



Studi Eksistensi Wirausaha Alumni S-1 Universitas Sriwijaya Tahun 2013 – 2019

Ikbal Barlian¹, Supriyanto², Deskoni³, Aniek Hidrayani⁴

^{1,3}Program Studi Pendidikan Ekonomi, Universitas Sriwijaya

²Program Studi Pendidikan Sejarah, Universitas Sriwijaya

⁴Program Studi Pendidikan Ekonomi, Universitas Sebelas Maret

Info Artikel

Sejarah Artikel:

diterima : 26 September 2022

direvisi : 29 Oktober 2022

disetujui : 15 November 2022

Abstract

Growing students' interest and mindset in entrepreneurship require various appropriate steps including implementing entrepreneurship education and training as well as encouraging entrepreneurial motivation through role models that can inspire entrepreneurship. This study aims to find out 1) the efforts made by Sriwijaya University alumni in developing the businesses they started as students, and 2) the efforts to maintain the existence of the businesses they built when they became alumni. The qualitative research approach was used by interviews, observation, and questionnaires via google form. Respondents in this study amounted 32 respondents who were undergraduate alumni of Sriwijaya University from 2013-2019. Based on the research that has been done, the results show that in developing a business, alumni have had the intention, determination, interest, and experience in entrepreneurship that they have had since they were students. In addition, in maintaining the business, alumni continue to innovate related to business products, expand networks/partners, and continue to adapt to developments in information technology in expanding marketing reach.

Kata-kata Kunci:

Eksistensi, Wirausaha, Alumni

Abstrak

Menumbuhkan minat dan pola pikir mahasiswa dalam berwirausaha membutuhkan berbagai langkah yang tepat diantaranya penerapan pendidikan dan pelatihan kewirausahaan maupun mendorong motivasi berwirausaha melalui *role model* yang dapat menginspirasi untuk berwirausaha. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui 1) usaha-usaha yang dilakukan alumni Universitas Sriwijaya dalam mengembangkan usaha yang dirintisnya sejak mahasiswa, dan 2) usaha-usaha yang dilakukan dalam rangka mempertahankan eksistensi usaha yang dibangunnya ketika telah menjadi alumni. Pendekatan penelitian kualitatif yang digunakan dengan wawancara, observasi dan angket melalui *google form*. Responden dalam penelitian ini berjumlah 32 responden yang merupakan alumni S1 Universitas Sriwijaya tahun 2013-2019. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan diperoleh hasil bahwa dalam mengembangkan usaha para alumni telah memiliki niat, tekad, minat dan pengalaman berwirausaha yang diperolehnya sejak masih menjadi mahasiswa. Selain itu, dalam mempertahankan usaha, para alumni terus melakukan inovasi terkait produk usaha, memperluas jejaring/mitra, dan terus beradaptasi dengan perkembangan teknologi informasi dalam memperluas jangkauan pemasaran.

*Corresponding Author

ikbalbarlian10@gmail.com

Ikbal Barlian

Cara mengutip :

Barlian, I. Supriyanto. Deskoni. Hi. (2022). Studi Eksistensi Wirausaha Alumni S-1 Universitas Sriwijaya Tahun 2013 – 2019. Jurnal PROFIT: Kajian Pendidikan Ekonomi dan Ilmu Ekonomi, 9(2). 123-130. <https://doi.org/10.36706/jp.v9i2.19043>



PENDAHULUAN

Jumlah wirausahawan di tanah air tidak sebanding dengan jumlah populasi penduduk dengan persentase jumlah wirausahawan masih di bawah empat persen. “jika kita ingin menuju negara maju salah satunya jumlah wirausahawan harus semakin banyak. Salah satu dari ciri-ciri dari negara maju adalah jumlah persentase wirausahawan harus semakin besar, demikian disampaikan oleh Menteri Koperasi dan UKM Teten Masduki (Abdilla, 2020). Dengan demikian, bila jumlah penduduk tahun 2020 berjumlah 297 juta jiwa (Bisnis.tempo.co, 2021) berarti jumlah empat persen dari jumlah penduduk baru sekitar 11.880.000 orang yang menjadi wirausaha.

Sehubungan dengan hal di atas, Uno juga menyampaikan tentang perbandingan data rasio jumlah penduduk yang berwirausaha antar negara-negara di Asia Tenggara disampaikannya dengan komposisi masing-masing negara yaitu "Singapura sudah mencapai 7%, Malaysia sudah mencapai 6%, Thailand sudah mencapai 5%, sedangkan Indonesia masih berada di bawah 3%," ungkap tokoh pengusaha nasional Sandiaga Uno dalam webinar bertajuk "Wirausaha sebagai Garda Terdepan untuk kebangkitan Ekonomi Indonesia" Selasa (8/9/2020). Pendapat tersebut menunjukkan bahwa jumlah wirausahawan di Indonesia masih tertinggal dan perlu adanya usaha-usaha untuk terus ditingkatkan, bila mau seperti Singapura berarti perlu adanya peningkatan jumlah pengusaha sebesar 4 % lagi, seperti Malaysia dengan jumlah peningkatan 3 %, seperti Thailand dengan jumlah peningkatan 2 % lagi.

Salah satu faktor pendorong pertumbuhan kewirausahaan di suatu negara terletak pada peranan universitas (perguruan tinggi) melalui penyelenggaraan pendidikan kewirausahaan. Pihak perguruan tinggi bertanggung jawab dalam mendidik dan memberikan kemampuan wirausaha kepada para lulusannya dan memberikan motivasi untuk berani memilih berwirausaha sebagai karir mereka. Pihak perguruan tinggi perlu menerapkan pola pembelajaran kewirausahaan yang konkrit berdasarkan masukan empiris untuk membekali mahasiswa dengan pengetahuan yang bermakna agar dapat mendorong semangat mahasiswa untuk berwirausaha (Zimmere, 2002, Yonson, 2003, Wu & Wu, 2008, dalam Saputra, 2018)

Sejalan dengan hal di atas, di Universitas Sriwijaya sesuai dengan kebijakan kampus merdeka memberikan hak kepada mahasiswa untuk mengambil mata kuliah di luar program studi (prodi) dalam rangka untuk mengembangkan dan memperbanyak jumlah mahasiswa wirausaha. “Program Mahasiswa Wirausaha (PMW) dengan pendanaan internal sudah dimulai sejak tahun 2016 yang lalu. Program ini diberikan kepada kelompok-kelompok mahasiswa wirausaha 2-5 orang dengan kategori usaha *Start Up*, *Scale Up* dan Ormawa. Program ini terus ditingkatkan kualitasnya setiap tahun untuk memberikan motivasi berwirausaha termasuk pengembangan wirausaha di kalangan mahasiswa dan menciptakan budaya berkompetisi dalam berwirausaha yang lebih baik. Salah satu langkah yang ditempuh tahun 2021 akan di luncurkan Si-MasWira (sistem informasi mahasiswa berwirausaha) yang memberi akses *online* bagi mahasiswa mengenai program kewirausahaan internal PMW, Kemendikbud (Kompetisi Bisnis Mahasiswa Indonesia dan Expo Kewirausahaan Mahasiswa Indonesia” (Unsri, 2021). Dengan demikian, Universitas Sriwijaya sendiri mendorong para mahasiswa untuk memulai wirausaha sejak mahasiswa melalui program PMW yang memberikan dana dari internal Unsri dan diharapkan usaha yang telah dibangunnya dapat terus berlanjut sampai ia menjadi alumni.

Berdasarkan data yang terjaring dan kemudian dijadikan responden dalam penelitian ini adalah alumni Universitas Sriwijaya yang sejak mahasiswa telah menggeluti kegiatan kewirausahaan, diantaranya berwirausaha dengan membuka bengkel sepeda motor dan onderdilnya, usaha sablon dan konveksi, ternak ikan lele terpal, ternak kambing, jilbab dan pakaian wanita, *wedding organizer* dan lain-lain. Terkait dengan penelitian ini peneliti ingin mengetahui lebih jauh tentang 1) usaha-usaha yang dilakukan alumni Universitas Sriwijaya untuk mengembangkan usaha yang dibangunnya ketika telah menjadi alumni; 2) usaha-usaha yang dilakukan alumni S-1 Universitas Sriwijaya untuk mempertahankan usaha yang dibangunnya ketika telah menjadi alumni.

METODE

Penelitian ini dilaksanakan mulai bulan Maret 2021 sampai dengan Oktober 2021. Penelitian ini menggunakan wawancara, observasi, dan metode *survey* berbasis kuesioner. Wawancara dilakukan dengan responden tertentu, wawancara juga dilakukan menggunakan WA kepada responden. Observasi dilakukan dengan cara mengunjungi beberapa tempat wirausaha responden. Kuesioner digunakan untuk mengumpulkan

data dan informasi yang dibutuhkan terkait penelitian mengenai eksistensi wirausaha alumni S1 Universitas Sriwijaya lulusan tahun 2013-2019 yang dirintisnya semenjak masih berstatus sebagai mahasiswa, karenanya alumni Universitas Sriwijaya yang terus berwirausaha sejak mahasiswa sampai menjadi alumni yang menjadi subjek penelitian. Kuesioner dikirim langsung kepada responden melalui *google form* yang disampaikan melalui *WhatsApp* (WA) responden. Keberadaan responden diperoleh melalui informasi dari beberapa alumni yang mengetahui teman-teman mereka yang melakukan wirausaha semenjak masih berstatus mahasiswa sampai mereka menjadi alumni masih tetap berwirausaha.

Responden diperoleh dari beberapa Fakultas di lingkungan Universitas Sriwijaya dengan jumlah responden yang dapat terjaring sebanyak 32 orang yang telah berwirausaha sejak mahasiswa hingga menjadi alumni Unsri. Kuesioner disampaikan kepada 32 responden ini, namun ternyata hanya 17 responden yang telah mengisi kuesioner yang diberikan. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis deskriptif mengacu pada model dari Miles dan Huberman (2005) dengan rangkaian kegiatan analisis data meliputi *data collection*, *data reduction*, *data display*, dan *conclusion drawing/verivication*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini dimulai bulan Maret sampai bulan Juli 2021, diawali dengan mendata alumni-alumni Universitas Sriwijaya yang sejak mahasiswa telah membuka usaha. Data alumni ini diperoleh dari beberapa orang alumni yang mengetahui keberadaan teman-teman kuliahnya yang berwirausaha sejak mahasiswa. Berbagai bidang usaha yang ditekuni para alumni Universitas Sriwijaya tersebut, diantaranya jual beli laptop *second*, konveksi, yakni bordir dan pakaian sekolah dan kantor, ternak kambing, ternak lele, pakaian wanita, kuliner dan usaha lainnya.

Selanjutnya peneliti mewawancarai dan melakukan kunjungan lokasi, serta mengirimkan kuesioner kepada para alumni wirausaha tersebut dalam rangka mengetahui 1) Usaha-usaha yang dilakukan alumni Universitas Sriwijaya Lulusan 2013 – 2019 untuk mengembangkan usaha yang dibanggunya ketika telah menjadi alumni; 2) Usaha-usaha yang dilakukan alumni Universitas Sriwijaya Lulusan 2013 – 2019 untuk mempertahankan usaha yang dibanggunya ketika telah menjadi alumni.

1. Usaha-usaha yang Dilakukan Alumni Universitas Sriwijaya dalam Mengembangkan Usaha

Usaha-usaha yang dilakukan Alumni Universitas Sriwijaya untuk mengembangkan usaha yang dibanggunya ketika telah menjadi alumni, dengan cara: Pertama, membulatkan tekad untuk meneruskan usaha yang ditekuninya sejak mahasiswa, hasil wawancara ini didukung responden sebanyak 82% yang menyatakan setuju. Bahwasanya “seorang mahasiswa menjalankan suatu usaha dapat dilihat dari latar belakang pendidikannya, keluarga, etnis, dan organisasi serta pengalamannya selama ini” (Hidayat, 2018).

Kedua, tetap mengukuhkan minat berwirausaha meskipun telah menjadi alumni, hasil wawancara ini didukung oleh hasil angket sebanyak 100% responden menyatakan persetujuannya. “minat berwirausaha dapat dimiliki seseorang bila ia telah mempunyai rasa percaya diri (untuk berwirausaha), berani mengambil resiko, memiliki pemikiran yang kreatif dan inovatif, disiplin, mandiri, kerja keras, jujur, rasa ingin tahu yang tinggi yang berorientasi ke masa depan (Mahanani dan Sari: 2018)”.

Ketiga, menjadikan pengalaman dalam berwirausaha sejak mahasiswa sebagai pengalaman yang berharga, hasil wawancara ini, didukung oleh hasil angket sebanyak 100% responden menyatakan setuju. Sejalan dengan pendapat Wardhani dan Kusuma (2021), bahwa “pendidikan dan pengalaman sangat berperan besar untuk menjadikan seseorang menjadi wirausahawan karena dapat mewujudkan inovasi serta kreatifitas yang merupakan bagian dari jiwa *intrapreneurship*”.

Keempat, pembelajaran kewirausahaan saat di bangku kuliah menjadikannya sebagai penyemangat yang mendorong munculnya jiwa wirausaha, hasil wawancara ini didukung sebanyak 88% responden menyatakan persetujuannya, tidak bisa dipungkiri “salah satu tujuan pendidikan kewirausahaan di perguruan tinggi untuk mendorong munculnya sikap kritis, kreatif, inovatif, mandiri, percaya diri dan berjiwa wirausaha (Hasni, 2018)”.

Kelima, mengambil pelajaran positif begitu susahnya pengalaman saat memulai dan merealisasikan usaha begitu menyemangatinya untuk tetap meneruskan usahanya, dengan rata-rata kurang dari satu tahun untuk

memulainya hasil wawancara ini didukung oleh hasil angket sebanyak 58% responden menyatakan setuju. Pada dasarnya “waktu yang tepat untuk memulai sebuah usaha yaitu dengan dirasakan telah memiliki kepribadian sebagai seorang pengusaha, kemudian keadaan finansial juga mendukung, serta adanya restu dari keluarga” (Lifepal.co.id: 2020).

Keenam, mengambil pelajaran positif atas dukungan yang kuat dari *partner* dalam memulai dan menjalankan usaha. Hasil wawancara dengan responden bahwa *partner* pada awal usaha biasanya adalah keluarga, suami, ibu atau ayah. Keluarga biasanya memberikan dukungan tanpa pamrih. “*Partner* orang dekat karena memiliki visi dan misi yang sama, saling melengkapi, terbuka dengan kritikan, memiliki relasi yang banyak, bertanggung jawab dan dapat dipercaya serta memiliki moralitas yang baik (Top karir: 2020)”.

Ketujuh, mengambil manfaat bekal informasi awal berdasarkan pengalaman keluarga sebelum memulai wirausaha dirasakan begitu mendukung dan sangat berguna; diketahui dari wawancara bahwa pengalaman sebelum memulai bidang usaha yang dijalannya didapat dari pengalaman orang tuanya misalnya tentang bahan kopi yang baik saat mau buka cafe, wirausaha keluarga responden yang membuka warung kecil-kecilan dan terinspirasi oleh pelaku bisnis keluarga, hasil wawancara ini didukung oleh sebanyak 70% responden setuju. “Pengalaman berwirausaha merupakan hal penting untuk melakukan suatu usaha namun pengalaman bukan satu-satunya yang harus diutamakan (Fauziah: 2018).

Kedelapan, mengambil sisi positif untuk melakukan analisis atau studi, tidak saja sebelum membuka usaha juga dalam keadaan tertentu saat-saat dibutuhkannya analisis. Hasil wawancara ini didukung hasil angket sebanyak 82% responden. Sebab “melakukan analisis sebelum memulai usaha merupakan langkah penting sesuai dengan tujuan diperlukannya analisis ini, salah satunya adalah untuk meminimalisir kerugian usaha, cara yang sering dipakai untuk menganalisis sebuah usaha yaitu dengan menggunakan *analisis Strength, Weakness, Opportunity, Threat* atau dikenal dengan analisis SWOT (Ramadhani: 2020).

Kesembilan, menjual barang tidak saja barang atau jasa utama tetapi juga barang dan jasa pendukungnya seperti menjual laptop juga menjual aksesoris dan *sparepart*, pada usaha jasa terdapat jasa pendidikan formal dan informal, pada usaha kuliner juga terdapat berbagai jenis kuliner yaitu pizza, bakpia roti wijen dan aneka kue khas lebaran, hasil wawancara ini didukung hasil angket sebanyak 88% responden setuju. “Ternyata jenis barang atau jasa yang diproduksi terbagi menjadi dua yaitu pertama, berdasarkan proses menghasilkan sesuatu Kedua, berdasarkan tujuan proses yang terdapat *assembly to order, engineering to order, make to order, dan make to stock*” (Gie: 2020).

Kesepuluh, mengutamakan keunggulan atau keunikan produk yang dihasilkan seperti mengikuti *tren* terbaru, rasa dan kebersihan, keramah tamahan penjual, menggunakan bahan-bahan berkualitas, bahan baku asli tanpa campuran, hasil wawancara ini didukung hasil angket sebanyak 100% responden setuju. Ternyata “keunggulan kompetitif sangat berguna untuk membedakan produk yang dihasilkan dengan para kompetitor, meningkatkan penjualan dan kinerja pada perusahaan lebih efisien serta perusahaan mempunyai reputasi yang baik (LinovHR: 2020)”.

Usaha kesebelas yaitu lebih mengutamakan memproduksi barang atau jasa usaha sesuai dengan permintaan konsumen. terdapat berbagai jumlah produksi barang atau jasa atau tingkat penjualan yang responden hasilkan seperti perbulan 15-20 unit laptop terjual, satu bulan satu koli pakaian, sekitar 100 box perminggu, sekitar 10 kg daging giling/hari, hasil wawancara ini didukung hasil angket sebanyak 94% responden sependapat dengan pendapat dari Badrul dan Romadona (2020) bahwa dalam manajemen operasional perusahaan harus meningkatkan efektifitas dan efisiensi operasional perusahaan dengan menggunakan metode dan model operasional modern perencanaan, peningkatan dan manajemen produksi.

Kedua belas, melakukan promosi secara masif untuk menopang kenaikan kapasitas penjualan produksi, hasil wawancara ini didukung 82 % responden. “kapasitas merupakan tingkat kemampuan maksimal suatu fasilitas operasional dalam menghasilkan *output* pada suatu periode operasi. Pengaturan kapasitas jangka pendek tergantung pada dua hal. Pertama apakah proses produksi berorientasi ke padat karya atau padat modal, kedua apakah produksi bisa disimpan dalam jangka waktu yang lama atau tidak (Effendi, et al: 2019).

Ketiga belas, harus mengetahui secara pasti kendala-kendala yang dihadapi dalam melaksanakan kegiatan produksi dan berusaha untuk mengatasinya, hasil wawancara tersebut didukung oleh 100 persen responden

menyatakan setuju. Seperti yang dikemukakan Sihadi, et al. (2018) “kendala merupakan segala hal yang dapat terjadi untuk menghambat operasional produksi sehingga dapat menyebabkan kerugian bagi perusahaan. Kendala dalam suatu usaha dapat disebabkan dari faktor internal dan eksternal”.

Keempat belas, keharusan untuk memasarkan produksi barang dan jasa dengan berbagai cara, baik *on line* maupun *off line*, contohnya melalui iklan media sosial dan lingkungan kerja, juga penjualan langsung/*door to door, direct selling*, hasil wawancara ini didukung 100% responden setuju, bahwa sistem pemasaran merupakan perkumpulan lembaga yang memiliki tugas pemasaran barang, jasa, ide, sumber daya manusia dan membentuk hubungan perusahaan dengan pasarnya.

Kelima belas yaitu lebih mengutamakan pangsa pasar barang atau jasa di sekitar lingkungan tempat tinggal responden dengan memperhatikan tren masyarakat, hasil wawancara ini didukung oleh 100% responden, “dengan mengetahui pangsa pasar yang dituju, memungkinkan mereka untuk menilai banyak hal termasuk dengan kompetitor dalam bidang bisnis yang sama dan trend pasar yang berlaku (Ismail: 2020)”.

Keenam belas usaha yang dilakukan berkenaan dengan sangat berhati-hati dalam menentukan harga dan sistem pembayaran usaha seperti pembayaran melalui *cash, COD (cash on delivery)* transfer, dan dengan sistem penentuan harga jual barang yaitu modal di tambah keuntungan. hasil wawancara ini didukung oleh 100% responden menyatakan setuju. “Penentuan harga jual barang itu penting agar produk yang dijual lebih dilirik daripada produk yang dijual oleh kompetitor tentunya harga lebih murah dari harga kompetitor (Syaiikhon: 2014)”.

Ketujuh belas, lebih memilih media sosial yang digunakan responden untuk memasarkan produk. Hasil wawancara ini didukung oleh 100% responden, “media sosial diargumentasikan sebagai media yang tepat bagi pemasaran karena memudahkan akses dimana dengan menggunakan media sosial seperti *Instagram, Facebook* dll, merupakan langkah strategis dalam memasarkan hasil produk (Romdonny dan Rosmadi: 2018)”.

Kedelapan belas, lebih mengutamakan sumber modal usaha responden sendiri, hasil wawancara ini didukung oleh 100% responden, sejalan dengan pendapat dari Whulandari (2020) “sumber modal usaha yang bisa dipilih untuk mendukung perkembangan bisnis yang ditekuni salah satunya ialah *Bootsrapping* yaitu sumber modal yang berasal dari uang pribadi”.

Kesembilan belas, selalu yakin bahwa hasil penjualan yang diterima lebih besar dari pengeluaran, selalu ada untuk tabungan, hasil wawancara tersebut didukung oleh 88% responden yang menyatakan setuju, sejalan dengan pendapat Gie (2019) “semakin besar hasil penjualan yang didapat maka semakin besar juga keuntungan yang akan diraih oleh perusahaan”. Dan selanjutnya, memiliki keinginan untuk terus berusaha menambah modal usaha, hasil wawancara tersebut didukung oleh 76% responden. sejalan dengan pendapat dari Maryanti (2016) “perusahaan akan cenderung menambah jumlah aset untuk menunjang pengembangan usaha sehingga membutuhkan dana untuk mencapai tujuan tersebut”.

Usaha selanjutnya yaitu jauh sebelumnya telah memikirkan dan membuat rencana pengembangan usaha, hasil wawancara ini didukung oleh 94% responden, sejalan dengan pendapat Riadi (2020) bahwa “pengembangan usaha adalah suatu cara atau proses memperbaiki perusahaan saat sekarang maupun yang akan datang dengan meningkatkan perluasan usaha serta kualitas dan kuantitas produksi”.

Kedua puluh dua, jauh sebelumnya sudah memperkirakan pihak-pihak yang dapat membantunya dalam mengembangkan usaha, baik bantuan moril atau materil, karenanya sejak jauh hari sudah diadakan pendekatan, hasil wawancara ini didukung oleh 94% responden, sejalan dengan pendapat dari Anggraeni, et al (2020) bahwa pihak-pihak yang dapat membantu mengembangkan usaha antara lain pihak internal dan pihak eksternal.

Kedua puluh tiga yaitu mengetahui secara pasti faktor-faktor yang mendorong pengembangan usaha responden, hasil wawancara ini didukung oleh 100% responden, sejalan dengan pendapat dari Wardana (2020) bahwa faktor yang dapat mendorong pengembangan usaha antara lain, berani mengambil keputusan, percaya diri bahwa usahanya mampu berkembang, harus gigih dalam melakukan usahanya, dan terakhir sangat memahami kendala apa saja yang dihadapi responden dalam pengembangan usaha. Hasil wawancara ini didukung oleh 100% responden, sependapat dengan pendapat dari Nurani (2019) “kendala yang dihadapi dalam pengembangan usaha antara lain teknologi yang perlu dikembangkan untuk meningkatkan daya saing usaha, termasuk juga teknologi

untuk kegiatan promosi, dan modal yang dimiliki serta pengelolaan kegiatan usaha yang hendaknya perlu dikerjakan oleh orang yang mumpuni.

2. Upaya-Upaya yang Dilakukan untuk Mempertahankan Usaha pada Saat Menjadi Alumni

Selain usaha yang telah dilakukan untuk membangun usaha, beberapa upaya yang dilakukan alumni untuk mempertahankan usaha yaitu pertama, senantiasa tetap menjaga kualitas produk seperti rasa maupun bahan serta memberikan pelayanan yang baik kepada konsumen, hasil wawancara ini didukung oleh 100% konsumen, sesuai dengan pendapat Fajriah (2016) bahwa pelaku usaha disarankan untuk mengenali keunggulan produknya agar bisa bersaing dengan kompetitor.

Kedua, berusaha meningkatkan kegiatan pemasaran yaitu dengan meningkatkan promosi di sosial media, mempertahankan kualitas pemasaran dan selalu melakukan promosi, hasil wawancara ini didukung oleh 100% responden, “pemasaran dengan cara mengoptimalkannya secara digital seperti di sosial media karena melalui sosial media dapat menjangkau berbagai belahan dunia (Perdamaian, et al: 2020)”.

Ketiga, berusaha menggalang modal usaha dengan cara menawarkan kerjasama dengan pihak lain dan menahan keinginan konsumsi sehingga keuangan bisa dialihkan ke modal, hasil wawancara ini didukung oleh 88% responden, sejalan dengan pendapat dari Gie (2020) bahwa usaha yang dapat dilakukan ialah dengan mencari investor dan mempromosikan usaha pada lingkungan pertemanan. memiliki strategi layanan terhadap pelanggan dengan memberikan layanan yang terbaik, memberikan diskon, meningkatkan kualitas produk dan mencari relasi, hasil wawancara ini didukung oleh 100% responden, sejalan dengan pendapat dari Banggawan (2015) bahwa usaha yang dapat dilakukan untuk mempertahankan eksistensi yaitu dengan melakukan inovasi baru terhadap usahanya, serta memperluas jaringan bisnis karena semakin banyak relasi maka semakin banyak pula peluang untuk sukses.

SIMPULAN

Berbagai upaya perlu dilakukan wirausaha dalam menjalankan usaha yang telah dirintisnya hingga mampu mempertahankan eksistensi usaha tersebut. Usaha-usaha yang dilakukan oleh alumni Universitas Sriwijaya dalam mengembangkan usaha yang telah dijalannya dipengaruhi oleh faktor dalam dirinya (Internal) dan faktor lingkungan (eksternal). Dalam mengembangkan usahanya, para alumni perlu memiliki kebulatan tekad, niat, minat, pengalaman berwirausaha yang telah mereka pupuk sejak menjadi mahasiswa. Selain itu, pembelajaran kewirausahaan yang diberikan di bangku kuliah memberikan wawasan kewirausahaan yang sangat bermanfaat bagi mereka. Namun untuk dapat terus mempertahankan usaha yang dijalankan perlu dilakukan berbagai upaya, diantaranya terus melakukan inovasi dengan cara meningkatkan kualitas produk, menjalin kerjasama dengan mitra baik dalam hal produksi, permodalan maupun pemasaran. Di era digital saat ini yang tak kalah penting dalam mempertahankan usaha adalah dengan terus beradaptasi pada perkembangan teknologi dan informasi yang kian cepat, karena hal ini dapat menjadi peluang bagi mereka untuk memperluas jangkauan pemasaran dan mengikuti budaya konsumsi masyarakat yang saat ini telah beralih dari *offline* menuju *online*. Diharapkan dari hasil penelitian ini dapat menjadi langkah-langkah alternatif bagi pelaku usaha lainnya, khususnya mahasiswa yang hendak memulai usaha, menjalankan usaha hingga mempertahankan usaha yang kini tengah dijalani.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terimakasih kepada Dekan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Sriwijaya yang telah mendanai kegiatan penelitian ini melalui dana DIPA FKIP UNSRI tahun 2021, dan seluruh pihak yang terlibat dan membantu pelaksanaan penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdilla (2020). Teten: Jumlah Wirausahawan di Indonesia masih Terlalu Kecil. Diakses pada 1 Juni 2021 dari <https://www.tribunnews.com/bisnis/2020/08/31/teten>.
- Anggraini, F., Ilhanda, T., & Nurhuda, N. (2020). Peranan Intellectual Capital dan Orientasi Kewirausahaan Pada Usaha Kecil dan Menengah. *Jurnal Benefita*, 5(2), 238-251.

- Banggawan, B. (2015). Mempertahankan eksistensi bisnis, diakses pada Juli 2021, <https://smart-money.co/bisnis/strategi-pertahankan-eksistensi-bisnis>
- Bisnis.tempo.co. 2021. Menteri Teten: Tingkat Kewirausahaan RI Masih Rendah dari Negara Tetangga. Diakses pada 6 Juli 2021. <https://bisnis.tempo.co/read/1454848/menteri-teten-tingkat-kewirausahaan-ri-masih-lebih-rendah-dari-negara-tetangga>.
- Efendi, S., Pratiknyo, D., & Sugiono, E. (2019). Manajemen Operasional.
- Fajriah, N. (2016). *Identifikasi tingkat partisipasi masyarakat terhadap pelaksanaan program PLPBK di kota Malang (Studi Kasus: Kampung Sumber Ringin Kelurahan Kota Lama)* (Doctoral dissertation, ITN Malang).
- Fauziah, J. R. (2018). *PENGARUH PROGRAM PELATIHAN WIRAUSAHA BANK INDONESIA, SARANA PRODUKSI DAN TENAGA KERJA TERHADAP HASIL PENJUALAN UMKM (Survey terhadap UMKM penerima bantuan program pelatihan Wirausaha Bank Indonesia di Kota Bandung)* (Doctoral dissertation, Perpustakaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unpas Bandung).
- Gie. 2020. Mengetahui Pentingnya Penetapan Harga Secara Lengkap Bagi Bisnis. Diakses pada 05 Juli 2021, dari <https://accurate.id/marketing-manajemen/>
- Gie. 2020. Strategi Penetapan Harga: Cara, Metode dan Fungsinya. Diakses pada 06 Juli 2021, dari <https://accurate.id/ekonomi-keuangan/>
- Hidayat, S., Saleh, M., & Saefullah, E. (2018). Kajian intensi mahasiswa manajemen di kota serang untuk menjadi wirausaha. *IKRAITH-EKONOMIKA*, 1(2), 155-163.
- Ismail, Ibnu. 2021. Karakter Pemimpin Seperti Ini yang Harus Anda Miliki Untuk Membangun Bisnis. Diakses pada 06 Juli 2021, dari <https://accurate.id/bisnis-ukm/>
- Lifepal.co.id. 2020. Kapan Waktu yang Tepat untuk Memulai usaha?. Diakses pada 4 Mei 2021. Dari <https://lifepal.co.id/media/memulai-usaha-dan-waktu-tepatnya/>
- MA AL Ahrom. 2021. Peluang Usaha: Pengertian, Identifikasi, Hingga Analisis SWOT. Diakses pada 07 Juli 2021, dari <https://mas-alahrom.my.id>
- Mahanani, E., & Sari, B. (2018). Peer Review Jurnal dengan Judul: FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT BERWIRAUSAHA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS PERSADA INDONESIA YAI.
- Maryanti, E. (2016). Analisis Profitabilitas, Pertumbuhan Perusahaan, Pertumbuhan Penjualan dan Struktur Aktiva Terhadap Struktur Modal pada Perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Riset Akuntansi dan Keuangan Indonesia*, vol.1 No.2, 143-151.
- Miles, M.B., Huberman, A.M. 2005. *Qualitative Data Analysis*. Jakarta: UI Press.
- Nurani, M. (2019). *Analisis Faktor-Faktor Penghambat Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah Dalam Perspektif Ekonomi Islam (studi Pada Sentra UMKM Keripik Pisang Jalan ZA. Pagar Alam Kota Bandar Lampung)* (Doctoral dissertation, UIN Raden Intan Lampung).
- Perdamaian, P. D. J., Puspita, A., & Frida, N. (2020). Analisis Strategi Mempertahankan dan Mengembangkan Bisnis di Tengah Pandemi COVID-19 Serta Mengetahui Dampak Perkembangan dan Pertumbuhan COVID-19 di Indonesia. *Jurnal Aktiva: Riset Akuntansi Dan Keuangan*, 2(3), 28-36.
- Ramadhani, A. (2020). Strategi Peningkatan Produksi Ubi Kayu (Kasus: Kecamatan Dolok Masihul, Kabupaten Serdang Bedagai).
- Riadi, R. (2020). Pengaruh Pengalaman Usaha Terhadap Pengembangan Usaha Dan Penggunaan Informasi Akuntansi Sebagai Variabel Intervening (Kajian Empiris Pelaku Usaha Kecil Dan Menengah Di Medan Utara). *Jurnal Penelitian Medan Agama*, 11(1).
- Romdonny, J., & Rosmadi, M. L. N. (2018). Peran media sosial dalam mendukung pemasaran produk organisasi bisnis. *IKRAITH-EKONOMIKA*, 1(2), 25-30.
- Saputra, Riyan Dani. (2018). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Intensi Berwirausaha Mahasiswa Universitas Brawijaya Malang. Diakses 10 Juli 2021, dari <https://jlm.feb.ub.ac.id/indek.php/jlmfeb/article>.
- Sihadi, I. P., Pangemanan, S. S., & Gamaliel, H. (2018). Identifikasi Kendala Dalam Proses Produksi Dan Dampaknya Terhadap Biaya Produksi Pada UD. Risky. *Going Concern: Jurnal Riset Akuntansi*, 13(04).
- Universitas Sriwijaya. 2021. Panduan PMWUnsri. Diakses pada 16 Juli 2021, dari <https://www.coursehero.com>.

- Wardana, Raditya. 2020. 13 Faktor Keberhasilan Wirausaha Yang Wajib Dimiliki. Diakses pada 16 Juli 2021, dari <https://lifepal.co.id/media/13-faktor-keberhasilan-wirausaha-yang-wajib-dimiliki-pengusaha/>
- Wardhani, S. L., & Kusuma, M. W. (2021). Pengaruh Personal Attitude dan E-learning terhadap Minat Berwirausaha pada Era Pandemi Covid-19. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, dan Entrepreneurship*, 11(1), 90-104.
- Whulandari, R., & Zuraya, N. (2020). BI: Transaksi ATM dan kartu debit turun selama pandemi.