

**ANALISIS PERBANDINGAN MINAT BERWIRAUSAHA DAN BEKERJA
SEBAGAI KARYAWAN DI MASA PANDEMI COVID-19
(Studi Kasus : Alumni Tahun 2020/2021 Fakultas Ekonomi
Unika Santo Thomas Medan)**

Darwis Tamba

Dosen Fakultas Ekonomi Prodi Manajemen Unika Santo Thomas Medan
Email : darwistamba1141@gmail.com

Robinson Sipahutar

Dosen Fakultas Ekonomi Prodi Manajemen Unika Santo Thomas Medan
Email : Starrobin4@gmail.com

Antonius M. Purba

Dosen Fakultas Ekonomi Prodi Manajemen Unika Santo Thomas Medan
Email : purba.antoniusm@gmail.com

ABSTRACT

The purpose of this study is to compare interest in entrepreneurship and working as an employee during the Covid-19 pandemic. The population is all alumni of the Faculty of Economics, Unika Santo Thomas, Medan. A sample of 96 respondents, data collection techniques using questionnaires, documentation and interviews, data analysis techniques referring to Miles & Huberman (1992: 16) with three flow of activities that occur simultaneously, namely: data reduction, data presentation, conclusion drawing/verification. The results showed that interest in entrepreneurship during the Covid-19 pandemic among alumni of the Faculty of Economics, Unika Santo Thomas, Medan, was higher, namely 56 respondents compared to interest in working as an employee during the Covid-19 pandemic, which was 40 respondents. The reason respondents chose to be interested in entrepreneurship is because during the Covid-19 pandemic, many companies have reduced the number of employees or terminated their employment relationship. With entrepreneurship, they will open up new job opportunities for people affected by Covid-19. And they also want to be free to manage their own work. The reason respondents chose interest in working as an employee is because by working as an employee they will get a steady income every month. Even though during the Covid-19 pandemic, many companies or agencies have reduced the number of employees, the respondents will remain firm in their stance and will be more active in preparing themselves to compete in the world of work. To conduct a comparative analysis of interest in entrepreneurship and working as an employee during the COVID-19 pandemic, an in-depth evaluation should be carried out by adding an indicator of questions about the reasons for alumni to become entrepreneurs and work as employees and increase the number of respondents observed.

Keywords: Interest in entrepreneurship and work

PENDAHULUAN

Pandemi COVID-19 yang terjadi di Indonesia menyebabkan pemerintah menerapkan kebijakan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) di beberapa daerah. Kebijakan tersebut mengubah aktivitas social ekonomi masyarakat seperti transportasi terbatas, pusat perbelanjaan, tempat rekreasi dan hiburan ditutup. Keadaan ini berdampak luas terhadap

kondisi sosial ekonomi masyarakat termasuk keberlangsungan pekerjaan dan penurunan pendapatan pekerja.

Jumlah pengangguran atau tingkat pengangguran terbuka (TPT) pada Agustus 2021 mencapai 6,49 persen dari jumlah angkatan kerja atau setara dengan 9,10 juta. Jumlah ini lebih rendah dari pada TPT pada Agustus 2020. TPT Agustus 2021 mengalami penurunan dibandingkan dengan Agustus 2020. Saat itu, tingkat TPT mencapai 7,07 persen atau setara dengan 9,77 juta orang. Menurut BPS, tren pengangguran yang menurun sejalan dengan perbaikan ekonomi pada 2020 (<https://indonesiabaik.id/infografis/tingkat-pengangguran-di-indonesia-mulai-menurun>).

Di masa pandemi Covid-19 ini, karyawan perusahaan atau pabrik-pabrik mengalami PHK (Pemutusan Hubungan Kerja) dan dirumahkan sampai dengan waktu yang belum pasti kapan berakhir. Sampai saat ini, para pekerja yang terpaksa dirumahkan sementara pun masih ragu apakah akan tetap bekerja atau tidak. Kementerian Ketenagakerjaan (Kemnaker) mencatat sebanyak 72.983 karyawan telah menjadi korban Pemutusan Hubungan Kerja (PHK) akibat pandemi Covid-19. Adapun angka ini didapat dari hasil survei baru dilakukan Kemnaker pada November 2021 lalu. Survei dilakukan di 21 Dinas Ketenagakerjaan (Disnaker) dari 34 provinsi ada di Indonesia dengan metode kuantitatif melalui pemberian kuesioner. "Dan terdapat 72.983 pekerja mengalami PHK akibat Covid-19," kata Direktur Jenderal Pembinaan Pengawasan Ketenagakerjaan dan Keselamatan dan Kesehatan Kerja (P2K3), Haiyani Rumondang, Selasa (13/12). Hasil survei juga menemukan bahwa terdapat 4.156 perusahaan telah melakukan PHK terhadap karyawannya. Ini dilakukan karena kondisi keuangan perusahaan tertekan akibat dampak dari pandemi Covid-19 (<https://www.liputan6.com/bisnis/read/4750566/kemnaker-72983-pekerja-kena-phk-selama-pandemi-covid-19>).

Pandemi COVID-19 ini juga berdampak pada sektor UMKM. Saat ini sebanyak 1.785 terkena dampak pandemi covid-19. Kebanyakan koperasi yang terkena dampak Covid-19 bergerak pada bidang kebutuhan sehari-hari, sedangkan sektor UMKM yang paling terdampak yakni makanan dan minuman. Pengelola Koperasi mengalami kesulitan modal dan distribusi sehingga penjualan mereka menurun. Sementara itu, Pelaku UMKM juga mengalami hal yang serupa. Pandemi ini telah membuat industri rumahan, kreatif dan pertanian juga terkedan dampak besar. Kemenkop UMKM menerima laporan bahwa ada sekitar 37.000 UMKM yang terdampak sangat serius dengan adanya pandemi ini. 56 persen mengalami penurunan penjualan, 22 persen mengalami permasalahan pada aspek pembiayaan, 15 persen menghadapi masalah distribusi barang, dan 4 persen mengalami kesulitan mendapatkan bahan baku mentah (Thaha. 2020) . Dengan begitu, salah satu masalah mendasar yang dihadapi oleh perguruan tinggi adalah masalah relevansi dan mutu yang belum menggembirakan. Saat ini Pendidikan tinggi belum sepenuhnya mampu melahirkan enterpreneur dengan orientasi job creating dan kemandirian (Adi, 2016). Alumni yang merupakan pengangguran terdidik terus bertambah, problem pengabdian masyarakat dimana perguruan tinggi tersebut dirasa kurang responsif, dan berkontribusi terhadap problematika masyarakat. persen mengalami kesulitan mendapatkan bahan baku mentah(Thaha. 2020)

Pada Agustus 2020, penduduk bekerja masih didominasi oleh mereka yang berpendidikan SD ke bawah. Sementara tenaga kerja yang berpendidikan tinggi, yaitu

Diploma dan Universitas menduduki peringkat paling bawah . Menjadi pengusaha maupun karyawan merupakan sebuah profesi yang paling diminati para lulusan perguruan tinggi. Berwirausaha merupakan suatu kegiatan menciptakan usaha atau memulai suatu usaha. Kewirausahaan dikatakan sangat penting karena dapat meningkatkan pertumbuhan ekonomi secara umum di suatu negara. Salah satu usaha yang paling tepat untuk menanggulangi masalah pengangguran saat ini adalah berwirausaha. Begitu juga menjadi karyawan, instansi atau perusahaan dapat berkembang jika terdapat karyawan-karyawan yang berpotensi untuk mengembangkan sebuah perusahaannya.

Bedasarkan masalah yang telah dipaparkan diatas, peneliti ingin mengetahui perbandingan antara mahasiswa yang minat berwirausaha dan bekerja sebagai karyawan dimasa Pandemi Covid'19.

Berdasarkan latar belakang di atas maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut: Bagaimana perbandingan minat berwirausaha dan bekerja sebagai karyawan dimasa Pandemi Covid'19.

TINJAUAN PUSTAKA

Pengertian Pemasaran

Pemasaran saat ini diterapkan pada semua bisnis maupun jasa dengan berbagai strategi yang diterapkan untuk mencapai tujuannya. Secara kemasyarakatan pemasaran merupakan setiap kegiatan- kegiatan tukar-menukar yang bertujuan untuk memuaskan keinginan-keinginan manusia. Dalam artian bisnis, pemasaran merupakan sebuah sistem dari kegiatan bisnis yang dirancang untuk merencanakan, memberi harga, mempromosikan dan mendistribusikan jasa serta barang pemuas keinginan pasar.

Para ahli memberikan defenisi mengenai pemasaran antara lain Kotler (2005:10), menyatakan bahwa pemasaran adalah proses sosial dan manajerial yang me mbuat individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan lewat penciptaan, menawarkan dan secara bebas mempertukaran barang ataupun jasa yang bernilai dengan pihak lain. Menurut Stanton (2002:58), pemasaran adalah suatu sistem keseluruhan dari kegiatan-kegiatan bisnis yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang atau jasa yang memuaskan kebutuhan baik kepada pembeli yang ada maupun pembeli potensial. Menurut Alma (2004:2), pemasaran merupakan kegiatan membeli dan menjual, dan termasuk didalamnya kegiatan menyalurkan barang dan jasa antara produsen dan konsumen.

Menurut definisi diatas pemasaran sebuah proses sosial yang bertumpu pada pemenuhan kebutuhan baik secara individu ataupun kelompok dengan menciptakan pertukaran dari produsen kekonsumen.

Konsep Inti Pemasaran

Perusahaan yang menjual barang-barang kebutuhan konsumen dan jasa dalam jumlah besar, serta menghabiskan banyak waktu untuk mencoba mengembangkan citra merek yang unggul. Sebagian besar kekuatan merek bergantung pada pengembangan produk dan kemasan yang unggul, kepastian tersedianya barang dan dukungan komunikasi yang kuat serta layanan yang terpercaya. Abdullah dan Tantri (2013:14), mengemukakan konsep inti pemasaran dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 1. Konsep Inti Pemasaran

Sumber : Abdullah, Thamrin dan Tantri, Francis. *Manajemen Pemasaran*, Edisi Pertama, Cetakan Kedua, Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, (2013:14)

1. Kebutuhan, keinginan dan permintaan. Cara berpikir pemasaran mulai dengan kebutuhan dan keinginan manusia. Ada perbedaan antara kebutuhan, keinginan dan permintaan. Kebutuhan adalah keadaan merasa tidak memiliki kebutuhan dasar. Keinginan adalah hasrat akan pemuas tertentu dari kebutuhan tersebut. Permintaan adalah keinginan akan sesuatu yang didukung dengan kemampuan serta kesediaan membelinya. Keinginan menjadi permintaan bila didukung oleh daya beli. Banyak orang ingin memiliki suatu produk, namun hanya sedikit yang mampu dan mau membelinya. Perusahaan tidak hanya harus mengukur berapa banyak orang yang menginginkan produknya, tetapi juga berapa banyak yang mau dan mampu membelinya.
2. Produk . Orang memenuhi kebutuhan dan keinginannya dengan barang dan jasa. Produk adalah sebagai sesuatu yang dapat ditawarkan untuk memenuhi kebutuhan atau keinginan. Pentingnya suatu produk fisik bukan terletak pada kepemilikannya, tetapi pada jasa yang dapat diberikannya. Artinya, seseorang membeli mobil tidak untuk dilihat saja, melainkan untuk jasa transportasinya.
3. Nilai biaya dan kepuasan. Pemasaran yang berhasil jika memberi nilai dan kepuasan kepada pembeli sasaran. Nilai mencerminkan sejumlah manfaat, baik yang berwujud maupun yang tidak berwujud, dan biaya yang dipersepsikan oleh pelanggan. Nilai adalah kombinasi kualitas, pelayanan dan harga yang disebut juga tiga elemen nilai pelanggan. Nilai merupakan konsep yang sentral perannya dalam pemasaran. Perusahaan dapat memandang pemasaran sebagai kegiatan mengidentifikasi, menciptakan, mengkomunikasikan, menyampaikan, dan memantau nilai pelanggan. Kepuasan mencerminkan penilaian seseorang tentang kinerja produk anggapannya dalam kaitannya dengan ekspektasi. Jika kinerja produk tersebut tidak sesuai dengan ekspektasi, pelanggan masa tidak puas. Jika kinerja produk melebihi ekspektasi, pelanggan tersebut merasa puas.
4. Pertukaran transaksi dan hubungan. Pemasaran timbul saat orang memutuskan untuk memenuhi kebutuhan serta keinginannya dengan pertukaran. Pertukaran merupakan salah satu elemen dari empat cara orang mendapatkan suatu produk, yaitu dengan menghasilkan sendiri, memaksa, meminta-minta dan pertukaran. Pemasaran muncul dari cara yang terakhir. Pertukaran adalah cara mendapatkan suatu produk yang diinginkan dari seseorang dengan menawarkan sesuatu sebagai gantinya. Pertukaran merupakan proses, bukan kejadian sesaat. Masing-masing pihak disebut berada dalam suatu pertukaran bila mereka berunding dan mengarah ke suatu persetujuan. Jika persetujuan dapat dicapai, disebut terjadi transaksi. .

5. Pasar. Pasar terdiri dari semua pelanggan potensial yang memiliki kebutuhan atau keinginan tertentu serta mau dan mampu turut dalam pertukaran untuk memenuhi kebutuhan atau keinginan itu. Jadi, besarnya pasar tergantung pada jumlah orang yang memiliki kebutuhan, sumber daya yang diminati orang lain, dan mau menawarkan sumber daya itu untuk ditukar supaya dapat memenuhi keinginan mereka. Semua istilah pasar menunjukkan tempat di mana penjual, dan pembeli untuk melakukan pertukaran melalui transaksi.
6. Pemasaran dan pemasar. Pemasaran adalah kegiatan manusia dalam hubungannya dengan pasar. Pemasaran maksudnya bekerja dengan pasar untuk mewujudkan transaksi yang mungkin terjadi dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan manusia. Kalau satu pihak lebih aktif mencari pertukaran dari pada pihak lain, maka pihak pertama adalah pemasar dan pihak kedua adalah calon pembeli. Pemasar adalah orang yang mencari sumber daya dari orang lain dan mau menawarkan sesuatu yang bernilai. Transaksi pemasar mencari suatu tanggapan dari pihak lainnya, baik menjual atau memberi sesuatu.

Bauran Pemasaran

Menurut Kotler dan Armstrong (2008) bauran pemasaran (marketing mix) adalah kumpulan alat pemasaran taktis terkendali yang dipadukan perusahaan untuk menghasilkan respon yang diinginkan di pasar sasaran. Menurut Kotler (2005), bauran pemasaran adalah seperangkat alat pemasaran yang digunakan perusahaan untuk terus menerus mencapai tujuan pemasaran di pasar sasaran. Menurut Kotler dan Armstrong (2008) terdapat empat (4) variabel utama dalam bauran pemasaran yang dikenal dengan 4P yaitu:

1. Product (produk). Produk adalah suatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, untuk dibeli, digunakan, atau dikonsumsi yang dapat memenuhi suatu keinginan atau kebutuhan. Faktor-faktor yang terkandung dalam suatu produk adalah mutu, penampilan, gaya, merek, pengemasan, ukuran, jenis dan jaminan.
2. Price (harga). Sejumlah uang yang dibebankan untuk mendapatkan produk atau jasa. Dalam menentukan harga diperlukan faktor-faktor yang mempengaruhi baik langsung maupun tidak langsung. Contoh dari faktor langsung adalah harga bahan baku, biaya pemasaran dan faktor lainnya. Sedangkan contoh dari faktor tidak langsung adalah harga pokok sejenis yang dijual pesaing, pengaruh harga terhadap hubungan antara produk substitusi, serta potongan untuk penyalur dan konsumen.
3. Place (distribusi). Saluran distribusi yaitu sekelompok organisasi yang saling tergantung dalam keterlibatan mereka pada proses yang memungkinkan suatu produk atau jasa tersedia bagi pengguna atau konsumsi oleh konsumen atau pengguna industrial.
4. Promotion (promosi). Promosi merupakan bagian dari keseluruhan aktivitas perusahaan yang menangani tentang komunikasi dan menawarkan produknya kepada target pasar.

Konsep bauran pemasaran diatas merupakan konsep bauran pemasaran pada perusahaan yang menawarkan produk. Namun untuk perusahaan jasa, dibutuhkan 3P lain yaitu : *People, Physical Evidence, dan Process* (Kotler 2005). Berikut ini adalah penjelasan mengenai 3P diatas:

1. *People* (orang / sumber daya manusia) .Karena hampir semua jasa disediakan oleh orang yang bekerja di perusahaan jasa tersebut, maka seleksi, training dan motivasi karyawan

- menjadi sangat penting untuk memberikan nilai tambah yang berbeda dalam memenuhi kepuasan pelanggan. Perusahaan harus dapat memberikan orang-orang terbaiknya dalam hal kompetensi, attitude, respon, dan inisiatif untuk melayani pelanggan
2. *Physical Evidence* (bukti fisik). Perusahaan jasa butuh untuk membuktikan kualitas jasa yang diberikan dengan bukti fisik atau presentasi, mengingat jasa adalah produk yang tidak tampak (*intangible*).
 3. *Process* (proses). Ini berkaitan dengan bagaimana kita menyampaikan jasa tersebut. Perusahaan jasa dapat memilih untuk menyediakan jasa dalam bentuk proses yang berbeda sehingga menimbulkan kesan tersendiri pada konsumen, mulai dari menerima pesan hingga mengantarkan pesan yang diminta.

Kewirausahaan

Beberapa definisi tentang kewirausahaan dengan pandangan yang berbeda-beda, yaitu :

- a. Kewirausahaan adalah ilmu pengetahuan. Karena kewirausahaan merupakan sebuah hasil uji di lapangan, dikumpulkan, diteliti, dan dirangkai sebagai sumber informasi yang berguna bagi orang lain yang membutuhkannya.
- b. Kewirausahaan adalah suatu bentuk kepribadian atau sikap, karena unsur yang ada didalam diri jiwa wirausaha adalah sikap positif, kepribadian yang ulet, pantang menyerah dan tidak mudah puas diri.
- c. Kewirausahaan adalah skill, karena kewirausahaan merupakan penggabungan dua konsep penting yaitu pengetahuan dan pengalaman yang dirasakan serta dilakukan melalui jatuh-bangun untuk menjadi terampil dan akhirnya menjadi sebuah keahlian dalam menjalankan roda bisnis.
- d. Kewirausahaan adalah sebuah profesi. Menjadi wirausaha merupakan sebuah profesi sebagai pilihan hidup. Karena dengan menjadi wirausaha, seseorang akan menciptakan lapangan kerja (Suryana, 2013)..

Dari beberapa pengertian diatas dapat diambil kesimpulan bahwa kewirausahaan adalah kemampuan seseorang untuk menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda dari yang telah ada dengan tujuan untuk mencapai kemakmuran melalui penciptaan peluang.

Keuntungan dan Kelemahan menjadi Wirausaha

Menurut Alma (2011) keuntungan menjadi wirausaha adalah:

1. Terbuka peluang untuk mencapai tujuan yang dikehendaki sendiri.
2. Terbuka peluang untuk mendemonstrasikan kemampuan serta potensi seseorang secara penuh. Terbuka peluang untuk memperoleh manfaat dan keuntungan secara maksimal.
3. Terbuka peluang untuk membantu masyarakat dengan usaha-usaha konkrit.
4. Terbuka kesempatan untuk menjadi bos.

Menurut Lambing dan Kuehl (2007) keuntungan berwirausaha adalah:

1. Otonomi. Pengelolaan yang bebas dan tidak terikat membuat wirausaha menjadi seorang "bos" yang penuh kepuasan.
2. Tantangan awal dan perasaan motif berprestasi. Tantangan awal atau perasaan bermotivasi yang tinggi merupakan hal yang menggembirakan. Peluang untuk

mengembangkan konsep usaha yang dapat menghasilkan keuntungan sangat memotivasi wirausaha.

3. Kontrol finansial. Wirausaha memiliki kebebasan untuk mengelola keuangan dan merasa kekayaan sebagai milik sendiri.

Menurut Carlos dan William (2001) bahwa keuntungan dalam berwirausaha yaitu:

1. Imbalan berupa laba. Wirausaha mengharap hasil yang tidak hanya mengganti kerugian waktu dan uang yang mereka investasikan, tetapi juga memberikan imbalan yang pantas bagi risiko dan inisiatif yang mereka ambil dalam mengoperasikan bisnis mereka sendiri. Imbalan berupa laba adalah motivasi yang kuat untuk berwirausaha.
2. Imbalan berupa kebebasan. Kebebasan yang dimaksud adalah bebas dari pengawasan dan aturan birokrasi organisasi. Kebebasan untuk menjalankan secara bebas perusahaannya merupakan imbalan lain dari seorang wirausaha.
3. Imbalan berupa kebebasan menjalani hidup. Kebebasan yang dimaksud adalah bebas dari rutinitas, kebosanan, dan pekerjaan yang tidak menantang.

Kelemahan berwirausaha menurut Alma (2011) yaitu:

1. Memperoleh pendapatan yang tidak pasti, dan memikul berbagai risiko.
2. Bekerja keras dan waktu/jam kerjanya panjang.
3. Kualitas kehidupannya masih rendah sampai usahanya berhasil, sebab dia harus berhemat.
4. Tanggung jawabnya semakin sangat besar, banyak keputusan yang harus dia kurang menguasai permasalahan yang dihadapinya.

Kelemahan berwirausaha menurut Lambing dan Kuehl (Suwarna, 2009) yaitu:

1. Pengorbanan personal. Pada awalnya, wirausaha, harus bekerja dengan waktu yang lama dan sibuk.
2. Beban tanggung jawab. Wirausaha harus mengelola semua fungsi bisnis, baik pemasaran, keuangan, personal, maupun pengadaan dan pelatihan.
3. Kecilnya margin keuntungan dan besarnya kemungkinan gagal. Wirausaha menggunakan sumber dana miliknya sendiri, maka margin laba/keuntungan yang diperoleh relatif kecil.

Pendapat yang telah disampaikan oleh beberapa ahli tersebut jelas menunjukkan bahwa menjadi seorang wirausahawan harus memiliki tekad yang bulat sejak awal. Individu tersebut harus berusaha keras untuk membangun usahanya dari titik nol. Setelah berjalan pun para wirausahawan itu tetap harus berjuang bagaimana hasil kerja mereka dapat tetap laku di pasaran dan tidak kalah bersaing dengan produk lain. Individu tersebut jelas bertanggung jawab penuh atas usahanya tersebut, baik itu berupa kegagalan ataupun kesuksesan. Namun demikian, ketika kesuksesan telah di tangan mereka, maka mereka telah memiliki sumbangsih terhadap negara dan juga orang-orang yang telah mereka pekerjakan. Selain mereka dapat berkreativitas secara penuh pada bidang-bidang yang mereka minati dan memperoleh keuntungan dari usaha mereka tersebut.

Berdasarkan beberapa pendapat tersebut, dapat disimpulkan bahwa keuntungan menjadi wirausaha yaitu memiliki kesempatan untuk mencapai tujuan yang dikehendaki sendiri, membantu masyarakat dengan usaha-usaha yang nyata, berkesempatan menjadi bos, bebas melakukan apapun pada usahanya, termotivasi untuk sukses, bebas mengelola keuangan sendiri, dan mendapatkan laba. Adapun kelemahan menjadi wirausaha yaitu

pendapatan tak pasti, jam kerjanya panjang, tanggung jawab besar yang meliputi semua hal, pada awal usaha labanya kecil dan memiliki kemungkinan gagal.

Ciri-ciri Wirausahawan

Mc Clelland (dalam Suryana dan Bayu, 2011) mengajukan konsep Need for Achievement selanjutnya disingkat (N-Ach) yang diartikan sebagai virus kepribadian yang menyebabkan seseorang ingin berbuat lebih baik dan terus maju, selalu berpikir untuk berbuat yang lebih baik, dan memiliki tujuan yang realistik dengan mengambil tindakan berisiko yang benar-benar telah diperhitungkan.

Mc Clelland karakteristik mereka yang memiliki N-Ach yang tinggi sebagai berikut :

1. Lebih menyukai pekerjaan dengan risiko yang realistis.
2. Bekerja lebih giat dalam tugas-tugas yang memerlukan kemampuan mental.
3. Tidak bekerja lebih giat karena adanya imbalan uang.
4. Ingin bekerja pada situasi di mana dapat diperoleh pencapaian pribadi (Personal Achievement).
5. Menunjukkan kinerja yang lebih baik dalam kondisi yang memberikan umpan balik yang jelas positif.
6. Cenderung berpikir ke masa depan serta memiliki pemikiran jangka panjang.

Scarborough dan Zimmerer (Suryana, 2008) mengemukakan delapan karakteristik kewirausahaan sebagai berikut:

1. Desire for Responsibility, yaitu memiliki rasa tanggungjawab atas usaha-usaha yang dilakukannya.
2. Preference for moderate risk, yaitu lebih memilih risiko yang moderat, artinya selalu menghindari risiko, baik yang terlalu rendah maupun terlalu tinggi.
3. Confidence in their ability to success, yaitu memiliki kepercayaan diri untuk memperoleh kesuksesan.
4. Desire for immediate feedback, yaitu selalu menghendaki umpan balik dengan segera.
5. High level of energy, yaitu memiliki semangat dan kerjakeras untuk mewujudkan keinginannya demi masa depan yang lebih baik.
6. Future orientation, yaitu berorientasi serta memiliki perspektif dan wawasan jauh ke depan.
7. Skill organizing, yaitu memiliki keterampilan dalam mengorganisasikan sumber daya untuk menciptakan nilai tambah.
8. Value of achievement over money, yaitu lebih menghargai prestasi daripada uang.

Ciri-ciri kewirausahaan menurut Suryana dan Bayu, 2011, sebagai berikut :

1. Keinginan yang kuat untuk berdiri sendiri.
2. Kemauan untuk mengambil risiko.
3. Kemampuan untuk belajar dari pengalaman.
4. Memotivasi diri sendiri.
5. Semangat untuk bersaing.
6. Orientasi pada kerja keras.
7. Percaya pada diri sendiri.
8. Dorongan untuk berprestasi.
9. Tingkat energi yang tinggi.

10. Tegas.
11. Yakin pada kemampuan diri sendiri.
12. Tidak suka pada uluran tangan dari pemerintah atau pihak lain.
13. Tidak bergantung pada alam dan tidak menyerah pada alam.
14. Kepemimpinan.
15. Keorisinilan.
16. Berorientasi ke masa depan dan penuh gagasan.

Karakteristik wirausaha yang berhasil menurut Steinhoff dan Burgess (Winarno, 2011), sebagai berikut:

1. Memiliki visi dan tujuan usaha yang jelas
2. Bersedia menanggung risiko waktu dan uang.
3. Berencana, mengorganisir.
4. Kerja keras sesuai dengan tingkat urgensinya.
5. Mengembangkan hubungan dengan pelanggan, pemasok, pekerja, dan lain-lain.
6. Bertanggung jawab terhadap keberhasilan dan kegagalan

Wiryasaputra (Suryana dan Bayu, 2011) menyatakan bahwa ada sepuluh sikap dasar(karakter) wirausaha yaitu:

1. Visionary (visioner) yaitu mampu melihat jauh ke depan,selalu melakukan yang terbaik pada masa kini, sambil membayangkan masa depan yang lebih baik. Seorang wirausaha cenderung kreatif dan inovatif.
2. Positive (bersikap positif) yaitu membantu seorangwirausaha selalu berpikir yang baik, tidak tergoda untuk memikirkan hal-hal yang bersifat negatif, sehingga dia mampu mengubah tantangan menjadi peluang dan selalu berpikir akan sesuatu yang lebih besar.
3. Confident (percaya diri), sikap ini akan memandu seseorangdalam setiap mengambil keputusan dan langkahnya. Sikap percaya diri tidak selalu mengatakan “Ya” tetapi juga berani mengatakan “Tidak” jika memang diperlukan.
4. Genuine (asli), seorang wirausaha harus mempunyai ide,pendapat dan memungkinkan model sendiri. Bukan berarti harus menciptakan sesuatu yang betul-betul baru, dapat saja dia menjual sebuah produk yang sama dengan yang lain, namun dia harus memberi nilai tambah atau baru
5. Goal Oriented (berpusat pada tujuan), selalu berorientasipada tugas dan hasil. Seorang wirausaha ingin selalu ingin selalu berprestasi, berorientasi pada laba, tekun tabah, bekerja keras, dan disiplin untuk mencapai sesuatu yang telah ditetapkan.
6. Persistent (tahan uji), harus maju terus, mempunyai tenaga,dan semangat yang tinggi, pantang menyerah, tidak mudah putus asa, dan kalau jatuh segera bangun kembali.
7. Ready to face a risk (siap menghadapi risiko), risiko yangpaling berat adalah bisnis gagal dan uang habis. Siap sedia untuk menghadapi risiko, persaingan, harga turun-naik, kadang untung atau rugi,barang tidak laku atau tak ada oder. Harus dihadapi dengan penuh keyakinan. Dia membuat perkiraan dan perencanaan yang matang, sehingga tantangan dan risiko dapat diminimalisasi.
8. Creative (kreatif mengkap peluang), peluang selalu ada danlewat di depan kita. Sikap yang tajam tidak hanya mampu melihat peluang, tetapi juga mampu menciptakan peluang.

9. Healthy Competitor (menjadi pesaing yang baik). Kalauberani memasuki dunia usaha, harus berani memasuki dunia persaingan. Persaingan jangan membuat stres, tetapi harus dipandang untuk membuat kita lebih maju dan berpikir secara baik. Sikap positif membantu untuk bertahan dan unggul dalam persaingan.
10. Democratic leader (Pemimpin yang demokratis), memiliki kepemimpinan yang demokratis, mampu menjadi teladan dan inspirator bagi yang lain. Mampu membuat orang lain bahagia, tanpa kehilangan arah, dan tujuan, dan mampu bersama orang lain tanpa kehilangan identitas dirinya sendiri.

Berdasarkan beberapa pendapat tersebut, terlihat bahwa ada kemiripan pendapat antara ahli yang satu dengan ahli yang lainnya. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa karakteristik wirausaha yang berhasil yaitu berani mengambil risiko, semangat dan kerja keras, berpikir jangka panjang, memiliki rasa tanggung jawab atas usaha-usahanya, memiliki keterampilan untuk mengelola usahanya, kepercayaan diri yang tinggi untuk sukses.

Pekerja/Karyawan

Tenaga kerja baik berupa pekerja atau karyawan, merupakan penggerak organisasi dalam mewujudkan eksistensinya atau potensi yang merupakan aset dan berfungsi sebagai modal non material dalam organisasi bisnis yang dapat diwujudkan menjadi potensi nyata secara fisik dan non fisik dalam mewujudkan eksistensi organisasi (Nawawi, 2011). Karyawan adalah setiap orang yang menjual tenaganya (fisik dan pikiran) kepada perusahaan dimana dia bekerja dengan terikat perjanjian upah atau gaji (Madya, 2018).

Minat Berwirausaha

Minat merupakan kecenderungan atau kegairahan yang tinggi terhadap sesuatu. Minat menjadi wirausaha dapat diartikan sebagai keinginan seseorang untuk bekerja mandiri (self-employed) atau menjalankan usahanya sendiri. Budiati, Yani, dan Universari (2012) dalam penelitian menyatakan bahwa minat mahasiswa menjadi wirausaha dibagi dalam empat kelompok yaitu: 1) Minat wirausahaan yang memulainya dalam waktu dekat. 2) Minat memulai wirausaha dua tahun mendatang 3) Minat memulai wirausaha untuk jangka panjang, dan 4) Tidak berminat untuk berwirausaha (Aslinda, dan H. Heriansah, 2020). Indikator minat berwirausaha merujuk pada pendapat Iskandar (2001) adalah ketertarikan seseorang atau sekelompok orang untuk berwirausaha, bersedia terlibat dalam kegiatan kewirausahaan, melihat adanya peluang untuk berwirausaha, mau berwirausahaan dengan memanfaatkan potensi yang dimiliki, berani menghadapi resiko, tantangan, senang terhadap kegiatan kewirausahaan, berkeinginan untuk mewujudkan impiannya memilih usaha Pratiwi (2016). Minat berwirausaha juga dapat dikatakan sebagai kecenderungan seseorang untuk menjalankan bisnis / usaha.

Penelitian yang dilakukan oleh Wijaya (2007) menyebutkan bahwa factor - faktor yang mempengaruhi intensi berwirausaha ada lima, yaitu:

1. Lingkungan keluarga Orang tua akan memberikan corak budaya, suasana rumah, pandangan hidup dan pola sosialisasi yang akan menentukan sikap, perilaku serta proses pendidikan terhadap anak-anaknya. Orang tua yang bekerja sebagai wirausaha akan mendukung dan mendorong kemandirian, berprestasi dan bertanggung jawab.

- Dukungan orang tua ini, terutama ayah sangat penting dalam pengambilan keputusan pemilihan karir bagi anak.
2. Pendidikan Pentingnya pendidikan dikemukakan oleh Holt yang mengatakan bahwa paket pendidikan kewirausahaan akan membentuk siswa untuk mengejar karir kewirausahaan. Pendidikan formal memberikan pemahaman yang lebih baik tentang proses kewirausahaan, tentang yang dihadapinya para pendiri usaha baru dan masalah-masalah yang harus diatasi agar berhasil. Menurut Hisrich dan Peters (Wijaya, 2007), "pendidikan penting bagi wirausaha, tidak hanya gelar yang didapatkannya saja, namun pendidikan juga mempunyai peranan yang besar dalam membantu mengatasi masalah-masalah dalam bisnis seperti keputusan investasi dan sebagainya".
 3. Nilai Personal Hisrich dan Peters (Wijaya, 2007) mengungkapkan bahwa "beberapa penelitian mengemukakan bahwa wirausahawan memiliki sikap yang berbeda terhadap proses manajemen dan bisnis secara umum". Nilai personal dibentuk oleh motivasi, dan optimisme individu.
 4. Usia Roe (Wijaya, 2007) mengataan bahwa minat terhadap pekerjaan mengalami perubahan sejalan dengan usia tetapi menjadi relatif stabil pada post abdolence. Penelitian Strong (Wijaya, 2007) menemukan bahwa pekerjaan menunjukkan bahwa minat berubah secara sedang dan cepat pada usia 15-25 tahun dan sesudahnya sangat sedikit perubahannya.
 5. Jenis kelamin Jenis kelamin sangat berpengaruh terhadap minat berwirausaha mengingat adanya perbedaan terhadap pandangan pekerjaan antara pria dan wanita

Manson dan Hogg (Wijaya, 2007) mengungkapkan bahwa "wanita cenderung sambil lalu dalam memilih pekerjaan dibanding dengan pria". Wanita menganggap pekerjaan bukanlah hal yang penting, karena wanita masih dihadapkan pada tuntutan tradisional yang lebih besar menjadi istri dan ibu rumah tangga. Berdasarkan beberapa pendapat dan hasil penelitian tersebut, dapat disimpulkan bahwa terdapat tiga faktor yang mempengaruhi intensi berwirausaha. Ketiga faktor tersebut yaitu faktor demografi, faktor kepribadian (personality), dan faktor elemen kontekstual. Faktor demografi meliputi gender, usia, pendidikan, latar belakang dan pengalaman seseorang; faktor kepribadian meliputi kebutuhan untuk berprestasi, locus of control dan self efficacy; dan elemen kontekstual meliputi akses kepada modal, informasi, dan jaringan.

Minat Bekerja Sebagai Karyawan

Pilihan pekerjaan merupakan suatu tindakan ekspresif yang merupakan refleksi dari motivasi, pengetahuan, kepribadian, dan kemampuan individu. Melalui pemahaman yang benar akan pekerjaan yang sesuai bagi diri individu, maka akan dapat dipilih jenis pekerjaan tertentu yang sesuai dengan harapan dan potensi yang dimiliki individu tersebut. Minat bekerja sebagai karyawan merupakan sebuah keinginan atau ketertarikan terhadap pekerjaan yang diawali dari upaya pencarian informasi tentang lowongan pekerjaan, berdasarkan informasi-informasi tersebut, calon karyawan diarahkan untuk mengambil keputusan tentang perusahaan tujuan mereka .

Pandemi Covid-19

Menghadapi Pandemi COVID-19 ini, pemerintah menerapkan kebijakan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) di beberapa daerah. Kebijakan tersebut akhirnya membatasi aktivitas social ekonomi masyarakat seperti transportasi, pusat perbelanjaan, tempat rekreasi dan hiburan menjadi tertutup. Keadaan ini sangat berdampak terhadap kondisi social ekonomi masyarakat sehubungan dengan pekerjaan, kegiatan industri, maupun kegiatan UMKM.

Pemerintah memberlakukan social distancing, phycial distancing dan lockdown untuk membatasi ruang gerak masyarakat. Tujuan pemerintah menerapkan kebijakan tersebut agar dapat menghambat penularan Virus Corona. Kebijakan Lockdown ini menghentikan aktivitas masyarakat di luar rumah bahkan mereka yang bekerja harian atau pedagang kaki lima. Banyak pihak yang merasakan dampak dari pandemi ini, seperti pengurangan jam kerja, pendapatan masyarakat berkurang, terutama buruh dengan penghasilan harian, pelaku usaha, ojek online dan lainnya sebagainya.

Hipotesis

Hipotesis dalam penelitian ini menunjukkan bahwa minat berwirausaha lebih tinggi dibandingkan bekerja sebagai karyawan dimasa Pandemi Covid'19.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Sumber data dalam penelitian menggunakan data primer dan sekunder. Data primer dalam penelitian ini yaitu hasil dari wawancara daring dengan beberapa alumni dari Fakultas Ekonomi Unika Santo Thomas Medan melalui aplikasi Google Meet. Sedangkan data sekunder merupakan data yang didapat dari berbagai literasi seperti buku, artikel, jurnal, dan lain sebagainya.

Populasi dan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. (Sugiyono (2015:118).

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh alumni Fakultas Ekonomi Unika Santo Thomas Medan. Menurut Sugiyono (2015:118), sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut, bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada populasi. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representative (mewakili). Sampel ditentukan berdasarkan kesalahan (error) maksimum yang diinginkan, dengan rumus :

$$n = \frac{z_{\alpha}^2 / 2 \times \sigma^2}{\epsilon}$$
$$n = \frac{1,96 \times 0,5^2}{0,1}$$
$$n = 96 \text{ orang}$$

Dalam penelitian ini, tingkat keyakinan ditetapkan 95% ($\alpha = 5\%$ sehingga $Z^{1/2\alpha} = 1.96$) kesalahan (error) maksimum (ϵ) = 0,1 dan standar deviasi (σ) = 0,5 maka jumlah sampel yang dibutuhkan (n) = 96,04 dibulatkan menjadi 96 orang. Jadi jumlah responden yang dijadikan sampel adalah sebanyak 96 orang.

Operasionalisasi Variabel

Adapun definisi operasional variabel bebas maupun variabel terikat yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Minat merupakan sumber motivasi yang mendorong orang untuk melakukan apa yang mereka inginkan bila mereka bebas memilih". Ketika seseorang menilai bahwa sesuatu akan bermanfaat, maka akan menjadi berminat, kemudian hal tersebut akan mendatangkan kepuasan. Ketika kepuasan menurun maka minatnya juga akan menurun.
2. Berwirausaha adalah melakukan sebuah usaha dan keberanian seseorang dalam menciptakan suatu inovasi baru dengan bermodalan keberanian, kemampuan, dan peluang.
3. Karyawan adalah setiap orang yang menjual tenaganya (fisik dan pikiran) kepada perusahaan dimana dia bekerja dengan terikat perjanjian upah atau gaji.

Teknik Pengumpulan Data

Pada penelitian ini teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu :

1. Dokumentasi. Studi dokumentasi dilakukan dengan meneliti dokumen-dokumen dan bahan tulisan dari perusahaan, data dari buku-buku, jurnal, internet dan sumber data lain yang berhubungan dengan masalah yang diteliti.
2. Kuesioner. Kuesioner merupakan metode pengumpulan data yang diperoleh dari jawaban yang diberikan responden berdasarkan daftar pertanyaan yang telah disusun sebelumnya.
3. Wawancara. Wawancara merupakan metode pengumpulan data dengan pengamatan secara langsung dengan tanya jawab atau meminta penjelasan secara langsung dengan obyek penelitian.

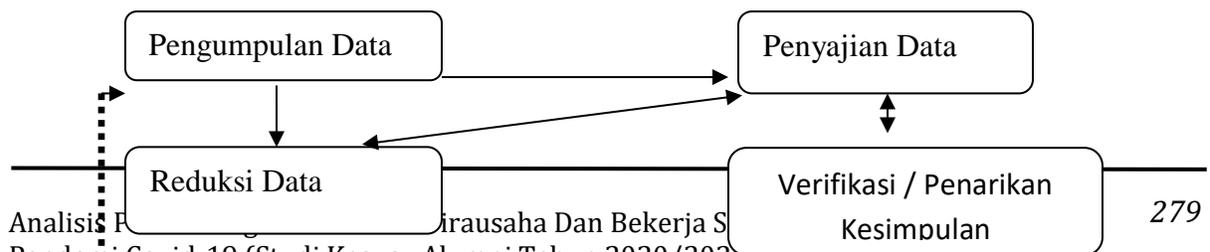
Teknik Analisis Data

Teknik analisis data adalah proses pengumpulan data secara sistematis untuk mempermudah peneliti dalam memperoleh kesimpulan. Analisis data menurut Bogdan dalam Sugiyono yaitu proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan bahan-bahan lain sehingga dapat mudah dipahami dan temuannya dapat diinformasikan kepada orang lain. Analisis data kualitatif bersifat induktif, yaitu analisis berdasarkan data yang diperoleh. Menurut Miles & Huberman (1992: 16) analisis terdiri dari tiga alur kegiatan yang terjadi secara bersamaan yaitu: reduksi data, penyajian data, penarikan kesimpulan/verifikasi. Mengenai ketiga alur tersebut secara lebih lengkapnya adalah sebagai berikut:

1. Reduksi Data . Reduksi data diartikan sebagai proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan, dan transformasi data kasar yang muncul dari catatan-catatan tertulis di lapangan. Reduksi data berlangsung terus-menerus selama proyek yang berorientasi penelitian kualitatif berlangsung. Antisipasi akan adanya

reduksi data sudah tampak waktu penelitiannya memutuskan (seringkali tanpa disadari sepenuhnya) kerangka konseptual wilayah penelitian, permasalahan penelitian, dan pendekatan pengumpulan data mana yang dipilihnya. Selama pengumpulan data berlangsung, terjadilah tahapan reduksi selanjutnya (membuat ringkasan, mengkode, menelusur tema, membuat gugusgugus, membuat partisi, membuat memo). Reduksi data/transformasi ini berlanjut terus sesudah penelian lapangan, sampai laporan akhir lengkap tersusun. Reduksi data merupakan bagian dari analisis. Reduksi data merupakan suatu bentuk analisis yang menajamkan, menggolongkan, mengarahkan, membuang yang tidak perlu, dan mengorganisasi data dengan cara sedemikian rupa hingga kesimpulan-kesimpulan akhirnya dapat ditarik dan diverifikasi. Dengan reduksi data peneliti tidak perlu mengartikannya sebagai kuantifikasi. Data kualitatif dapat disederhanakan dan ditransformasikan dalam aneka macam cara, yakni: melalui seleksi yang ketat, melalui ringkasan atau uraian singkat, menggolongkannya dalam satu pola yang lebih luas, dan sebagainya. Kadangkala dapat juga mengubah data ke dalam angka-angka atau peringkat-peringkat, tetapi tindakan ini tidak selalu bijaksana.

2. Penyajian Data. Miles & Huberman membatasi suatu penyajian sebagai sekumpulan informasi tersusun yang memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Mereka meyakini bahwa penyajian-penyajian yang lebih baik merupakan suatu cara yang utama bagi analisis kualitatif yang valid, yang meliputi: berbagai jenis matrik, grafik, jaringan dan bagan. Semuanya dirancang guna menggabungkan informasi yang tersusun dalam suatu bentuk yang padu dan mudah diraih. Dengan demikian seorang penganalisis dapat melihat apa yang sedang terjadi, dan menentukan apakah menarik kesimpulan yang benar ataukah terus melangkah melakukan analisis yang menurut saran yang dikisahkan oleh penyajian sebagai sesuatu yang mungkin berguna.
3. Menarik Kesimpulan Penarikan kesimpulan menurut Miles & Huberman hanyalah sebagian dari satu kegiatan dari konfigurasi yang utuh. Kesimpulan-kesimpulan juga diverifikasi selama penelitian berlangsung. Verifikasi itu mungkin sesingkat pemikiran kembali yang melintas dalam pikiran penganalisis (peneliti) selama ia menulis, suatu tinjauan ulang pada catatan-catatan lapangan, atau mungkin menjadi begitu seksama dan menghabiskan tenaga dengan peninjauan kembali serta tukar pikiran di antara teman sejawat untuk mengembangkan kesepakatan intersubjektif atau juga upaya-upaya yang luas untuk menempatkan salinan suatu temuan dalam seperangkat data yang lain. Singkatnya, makna-makna yang muncul dari data yang lain harus diuji kebenarannya, kekokohnya, dan kecocokannya, yakni yang merupakan validitasnya. Kesimpulan akhir tidak hanya terjadi pada waktu proses pengumpulan data saja, akan tetapi perlu diverifikasi agar benar-benar dapat dipertanggungjawabkan. Secara skematis proses analisis data menggunakan model analisis data interaktif Miles dan Huberman dapat dilihat pada bagan berikut:

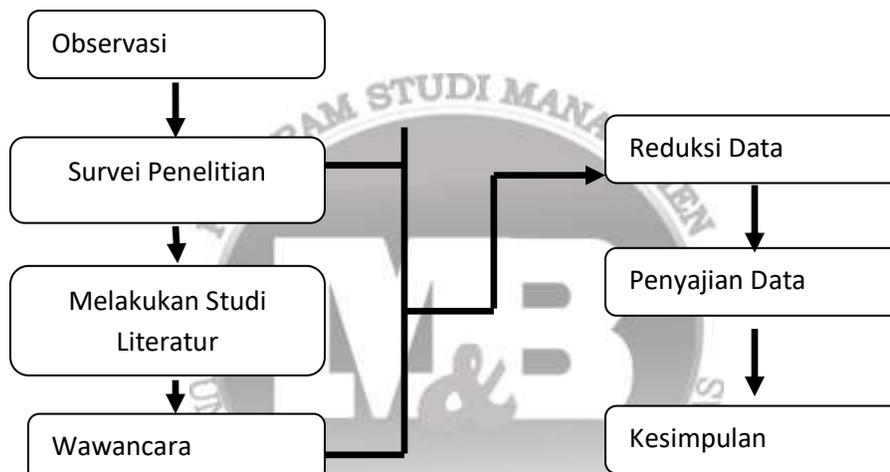




Gambar 2: Model Analisis Data Interaktif Miles dan Huberman

Alur Penelitian

Penelitian ini akan dilaksanakan dengan langkah-langkah sebagai berikut:



Gambar 3. Alur Penelitian

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

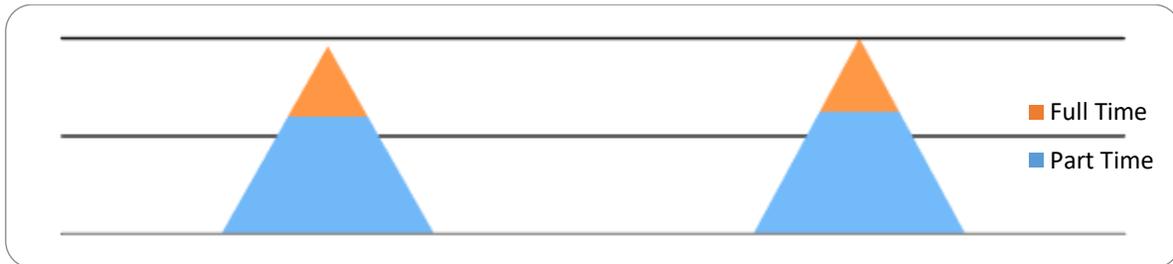
Pandemi Covid-19 merupakan musibah yang sangat memprihatinkan untuk seluruh manusia. Pandemi Covid-19 menyebabkan beberapa perusahaan untuk memulangkan sebagian besar karyawan. Begitu juga para pelaku usaha, tidak banyak dari mereka merasa bahwa pandemi Covid-19 ini menjadi momok tersendiri. Pandemi Covid-19 merupakan musibah yang sangat memprihatinkan untuk seluruh manusia. Pandemi Covid-19 menyebabkan beberapa perusahaan untuk memulangkan sebagian besar karyawan. Begitu juga para pelaku usaha, tidak banyak dari mereka merasa bahwa pandemi Covid-19 ini menjadi momok tersendiri. Penelitian ini di mulai dari menentukan responden dengan menggunakan teknik purposive sampling dengan mempertimbangkan beberapa hal berikut:

1. Alumni yang pernah bekerja, baik part time maupun full time.

Tabel 1. Alumni yang pernah bekerja, baik part time maupun full time

Alumni Pernah Bekerja	Jumlah (Orang)	Prosentase (%)
Part Time	60	62,5
Full Time	36	37,5
Total	96	100

Sumber : Data Primer



Gambar 4. Alumni yang pernah bekerja, baik part time maupun full time

Keterangan :

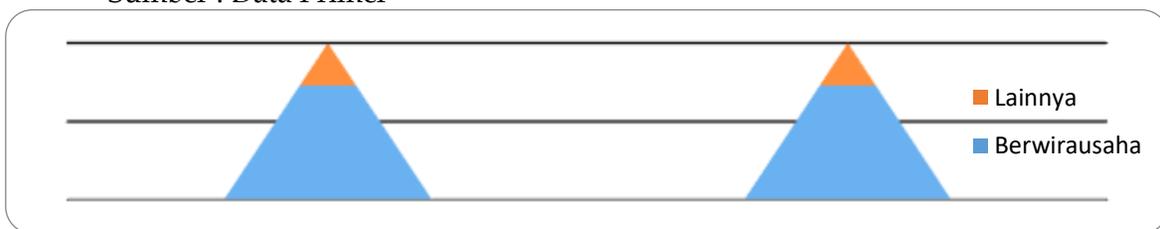
Jumlah alumni yang pernah bekerja part time lebih dominan dibandingkan dengan yang bekerja full time. Alumni yang bekerja part time biasanya masih mencari kerja yang lebih baik dengan berbagai pertimbangan secara ekonomi maupun kepuasan kerja.

2. Alumni yang pernah melakukan kegiatan berwirausaha.

Tabel 2. Alumni yang pernah melakukan kegiatan berwirausaha.

Alumni Pernah Melakukan Kegiatan	Jumlah (Orang)	Prosentase (%)
Berwirausaha	70	72,92
Lainnya	26	27,08
Total	96	100

Sumber : Data Primer



Gambar 5. Alumni yang pernah melakukan kegiatan berwirausaha

Keterangan :

Jumlah alumni yang pernah melakukan wirausaha lebih dominan dibandingkan pekerja lainnya. Keadaan ini terjadi karena keadaan yang memaksa dalam kondisi pandemic Covid 19 dengan menghindari keramaian dan kerumunan massa.

3. Alumni yang pernah bekerja dan berwirausaha.

Tabel 3 Alumni yang pernah bekerja dan berwirausaha.

Alumni Yang Pernah	Jumlah (Orang)	Prosentase (%)
Berwirausaha	58	60,42
Bekerja	38	39,58

Total	96	100
-------	----	-----

Sumber : Data Primer



Gambar 6. Alumni yang pernah bekerja dan berwirausaha

Keterangan :

Jumlah alumni yang pernah melakukan wirausaha lebih dominan dibandingkan sebagai pekerja. Keadaan ini terjadi karena kondisi pandemic Covid 19 bekerja dari rumah dengan melakukan bisnis online. Banyak perusahaan yang mengurangi karyawannya bahkan melakukan pemutusan hubungan kerja (PHK).

Reduksi Data

Reduksi data merupakan proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan dan transformasi data “kasar” yang muncul dari catatan di lapangan. Telah ditemukan beberapa data atau pertanyaan yang berkaitan dengan minat berwirausaha di masa Pandemi Covid-19 sebagai berikut :

1. Alasan minat berwirausaha (P1)
2. Apakah terdapat tuntutan dari orang terdekat(P2)

Serta terdapat beberapa pertanyaan yang berkaitan dengan minat bekerja sebagai karyawan di masa Pandemi Covid-19 yakni sebagai berikut :

1. Alasan minat bekerja sebagai karyawan (P3)
2. Apakah terdapat tuntutan dari orang terdekat (P4)

Berbagai data yang telah didapat, kemudian dimasukkan dalam tahap berikutnya yaitu : penyajian data dan penarikan kesimpulan atau verifikasi. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan penyajian deskriptif analitis untuk data hasil wawancara dan observasi. Seluruh responden telah bersedia untuk memberikan data yang berkaitan dengan berbagai hal diatas. Hasil tanggapan responden terhadap seluruh pertanyaan dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 4. Tanggapan responden mengenai P1

No	Alasan minat berwirausaha	Jumlah
1	Mengembangkan potensi diri	8
2	Mengimplementasikan ilmu kewirausahaan	10
3	Ingin membuka lapangan pekerjaan	14
4	Ingin bebas mengelola pekerjaannya sendiri	17
5	Melanjutkan usaha keluarga	7

	Jumlah	56
--	--------	----

Bedasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa tanggapan responden mengenai alasan minat berwirausaha di masa Pandemi Covid-19 didominasi karena responden Ingin bebas mengelola pekerjaannya sendiri. Karena dimasa pandemi seperti ini banyak sekali perusahaan-perusahaan yang mengurangi jumlah pegawainya. Dengan mengelola pekerjaan sendiri merupakan solusi yang baik dalam mengatasi permasalahan minimnya lapangan pekerjaan.

Tabel 5. Tanggapan responden mengenai P2

No	Adanya tuntutan dari lingkungan sekitar	Jumlah
1	Tidak ada tuntutan	36
2	Terdapat tuntutan dari orang sekitar	20
	Jumlah	56

Bedasarkan data diatas, dapat diketahui bahwa sebanyak 36 responden tidak ada tuntutan dari orang sekitar mengenai berwirausaha di masa Pandemic Covid-19. Sedangkan sebanyak 20 responden mengatakan bahwa berwirausaha merupakan terdapat tuntutan dari orang sekitar. Mereka lebih dominan tidak dituntut para keluarganya untuk berwirausaha dan melanjutkan bisnis yang telah dibangun sebelumnya.

Tabel 6. Tanggapan responden mengenai P3

No	Alasan minat bekerja	Jumlah
1	Penghasilan pasti	18
2	Meminimalisir resiko	12
3	Menambah pengalaman	8
4	Mencari modal untuk melanjutkan berwirausaha	2
	Jumlah	40

Bedasarkan tabel diatas, dapat disimpulkan bahwa alasan responden memilih minat bekerja sebagai karyawan di masa Pandemi Covid-19 didominasi karena ingin mendapatkan penghasilan tetap setiap bulannya. Hal tersebut dikarenakan dengan adanya penghasilan tetap maka perekonomian seseorang akan lebih terjamin apalagi di masa pandemi Covid-19 ini.

Tabel 7. Tanggapan Responden mengenai P4

No	Alasan minat bekerja	Jumlah
1	Tidak ada tuntutan	10
2	Terdapat tuntutan dari orang sekitar	30
	Jumlah	40

Bedasarkan data diatas, dapat diketahui bahwa responden lebih dominan menjawab terdapat tuntutan orang di sekitar mereka untuk bekerja sebagai karyawan di masa Pandemi Covid-19. Mereka ingin bekerja sebagai karyawan karena terdapat tuntutan dari orang sekitar.

Minat Berwirausaha di Masa Pandemi Covid-19

Menurut Suparyanto (2012), seorang pengusaha bukan hanya tentang seorang yang pemberani, tetapi juga harus mempunyai sesuatu yang bersifat inovatif dan kreatif. Wirausaha adalah bentuk usaha mandiri yang mengolah usahanya serta pekerjaannya adalah

diri sendiri serta. Dalam wirausaha dua unsur pokok yang senantiasa penting, yaitu peluang dan cara menggapai peluang. Bagi seorang entrepreneur, peluang akan menjadi kesempatan yang dimulai dari kesempatan kecil sampai akhirnya jadi pengusaha besar.

Berdasarkan teori tersebut dapat diketahui bahwa menjadi seorang pengusaha harus memiliki jiwa yang kreatif dan inovatif agar dapat menggapai peluang untuk menjadi pengusaha besar yang dikenal oleh masyarakat. Dengan adanya kreativitas dan inovasi dapat membuat sesuatu yang diciptakan berbeda dengan yang lain dan dapat menarik konsumen. Hadirnya seorang wirausahawan ditengah masyarakat sangat bermanfaat apalagi di kondisi pandemi Covid-19. Dengan berwirausaha dapat membuka lowongan atau kesempatan lapangan pekerjaan baru bagi masyarakat sekitar, sehingga dapat membantu mengurangi tingkat pengangguran.

Dari hasil survey dengan beberapa alumni Fakultas Ekonomi Unika Santo Thomas Medan, alasan responden lebih memilih minat berwirausaha di masa pandemic Covid-19 adalah karena dimasa pandemi Covid-19 seperti ini, banyak perusahaan-perusahaan yang mengurangi jumlah pegawainya, jadi sulit jika harus mencari pekerjaan. Dengan berwirausaha mereka dapat membuka lapangan pekerjaan baru untuk orang-orang yang terkena dampak pandemic Covid-19. Responden juga ingin mengimplementasikan ilmu kewirausahaan yang telah dipelajari dimasa kuliah untuk diterapkan Serta menjadi seorang pengusaha, kegiatan berwirausaha ini dapat mengembangkan kemampuan dan potensi diri dalam mengelola keuangan yang jauh lebih baik lagi ketimbang harus menjadi karyawan pada pandemi saat ini.

Minat Bekerja sebagai Karyawan di Masa Pandemi

Minat kerja menurut Walgito (2008) dalam penelitian yang berjudul "Pengaruh Efikasi Diri, Minat Kerja, dan Bimbingan Karir Terhadap Kesiapan Kerja Siswa Kelas XI Program Keahlian Akuntansi SMKN 1 Kendal" yaitu apabila seseorang telah mempunyai informasi dan pengetahuan mengenai suatu pekerjaan yang diminati maka seseorang tersebut akan cenderung berupaya mempersiapkan diri secara matang untuk mencapai suatu pekerjaan.

Berdasarkan teori tersebut dapat diketahui bahwa menjadi karyawan perlu mempersiapkan diri untuk memasuki dunia kerja. Beberapa hal yang harus disiapkan yaitu salah satunya skill. Tanpa skill yang memadai maka akan sulit untuk menyesuaikan diri di dunia kerja.

Dari hasil wawancara, alumni Fakultas Ekonomi Unika Santo Thomas Medan yang memilih minat bekerja sebagai karyawan, mereka menginginkan setelah mendapatkan pengalaman kerja di dunia kerja, mereka baru akan mencoba untuk memulai berwirausaha. Karena dengan mendapatkan pengalaman di dunia kerja, dapat menjadikan patokan dalam membuat usaha. Serta penghasilan menjadi seorang karyawan juga lebih terjamin di masa pandemi dengan perekonomian yang tidak menentu ini. Mereka juga menyampaikan bahwa merintis suatu usaha di masa pandemi Covid-19 bukanlah hal yang mudah, terlebih banyak yang belum memiliki cukup modal untuk dapat berwirausaha. Modal untuk berwirausaha menjadi poin utama yang banyak dikeluhkan para responden. Oleh karena itu, bekerja sebagai karyawan adalah keputusan yang baik .

Perbandingan Minat Berwirausaha dan Bekerja Sebagai Karyawan di Masa Pandemi Covid-19

Menjadi pengusaha atau karyawan merupakan pilihan profesi yang paling diminati banyak orang. Meskipun demikian, kedua profesi tersebut memiliki kelebihan dan kelemahan masing-masing. Menurut Buchari Alma (2011), terdapat beberapa kelebihan menjadi wirausahawan, yaitu :

1. Mencapai tujuan yang dikehendaki sendiri;
2. Mendemonstrasikan potensi seseorang secara penuh;
3. Memperoleh manfaat dan keuntungan akan kering maksimal.
4. Membantu masyarakat dengan usaha-usaha konkret;
5. Menjadi bos minimal bagi dirinya sendiri.

Sedangkan kelemahan menjadi wirausahawan yaitu :

1. Memperoleh pendapatan yang tidak pasti dengan memikul berbagai risiko;
2. Bekerja keras dan atau jam kerja yang mungkin lebih panjang;
3. Kualitas hidup mungkin masih Rendah sampai usahanya berhasil;
4. Memiliki tanggung jawab sangat besar, banyak keputusan yang harus dibuat walaupun mungkin kurang menguasai permasalahan yang dihadapinya

Menurut Suparyanto (2012) kelebihannya menjadi karyawan yaitu:

1. Memiliki jam kerja yang pasti;
2. Tanggung jawab terbatas dan beresiko rendah
3. Penghasilan relative pasti setiap bulannya.

Sedangkan kelemahan bekerja sebagai karyawan yaitu :

1. Harus rela diperintah;
2. Bertanggung-jawab kepada atasan;
3. Sukar untuk menyampaikan ide karena terkadang banyak atasan yang sering mengabaikan ide dari bawahan.

Berdasarkan hasil wawancara dengan responden, terdapat perbandingan antara minat berwirausaha dan bekerja sebagai karyawan. Perbandingan antara minat berwirausaha dan minat bekerja sebagai karyawan dapat dilihat dari hasil minat berwirausaha lebih unggul yaitu sebanyak 56 responden dari 96 responden dan sisanya sebanyak 40 responden lebih memilih untuk bekerja sebagai karyawan di masa Pandemi Covid-19. Beberapa responden mengatakan bahwa alasan utama mereka memilih minat berwirausaha karena dengan berwirausaha seseorang dapat bermanfaat untuk masyarakat karena dapat memberikan lapangan pekerjaan dalam kondisi yang minim untuk perusahaan menerima karyawan di masa pandemi Covid-19.

Berdasarkan teori diatas dengan hasil wawancara terdapat kesesuaian yaitu terletak pada kelebihan dari minat berwirausaha. Dapat diketahui bahwa minat berwirausaha dapat mendemonstrasikan potensi seseorang secara penuh. Hasil wawancara dengan responden juga mengungkap bahwa dengan berwirausaha, seseorang dapat mengembangkan potensi atau skill yang dimilikinya. Begitu juga dengan kelebihan dari minat bekerja sebagai karyawan, yaitu memiliki penghasilan yang pasti setiap bulannya. Hasil wawancara dengan responden mengungkap bahwa dengan bekerja sebagai karyawan dapat memiliki penghasilan tetap meskipun penghasilannya tidak banyak.

KESIMPULAN

Bedasarkan hasil penelitian dan analisis data diatas, dapat ditarik kesimpulan bahwa:

1. Minat berwirausaha di masa pandemi Covid-19 pada alumni Fakultas Ekonomi Unika Santo Thomas Medan tergolong lebih tinggi yaitu sebanyak 56 responden dibanding minat bekerja sebagai karyawan di masa pandemi Covid-19 yakni sebanyak 40 responden.
2. Alasan responden memilih minat berwirausaha karena di masa pandemic Covid-19 ini banyak perusahaan yang mengurangi jumlah kayawannya atau memutuskan hubungan kerja. Dengan berwirausaha, mereka akan membuka lapangan pekerjaan baru untuk orang-orang yang terkena dampak Covid-19. Serta mereka juga ingin bebas dalam mengelola pekerjaannya sendiri.
3. Alasan responden memilih minat bekerja sebagai karyawan yaitu karena dengan bekerja sebagai karyawan mereka akan mendapatkan penghasilan tetap setiap bulannya. Meskipun di masa pandemic Covid-19 ini banyak perusahaan atau instansi yang mengurangi jumlah kayawannya, para responden akan tetap kukuh pada pendiriannya dan akan lebih giat dalam mempersiapkan diri untuk bersaing dalam dunia kerja.

Saran

Untuk melakukan analisis perbandingan minat berwirausaha dan bekerja sebagai karyawan di masa pandemi covid-19 sebaiknya perlu dilakukan evaluasi yang mendalam tentang alasan-alasan alumni untuk berwirausaha dan bekerja sebagai karyawan dan menambah jumlah responden yang diamati.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Thamrin dan Tantri, Francis. *Manajemen Pemasaran*, Edisi Pertama, Cetakan Kedua, Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, (2013:14)
- A. F. Thaha, "Dampak Covid-19 Terhadap UMKM di Indonesia," J. Brand, vol. 2, no. 1, pp. 147-153, 2020.
- A. Adi, "Analisis penyebab tingginya pengangguran sarjana di kecamatan simeulue barat kabupaten simeulue," pp. 1-40, 2016.
- Alma Buchari, (2011), *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, Cetakan Kesembelian, Alfabeth, Bandung.
- E. B. M. E. B. Madya, "Pentingnya Pembinaan Sumber Daya Manusia Dalam Organisasi Dakwah," Al-Idarah J. Pengkaj. Dakwah dan Manaj., vol. 5, no. 6, pp. 1-12, 2018.
- Haloho, E., & Nurmali, M. (2020). Pengaruh Inovasi Produk dan Media Sosial Terhadap Keunggulan Bersaing Pada Cafe Rilek's Medan. *Jurnal Mutiara Manajemen*, 62-72.
- Haloho, E., & Purba, I. (2019). Meningkatkan Kinerja Pendidikan Tinggi Melalui Kemitraan Universitas Swasta Di Kota Medan. *Jurnal Mutiara Manajemen*, 440-447.
- Haloho, E., Idahwati, & Harefa, H. S. (2021). Pengaruh Faktor Responsiveness Dan Tangibles Terhadap Kepuasan Pemustaka Pada Perpustakaan Universitas Sari Mutiara Indonesia. *Jurnal Teknologi Kesehatan Dan Ilmu Sosial (TEKESNOS)*, 74-88.
- Harefa, H. S., Damanik, M. J., Siagian, E., & Haloho, E. (2022). Analisis Perlindungan Hak Konsumen Pada Pengguna Aplikasi Lazada (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas

- Ekonomi Dan Ilmu Sosial Universitas Sari Mutiara Indonesia. *Jurnal Manajemen dan Akuntansi Medan*, 85-94.
- Justin, Carlos W Moore, dan J. William Petty. 2001. *Kewirausahaan Manajemen Usaha Kecil*. Jakarta: Salemba Empa
- Kotler, Philip; Armstrong, Garry, 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Jilid 1, Erlangga, Jakarta.
- Lambing, P. A. & Kuehl. C. R. (2007). *Entrepreneurship*. edition. Upper Saddle River: Prentice Hall.
- M. Ikramullah, A. Aslinda, dan H. Heriansah, "Faktor Determinan Minat Berwirausaha Mahasiswa (Evaluasi Pembelajaran Kewirausahaan Di Perguruan Tinggi Perikanan Dan Kelautan)," *J. Kewirausahaan dan Bisnis*, vol. 25, no. 2, p. 59, 2020, doi: 10.20961/jkb.v25i2.44990.
- M. Sabyan Echdar, *Business Ethics And Entrepreneurship: Etika Bisnis Dan Kewirausahaan*. Yogyakarta: Deepublish, 2019
- Milles dan Huberman, *Analisis Data Kualitatif*, Jakarta: Universitas Indonesia Press, 1992, hlm. 16.
- N. Ngadi, R. Meliana, and Y. A. Purba, "Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Phk Dan Pendapatan Pekerja Di Indonesia," *J. Kependud. Indones.*, vol. 2902, p. 43, 2020, doi: 10.14203/jki.v0i0.576.
- Philip Kotler (2005) *Managemen Pemasaran*. edisi kesebelas Jakarta : PT. Indeks Kelompok Gramedia
- Y. Pratiwi and I. Wardana, "Pengaruh Faktor Internal Dan Eksternal Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana," *None*, vol. 5, no. 8, p. 247274, 2016.
- Simangunsong, E., Saragih, J. L., Purba, B., & Purba, I. R. (2021). PENGARUH KOMPENSASI DAN LINGKUNGAN KERJA TERHADAP SEMANGAT KERJA PADA KOPDIT CU MANDIRI TEBING TINGGI. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 213-223.
- Simaninuruk, P. (2020). Peran Sikpa, Norma Subyektif Dan Kontrol Perilaku Yang Dirasakan Terhadap Minat Berwirausaha Dengan Pendekatan Theory Of Planned Behaviour (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Unika Santi Thomas SU). *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 119-140.
- Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Penerbit Alfabeta, 2016.
- Suparyanto, R.W. 2012. *Kewirausahaan; Konsep dan Realita pada Usaha Kecil*. Bandung: Alfabeta.
- Suryana. *Kewirausahaan Pedoman Praktis: Kiat dan Proses Menuju Sukses*. Jakarta: Salemba Empat. 2013.
- Suryana Y & Bayu K. (2011). *Kewirausahaan : Pendekatan Karakteristik Wirausahawan Sukses*. Jakarta: Prenada Media Group
- Suwarna. et. all. 2006. *Pengajaran Mikro*. Jakarta : Tiara Wacana.
- Stanton J. William, 2010, *Prinsip Pemasaran*, Penyadur Y. Lamarto, Edisi ke 7, Jakarta : Erlangga.
- Walgito (2008) dalam penelitian yang berjudul "Pengaruh Efikasi Diri, Minat Kerja, dan Bimbingan Karir Terhadap Kesiapan Kerja Siswa Kelas XI Program Keahlian Akuntansi SMKN 1 Kendal"

<https://indonesiabaik.id/infografis/tingkat-pengangguran-di-indonesia-mulai-menurun>).

<https://www.liputan6.com/bisnis/read/4750566/kemnaker-72983-pekerja-kena-phk-selama-pandemi-covid-19>

