

RINGKASAN

Penelitian yang berjudul “Strategi yang Mendorong Mahasiswa Berwirausaha di Masa Pandemi Covid-19” merupakan penelitian kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Penelitian ini dilakukan kepada mahasiswa Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jenderal Soedirman yang baru membuka bisnisnya di masa pandemi Covid-19. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dikarenakan penelitian ini berusaha untuk mengetahui dan menggali secara mendalam mengenai faktor-faktor yang mendorong mahasiswa berwirausaha di masa pandemi Covid-19 serta mengetahui dan menggali strategi yang digunakan dalam membangun usaha.

Informan pada penelitian ini adalah mahasiswa Akuntansi FEB UNSOED yang baru membuka usaha saat pandemi Covid-19, berjumlah empat informan. Informan terdiri atas usaha kuliner sebanyak dua informan, usaha *fashion* sebanyak satu informan dan usaha kosmetik sebanyak satu informan. Pengambilan data pada penelitian ini dilakukan melalui proses wawancara dan observasi. Wawancara dilakukan melalui media daring, mengikuti aturan pembatasan sosial yang ditetapkan oleh pemerintah akibat melonjaknya kasus positif Corona di Indonesia. Wawancara dilakukan secara bertahap dan dilakukan secara terpisah antar informan yang dimulai dari Maret 2022 hingga Mei 2022. Wawancara secara terpisah dilakukan dengan tujuan agar informasi yang didapatkan benar-benar murni berdasarkan pemikiran dan pengalaman dari masing-masing informan tanpa adanya pengaruh dari luar. Observasi dilakukan dengan mengunjungi situs media sosial dari bisnis masing-masing informan. Data hasil wawancara dianalisis dengan mengkonversi data audio menjadi data teks, yang kemudian dilakukan reduksi dan disajikan dalam bentuk matriks. Hasil wawancara tersebut juga diuji keabsahannya dengan menggunakan teknik triangulasi, yaitu dengan membandingkan hasil wawancara antar informan dan membandingkan hasil wawancara tersebut dengan teori-teori yang ditetapkan sebagai indikator pada penelitian ini.

Hasil analisis peneliti menunjukkan bahwa; (1) Niat merupakan faktor utama yang mendorong mahasiswa berwirausaha. Niat tersebut dipengaruhi oleh berbagai faktor internal dan eksternal. Faktor internal yang mempengaruhi niat berwirausaha diantaranya minat bisnis yang telah ada sejak kecil, keinginan untuk menambah pendapatan pribadi, memanfaatkan hobi, dan karena adanya riwayat keluarga pengusaha. Adapun faktor eksternal yang mempengaruhi niat berwirausaha adalah karena faktor keisengan dan coba-coba, banyaknya waktu luang yang tersedia, dan mengambil mata kuliah kewirausahaan. (2) Informan telah menerapkan strategi keunggulan kompetitif pada bisnis mereka, dilihat berdasarkan indikator keunggulan kompetitif yang terpenuhi. Indikator-indikator tersebut mencakup pelayanan yang memuaskan, kemudahan dan efisiensi dalam mengakses sistem, harga yang kompetitif, dan fleksibilitas metode pembayaran. Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa informan memiliki karakteristik wirausaha, diantaranya informan memiliki tujuan bisnis yang jelas, bersemangat dan antusias, memiliki ketegasan, berani mengambil risiko, mampu menciptakan inovasi bisnis, memiliki motivasi diri yang kuat, mampu mengatur waktu dengan baik, dan mampu bersikap fleksibel dan berpikiran terbuka.

Pembahasan hasil penelitian ini dirumuskan dengan membagi hasil analisis faktor pendorong mahasiswa berwirausaha di masa pandemi Covid-19 ke dalam empat kategori, yaitu kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman. Kekuatan yang dimiliki informan diantaranya adalah motivasi diri yang tinggi, visi yang kuat, memiliki hobi yang memberi keuntungan, kemampuan yang mumpuni, minat yang kuat, dan relasi yang luas. Adapun kelemahan yang dimiliki oleh informan adalah kepribadian yang bertentangan dengan proses bisnis sehingga informan membutuhkan waktu lebih untuk beradaptasi, manajemen diri yang masih kurang baik, dan adanya keterbatasan sumber daya manusia dan perlengkapan produksi sehingga menghambat proses bisnis. Peluang yang dihadapi informan, yang mampu mendorong mahasiswa berwirausaha adalah adanya riwayat keluarga pebisnis, kegiatan bisnis menawarkan fleksibilitas, tersedianya peluang pasar, adanya jenjang karir bagi bisnis MLM (*Multi-Level Marketing*), bahan baku yang mudah didapat, produk yang dihasilkan merupakan produk segala usia dan habis pakai. Sedangkan ancaman yang dihadapi informan dalam membangun usaha adalah kuatnya pesaing dalam pasar, PO (*Pre-Order*) yang tidak memenuhi target, dan harga produk bergantung pada fluktuasi harga pasar. Dengan mengidentifikasi keempat hal tersebut, informan dapat menilai hal-hal apa saja yang dapat dikembangkan dan diperbarui, serta menilai hal-hal apa saja yang perlu diantisipasi. Dengan begitu, bisnis mereka diharapkan dapat tetap berjalan dan bertahan di tengah gempuran persaingan yang semakin ketat.

Implikasi dari kesimpulan di atas yaitu pembuatan rencana yang matang untuk pengembangan bisnis ke depannya, mencari mentor sebagai pendamping usaha untuk memberi arahan dan saran yang berkualitas, menemukan dan bergabung dengan komunitas wirausaha yang membangun sehingga mampu mendorong di waktu sulit, tidak hanya menetapkan target, tetapi perlu juga melakukan perumusan rencana dan langkah-langkah konkrit yang harus dilakukan agar target yang telah ditetapkan dapat dicapai, melakukan evaluasi secara rutin sehingga menyadari kelebihan dan kekurangan yang perlu ditingkatkan dan diperbaiki serta peluang dan ancaman apa saja yang perlu diantisipasi, melakukan pembenahan manajemen diri, disiplin waktu dan konsistensi, memanfaatkan media sosial dan platform tambahan untuk memperluas jangkauan pasar, serta perlunya perbaikan dalam metode pembelajaran pada mata kuliah kewirausahaan agar diterapkan tugas untuk praktik berwirausaha sehingga mahasiswa merasakan langsung pengalaman berwirausaha.

Kata Kunci: Strategi, Wirausaha, Mahasiswa Wirausaha, Pandemi, Covid-19

SUMMARY

The research entitled "Strategies to Encourage Entrepreneurial Students during the Covid-19 Pandemic" is a qualitative research with a phenomenological approach. This research was conducted on Accounting students of the Faculty of Economics and Business at Jenderal Sudirman University who had just opened their business during the Covid-19 pandemic. This study uses a qualitative method because this research seeks to find out and explore in depth the factors that encourage students to become entrepreneurs during the Covid-19 pandemic and to know and explore the strategies used in building businesses.

The informants in this study were FEB UNSOED Accounting students who had just opened a business during the Covid-19 pandemic, totaling four informants. The informants consisted of a culinary business as many as two informants, a fashion as many as one informant and a cosmetics business as many as one informant. Data collection in this study was carried out through an interview and observation process. Interviews were conducted through online media, following the social restrictions set by the government due to the surge in positive cases of Corona in Indonesia. Interviews were conducted in stages and carried out separately between informants starting from March 2022 to May 2022. Separate interviews were conducted with the aim that the information obtained was purely based on the thoughts and experiences of each informant without any outside influence. Observations were made by visiting the social media sites of each informant's business. Interview data were analyzed by converting audio data into text data, which was then reduced and presented in the form of a matrix. The results of the interviews were also tested for validity by using triangulation techniques, namely by comparing the results of interviews between informants and comparing the results of these interviews with the theories set as indicators in this study.

The results of the researcher's analysis show that; (1) Intention is the main factor that encourages students to become entrepreneurs. This intention is influenced by various internal and external factors. Internal factors that influence entrepreneurial intentions include business interests that have existed since childhood, the desire to increase personal income, take advantage of hobbies, and because of the entrepreneur's family history. The external factors that influence entrepreneurial intentions are because of fun and trial and error, the amount of free time available, and taking entrepreneurship courses. (2) Informants have implemented a competitive advantage strategy in their business, judging by the indicators of competitive advantage being met. These indicators include satisfactory service, ease and efficiency in accessing the system, competitive prices, and flexibility of payment methods. The results of this study also show that the informants have entrepreneurial characteristics, including the informants have clear business goals, are passionate and enthusiastic, have assertiveness, dare to take risks, are able to create business innovations, have strong self-motivation, are able to manage time well, and are able to behave flexible and open minded.

The discussion of the results of this study was formulated by dividing the results of the analysis of the factors driving student entrepreneurship during the Covid-19 pandemic into four categories, namely strengths, weaknesses,

opportunities, and threats. The strengths of the informants include high self-motivation, strong vision, having profitable hobbies, qualified abilities, strong interests, and extensive relationships. The weaknesses possessed by informants are personalities that conflict with business processes so that informants need more time to adapt, self-management is still not good, and there are limited human resources (Human Resources) and production equipment so that it hampers business processes. Opportunities faced by informants, which are able to encourage students to become entrepreneurs are the family history of business people, business activities offer flexibility, the availability of market opportunities, the existence of career paths for MLM (Multi-Level Marketing), easy-to-obtain raw materials, the resulting product is a product of all kinds age and wear out. Meanwhile, the threats faced by informants in building a business are strong competitors in the market, PO (Pre-Order) that does not meet the target, and product prices depend on market price fluctuations. By identifying these four things, informants can assess what things can be developed and updated, as well as assess what things need to be anticipated. That way, their business is expected to continue to run and survive in the midst of increasingly fierce competition.

The implications of the conclusions above are making a mature plan for future business development, looking for mentors as business companions to provide quality direction and advice, finding and joining a building entrepreneurial community so that they are able to encourage and strengthen in difficult times, not only setting targets, but it is also necessary to formulate plans and concrete steps that must be taken so that the targets that have been set can be achieved, carry out regular evaluations so that they are aware of the advantages and disadvantages that need to be improved and improved as well as what opportunities and threats need to be anticipated, improving self-management, time discipline and consistency, utilizing social media and additional platforms to expand market reach, as well as the need for improvements in learning methods in entrepreneurship lectures so that assignments are applied to entrepreneurship practices so that students experience entrepreneurship firsthand.

Keywords: *Strategy, Entrepreneurship, Entrepreneurial Student, Pandemic, Covid-*