

**ANALISIS STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA PADA MAHASISWA DI POLITEKNIK NEGERI SRIWIJAYA**

**ANALYSIS OF BUSINESS DEVELOPMENT STRATEGIES FOR STUDENTS AT THE SRIWIJAYA STATE POLYTECHNIC**

**Ghina Riana<sup>1)</sup>, A. Jalaludin Sayuti<sup>2)</sup>, Yusleli Herawati<sup>3)</sup>**

Jurusan Administrasi Bisnis, Politeknik Negeri Sriwijaya, Indonesia

e-mail : [ghinariana10@gmail.com](mailto:ghinariana10@gmail.com)<sup>1)</sup>, [jalaludinsayuti@polsri.ac.id](mailto:jalaludinsayuti@polsri.ac.id)<sup>2)</sup>, [yusleli.herawati@polsri.ac.id](mailto:yusleli.herawati@polsri.ac.id)<sup>3)</sup>

---

**Abstrak**

Tujuan dari penelitian adalah untuk memberikan gambaran mengenai strategi yang tepat dalam mengembangkan usaha mahasiswa di Politeknik Negeri Sriwijaya. Metode penelitian menggunakan analisis SWOT dengan merumuskan faktor internal meliputi kekuatan dan kelemahan serta faktor eksternal meliputi peluang dan ancaman yang mempengaruhi pengembangan usaha mahasiswa. Adapun hasil analisis menunjukkan bahwa posisi usaha mahasiswa berada pada Kuadran I, posisi tersebut menjelaskan bahwa kemampuan mahasiswa dalam memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang yang sebesar-besarnya sehingga strategi yang digunakan yaitu strategi mendukung kebijakan pertumbuhan agresif (*Growth Oriented Strategy*). Salah satunya dengan menggunakan Strategi SO (*Strengths-Opportunities*) seperti memanfaatkan Program Kewirausahaan di Perguruan Tinggi yang diselenggarakan oleh Pemerintah maupun program lainnya dari luar Program Pemerintah. Pengoptimalan dana dan modal yang dimiliki mahasiswa sebagai cara untuk melatih mahasiswa dalam mengelola usaha serta pemahaman mengenai pengelolaan atau manajemen modal terhadap usaha mahasiswa secara proporsional.

**Kata Kunci: Strategi Pengembangan Usaha Mahasiswa, Analisis SWOT**

**Abstract**

*The purpose of the research is to provide an overview of the right strategies in developing the student business in Sriwijaya State Polytechnic. The research method uses SWOT analysis by formulating internal factors including strengths and weaknesses as well as external factors including opportunities and threats affecting student business development. As for the results of the analysis shows that the position of the student's business is in Quadrant I, the position explains that the ability of students in utilizing all the power to seize and utilize the greatest opportunities so that the strategy used is a strategy to support aggressive growth policy (Growth Oriented Strategy). One of them is by using SO Strategy (Strengths-Opportunities) such as utilizing Entrepreneurship Program in Higher Education organized by the Government as well as other programs from outside the Government Program. Optimization of funds and capital owned by students as a way to train students in managing their business as well as understanding the management or management of capital towards student business proportionately.*

**Keywords: Student Business Development Strategy, SWOT Analysis**

---

## **PENDAHULUAN**

Usaha/bisnis merupakan suatu kegiatan yang dilakukan oleh individu maupun perusahaan meliputi proses pembuatan, pembelian, penjualan, atau pertukaran barang maupun jasa untuk mendapatkan laba. Jenis usaha pada umumnya terbagi menjadi tiga yaitu usaha mikro, kecil, dan menengah.

Salah satunya Usaha Kecil dan Menengah (UKM) menjadi alternatif strategi yang biasa digunakan oleh pemerintah untuk menopang pembangunan ekonomi kerakyatan. Pada kondisi krisis ekonomi pun UKM di Indonesia masih tetap mampu berkembang dan bertahan. UKM juga digunakan sebagai sarana mengentaskan kemiskinan karena akan banyak tenaga kerja yang terserap sehingga mengurangi pengangguran pada masyarakat di Indonesia. Selain itu, untuk membantu perekonomian mereka dan mendorong minat masyarakat dalam menuangkan ide-ide kreatif terhadap usaha yang akan mereka geluti.

Masyarakat sebagai pelaku UKM harus mempersiapkan strategi yang tepat terhadap jenis usaha dan potensi yang ada, tidak terkecuali untuk mahasiswa. Mahasiswa juga harus mempersiapkan dan memperhatikan hal-hal penting atau strategi yang tepat untuk menunjang

usaha yang akan digeluti kelak. Hal ini dapat dilakukan salah satunya dengan menggunakan analisis SWOT sebagai cara untuk merumuskan strategi pengembangan usaha.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka penulis ingin mengangkat masalah mengenai "Analisis Strategi Pengembangan Usaha Pada Mahasiswa di Politeknik Negeri Sriwijaya."

## **KAJIAN PUSTAKA**

### **A. Kriteria UKM**

Adapun kriteria UKM menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 yaitu:

1. Usaha Kecil memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp 50.000.000,00 sampai dengan Rp 500.000.000,00 tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, serta memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp 300.000.000,00 sampai dengan Rp 2.500.000.000,00.
2. Usaha Menengah memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp 500.000.000,00 sampai dengan Rp 10.000.000.000,00 tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, serta memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp 2.500.000.000,00 sampai dengan Rp 50.000.000.000,00.

## B. Pengembangan UKM

Menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 menyatakan bahwa Pemerintah dan Pemerintah Daerah memfasilitasi pengembangan usaha yaitu:

1. Bidang produksi dan pengolahan seperti meningkatkan teknik produksi dan pengolahan serta kemampuan manajemen bagi Usaha Kecil dan Menengah.
2. Bidang pemasaran seperti melaksanakan penelitian dan pengkajian pemasaran, menyebarluaskan informasi pasar, serta meningkatkan kemampuan manajemen dan teknik pemasaran.
3. Bidang sumber daya manusia seperti memasyarakatkan dan membudayakan kewirausahaan, meningkatkan keterampilan teknis dan manajerial, serta membentuk dan mengembangkan lembaga pendidikan dan pelatihan.
4. Bidang desain dan teknologi seperti meningkatkan kemampuan dibidang desain dan teknologi serta pengendalian mutu, meningkatkan kerjasama dan alih teknologi, serta meningkatkan kemampuan Usaha Kecil dan Menengah dibidang penelitian untuk mengembangkan desain dan teknologi baru.

## C. Analisis SWOT

SWOT adalah singkatan dari Lingkungan Internal (*Strengths*) dan (*Weaknesses*) serta Lingkungan Eksternal (*Opportunities*) dan (*Threats*). Analisis SWOT merupakan salah satu analisis yang membandingkan antara Faktor Internal meliputi Kekuatan (*Strengths*), dan Kelemahan (*Weaknesses*) dengan Faktor Eksternal meliputi Peluang (*Opportunities*) dan Ancaman (*Threats*) (Rangkuti, 2016).

## METODOLOGI

Metode pengumpulan data yang digunakan melalui penyebaran kuesioner dan wawancara. Pemilihan responden dihitung secara berstrata dengan menggunakan rumus sampel berstrata Sugiyono (Sugiyono, 2017) pada mahasiswa di Politeknik Negeri Sriwijaya. Adapun jumlah populasi sebanyak 166 mahasiswa dan jumlah sampel sebanyak 62 mahasiswa yang memiliki usaha kecil dan menengah. Data yang dikumpulkan yaitu data primer, diperoleh dari hasil kuesioner yang akan dibagikan kepada responden yang bersangkutan.

## ANALISIS SWOT

Adapun tahapan dalam analisis SWOT sebagai berikut (Rangkuti, 2016):

- a. Tentukan dan susunlah faktor-faktor yang menjadi kekuatan dan kelemahan

- (faktor internal) serta peluang dan ancaman (faktor eksternal) bagi industri atau perusahaan yang bersangkutan pada kolom 1.
- Berilah bobot dari masing-masing faktor dalam kolom 2 dengan skala mulai dari 1,0 (sangat penting) sampai dengan 0,0 (tidak penting). Jumlah dari semua bobot tidak boleh melebihi skor total 1,00.
  - Hitunglah rating dalam kolom 3, untuk masing-masing faktor dengan skala mulai dari 4 (*outstanding*) sampai dengan 1 (*poor*) berdasarkan pengaruh faktor tersebut terhadap industri atau perusahaan yang bersangkutan.
  - Selanjutnya kalikan bobot pada kolom 2 dengan rating pada kolom 3 untuk mendapatkan hasil berupa skor pembobotan dalam kolom 4 pada masing-masing faktor yang nilainya bervariasi mulai dari 4,0 (*outstanding*) sampai dengan 1,0 (*poor*).
  - Pada kolom 5 buatlah komentar atau catatan mengenai faktor-faktor tertentu yang dipilih.
  - Lalu jumlahkan skor pembobotan pada kolom 4 untuk memperoleh total skor pembobotan bagi industri atau perusahaan yang bersangkutan.

### HASIL

Analisis SWOT sebagai dasar dalam memberikan gambaran mengenai keadaan usaha pada mahasiswa di Politeknik Negeri Sriwijaya meliputi faktor internal yaitu kekuatan (dana dan modal) dan kelemahan (pemanfaatan teknologi) serta faktor eksternal yaitu peluang (program PKM atau KBMI di Perguruan Tinggi) dan ancaman (persaingan produk).

Tabel 1. Total Skor dari Faktor Internal

Faktor-faktor Internal	Bobot	Rating	Bobot x Rating	Komentar
<b>Faktor Kekuatan (Dana dan Modal)</b>				
Menjadi salah satu faktor penting yang dibutuhkan mahasiswa dalam membuka usaha	0,082270795	2,5	0,205676988	Berpengaruh
Memanfaatkan fasilitas dana yang diberikan Pemerintah melalui program kewirausahaan yang ada di Perguruan Tinggi	0,057984214	1,8	0,104371585	Kurang Berpengaruh
Membantu mahasiswa yang ingin membuka usaha melalui pengajuan dana dari luar program Pemerintah	0,064663024	1,8	0,116393443	Kurang Berpengaruh
Memudahkan mahasiswa dalam mengembangkan usaha yang ada	0,076806315	2,4	0,184335155	Berpengaruh
Melatih mahasiswa dalam berwirausaha dengan modal yang dimiliki	0,083485124	2,5	0,208712811	Berpengaruh
Memiliki manajemen modal yang proporsional	0,081360049	2,5	0,203400121	Berpengaruh
<b>Faktor Kelemahan (Pemanfaatan Teknologi)</b>				
Relatif rendahnya minat menggunakan <i>website</i> sebagai media promosi	0,095324833	1,5	0,14298725	Kurang Berpengaruh

Media promosi yang digunakan masih berskala kecil seperti melalui <i>Snap WhatsApp</i>	0,095021251	1,8	0,171038251	Kurang Berpengaruh
Intensitas penggunaan media sosial sebagai media promosi masih relatif sedikit (seperti melalui <i>live streaming</i> dalam menawarkan produk yang dijual)	0,102307225	2	0,204614451	Kurang Berpengaruh
Media digital jarang digunakan mahasiswa dalam mengembangkan usahanya	0,097449909	2	0,194899818	Kurang Berpengaruh
Pengetahuan mengenai aplikasi <i>desain</i> seperti <i>corel draw, photoshop</i> , dll	0,073770492	1	0,073770492	Tidak Berpengaruh
Tidak menggunakan aplikasi <i>desain</i> sebagai media promosi	0,08955677	1,3	0,116423801	Kurang Berpengaruh
<b>Total Skor</b>			<b>1,926624165</b>	
<b>Faktor-faktor Eksternal</b>	<b>Bobot</b>	<b>Rating</b>	<b>Bobot x Rating</b>	<b>Komentar</b>
<b>Faktor Peluang (Program PKM atau KBMI di Perguruan Tinggi)</b>				
Membangun jiwa wirausaha mahasiswa	0,081461515	2,5	0,203653789	Berpengaruh
Salah satu cara menyalurkan ide kreatif yang dimiliki Mahasiswa	0,079964061	2,1	0,167924528	Berpengaruh
Dapat dijadikan pengalaman bagi mahasiswa ketika lulus	0,090446241	3	0,271338724	Berpengaruh
Melatih mahasiswa dalam mengelola suatu usaha	0,08655286	2,8	0,242348008	Berpengaruh
Membangun relasi antarmahasiswa di Perguruan Tinggi	0,085654388	2,7	0,231266846	Berpengaruh
Dalam upaya meningkatkan akreditasi Perguruan Tinggi	0,081761006	2,5	0,204402516	Berpengaruh
<b>Faktor Ancaman (Persaingan Produk)</b>				
Inovasi produk	0,080263552	2	0,160527104	Kurang Berpengaruh
Kendala terhadap inovasi produk	0,065289009	1,5	0,097933513	Kurang Berpengaruh
Kemampuan dan pengetahuan yang dimiliki mahasiswa	0,078167116	1,8	0,140700809	Kurang Berpengaruh
Teknologi menjadi faktor penting dalam media promosi masa kini	0,097334531	2,9	0,282270141	Berpengaruh
Membuat strategi promosi yang menarik	0,094339623	2,5	0,235849057	Berpengaruh
Melakukan riset terhadap kompetitor	0,078766098	1,8	0,141778976	Kurang Berpengaruh
<b>Total Skor</b>			<b>2,37999401</b>	

Sumber: Data Primer diolah (2020)

Hasil analisis dengan menggunakan matriks IFAS pada tabel 1 di atas memberikan skor 1,92 yang merupakan penjumlahan dari skor faktor kekuatan (1,02) dengan skor faktor kelemahan (0,90). Besaran skor IFAS menunjukkan bahwa mahasiswa bisa memanfaatkan faktor kekuatan yang dimiliki untuk mengatasi kelemahan internal yang ada pada usahanya. Lalu, untuk skor yang diperoleh dari matriks EFAS sebesar 2,37 yang merupakan penjumlahan dari faktor peluang (1,32) dengan faktor ancaman (1,05). Hal ini mengindikasikan bahwa mahasiswa memiliki kemampuan dalam memanfaatkan peluang namun masih harus menghadapi ancaman yang ada. Kemudian setelah didapatkan skor IFAS dan EFAS maka kita dapat mengetahui posisi kuadran pada usaha mahasiswa di

Politeknik Negeri Sriwijaya berada pada kemampuan untuk memanfaatkan peluang Kuadran I. Pada posisi demikian, dan kekuatan yang ada dengan mendukung menjelaskan mahasiswa memiliki kebijakan pertumbuhan agresif.

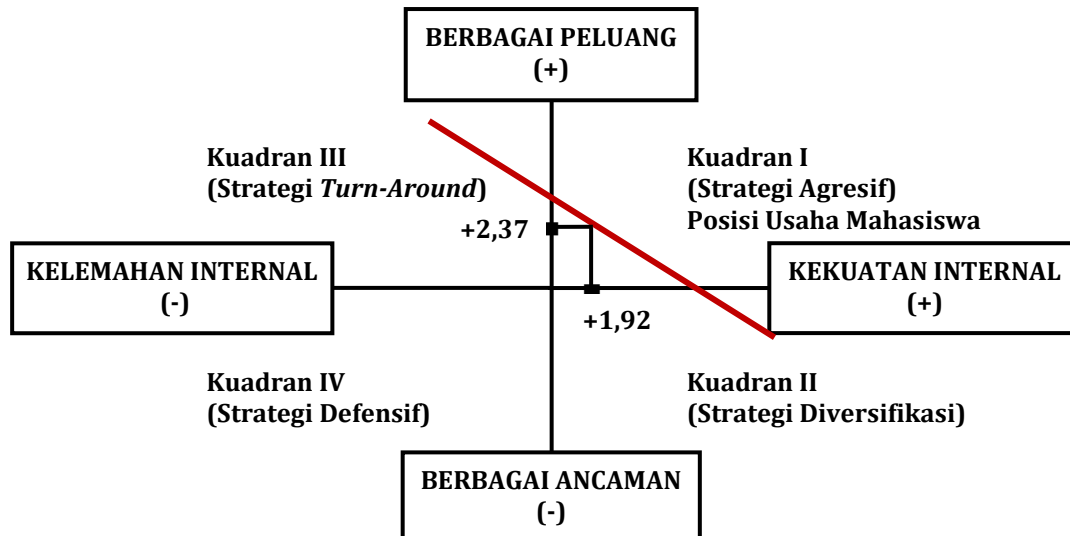


Diagram 1. Hasil Analisis SWOT

Berdasarkan hasil IFAS dan EFAS di atas usahanya yaitu menggunakan strategi SO dapat digambarkan strategi yang harus (*Strengths-Opportunities*). Berikut adalah dilakukan oleh mahasiswa terhadap tabel Analisis Matriks SWOT:

Tabel 2. Analisis Matriks SWOT

<p style="text-align: center;"><b>IFAS</b></p> <p style="text-align: center;"><b>STRENGTHS (S)</b> Aspek Dana dan Modal</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Menjadi salah satu faktor penting yang dibutuhkan mahasiswa dalam membuka usaha</li> <li>2. Memanfaatkan fasilitas dana yang diberikan Pemerintah melalui program kewirausahaan yang ada di Perguruan Tinggi</li> <li>3. Membantu mahasiswa yang ingin membuka usaha melalui pengajuan dana dari luar program Pemerintah</li> <li>4. Memudahkan mahasiswa dalam mengembangkan usaha yang ada</li> <li>5. Melatih mahasiswa dalam berwirausaha dengan modal yang dimiliki</li> <li>6. Memiliki manajemen modal yang proporsional</li> </ol> <p style="text-align: center;"><b>WEAKNESSES (W)</b> Aspek Pemanfaatan Teknologi</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Relatif rendahnya minat menggunakan <i>website</i> sebagai media promosi</li> <li>2. Media promosi yang digunakan masih berskala kecil seperti melalui <i>Snap WhatsApp</i></li> <li>3. Intensitas penggunaan media sosial sebagai media promosi masih relatif sedikit (seperti melalui <i>live streaming</i> dalam menawarkan produk yang dijual)</li> <li>4. Media digital jarang digunakan mahasiswa dalam mengembangkan usahanya</li> <li>5. Pengetahuan mengenai aplikasi desain seperti <i>corel draw, photoshop</i>, dll</li> <li>6. Tidak menggunakan aplikasi <i>desain</i> sebagai media promosi</li> </ol>		
<p style="text-align: center;"><b>EFAS</b></p> <p style="text-align: center;"><b>OPPORTUNITIES (O)</b> Aspek Program PKM atau KBMI di Perguruan Tinggi</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Membangun jiwa wirausaha mahasiswa</li> <li>2. Salah satu cara menyalurkan ide kreatif yang dimiliki Mahasiswa</li> <li>3. Dapat dijadikan pengalaman bagi mahasiswa ketika lulus</li> <li>4. Melatih mahasiswa dalam mengelola suatu usaha</li> <li>5. Membangun relasi antarmahasiswa di Perguruan Tinggi</li> <li>6. Dalam upaya meningkatkan akreditasi Perguruan Tinggi</li> </ol>	<p style="text-align: center;"><b>STRATEGI SO</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pemanfaatan Program Kewirausahaan yang dibuat Pemerintah ataupun program dari luar Pemerintah untuk mendapatkan dana sehingga mahasiswa dapat menyalurkan ide kreatif yang dimiliki</li> <li>2. Pengoptimalan dana dan modal yang dimiliki untuk melatih mahasiswa dalam mengelola suatu usaha</li> <li>3. Lebih memahami lagi mengenai pengelolaan atau manajemen modal terhadap usaha mahasiswa secara proporsional</li> </ol>	<p style="text-align: center;"><b>STRATEGI WO</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mengikuti pelatihan desain seperti <i>corel draw</i> dll serta mengikuti seminar kewirausahaan sehingga wawasan mahasiswa mengenai bisnis akan semakin luas dan usaha yang dijalankan dapat memiliki kreativitas</li> <li>2. Mengikuti Program Kewirausahaan yang diselenggarakan oleh Pemerintah di Perguruan Tinggi guna mendapatkan dana dan modal demi pengembangan usaha mahasiswa dan harus memaksimalkan penggunaan modal yang dimiliki tersebut</li> </ol>
<p style="text-align: center;"><b>TREATHS (T)</b> Aspek Persaingan Produk</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Inovasi produk</li> <li>2. Kendala terhadap inovasi produk</li> <li>3. Kemampuan dan pengetahuan yang dimiliki mahasiswa</li> <li>4. Teknologi menjadi faktor penting dalam media promosi masa kini</li> <li>5. Membuat strategi promosi yang menarik</li> <li>6. Melakukan riset terhadap kompetitor</li> </ol>	<p style="text-align: center;"><b>STRATEGI ST</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Melakukan inovasi produk dengan dana dan modal yang dimiliki agar mampu bersaing dengan kompetitor</li> <li>2. Meningkatkan kegiatan promosi yang menarik seperti melalui media sosial supaya usaha yang dijalankan dikenal secara umum dan menjangkau pasar yang luas</li> <li>3. Ketika membuka usaha mahasiswa harus melakukan riset pasar guna menambah pengetahuan mengenai usaha yang dijalkannya</li> </ol>	<p style="text-align: center;"><b>STRATEGI WT</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Meningkatkan penggunaan media sosial dan media digital sebagai media promosi untuk membuat strategi promosi yang menarik</li> <li>2. Mengatasi kendala terhadap inovasi produk dengan membuat strategi-strategi baru</li> </ol>

Sumber: Data Primer diolah (2020)

**Rumusan Alternatif Strategi** program lainnya dari luar Program Pengembangan Usaha Pemerintah. Hal ini dapat dilakukan

Pada tahap ini penerapan strategi yang dengan cara mengikuti tahapan-tahapan dapat dilakukan dengan menggunakan seleksi sesuai dengan ketentuan dan Strategi SO (*Strengths-Opportunities*) persyaratan yang telah dibuat oleh seperti memanfaatkan Program Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Kewirausahaan yang diselenggarakan oleh (Kemdikbud). Selanjutnya jika mahasiswa Pemerintah di Perguruan Tinggi maupun dinyatakan lulus maka akan diberikan

dana dan dapat dijadikan modal untuk membuka usaha atau mengembangkan usaha yang ada.

Lalu, pengoptimalan dana dan modal yang dimiliki sebagai cara untuk melatih mahasiswa dalam mengelola usaha. Pada strategi ini yang dapat dilakukan adalah efisiensi terhadap biaya produksi atau operasional dengan cara mengurangi pos-pos yang kurang penting atau tidak terkait dengan usaha, sehingga dana dan modal yang dimiliki akan digunakan seoptimal mungkin untuk keberlangsungan usaha yang dijalankan.

Pemahaman mengenai pengelolaan atau manajemen modal terhadap usaha mahasiswa secara proporsional harus lebih ditingkatkan lagi. Strategi ini dapat dilakukan dengan cara membuat rincian pengeluaran dan pemasukan mengenai biaya produksi, operasional, dll pada usaha yang dijalankan. Mahasiswa dapat meminimalisir terjadinya penggunaan modal yang tidak diperlukan dalam proses produksi atau biaya operasional.

Strategi-strategi ini dapat digunakan oleh mahasiswa dalam mengembangkan usahanya supaya dapat bersaing di pasaran.

## SIMPULAN

Posisi usaha pada mahasiswa di Politeknik Negeri Sriwijaya berada pada Kuadran I dalam Matriks SWOT atau Internal-Eksternal Matriks. Pada posisi demikian, menjelaskan situasi mahasiswa memiliki kemampuan untuk memanfaatkan peluang dan kekuatan yang ada melalui strategi-strategi yang telah dibuat sebagai upaya yang dilakukan mahasiswa untuk mengembangkan usahanya. Penerapan strategi yang dapat dilakukan dengan menggunakan Strategi SO (*Strengths-Opportunities*) dan mendukung kebijakan pertumbuhan agresif (*Growth Oriented Strategy*).

## DAFTAR PUSTAKA

- Bank Indonesia. (2008). Undang-undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Kecil dan Menengah. Diunduh di <https://www.bi.go.id/id/tentang-bi/uu-bi/Documents/UU20Tahun2008UKM.pdf> tanggal 10 Juni 2019.
- Rangkuti, Freddy. (2016). *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis (Cetakan Kedua puluh Dua)*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian & Pengembangan: Research and Development (Cetakan Ketiga)*. Bandung: Alfabeta.



