

ANALISIS FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MAHASISWA BERWIRAUSAHA DI MASA PANDEMI COVID-19 PADA UNIVERSITAS DHARMAWANGSA MEDAN

Kuasarman Maduwu¹ Teuku Fahmi²

Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Dharmawangsa Medan

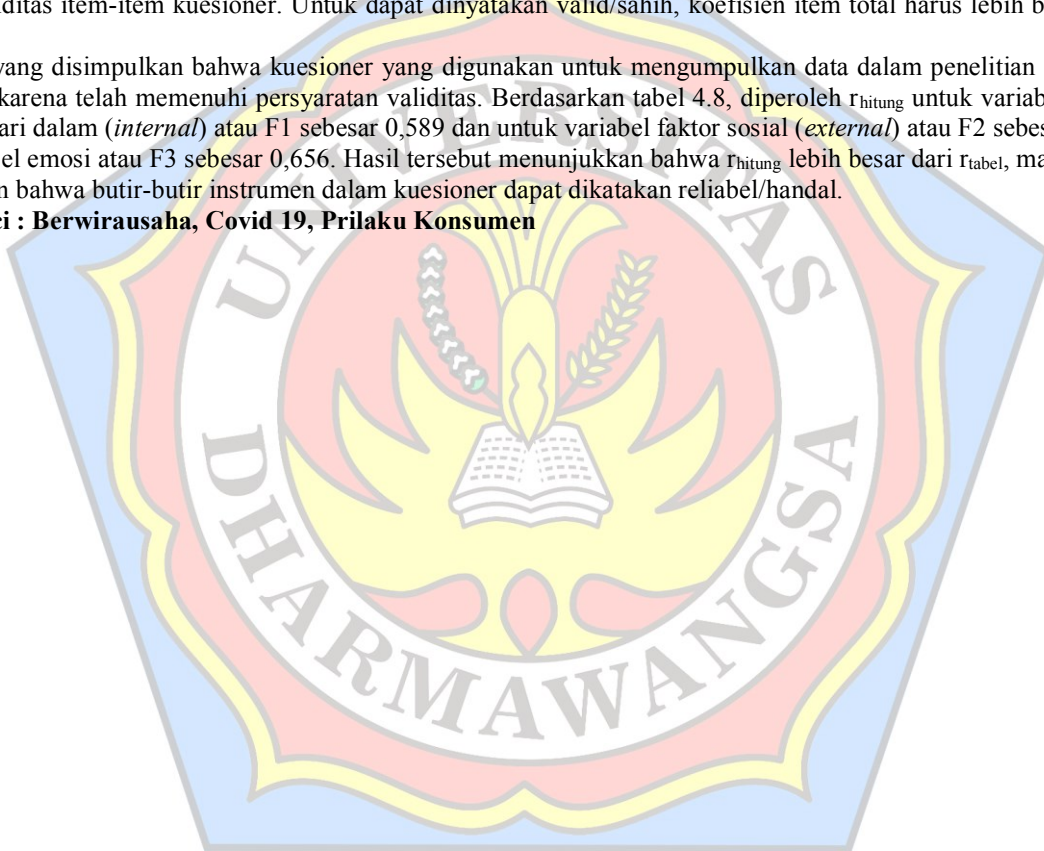
Email : teukufahmi@dharmawangsa.ac.id

ABSTRACT

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh perilaku konsumen terhadap permintaan usaha mahasiswa berwirausaha di masa pandemi covid-19 Pada Universitas Dharmawangsa Medan. Penelitian ini adalah merupakan penelitian deskriptif kuantitatif. Teknik simple random sampling sebanyak 26 orang. Diperoleh dengan nilai alpha 0,05 atau 5% (dua sisi), diperoleh nilai r_{tabel} yang digunakan adalah 0,388. Nilai r_{tabel} ini selanjutnya digunakan untuk kriteria validitas item-item kuesioner. Untuk dapat dinyatakan valid/sahih, koefisien item total harus lebih besar dari 0,388.

Dari hasil yang disimpulkan bahwa kuesioner yang digunakan untuk mengumpulkan data dalam penelitian ini dapat digunakan karena telah memenuhi persyaratan validitas. Berdasarkan tabel 4.8, diperoleh r_{hitung} untuk variabel faktor dorongan dari dalam (*internal*) atau F1 sebesar 0,589 dan untuk variabel faktor sosial (*external*) atau F2 sebesar 0,546 serta variabel emosi atau F3 sebesar 0,656. Hasil tersebut menunjukkan bahwa r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} , maka dapat disimpulkan bahwa butir-butir instrumen dalam kuesioner dapat dikatakan reliabel/handal.

Kata Kunci : Berwirausaha, Covid 19, Prilaku Konsumen



A. PENDAHULUAN

Menemukan semangat mahasiswa dalam berwirausaha merupakan sebuah ide kreatif dan inovasi untuk memulai bisnis, salah satunya untuk berwirirusaha.

Menurut Shinta (2011:81) jualan difersivication yaitu suatu peluang pemilihan bisnis jasa atau barang yang dijualnya oleh mahasiswa beriwirausaha, dengan cara menambahkan usaha baru ataupun memberikan tipe,menu, mode, jenis dari jualan yang sudah ada dalam rangka memperoleh maksimal.

Mahasiswa Universitas Dharmawangsa Medan, menyediakan berbagai stand yang bervariasi, ini terlihat dari banyaknya mahasiswa berwirausaha, ukuran, menu serta usahanya menyediakan stand baru di masa pandemi covid-19, yang mematuhi protokol kesehatan dan kenyamanan, pelayanan yang di berikan pegawai sangat memuaskan konsumen, dan telah di percayakan tempat yang bisa jualan serta, harga jualan terjangkau apalagi dengan banyaknya diskon serta promo-promo.

Bagaimana pengaruh perilaku konsumen terhadap permintaan usaha mahasiswa di masa pandemi covid-19 pada universitas dharmawangsa medan. Faktor apa saja yang sangat berpengaruh terhadap permintaan usaha mahasiswa berwirausaha di masa pandemi covid-19 pada universitas dharmawangsa medan.

Mengetahui pengaruh perilaku konsumen terhadap permintaan usaha Mahasiswa Berwirausaha Di Masa Pandemi Covid-19 Pada Universitas Dharmawangsa Medan. Untuk mengetahui Faktor Yang Mempengaruhi Mahasiswa Berwirausaha Di Masa Pandemi Covid-19 Universitas Dharmawangsa Medan.

Sebagai alat untuk mempraktekan teori-teori yang telah diperoleh selama menempuh perkuliahan serta memperluas wawasan penulis dalam bidang pemasaran, khususnya Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Mahasiswa Berwirausaha Di Masa Pandemi Covid-19.

B. LANDASAN TEORI

Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian diatas dapat disimpulkan rumusan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh perilaku konsumen terhadap permintaan usaha mahasiswa berwirausaha di masa pandemi covid-19 Pada Universitas Dharmawangsa Medan ?
2. Faktor apa saja yang sangat berpengaruh terhadap permintaan usaha mahasiswa berwirausaha di masa pandemi covid-19 Pada Universitas Dharmawangsa Medan ?

Tujuan Penelitian

Berdasarkan penelitian diatas,maka penelitian ini diharapkan memberi manfaat diantaranya :

1. untuk Mengetahui pengaruh perilaku konsumen terhadap permintaan usaha Mahasiswa Berwirausaha Di Masa Pandemi Covid-19 Pada Universitas Dharmawangsa Medan ?
2. Untuk mengetahui Faktor Yang Mempengaruhi Mahasiswa Berwirausaha Di Masa Covid-19 Pada Universitas Dharmawangsa Medan.

Manfaat Penelitian

Dari penelitian ini diharapkan memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis
Sebagai alat untuk mempraktekan teori-teori yang telah diperoleh selama menempuh perkuliahan serta memperluas wawasan penulis dalam bidang pemasaran, khususnya Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Mahasiswa Berwirausaha Di Masa Pandemi covid-19.
2. Manfaat Praktis

Penelitian ini dapat digunakan untuk sebagai kontribusi dalam pengembangan mengenai pemasaran dan refensi bagi penelitian lain dalam melakukan penelitian objek masalah yang sama di masa yang akan datang.

C. METODE PENELITIAN

1. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Kota Medan Jl. Bukti barisan,Jl. Sutomo no.2,Jl. Tuasan,Jl.Perjuangan dan pajak mayor brayan,

2. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang

terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh penelitian untuk dipeleajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Metode penelitian adalah cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan dan di temukan pengetahuan, teori untuk memahami, memecahkan dan mengantisipasi masalah dalam kehidupan manusia (Sugiyono 2012).

3. Tehnik Analisis Data

Analisis merupakan salah satu alat analisis yang menjalankan tentang akibat yang ditimbulkan oleh satu atau lebih variable bebas terhadap satu variabel terkait. Dalam hal ini penulis menggunakan jenis uji regresi liner berganda untuk mengetahui pengaruh variabel berganda X1, X2, DAN X3 terhadap Y secara bersamaan

4. Tehnik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan kuesioner atau angket. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pernyataan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab agar dapat memperoleh data-data yang objektif

5. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian adalah data primer. Data primer merupakan sumber data penelitian yang di peroleh secara langsung dari sumber asli (tidak melalui media perantara). Data primer secara khusus dikumpulkan oleh penelitian untuk menjawab pertanyaan penetian,

D. HASIL PEMBAHASAN

1. Profil Usaha

Usaha kurir Mahasiswa Universitas Dharmawangsa Medan, disingkat usaha mahasiswa yang mendirikan di kota Medan pada tanggal 18 Agustus 2018 bentuk usaha awal mulai berwirausaha secara setara.

2. Deskripsi Data Dan Hasil Penelitian

Analisis karakteristik responde digunakan untuk memperoleh gambaran tentang karakteristik responden yang diteliti, kemudian dilakukan pengolahan terhadap data kasar melalui perhitungan statistik deskriptif.

3. Karakteristik Responden Berdasarkan Kelamin

JenisKelamin	Jumlah	Presentase
Laki-laki	14	53,8%
Perempuan	12	46,2%
Total	26	100%

Berdasarkan tabel 4.1 di atas dapat disimpulkan bahwa jumlah responden berdasarkan jenis kelamin didominasi oleh jenis kelamin pria sebanyak 14 responden atau sebesar 53,8% dan untuk responden berjenis kelamin perempuan sebanyak 12 responden atau sebesar 46,2% dari total keseluruhan responden

4. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Usia	Jumlah	Persentase
18-21 tahun	10	50%
22-25 tahun	10	49%
>25 tahun	6	1%
Total	26	100%

Berdasarkan di atas dapat dilihat bahwa usia responden berusia 18-21 dan tahun yaitu sebanyak 10(50%) responden berusia 22-25 tahun sebanyak 10(49%) responden, dan usia responden untuk lebih dari 25 tahun adalah 6(1%) responden.

5. Karakteristik Responden dari Pengalaman Pernah Berkerja

Pernah berkerja	Jumlah	Persentase
Ya	14	53,8%
Tidak	12	46,2%
Total	26	100%

Berdasarkan di atas dapat diketahui bahwa responden yang mempunyai pengalaman pernah berkerja dengan pilihan “ya” sebanyak 14 responden atau 53,8% dari 26 responden, dan untuk responden “tidak” mempunyai pengalaman pernah berkerja sebanyak 12 responden atau 46,2%.

Status Tempat Tinggal	Jumlah	Persentase
Rumah Sendiri	8	30,8%
Rumah Orang Tua	4	15,4%

Rumah Saudara	2	7,7%
Kontra/Sewa	6	23,1%
Kost	6	23,1%
Total	26	100%

Berdasarkan di atas dapat diketahui bahwa berdasarkan status tempat tinggal responden didominasi oleh kelompok yang tinggal di rumah sendiri yaitu 8(30,8%) responden, disusul kelompok yang tinggal di rumah orang tua yaitu 4 (15,4%), kelompok yang tinggal di rumah saudara yaitu tinggal di rumah saudara 2 (7,7%), kelompok yang tinggal di kontrakan yaitu 6,(23,1%), dan kelompok yang tinggal di kost 6 (23,1%).

E. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

1. Mahasiswa yang memiliki usaha kurir yang mempengaruhi Mahasiswa Berwirausaha Di Masa Pandemi Covid-19 Pada Universitas Dharmawangsa Medan.
2. Variabel mahasiswa berwirausaha di masa pandemi covid-19 yang mempengaruhi terhadap keputusan pembeli konsumen, sementara Mahasiswa Berwirausaha Di Masa Pandemi Pada Universitas Dharmangsa Medan.

Saran

1. Secara Teoritis

Menjadikan hasil penelitian ini sebagai tambahan referensi dan hasil peneltial yang dapat dikembangkan lebih lanjut, terutama yang berkaitan dengan pemasaran dan *marketing*.

Mahasiswa Berwirausaha adalah mahasiswa yang memiliki kualitas yang sama baik namun dengan harga yang lebih miring.

2. Secara Praktis

Mahasiswa bewirausaha dapat di harapkan mampu memberikan harga yang lebih murah dan mampu bersaing dengan mahasiwa berwirausaha internal yang memiliki kualitas yang sama baik namum dengan harga yang lebih miring.

Mahasiswa berwirausaha diharapkan mampu memberikan potongan atau dalam seperti diskon pada pembeli dalam jumlah yang lebih banyak sehingga konsumen menjadi loyal dalam membeli dalam jangka waktu dekat.

DAFTAR PUSTAKA

- Firmansyah, Muhammad Anang. 2018. *Prilaku Konsumen*. Yogyakarta: Deepublish.
- Aswand Hasoloan. 2017. *Sistem dan Prosedur Operasional Pelayanan Kapal dan Barang Berbasis Online pada PT. Pelabuhan Indonesia I (Persero) Cabang Pelabuhan Belawan*.
- Sugiyono.2017. *Metode Penelitian Kuantitatif,Kualitatif, dan .R&D*. Penerbit: Alfabeta. Bandung
- Ghozali, Imam. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23 Edisi 8*. Penerbit: Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Sugiyono.2017. *Metode Penelitian Kuantitatif,Kualitatif, dan .R&D*. Penerbit: Alfabeta. Bandung
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2016. *Marketing Management 15th Edition*. Penerbit: Pearson Education.
- (Sunyoto, 2007:79). *Product Moment (Pearson)* maka item yang bersangkutan dapat dinyatakan valid/sahih