

Strategi yang Mendorong Mahasiswa Berwirausaha di Masa Pandemi Covid-19

Afifah Amalia Zahra^{1*}, Dewi Susilowati¹, Hijroh Rokhayati¹

¹Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Jenderal Soedirman, Purwokerto, Indonesia

*Email corresponding author: afifah.zahra@mhs.unsoed.ac.id

Abstrak

Studi ini menggali faktor-faktor yang mendorong mahasiswa berwirausaha di masa pandemi Covid-19 beserta strategi yang diterapkan dalam bisnis mereka dengan menggunakan penelitian kualitatif. Mahasiswa akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jenderal Soedirman menjadi informan pada penelitian ini. Hal ini dilatarbelakangi dengan alasan bahwa mahasiswa merupakan seorang yang memiliki tanggung jawab akademik, tetapi beberapa dari mereka memutuskan untuk membangun bisnis yang berpotensi memecah fokus mereka. Di samping itu, mahasiswa merupakan agen perubahan yang diharapkan mampu berkontribusi terhadap peningkatan kualitas bangsa, salah satunya dalam bidang ekonomi. Wawancara langsung kepada empat informan dilakukan sebagai proses pengumpulan data yang selanjutnya dilakukan proses triangulasi. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa niat merupakan faktor utama yang mendorong mahasiswa berwirausaha. Niat itu sendiri dipengaruhi oleh berbagai faktor internal dan eksternal. Strategi bisnis yang diulas pada studi ini mengacu pada karakteristik wirausaha, keunggulan kompetitif, serta analisis SWOT. Studi ini menunjukkan bahwa mahasiswa yang memulai usaha di masa pandemi Covid-19 telah memiliki karakteristik wirausaha. Strategi bisnis berupa keunggulan kompetitif juga telah diterapkan dalam bisnis mereka. Adapun analisis SWOT yang dibahas pada penelitian ini merupakan hasil dari analisis faktor pendorong berwirausaha yang kemudian dibagi menjadi empat kategori yang membentuk analisis SWOT, yaitu kategori kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman.

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

Abstract

This study explores the factors that encourage students to become entrepreneurs during the Covid-19 pandemic and the strategies implemented in their business using qualitative research. Accounting students of the Faculty of Economics and Business, Jenderal Sudirman University, became informants in this study. This is based by the reason that students are someone who has academic responsibilities, but some of them decide to establish a business that has the potential to break their focus. In addition, students are agents of change who are expected to be able to contribute to improving the quality of the nation, one of which is in the economic field. Direct interviews with four informants were carried out as a data collection process which was then carried out by a triangulation process. The results of this study indicate that intention is the main factor that encourages students to become entrepreneurs. The intention itself is influenced by various internal and external factors. The business strategy reviewed in this study refers to entrepreneurial characteristics, competitive advantage, and SWOT analysis. This study shows that students who start businesses during the Covid-19 pandemic already have entrepreneurial characteristics. A business strategy in the form of competitive advantage has also been implemented in their business. The SWOT analysis discussed in this study is the result of an analysis of the driving factors for entrepreneurship which is then divided into four categories that make up the SWOT analysis, namely the categories of strengths, weaknesses, opportunities, and threats.

Keywords: Strategy, Entrepreneur, Entrepreneurial Student, Pandemic Period, Covid-19

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) merupakan pilar terpenting dalam pembangunan ekonomi di Indonesia. Kontribusi yang diberikan UMKM di Indonesia terhadap perekonomian mencakup penyerapan tenaga kerja sebesar 97 persen dan dapat menghimpun total investasi hingga sebanyak 60,4 persen (Limanseto, 2021). Munculnya virus Corona yang pertama kali ditemukan di Wuhan pada 30 Desember 2019 dan masuk ke Indonesia pada Maret 2020 menyebabkan guncangan hebat di berbagai sektor kehidupan di Indonesia, termasuk di dalamnya sektor ekonomi (Martoredjo, 2020). Perusahaan-perusahaan menyatakan kebangkrutan, Pemutusan Hubungan Kerja (PHK) terjadi secara massal di Indonesia (Aprilia, 2021). Hal tersebut semakin memburuk saat pandemi semakin parah sehingga pemerintah menerapkan pembatasan sosial (Wahyuningsih *et al.*, 2021). *Work from home* diterapkan, kegiatan belajar mengajar juga dilaksanakan dengan memanfaatkan media daring, termasuk kegiatan ekonomi. Hal ini menyebabkan terjadinya perubahan gaya hidup masyarakat yang semakin bergantung pada media daring (Martoredjo, 2020).

Akibat daripada hal tersebut, pengguna internet di Indonesia meningkat sebanyak 27 juta atau sebesar 16 persen pada tahun 2021 dibandingkan dengan tahun sebelumnya (Dahono, 2021). Bank Indonesia mencatat terdapat sebanyak 51 persen peningkatan jumlah konsumen pada Agustus 2020 dan peningkatan jumlah penjual daring sebanyak 38,3 persen. Saat itulah, pemerintah menyadari bahwa *e-commerce* merupakan salah satu solusi peningkatan ekonomi di Indonesia (Aprilia, 2021).

Diantara penjual daring yang semakin meningkat jumlahnya, terdapat diantara mereka yang merupakan siswa (Putri & Christiana, 2020). Siswa merupakan seorang yang memiliki tanggung jawab akademik, namun beberapa dari mereka justru membuka bisnis yang dapat memecah fokus dan berpeluang mengabaikan salah satunya. Lebih daripada hal tersebut, mereka memutuskan membangun bisnis di masa pandemi Covid-19. Teori perilaku terencana yang dikemukakan oleh Ajzen (1991) memberikan gambaran mengenai faktor pendorong dari tindakan seorang individu. Teori ini menjelaskan bahwasannya dorongan seseorang untuk melakukan suatu tindakan dipengaruhi oleh tiga hal, yaitu: (1) sikap terhadap perilaku, sejauh mana seseorang mempertimbangkan keuntungan dan kerugian dari suatu tindakan; (2) norma sosial, tekanan sosial apa yang dialami seseorang hingga mempengaruhi tindakannya dan; (3) kontrol perilaku, tingkat kemudahan atau kesulitan yang dialami seseorang saat melakukan suatu tindakan.

Sebagai *Agent of Change*, *Agent of Analysis*, dan *Agent of Control*, mahasiswa diharapkan mampu memunculkan, mengelola, dan menciptakan ide dan inovasi agar menjadi kontribusi nyata dalam meningkatkan kualitas bangsa, yaitu salah satunya dalam bidang ekonomi (Harahap, 2019). Karena hal tersebut, penelitian ini akan menggali mengenai faktor-faktor yang melatarbelakangi seorang mahasiswa yang memutuskan untuk memulai bisnis di masa pandemi Covid-19.

Semakin meningkatnya jumlah penjual daring dengan area penjualan yang sama, tingkat persaingan pasar menjadi semakin ketat. Jenis persaingan yang dihadapi pun berbeda dengan persaingan yang ada sebelumnya karena penjualan yang dilakukan saat ini berbasis daring (Malau *et al.*, 2020). Pada persaingan yang kompetitif, strategi usaha menjadi hal yang sangat penting sehingga menjadi kekuatan utama suatu bisnis dalam keberhasilan usahanya (Eti, 2019). Strategi yang dapat diterapkan demi mencapai keberhasilan usaha adalah keunggulan kompetitif. Teori keunggulan kompetitif yang dikemukakan oleh E Porter (2007) menyatakan bahwa keunggulan kompetitif perusahaan merupakan kemampuan perusahaan dalam memberikan kinerja yang lebih baik dibandingkan dengan perusahaan lain dalam industri yang sama dengan memanfaatkan ciri khas yang dimilikinya. Penelitian ini dilakukan dengan menggali informasi dari para pelaku usaha

mengenai strategi yang diterapkan dalam usaha mereka demi memberikan kinerja yang lebih baik dan berbeda dari usaha lain sehingga keberhasilan usahanya dapat tercapai.

Kemampuan seorang wirausaha dalam menghadapi rintangan yang berasal dari luar kendali mereka membutuhkan ketahanan mental kuat yang harus dimiliki oleh para pelaku wirausaha. Hal ini tak terlepas dari karakteristik yang dibentuk oleh para pelaku usaha, diantaranya yaitu, berjiwa kreatif, bertanggung jawab, percaya diri, berani dan senang dengan hal baru, merasa jenuh di dalam zona aman usahanya, serta disiplin (Dwiastanti & Mustapa, 2020).

Berdasarkan latar belakang tersebut, peneliti tertarik untuk menggali faktor-faktor yang mendorong mahasiswa berwirausaha di masa Pandemi Covid-19 serta strategi yang dilakukan informan dalam membangun bisnisnya.

Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian ini meneliti faktor-faktor yang mendorong mahasiswa berwirausaha di masa pandemi Covid-19 serta strategi yang diterapkan dalam bisnis. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan Mahasiswa Akuntansi FEB UNSOED yang baru membuka usahanya saat pandemi Covid-19 sebagai subjek penelitian.

Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui dan menggali faktor yang mendorong mahasiswa berwirausaha di masa pandemi Covid-19 dan menggali strategi yang digunakan dalam membangun usaha.

TINJAUAN PUSTAKA

Theory of Planned Behavior

Theory of Planned Behavior merupakan teori yang membahas mengenai faktor yang mendorong munculnya suatu perilaku yaitu niat. Niat menjadi indikator seberapa keras seseorang ingin mencoba sesuatu, seberapa besar upaya yang direncanakan, dan seberapa kuat dorongan untuk melakukan suatu perilaku. Secara umum, semakin kuat niat untuk melakukan sesuatu, maka semakin besar pula kemungkinan perilaku tersebut benar-benar terjadi (Ajzen, 1991). *Theory of Planned Behavior* menjelaskan bahwa terdapat tiga faktor yang mempengaruhi niat, yaitu (1) Sikap terhadap perilaku, mengacu pada sejauh mana seseorang mengevaluasi keuntungan dan kerugian dari perilaku yang bersangkutan, (2) Norma subjektif, mengacu pada tekanan sosial yang dirasakan, yang mempengaruhi suatu perilaku akan dilakukan atau tidak dilakukan, (3) Kontrol perilaku, mengacu pada kemudahan atau kesulitan yang dirasa dalam melakukan perilaku yang bersangkutan. Ajzen (1985) mengasumsikan bahwa faktor ini mencerminkan pengalaman masa lalu dan hambatan yang diantisipasi. Kontrol perilaku didefinisikan sebagai kemampuan individu agar dapat memenuhi perilaku, seperti tersedianya peluang dan sumber daya yang diperlukan, misalnya waktu, uang, dan keterampilan (Ajzen, 1985 dalam Ajzen, 1991).

Kewirausahaan

Kewirausahaan menurut Rusdiana (2014) adalah; “Kewirausahaan merupakan suatu kemampuan dalam menciptakan nilai tambah di pasar melalui proses pengelolaan sumber daya dengan cara baru dan berbeda, melalui: (1) pengembangan teknologi baru; (2) penemuan pengetahuan ilmiah baru; (3) perbaikan produk barang dan jasa yang ada; (4) penemuan cara-cara baru untuk menghasilkan barang lebih banyak dengan sumber daya yang lebih efisien.”

Salah satu faktor yang dapat menentukan keberlangsungan usaha adalah karakteristik dari pelaku wirausaha yang sesuai dengan hasil penelitian Dwiastanti & Mustapa (2020) menyatakan bahwa wirausaha merupakan faktor yang paling mendominasi dalam mempengaruhi

keberlangsungan usaha. Karakteristik yang harus dimiliki wirausaha (Mukherjee, 2016) adalah *passionate and enthusiastic, self-motivated, versatile, extraordinary business skills, risk taker, the quality of 'dive', have proper vision, flexibility and open mind, and decisiveness*.

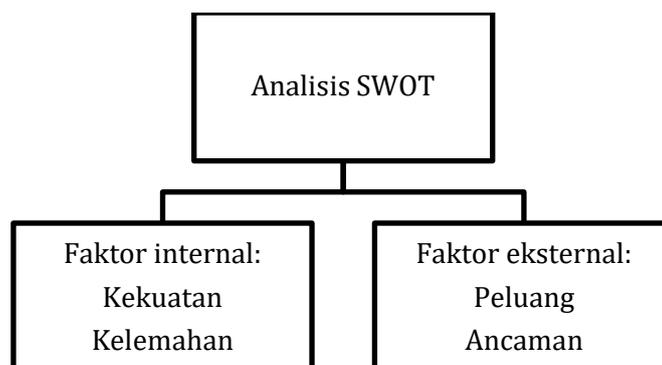
Competitive Advantage Theory

Keunggulan kompetitif adalah kemampuan perusahaan dalam memberikan kinerja yang lebih baik dibandingkan dengan perusahaan lain di dalam industri yang sama dengan memanfaatkan ciri khas yang dimilikinya (E Porter, 2007). Keberhasilan dalam mencapai keunggulan kompetitif adalah dengan menyelaraskan pengembangan kompetensi inti dengan strategi bisnis (Ashshidiqy & Ali, 2019).

Strategi bisnis terus berubah dan berkembang sejalan dengan pesatnya perkembangan teknologi informasi. Perkembangan teknologi informasi telah dimulai sejak pertengahan abad ke-20 dibuktikan dengan munculnya alat telepon otomatis, alat pencatat telegram, dan alat sejenis lainnya dan masih terus berkembang hingga saat ini. Berkembangnya Teknologi Informasi (TI) memberikan dampak besar terjadinya globalisasi pada seluruh sektor di dunia termasuk di dalamnya adalah sektor bisnis, yaitu strategi bisnis (Nasution, 2014). Strategi bisnis dengan menggunakan Teknologi Informasi (TI) terdiri dari lima indikator, yaitu kemudahan dalam mengakses sistem, pelayanan yang memuaskan, harga yang kompetitif, efisiensi, dan fleksibilitas metode pembayaran (Sari, 2020).

SWOT Analysis

Analisis SWOT merupakan bagian dari proses manajemen strategi yang berfokus pada analisis lingkungan internal dan lingkungan eksternal suatu perusahaan. Analisis ini digunakan sebagai alat untuk perencanaan strategi dan manajemen strategi suatu perusahaan yang dilakukan agar dapat berkompetisi di tengah pasar yang kompetitif. Analisis terhadap lingkungan internal perusahaan adalah dengan melakukan identifikasi terhadap kelebihan (*strength*) dan kekurangan (*weakness*) perusahaan. Analisis ini bertujuan agar perusahaan memahami hal-hal apa saja yang dapat menjadi sumber keunggulan perusahaan sehingga mampu bersaing kompetitif dengan pasar. Adapun analisis eksternal berfokus pada analisis lingkungan di luar perusahaan, yaitu dengan mengidentifikasi ancaman (*threat*) dan peluang (*opportunity*) penting yang dihadapi oleh perusahaan. Hal ini juga sebagai sarana untuk menilai sejauh apa persaingan akan berkembang dan apa saja dampaknya terhadap ancaman dan peluang yang dihadapi oleh perusahaan (Gurl, 2017).



Gambar 1: Analisis SWOT

Sumber: Gurl, 2017

Analisis SWOT terdiri dari empat komponen yang akan dijelaskan pada tabel berikut:

Tabel 1 Komponen Analisis SWOT

Komponen	Definisi
Kekuatan	Karakteristik yang memberi keunggulan lebih dari perusahaan lain dalam industri
Kelemahan	Karakteristik yang menempatkan perusahaan pada posisi yang kurang menguntungkan dibandingkan dengan perusahaan lain
Peluang	Faktor lingkungan eksternal yang memberi keuntungan bagi perusahaan
Ancaman	Faktor lingkungan eksternal yang dapat memberi masalah bagi perusahaan

Sumber: Gurl, 2017

Komponen kekuatan dan peluang merupakan komponen yang mendukung perusahaan dalam mencapai tujuannya, sedangkan komponen kelemahan dan ancaman merupakan komponen yang tidak menguntungkan perusahaan, dan menghambat pencapaian tujuan perusahaan.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan pendekatan fenomenologi (Mujib, 2015). Penelitian ini bertujuan untuk menggali secara mendalam mengenai faktor-faktor yang mendorong mahasiswa memulai bisnis di masa pandemi Covid-19 dan untuk mengetahui strategi bisnis yang diterapkannya, sehingga akan lebih valid jika penelitian ini dilakukan dengan menggali secara langsung dari para pelaku usaha yang bersangkutan. Penelitian fenomenologi juga menjunjung nilai naturalitas yang berarti tidak ada manipulasi dalam penelitian dan harus sesuai dengan fakta.

Subjek penelitian ini adalah mahasiswa Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jenderal Soedirman yang memulai usahanya di masa pandemi Covid-19. Informan terdiri dari empat orang mahasiswa yang ditampilkan dalam tabel 2. Adapun alasan peneliti memilih mahasiswa sebagai subjek penelitian adalah (1) mahasiswa merupakan masyarakat terdekat dengan peneliti, sehingga memungkinkan tercapainya keterbukaan maksimal demi memperoleh informasi secara mendalam, (2) mahasiswa merupakan seorang yang memiliki tanggung jawab akademik, namun beberapa dari mereka justru membuka bisnis yang dapat memecah fokus dan berpeluang mengabaikan salah satunya, (3) mahasiswa merupakan masyarakat yang paling dekat dengan perkembangan teknologi, dan (4) mahasiswa merupakan *Agent of Change*, *Agent of Analysis*, dan *Agent of Control* yang akan mengendalikan arah masa depan bangsa dan negara.

Tabel 2 Daftar Informan

No.	Nama	Jenis Bisnis	Jenis Produk	Tanggal Interview
1.	Lia	Manufaktur	Kerudung	9 Maret 2022
2.	Tasya	Manufaktur	Ekado dan banoffee	11 Maret 2022
3.	Nia	Manufaktur	Dimsum	31 Maret 2022
4.	Daffa Sahmilah	Usaha MLM	Kosmetik	12 Mei 2022

Wawancara dilakukan dari Maret sampai Mei 2022 sebagai pengumpulan data dengan memanfaatkan media online. Wawancara dilakukan untuk mendapatkan data mengenai persepsi, opini, serta pengalaman pribadi informan dalam membangun bisnis serta rencana bisnis mereka ke depannya.

Analisis terhadap data yang telah diperoleh melalui wawancara pertama-tama dilakukan transkrip data, yaitu mengonversikan data audio menjadi sebuah teks yang berisi jawaban dari setiap informan. Selanjutnya dilakukan triangulasi sumber dan teori untuk menguji keabsahan data yang telah diperoleh.

Teknik triangulasi dilakukan sebagai analisis data, yaitu suatu teknik yang menggunakan metode ganda dengan memanfaatkan suatu hal diluar data yang telah dikumpulkan sebagai pembanding atau untuk pengecekan keabsahan data tersebut (Bachri, 2010). Proses triangulasi pada penelitian ini dilakukan dengan membandingkan hasil yang diperoleh dari wawancara seorang informan terhadap hasil wawancara dari informan lain. Triangulasi juga dilakukan dengan membandingkan hasil dari wawancara informan terhadap landasan teori yang peneliti gunakan. Hal ini bertujuan untuk mengurangi sebanyak mungkin bias sehingga mendapatkan hasil penelitian yang lebih valid.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Faktor-Faktor yang Mendorong Mahasiswa Berwirausaha

Pada analisis faktor-faktor yang mendorong mahasiswa berwirausaha peneliti menggunakan tiga indikator, yaitu indikator niat, ketangguhan akademis, dan indikator pembelajaran kewirausahaan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwasannya faktor utama yang mendorong mahasiswa berwirausaha adalah faktor niat, sesuai dengan yang dijelaskan pada teori perilaku terencana oleh Ajzen (1991). Bahwasannya niat mampu mendorong seseorang untuk melakukan sesuatu dengan berbagai pertimbangan dan harapan sebagai timbal balik dari penerapan aktivitas tersebut.

Penelitian ini menunjukkan bahwasannya munculnya niat dipengaruhi oleh faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal adalah faktor yang mendorong niat yang berasal dari dalam individu, seperti:

(1) minat bisnis sejak kecil seperti pernyataan N (3.1.1) berikut:

"Aku memang senang berjualan. Pertama kali saat kelas 9 SMP, aku menjadi reseller baju melalui BBM di grup."

(2) menambah pendapatan pribadi, seperti pada pernyataan DS (4.1.1) berikut:

"Kalau aku motivasinya karena aku merasa perlu untuk mandiri secara finansial dan keluar dari tanggungan orang tua. Jadi memang dari dulu ingin cepat untuk itu. Makanya aku mulai bisnis. Dengan begitu aku lebih bebas untuk explore karena resiko keuangan ada di aku, bukan di orang tua."

(3) memanfaatkan hobi, seperti pernyataan N (3.1.1) berikut:

"Karena hobi memasak, seperti dessert, camilan, dan rasanya enak."

(4) adanya riwayat keluarga pengusaha, seperti pernyataan DS (4.1.4) berikut:

"Ada, Abi aku punya toko kelontong, toko swalayan di rumah. Dari kecil aku memang sudah terpapar sama bisnis. Karena itu toko dari aku kecil, dari aku lahir. Jadi mata pencaharian Abi aku dari toko itu. Ketika melihat teman aku yang orang tuanya punya bisnis tapi dia tidak punya ketertarikan bisnis, membuat aku melihat lebih dalam bahwa ternyata keterlibatan aku dalam bisnis ayah aku itu yang bikin minat aku di bisnis itu makin kuat."

Adapun faktor eksternal yang mendorong niat mahasiswa menjadi pengusaha adalah (1) faktor keisengan dan coba-coba, (2) banyaknya waktu luang akibat kuliah dilakukan secara daring, dan (3) mengambil mata kuliah kewirausahaan seperti yang dinyatakan oleh L (1.1.1) berikut:

"Selama Corona bingung karena kuliah online, ingin mencari kesibukan lain, jadi kenapa tidak mencoba saja (merintis bisnis). Awal berjualan kita hanya bermodalkan beberapa sampai

akhirnya terkumpul lebih banyak dan kami membuka produk sendiri, coba-coba memiliki merek sendiri.”

Berikut pernyataan T (2.1.9):

“Karena pada mata kuliah tersebut (kewirausahaan) kami diberikan tugas untuk terjun langsung berjualan. Saat itu aku berjualan dessert oreo yang kemudian dijual di edumart. Dari tugas tersebut, aku tertarik untuk mencoba berjualan kembali.”

Selain niat, faktor lain yang mendorong mahasiswa berwirausaha adalah ketahanan akademik dan mata kuliah kewirausahaan. Faktor mata kuliah kewirausahaan telah dibahas sebelumnya, karena termasuk ke dalam bagian faktor internal yang mendorong niat. Analisis ketahanan akademik dilihat berdasarkan adanya target akademik dan bisnis yang ditetapkan oleh informan. Penelitian ini menunjukkan bahwa informan memiliki target yang ditetapkan masing-masing baik target dalam bisnis maupun target dalam akademik mereka. Hal ini sebagaimana pernyataan N (3.1.7) berikut:

“Ada target, bukan agar menjadi mahasiswa berprestasi, tetapi aku dapat menjalani dengan baik, mengaplikasikan ilmunya. Target aku September lulus, maksimal selesai tahun ini.”

pernyataan ini dilanjutkan dengan informan yang sama N (3.1.8) berikut:

“Aku ingin membuka usaha besar. Aku ingin membuat toko atau kafe, restoran dimsum.”

Analisis faktor yang mendorong mahasiswa berwirausaha akan disajikan pada tabel berikut:

Tabel 3 Faktor-Faktor yang Mendorong Mahasiswa Berwirausaha

1. Analisis faktor niat	<ul style="list-style-type: none"> • Internal <ul style="list-style-type: none"> • Minat bisnis sejak kecil • Menambah pendapatan pribadi • Memanfaatkan hobi • Adanya riwayat keluarga pengusaha • Eksternal <ul style="list-style-type: none"> • Faktor keisengan dan coba-coba • Banyaknya waktu luang akibat kuliah dilakukan secara daring • Mengambil mata kuliah kewirausahaan
2. Analisis faktor ketahanan akademik	Adanya target bisnis dan akademik yang ditetapkan
3. Analisis faktor mata kuliah kewirausahaan	Tugas berjualan mata kuliah kewirausahaan mempengaruhi minat bisnis

Sumber: Diolah Peneliti

Analisis Strategi yang digunakan dalam bisnis

Keberhasilan suatu usaha erat kaitannya dengan karakteristik pelaku usaha dan strategi yang diterapkan dalam bisnisnya. Karakteristik dari masing-masing pelaku usaha menentukan sejauh mana bisnis dapat bertahan dan berkembang, dilihat dari evaluasi masing-masing pelaku bisnis berdasarkan pengalaman bisnis di masa lalu dan kritik yang diterima dari konsumen, juga melihat bagaimana seseorang memotivasi dirinya sendiri. Karakteristik yang digunakan dalam penelitian ini berdasarkan pada temuan (Mukherjee, 2016).

Penelitian ini menunjukkan bahwa informan telah memiliki karakteristik wirausaha, yaitu; (1) memiliki tujuan bisnis yang jelas. Informan memutuskan dengan jelas tujuan dibangun bisnis sebagai pekerjaan utama atau sampingan. Berikut pernyataan N (3.2.1):

"Aku memikirkan bisnis untuk ke depannya, karena aku merasa tidak cocok dengan orang kantoran. Kebanyakan kelulusan akuntansi ingin bekerja kantoran, menjadi auditor, bekerja di BPK dengan gaji sebulan lima juta hingga dua digit. Namun selama pengalaman magang, aku melihat pekerjaan itu sangat menghabiskan banyak waktu di depan komputer dari pagi hingga sore, menyusun laporan. Karena itu, menjadi pekerja kantoran menjadi planning terakhir aku. Tujuan utama aku ingin fokus bisnis. Aku ingin buka usaha besar, namun karena keperluan modal yang besar pula, aku tetap harus bekerja kantoran terlebih dahulu."

(2) bersemangat dan antusias, informan memberikan persiapan yang matang dalam bisnisnya sebagaimana pernyataan T (2.2.2) berikut:

"Pada awalnya aku hanya mencoba memasak kembali, kemudian menyiapkan feeds. Target pasar berawal dari teman-teman yang kemudian diminta bantuannya untuk turut menyebarkan bisnis aku melalui media sosial mereka. Selain itu, aku juga melakukan promosi melalui endorse di Instagram. Persiapan yang aku lakukan berlangsung sekitar satu bulan."

(3) memiliki ketegasan, informan memutuskan produk mereka berdasarkan beberapa faktor, yaitu; adanya peluang pasar, mudah dalam produksi, bahan baku mudah didapat, kemampuan mumpuni dalam produksi, serta produk yang dijual merupakan produk untuk semua usia, hal ini sebagaimana pernyataan N (3.2.4b):

"Dibandingkan membeli baju, orang-orang akan lebih memilih membeli makanan. Selain itu, ada juga teman-teman yang sedang tidak ingin memakan nasi, ingin mencari camilan, jadilah mereka membeli dimsum. Membeli makanan tidak 'eman-eman'. Dan orang-orang akan repurchase karena barang habis, tidak seperti produk non kuliner. Selain itu, dimsum ini bisa semua usia, tidak seperti hijab yang hanya untuk wanita saja."

(4) pengambil risiko. Penelitian ini menunjukkan bahwa hambatan yang dihadapi suatu bisnis dapat berasal dari faktor internal dan eksternal sebagaimana pernyataan T (2.2.5) berikut:

"Ada pesaing dengan produk serupa, seperti dimsum dan dessert yang sedang menjadi tren. Aku membuat video-video menarik untuk feeds dan story, serta endorse pada orang yang telah memiliki banyak followers."

(5) mampu menciptakan inovasi bisnis. Informan memiliki inovasi yang diterapkan dalam masing-masing bisnis mereka. Inovasi yang diterapkan informan mencakup kelebihan dalam produk dan kelebihan dalam pelayanan bisnis. Berikut pernyataan L (1.2.8):

"Kelebihan produk aku bahannya polycotton jadi lebih nyaman, lebih tebal, dan ukurannya lebih lebar dari ukuran standar. Harganya sangat terjangkau. Terus pakai jahit tepi, bukan neci, jadi lebih tahan. Kalau neci kan biasanya copot."

(6) motivasi diri yang kuat, informan memiliki cara khas yang mereka lakukan agar motivasi mereka tetap terjaga. Penelitian ini menunjukkan bahwa motivasi dapat berasal dari internal seperti visi yang kuat, dan berasal dari faktor eksternal seperti uang yang menjadi motivasi seperti pernyataan N (3.2.9):

"Motivasi aku adalah uang. Karena dengan masuknya uang bisa aku putar lagi menjadi modal. Atau bisa aku manfaatkan untuk keperluan pribadi."

(7) mampu mengatur waktu dengan cukup baik. Karakteristik wirausaha ini yang masih menjadi kendala bagi informan. Seluruh informan menyatakan bahwa mereka masih merasa kesulitan untuk konsisten, tetapi mereka telah menemukan cara untuk mengatasinya, yaitu dengan membuat *to-do-list* harian, seperti pada pernyataan DS (4.2.10) berikut:

"Kalau aku membuat list-to-do harian. Kemudian dikira-kira, apakah akan achieve semua atau tidak. Jika tidak, maka dibuat list prioritas. Dieliminasi mana yang sekiranya tidak harus selesai hari itu. Saat malam sebelum tidur dievaluasi, mana yang belum di checklist dan karena apa."

(8) bersikap fleksibel dan berpikir terbuka sebagaimana pernyataan L (1.2.12a-12d) berikut:

"Awalnya saat 2020 aku dan temanku reseller. Pendapatan dari hasil reseller itu dijadikan modal untuk membeli bahan sendiri, jahit, dan membuat merek sendiri. Kita bagi-bagi tugas, tetapi kalau memang harus bersama ya bareng. Tapi kalau bisa sendiri ya tetap bagi tugas. Pembagian tugasnya sejauh ini fix. Paling kalau misal salah satu dari kita memang tidak bisa,

ya yang lain bantu back up. Diskusi atau rapat dilakukan saat memang perlu. Kita paling sering komunikasi lewat whatsapp. Nanti kalau ketemu baru kita diskusiin lebih lanjut terkait itu. Konflik yang terjadi belum pernah terlalu besar, lebih sering miscommunication. Hal yang menjadi pertimbangan dalam bisnis diambil berdasarkan hasil keputusan bersama. Intinya, saling melengkapi. Misalnya dari aku ingin bikin ini-ini, terus nanti didiskusikan.”

Hasil penelitian ini mengungkapkan bahwa bisnis yang telah membentuk tim mampu bertahan karena beberapa kriteria berikut; perubahan dalam sebuah bisnis dapat direalisasikan hanya jika berdasarkan keputusan bersama, tugas dan tanggung jawab dalam sebuah tim juga harus terbagi dengan jelas, seluruh anggota tim memegang prinsip kerjasama yang kuat.

Selain karakteristik wirausaha, indikator lain yang digunakan pada analisis ini adalah keunggulan kompetitif. Keunggulan kompetitif adalah kemampuan perusahaan dalam memberikan kinerja yang lebih baik dibandingkan dengan perusahaan lain di dalam industri yang sama dengan memanfaatkan ciri khas yang dimilikinya (E Porter, 2007). Penelitian ini menunjukkan bahwa informan telah menerapkan keunggulan kompetitif dalam bisnis mereka dilihat dari beberapa kriteria (Sari, 2020) berikut; (1) pelayanan yang memuaskan. Tidak ada informan yang pernah menerima kritik mengenai pelayanan bisnis mereka seperti pada pernyataan DS (4.2.11) berikut:

“Kalau (kritik) dari customer tidak ada, tetapi kalau dari mentor ada, semacam evaluasi gitu.”

(2) kemudahan dan efisiensi dalam mengakses sistem, informan menggunakan media sosial yang ramah pengguna, yang mana merupakan media sosial paling populer di kalangan masyarakat sehingga tidak ada yang merasa sulit mengoperasikan sistem. Berikut pernyataan DS (4.2.13) berikut:

“Untuk marketingnya aku lewat instagram dan story whatsapp. Sedangkan selling-nya personal, menawarkan langsung, bahasa kerennya direct selling. Jadi, yang status dan story itu untuk meningkatkan awareness-nya, sedangkan direct selling itu untuk meningkatkan penjualannya. Karena tidak semua yang aware itu langsung membeli.”

(3) harga yang kompetitif. Informan menggunakan perhitungan harga pokok produksi sebagai dasar penentuan harga. Harga yang ditetapkan informan juga kompetitif karena sesuai dengan kualitas dari produk yang ditawarkan. Hal ini sebagaimana pada pernyataan L (1.2.14) berikut:

“Biasanya kita cek dulu supplier-nya dari mana, ongkos kirim berapa, nanti kita ingin keuntungan berapa ditambah ongkos kirim. Nah itu ditambah ke harga asli.”

(4) fleksibilitas metode pembayaran, informan memberi dua pilihan pada metode pembayaran yaitu tunai dan transfer. Hal ini memudahkan pelanggan dalam melakukan transaksi. Hal ini sebagaimana pernyataan N (3.2.15) berikut:

“Transfer dan langsung. Shopee pay, BRI, BNI, dan BSI.”

Analisis strategi dalam penelitian ini menggunakan indikator karakteristik wirausaha dan analisis keunggulan kompetitif yang akan disajikan pada tabel berikut:

Tabel 4 Strategi Wirausaha

1. Analisis karakteristik pelaku usaha	<ul style="list-style-type: none"> • Memiliki tujuan bisnis yang jelas • Bersemangat dan antusias • Memiliki ketegasan • Pengambil risiko • Mampu menciptakan inovasi bisnis • Motivasi diri yang kuat • Mampu mengatur waktu dengan cukup baik • Bersikap fleksibel dan berpikir terbuka
2.	<ul style="list-style-type: none"> • Pelayanan yang memuaskan: tidak ada kritik pelayanan dari pelanggan

Analisis keunggulan kompetitif	<ul style="list-style-type: none"> • Kemudahan dan efisiensi dalam akses sistem: media sosial ramah pengguna • Harga yang kompetitif • Fleksibilitas metode pembayaran: menawarkan lebih dari dua pilihan metode pembayaran
--------------------------------	--

Sumber: Diolah Peneliti

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa informan memiliki karakteristik wirausaha dan telah menerapkan strategi dengan baik berdasarkan analisis keunggulan kompetitif. Hal ini ditunjukkan dari terpenuhinya indikator-indikator yang membawahi analisis karakteristik wirausaha dan keunggulan kompetitif.

SWOT Analysis

Dilihat dari hasil penelitian yang telah diungkapkan di atas, analisis terhadap faktor-faktor yang mendorong mahasiswa berwirausaha dapat dikategorikan menjadi beberapa kategori, yaitu kekuatan (*strength*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunity*), dan ancaman (*threat*) yang kesemuanya bersinergi membentuk analisis SWOT. Oleh karena itu, pembahasan dalam penelitian ini akan dijelaskan dengan menggunakan analisis SWOT, yaitu sebuah strategi yang menganalisis kekuatan, kelemahan, peluang, serta ancaman yang mempengaruhi jalannya suatu bisnis (Gurl, 2017).

Berikut gambar analisis SWOT yang telah diolah dari hasil penelitian:

<i>Strength</i>	<i>Opportunity</i>
Motivasi Diri Visi Hobi Kemampuan Minat Relasi yang dimiliki	Riwayat Keluarga Pebisnis Kegiatan yang Fleksibel Peluang Pasar Jenjang Karir Bahan Baku yang mudah didapat Produk segala usia dan kalangan Produk habis pakai
<i>Weakness</i>	<i>Threat</i>
Kepribadian Manajemen diri Keterbatasan SDM dan perlengkapan produksi	Pesaing Tidak memenuhi target Harga produk bergantung pada fluktuasi harga pasar

Gambar 2: SWOT Analysis

Sumber: Diolah Peneliti

Berikut adalah penjelasan masing-masing kategori dari analisis SWOT; (1) kekuatan (*strength*). Penelitian ini mengungkapkan bahwa kekuatan (*strength*) yang mendorong mahasiswa untuk berwirausaha terdiri dari enam faktor, yaitu motivasi diri, visi, hobi, kemampuan, minat, dan relasi yang dimiliki. Motivasi diri yang tinggi, ditambah dengan minat yang kuat dan visi yang jelas bersinergi membentuk pondasi yang kokoh dalam diri yang dapat mendorong seseorang pada keberhasilan dan mempertahankan seseorang pada jalannya saat menghadapi situasi sulit. Hobi dan kemampuan yang dimiliki menjadi pondasi yang kuat dalam mempertahankan bisnis yang dirintis, karena dengan kemampuan yang mumpuni kegiatan bisnis menjadi lebih mudah, terlebih jika kegiatan yang bersangkutan merupakan hobi yang mana dia merasa senang saat melakukannya. Adapun relasi yang dimiliki oleh informan menjadi jembatan keberhasilan bisnis

pada awal perintisan, karena memanfaatkan relasi yang dimiliki secara efektif dan efisien dapat mengenalkan produknya pada kalangan luas tanpa mengorbankan banyak hal.

(2) Analisis Kelemahan (*Weakness*). Kelemahan yang dimiliki informan dalam penelitian ini terdiri dari tiga hal, yaitu kepribadian, manajemen diri, dan keterbatasan dalam bisnis. Kepribadian yang tidak sesuai dengan *jobdesk* seperti yang diungkapkan oleh informan DS menjadi kelemahan yang dimilikinya, sehingga membuat dirinya memerlukan waktu lebih untuk beradaptasi di awal bisnisnya. Kepribadian 'tidak enakan' juga menjadi kelemahan yang dimiliki oleh informan N yang menyebabkan sistem pembayaran dalam bisnisnya tidak berjalan efektif, terjadi beberapa kali konsumen tidak membayar karena informan N merasa tidak enak jika harus menagihnya.

Menjalankan bisnis merupakan pekerjaan yang fleksibel, dapat dilakukan di manapun dan kapanpun, tanpa terikat oleh ketentuan dan peraturan dari pihak luar. Hal itu merupakan salah satu kelebihan dari menjalankan bisnis, tetapi di sisi lain juga dapat menjadi bumerang jika terlalu larut dalam fleksibilitas tersebut. Oleh karena itu, manajemen diri yang kuat sangat diperlukan agar tercapai efektifitas dan efisiensi bisnis yang diharapkan. Manajemen diri menjadi satu hal yang masih perlu dilatih dan dikembangkan terutama oleh mahasiswa yang ingin menjalankan bisnis, sehingga dapat menjalani perannya sebagai mahasiswa tanpa menelantarkan bisnis yang dirintisnya.

Masa-masa awal perintisan bisnis tidak bisa seketika sempurna. Bergelut dengan keterbatasan dan kekurangan menjadi hal lumrah bagi setiap pebisnis pemula, seperti yang dialami oleh informan N yang mana bisnis yang dijalaninya menjadi lebih berat karena keterbatasan tenaga kerja dan peralatan produksi yang dimilikinya.

(3) Analisis Peluang (*Opportunity*). Peluang yang didapatkan oleh informan dalam penelitian ini terdiri dari faktor riwayat keluarga, jenis bisnis dan produk, serta adanya peluang pasar yang memadai. Riwayat keluarga pebisnis tidak selalu menjadi peluang yang memadai kecuali jika dilibatkan langsung dalam proses bisnisnya karena tidak semua yang memiliki riwayat keluarga pebisnis memiliki minat untuk turut terjun mendalami kegiatan bisnis. Pemilihan jenis produk dan jenis bisnis menjadi hal perlu dipertimbangkan matang-matang karena harus sesuai dengan hal yang dikehendakinya dalam bisnis. Kriteria bisnis yang diharapkan oleh informan DS adalah kegiatan yang fleksibel, dapat dilakukan tanpa perlu terikat oleh waktu dan tempat tertentu. Adanya jenjang karir yang ditawarkan dalam bisnis MLM memperkuat keputusannya untuk masuk ke dalam bisnis MLM. Bagi perintis bisnis manufaktur, pemilihan jenis produk merupakan hal yang krusial. Tidak hanya mempertaruhkan kemampuan diri, kemampuan dalam pengadaan alat produksi, tetapi juga melihat peluang pasar yang potensial, yang dapat menjanjikan keberlangsungan bisnis di masa mendatang. Kriteria dalam pemilihan produk untuk bisnis diantaranya adalah bahan baku yang mudah didapat, produk yang dihasilkan adalah untuk segala kalangan, atau produk merupakan bahan habis pakai.

(4) Analisis Ancaman (*Threat*). Menjalani bisnis berarti siap menghadapi berbagai ancaman yang mungkin terjadi dalam prosesnya. Ancaman yang dihadapi oleh informan dalam penelitian ini diantaranya adalah adanya pesaing yang potensial, salah satunya pesaing dengan produk serupa. Ancaman lain yang dihadapi dalam bisnis adalah saat jumlah pesanan yang masuk tidak memenuhi target yang ditetapkan. Harga produk yang sangat bergantung dengan fluktuasi harga bahan baku di pasar juga menjadi ancaman bagi pebisnis.

KESIMPULAN

Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk menggali faktor-faktor apa saja yang mendorong mahasiswa berwirausaha di masa pandemi Covid-19 serta bagaimana strategi yang informan gunakan dalam membangun usahanya. Dasar penelitian ini mengacu pada teori perilaku terencana (motivasi dan niat), teori keunggulan kompetitif (strategi dalam berkompetisi di pasar persaingan industri), teori kewirausahaan (karakteristik wirausaha), dan analisis SWOT (membagi hasil penelitian ke dalam empat kategori; kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman).

Kesimpulan yang dapat ditarik berdasarkan hasil yang telah dibahas dari penelitian ini adalah sebagai berikut: (1) Faktor utama yang mendorong mahasiswa berwirausaha di masa pandemi Covid-19 adalah niat. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa suatu niat muncul akibat pengaruh dari dua faktor, yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal merupakan faktor yang murni berasal dari dalam individu, dan sebaliknya faktor eksternal merupakan faktor yang berasal dari lingkungan luar yang mempengaruhi individu. Dengan niat berwirausaha yang kuat, informan juga menetapkan target yang ditetapkan untuk usahanya.

(2) Strategi yang digunakan informan dalam membangun bisnis sudah cukup baik, dilihat dari penetapan tujuan bisnis yang jelas, melakukan persiapan dengan matang, menentukan jenis produk dengan seksama didasarkan pada kriteria-kriteria tertentu yang mampu mendorong usahanya dengan maksimal, berani menghadapi berbagai risiko yang mungkin terjadi, mampu menciptakan inovasi, memiliki motivasi diri yang kuat, bersikap fleksibel, dan berpikiran terbuka. Namun, terdapat kekurangan yang dimiliki informan, yaitu masih kurangnya kemampuan dalam mengatur waktu. Informan mengaku masih merasa sulit untuk mengatur waktu dengan baik dan masih berusaha untuk terus membenahi diri. Adapun strategi dalam pelayanan kepada pelanggan sudah sangat baik. Hal ini dapat dinilai dari tidak adanya kritik yang diterima dari konsumen mengenai pelayanan yang diberikan oleh informan dalam bisnisnya. Selain itu, informan juga menggunakan media sosial sebagai media dalam melakukan bisnisnya yang mana media sosial merupakan platform yang sangat populer di masyarakat dan ramah pengguna. Informan juga telah menawarkan harga yang kompetitif, memperhitungkan keuntungan bagi bisnisnya sekaligus kualitas yang diterima oleh pelanggan. Seluruh informan juga memberikan pilihan metode pembayaran, yaitu secara langsung dan transfer yang dapat memudahkan pelanggan dalam melakukan transaksi.

Implikasi

Berdasarkan hasil dari penelitian yang telah dibahas terdapat beberapa masalah yang perlu diperbaiki: (1) perlu pembuatan rencana yang matang untuk pengembangan usaha ke depannya, (2) perlu adanya mentor sebagai pendamping usaha untuk memberi arahan dan saran yang berkualitas, (3) perlu untuk menemukan dan bergabung dengan komunitas wirausaha yang membangun sehingga mampu mendorong dan menguatkan disaat-saat sulit, (4) tidak hanya menetapkan target, tetapi perlu juga melakukan perumusan rencana dan langkah-langkah konkrit yang harus dilakukan agar target yang telah ditetapkan dapat dicapai, (5) perlu melakukan evaluasi secara rutin sehingga menyadari kelebihan dan kekurangan yang perlu ditingkatkan dan diperbaiki, serta peluang dan ancaman apa saja yang perlu diantisipasi, (6) perlu adanya pembenahan manajemen diri, disiplin waktu dan konsistensi, dan (7) perlu memanfaatkan media sosial dan platform tambahan untuk memperluas jangkauan pasar.

Keterbatasan Penelitian

Keterbatasan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut: (1) wawancara secara daring sempat terhambat dengan alasan sangat sulit untuk meminta kepastian waktu dalam melakukan wawancara karena terdapat informan yang sangat sulit untuk dihubungi, (2) saat wawancara berlangsung koneksi sempat terputus karena masalah sinyal sehingga beberapa kalimat informan yang terekam menjadi terpotong atau kurang jelas terdengar, (3) informan dalam penelitian ini hanya terbatas pada mahasiswa yang baru saja merintis usahanya, sehingga penelitian selanjutnya diharapkan bisa meneliti terhadap mahasiswa atau alumni yang telah berhasil mempertahankan usahanya lebih dari tiga tahun.

DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, I. (1991). *The Theory of Planned Behavior*. Academic Press. Inc.
- Aprilia, C. E. S. (2021). *Persentase Peningkatan Segmentasi Pasar Online di Masa Pandemi COVID-19*. Kumparan. <https://kumparan.com/christy-evanda/persentase-peningkatan-segmentasi-pasar-online-di-masa-pandemi-covid-19-1vBja9BD426/full>
- Ashshidiqy, N., & Ali, H. (2019). *Penyelarasan Teknologi Informasidengan Strategi Bisnis*. *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 1(1), 51–59. <https://doi.org/10.31933/jemsi.v1i1.46>

- Bachri, B. S. (2010). Meyakinkan Validitas Data Melalui Triangulasi Pada Penelitian Kualitatif. *Jurnal Teknologi Pendidikan*, 10, 46–62.
- Dahono, Y. (2021). *Data: Ini Media Sosial Paling Populer di Indonesia 2020-2021*. Beritasatu.Com. <https://www.beritasatu.com/digital/733355/data-ini-media-sosial-paling-populer-di-indonesia-20202021>
- Dwiastanti, A., & Mustapa, G. (2020). Pengaruh Karakteristik Wirausaha, Lingkungan Eksternal Dan Strategi Bertahan Umkm Dalam Menjaga Keberlangsungan Usaha Di Musim Pandemi Covid 19. *Business and Accounting Education Journal*, 1(3), 228–240.
- E Porter, M. (2007). *Competitive Strategy*. Harvard University Press.
- Eti, K. (2019). *Strategi Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Jumlah*.
- Gurl, E. (2017). SWOT Analysis: A Theoretical Review. *The Journal of International Social Research*, 10(51).
- Harahap, N. J. (2019). Mahasiswa dan Revolusi Industri 4.0. *Jurnal Ecobisma*, 6(1), 70–78.
- Limanseto, H. (2021). *UMKM Menjadi Pilar Penting dalam Perekonomian Indonesia*. <https://ekon.go.id/publikasi/detail/2969/umkm-menjadi-pilar-penting-dalam-perekonomian-indonesia>
- Malau, P., Ambarita, L. M., & Sinaga, N. A. (2020). Sosialisasi Strategi Persaingan Bisnis Online di Era Pandemi Covid 19 di Fakultas Hukum Universitas Simalungun. *Prosiding Seminar Nasional Hasil Pengabdian*, 432–435.
- Martoredjo, N. T. (2020). Pandemi Covid-19: Ancaman atau Tentangan bagi Sektor Pendidikan? *Jurnal Pendidikan*, 2(1), 1–15.
- Mujib, A. (2015). Pendekatan Fenomenologi Dalam Studi Islam. *Jurnal Pendidikan Islam*, 6(November), 167–183.
- Mukherjee, K. (2016). The Psychology of the Successful Entrepreneur. *International Journal of Advanced Engineering and Management*, 1(1), 25–32.
- Nasution, M. I. P. (2014). Keunggulan Kompetitif dengan Teknologi Informasi. *Jurnal Elektronik*.
- Putri, L. P., & Christiana, I. (2020). Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Mahasiswa Berwirausaha Di Masa Pandemi Covid. *Scenario (Seminar of Social Sciences Engineering and Humaniora)*, 211–215. <http://jurnal.pancabudi.ac.id/index.php/scenario/article/view/1187>
- Rusdiana. (2014). *Kewirausahaan Teori dan Praktik*. CV Pustaka Setia.
- Sari, S. P. (2020). Strategi Meningkatkan Penjualan Di Era Digital. *Scientific Journal of Reflection: Economic, Accounting, Management and Business*, 3(3), 291–300. <https://doi.org/10.5281/zenodo.3930698>
- Wahyuningsih, E. S., Sagala, D. M., Rahmadani, Y., Arifah, A., & Sari, D. P. P. (2021). Analisis Strategi Pengembangan Bisnis Pada Masa Pandemi (Studi PT Indofood Sukses Makmur). *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 5(2), 3057–3065. <https://jptam.org/index.php/jptam/article/view/1341>