

STRATEGI MAHASISWA FISIP UNRI DALAM MENGEMBANGKAN USAHA

Oleh: Ditha Yulia Ifni

dithayuliaifni@gmail.com

Dosen Pembimbing: T. Romi Marnelly

t.romi@lecturer.unri.ac.id

Jurusan Sosiologi

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Riau

Kampus Bina Widya, Jalan H.R Soebrantas Km. 12,5 Simpang Baru,

Pekanbaru 28293 Telp/Fax. 0761-63277

ABSTRAK

Strategi mahasiswa FISIP UNRI dalam mengembangkan usaha. Penelitian ini dilaksanakan di kampus FISIP UNRI. Tujuan penelitian ini ialah dari penelitian adalah untuk bagaimana bentuk hambatan yang dihadapi dalam menjalankan usaha bagi mahasiswa tersebut serta untuk mengetahui bentuk pilihan-pilihan strategi yang digunakan oleh mahasiswa FISIP yang berwirausaha tersebut dengan tujuan mengembangkan usaha. Selama melaksanakan penelitian, penentuan subjek dilakukan dengan menggunakan teknik *purposive sampling* yang telah ditentukan kriterianya berdasarkan kebutuhan dari penelitian ini. Dari kriteria yang ada, diambil 4 orang informan sebagai subjek penelitian ini yang disesuaikan dengan produk yang dihasilkan oleh informan masing-masing. Lalu dalam menjalankan penelitian ini teori yang digunakan ialah pilihan rasional dari tokoh James S. Coleman. Dalam teori ini terdapat 2 aspek, yakni aktor (mahasiswa) dan aspek sumber daya (produk). Dari kedua aspek tersebut masing-masing dilihat bentuk pilihan strategi yang digunakan oleh informan yang bagi mereka dapat memberikan keuntungan selama menjalankan sebuah usaha atau bisnis dan ini tentu berdasarkan hambatan usaha yang telah mereka alami. Adapun hasil dari kajian ini ialah dalam berwirausaha ada yang namanya hambatan berwirausaha. Hambatan berwirausaha tersebut bisa disebabkan oleh adanya perspektif konsumen yang berbeda-beda, modal yang tidak mencukupi, persaingan bisnis dan faktor lainnya. Berdasarkan hambatan yang mereka alami, maka informan sebagai mahasiswa yang memiliki usaha berusaha melihat pilihan strategi dari segi cara menentukan produk, harga, lokasi, proses promosi hingga proses penjualan.

Kata kunci: Wirausaha, Strategi, Hambatan.

**STRATEGY OF FISIP UNRI STUDENTS
IN DEVELOPING BUSINESSES**

By: Ditha Yulia Ifni

dithayuliaifni@gmail.com

Supervisor: T. Romi Marnelly

t.romi@lecturer.unri.ac.id

Department of Sociology

Faculty of Social and Political Sciences

**Bina Widya Campus, Jalan H.R Soebrantas Km. 12.5 Simpang Baru,
Pekanbaru 28293 Tel / Fax. 0761-63277**

ABSTRACT

The strategy of FISIP UNRI students in developing their business. This research was carried out on the campus of FISIP UNRI. The purpose of this research is to find out how the obstacles faced in running a business for these students and to know the form of strategic options used by fisip students who are entrepreneurial with the aim of developing the business. During the research, the determination of the subject was done using purposive sampling techniques that have been determined criteria based on the needs of this research. From the existing criteria, 4 informants were taken as the subject of this study which was adjusted to the products produced by each informant. Then in carrying out this research the theory used was the rational choice of the character James S. Coleman. In this theory there are 2 aspects, namely actors (students) and aspects of resources (products). From both aspects, each of them looks at the form of choice of strategies used by informants that for them can provide an advantage during the running of a business or business and this is certainly based on the business obstacles they have experienced. The result of this study is in entrepreneurship there is such a thing as entrepreneurial barriers. These entrepreneurial barriers can be caused by different consumer perspectives, insufficient capital, business competition and other factors. Based on the obstacles they experience, the informant as a student who has a business trying to see the choice of strategy in terms of how to determine the product, price, location, promotion process to the sales process.

Key words: Entrepreneurship, Strategy, Constraints.

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Wirausaha merupakan profesi yang saat ini banyak digeluti oleh kaum millennial Indonesia, bukan hanya mencari keuntungan semata tetapi juga menambah wawasan dan ruang lingkup pergaulan. Sehingga zaman sekarang, cita-cita seseorang tidak lagi hanya sebatas ingin menjadi dokter, pilot atau bahkan berniat menjadi seorang PNS. Pola pemikiran yang seiring waktu berubah ini didasari karena berubah pula keinginan serta kebutuhan manusia yang beragam dan menginginkan sesuatu yang serba instan, tetapi pada umumnya hal ini biasanya terjadi pada masyarakat perkotaan yang memiliki pemikiran yang bersifat terbuka. Sehingga orang akan mencoba usaha apa saja untuk meningkatkan pendapatan. Memanfaatkan sosial media juga menjadi cara strategis bagi anak muda masa kini untuk mendapatkan peluang pendapatan apalagi dapat dikelola dengan baik.

Melalui fakta tersebut lalu timbulah minat menjadi wirausaha muda yang saat ini menjadi topik yang diinginkan oleh banyak orang. Termasuk di Indonesia, banyak munculnya wirausaha-wirausaha muda yang berani memulai sebuah usaha tanpa berfikir panjang. Melalui tekad, semangat serta keseriusan memulai bisnis baru menjadikan bisnis tersebut dapat berkembang pesat sesuai dengan kebutuhan masyarakat dan juga pada era sekarang orang-orang membutuhkan sesuatu yang serba cepat dan instant sehingga dapat menyesuaikan dengan zaman saat ini.

Menurut Schumpeter, wirausaha sama dengan halnya seorang inovator. Orang-orang yang berwirausaha dituntut untuk selalu melakukan inovasi baru dapat disebut sebagai wirausaha dan sebaliknya jika wirausahawan tersebut tidak dapat melakukan sebuah inovasi maka tidak dapat dikatakan lagi sebagai seorang wirausaha. Menjadi wirausaha tidak sama halnya dengan sebuah jabatan tetapi untuk menjadi wirausaha maka melakukan sebuah peran perubahan. Sehingga peran sebagai wirausaha tersebut ialah:

- a) Melakukan sebuah perubahan secara kreatif
- b) Memiliki jiwa keberanian melakukan sebuah perubahan tersebut
- c) Inovator
- d) Membuat hal-hal yang baru di lingkungan
- e) Mengambil dan memperhitungkan risiko
- f) Berani mencari sebuah peluang dan bisa memanfaatkan peluang tersebut dengan baik
- g) Menciptakan organisasi baru (Sumarsono, 2010, hal. 4)

Bagi seseorang yang ingin menggeluti dunia usaha tidak cukup hanya modal yang cukup, jika sudah memiliki sebuah bisnis atau usaha tentu harus memikirkan bagaimana strategi penjualan yang tentunya dapat memberikan dampak positif terhadap apa yang dikerjakan. Tetapi jika tidak memikirkan bagaimana strategi usaha, maka usaha tersebut tidak akan menguntungkan dan tentu tidak dapat bersaing dengan jenis usaha-usaha yang lainnya yang semakin hari semakin beragam seiring dengan beragam pula

kebutuhan para konsumen di era modern ini.

Termasuk di lingkungan kampus Universitas Riau, tidak sedikit mahasiswa-mahasiswi UNRI mencoba mencari keuntungan melalui dunia bisnis, baik itu secara *online* maupun *offline*. Bisnis yang biasanya dimiliki oleh mahasiswa tersebut seperti pakaian (*fashion*), kuliner, kosmetik (*skincare*) dan barang-barang kebutuhan yang dimiliki oleh mahasiswa umumnya, oleh karena itu mereka harus memiliki strategi penjualan yang dapat menarik perhatian dari konsumen.

Seperti dapat dijual di *event-event* kampus, yang hampir setiap tahun dilaksanakan, ini merupakan hal positif bagi mahasiswa untuk memperkenalkan atau mempromosikan bisnis mereka. Bagi seorang mahasiswa yang berwirausaha mulainya suatu usaha karena adanya peluang (*opportunity*,) tertarik oleh keuntungan yang diharapkan dari usaha tersebut.

Profesi menjadi wirausahawan tersebut juga telah merambat di FISIP saat ini. Faktanya, gerai pendidikan atau kantin diisi oleh mahasiswa FISIP dari berbagai jurusan secara bergantian, selain itu antusiasnya mahasiswa FISIP mengisi *stand-stand* jualan jika ada event kampus atau universitas. Mulai dari makanan, baju hingga souvenir.

Ternyata dunia usaha sudah tidak asing lagi bagi mahasiswa-mahasiswa UNRI khususnya pada mahasiswa-mahasiswi FISIP UNRI. Sehingga dengan memiliki bentuk-bentuk strategi yang tepat dan

menarik dan dapat menjadi berbeda dengan yang lain tentu akan menjadikan usaha tersebut dapat berkembang bukan hanya di lingkungan kampus tetapi juga dapat bersaing dengan usaha sejenis lainnya. Tidak hanya dapat bersaing sesama mahasiswa FISIP tetapi juga dapat bersaing ke ruang lingkup perbisnisan yang lebih luas.

Berdasarkan fenomena di atas, maka penulis akan membahas tentang strategi mahasiswa FISIP yang memiliki usaha dalam mengembangkan usahanya. Sehingga penulis akan melakukan penelitian yang berjudul **“Strategi Mahasiswa FISIP UNRI dalam Mengembangkan Usaha”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian dalam latar belakang diatas, maka beberapa permasalahan yang diambil adalah sebagai berikut:

1. Apa hambatan yang dihadapi mahasiswa FISIP UNRI dalam berwirausaha?
2. Bagaimana strategi mahasiswa FISIP UNRI yang berwirausaha dalam mengembangkan usahanya?

.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian yang berdasarkan dari rumusan masalah di atas sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui hambatan yang dihadapi oleh mahasiswa FISIP UNRI dalam berwirausaha.
2. Untuk mengetahui bentuk strategi mahasiswa FISIP UNRI yang berwirausaha

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Manfaat Teoritik

Hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat sebagai kajian ilmu pengetahuan untuk memberikan pemahaman mengenai dunia usaha khususnya bagi mahasiswa FISIP UNRI.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan dan informasi bagi peneliti lainnya dalam penelitian yang lebih lanjut. Sehingga hal ini dapat menambah dan melengkapi referensi kajian ilmu pengetahuan lainnya yang telah ada serta bermanfaat bagi perkembangan dunia akademis pada masa yang akan datang.

TINJAUAN PUSTAKA

1. Wirausaha

Wirausaha berasal dari kata *entrepreneur* dalam bahasa Indonesia *entrepreneur* diartikan sebagai wirausaha yang merupakan gabungan dari dua kata wira (gagah, berani perkasa dan kata usaha yang berarti bisnis, sehingga dapat diartikan sebagai orang yang memiliki keberanian dalam dunia usaha. (Nasution, Noer, & Suf, 2007, hal. 2)

Mahasiswa dapat diartikan sebagai seorang individu yang sedang menuntut ilmu di perguruan tinggi (negeri atau swasta) dan bisa di lembaga lain yang setara. Mahasiswa juga dianggap sebagai seorang individu yang memiliki kemampuan dalam dunia pendidikan dan dapat berfikir, bertindak dan juga mampu melakukan sebuah perubahan. Sifat kritis juga selalu melekat di diri mahasiswa. (Siswoyo, 2007, hal. 121)

Dalam mengembangkan usahanya, seorang mahasiswa harus dapat melihat potensi yang ada pada produk/jasa yang akan dikembangkan, apakah memang dibutuhkan oleh konsumen atau tidak. Selain itu, mahasiswa juga dapat mengambil perhatian para mahasiswa lainnya sebagai konsumen dengan menawarkan produk/jasa yang dapat memikat perhatian konsumen tersebut.

Mahasiswa yang berwirausaha tidak hanya berpotensi mengembangkan usahanya di dalam kampus tetapi juga sangat menjadi potensial jika memiliki nilai plus, keunikan atau ciri khas jika sudah membawa produk atau jasa ke ruang lingkup yang lebih luas agar dapat dikenal dan mendapatkan pelanggan tetap, di samping itu juga diiringi dengan kepercayaan yang tinggi antara si produsen dan konsumen tersebut, dengan mengelola hubungan yang baik.

2. Faktor Hambatan

Seseorang yang baru akan memulai sebuah bisnis pasti akan menemukan bentuk-bentuk hambatan berwirausaha. Hambatan tersebut dapat datang dari perspektif konsumen lalu ditambah dengan adanya persaingan dunia bisnis. Dalam konteks persaingan dunia bisnis khususnya bagi anak muda yang semakin kompetitif dan terbuka, banyak hambatan yang harus dihadapi. Setiap pengusaha akan bersaing untuk mengedapankan keunggulan dari masing-masing bisnisnya, sehingga dapat menarik perhatian konsumen, yang unggul dalam kualitas produk/jasa yang akan memenangkan persaingan begitu sebaliknya.

Individu atau kelompok yang berwirausaha tersebut dapat memberdayakan sumber daya ekonomi dan SDM. Sumber-sumber ekonomi yang akan dijadikan modal untuk berwirausaha dapat dijalankan jika memiliki manusia-manusia yang memiliki kecerdasan dalam mendapatkan sebuah peluang, sehingga manusia-manusia tersebut harus selalu dituntut kreatif dan berinovasi. Jika tidak memiliki kreatifitas dan inovasi yang tinggi, maka akan menemui hambatan-hambatan yang adap mengganggu kelancaran bisnis.

3. Strategi Wirausaha.

Strategi merupakan sebuah metode atau cara-cara yang disusun secara sistematis yang dapat ditempuh untuk mendapatkan tujuan yang diharapkan, sehingga seorang yang akan memulai dunia usaha harus dapat menetapkan dan menjalankan strategi yang telah dibentuk untuk mendapatkan keuntungan. (Slamet, Tunjungsari, & Le, 2014, hal. 12)

Strategi dapat disimpulkan sejumlah keputusan dan aksi yang ditunjukkan untuk mencapai tujuan (*goal*) dalam menyesuaikan sumber daya organisasi dengan peluang dan tantangan yang dihadapi dalam lingkungan industrinya. (Mudrajad, 2006)

Peran dari seorang wirausaha secara umum memiliki 2 peran, yaitu: 1. Sebagai seorang penemu, artinya seorang wirausaha tersebut berhasil menciptakan rancangan-rancangan produk yang baru, mulai dari ide, proses dan teknologi yang digunakan. 2. Sebagai seorang yang bertugas merencanakan ide-ide

tersebut, sehingga dapat dijadikan sebuah peluang. (Suryana, 2006, hal. 4)

Berikut ini ialah hal-hal diperhatikan dalam berbisnis:

1. Produk

Ialah suatu barang atau jasa yang telah dihasilkan yang akan digunakan oleh konsumen dalam memenuhi kebutuhannya dan juga dapat memberikan tingkat kepuasan terhadap produk yang telah diciptakan.

2. Harga

Harga ialah suatu bentuk nilai yang dapat ditukarkan oleh konsumen dan dalam menetapkan harga mempengaruhi dari kualitas suatu produk barang atau jasa.

3. Lokasi/Tempat

Lokasi/tempat ialah tempat atau penempatan suatu benda, keadaan pada permukaan bumi. Lokasi adalah tempat dimana orang-orang berkunjung. Lokasi yang strategis mempengaruhi seseorang dalam menimbulkan keinginan untuk melakukan pembelian karena lokasinya bisa menentukan keberhasilan pedagang.

4. Promosi

Fungsi promosi dalam bauran pemasaran adalah untuk mencapai berbagai tujuan komunikasi dengan setiap konsumen sehingga informasi yang akan ditawarkan oleh produsen sampai ke konsumen. Agenda promosi harus dilakukan secara konsisten dan disajikan semenarik mungkin untuk menarik perhatian konsumen.

5. Perilaku Konsumen

Dalam memasarkan suatu produk, seorang produsen harus memahami bagaimana bentuk dari perilaku konsumen tersebut sehingga seorang produsen dapat memberikan pelayanan yang memuaskan berdasarkan kebutuhan serta keinginan dari pembeli. Jika telah mengetahui bagaimana perilaku konsumen maka dapat dijadikan sebagai target pasar.

6. Konsisten dalam usaha

Kekonsistenan seorang wirausaha dalam menjalankan usaha harus selalu dipertahankan, karena sifat konsisten tersebut akan mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen terhadap produk atau jasa yang ditawarkan. (Sinuhaji, 2019, hal. 10-13)

7. Proses penjualan

Proses penjualan juga menjadi pertimbangan pelanggan. Jika proses penjualan yang merepotkan pelanggan tentu barang dagangan tidak laku, sebaliknya jika proses penjualan yang cepat dan efisien maka pelanggan akan datang kembali.

Strategi merupakan langkah-langkah yang harus dilakukan dalam berwirausaha dalam mencapai tujuan yang sangat penting untuk mengembangkan usaha yang sedang dirintis, karena seiring berjalannya waktu tantangan akan semakin besar yang akan dihadapi khususnya bagi pembisnis-pembisnis mula.

4. Teori Pilihan Rasional

Teori ini dicetus oleh tokoh James S. Coleman. Orang bertindak secara rasional apabila mereka

mempunyai kerangka preferensi dan membuat keputusan sesuai dengan kerangka preferensinya tersebut. Selain itu, individu mempunyai kepercayaan rasional tentang mengenai apa yang telah ia dapatkan dan inginkan serta tentang biaya dan keuntungan yang diperoleh. Ciri dari teori ini yang sering dilihat yakni pandangannya yang melihat bahwa pilihan merupakan sebuah proses optimalisasi. Pilihan juga dilihat sebagai sesuatu yang rasional juga. (Lelawati, Eksistensi Pedagang Kecil di Kecamatan Rumbai Pesisir Kota Pekanbaru, 2015, hal. 5)

Aktor dianggap sebagai individu yang memiliki tujuan, Sedangkan sumber daya adalah dimana aktor memiliki kontrol serta keinginan yang juga ingin dikontrol sendiri. (Ritzer & Douglas, 2012, hal. 85)

Elemen dari teori pilihan rasional ialah aktor (elemen utama) dan sumber daya. Maksud aktor disini ialah, individu yang memiliki tujuan serta keinginan dalam semua bentuk pilihan yang ingin dicapainya, sehingga individu tersebut selalu terlihat memiliki pikiran yang rasional terhadap apa yang ia anggap untuk meraih keinginannya. Pilihan yang ia buat harus berkaitan dengan sistem atau norma sosial sebagai alat kontrol dalam menentukan pilihan. Dalam hal ini sistem atau norma sosial yang bersifat ekonomis menggunakan perspektif konsumen yang mengkonsumsi produk tersebut. (Damsar, 2011, hal. 135)

Selain itu, melalui teori ini tidak melihat bentuk serta cara bagi si individu dalam merumuskan strategi yang penting ialah rumusan

strateginya tersebut juga sesuai dengan kemampuan aktor (individu). (Ambo, 2010, hal. 193)

Contonya dalam hal berbisnis, para wirausahawan tentu akan memikirkan secara rasional untuk perkembangan bisnis mereka, yang artinya akan memilih jalan yang dianggap dapat memberi keuntungan, dalam segala bentuk sistem sosial yang ada, tetapi hal ini juga harus disesuaikan oleh keadaan aktor itu sendiri dan pada produk yang ia miliki. Wirausahawan tersebut juga akan menghindari hal-hal yang dianggap tidak rasional jika diterapkan untuk bisnis mereka agar tidak terjadi kerugian, hal seperti ini sangat lumrah terjadi karena termasuk dari bagian bentuk pilihan rasional dari pemikiran aktor sebagai seorang wirausahawan.

Teori ini cocok untuk seseorang yang memiliki usaha, karena mereka mempunyai pilihan-pilihan untuk menentukan strategi yang akan diterapkan. Implikasi melalui teori rasioanal ini tertuju pada aktor yang mana aktor dalam penelitian ini ialah mahasiswa wirausaha yang berupaya mencari strategi yang tepat ditengah pesatnya persaingan sesama wirausaha muda. Sehingga mahasiswa yang berwirausaha dapat mempertahankan suatu produk atau jasa.

METODE PENELITIAN

Lokasi Penelitian

Penelitian ini telah dilakukan di kampus FISIP UNRI yang sesuai dengan fokus penelitian judul yakni strategi mahasiswa FISIP UNRI dalam mengembangkan usaha.

Teknik Pengambilan Subjek

Peneliti mengidentifikasi ciri-ciri atau kriteria yang akan diteliti seperti berikut:

1. Mahasiswa aktif FISIP UNRI
2. Memiliki usaha/bisnis dibidang apapun
3. Memiliki *brand* sendiri yang didapat dengan produksi sendiri atau pengambilan produk dari distributor, yang dijalankan secara mandiri atau memiliki rekan kerja
4. Usaha *online* atau *offline*
5. Sudah menjalankan usaha tersebut selama 1 tahun dan masih aktif menjalankannya hingga sekarang

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini ialah teknik *purposive sampling* yang merupakan bagian dari teknik *non probability sampling*, maka *purposive sampling* adalah berdasarkan dengan tujuan dari penelitian yang dibuat secara sengaja oleh si peneliti dalam kemudahan melakukan penelitian. (Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D, 2014). Berdasarkan kriteria tersebut didapatkan 4 orang subjek/informan.

Berikut data informan yang didapat berdasarkan kriteria tersebut ialah:

- Kisyah Hayuni (Administrasi Bisnis, angkatan 2016), jenis usaha souvenir, nama usaha Sovantik (Souvenir Antik), berjualan secara *online* dan *offline*, yang telah berjalan selama 2 tahun, memiliki rekan kerja sebanyak 3 orang
- Alfia Dilaini (Administrasi Bisnis, angkatan 2018), jenis usaha makanan (*dessert*), yang dijalankan sendiri, nama usaha Dapur_yayaa, berjualan secara *online*.

- Hana Dhiya Khairunnisa (Ilmu Komunikasi, angkatan 2018), jenis usaha minuman, nama usaha Esbuahpku by Hana, berjualan secara *online* melalui media sosial dan *offline* yang sudah di beberapa gerai oleh-oleh di Pekanbaru, memiliki rekan kerja dalam proses produksi dan sudah menalankan bisnis tersebut selama 2 tahun.

- Della Elza Azari (Administrasi Publik, angkatan 2017), jenis usaha *fashion*, terutama *fashion* wanita, yang telah dijalankan selama 3 tahun nama usaha Delshop Pku, berjualan secara *online* karena dapat dipesan melalui media sosial, melakukan usaha bisnis sendiri.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik ini merupakan suatu bentuk cara yang digunakan oleh peneliti dalam pengumpulan data penelitiannya. Berdasarkan pengertian tersebut dapat dikatakan bahwa metode penelitian adalah cara yang dipergunakan untuk mengumpulkan data yang diperlukan dalam penelitian. Teknik yang digunakan oleh peneliti selama melakukan penelitian sebagai berikut:

1. Wawancara

Merupakan suatu cara yang digunakan untuk mendapatkan sebuah informasi atau jawaban secara lisan dari narasumber. Wawancara bertujuan untuk memperoleh data yang dapat menjelaskan dan menjawab permasalahan dengan menggunakan wawancara tersebut.

2. Observasi

Sutrisno Hadi (1986) mengemukakan fenomena melalui proses pengamatan dan ingatan. (Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D, 2014)

3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan data yang didapat oleh peneliti dari lapangan untuk memperkuat hasil penelitian. Dokumentasi dapat berbentuk foto, dokumen atau surat-surat. (Arikunto, 2002)

Jenis Data dan Sumber Data

a) Data primer

Data primer merupakan data yang didapat oleh peneliti dari lapangan langsung. Dalam penelitian ini contoh data primer seperti data hasil wawancara yang didapat langsung dan observasi dengan informan melalui ciri-ciri yang dibutuhkan oleh peneliti sebagai objek penelitian.

b) Data sekunder

Data sekunder merupakan kebalikan dari data primer. Data sekunder diperoleh secara tidak langsung dari sumber artinya didapatkan karena adanya pihak ketiga atau perantara. (Sugiyono, 2012).

ANALISIS STRATEGI MAHASISWA FISIP UNRI DALAM MENGEMBANGKAN USAHA

Hambatan Usaha

Hambatan usaha diyakini akan selalu datang seiring dengan strategi yang ditentukan, karena di era sekarang banyak yang juga tengah memulai atau bahkan sedang

menjalani usaha yang sama sehingga tidak menutup kemungkinan persaingan bisnis terjadi. Tetapi selain hambatan mengenai persaingan bisnis, yakni perspektif konsumen yang bermacam-macam yang menjadi faktor pertimbangan bagi seorang pengusaha untuk merumuskan strateginya.

Hambatan yang sangat dirasakan oleh informan ialah persaingan dan perspektif konsumen, ke dua faktor ini sangat mempengaruhi dalam menjalankan usahanya mereka, diantaranya sebagai berikut: -stok bahan yang tidak sesuai dengan permintaan konsumen, -adanya komplain dari pelanggan sehingga mengganggu jalannya usaha seperti harga, cita rasa dan bentuk, - ketergantungan oleh keadaan cuaca, - modal penjualan yang tidak mencukupi. Keterbatasan tersebutlah yang menjadi sebuah sistem atau norma ekonomis sehingga menggunakan alasan hambatan tersebut dalam menentukan bentuk pilihan strategi selanjutnya.

Strategi Usaha

Strategi dalam berwirausaha sangat dibutuhkan bagi mereka yang telah memiliki usaha apalagi sedang berkembang. Jika tidak ada strategi penjualan maka terjadi ketidaktahuan akan cara bagaimana menghadapi hambatan dunia bisnis yang saat ini tidak sedikit orang yang sudah memulai dunia bisnis.

Bentuk-bentuk dari rumusan strategi usaha disebut dengan pilihan rasional yang berarti bahwa pilihan rasional berguna bagi seorang wirausahawan yang sekiranya dapat memberikan keuntungan penjualan. Teori pilihan rasional ini cocok bagi

seorang wirausahawan karena dengan begitu mereka mempunyai pilihan-pilihan atau patokan dalam berbisnis demi kemajuan usaha mereka.

Dalam teori ini terdapat dua aspek yang menjadi pertimbangan, yakni aktor (wirausahawan) dan sumber daya (produk/jasa), yang menjadi pilihan rasional dalam menentukan strategi penjualan yang terdapat 5 point yang dilihat yakni produk, harga, lokasi, promosi, proses penjualan.

Pilihan pilihan yang telah ditentukan dalam menjalankan usaha tersebut yang disebut dengan pilihan rasional, yang artinya menurut James S. Coleman bahwa pilihan rasional berguna bagi seorang wirausahawan yang sekiranya dapat memberikan keuntungan penjualan. Teori pilihan rasional ini cocok bagi yang sedang merintis usaha karena dengan begitu mereka mempunyai pilihan-pilihan atau patokan dalam berbisnis demi kemajuan usaha mereka.

Dalam teori ini terdapat dua aspek yang menjadi pertimbangan, yakni aktor (wirausahawan) dan sumber daya (produk/jasa), yang menjadi pilihan rasional dalam menentukan strategi penjualan yang terdapat 5 point yang dilihat yakni produk, harga, lokasi, promosi, proses penjualan.

Hasil analisis dari ke empat informan tersebut bahwa mereka telah menentukan strategi-strategi yang dianggap rasional menurut mereka mulai dari segi menentukan produk, harga, lokasi, proses promosi dan penjualan berdasarkan produk dari masing-masing informan dengan

memperhatikan sistem sosial atau perspektif dari konsumen yang saat ini menjadi patokan atau sebagai kontrol dalam menjalankan bisnis tersebut, yakni: -menetapkan harga sesuai dengan kemampuan pasar, - mempertahankan kualitas produk, - membuat berbagai variasi sehingga dapat menjadi faktor penarik konsumen, -memberikan akses promosi dari produk secara berkala, - memberikan akses lokasi untuk mendapatkan produk yang mudah terutama secara *online*, - menentukan target pasar untuk memudahkan serta mempercepat dalam proses jualan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

a. Hambatan Usaha

Disimpulkan bahwa hambatan-hambatan usaha yakni adanya persaingan bisnis dan perspektif konsumen sebagai sistem sosial yang harus dipenuhi oleh sang aktor. Mengenai persaingan bisnis, mereka mengaku akan selalu ada produk-produk yang menyerupai, sehingga harus mencari pilihan-pilihan strategis yang dapat menarik perhatian pembeli, sehingga harus selalu menjaga dan mengutamakan keunggulan serta kualitas dari produk tersebut.

Bentuk-bentuk hambatan usaha tersebutlah yang dianggap sebagai ancaman dalam kelancaran perkembangan usaha mereka. Mengenai perspektif konsumen, mereka mengaku selalu ada yang namanya komplain dari konsumen, komplain tersebut juga menghambat proses usaha mulai dari permintaan bahan baku, model atau bentuk hingga harga, oleh karena itu

ditetapkannya pilihan-pilihan strategis yang dianggap rasional oleh si aktor dalam mengendalikan sepenuhnya produk yang ia miliki untuk mencapai tujuan atau keuntungannya.

b. Strategi Usaha

Melalui segi aktor (mahasiswa), dari masing-masing jenis usaha yang mereka rintis mereka telah menetapkan target pasar yang akan dituju. Selanjutnya memilih variasi atau bentuk dari produk mereka yang sesuai dengan kemampuannya dalam melakukan proses produksi. Lalu menentukan harga, yang ditetapkan sesuai dengan kualitas, dengan adanya harga tentu ada kualitas yang bisa diakses di sosial media agar memudahkan konsumen. Ada yang secara online dan sudah ada di toko oleh-oleh. Selain lokasi, strategi promosi juga diperhatikan, mereka mengaku promosi harus konsisten dilakukan, Semua bentuk pilihan-pilihan tersebut yang mereka anggap atau rasional dalam strategi perkembangan usaha mereka

Begitu juga pada aspek sumber daya (produk), dalam aspek ini mereka harus menentukan kualitas sumber daya (produk). Seperti akses mendapatkan produk tersebut pada bahan baku sangat mudah diakses, lalu keunggulan serta variasi dari masing-masing produk mereka, ada yang memiliki keunggulan dari segi motif serta variasi *packing*, lalu kualitas dari segi bahan baku yang digunakan dan variasi bentuk produknya.

Dari pilihan-pilihan strategi yang dianggap rasional tersebut

dengan tujuan mendapatkan keuntungan dan mampu menjadi produk yang unggul.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan juga kesimpulan yang diperoleh, maka saran yang dapat penulis berikan adalah:

a. Bagi mahasiswa yang berwirausaha

Bagi mahasiswa tersebut agar selalu mencoba mencari bentuk-bentuk strategi alternatif yang dianggap mampu dapat memberikan keuntungan selama menjalankan bisnis tersebut dengan bisa menambah variasi dari produk sesuai dengan permintaan pasar saat ini agar dapat menarik perhatian pelanggan dan juga bisa dengan mengikuti kelas-kelas atau seminar yang dapat menambah ilmu baru dalam dunia usaha.

Saat ini yang terpenting ialah menambah relasi atau hubungan dalam dunia bisnis juga faktor yang harus diperhatikan karena relasi merupakan suatu bentuk pemikiran yang rasional dalam mengembangkan usaha. Jika mengalami hambatan usaha, berarti disebabkan penurunan kualitas produk, oleh karena itu kualitas harus selalu diperhatikan dan diutamakan.

b. Bagi mahasiswa yang hendak berwirausaha

Bagi mahasiswa yang hendak berwirausaha, agar mencari peluang bisnis yang tepat sasaran agar bisnis atau usaha tersebut dapat berkembang dan tetap berjalan, melakukan promosi di semua aspek masyarakat baik online atau offline. Jika memiliki

modal lebih bisa mencari lokasi pejualan yang strategis selain dirumah, agar produk tersebut dapat mudah dijangkau oleh konsumen.

c. Untuk pihak berwenang di kampus

Agar memberikan akses yang lebih luas bagi mahasiswa yang berwirausaha tersebut agar mereka dapat berinovasi serta berkreatifitas, seperti memberikan bentuk modal usaha bagi mahasiswa yang benar-benar menjalankan usaha secara konsisten. Memberikan akses promosi produk ke ruang lingkup yang lebih luas dan memberikan akses relasi sebagai bentuk promosi untuk memudahkan mahasiswa tersebut dalam mengembangkan usaha mereka.

DAFTAR PUSTAKA

- Ambo, U. (2010). *Tradisi Aliran dalam Sosiologi*. Jakarta: PT Raja Grafindo.
- Arikunto. (2002). *Metode Penelitian Sosial*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Buku Pedoman 2016/2017 Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*. (2016). Pekanbaru.
- Damsar. (2011). *Pengantar Sosiologi Ekonomi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Gunarva, Sudaryono, & Saefullah, A. (2011). *Kewirausahaan*. Yogyakarta: C.V Andi Offset.
- Herfiani, R. (2018). *Motivasi Mahasiswa Berwirausaha di*

- Kelurahan Simpang Baru
Kecamatan Tampan Kota
Pekanbaru. *JOM FISIP Vol. 5:
Edisi II Juli* .
- Irawan, D. (2012, Maret 3). *Pilihan Rasional dalam Merumuskan Kebijakan Publik (Sebuah Kajian Teoritis)*. Retrieved September 8, 2020, from <http://dhedhiirawan.blogspot.com>:<http://dhedhiirawan.blogspot.com>. 2012/03/pilihanrasional-sebuah-kajian-teoritis.html?m=1
- Isnaini, F. D. (2020). Mahasiswa Berwirausaha. *JOM FISIP Vol. 7: Edisi I* .
- Kartini, P. (2016). *Strategi Bertahan Hidup Petani Karet di Desa Pulau Birandang Kecamatan Kampar Timur Kabupaten Kampar*. Pekanbaru: Perpustakaan FISIP UNRI.
- Kominfo. (2017, Maret Kamis). *Peluang Besar Jadi Pengusaha di Era Digital*. Retrieved Desember Sabtu, 2019, from kominfo.go.id: <https://kominfo.go.id/content/detail/9503/peluang-besar-jadi-pengusaha-di-era-digital/0/berita>
- Lelawati, P. S. (2015). Eksistensi Pedagang Kecil di Kecamatan Rumbai Pesisir Kota Pekanbaru. *Jom Fisip Vol. 2 No. 2* .
- Makki, S. (2019, November Selasa). *Angka Pengangguran Naik Jadi 7,05 Juta Orang per Agustus 2019*. Retrieved Desember Sabtu, 2019, from CNN Indonesia: <https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20191105154437-532-445788/angka-pengangguran-naik-jadi-705-juta-orang-per-agustus-2019>
- Mudrajad, K. (2006). *Strategi Bagaimana Meraih Keunggulan Kompetitif*. Jakarta: Erlangga.
- Nasution, A. H., Noer, B. A., & Suef, M. (2007). *Entrepreneurship, Membangun Spirit Teknopreneurship*. Yogyakarta: C.V Andi Offset.
- Pertiwi, K. P. (n.d.). Strategi Bertahan Hidup Petani Penyadapp Karet di Desa Pulau Berandang Kecamatan Kampar Timur Kabupaten Kampar. *Vol 1, No 2* , 4-5.
- Ritzer, G., & Douglas, J. G. (2012). *Teori Sosiologi Modern Edisi Revisi*. Yogyakarta: Kreasi Wacana.
- Rosyadi, I. (2013). Strategi Pengembangan Usaha Mikro Milik Mahasiswa. *Volume 17, Nomor 2* .
- Sari, F. M. (2018, Desember Minggu). *7 Pengusaha Muda Indonesia yang Menginspirasi Generasi Milenial, Siapa Saja?* Retrieved Desember Sabtu, 2019, from Liputan 6: <https://www.liputan6.com/bisnis/read/3801903/7-pengusaha-muda-indonesia-yang-menginspirasi-generasi-milenial-siapa-saja>
- Sindung, H. (2012). *Spektrum Teori Sosial*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media.

- Sinuhaj, T. B. (2019). Strategi Berwirausaha Pedagang Pakaian Bekas di Jalan Veteran Berastagi Kabupaten Karo. *JOM FISIP Vol. 6: Edisi II*.
- Sinuhaji, T. B. (2019). *Strategi Berusaha Pedagang Pakaian Bekas di Jalan Veteran Berastagi Kabupaten Karo. Skripsi. Tidak Diterbitkan.* Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Riau: Pekanbaru.
- Siswoyo. (2007). *Ilmu Pendidikan.* Yogyakarta: UNY Press.
- Slamet, F., Tunjungsari, H. K., & Le, M. (2014). *Dasar-Dasar Kewirausahaan Teori dan Praktek.* Jakarta: PT. Indeks.
- Statistik, B. P. (2020). *Usaha Mikro Kecil-Badan Pusat Statistik.* Retrieved September 6, 2020, from www.bps.go.id: <https://www.bps.go.id/subject/35/usaha-mikro-kecil.html>
- Sugiyono. (2012). *Mentode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif R&D.* Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian kuantitatif Kualitatif R & D.* Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D.* Bandung: Alfabeta.
- Sumarsono, S. (2010). *Kewirausahaan.* Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Suriani, N. M. (2014). *Entrepreneurs.* Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Suryana. (2006). *Kewirausahaan Pedoman Praktis: Kiat dan Proses Menuju Sukses.* Jakarta: Salemba.
- Wikipedia. (n.d.). Teori Pilihan Rasional. p. https://id.wikipedia.org/wiki/Teori_pilihan_rasional.