

## **Pengembangan Usaha Mahasiswa Berwirausaha (Studi Kasus Di Program Studi Manajemen Universitas Islam Indonesia)**

**Pradita Nindya Aryandha<sup>1</sup>, Trias Setiawati<sup>2</sup>, Chandra Wisnu Utomo<sup>3</sup>, Hapsari Dyah Herdiany<sup>4</sup>,  
Latifah Putranti<sup>5</sup>**

<sup>a,b,d,e</sup> Fakultas Bisnis / Manajemen, [praditanindya@upy.ac.id](mailto:praditanindya@upy.ac.id), Universitas PGRI Yogyakarta

<sup>c</sup> Fakultas Bisnis & Manajemen / Kewirausahaan, [chandrautomo@aiska-univesity.ac.id](mailto:chandrautomo@aiska-univesity.ac.id), Universitas 'Aisyiyah  
Surakarta

### **ABSTRAK**

The purpose of this study was to find out how students develop their business in the Management Study Program, Faculty of Economics, Islamic University of Indonesia. This research is a qualitative research with a case study approach. This study uses data collection methods in the form of interviews and documentation. The resource persons in this study were Amri and Kiki who were students who entered the world of entrepreneurship. To determine the wetness of the data, the credibility test and transferability test were used. The data testing method uses triangulation while the data analysis method uses data reduction, data presentation, and conclusion drawing/verification. This study found that the business development that students do is cooperation in purchasing, cooperation in solving challenges, starting a business, seeing business opportunities, entrepreneurship capital, choosing a location strategy, marketing strategy, financial strategy, and competitive strategy. Dominating in the development of this business is the business communication strategy through various marketing media that are trending and looking for business opportunities from the surrounding environment.

**Keywords:** content, formatting, article.

### **Abstrak**

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui cara mahasiswa dalam mengembangkan usaha di Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Indonesia. Penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data berupa wawancara dan dokumentasi. Narasumber didalam penelitian ini adalah Amri dan Kiki yang merupakan mahasiswa yang terjun ke dunia wirausaha. Untuk mengetahui kebasahan data digunakan uji kredibilitas dan uji *transferability*. Metode pengujian data menggunakan triangulasi sedangkan metode analisis data menggunakan reduksi data, penyajian data, dan *conclusion drawing/verification*. Penelitian ini menemukan bahwa pengembangan usaha yang mahasiswa lakukan adalah kerjasama pembelian, kerjasama dalam memecahkan tantangan, memulai usaha, melihat peluang bisnis, modal berwirausaha, strategi memilih lokasi, strategi pemasaran, strategi keuangan, dan strategi bersaing. Yang mendominasi dalam pengembangan usaha ini adalah strategi komunikasi bisnis melalui berbagai media pemasaran yang sedang tren dan mencari peluang bisnis dari lingkungan sekitar.

**Kata kunci:** Mahasiswa, Wirausaha, Pengembangan usaha

### **1. PENDAHULUAN**

Mahasiswa merupakan penentu kualitas suatu bangsa. Jumlah mahasiswa di Indonesia masih belum banyak. Menurut Nuh, Menteri Pendidikan Nasional pada tahun 2011 (dalam Latief, 2011) jumlah mahasiswa bila dihitung terhadap populasi usia 16-30 tahun, angka partisipasi kasarnya hanya 23 persen dan di tahun 2014 ini ditargetkan mencapai 30 persen dari total penduduk Indonesia. Jika jumlah mahasiswa meningkat maka kualitas bangsa akan meningkat dan pertumbuhan ekonomi semakin baik. Dunia usaha terus berkembang dari waktu ke waktu. Mengembangkan usaha adalah bagian dari perencanaan kewirausahaan. Suatu usaha jika tidak dikembangkan maka tidak lagi dapat memenangkan

---

*Received Mei 10, 2022; Revised Mei 22, 2022; Accepted Mei 30, 2022*

kompetisi bahkan tidak lagi dapat bertahan. Menurut Widjaja (dalam Rusdiana, 2014), setiap individu yang menjalankan usaha senantiasa mencari jalan untuk selalu memperoleh sesuatu yang lebih menguntungkan sebelumnya. Pengembangan usaha merupakan salah satu usaha untuk memperbaiki pelaksanaan pekerjaan sekarang maupun yang akan datang. Biasanya pengembangan usaha ini dengan cara meningkatkan perluasan usaha guna meningkatkan pertumbuhan dan profitabilitas perusahaan dalam jangka panjang. Pada dasarnya setiap aktivitas atau ide dalam pengembangan usaha bertujuan untuk membuat usaha semakin baik dari waktu ke waktu baik untuk bisnis, pelanggan, pasar, dan relasi bisnis. Pengembangan usaha menjadi sebuah kunci keberhasilan atau bahkan kegagalan pada suatu perusahaan. Untuk menentukan target yang tepat dan strategi pengembangan usaha mana yang harus digunakan untuk mencapai tujuan bisnis dapat menjadi keputusan berisiko. Ketika bisnis memiliki strategi yang kuat, selaras dengan tujuan bisnis, dan diimplementasikan dengan baik, maka strategi tersebut berpotensi meningkatkan pertumbuhan dan profitabilitas yang tinggi. (Qisdus.com, 2021) Kuliah sambil berwirausaha adalah pilihan yang tepat. Terdapat salah satu fakultas perguruan tinggi swasta di Yogyakarta yang memiliki pengusaha-pengusaha muda yang merintis bisnisnya sejak kuliah dan ketika lulus menjadi pengusaha sukses, yakni Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia (FE UII). FE UII didirikan oleh Badan Wakaf Universitas Islam Indonesia pada tanggal 10 Maret 1948 dan kemudian dikukuhkan dengan akte Notaris RM. Wiranto No. 9 tertanggal 21 Desember 1951. FE UII memiliki tiga jurusan, yakni Jurusan Manajemen, Jurusan Akuntansi dan Jurusan Ilmu Ekonomi.

## 2. **METODOLOGI PENELITIAN**

Metode penelitian kualitatif dinamakan sebagai metode baru karena popularitasnya belum lama. Dinamakan metode postpositivistik karena berlandaskan pada filsafat postpositivisme. Metode ini disebut juga metode arsitik karena penelitian bersifat kurang berpola dan disebut sebagai metode interpretive karena data hasil penelitian lebih berkenaan dengan interpretasi terhadap data yang ditemukan di lapangan. (Sugiyono, 2012). Pemilihan narasumber penelitian didasarkan beberapa pertimbangan sebagai berikut:

1. Aktif sebagai mahasiswa Strata-1 Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Indonesia. Hanya Prodi Manajemen yang dipilih karena di prodi ini mempelajari semua bagian dari manajemen dalam suatu perusahaan, yakni manajemen keuangan, manajemen pemasaran, manajemen sumber daya manusia, dan manajemen operasi serta mempelajari bisnis dan kewirausahaan sebagai mata kuliah yang wajib diambil oleh mahasiswa.
  2. Indeks Prestasi Kumulatif minimal tiga. Agar dapat menjadi inspirasi bagi mahasiswa yang ingin berwirausaha untuk tetap memperhatikan prestasi akademiknya dan sebagai bukti bahwa dengan menjadi wirausaha ternyata tidak menjadikan prestasinya di Kampus menjadi buruk.
  3. Omzet mencapai Rp 1.000.000,- per minggu. Omzet merupakan hasil penjualan. Nilai Rp 1.000.000,- merupakan suatu pencapaian pendapatan yang besar bagi seorang mahasiswa dalam rentang waktu satu minggu.
  4. Usaha yang dijalani sekarang dilakukan semenjak kuliah. Dengan kriteria ini maka penelitian dapat terfokus pada prosesnya berwirausaha sambil kuliah.
- Nasution (dalam Sugiyono, 2012) mengatakan bahwa dalam penelitian kualitatif, tidak ada pilihan lain daripada menjadikan manusia sebagai instrumen penelitian utama. Alasannya ialah segala sesuatunya belum membentuk yang pasti karena belum dapat ditentukan secara pasti dan jelas sebelumnya. Segala sesuatu masih perlu dikembangkan sepanjang penelitian tersebut. Dalam keadaan tidak pasti dan tidak jelas seperti itu, tidak ada pilihan lain dan hanya peneliti itu sendiri sebagai satu-satunya yang dapat mencapainya. Proses analisis

data dalam penelitian kualitatif dilakukan sebelum memasuki lapangan, selama di lapangan dan sesudah di lapangan.

#### 1. Analisis Data Sebelum di Lapangan

Penelitian kualitatif telah melakukan analisis data sebelum peneliti memasuki lapangan. Analisis dilakukan terhadap data hasil studi pendahuluan atau data sekunder yang akan digunakan untuk menentukan fokus penelitian. Namun dalam fokus penelitian, masih bersifat sementara dan akan berkembang ketika peneliti berada di lapangan dan setelah dari lapangan. (Sugiyono, 2012)

#### 2. Analisis Data di Lapangan

Analisis data dilakukan pada saat pengumpulan data berlangsung dan setelah selesai pengumpulan data dalam periode tertentu. Pada saat wawancara, peneliti sudah melakukan analisis terhadap jawaban yang diwawancarai. Bila jawaban yang diwawancarai setelah dianalisis belum memuaskan, maka peneliti akan melanjutkan pertanyaan lagi, sampai tahap tertentu data dianggap kredibel. (Sugiyono, 2012) Mengujian kredibilitas penelitian ini menggunakan triangulasi. Triangulasi dalam pengujian kredibilitas ini diartikan sebagai pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara dan berbagai waktu. Dengan demikian triangulasi dibagi menjadi tiga yakni, (Sugiyono, 2012):

##### 1. Triangulasi Sumber

Triangulasi sumber untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber. Data yang diperoleh kemudian dianalisis oleh peneliti sehingga menghasilkan suatu kesimpulan yang selanjutnya dimintakan kesepakatan (*member check*) dari narasumber penelitian.

Hasil wawancara yang dilakukan pada narasumber utama maupun tambahan kemudian dikumpulkan. Kemudian melakukan proses reduksi dari data hasil wawancara. Selanjutnya menampilkan data-data yang telah direduksi dan dimasukkan ke dalam hasil penelitian dan membuat kesimpulan dari data-data tersebut.

##### 2. Triangulasi Teknik

Triangulasi teknik untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data kepada sumber yang sama dengan teknik yang berbeda. Misalnya menggunakan wawancara, observasi dokumentasi atau kuesioner. Bila dengan tiga teknik pengujian kredibilitas data tersebut, menghasilkan data yang berbeda-beda, maka peneliti melakukan diskusi lebih lanjut dengan narasumber yang bersangkutan untuk memastikan data mana yang dianggap benar. Atau mungkin semuanya benar karena sudut pandangnya berbeda-beda.

Wawancara yang digunakan adalah wawancara terstruktur. Observasi dilakukan secara terus-terang dan mendokumentasikannya untuk memperkuat data yang sudah diperoleh. Menurut Sugiyono (2012), observasi terus-terang adalah peneliti dalam melakukan pengumpulan data menyatakan terus terang kepada sumber data bahwa ia melakukan penelitian. Mereka yang diteliti mengetahui dari awal hingga akhir sejak awal hingga akhir tentang aktivitas peneliti.

##### 3. Triangulasi Waktu

Waktu juga sering mempengaruhi kredibilitas data. Data yang dikumpulkan dengan teknik wawancara di pagi hari pada saat narasumber masih segar, belum banyak masalah, akan memberikan data yang lebih valid sehingga lebih kredibel. Untuk menguji kredibilitas dapat melakukan pengecekan data dalam waktu dan situasi yang berbeda. Bila hasilnya berbeda-beda maka dilakukan secara berulang-ulang sampai ditemukan kepastian datanya. (Sugiyono, 2012). Ini dilakukan jika data yang dibutuhkan kurang atau tidak kredibel sehingga diperlukan untuk melakukan triangulasi waktu agar data yang diperoleh lebih kredibel. *Transferability* merupakan validitas eksternal dalam penelitian kualitatif. Validitas eksternal menunjukkan derajat ketepatan. Agar orang lain dapat memahami hasil penelitian kualitatif maka peneliti dalam membuat laporannya harus memberikan uraian

yang rinci, jelas, sistematis dan dapat dipercaya. Dengan demikian, pembaca menjadi jelas atas hasil penelitian tersebut sehingga dapat memutuskan dapat atau tidaknya diaplikasikan di tempat lain. (Sugiyono, 2012). Setelah data direduksi maka data akan ditampilkan. Data tersebut dapat dimasukkan ke dalam hasil penelitian untuk memperkuat data sehingga data menjadi rinci, jelas, sistematis, dan dapat dipercaya sehingga pembaca menjadi jelas.

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Terdapat banyak keuntungan ketika seseorang memilih mempelajari suatu disiplin ilmu dan berhubungan dengan apa yang dikerjakan. Ia dapat mengimplementasikan teori yang dipelajari dengan mengimplementasikan dalam kegiatan yang dilakukannya. Contohnya seperti mahasiswa manajemen ekonomi yang melakukan wirausaha. Ia dapat menerapkan ilmu yang di dapatkannya di kampus dan diterapkan dalam menjalankan usahanya termasuk dalam melakukan pengembangan usahanya.

Kondisi seperti itulah yang dialami oleh tiga narasumber yang diteliti. Mereka merupakan mahasiswa Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Indonesia. Mahasiswa ini juga berwirausaha untuk belajar mandiri. Dalam berwirausaha mereka melakukan pengembangan usaha. Berbagai macam cara mereka lakukan untuk melakukan pengembangan usaha. Mulai dari promosi secara gencar, melakukan pelayanan yang maksimal, tersedia 24 jam dan lain sebagainya.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui cara mahasiswa dalam mengembangkan usahanya. Berikut ini adalah beberapa teori yang mengemukakan tentang bagaimana seorang wirausaha dalam mengembangkan usahanya. Terdapat dua cara yakni, melalui jaringan usaha dan komunikasi serta strategi usaha yang akan dirintis.

Berbagai cara dilakukan oleh wirausaha agar usahanya dapat berkembang. Berbagai pendekatan dan strategi diterapkan. Ketika usaha mengalami perkembangan maka hal ini menunjukkan bahwa usaha yang dirintisnya mengalami tren yang positif menuju ke arah kesuksesan dalam berwirausaha.

#### **Rois : Prospek yang Terus Berjalan**

Salah satu karakteristik seorang wirausaha adalah cenderung berpikir ke masa depan serta memiliki pemikiran jangka panjang (Suryana dan Bayu, 2010). Cita-cita Rois sebagai seorang wirausaha terdorong untuk selalu mengembangkan usahanya agar dapat dijadikannya bekal di masa depan. Usaha yang dirintisnya ini berawal dari keisengannya untuk mencoba berbisnis baju. Akhirnya pemesanan semakin meningkat dan semakin kuat.

#### **Masih Ada Hubungan**

Jaringan kerjasama juga dijalani oleh Rois demi melancarkan usahanya. Jaringan usaha dari segi kerjasama pembelian yang dipilih oleh Rois. Di mana penjual *jersey* se-Yogyakarta memiliki hubungan dalam hal pembelian barang. Jika RAS membutuhkan suatu barang maka dia mencari di penjual *jersey* lain. Kemudian jika sesama penjual *jersey* maka harga *jersey* yang diberikan berbeda dengan pelanggan umumnya. Begitu pun sebaliknya.

“Ya ada. Rata-rata kalau penjual *jersey* se-Jogja apa namanya yang sepak bola-sepak bola gitu masih ada hubungan. Jadi tinggal *calling-calling* ya seperti orang jualan apa.” (Rois, 01/07/14, 13.30)

RAS menjalankan kerjasama dalam pembelian dengan penjual *jersey* yang lain. Barang dan kualitas yang sama membuat RAS udah dalam memperoleh barang. Jika persediaan habis dan permintaan banyak namun proses pemesanan membutuhkan waktu yang tidak singkat maka untuk memperoleh apa yang diinginkan pelanggan, Rois cukup menghubungi sesama penjual *jersey* untuk mengambil barang yang dipesan pelanggan.

#### **Menstabilkan Harga**

Tantangan yang muncul dalam berusaha salah satunya berasal dari pesaing. Pesaing yang memainkan harga dapat merugikan usaha yang sedang dirintis oleh wirausaha. Jika terdapat satu pesaing yang menjual barang dengan harga yang lebih murah dari yang lain maka akan merusak harga pasar dari barang tersebut. Maka dari itu Rois menyiasati hal-hal seperti ini dengan cara bekerjasama dengan jaringan usaha sesama penjual perlengkapan bola apalagi barang yang dijual memiliki model dan kualitas yang sama.

“Ada mungkin dalam menstabilkan harga. Soalnya kan ya itu lebih condong ke situ.” (Rois, 01/07/14, 13.30)

Menstabilkan harga tidak semudah membalikkan telapak tangan. Dibutuhkan partisipasi banyak pihak untuk mencapai hal ini. Pihak yang paling berperan selain produsen adalah penjual itu sendiri. Jika terdapat penjual ‘nakal’ yang memainkan harga maka akan berdampak harga di pasaran menjadi tidak stabil. Ini menjadi satu tantangan yang harus dipecahkan.

#### **Coba-Coba Jualan Baju**

Usaha ini dimulai dari kuliah semester satu. Ketika itu Rois hanya menjual baju *club* sepak bola tertentu atau *jersey*. Menggunakan modal sendiri, ia memberanikan diri membeli baju kepada *supplier*. Kemudian ia berjualan secara *online* ketika liburan. Ia mendirikan usahanya ini dengan modal seadanya.

“Sendiri. Masih modal sendiri. Coba-coba jualan baju ya akhirnya berjalan-berjalan-berjalan lumayan dan berkembang terus ya sampai sekarang.” (Rois, 01/06/14, 13.30).

Memulai usaha dengan sederhana dan bahkan orang dapat secara tegas memutuskan untuk suatu usaha dalam keadaan terdesak, faktor keluarga pebisnis, sengaja terjun sebagai pebisnis, kerja sampingan dan coba-coba. Dalam hal ini Rois memulai bisnis karena faktor coba-coba namun justru mengalami perkembangan yang positif sehingga memicunya untuk terus berusaha.

#### **Mahasiswa Penyuka Bola**

Seorang wirausaha harus kreatif dalam menangkap peluang. Karena bagi seorang wirausaha peluang itu selalu ada. Sikap yang baik adalah tidak hanya mampu menangkap peluang tetapi juga harus mampu menciptakan peluang (Suryana dan Bayu, 2010). Tantangan awal ketika akan terjun ke dunia usaha adalah membaca peluang yang muncul di lingkungan sekitar untuk merumuskan usaha seperti apa yang memiliki prospek baik. Rois menilai bahwa prospek yang menjanjikan adalah usaha kostum bola baik sepak bola maupun futsal.

“Ya prospeknya, melihat mahasiswa penyuka bola. Selain itu *pada* suka olah raga bola dan futsal.” (Rois, 01/07/14, 13.30)

Banyak hal yang dapat menginspirasi wirausaha dalam mencari peluang usaha seperti hobi seseorang dalam bidang tertentu, pernah menjadi pekerja profesional, melihat usaha teman, memiliki sesuatu yang unik atau menonjol, garis keturunan, dan sebagainya. Rois melihat peluang ini dari segi hobi dalam bidang tertentu. Pada akhirnya Rois memutuskan membuka usaha bernama RAS.

#### **Seadanya Ditambah dari Ayah**

Awalnya Rois menggunakan modal seadanya untuk memulai usaha. Namun di pasar ternyata permintaan dan pemesanan banyak terhadap *jersey* yang ia jual. Modalnya pun tidak cukup untuk memenuhi pemesanan produk yang ia jual. Kemudian ia mencoba meminta modal usaha kepada ayahnya. Semula Pak Mudjib menolak. Karena melihat kegigihan sang anak memperjuangkan usahanya akhirnya Pak Mudjib membantu memberikan modal usaha untuk memenuhi kebutuhan pelanggan.

“Saya sebagai orang tua hanya bisa memberi tahu. Mengarahkan bagusnya anak itu sebaiknya bagaimana. Ya dulu saya pernah menasehati. Kalo kamu pengen kaya ya jadilah pengusaha. Kalau pengen mengabdikan pada negara ya jadi PNS. Gitu saja. Terus dia pernah minta modal sama saya. Jaminannya ya tetep kuliah. Hasilnya bagus. Ya karena lihat

kemauannya ya akhirnya saya kasih. Hanya sedikit tapi membantulah membangun usahanya.” (Mudjib, 11/07/14, 08.43)

Modal dapat berupa finansial maupun non finansial. Namun keduanya cukup penting dalam memulai usaha maupun dalam mengembangkan suatu usaha. Modal finansial yang dibutuhkan Rois digunakan untuk mengembangkan usahanya agar barang yang ia ambil dapat lebih banyak dan beraneka ragam sehingga dapat memuaskan konsumen.

#### **Dari Mulut Sampai Media Sosial**

Dunia usaha selalu mengalami perubahan. Untuk merespon hal itu perlu melakukan inovasi dari berbagai sisi agar usaha yang dilakukan tidak mati. Awal berdiri promosi yang dilakukan oleh Rois masih dengan cara tradisional, yakni dari mulut ke mulut. Saat itu pemasarannya masih daerah Semarang dan sekitarnya. Ketika waktu kuliah tiba akhirnya ia membawa produknya ke Yogyakarta dan ia mencoba menawarkan produknya kepada teman-teman di Kampus. Responnya pun positif.

“Perkembangannya itu bisa dilihat dari segi promosinya. Mas Rois itu dulu cuma dari *omong-omongan* ya *omong-omongan* biasa itu terus sekarang udah lewat Instagram, Twitter. Kalau *gak salah sih* lewat media sosial.” (Gondo, 01/07/14, 14.43)

Ia mencoba untuk mengembangkan segmentasi dan pemasarannya. Kini segmentasinya tak hanya Semarang dan Yogyakarta namun sudah berbagai daerah di Indonesia. Cara yang ia tempuh adalah membuat akun dalam berbagai media sosial seperti Facebook, Twitter, BBM (Blackberry Massanger), dan Kaskus. Berbagai cara promosi yang menarik ia buat untuk menarik pelanggan.

“Iya. Dari segi misalnya katakan dia jual pertama ke temen-temen dekatnya. Sekarang akhirnya dari semua daerah ada. Jadi misalnya dia ada yang dari Jakarta, ada yang dari daerah Jawa Timur, Mojokerto, sebagainya *tu banyak banget* dia *dapet dateng*. Kan awalnya *cuma* kita-kita aja yang sering main sama dia. Habis itu ditawar-tawarin ke mana. Itu berawal dari dia buka dari media sosial akhirnya bisa berkembang sampai sekarang.” (Angga, 07/07/14, 10.36)

Komunikasi dengan pelanggan merupakan hal yang penting. Dengan cara ini, seorang wirausaha mengetahui apa yang diinginkan oleh pelanggan. Jika dapat memenuhi kebutuhan pelanggan maka pelanggan akan merasa terpuaskan. Akhirnya, produk yang dijual akan mendapatkan respon positif di pasaran. Ini yang sedang dibangun oleh Rois agar usahanya dapat terus bertahan dan berkembang.

#### **Cari Lokasi**

Dalam melakukan pengembangan usaha, Rois mulai mencari lokasi untuk sewa tempat dan akan dijadikan toko. Ia sedang mencari di daerah Yogyakarta. Dia tidak ingin tergesa-gesa dalam memilih tempat karena sewa di daerah Yogyakarta cukup mahal. Ia tidak ingin menerima resiko kerugian sehingga ia memikirkan secara matang pada tahap ini.

“Hampir. Ya masih cari lokasi-lokasi yang tepat *soale kan* sewa di Jogja lebih mahal juga. Gak semuanya *gak bak-buk* nanti rugi *itunganya*.” (Rois, 01/07/14, 13.30)

Lokasi toko menjadi sesuatu yang penting. Banyak keuntungan dalam pemilihan lokasi toko yang tepat seperti mudahnya akses menuju toko, mengurangi biaya promosi, dan sebagainya. Maka dari itu pemilik toko biasanya mencari lokasi strategis.

#### ***So Far so Good***

Pelayanan yang diberikan oleh RAS dimulai dari pemesanan. Pemesanan dilayani sesuai dengan baik dan ramah. Kemudian barang yang diinginkan pelanggan akan dicarikan terlebih dahulu jika barang itu tidak tersedia di gudang RAS. Setelah tersedia, pelanggan akan diberi konfirmasi. Begitu pun jika barang tidak ada. Barang dapat dikirim jika di luar kota melalui jasa pengiriman barang. Namun jika masa kuliah Rois melayani COD (*Cash on Delivery*) atau barang bisa diambil, diantar atau bahkan bertemu di suatu tempat untuk mengantarkan barang.

“Dia itu kalau dalam bisnis kalau *sengertiku* dia itu aktif mencari pelanggan. Habis itu cara pemasarannya itu juga asyik *loh*. Dari mulut ke mulut. Contohnya misalnya dia aktif di Kaskus. Di Kaskus *kayak buatin lapak* gitu maksudnya ya buat yang jualan gitu kan buat jualan barang dia. Nah dari situ, berawal dari situ mulai banyak yang pesen ke dia. Akhirnya yang sudah pernah membeli *sebarin* ke orang-orang lain. Jadinya dia dalam berwirausaha aktif. Habis itu dianya mau *blusukanlah* istilahnya. Mau masuk. Konsumennya jadi puas terus nyebarin ke yang lain. Selain itu ibaratnya dia itu *gak* pilih-pilih konsumenlah. Mau itu konsumennya di mana pun tetep *disamperin*. Misalnya butuh COD ketemu pasti meskipun tempatnya susah tetep dicari. Soalnya pengalaman pernah *nganterin sih*.” (Angga, 07/07/14, 10.36)

Keinginannya untuk tidak mengecewakan pelanggan membuatnya menjadi orang yang aktif dan gigih dalam menjalankan usahanya. Karakter seperti ini adalah karakter yang dibutuhkan oleh seorang wirausaha agar pelanggan puas dan semakin banyak.

#### **Kiki: Mandiri Secara Ekonomi**

Dalam mengembangkan usahanya, bagian inovasi merupakan bagian yang penting. Inovasi produk merupakan salah satu cara yang dapat diterapkan untuk membuat suatu produk memiliki keunggulan dibandingkan produk lain yang memiliki jenis yang sama. Keunggulan ini diharapkan mampu menarik konsumen. Kiki melakukan inovasi untuk mengembangkan usahanya. Baginya menginovasi suatu produk merupakan seni. Mandiri secara ekonomi merupakan tujuannya dalam mengembangkan usahanya.

#### **Pengembangan Usaha dari Segi Pemasaran**

Menurut Suryana dan Bayu (2010) salah satu jaringan yang dapat diterapkan untuk mengembangkan usaha adalah jaringan pemasaran. Jaringan ini bekerjasama untuk memperkuat posisi tawar-menawar dengan pembeli dan memenangi persaingan pemasaran. Ini juga yang dilakukan oleh Kiki. Ia berusaha untuk berlaku adil pada penjual-penjual yang menjualkan lagi produknya (*reseller*). Karena menurut Kiki, *reseller* merupakan bagian penting untuk memasarkan produknya.

“Ada. Jadi dulu awalnya cuma modal akun sosial media sosial. Lama-lama mulai ikut bazaar. Tapi karena *resellernya* makin banyak dan makin berani jadi pada gak perlu ikut bazaar udah ada *reseller* yang ikut bazaar. Soalnya nanti kalau terlalu nunjukin diri kasihan *resellernya*. Nanti jadi kalah. Kayak gitu.” (Kiki, 02/07/14, 14.29)

Strategi pemasaran yang diterapkan Kiki pun berkembang. Awalnya ia hanya menggunakan media sosial untuk mempromosikan produknya. Kemudian berkembang dengan mulai mengikuti *bazaar-bazaar*. Usahanya menjadi semakin berkembang. Menurut Rianse (2011), strategi pemasaran membantu menghadapi persaingan di dunia wirausaha. Hal terpenting dalam strategi pemasaran ini adalah menjaga kesetiaan konsumen yang bersifat jangka panjang.

#### **Ada Tingkatan Harga**

Untuk menghadapi persaingan yang ketat, seorang wirausaha harus mengetahui karakteristik pasar dari produknya. Kiki mempunyai cara untuk mempertahankan dan memenangkan persaingan adalah dengan mempertahankan kualitas dan membuat tingkatan harga. Setiap pemesanan dan pembelian dalam jumlah tertentu maka harga yang didapatkan oleh pemesan maupun pembeli dapat berbeda-beda. Hal ini karena disesuaikan dengan permintaan akan produk dari konsumen sendiri.

“Pengaturan keuangan cuma sekarang kalau nawarin produk cenderung dibuat tingkatan harga. Jadi ada harga khusus buat *reseller* ada harga khusus buat itu. Biar nanti kalau *reseller* jual biar tetep sama kek kita. Kita harus tetep *hargain reseller*. Soalnya kalau kita jual jauh lebih murah kasihan *reseller-nya*. Padahal yang namanya *reseller* itu kan penting. Kebanyakan orang Indonesia itu melupakan peran *reseller-nya* itu. Jadi mereka tetep berlomba-lomba dengan tempat istilahnya lahan yang sama sama *reseller*.” (Kiki, 02/07/14, 14.29)

Keuntungan dari strategi tingkatan harga menurut Kiki adalah tidak terjadinya perebutan lahan usaha atau konsumen. Dengan diterapkan strategi ini maka persaingan akan menjadi sehat. Karena harga yang ada di pasar cenderung sama sehingga tidak merusak harga pasar.

#### **Kemasan yang Unik**

Kemasan produk yang bagus menjadi salah satu daya tarik bagi pembeli. Strategi ini dapat digunakan untuk membuat produk memiliki sesuatu yang berbeda dan unik. Adanya kegiatan pengemasan akan membuat produk menjadi lebih menarik, sehingga mampu menaikkan nilai serta keunggulan (Maryatun dan Khasanah, 2022).

Konsumen menjadi lebih mudah dalam membedakan produk atau mencari produk yang dimaksud karena produk memiliki ciri khas yang berbeda apalagi dari segi kemasan yang dapat dilihat secara visual oleh mata.

“Sekarang baru mikirin gimana buat *packaging* yang unik. Soalnya kalo konsumen instagram tu merhatiin banget *packaging*. Kayak gitu.” (Kiki, 02/07/14, 14.29)

Menurut Rianse (2011), salah satu strategi dalam mengembangkan wirausaha adalah strategi bersaing. Dengan memahami struktur pasar maka wirausaha dapat memahami karakteristik persaingan yang terjadi serta berbagai hambatan yang mungkin dihadapi untuk memasuki persaingan tersebut. Kiki berusaha untuk memahami karakteristik pasar terutama untuk *onlineshop* di mana konsumen ini lebih mengutamakan penampilan visual karena keterbatasan mereka untuk melihat, memegang dan merasakannya secara langsung. Maka dari itu Kiki berusaha mengembangkan ide-idenya agar usahanya semakin berkembang.

Berbagai cara dilakukan mahasiswa di atas untuk mengembangkan usaha yang sedang dirintisnya. Mulai dari membangun usaha, membaca peluang dan mengambil peluang usaha, memahami karakteristik pasar, promosi dengan berbagai media, dan masih banyak lagi yang lainnya.

#### **4. KESIMPULAN DAN SARAN**

Berdasarkan hasil analisa yang telah dilakukan sebelumnya maka berikut ini adalah kesimpulan dari penelitian ini, yakni pengembangan usaha yang dilakukan oleh wirausaha muda adalah kerjasama pembelian, kerjasama dalam memecahkan tantangan, memulai usaha, melihat peluang bisnis, modal berwirausaha, strategi memilih lokasi, strategi pemasaran, strategi keuangan, dan strategi bersaing. Yang mendominasi dalam pengembangan usaha wirausaha muda adalah strategi komunikasi bisnis melalui berbagai media pemasaran yang sedang tren dan mencari peluang bisnis dari lingkungan sekitar.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- [1] Ardiyanto, Gunawan. 2009. *Jadi Pengusaha, Siapa Takut?*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- [2] Latief. 2011. *Mahasiswa di Indonesia Cuma 4,8 Juta*. Diakses pada tanggal 12 Juni 2014 jam 16.04 WIB dari <http://edukasi.kompas.com/read/2011/03/26/13202052/Mahasiswa.di.Indonesia.Cuma.4.8.Juta>.
- [3] Maryatun dan Khasanah, Aulia Uswatun. 2022. Inovasi Produk untuk Peningkatan Ekonomi di Era Pandemi bagi Kelompok Usaha Bersama Kader Kesehatan. *BEMAS: Jurnal Bermasyarakat Vol. 2, No. 2*
- [4] Ratnawati, Susi. 2011. Model Pemberdayaan Prerempuan Miskin Pedesaan Melalui Pengembangan Kewirausahaan. Surabaya : Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat Universitas Widya Kartika. *Jurnal Kewirausahaan*, Vol 5, No 2.



- [5] Rianse, Usman. 2011. *Kewirausahaan*. Kendari: Unhalu Press.
- [6] Rusdiana, A. 2014. *Kewirausahaan Teori dan Praktik*. Bandung : CV Pustaka Setia.
- [7] Qiscus.com. 2021. *4 Strategi Pengembangan Usaha yang Harus Diketahui Pebisnis*. Diakses pada tanggal 4 Juni 2022 jam 0.03 WIB dari <https://www.qiscus.com/id/blog/strategi-pengembangan-usaha/>.
- [8] Sugiyono. 2012. *Metodel Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- [9] Suryana, Yuyus dan Bayu, Katib. 2010. *Kewirausahaan Pendekatan Karakteristik Wirausaha Sukses*. Jakarta : Kencana Prenada Media Group.
- [10] Widayati, Enny; Yunaz, Haswan; Rambe, Tagor; Siregar, B.Wishman; Fauzi, Achmad; dan Romli. 2019. Pengembangan Kewirausahaan dengan Menciptakan Wirausaha Baru dan Mandiri. *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis dan Inovasi*, Vol 6, No 2.
- [11] Wahyuni, Endang Tri. 2008. Upaya Menumbuhkembangkan Kewirausahaan di Kalangan Mahasiswa. *Akmenika UPY*, Vol 2.