

Pengaruh Video Wawancara dan Kisah Sukses Pengusaha terhadap Pengenalan Peluang Bisnis

Puji Prabowo^{1*}

¹Universitas , Indonesia.

*Corresponding author : -

Abstract: The Business Incubator at the University is tasked with providing support to increase the business capacity of its members. In this case, the business incubator tries to improve the ability of business owners to analyze business opportunities through video profile interviews and business success stories from entrepreneurs. This is useful for the business incubator team to be able to provide support to improve the entrepreneurial skills of business students who are developing their business to the next stage. The results of this research aim to see the influence of video interviews and entrepreneur success stories on the ability to see business opportunities. This research was conducted at one of the business incubators at the University in Bandung City, Indonesia. This research used a quantitative approach and SmartPLS to analyze data from the 205 respondents involved. The research results show that there is a significant influence of entrepreneurs' success stories on the ability of business owners to see and obtain business opportunities. However, video interviews have not shown a significant impact, so the business incubator can maximize business success stories in generating ideas so that students who have businesses can explore business potential.

Keywords: business incubator; entrepreneurship education; business opportunity; video interview; success story.

Abstrak: Business Incubator di Universitas bertugas untuk memberikan dukungan-dukungan untuk meningkatkan kapasitas bisnis anggotanya. Dalam hal ini, business incubator mencoba meningkatkan kemampuan pemilik bisnis untuk dapat menganalisis peluang bisnis melalui video wawancara profil dan kisah sukses bisnis dari pengusaha. Hal ini berguna bagi tim business incubator untuk bisa memberikan dukungan untuk meningkatkan entrepreneurial skill dari mahasiswa bisnis yang sedang mengembangkan bisnisnya ke tahap berikutnya. Hasil penelitian ini bertujuan untuk melihat adanya pengaruh dari video wawancara dan kisah sukses pengusaha terhadap kemampuan dalam melihat peluang bisnis. Penelitian ini dilakukan di salah satu business incubator di Universitas di Kota Bandung, Indonesia. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan menggunakan SmartPLS untuk analisis data dari 205 responden yang terlibat. Hasil penelitian menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan dari kisah sukses pengusaha terhadap kemampuan pemilik bisnis untuk melihat dan mendapatkan peluang bisnis. Namun, untuk video wawancara belum menunjukkan pengaruh yang signifikan, sehingga business incubator dapat memaksimalkan kisah sukses pebisnis dalam memantik ide-ide agar mahasiswa yang memiliki bisnis dapat menggali potensi bisnis.

Kata kunci: inkubator bisnis; pendidikan kewirausahaan; peluang bisnis; video wawancara; kisah sukses.

Copyright (c) 2023 The Authors. This is an open access article under the CC BY-SA 4.0 license (<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>)

Received: 26-11-2023

Revised: 19-01-2024

Accepted: 25-01-2024

Published: 05-02-2024

PENDAHULUAN

Pembentukan niat dan nilai-nilai kewirausahaan dapat dibangun melalui Pendidikan kewirausahaan melalui aktifitas-aktifitas yang menginspirasi dari peserta

kegiatannya, dalam hal ini mahasiswa bisnis (Kuratko, 2005). Dalam pengembangannya, universitas dapat membangun inkubator bisnis yang memberikan pengalaman dan juga fasilitas untuk pengembangan bisnis dari anggotanya. Dukungan teknologi dalam proses pendampingan juga dapat memberikan inspirasi, sehingga lahir motivasi bisnis dan inovasi-inovasi terbaru (Theodoraki, Messeghem, & Rice, 2018). Oleh sebab itu, pengelola inkubator bisnis perlu mengembangkan dukungan-dukungan yang dapat menginspirasi anggotanya.

Pengusaha pemula memerlukan pola-pola yang baik dalam menemukan ide-ide baru dan mengenali peluang bisnis, hal ini sangat penting dalam perjalanan pengembangan bisnis (Tang & Khan, 2007). Teknologi dapat berperan sebagai dukungan dalam pembelajaran, dengan medium video, gambar dan teks, sebuah website dapat memberikan informasi dan inspirasi bagi pengusaha untuk mencari inspirasi dan mengenali peluang-peluang bisnis baru (Scarmozzino, Corvello, & Grimaldi, 2017). Dengan mendukung adanya stimulasi ini di pendidikan kewirausahaan dapat memberikan interaksi yang baik dari mentor bisnis terhadap menterinya, untuk bisa memfasilitasi pengembangan sumber inspirasi baru untuk inovasi bisnis (Jarvis, 2016). Hal ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas dari entrepreneurial skill yang dibutuhkan oleh wirausahawan (Elia, Margherita, Ciavolino, & Moustaghfir, 2021). Maka, diperlukan sumber kegiatan baru yang dapat memantik pengusaha baru untuk dapat belajar dari berbagai aktivitas dan medium.

Pada penelitian sebelumnya, percobaan sudah dilakukan untuk mengetahui apakah tokoh-tokoh dan pengusaha yang sudah sukses dapat memberikan pengaruhnya. Pendekatan ini dilakukan untuk memantik ide-ide baru dari peserta di inkubator bisnis. Dari hasil penelitian, para wirausahawan muda dapat terpengaruh melalui karakter dari pengusaha sukses idolanya. Selain itu, bagaimana cara berpikir dari pengusaha sukses dapat memberikan pengaruh positif kepada proses pengembangan ide dan bisnis untuk wirausahawan muda (Prabowo, 2022b). Dengan hasil pengamatan yang sudah dilakukan, maka perlu untuk mendalami lagi dampak-dampak apalagi yang dapat dihasilkan dari pendekatan ini kepada wirausahawan muda di inkubator bisnis terkait keterlibatan pengusaha yang sudah sukses.

Selanjutnya pada percobaan lainnya di penelitian sebelumnya, telah dilakukan juga pendekatan menggunakan inspirasi dari pengusaha yang sudah sukses. Ada beberapa poin penting dari penelitian tersebut, yang pertama adalah bagaimana pengusaha sukses memberikan semangat kepada mahasiswa bisnis untuk mencapai

target yang diinginkan, kemudian bagaimana pengusaha sukses juga memberikan inspirasi tentang bagaimana seorang wirausaha bekerja dalam mewujudkan target bisnisnya. Penelitian ini membantu peserta di inkubator bisnis untuk menemukan ide-ide dan pola-pola baru dalam perjalanan mengembangkan bisnisnya (Prabowo, 2022a). Hal ini menunjukkan adanya peranan penting dari kisah sukses pebisnis yang dapat menginspirasi.

Di inkubator bisnis pada universitas, kegiatan dirancang sedemikian rupa untuk mahasiswa bisnis untuk meningkatkan keterampilan dan pengetahuan bisnis para anggotanya untuk dapat mengembangkan bisnis dan bersiap menghadapi tantangan dalam dunia wirausaha. Untuk meningkatkan entrepreneurial skill, pendekatan intervensi menjadi langkah yang diambil, di mana video wawancara dengan pengusaha sukses diberikan kepada mahasiswa yang memiliki bisnis. Video ini tidak hanya bertujuan untuk menginspirasi mereka dalam berbisnis, tetapi juga memberikan wawasan mendalam tentang dunia bisnis, memberikan semangat untuk memulai dan mengelola bisnis, serta membuka wawasan mengenai peluang bisnis yang ada di sekitar mereka.

Kisah sukses tokoh bisnis juga menjadi salah satu strategi untuk mempengaruhi dan menginspirasi mahasiswa dalam dunia bisnis. Dengan membagikan kisah-kisah inspiratif, mahasiswa dapat merasakan dampak positif yang dapat memotivasi mereka untuk mengejar impian bisnis mereka sendiri. Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengeksplorasi pengaruh dari intervensi video wawancara dan kisah sukses pengusaha terhadap kemampuan mahasiswa dalam mengidentifikasi peluang bisnis.

METODE

Penelitian ini dilakukan di inkubator bisnis di lingkungan universitas, dimana mahasiswa bisnis sedang dalam proses pengembangan bisnisnya. Terdapat 205 responden yang terlibat di penelitian ini, rentang usia responden di sekitar 18-21 tahun. Responden sedang menjalani Pendidikan kewirausahaan di kampus dan menjalani program di inkubator bisnis. Sehingga, responden tidak hanya belajar dari mata kuliah namun mereka yang memiliki bisnis sendiri. Penelitian ini bertujuan untuk melihat pengaruh dari 2 intervensi yang dilakukan terhadap kemampuan pengenalan peluang bisnis dari pemilik bisnis.

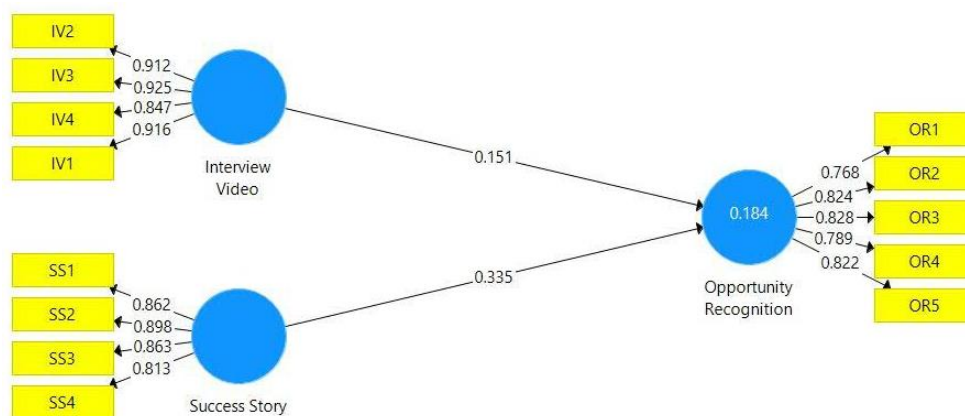
Pertama, dalam penelitian ini, intervensi awal yaitu memberikan video wawancara dengan pengusaha sukses kepada anggota di inkubator bisnis. Video-video yang diberikan merupakan kegiatan wawancara yang menampilkan pengalaman dan

pandangan inspiratif dari pengusaha yang sudah menjalankan bisnisnya selama ini. Berikutnya adalah tahap intervensi memberikan artikel yang memuat kisah sukses dari pengusaha yang berhasil merintis bisnis mereka. Tujuan dari kedua intervensi ini adalah untuk memberikan stimulasi kepada pemilik bisnis dalam mengenali peluang-peluang bisnis.

Penelitian ini berfokus pada pengukuran dampak dari kedua intervensi yang dilakukan dan melihat dampaknya terhadap pemilik bisnis untuk mengenali dan mendapat peluang bisnis. Metode PLS-SEM digunakan sebagai kerangka kerja analisis untuk mengidentifikasi hubungan antara variabel-variabel yang diteliti. Pengumpulan data menggunakan survei dengan skala likert 1-5, dengan responden yang berasal dari mahasiswa bisnis di inkubator.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dari hasil penelitian, data menunjukkan semua konstruk yaitu *interview video*, *opportunity recognition* dan *success story* sudah valid dan reliabel untuk digunakan. Konstruk-konstruk tersebut menunjukkan konsistensi internal yang tinggi, yang ditunjukkan dari angka cronbach alpha yang melebihi 0,80. Konstruk yang ada juga menunjukkan reliabilitas yang baik, terlihat dari nilai composite reliability yang tinggi. Pada nilai *Average Variance Extracted (AVE)*, nilai ini menunjukkan indikator yang digunakan telah valid.



Gambar 1. Hypothesis Model.

Tabel. 1 Inner Test

Constructs	Cronbach's Alpha	rho_A	Composite Reliability	Average Variance Extracted (AVE)
Interview Video	0.922	0.926	0.945	0.811
Opportunity Recognition	0.868	0.892	0.903	0.651

<i>Success Story</i>	0.882	0.886	0.919	0.739
----------------------	-------	-------	-------	-------

Tabel. 2 *Outer Test.*

<i>Indicators</i>	<i>Original Sample (O)</i>	<i>Sample Mean (M)</i>	<i>Standard Deviation (STDEV)</i>	<i>T Statistics (O/STDEV)</i>	<i>P Values</i>
IV1 <- <i>Interview Video</i>	0.916	0.911	0.021	42.951	0.000
IV2 <- <i>Interview Video</i>	0.912	0.908	0.022	42.023	0.000
IV3 <- <i>Interview Video</i>	0.925	0.920	0.023	39.427	0.000
IV4 <- <i>Interview Video</i>	0.847	0.848	0.032	26.806	0.000
OR1 <- <i>Opportunity Recognition</i>	0.768	0.769	0.037	20.811	0.000
OR2 <- <i>Opportunity Recognition</i>	0.824	0.823	0.032	25.391	0.000
OR3 <- <i>Opportunity Recognition</i>	0.828	0.826	0.031	26.333	0.000
OR4 <- <i>Opportunity Recognition</i>	0.789	0.785	0.045	17.526	0.000
OR5 <- <i>Opportunity Recognition</i>	0.822	0.823	0.030	27.130	0.000
SS1 <- <i>Success Story</i>	0.862	0.860	0.023	37.162	0.000
SS2 <- <i>Success Story</i>	0.898	0.896	0.020	44.514	0.000
SS3 <- <i>Success Story</i>	0.863	0.865	0.024	35.536	0.000
SS4 <- <i>Success Story</i>	0.813	0.814	0.036	22.601	0.000

Pada Tabel 2. data menunjukkan adanya hasil yang signifikan dan konsisten untuk semua indikator di konstruk *interview video*, *opportunity recognition*, dan *success story*. Dari data terlihat adanya kontribusi yang signifikan dari setiap konstruk terhadap konstruk latinnnya. Nilai *T-statistic* menunjukkan adanya efek yang signifikan.

Tabel. 3 Variabel

Indikator	Variabel
IV1	Video Interview dengan pengusaha menginspirasi saya dalam berbisnis
IV2	Video Interview dengan pengusaha memberikan ilmu tentang bisnis
IV3	Video Interview dengan pengusaha menyemangati saya tentang berbisnis
IV4	Video Interview dengan pengusaha membuat saya mengetahui ada banyak peluang bisnis
OR1	Saya mampu melihat permasalahan bisnis
OR2	Saya mampu mengolah informasi bisnis
OR3	Saya mampu mencari alternatif solusi bisnis
OR4	Saya mampu mendapat dan mengembangkan ide-ide baru
OR5	Saya mampu dapat melakukan perbaikan atau inovasi terhadap bisnis saya
SS1	Kisah sukses tokoh bisnis dunia di artikel mempengaruhi saya dalam berbisnis
SS2	Kisah sukses tokoh bisnis dari Indonesia di artikel mempengaruhi saya dalam berbisnis
SS3	Kisah sukses tokoh bisnis di internet (konten kreator) menginspirasi saya
SS4	Kisah sukses semua tokoh bisnis di internet membuat saya mengetahui ada banyak peluang bisnis

Pada tabel 3, variabel yang diuji merupakan eksperimen data yang ingin diperoleh seberapa besar pengaruhnya. Variabel-variabel dari konstruk interview video memberikan fokus pada konten dan dampak dari intervensi video. Pada variabel-variabel kisah sukses, memfokuskan pada persepsi dan tindakan.

Tabel. 4 Hypothesis Test.

<i>Correlations</i>	<i>Original Sample (O)</i>	<i>Sample Mean (M)</i>	<i>Standard Deviation (STDEV)</i>	<i>T Statistics (O/STDEV)</i>	<i>P Values</i>
<i>Interview Video -> Opportunity Recognition</i>	0.151	0.162	0.085	1.782	0.075
<i>Success Story -> Opportunity Recognition</i>	0.335	0.338	0.078	4.290	0.000

Data dari hipotesis menunjukkan bahwa korelasi positif namun tidak signifikan antara video interview dan mengenali peluang bisnis. Pada penelitian sebelumnya, penggunaan penelitian berdasarkan video dari entrepreneur bermanfaat untuk mengetahui praktik kewirausahaan di lapangan (Ormiston & Thompson, 2021). Oleh sebab itu, perlu eksplorasi dan pendalaman lebih lanjut dalam data yang jauh lebih besar agar mendapatkan kesimpulan yang lebih baik. Sementara itu korelasi positif dan sangat signifikan antara kisah sukses dari pengusaha dan mengenali peluang bisnis.

Sebagai pendamping dari kegiatan yang ada di intervensi video dan kisah sukses pengusaha dapat dimaksimalkan untuk mahasiswa agar mendapat asupan dalam mempelajari peluang-peluang bisnis. Hal ini dapat meningkatkan motivasi belajar dari mahasiswa untuk menjadi pengusaha dan membuat produk-produk yang lebih kreatif (Sinaga, 2021). Penerapan pendampingan pembelajaran yang baik dapat membantu mahasiswa dalam meningkatkan kemampuan untuk mengenali peluang. Dimana kemampuan ini merupakan salah satu hal terpenting dalam wirausaha. Hal ini membantu membedakan pengusaha mana yang sukses dan tidak (Wasdani & Mathew, 2014). Intervensi ini sejalan dengan penelitian sebelumnya, dengan pemberian dukungan terhadap penelusuran ide, pembelajaran dari pengalaman dapat meningkatkan kemampuan mengenali peluang bisnis yang menjadi kunci penting pada wirausaha (Hulbert, Gilmore, & Carson, 2015).

Dari data yang sudah ada, dukungan intervensi video wawancara dan kisah sukses pengusaha memberikan inspirasi yang positif. Dengan banyaknya kisah sukses yang diberikan kepada mahasiswa bisnis, mereka mendapat inspirasi baru untuk mengenali peluang, cara-cara menjalankan bisnis, dan menginspirasi mereka dalam proses pengembangan ide dan bisnis yang sedang dijalani. Hal ini sejalan dengan

penelitian sebelumnya yang mengungkapkan bahwa tokoh bisnis dapat berperan penting (Prabowo, 2022b), dan penelitian ini menguatkan adanya kisah sukses tokoh bisnis dapat meningkatkan peran dari dukungan intervensi yang dilakukan oleh tim inkubator bisnis. Hal ini juga dapat digunakan di program-program inkubator bisnis untuk meningkatkan kemampuan dari mahasiswa bisnis yang sedang menjalani pendampingan bisnis.

SIMPULAN

Pada inkubator bisnis, terutama di universitas, program-program pendukung untuk memantik ide-ide, kapasitas dan kemampuan dari tim bisnis perlu beragam agar memberikan pendekatan yang unik. Dalam hal ini, penelitian ini mencoba melihat apakah adanya peningkatan kemampuan dalam mengenali peluang bisnis dari mahasiswa bisnis dari dukungan video wawancara dengan pengusaha sukses dan kisah sukses pengusaha. Hasil penelitian menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan dari kisah sukses pebisnis dalam membantu mahasiswa mengenali peluang bisnis. Di sisi lainnya, video wawancara belum menunjukkan pengaruh yang signifikan.

Penelitian ini bermanfaat bagi pengelola business incubator untuk memberikan dukungan kepada tim bisnis untuk mengeksplorasi berbagai medium untuk menggali potensi bisnis dan mengenali peluang bisnis. Meskipun belum menunjukkan pengaruh yang signifikan, penggunaan video wawancara pengusaha memberikan sedikit pengaruh dan dapat dikembangkan penggunaannya. Namun pada kisah sukses pengusaha, pengelola inkubator bisnis dapat memaksimalkannya untuk memberikan pengaruh yang baik kepada tim bisnis dalam mengenali dan menemukan peluang bisnis. Dengan demikian, penelitian ini memberikan kontribusi penting dalam pemahaman faktor-faktor yang mempengaruhi kemampuan mahasiswa bisnis dalam melihat dan memanfaatkan peluang bisnis. Keterbatasan penelitian ini yaitu terbatasnya lokasi penelitian dan jumlah sampel, juga kemungkinan adanya faktor lain yang mempengaruhi konstruk. Usulan penelitian berikutnya dapat menambah business incubator yang dilibatkan dan juga menambah variabel-variabel yang mempengaruhi.

REFERENSI

- Ahmad, N. A., Rasul, M. S., Othman, N., & Jalaludin, N. A. (2022). Generating Entrepreneurial Ideas for Business Development. *Sustainability*, 14(9), 4905. <https://doi.org/10.3390/su14094905>
- Carey, C., & Naudin, A. (2006). Enterprise curriculum for creative industries students. *Education + Training*, 48(7), 518–531. <https://doi.org/10.1108/00400910610705908>

- Elia, G., Margherita, A., Ciavolino, E., & Moustaghfir, K. (2021). Digital Society Incubator: Combining Exponential Technology and Human Potential to Build Resilient Entrepreneurial Ecosystems. *Administrative Sciences*, 11(3), 96. <https://doi.org/10.3390/admsci11030096>
- Guerrero, M., & Espinoza-Benavides, J. (2021). Does entrepreneurship ecosystem influence business re-entries after failure? *International Entrepreneurship and Management Journal*, 17(1), 211–227. <https://doi.org/10.1007/s11365-020-00694-7>
- Hulbert, B., Gilmore, A., & Carson, D. (2015). Opportunity recognition by growing SMEs: a managerial or entrepreneurial function? *Journal of Strategic Marketing*, 23(7), 616–642. <https://doi.org/10.1080/0965254X.2014.1001868>
- Jarvis, L. C. (2016). Identification, intentions and entrepreneurial opportunities: an integrative process model. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 22(2), 182–198. <https://doi.org/10.1108/IJEBR-02-2015-0041>
- Kuratko, D. F. (2005). The Emergence of Entrepreneurship Education: Development, Trends, and Challenges. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 29(5), 577–597. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2005.00099.x>
- Lim, W., Lee, Y., & Mamun, A. Al. (2023). Delineating competency and opportunity recognition in the entrepreneurial intention analysis framework. *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies*, 15(1), 212–232. <https://doi.org/10.1108/JEEE-02-2021-0080>
- Nita, D. (2019). The role of universities in promoting education and entrepreneurial innovation. *Annals of the University of Petroșani. Economics*, 19(2), 85–98.
- Ormiston, J., & Thompson, N. A. (2021). Viewing entrepreneurship “in motion”: Exploring current uses and future possibilities of video-based entrepreneurship research. *Journal of Small Business Management*, 59(5), 976–1011. <https://doi.org/10.1080/00472778.2020.1866184>
- Prabowo. (2022a). Inspirational Figures for the Ideas Generation Process. *Proceedings of the International Conference on Industrial Engineering and Operations Management*, 506–506. Michigan, USA: IEOM Society International. <https://doi.org/10.46254/AP03.20220086>
- Prabowo. (2022b). *The Impacts of Successful Entrepreneurial Stories on Ideas Generation*. 502–502. Michigan, USA: IEOM Society International. <https://doi.org/10.46254/AP03.20220082>
- Scarmozzino, E., Corvello, V., & Grimaldi, M. (2017). Entrepreneurial learning through online social networking in high-tech startups. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 23(3), 406–425. <https://doi.org/10.1108/IJEBR-12-2015-0302>
- Sinaga, R. M. (2021). Implementation Of Problem Based Learning To Increase Student’s Motivation And Learning Outcomes By Using Video Media In Creative Products And Entrepreneurship Lessons In Class XI TKJ SMK Private Indonesia Building. *IJEMS:Indonesian Journal of Education and Mathematical Science*, 2(2), 34. <https://doi.org/10.30596/ijems.v2i2.7429>
- Somsuk, N., & Laosirihongthong, T. (2014). A fuzzy AHP to prioritize enabling factors for strategic management of university business incubators: Resource-based view.

- Tang, J., & Khan, S. A. (2007). Dynamic Interactions between Alertness and Systematic Search. *The International Journal of Entrepreneurship and Innovation*, 8(3), 175–187. <https://doi.org/10.5367/000000007781698518>
- Theodoraki, C., Messeghem, K., & Rice, M. P. (2018). A social capital approach to the development of sustainable entrepreneurial ecosystems: an explorative study. *Small Business Economics*, 51(1), 153–170. <https://doi.org/10.1007/s11187-017-9924-0>
- Tidd, J., & Bessant, J. R. (2020). *Managing innovation: integrating technological, market and organizational change*. John Wiley & Sons.
- Wasdani, K. P., & Mathew, M. (2014). Potential for opportunity recognition: differentiating entrepreneurs. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 23(3), 336. <https://doi.org/10.1504/IJESB.2014.065526>