

ANALISIS *ENTREPRENEURIAL CHARACTERISTICS* BAGI KEBERLANGSUNGAN BISNIS DI ERA PANDEMI COVID-19 PADA WIRAUSAHAWAN UMKM EKONOMI KREATIF DI JAKARTA

Aristo Surya Gunawan dan Ati Cahayani
 Prodi Administrasi Bisnis, Universitas Katolik Indonesia Atma Jaya

Abstrak

Pandemi Covid-19 ini membawa dampak negatif yang sangat besar bagi sektor bisnis, terutama bagi usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM). Kendati demikian, ekonomi kreatif masih memiliki potensi besar. Penelitian ini bertujuan untuk melihat karakteristik *entrepreneurial* yang penting bagi keberlangsungan usaha di era pandemi di kalangan wirausahawan UMKM ekonomi kreatif di Jakarta. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dengan analisis data kuantitatif yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner terhadap 75 orang responden. Analisis data kuantitatif yang digunakan adalah nilai rata-rata. Hasil penelitian menunjukkan bahwa aspek kepribadian (memiliki kepekaan terhadap orang lain, bertanggung jawab, kejujuran, sikap yang dewasa serta memiliki imajinasi) merupakan karakteristik *entrepreneurial* yang dominan dan dirasakan penting agar bisa mempertahankan bisnis di tengah pandemi COVID-19.

Kata-kata kunci: Karakteristik *entrepreneurial*, ekonomi kreatif, pandemi

ANALYSIS ON ENTREPRENEURIAL CHARACTERISTICS FOR BUSINESS SURVIVAL IN THE COVID-19 PANDEMIC AMONG UMKM EKONOMI KREATIF ENTREPRENEURS IN JAKARTA

ABSTRACT

Covid-19 pandemic in Indonesia brought huge negative impact to economy and business, especially for micro, small and medium enterprises (MSMEs). Nevertheless, creative economy still has great potential. This study aims to figure out entrepreneurial characteristics important and prominent for business continuity and survival amid pandemic era among MSMEs entrepreneurs in creative economy in Jakarta. This is descriptive research with quantitative analysis where data were obtained by distributing questionnaires to 75 respondents. Quantitative analysis used is mean score technique. Results showed that entrepreneurial characteristics of personality dimensions (such sensitivity to others, responsibility, honesty, maturity and imagination) are the prominent and important for business survival in this covid-19 pandemic era.

Keywords: *Entrepreneurial characteristics, creative economy, pandemic*

Korespondensi: Aristo Surya Gunawan, Prodi Administrasi Bisnis, Universitas Katolik Indonesia Atma Jaya,
 Email: aristo.surya@atmajaya.ac.id

Submitted: Maret 2022, **Accepted:** April 2022, **Published:** April 2022

OJS: <https://journal.budiluhur.ac.id/index.php?journal=serasi>

PENDAHULUAN

Secara faktual pandemi Covid-19 ini memberi dampak negatif yang cukup mengerikan bagi perekonomian dan dunia bisnis di Indonesia. Akibat pandemi Covid-19, beberapa sendi kehidupan menjadi sangat terpuruk, terutama ada banyak pengangguran karena pihak perusahaan telah melakukan Pemutusan Hubungan Kerja (PHK) dengan alasan efisiensi biaya operasional dan menurunnya permintaan barang dan jasa (Gani, 2021). Jumlah tenaga kerja yang mengalami PHK cukup besar, yaitu sebesar 15.6% (Ngadi, 2020). Dari sisi pertumbuhan ekonomi, dampak pandemi Covid-19 mulai dirasakan pada triwulan II-2020 yaitu terjadinya kontraksi atau penurunan dibandingkan dengan triwulan II-2019 sebesar 5,32% dan selanjutnya pada triwulan III dan IV juga mengalami penurunan dibandingkan dengan tahun 2019 yaitu sebesar 3,49% dan 2,19 (Sadiyah, 2021). Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Dayat Ikhsan Hayati, sektor yang terkena dampak selama pandemi Covid-19 adalah transportasi, pariwisata, perdagangan, kesehatan dan sektor lainnya, tetapi sektor ekonomi yang paling terpengaruh oleh Covid-19 adalah sektor rumah tangga (Hajati, 2021).

Di Indonesia, saat ini ada 64,19 juta UMKM, dengan komposisi Usaha Mikro dan Kecil (UMK) sangat dominan yakni 64,13 juta (99,92%) dari keseluruhan sektor usaha. (Bahtiar, 2021). Berdasarkan data dari Kementerian Koperasi, ada 1.785 koperasi dan 163.713 pelaku UMKM terdampak pandemi Covid-19 (Rosita, 2020). UMKM mengalami dampak berbeda akibat pandemi Covid-19, dengan rincian sebagai berikut: dampak pada keuangan sebesar 67,93%, dampak pada rantai pasokan sebesar 47,83% dan dampak pada penurunan permintaan sebesar 44,02%, dampak pada penurunan penjualan 38.04% dan dampak pada penurunan laba sebesar 41.85% (Mujiyanto, 2021). Apabila situasi pandemi ini tidak kunjung usai, maka akan semakin mengerikan dampaknya yaitu makin banyak UMKM yang tutup.

Mengapa UMKM menjadi hal yang penting? Hal ini dikarenakan UMKM merupakan stimulan perekonomian di negara berkembang (Hafni, 2015). Dengan banyaknya UMKM di Indonesia, Indonesia bisa melewati masa krisis keuangan global dengan baik. Di masa pandemi Covid-19 pun, UMKM memiliki peran penting dalam menjaga stabilitas ekonomi nasional. Akan tetapi, UMKM juga menjadi sektor yang rentan di tengah situasi pandemi ini.

Ekonomi kreatif merupakan konsep ekonomi yang mengintensifkan informasi dan kreativitas dengan mengandalkan ide dan *knowledge* dari Sumber Daya Manusia (SDM) sebagai faktor produksi utama dalam kegiatan ekonominya. Ekonomi kreatif mempunyai potensi besar menjadi tulang punggung perekonomian Indonesia ke depan. Sesungguhnya, ekonomi kreatif telah berkembang menjadi sebuah fenomena dalam menghadapi perkembangan dan tantangan globalisasi, dan perlu diingat bahwa faktor teknologi informasi membuat perkembangan ekonomi kreatif menjadi lebih

cepat sehingga ekonomi kreatif dapat menjadi jawaban atas tantangan dalam menyejahterakan masyarakat serta menurunkan tingkat pengangguran (Azizah, 2017).

Dengan kondisi pandemi yang berkepanjangan menjadi situasi yang sangat serius bagi para pelaku UMKM. Kendati sektor ekonomi kreatif memiliki potensi besar, namun tidak luput juga dari dampak hebat pandemi. Di sinilah dituntut karakteristik yang kuat dari para wirausahawan. Sebagai nahkoda dalam bisnisnya, mereka dituntut untuk tetap tegas dan mampu membawa “kapal” bertahan di tengah badai yang menerpa hingga badai itu mereda dengan sendirinya. Beberapa referensi menyatakan bahwa aspek kepribadian dari wirausahawan memegang peranan penting dalam menentukan keberhasilan bisnisnya. Karakteristik kewirausahaan “keinginan untuk mencapai kesuksesan” dianggap sebagai faktor penting untuk menopang keberhasilan usaha (Cahayani, 2016). Kemudian “upaya untuk mewujudkan keinginan” juga dianggap sebagai faktor penting untuk mewujudkan keberhasilan usaha (Gunawan, 2015). Artikel mengenai karakteristik *entrepreneurial* yang penting bagi wirausahawan alumni Program Studi Administrasi Bisnis Unika Atma Jaya di era pandemi Covid-19 menjelaskan bahwa informan memiliki semua dimensi karakteristik *entrepreneurial* Longenecker yang kuat (Cahayani, 2020). Hal itulah yang membuat mereka memiliki keinginan dan motivasi yang kuat untuk tetap teguh dan bertahan di tengah kondisi pandemi ini.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui karakteristik *entrepreneurial* yang dianggap penting bagi keberlangsungan bisnis di era pandemi Covid-19. Diharapkan penelitian ini akan menambah khasanah pengetahuan mengenai kewirausahaan, khususnya mengenai karakteristik *entrepreneurial* demi keberlangsungan usaha.

Tinjauan Pustaka. Pengertian kewirausahaan atau *entrepreneurship* adalah “*process of creating something new and assuming the risks and the rewards*”, sementara pengertian wirausahawan atau *entrepreneur* adalah “*a kind of behavior that includes initiative, organizing resources, acceptance of risks* (Robert, 2017). Definisi lainnya mengenai *entrepreneur* adalah “*one who creates a new business in the face of risk and uncertainty for the purpose of achieving growth by identifying significant opportunities and assembling the necessary resources to capitalize on them*” (Thomas, 2008).

Perilaku kewirausahaan merupakan pola tingkah laku kewirausahaan yang tergambar dalam diri seorang wirausahawan (Turla, 1986). Berbagai ahli telah merangkum berbagai pola tingkah laku atau karakteristik wirausahawan tersebut. Di sini penulis akan menjabarkan teori mengenai karakteristik kewirausahaan berdasarkan pandangan 5 ahli yaitu: Longenecker, Hornaday, Zimmerer dan Scarborough, Meredith serta Bygrave. Wirausahawan yang sukses memiliki 4 karakteristik utama yaitu: kebutuhan akan keberhasilan (*need to be successful*), keinginan mengambil risiko (*willingness to take risk*), percaya diri (*confident*), keinginan/motivasi kuat (*strong willingness/motivation*) (Logenecker, 2001). Hornaday mengemukakan 42 karakteristik yang sering muncul dalam diri

seorang wirausaha sebagaimana dijabarkan pada tabel 1 (Kuratko, 2007). Terdapat pula ciri-ciri dan watak kewirausahaan menurut Meredith seperti yang dijabarkan dalam tabel 2 (Meredith, 2002).

Zimmerer & Scarborough mengemukakan ada 8 karakteristik kewirausahaan, yaitu (Zimmerer, 2008): (a) *Desire for responsibility*, yaitu hasrat akan tanggung jawab yang bermakna memiliki tanggung jawab atas semua usaha yang dilakukannya. (b) *Preference for moderate risk*, yaitu memilih resiko yang moderat, artinya tidak mengambil risiko yang rendah maupun cenderung menghindari risiki yang tinggi. (c) *Confidence in their ability to success*, yaitu memiliki keyakinan untuk sukses atau percaya akan kemampuan dirinya untuk bisa sukses. (d) *Desire for immediate feedback*, yaitu hasrat selalu mendapat umpan balik segera, yang bermakna bahwa keinginan untuk segera memperbaiki segala kekurangannya atau keinginan untuk melakukan lebih baik lagi. (e) *High level of energy*, yaitu memiliki energi yang tinggi sehingga senantiasa memiliki semangat dan mau bekerja keras untuk mewujudkan impian/tujuan masa depan yang diinginkan. (f) *Future orientation*, yaitu memiliki orientasi ke masa depan, dimana memiliki perspektif atau wawasan mengenai masa depan. (g) *Value of achievement over money*, yaitu memiliki prinsip yang lebih menghargai pencapaian atas sesuatu ketimbang sekedar materi atau uang semata. (h) *Skill at organizing*, yaitu memiliki keterampilan dalam mengorganisasikan sumber daya yang dimilikinya untuk menciptakan nilai tambah.

William D. Bygrave mengatakan ada 10 karakteristik wirausaha yang dikenal dengan istilah 10 D, yaitu (Bygrave, 2014): (a) *Dream*, yaitu: mempunyai keinginan terhadap masa depan pribadi dan bisnisnya serta mempunyai kemampuan untuk mewujudkan impiannya. (b) *Decisiveness*, yaitu: mampu membuat keputusan secara cepat, tetapi penuh perhitungan. Kecepatan dan ketepatan dalam mengambil keputusan merupakan salah satu kunci sukses dalam bisnis. (c) *Doers*, yaitu: langsung menindaklanjuti keputusan yang diambilnya dengan tidak menunda-nunda kesempatan yang baik di dalam bisnisnya. (d) *Determination*, yaitu: melakukan bisnisnya dengan penuh perhatian serta tanggung jawab yang tinggi dan tidak menyerah walaupun dihadapkan pada rintangan. (e) *Dedication*, yaitu: berdedikasi terhadap bisnisnya dengan mengorbankan kepentingan individu demi bisnisnya. (f) *Devotion*, yaitu: mencitai bisnisnya dengan sepenuh hati. Hal inilah yang mendorong keberhasilannya di dalam menjual produk yang dihasilkannya. (g) *Details*, yaitu: memperhatikan faktor-faktor penting secara rinci, karena tidak ingin mengabaikan hal-hal kecil yang dapat menghambat bisnisnya. (h) *Destiny*, yaitu: bertanggung jawab terhadap nasib dan tujuan yang ingin dicapainya. Dia merupakan orang yang bebas dan tidak mau bergantung pada orang lain. (i) *Dollars*, yaitu: motivasinya bukan semata masalah uang. Uang dianggap sebagai ukuran kesuksesan bisnisnya. Ia berasumsi jika berhasil dalam bisnis maka ia pantas mendapatkan laba, bonus, atau hadiah. (j)

Distribute, yaitu: bersedia mendistribusikan kepemilikan dalam bisnisnya kepada orang-orang kepercayaannya.

Tabel 1. 42 Karakteristik Kewirausahaan Menurut Hornaday

No	Karakteristik Kewirausahaan	No	Karakteristik Kewirausahaan
1	<i>Confidence</i> (percaya diri)	22	<i>Responsibility</i> (bertanggung jawab)
2	<i>Determination, perseverance</i> (keuletan)	23	<i>Foresight</i> (orientasi ke masa depan)
3	<i>Energy, diligence</i> (semangat, ketelatenan)	24	<i>Accuracy, thoroughness</i> (akurasi dan kecermatan)
4	<i>Resourcefulness</i> (banyak akal)	25	<i>Cooperativeness</i> (kemampuan untuk bekerjasama)
5	<i>Ability to take calculated risks</i> (kemampuan mengambil risiko secara hati-hati)	26	<i>Profit orientation</i> (orientasi pada laba)
6	<i>Dynamism, leadership</i> (dinamis dan jiwa kepemimpinan)	27	<i>Ability to learn from mistakes</i> (kemampuan untuk belajar dari kesalahan)
7	<i>Optimism</i> (selalu optimis)	28	<i>Sense of power</i> (keinginan untuk berkuasa)
8	<i>Need to achieve</i> (kebutuhan untuk berprestasi)	29	<i>Pleasant personality</i> (kepribadian yang menyenangkan)
9	<i>Versatility</i> (cepat beradaptasi); <i>Knowledge of product, market, machinery, technology</i> (paham akan produk, pasar, peralatan dan teknologi)	30	<i>Egotism</i> (orientasi pada diri sendiri)
10	<i>Creativity</i> (kreatif)	31	<i>Courage</i> (memiliki keberanian)
11	<i>Ability to influence others</i> (kemampuan mempengaruhi orang lain)	32	<i>Imagination</i> (memiliki imajinasi)
12	<i>Ability to get along well with people</i> (kemampuan menjalin relasi dengan orang lain)	33	<i>Perceptiveness</i> (cepat paham)
13	<i>Initiative</i> (memiliki prakarsa)	34	<i>Toleration for ambiguity</i> (toleransi terhadap ketidakpastian)
14	<i>Flexibility</i> (luwes/tidak kaku)	35	<i>Aggressiveness</i> (agresivitas)
15	<i>Intelligence</i> (memiliki kecerdasan)	36	<i>Capacity for enjoyment</i> (kemampuan untuk menikmati kegembiraan)
16	<i>Orientation to clear goals</i> (orientasi pada target yang jelas)	37	<i>Efficacy</i> (kemampuan untuk mencapai hasil sesuai yang diharapkan)
17	<i>Positive response to challenges</i> (merespons positif pada tantangan)	38	<i>Commitment</i> (memiliki komitmen)
18	<i>Independence</i> (kemandirian)	39	<i>Ability to trust workers</i> (kemampuan mempercayai bawahan)
19	<i>Responsiveness to suggestions and criticism</i> (peka terhadap saran dan kritik)	40	<i>Sensitivity to others</i> (memiliki kepekaan terhadap orang lain)
20	<i>Time competence, efficiency</i> (manajemen waktu dan efisiensi)	41	<i>Honesty, integrity</i> (memiliki kejujuran, integritas)
21	<i>Ability to make decisions quickly</i> (kemampuan membuat keputusan dengan cepat)	42	<i>Maturity, balance</i> (memiliki sikap yang dewasa dan adil)

Tabel 2: Ciri dan Watak Kewirausahaan Menurut Meredith

No	Ciri-Ciri	Watak
1	Percaya diri	Tingkat keyakinan yang tinggi, tidak tergantung pada orang lain, optimis, ketidaktergantungan, individualis, optimis
2	Berorientasi pada tugas dan hasil	Keinginan kuat untuk berprestasi, berorientasi laba, ketekunan dan ketabahan, tekad yang kuat, kerja keras, energik dan memiliki inisiatif
3	Pengambilan risiko	Mengambil resiko yang wajar dan suka tantangan
4	Kepemimpinan	Berjiwa kepemimpinan, mudah bergaul dengan orang lain, tanggap/terbuka terhadap saran-saran dan kritik
5	Keorisinilan	Kreatif, inovatif serta fleksibel
6	Berorientasi ke masa depan	Memiliki visi dan perspektif masa depan

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif dengan menganalisis data kuantitatif. Metode penelitian deskriptif dipilih oleh peneliti karena bisa menjelaskan data secara lebih rinci dan mendetail. (1) Responden. Responden yang dipilih oleh peneliti adalah para wirausahawan UMKM ekonomi kreatif di Jakarta. Berdasarkan data jumlah usaha ekonomi kreatif di Jakarta sebanyak 482.094 (Pusat Data Kemenparekraf, 2020). Sampel yang diambil sebanyak 75 responden. (2) Teknik Pengumpulan dan Analisis Data. Teknik penentuan responden adalah dengan teknik purposif, *snowball* dan aksidental. Teknik purposif digunakan untuk menentukan responden wirausahawan UMKM pelaku ekonomi kreatif sesuai kriteria 17 sub sektor ekonomi kreatif Kemenparekraf. Teknik *snowball* digunakan untuk mendapatkan responden memulai dari beberapa orang terdekat surveyor dan memintanya untuk meneruskan kepada orang-orang dalam jejaring mereka, tentu saja dengan memperhatikan kriteria yang telah ditetapkan, seperti telah dijelaskan pada teknik purposif. Sementara teknik aksidental digunakan untuk mendapatkan responden yang bisa ditemui untuk diambil datanya.

Analisis data yang dilakukan dengan menggunakan nilai rata-rata (*mean score*) baik untuk tiap pertanyaan yang diujikan serta menggunakan nilai rata-rata keseluruhan (*overall mean score*) untuk ke-42 karakteristik *entrepreneurial* yang diujikan. Interpretasi terhadap nilai rata-rata dan nilai rata-rata keseluruhan sebagai berikut; 4.21 – 5.00: Sangat Setuju / Sangat Penting; 3.41 – 4.20: Setuju / Penting; 2.61 – 3.40 : Cukup Setuju / Cukup Penting; 1.81 – 2.60 : Kurang Setuju / Kurang Penting; 1.00 – 1.80 : Tidak Setuju / Tidak Penting.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Adapun profil responden dalam penelitian (kuantitatif) ini sebagai berikut: (a) secara demografis mayoritas responden berjenis kelamin laki-laki (68%), berusia di atas 30 tahun (51%), berlatar belakang pendidikan hingga SMA/ sederajat (81%), sudah berkeluarga (75%) dan dari mereka yang

sudah berkeluarga tersebut 52% memiliki pasangan yang juga berwirausaha. (b) Secara pengalaman mayoritas responden pernah bekerja sebelum berwirausaha (63%), namun sebelumnya tidak pernah memiliki usaha selain kuliner (68%) dan saat ini pun tidak memiliki usaha selain kuliner (83%), serta hingga saat ini sudah pengalaman berwirausaha ≥ 5 tahun (56%) namun demikian mereka tidak memiliki latar belakang pendidikan atau pengalaman kerja terkait kuliner (59%).

Persepsi responden mengenai karakteristik *entrepreneurial* yang dianggap penting bagi keberlangsungan usaha di masa pandemi ini dijabarkan pada tabel 3. Terlihat bahwa 5 karakteristik *entrepreneurial* yang mendapat nilai rata-rata tertinggi adalah: memiliki kepekaan terhadap orang lain, memiliki kejujuran dan integritas, memiliki sikap yang dewasa dan adil, bertanggung jawab serta memiliki imajinasi. Dari 42 karakteristik *entrepreneurial* yang diujikan, ada 12 karakteristik dimana persepsi responden mengatakan “sangat setuju” bahwa karakteristik tersebut penting bagi keberlangsungan usaha di masa pandemi, sementara ada 27 karakteristik dimana responden mengatakan “setuju” dan 3 karakteristik dimana responden mengatakan “cukup setuju”. Bila dibandingkan dengan nilai rata-rata keseluruhannya, ada 24 karakteristik *entrepreneurial* yang memiliki nilai rata-rata di atas nilai rata-rata keseluruhannya dan ada 20 karakteristik *entrepreneurial* yang memiliki nilai rata-rata di bawah nilai rata-rata keseluruhannya.

Tabel 3: Hasil Penelitian Karakteristik Kewirausahaan Menurut Hornaday

No	Pernyataan-Pernyataan	Nilai Rata-Rata	Interpretasi
1	Memiliki kepekaan terhadap orang lain	4,59	Sangat Setuju
2	Memiliki kejujuran, integritas	4,48	Sangat Setuju
3	Memiliki sikap yang dewasa dan adil	4,47	Sangat Setuju
4	Bertanggung jawab	4,45	Sangat Setuju
5	Memiliki imajinasi	4,43	Sangat Setuju
6	Akurasi dan kecermatan	4,36	Sangat Setuju
7	Kemampuan mempengaruhi orang lain	4,29	Sangat Setuju
8	Kemampuan untuk bekerjasama	4,28	Sangat Setuju
9	Kemandirian	4,27	Sangat Setuju
10	Kreatif	4,23	Sangat Setuju
11	Percaya diri	4,23	Sangat Setuju
12	Semangat, ketelatenan	4,23	Sangat Setuju
13	Kemampuan mempercayai bawahan	4,20	Setuju
14	Kebutuhan untuk berprestasi	4,19	Setuju
15	Kemampuan mengambil risiko secara hati-hati	4,17	Setuju
16	Banyak akal	4,16	Setuju
17	Dinamis dan jiwa kepemimpinan	4,13	Setuju
18	Orientasi ke masa depan	4,12	Setuju

19	Keuletan	4,09	Setuju
20	Memiliki kecerdasan	4,04	Setuju
21	Kemampuan untuk belajar dari kesalahan	4,04	Setuju
22	Peka terhadap saran dan kritik	4,04	Setuju
23	Memiliki komitmen	4,04	Setuju
24	cepat beradaptasi; paham akan produk, pasar, peralatan dan teknologi	4,03	Setuju
25	Orientasi pada target yang jelas	3,99	Setuju
26	Kemampuan untuk mencapai hasil sesuai yang diharapkan	3,97	Setuju
27	Orientasi pada diri sendiri	3,97	Setuju
28	Keinginan untuk berkuasa	3,95	Setuju
29	Memiliki keberanian	3,93	Setuju
30	Orientasi pada laba	3,91	Setuju
31	Merespons positif pada tantangan	3,91	Setuju
32	Cepat paham	3,87	Setuju
33	Kepribadian yang menyenangkan	3,85	Setuju
34	Kemampuan membuat keputusan dengan cepat	3,85	Setuju
35	Luwes/tidak kaku	3,69	Setuju
36	Selalu optimis	3,68	Setuju
37	Manajemen waktu dan efisiensi	3,67	Setuju
38	Memiliki prakarsa	3,63	Setuju
39	Toleransi terhadap ketidakpastian	3,63	Setuju
40	Kemampuan menjalin relasi dengan orang lain	3,28	Cukup Setuju
41	Agresivitas	3,28	Cukup Setuju
42	Kemampuan untuk menikmati kegembiraan	2,91	Cukup Setuju
Nilai Rata-Rata Keseluruhan (Overall Mean Score)		4,01	Setuju

Sumber: Hasil penelitian, 2022

Munculnya karakteristik “memiliki kepekaan terhadap orang lain” sangat menarik. Di masa pandemi justru karakteristik ini yang dianggap responden paling penting untuk dimiliki guna keberlangsungan usaha. Kendati peneliti tidak memiliki data tambahan untuk menjelaskan fenomena ini, namun menurut hemat peneliti di masa pandemi ini merupakan saat yang tepat untuk saling bergandengan tangan saling membantu baik sesama pebisnis maupun dengan pelanggan. Di masa yang sulit ini kepekaan dari pebisnis untuk saling membantu atau bekerja sama dengan pebisnis lain bisa menciptakan kolaborasi dan konsolidasi demi menghadapi badai pandemi ini bersama-sama. Sedangkan kepekaan terhadap konsumen maupun pelanggan, bisa ditunjukkan oleh pebisnis dengan tidak menaikkan harga semena-mena, walaupun ada peluang untuk itu di masa sulit. Kemudian juga bagaimana pebisnis memperhatikan kebutuhan konsumen dan pelanggan dan berupaya untuk

memenuhi kebutuhan tersebut juga membuat relasi transaksi jual beli yang berkelanjutan antara pebisnis dan konsumen sehingga membuat bisnis berkelanjutan.

Unsur kepekaan ini juga terkait dengan 3 karakteristik *entrepreneurial* lainnya yang juga dianggap penting yaitu: kejujuran dan berintegritas, sikap yang dewasa serta adil, dan bertanggung jawab. Sikap dewasa dan adil wirausahawan dalam menghadapi badai pandemi Covid-19 dengan mempertahankan pola bisnis yang jujur dan berintegritas serta menjalankan bisnis dengan tanggung jawab yang tinggi, membuat bisnis dipercaya oleh konsumen. Kepercayaan konsumen inilah yang pada akhirnya membuat bisnis tetap bertahan di tengah pandemi.

Selain itu karakteristik *entrepreneurial* memiliki banyak imajinasi guna menghasilkan ide, juga menunjang keberlangsungan usaha di tengah pandemi. Karakteristik ini membuat wirausahawan mampu berkreasi untuk menelurkan hal-hal baru, baik itu berupa produk baru, varian produk baru, maupun berbagai terobosan dalam hal promosi atau layanan lainnya. Kreasi maupun inovasi menghasilkan berbagai terobosan inilah membuat bisnis selalu terlihat segar dan menarik di mata konsumen.

Dengan demikian, jelaslah bahwa kombinasi antara kepekaan yang tinggi terutama terhadap konsumen, ditambah dengan adanya kepercayaan yang tinggi dari konsumen serta berbagai kreasi maupun inovasi bisnis merupakan kunci sukses bisnis bertahan di era pandemi ini. Walau tidak dapat dipungkiri bisa terjadi penurunan pendapatan, ataupun berkurangnya keuntungan, namun setidaknya bisnis bisa tetap bertahan di tengah badai. Suatu ketika badai berlalu, dan di saat bisnis lain atau pesaing mungkin sudah kolaps, namun bisnis yang bertahan siap untuk kembali naik dan menjadi pemenang.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian serta pembahasan yang telah dikemukakan di atas serta untuk menjawab tujuan penelitian yang ingin dicapai melalui penelitian ini, maka kesimpulan yang dapat dikemukakan adalah: terdapat 12 karakteristik *entrepreneurial* yang dianggap penting bagi keberlangsungan bisnis di era pandemi Covid-19, dimana persepsi responden mengatakan "sangat setuju". Secara berurutan ke-12 karakteristik *entrepreneurial* itu adalah: memiliki kepekaan atau perhatian terhadap orang lain, jujur dan berintegritas, dewasa dan bijaksana, bertanggungjawab, memiliki banyak ide, akurat dan teliti, mampu memengaruhi orang lain, mampu bekerjasama, mandiri, kreatif, percaya diri, serta memiliki kepribadian yang kuat dan gigih.

Hasil penelitian ini cukup mengejutkan bahwa kepekaan dan perhatian pada orang lain, jujur dan berintegritas merupakan karakteristik *entrepreneurial* yang dianggap responden terpenting di masa pandemi ini guna bertahan. Ini mungkin bertentangan dengan beberapa konsep-konsep bisnis bahwa kemampuan manajerial yang dapat membawa bisnis keluar dari masa-masa suram. Oleh karena itu

sebagai saran praktis ada dua hal yang ingin peneliti ketengahkan yaitu: (1) Wirausahawan hendaknya melakukan introspeksi diri, melihat kembali apakah mereka berwirausaha karena benar-benar memiliki motivasi untuk berwirausaha atautkah hanya sekedar ikut-ikutan. Motivasi sekedar ikut-ikutan tidak selalu berarti bisnisnya tidak akan berhasil. Bisa saja berhasil karena berbagai faktor, namun ketika menghadapi badai, terlebih badai besar dan luas, motivasi ikut-ikutan itu bisa kandas. Berbeda jika motivasi berwirausaha memang berasal dari dirinya sendiri, kesungguhan dan tekad untuk menggeluti bisnis menjadi *passion* dan inilah yang akan membuat para wirausahawan tersebut bertahan di tengah badai. Seperti kata pepatah ”*do what you love and love what you do*”, kecintaan dan *passion* terhadap bisnis inilah yang akan menjadi pembeda. Bagaimana jika motivasi awalnya hanya ikut-ikutan? Tidak ada jalan lain kecuali segera berusaha untuk memotivasi dirinya untuk mencintai apa yang dilakukan. Sebagaimana nahkoda kapal, yang hidup matinya bersama dengan kapalnya, keinginan dan komitmen yang kuat inilah yang akan membuat sang wirausahawan melalui badai pandemi Covid-19 ini. (2) Wirausahawan hendaknya menganggap *stakeholders* sebagai bagian penting dari bisnisnya. Kepedulian terhadap orang lain, jujur dan berintegritas, bertanggungjawab, mampu memengaruhi orang lain, mampu bekerja sama, semuanya itu menunjukkan betapa pentingnya peran *stakeholders* bagi bisnis.

Karakteristik *entrepreneurial* yang bersifat kepribadian tampaknya lebih menonjol serta dianggap penting di masa sulit seperti pandemi sekarang ini. Pada penelitian ini memang peneliti tidak mengategorisasi 42 karakteristik *entrepreneurial* menurut Hornaday ke dalam 3 kelompok karakteristik *entrepreneurial* menurut Wickham (2004). Oleh karena itu memang sulit disimpulkan bahwa karakteristik kepribadian terbukti secara ilmiah lebih dianggap penting dan menonjol ketimbang kelompok karakteristik manajerial dan agen perubahan. Walaupun secara pengamatan peneliti mengarah demikian. Oleh karena itu sebagai saran akademis, penelitian ini perlu dilanjutkan pada penelitian lainnya yang mengkategorisasi ke 42 karakteristik *entrepreneurial* tersebut ke dalam 3 kelompok berdasarkan Wickham. Penelitian lanjutan ini diperlukan untuk memperluas khazanah mengenai kunci sukses dari para wirausahawan untuk dapat bertahan dan mengatasi badai pandemi Covid-19.

DAFTAR PUSTAKA

- Gani, “Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Sektor Usaha di Kalimantan Timur,” *INOVASI*, vol. 17, no. 1, pp. 1-9, 2021.
- Ngadi, R. Meilianna and Y. A. Purba, “Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap PHK dan Pendapatan Pekerja,” *Jurnal Kependudukan Indonesia*, Edisi Khusus Demografi dan Covid-19, Juli 2020 pp. 43-48.
- F. N. Sadiyah, “Dampak Pandemi Covid-19 terhadap Pertumbuhan Ekonomi dan Perdagangan Komoditas Pertanian di Indonesia,” *Jurnal Ekonomi Pertanian dan Agribisnis (JEPA)*, vol. 5, no. 3, pp. 950-961, 2021.

- D. I. Hajati, "Dampak Pandemi Covid-19 terhadap Usaha Mikro, Kecil dan Menengah di Kabupaten Kotabaru Kalimantan Selatan," *ATRABIS: Jurnal Administrasi Bisnis*, vol. 7, no. 2, pp. 159-168, 2021.
- R. A. Bahtiar, "Dampak Pandemi Covid-19 terhadap Sektor Usaha Mikro, Kecil dan Menengah serta Solusinya," *INFO Singkat: Kajian Singkat terhadap Isu Aktual dan Strategis* vol. XIII, no. 10, pp. 19-24. 2021. Tersedia di https://berkas.dpr.go.id/puslit/files/info_singkat/Info%20Singkat-XIII-10-II-P3DI-Mei-2021-1982.pdf. Diakses pada 12 April 2022.
- R. Rosita, Pengaruh Pandemi Covid-19 terhadap UMKM di Indonesia. *Jurnal Lentera Bisnis*, vol. 9, no. 2, pp.109-120, 2020.
- Mujianto, et al. "Dampak Pandemi Covid-19 pada UMKM Warung Ritel Tradisional di Indonesia dan Strategi Bertahannya," *Jurnal STEI Ekonomi (JEMI)*, vol. 30, no. 02, pp. 60-74, 2021.
- R. Hafni and A. Rozali," Analisis Usaha Mikro, kecil, dan Menengah (UMKM) terhadap Penyerapan Tenaga Kerja di Indonesia," *EKONOMIKAWAN: Jurnal Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan*, vol. 15, no. 2, pp. 77-96, 2015.
- S. N. Azizah and Muhfiatun, "Pengembangan Ekonomi Kreatif Berbasis Kearifan Lokal Pandanus Handicraft dalam Menghadapi Pasar Modern Perspektif Ekonomi Syariah (Study Case di Pandanus Nusa Sambisari Yogyakarta)," *APLIKASIA: Jurnal Aplikasi Ilmu-ilmu Agama*, vol. 17, no. 2, pp. 63-78. 2017.
- A. Cahayani, A. S. Gunawan, K. Isololipu, "The Dimension of Entrepreneurial Characteristics in Young Entrepreneurs in The Creative Industry Fields in Jakarta," *China-USA Business Review*, vol. 15, no. 7, pp.319-329, 2016. David Publishing.
- A. S. Gunawan, A. Cahayani, N. A. Perdanaputra, "Perilaku Kewirausahaan Pada Wirausahawan di Bidang Industri Kuliner di DKI Jakarta," *Seminar Nasional dan Call for Paper Universitas Maranatha Bandung 2015*.
- A. Cahayani and A. S. Gunawan. "Important Entrepreneurial Characteristics to Survive in the Covid-19 Pandemic Era (Case Study on Alumni Business Administration Program of Atma Jaya Catholic University of Indonesia)," *INCOGITE 2020*, vol. 3, no. 1, pp.686-694, 2020.
- Robert. D. Hisrich, Michael. P. Peters, Dean.A. Shepherd, "Entrepreneurship," 10th ed. McGraw-Hill Boston, USA, 2017
- Thomas W. Zimmerer dan Norman M. Scarborough, *Essentials of Entrepreneurship and Small Business Management*, 5th edition, Prentice Hall, USA, 2008.
- Peter Turla dan Katheen L. Hawkins, "Time Management Made Easy," Grafton. 1986.
- Logenecker, *Kewirausahaan: Manajemen Usaha Kecil (Entrepreneurship: Management of Small Business)*, Salemba Empat, Jakarta, 2001.
- D.F. Kuratko & R.M. Hodgetts, *Entrepreneurship: Theory, Process, Practice*, 7th ed. Thomson Ohio, USA. 2007.
- Geoffrey G. Meredith, *Kewirausahaan Teori dan Praktek*, Jakarta: PPM. 2002.
- William D. Bygrave & Andrew Zacharakis, *Entrepreneurship*, 3rd edition, John Wiley & Sons Inc, USA, 2014.
- Tim Penyusun Pusat Data dan Sistem Informasi Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, Statistik Ekonomi Kreatif 2020. Pusat Data dan Sistem Informasi Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, 2020.