyak 673 mahasiswa. Di jurusan Ekonomi Syariah jumlah mahasiswa angkatan 2019 sebanyak 285 mahasiswa. Jumlah mahasiswa perempuan yang berwirausaha sebanyak 18 mahasiswa. Sedangkan mahasiswa laki-laki yang berwirausaha jumlahnya lebih sedikit dari jumlah mahasiswa perempuan yaitu hanya 2 mahasiswa. (supiani, 2022). Perbankan Syariah jumlah mahasiswa angkatan 2019 sebanyak 273 mahasiswa. Jumlah mahasiswa perempuan yang berwirausaha sebanyak 12 mahasiswa. Sedangkan mahasiswa laki-laki yang berwirausaha jumlahnya lebih sedikit dari jumlah mahasiswa perempuan yaitu hanya 4 mahasiswa. (apriadi, 2022). Pariwisata Syariah jumlah mahasiswa angkatan 2019 sebanyak 115 mahasiswa. Jumlah mahasiswa perempuan yang berwirausaha sebanyak 2 mahasiswa. Sedangkan mahasiswa laki-laki yang berwirausaha jumlahnya lebih sedikit dari jumlah mahasiswa perempuan yaitu hanya 1 mahasiswa. (Wijaya, 2022). Jadi, total mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Angkatan 2019 yang berwirausaha sebanyak 39 wirausaha.

Mengacu pada uraian sebelumnya yang menganggap laki-laki lebih unggul dari pada perempuan dalam hal pekerjaan. Peneliti mencoba melakukan pra penelitian dengan mengumpulkan data mahasiswa yang berwirausaha Prodi Ekonomi Syariah, Perbankan Syariah dan Pariwisata Syariah. Hasilnya di dapat dilihat dari data

sebelumnya yang menunjukkan mahasiswa yang berwirausaha perempuan lebih unggul dari pada mahasiswa laki-laki.

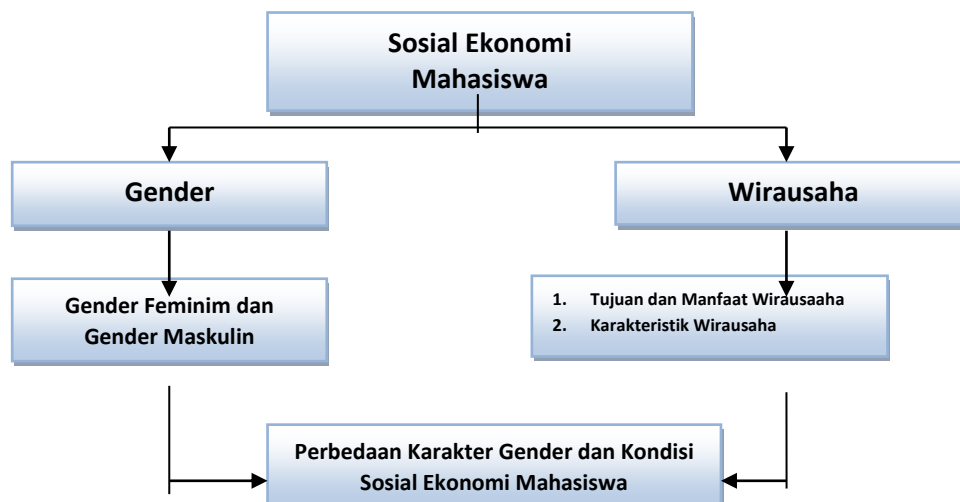
Oleh karena itu, peneliti berharap tidak ada lagi perbedaan antara laki-laki dan perempuan dalam berwirausaha. Melalui generasi millennial saat ini, wirausaha dapat dikembangkan melalui kreatifitas para mahasiswa. Disinilah mahasiswa dapat menjadi media untuk kalangan masyarakat yang masih kurang paham atau bingung cara mengolah atau mengembangkan bakat menjadi seorang wirausahawan. Dari berwirausaha inilah dapat di jadikan tempat kontribusi atau kerjasama antara mahasiswa dan masyarakat. Mahasiswa yang berwirausaha memiliki tanggungjawab berbeda dengan mahasiswa yang tidak berwirausaha. Selain belajar di perkuliahan, mahasiswa yang berwirausaha juga memiliki tanggungjawab atas usahanya atau sering disebut sebagai sosial ekonomi. Sosial ekonomi menurut Soerjono Soekanto adalah kedudukan seseorang dalam masyarakat yang berhubungan dengan orang lain dalam hal lingkungan pergaulan, prestasinya, dan hak-hak serta kewajibannya berkaitan dengan sumber daya. Ukuran kekayaan, ukuran kekuasaan, ukuran kehormatan, ukuran ilmu pengetahuan merupakan komponen pokok kedudukan dalam sosial ekonomi.

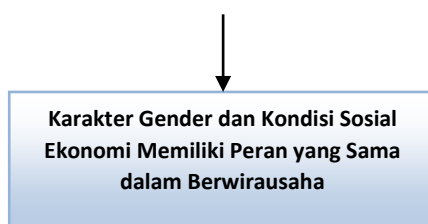
Untuk melihat bagaimana gender dan kewirausahaan pada sosial ekonomi mahasiswa. Maka peneliti akan meneliti mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Angkatan 2019 Universitas Islam Negeri Mataram. Alasan memilih angkatan 2019 yaitu karena jumlah Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam tahun 2019 sebanyak 713 mahasiswa lebih banyak dibandingkan tahun 2018 yaitu 571 mahasiswa. Sedangkan di tahun 2017 karena jurusan pariwisata syariah baru di bentuk sehingga pembelajaran mengenai *enterpreneur* belum maksimal.

Berdasarkan latar belakang penelitian tersebut menjadi tujuan utama dalam penelitian ini untuk melihat peran karakter masing-masing gender dan kondisi sosial ekonomi mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Angkatan 2019 UIN Mataram dalam kesuksesan usaha mahasiswa.

2. Metode

Sebelum membahas tentang metode yang di gunakan dalam penelitian ini, point pentingnya adalah membahas tentang krangka berpikir terkait gender dan kewirausahaan khususnya di kalangan mahasiswa fakultas ekonomi universitas Islam negeri mataram tahun Angkatan 2019 adalah sebagai berikut:





Selanjutnya adalah metode yang untuk menjawab Krangka teori tersebut dengan menggunakan pendekatan penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif merupakan suatu strategi penelitian penyelidikan (*inquiry*) yang mengutamakan kualitas, menggunakan beberapa cara, serta disajikan secara naratif yang menekankan pada pencairan makna, karakteristik, konsep, pengertian, gejala, simbol, maupun deskripsi tentang suatu fenomena; fokus dan multimetode, bersifat alami dan holistic. (Yusup, 2014). Oleh sebab itu, peneliti menggunakan pendekatan kualitatif bersifat deskriptif, agar peneliti dapat menganalisis secara langsung fakta di lapangan terkait bagaimana Gender dan Kewirausahaan Pada Sosial Ekonomi Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Angkatan 2019 UIN Mataram. Metode pengumpulan data dilakukan dengan cara observasi, Wawancara (*interview*) dan Dokumentasi. Teknik analisis data menggunakan reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan.

3. Hasil dan Pembahasan

Hasil penelitian tentang gender Dan Kewirausahaan (Studi Pada Sosial Ekonomi Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Angkatan 2019 UIN Mataram dilihat dalam dua sisi, diantaranya adalah:

a. Karakter Masing-Masing Gender dalam Kesuksesan Usaha

Saat ini, peran perempuan dalam wirausaha semakin meningkat. Sebagaimana dalam hasil observasi awal penelitian ini yang menyatakan bahwa jumlah wirausaha mahasiswa perempuan lebih banyak daripada wirausaha mahasiswa laki-laki. Faktor ini disebabkan oleh tingginya minat perempuan dalam berwirausaha. Seorang wirausaha perempuan dapat didefinisikan sebagai perempuan yang percaya diri, inovatif dan kreatif yang mampu mencapai kemandirian ekonomi sendiri secara individu atau dalam kolaborasi, menghasilkan peluang kerja bagi orang lain melalui memulai, membangun dan menjalankan usaha dengan mengimbangi kehidupan pribadi, keluarga, dan sosialnya.

Sudut pandang karakter masing-masing gender sendiri terdapat beberapa aspek yang mampu untuk ditanamkan sejak dini atau awalan dalam memulai usaha antara lain sebagai berikut:

1) Percaya diri

Kepercayaan diri yaitu sesuatu yang lebih meyakinkan diri dalam seseorang. Oleh karena ini, percaya didiri akan lebih meyakinkan terhadap kemampuan yang dimiliki seseorang dalam hal yang lebih.(yusuf, 2016).

Berdasarkan hasil data dari informan, dari sudut pandang mahasiswa laki-laki Sopian Zaeki, mengatakan bahwa: "*percaya diri itu penting dalam kita berusaha. Memang benar cara melatih rasa percaya diri yaitu dengan cara menanamkan rasa yakin akan tetapi, setiap orang berbeda-beda, ada yang kadang sudah terbiasa berbicara didepan umum ada kadang yang biasa sekedar menanggapi apa yang*

orang katakan, yang Alhamdulillah nya saya bisa lebih bisa banyak bergaul dari berbagai macam daerah berkat menjalankan usaha ini”.(zaeqi, 2022)

Sama halnya data dari informan, dari sudut pandang mahasiswa perempuan Yulinda Eka Hermayani, mengatakan bahwa: *“menurut saya itu penting. Agar bisa menjadi seseorang yang sukses yaa kita harus memperbanyak relasi dan berfikir kritis supaya kita tahu bagaimana dunia yang sedang kita hadapi saat ini dengan melatih mental untuk lebih aktif bertanya kepada orang-orang yang baru kita temui, untuk itu saya merasa bersyukur bisa bertemu banyak teman selain teman kelas sayaitu mahasiswa lain yang saya tawarkan dalam pemasaran produk saya ini ataupun masyarakat luas”.*(hermayani, 2022).

Berdasarkan data dari informan diatas dapat peneliti simpulkan yaitu: dari kedua sudut pandang antara mahasiswa laki-laki Sopian Zaeki dan mahasiswa perempuan Yulinda Eka Hermayani, keduanya memiliki pendapat yang sama. Memang benar yang mereka katakan, dengan adanya mental yang kuat mampu mengubah segala pandangan terhadap diri sendiri, dengan percaya diri kita bisa memiliki relasi yang banyak supaya lebih mengerti hal apa yang akan dilakukan setelah terjun kelapangan dengan mempertimbangkan yang akan dilakukannya. Hal yang sama dalam diskripsi hasil penelitian oleh Ayus Ahmad Yusuf dkk, yang menyatakan bahwa rasa percaya diri dan semangat kewirausahaan sangat mempengaruhi minat untuk menjadi seorang pengusaha, sehingga seseorang memilikikeuntungan tinggi untuk pengusaha, maka orang yang memiliki tujuan dalam hidup adalah untuk menjadi sukses dalam berwirausaha.

2) Ketekunan

Ketekunan kewirausahaan merupakan aspek penting dalam menentukan keputusan, dan dapat menghasilkan keberhasilan dalam mengolah sumber daya agar lebih efisien. (Gow dan Rodhiah, 2019).

Berdasarkan hasil data dari informan, dari sudut pandang mahasiswa laki-laki Muhammad Alamsyah, mengatakan bahwa: *“Selalu tekun dan gigih dalam berbisnis agar bisa mandiri dan bermanfaat bagi diri sendiri, keluarga dan orang sekitar. Sehingga dapat membuka peluang kerja sebanyak-banyaknya serta menjadi pembelajaran yang nyata tidak hanya dengan teori saja”.* (Alamsyah, 2022).

Sama halnya data dari informan, dari sudut pandang mahasiswa perempuan Margareta Anggraini, mengatakan bahwa: *“Ketekunan dalam bisnis saya ini saya lakukan dengan cara tetap konsisten melakukan promosi kepada pelanggan. Melakukan promosi di sosial media maupun dari mulut ke mulut. Mempromosikannya dan update produk yang hype di kalangan mahasiswa dan masyarakat luas”.* (hermayani, 2022).

Berdasarkan data dari informan diatas dapat peneliti simpulkan yaitu: dari kedua sudut pandang antara mahasiswa laki-laki Muhammad Alamsyah dan mahasiswa perempuan Margareta Anggraini, keduanya memiliki pendapat yang sama. Tetap memprioritaskan kuliah, tetapi tetap mengontrol bisnis melalui sosmed ataupun kepada karyawannya, dengan kuliah sambil berbisnis mahasiswa dilatih untuk manajemen waktu yang baik dapat membagi waktu antara belajar dan bekerja. Sama halnya dengan diskripsi hasil penelitian oleh Jimmy Primanto Gow dan Rodhiah, yang menyatakan bahwa optimisme kewirausahaan memiliki pengaruh terhadap ketekunan kewirausahaan, namun untuk gaya kognitif yang memoderasi hubungan optimisme kewirausahaan dengan ketekunan kewirausahaan mengasikan hasil yang negatif.

3) Jujur

Menurut hadist riwayat Tarmidzi yang dikutip Buchari Alma dalam bukunya dasar-dasar etika bisnis islam bahwa Nabi Muhamma Saw. bersabda: bahwa kejujuran itu akan membawa ketenangan dan ketidakjujuran akan menimbulkan keraguan.(hadi, 2013).

Berdasarkan hasil data dari informan,dari sudut pandang mahasiswa laki-laki Muhammad Sobirin, mengatakan bahwa: *“Kejururan dalam usaha itu penting. Kejujuran adalah sebuah kalimat yang simple namun sulit untuk kita terapkan kedalam kehidupan kita kejujuran adalah pelopor yang penting supaya kita slalu dipercaya dalam melakukan apapun apalagi berkaitan dengan berdagangan, kejujuran sangat diprioritaskan agar menjadisi positif pandangan pelanggan terhadap barang yang kita jual belikan sehingga dapat menarik pembeli”*.(sobirin, 2022).

Sama halnya data dari informan,dari sudut pandang mahasiswa perempuan Hurniati, mengatakan bahwa: *“Harus, penting itu menanamkan jiwa kejujuran terhadap diri sendiri sejak dini, supaya kita tetap bisa berjiwa lebih baik dan menjadi nilai lebih dari kebanyakan orang, apalagi yang sedang kita hadapi saat ini banyaknya kenakalan remaja, dan kejujuran juga bisa membuat kita slalu di percaya oleh banyak orang salah satunya amanah, amanah pejabat atau bisa saja amanah saat kita bekerja di tempat orang agar pemilik tidak merasa rugi dalam hal apapun”*.(hurniati, 2022).

Berdasarkan data dari informan diatas dapat peneliti simpulkan yaitu: dari kedua sudut pandang antara mahasiswa laki-laki Muhammad Sobirin dan mahasiswa perempuan Hurniati, keduanya memiliki pendapat yang sama.Memang benar yang dikatakan oleh kedua mahasiswa tersebut. Kejujuran adalah nilai yang memiliki moral tertinggi, dikarenakan kelangkaan dalam penerapan dalam kehidupan pribadi, dengan kejujuran juga bisa menjadi tolak ukur seseorang terhadap kita atau bisa menjadi nilai lebih untuk seseorang oleh karena itu nilai-nilai moralitas sangat dibutuhkan yang di zaman yang sudah maju seperti ini untuk menunjang nilai jual yang sedang kita usahakan.Hal yang sama dalam diskripsi hasil penelitian oleh H.Rizali Hadi, yang menyatakan bahwa kejujuran siswa akan bertambah bila kepada mereka diberi pesan-pesan nilai, terutama nilai kejujuran.

4) Tanggungjawab

Tanggungjawab yang dimiliki seorang pengusaha berlaku ke beberapa pihak. Secara khusus kita akan membahas tanggungjawab sosial, seorang pengusaha setidaknya ada tanggungjawab sosial pengusaha terhadap 4 pihak, yaitu; kepada konsumen, kepada karyawan, kepada lingkungan, dan kepada investor. Pengusaha dan konsumen memang saling bergantung. Hak dan kewajiban mereka jelas. Ketika konsumen memberikan sejumlah uang dalam suatu transaksi, maka perusahaan wajib untuk melaksanakan kewajibannya. Konsumen memiliki hak untuk memperoleh informasi tentang produk yang dibelinya, produk yang berkualitas, aman, dan harga sesuai. Maka dari itu, pengusaha bertanggung jawab untuk memenuhinya.(rosyidin, 2022).

Berdasarkan hasil data dari informan, dari sudut pandang mahasiswa laki-laki Kemas Muhammad Lebay Sandar mengatakan bahwa: *“Bertanggungjawab dari pandangansaya itu adalah cara kita menyikapi segala sesuatunya dengan lebih bijak dan mengoreksi apakah kita sudah mampu untuk menjalani rasa tanggung jawab,*

tanggung jawab bisa berupa menjaga barang yang sudah di beri apakah kita sudah bertanggung jawab dengan adanya penjagaan barang yang kita terima, tanggung jawab dimanapun sangatlah penting”. (sandar, 2022).

Sama halnya data dari informan, dari sudut pandang mahasiswa perempuan Sri Satia Nurhaliza mengatakan bahwa: “*Memilih untuk menjalankan usaha selama kuliah sudah menjadi tanggung jawab yang sudah saya ambil. Oleh karena itu, saya pribadi harus lebih extra hati-hati dalam menyeimbangkan antara kuliah dan usaha yang saat ini saya jalani. Jika ada masalah saya harus bisa menyelesaikannya, itulah bentuk pertanggungjawaban saya terhadap diri sendiri”.* (nurhaliza, 2022).

Berdasarkan data dari informan diatas dapat peneliti simpulkan yaitu: dari kedua sudut pandang antara mahasiswa laki-laki Muhammad Lebay Sandar dan mahasiswa perempuan Sri Satia Nurhaliza, keduanya memiliki pendapat yang sama. Memang benar yang dikatakan oleh kedua mahasiswa tersebut. Peran karakter masing-masing gender dalam mendeskripsikan tanggung jawab yaitu melatih kemampuan mahasiswa dalam memertanggungjawabkan segala kegiatan yang sudah diberikan amanah atau barang titipan semisal saat mahasiswa menerima pesanan dari pelanggan dalam jumlah banyak dan sudah dibayar. Untuk itu kita bisa lihat bagaimana mahasiswa tersebut dapat mengelolah pesanan tersebut dengan baik sampai barang diterima oleh pelanggan atau konsumen. Sikap perdulinya terhadap barang-barang pesanan apakah pengemasan dengan baik maupun merusakkan produk, maka sikap tanggungjawab ini yang berperan pada karakter mahasiswa tersebut. Amanah atau mengingatkan bahwasannya pentingnya kita memiliki jiwa bertanggung jawab agar para pelanggan yakin akan keaslian produk kita. Hal yang sama dalam diskripsi hasil penelitian oleh Rosidin, yang menyatakan bahwatanggungjawab dalam memenuhi kebutuhan hidup adalah hal yang sangat penting karena kebutuhan manusia sangat beragam, agar kebutuhan tersebut bisa terpenuhi maka harus melakukan pilihan atau menentukan tingkat kepentingan akan kebutuhan itu. Orang yang bisa menentukan pilihan tersebut yaitu orang yang mengerti akan jenis-jenis kebutuhan itu sendiri.

b. Analisis Peran Kondisi Sosial Ekonomi dalam Kesuksesan Usaha Mahasiswa

Predikat sukses layak disematkan pada mahasiswa yang sudah mulai berbisnis atau membuka usaha saat kuliah, karena itu berarti punya pengalaman dan kelebihan yang tidak dimiliki mahasiswa lain. Pada beberapa universitas banyak mahasiswa yang memanfaatkan lingkungan kampus sebagai tempat berbisnis, sekaligus mengasah kemampuan berwirausaha. Kadang ada juga mahasiswa yang menjalankan kegiatan perkuliahan sambil berbisnis merasa menemukan *feel* dan malah jadi kegiatan yang mengasyikan. Disamping itu mahasiswa yang melakukan bisnis sejak kuliah mempunyai beberapa kelebihan dibandingkan dengan mahasiswa yang tidak/belum berbisnis sejak kuliah. Misalnya kemampuan untuk melihat peluang, kemampuan *managerial* dan *marketing* dan masih banyak lagi. Adapun peran kondisi sosial ekonomi dalam kesuksesan usaha mahasiswa yaitu sebagai berikut:

1) Punya banyak relasi

Konsep *customer relational marketing* adalah mengatur hubungan perusahaan dengan pelanggan sehingga tercipta nilai tambah (*value creation*) bagi pelanggannya. Sasarannya bukan hanya memaksimalkan penjualan dari suatu transaksi, tetapi lebih kepada upaya membangun hubungan yang berkelanjutan dengan pelanggannya. Pembeli maupun penjual akan mau membangun hubungan yang berkelanjutan manakala selama berhubungan tersebut merupakan hubungan timbal balik yang

memberikan nilai tambah bagi kedua pihak. Keunggulan kompetisi tidak semata-mata didasarkan atas kualitas produk, atau harga, tetapi juga atas kemampuanlah perusahaan untuk membantu pelanggannya menciptakan dan mengembangkan nilai tambah untuk mereka. (haryono, 2010).

Sebagaimana hasil data dari informan yang memiliki usaha yaitu, Sopian Zaeki mengatakan: *“Dengan membangun relasi yang kuat dan menjalin kerjasama antar pelaku usaha. Melakukan promosi secara konsisten dan branding di media sosial”*. (Zaeki, 2022).

Berdasarkan data dari informan diatas dapat peneliti simpulkan yaitu: mahasiswa yang sedang menjalankan usaha, tentu membutuhkan relasi agar dapat berjalan sesuai rencana. Peran relasi sangat penting bagi mahasiswa karena bisa bermanfaat untuk banyak hal, mulai dari jaringan kerja, kiat dan pesan penting dalam menjalankan bisnis, konsumen baru hingga pendanaan. Tujuan dari relasi bagi mahasiswa sendiri yaitu agar produk atau jasa mudah dikenal. membangun jaringan bisnis yang baik akan sangat membantu, tidak hanya dalam menambah relasi tetapi meningkatkan kualitas usaha. Dengan membangun jaringan dan menambah pergaulan antar mahasiswa terlebih dengan masyarakat, akan jauh lebih banyak orang yang akan tertarik dengan produk dan jasa yang ditawarkan. Bukan hanya untuk meningkatkan penjualan, membangun relasi bisnis tidak semata-mata demi meningkatkan penjualan. Dengan bekerja sama dengan orang lain, juga dapat meningkatkan pengetahuan yang dapat digunakan dalam mengembangkan usaha. Hal yang sama dalam diskripsi hasil penelitian oleh Tulus Haryono, yang menyatakan bahwa mempertahankan dan meningkatkan hubungan dengan pelanggan merupakan strategi yang tepat di masa krisis. Upaya ini dapat diimplementasikan dengan strategi hubungan pemasaran. Strategi ini berfokus pada pelanggan sebagai mitra, siapa kita harus membangun hubungan mutualisme terus menerus. Ini adalah hubungan jangka panjang yang berdampak pada efisiensi biaya, dibandingkan untuk mendapatkan pelanggan baru. Hubungan ini menjamin seumur hidup perusahaan, sehingga akan memperkuat kondisi ekonomi.

2) Membuat inovasi baru

Inovasi adalah sesuatu yang diciptakan secara baru dan ditujukan kepada pelanggan dengan cara didukung oleh model bisnis yang menguntungkan dan berkelanjutan. Inovasi merupakan perubahan yang baru ada dan juga berbeda dari yang sebelumnya sudah ada dan digunakan untuk meningkatkan kemampuan dalam mencapai tujuan. (sisca, 2021).

Sebagaimana hasil data dari informan yang memiliki usaha yaitu, Putri Izzati Jazillamengatakan: *“dengan mengeluarkan atau menambah inovasi produk baru dan berkefektifitas sesuai dengan kebutuhan yang diinginkan customer meskipun terkadang terdapat request unik. memberikan bonus kepada pelanggan setiap order, memberi promo. selain itu kualitas yang diberikan selalu yang terbaik dengan harga yang ramah”*. (jazilla, 2022).

Berdasarkan data dari informan diatas dapat peneliti simpulkan yaitu: seperti yang dikatakan oleh Putri Izzati Jazilla bahwa dalam mengelola usahanya selalu optimis untuk mencoba membuat produk baru karena melihat kondisi saat ini banyaknya persaingan usaha dengan produk yang sama merupakan salah satu cara untuk mahasiswa dapat mengembangkan usahanya, ini merupakan peluang besar bagi mahasiswa. Selain inovasi melalui produk, mahasiswa juga melakukan inovasi

dengan memberikan bonus kepada pelanggan setiap order, memberi promo, inovasi ini dapat menambah kesan baik bagi pelanggan sehingga mereka puas dengan produk yang dibeli, dengan ini mahasiswa dapat mencapai tujuan yang diinginkan dan hadirnya inovasi baru dapat membantu perekonomian usaha kedepannya. Hal yang sama dalam diskripsi hasil penelitian oleh Sisca dkk, yang menyatakan bahwa inovasi perlu dilakukan agar organisasi memiliki keunggulan kompetitif yang membuatnya lebih unggul daripada pesaingnya. Inovasi yang dilakukan perlu dikelola dengan baik agar memberikan hasil yang optimal. Disinilah peran manajemen inovasi sangat diperlukan oleh organisasi.

3) Melakukan promosi

Promosi merupakan salah satu strategi yang tepat dilakukan untuk menjual suatu produk. Promosi yang dilakukan oleh mahasiswa ini bisa dilakukan dengan metode *daring/online* dengan memanfaatkan *platform digital* seperti: instagram, facebook, whatsapp, twitter dll. Dengan cara ini usaha akan semakin dikenal dan akan berdampak pada penjualan yang semakin tinggi. (praman, 2020).

Sebagaimana hasil wawancara peneliti dengan mahasiswa yang memiliki usaha yaitu, Yulinda Eka Hermayani mengatakan: “*dengan cara tetap konsisten melakukan promosi kepada pelanggan. Melakukan promosi di sosial media maupun dari mulut ke mulut. Mempromosikannya dan update produk yang hype di kalangan mahasiswa dan masyarakat luas*”. (hermayani, 2022).

Berdasarkan data dari informan diatas dapat peneliti simpulkan yaitu: mahasiswa dalam mengembangkan usahanya menggunakan strategi promosi seperti membuat *story* di media sosial, mengirim pamlet atau brosur *online* ke teman atau group di whatsapp. Tujuan dari promosi adalah meningkatkan persepsi konsumen, menarik pembeli pertama, mencapai persentase yang lebih tinggi untuk konsumen yang berulang menciptakan loyalitas merek, meningkatkan *average check*, meningkatkan penjualan produk dan mengenalkan menu produk baru. Oleh karena itu, dengan cara promosi inilah mahasiswa dapat membagikan informasi kepada konsumen sehingga dapat menarik minat konsumen dan supaya perusahaan menjadi lebih berkembang dan diketahui masyarakat luas. Hal yang sama dalam diskripsi hasil penelitian oleh Ida Bagus Benny Surya Adi Pramana, yang menyatakan bahwa strategi promosi dengan metode *daring/online* dapat meningkatkan penjualan dan keuntungan pada suatu perusahaan.

4) Promosi melalui sosial media

Sosial media merupakan sebuah jejaring sosial yang digunakan oleh seluruh orang bahkan seluruh dunia untuk mencari mengakses *upload* sehingga dapat membagi segala aktivitas yang dilakukan setiap harinya. Bermunculan berbagai aplikasi media sosial ini menimbulkan peluang bagi masyarakat dalam melakukan suatu usaha. Peluang terhadap media sosial tidak berhenti pada usaha jasa maupun pariwisata tetapi juga pada usaha produk yang menggunakan media sosial sebagai salah satu sarana untuk menarik perhatian masyarakat. (indika dan Jovita, 2017).

Sebagaimana hasil data dari informan yang memiliki usaha yaitu, Sri Satia Nurhaliza mengatakan: “*Dengan cara tetap konsisten melakukan promosi kepada pelanggan dengan memaksimalkan konten, memaksimalkan caption, dan sering-sering melakukan promosi, serta update di sosial media seperti promosi dengan membuat story di media sosial, mengirim pamlet atau brosur online ke teman atau group di WhatsApp. dan update jualan sesuai dengan target pasar kemudian memberikan bonus pada customer setiap order*”. (nurhaliza, 2022).

Berdasarkan data dari informan diatas dapat peneliti simpulkan yaitu:mahasiswa yang menjalankan usaha selama kuliah memaksimalkan media sosial seperti instagram, facebook dan memanfaatkan media *online* lainnya seperti whatsapp untuk berjualan dan juga menerima *delivery* diberbagai tempat. Tujuannya adalah untuk memudahkan pemasaran dan memudahkan pelanggan untuk mencari dan mendapatkan informasi terkait usaha yang dijalankan mahasiswa tersebut. Dengan begitu memudahkan mahasiswa untuk memasarkan produk-produk serta dapat meningkatkan penjualan dan keuntungan perusahaan oleh karena itu, pentingnya memanfaatkan teknologi media sosial apalagi di zaman modern saat ini. Hal yang sama dalam diskripsi hasil penelitian oleh Deru R. Indika dan Cindy Jovita, yang menyatakan bahwa kecepatan akses internet dan pesatnya pertumbuhan industri *smartphone* mempermudah masyarakat untuk mendapatkan informasi. Dibidang pemasaran, hal ini mempengaruhi bagaimana promosi dilakukan. Penggunaan media sosial yang sebenarnya berarti untuk interaksi sosial antara individu *online* menjadi umum digunakan oleh perusahaan sebagai alat promosi termasuk dalam industri pariwisata. Salah satu dari media sosial yang sering digunakan adalah Instagram, aplikasi yang memudahkan penggunanya berbagi foto dan gambar beserta pesan singkat dengan pengguna lain. Hasil penelitian menunjukkan bahwa informasi disampaikan melalui Instagram efektif dalam meningkatkan minat beli konsumen menjadi 50,2%.

4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dibahas pada bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan yaitu, karakter masing-masing gender dalam kesuksesan usaha mahasiswa menunjukkan bahwa karakter masing-masing gender memiliki peran dalam usaha mahasiswa, tidak ada perbedaan signifikan antara mahasiswa laki-laki dan perempuan dalam mengelolah usahanya. Penting juga punya rasa bertanggung jawab dengan apa yang kita sudah pilih, agar setiap kendala apapun itu bisa lebih di evaluasi kembali apa saja yang mengalami kekurangan saat kita diberikan rasa tanggung jawab apalagi masalah keuangan perlu adanya lebih *extra* hati-hati apalagi terjadi adanya kerugian. Karakter masing-masing gender memang sangat berperan dalam usaha mahasiswa apalagi berkaitan dengan wirausaha harus memiliki mental yang cukup baik saat menghadapi berbagai macam tantangan yang dihadapi selama menjalankan usaha sambil kuliah. Langkah yang dipilih ini untuk mendorong perekonomian masing-masing, saat menempuh pendidikan di perguruan tinggi sehingga mampu mensejahterakan diri sendiri tanpa bantuan, terlebih lagi mampu menanamkan rasa percaya diri, jujur, bertanggung jawab, serta ketekunan dalam mengelolah usahanya, tidak harus memiliki bakat yang istimewa untuk menjadi wirausaha yang sukses akan tetapi dengan menerapkan karakter tadi juga bisa menjadi tolak ukur seorang konsumen terhadap penjual dan kondisi sosial ekonomi dalam kesuksesan usaha mahasiswa memiliki peran penting bagi usaha mahasiswa sendiri dengan menciptakan ide-ide baru dalam usaha, punya banyak relasi, melakukan promosi, meningkatkan target usaha, dan promosi melalui sosial media supaya dapat dikenal oleh masyarakat luas. Setiap usaha pasti memiliki kendala tersendiri terlebih melaksanakan usaha selama kuliah. Selama kita bisa lebih dievaluasi kembali apa saja yang mengalami kekurangan dalam usaha. Apalagi masalah keuangan dan manajemen waktu

lebih di perhatikan lagi. Berbisnis adalah cara paling menyenangkan demi membentuk karakter diri. Selain mendapatkan uang, mahasiswa yang berbisnis juga tumbuh jadi pribadi yang gigih, mandiri dan tidak mudah menyerah.

Daftar Pustaka

- Apriyadi A., (202). ketua HMPS Perbankan Syariah, *Wawancara*, Mataram, 30 Mei 2022
- Ayus. B. Ahmad Y. (2016). ,Pengaruh Kepercayaan Diri dan Semangat Kewirausahaan Terhadap Minat Menjadi Wirausaha, *Jurnal* Vol 8, Nomor 2.
- Deru R. I, Cindy J, (2017)., Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Promosi untuk Meningkatkan Minat beli Konsumen, *Jurnal Bisnis Terapan*, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Padjadjaran Bandung, Vol. 01, Nomor 01.
- Edy dwi kurniati, (2018). kewirausahaan industry, Yogyakarta.
- Rizali H. H. , (2013)., Nilai Kejujuran Dalam Berbisnis (Suatu Pengalaman Empiris), Aswaja Preeeindo, Perpustakaan Nasional RI: Katalog Dalam Terbitan (KDT).
- Hurniati, (2022). Mahasiswa Ekonomi Syariah, *Wawancara*, Mataram, 20 Desember 2022
- Ida Bagus B., Surya A. P., (2020). *Adaptasi di Masa Pandemi: Kajian Multidisipliner*, Denpasar: Nilacakra.
- Jimmy P. G., R., (2019)., Pengaruh Optimisme Kewirausahaan Yang Dimoderasi Oleh Gaya Kognitif Terhadap Ketekunan Kewirausahaan UKM Bidang Kuliner Di Jakarta Barat, Jakarta, *Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan*, Volume I No. 3.
- Kemas M. Lebay Sandar, (2022)., Mahasiswa Ekonomi Syariah, *Wawancara*, Mataram, 16 Desember 2022
- KEMENKOPUKM, (2022). Siaran Pers Humas Kementerian Koperasi Dan UKM, Dalam <https://kemenkopukm.go.id/read/menteri-teten-jumlah-kewirausahaan-perempuan-perlu-ditingkatkan> Diakses Tanggal 1 September 2022, Pukul 17.50.
- Kurles Edi Wijaya, (2022). ketua HMPS Pariwisata Syariah, *Wawancara*, Mataram, 30 Mei 2022
- Lusia P., Frans G., (2022). *Perempuan, Masyarakat Patriarki & Kesetaraan Gender*.
- Muhammad Alamsyah, (2022) Mahasiswa Pariwisata Syariah, *Wawancara*, Mataram, 13 Desember 2022
- Muhammad Sobirin, (2022). Mahasiswa Perbankan Syariah, *Wawancara*, Mataram, 20 Desember 2022
- Muri Yusuf,. A. (2014). *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif dan Penelitian Gabungan*, Jakarta: Prenadamedia Group.
-

-
- Nia Supiani, (2022). ketua HMPS Ekonomi Syariah, *Wawancara*, Mataram, 30 Mei 2022
- Novita D., (2013). Perbedaan Jenis Kelamin Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Universitas Negeri Surabaya”, *Jurnal Universitas Negeri Surabaya*, Surabaya.
- Putri Izzati Jazilla, (2022) Mahasiswa Ekonomi Syariah, *Wawancara*, Mataram, 20 Desember 2022
- Rosidin, (2015). Karakter dan Tanggungjawab. *Skripsi*, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, UIN Suska Riau.
- Rosyidi, (2009)., Organisasi dan Manajemen, Yogyakarta, PT. Benteng Pustaka.
- Sarifa Suhra, (2013). Kesetaraan Gender Dalam Perspektif Al-Qur’an Dan Implikasinya Terhadap Hukum Islam, “*Jurnal Al-Ulum*” Volume 13 Nomor 2.
- Sisca., (2021). *Manajemen Inovasi*, Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Sopian Zaeki, (2022) Mahasiswa Ekonomi Syariah, *Wawancara*, Mataram, 13 Desember 2022
- Sri Satia Nurhaliza, (2022). Mahasiswa Ekonomi Syariah, *Wawancara*, Mataram, 15 Desember 2022
- Syahrani, Rosalina D., (2020). Peran Gender dalam Niat Berwirausaha, *Jurnal Bisnis & Kewirausahaan*, Volume 16, Issue 3.
- Tulus Haryono, (2010). Pentingnya Menjaga Dan Meningkatkan Hubungan Baik Dengan Konsumen Dalam Masa Krisis, *Jejak*, Volume 3, Nomor 1.