

PENGAMBILAN KEPUTUSAN *RESELLER FROZEN FOOD* SEBAGAI PILIHAN BERWIRAUSAHA DI MASA PANDEMI

Rina Irawati

rina.ira@stie-mce.ac.id

STIE Malangkucecwara

ABSTRAK

Saat ini banyak peluang bisnis yang dapat dilakukan di rumah dengan modal yang minim namun dapat memperoleh laba yang besar, salah satunya usaha *reseller frozen food*. Penelitian ini dilakukan untuk menguji pengaruh antara lingkungan internal dan eksternal secara parsial terhadap keputusan berwirausaha menjadi *reseller frozen food* di masa pandemi. Sampel penelitian sejumlah 44 orang dengan simple random sampling menggunakan rumus Slovin. Seluruh item penelitian telah teruji valid dan reliabel, serta sudah memenuhi kriteria uji asumsi klasik. Uji hipotesis membuktikan bahwa lingkungan internal dan eksternal berpengaruh terhadap keputusan berwirausaha sebagai *reseller frozen food*. Variabel yang dominan berpengaruh adalah faktor internal dengan nilai beta terbesar yaitu 0.784.

Kata kunci: Pengambilan Keputusan, Kewirausahaan, *Reseller Frozen Food*

ABSTRACT

Currently, there are many business opportunities that can be done at home with minimal capital but can earn large profits, one of which is a frozen food reseller business. This study was conducted to partially examine the effect of the internal and external environment on the entrepreneurial decision to become a frozen food reseller during the pandemic. The research sample was 44 people with simple random sampling using the Slovin formula. All research items have been tested to be valid and reliable, and have met the criteria for the classical assumption test. Hypothesis testing proves that the internal and external environment influence the entrepreneurial decision as a frozen food reseller. The dominant variable influencing is the internal factor with the largest beta value of 0.784.

Keywords: *Decision Making, Entrepreneurship, Frozen food reseller*

PENDAHULUAN

Indonesia pada di bulan Maret 2020 mengalami kasus infeksi Covid-19 (Corona Virus Diseases 2019) untuk pertama kalinya. Pemerintah melakukan banyak usaha untuk meredam dampak pandemi di berbagai sektor. Aktivitas masyarakat di luar rumah sangat dibatasi, dimana hal ini

berpengaruh terhadap kegiatan bisnis dan perekonomian nasional. Aturan tersebut berkenaan dengan beberapa hal, antara lain: pembatasan aktivitas bergerombol, membatasi bepergian ke luar kota, menghindari pusat keramaian, dilarang makan di rumah makan (*dine in*) dan harus dibungkus dan dibawa pulang (*take away*), pembatasan jam operasional kantor, tempat usaha dan tempat wisata, serta kegiatan di luar yang kurang penting sangat dibatasi.

Ketidakstabilan perekonomian sangat dirasakan oleh hampir seluruh rakyat Indonesia, khususnya di sektor rumah tangga (Nugroho, 2020). Bekerja dari rumah menjadi program Pemerintah guna mengurangi kontak fisik antar individu. Pekerjaan yang pada mulanya dilakukan di kantor, sekarang bisa dilakukan di tempat tinggal masing-masing. Hal ini mengakibatkan banyak orang memiliki waktu luang, sehingga bebas mengatur aktivitas, selama tidak mengganggu pekerjaan utama. Bahkan, sebagian orang pula menentukan buat memulai bisnis dari tempat tinggal demi menambah income di masa pandemi (Rizal, 2021). Menurut Rizal (2021) terdapat 5 (lima) usaha rumahan yang dapat digeluti di masa pandemi, yaitu: (1) *Reseller* atau *Dropship*, (2) Bisnis kuliner, (3) Jualan *pet food*, (4) Tutor *fitness* online, dan (5) Bimbingan belajar online. Dengan makin berkembangnya perdagangan online, maka semakin berkembang pula potensi bisnis yang prospektif, antara lain menjadi *reseller*.

Menjadi *reseller frozen food* bisa menjadi salah satu pilihan pengambilan keputusan pada berwirausaha ketika ini. karena kesibukan pekerjaan, masyarakat tidak mempunyai poly saat buat memasak makanan. aneka macam alasan seperti kepraktisan dan kebutuhan utama untuk pangan menjadikan peluang usaha frozen food cukup menjanjikan. menjadi reseller, kita hanya perlu menyetok barang asal supplier serta menyediakan lemari pendingin buat penyimpanan. Selain itu, masih ada beberapa laba bagi kita yang tertarik menjalani usaha ini. banyak restoran yang akhirnya menghasilkan produk makanan beku beberapa menunya karena adanya aturan pembatasan jumlah pengunjung dan jam operasional.

Keterbaruan penelitian (*novelty*) adalah adanya peluang usaha rumahan yang cukup menjanjikan di masa pandemi. Dengan adanya pergeseran gaya hidup konsumen dimana semula banyak masyarakat sering makan di restoran, mau tidak mau sekarang sudah beralih melakukan pembelian makanan dengan sistem *Delivery Order* (DO). Hal ini didukung oleh penelitian empiris oleh Bastaman, Aan & Riffa Juffiasari (2015), Irawati, Rina (2017), Nagel, P. Julius & Ani Suhartatik (2018), Ruswati, Ine (2018), Afifah, Zumrotul (2020), dan Jehan R, Amelia & Moch Farizal Wibowo (2019), yang meneliti tentang pengambilan keputusan memulai usaha. Perbedaan dengan penelitian terdahulu terletak pada obyeknya, metode penelitian, metode analisis, variabel dan indikatornya. Pada penelitian ini memfokuskan tentang pengambilan keputusan berwirausaha sebagai *reseller frozen food* di masa pandemi. Tujuan penelitian antara lain: (1) Untuk mengetahui faktor internal dalam keputusan berwirausaha menjadi *reseller frozen food*, dan (2) Untuk mengetahui faktor internal dalam keputusan berwirausaha menjadi *reseller frozen food*.

Reseller Business Model

Model bisnis merupakan konsep fundamental tentang bagaimana sebuah bisnis akan dikelola, baik secara internal maupun eksternal (Kurniawan, 2020). Menurut Adieb, Maulana (2021) model bisnis merupakan suatu model dimana perusahaan dapat menghasilkan keuntungan. Menurut Adieb, Maulana (2021), ada beberapa keunggulan model bisnis, yaitu: (1) Mengungguli pesaing, terutama untuk model bisnis yang tampak unik, dan menarik, (2) Menarik perhatian investor, (3) Reguler manajemen keuangan.

Menurut Kurniawan (2020), terdapat berbagai macam model bisnis, antara lain: (1) Model bisnis berbasis produksi, yaitu: perusahaan produksi, distribusi, retail, franchise dan white label; (2) Model bisnis berbasis fisik, yaitu: Brick and Mortar, Ecommerce, Bricks and Clicks, Marketplace, Dropship dan Affiliates; (3) Model bisnis berdasarkan aliran pendapatan, termasuk: Freemium, Langganan, dan Pendapatan

Tersembunyi; (4) Model bisnis berdasarkan strategi harga, yaitu: Razor Blade, Nickel and Dime; (5) Model bisnis berdasarkan interaksi konsumen, meliputi: Eksposur tinggi, Eksposur rendah, (6) Model bisnis berdasarkan strategi produk, yaitu: Blue Ocean Strategy, Bisnis Sewa, Peer-to-peer, Kewirausahaan Sosial, (7) Lainnya model bisnis, termasuk: pemasaran multi-level, sumber komunitas, agensi.

Reselling adalah aktivitas menjual kembali barang atau jasa yang disediakan oleh pihak lain dengan harga yang lebih tinggi yang ditetapkan oleh pihak penyedia barang atau jasa (Porinto, 2020). *Reseller* merupakan bagian model bisnis ritel dari perspektif divisi model bisnis berbasis manufaktur. Reseller akan membeli produk dengan harga aslinya, kemudian menjual kembali kepada pelanggan. Selisih harga menjadi keuntungan bagi reseller karena dia sendiri yang menentukan berapa harga produk yang seharusnya. Jadi dapat disimpulkan bahwa reseller adalah model bisnis dimana penjual tidak perlu memiliki stok saat berhadapan dengan pelanggan. Namun, reseller harus bekerja sama dengan pemilik toko ketika ada pesanan. Dengan cara ini, mereka mendapatkan diskon untuk bekerja sama.

Keuntungan menjadi *reseller* adalah: (1). Adanya kelebihan harga, atau margin keuntungan, berlaku untuk produk atau jasa pemasok yang dijual kembali kepada pihak lain. (2). Terdapat diskon dari pemasok untuk setiap transaksi yang dilakukan, (3). Jika sistem konsinyasi, maka akan dapat keuntungan besar tanpa modal (4). Tidak perlu menimbun barang, (5). Tidak ada biaya dan proses untuk menghasilkan barang atau jasa, (6). Tidak mengerluarkan biaya tersendiri untuk pemeliharaan properti, dan (7). Mendapatkan selisih antara harga beli ke pemasok dengan harga yang dijual ke pelanggan (Ponto, 2018). Sedangkan kerugiannya antara lain (Ponto, 2018): (1) Kualitas produk tidak dapat dipertahankan (tergantung pemasok/vendor), (2) Harga beli produk pemasok dapat berubah setiap saat, (3) ketidakmampuan untuk mengelola dan mengelola inventaris atau ketersediaan, dan kami umumnya menjual dengan harga lebih tinggi

daripada pesaing kami (kecuali kami dapat memperoleh diskon besar untuk produk atau layanan pemasok).

Peluang Usaha *Frozen Food*

Di era sekarang ini, makanan beku semakin banyak diminati masyarakat, dengan pertimbangan rasanya yang enak, praktis, ekonomis dan sangat mudah disajikan. *Frozen food* merupakan jenis makanan cepat saji yang tidak kedaluwarsa jika disimpan dalam keadaan beku dan didinginkan (Idcloudhost, 2020). Sedangkan menurut Basoyen (2020), makanan beku adalah makanan setengah jadi dengan cara dikemas dan dibekukan untuk diproses dengan cara direbus, digoreng, atau dikukus. Minifroz (2019) menyatakan bahwa makanan beku adalah makanan beku yang penyajiannya hanya pemanasan atau penggorengan, makanan beku yang siap disajikan.

Reseller frozen food pastinya akan memberikan sebuah keuntungan. Keuntungan tersebut bisa didapatkan ketika menjadi *reseller frozen food*. Berbagai keuntungan tersebut adalah (Basoyen, 2019): (1) Jumlah modal bisa diatur, (2) Konsumen yang beragam, (3) Bisa menjadi bisnis rumahan, dan (4) Bisa ditunjang dengan penjualan online. Menurut Idcloudhost (2020), berikut strategi dalam menjalankan bisnis menjadi *reseller frozen food* : (1) Menentukan produk yang dijual, (2) Berapa modal yang dibutuhkan, (3) Siapakah target pasar dan konsumennya, (4) Ketersediaan peralatan kerja, (5) Menentukan cara *packing*, dan (6) Menentukan cara pemasarannya.

Pengambilan Keputusan

Menurut Sule (dalam Jehan, 2019), pengambilan keputusan adalah proses menentukan solusi dari beberapa pilihan yang ada. Pengambilan keputusan adalah bagian penting dari aktivitas pribadi dan profesional. Pengambilan keputusan selain mengarahkan pencapaian tujuan, setiap pengambilan keputusan juga melibatkan beberapa risiko jika keputusan dibuat secara tidak tepat. Menurut Williams (dalam Irawati, 2017), pengambilan keputusan adalah proses pemilihan solusi suatu

masalah dari sejumlah alternatif yang tersedia. Berdasarkan beberapa definisi di atas, dapat disimpulkan bahwa pengambilan keputusan terdiri dari memilih dan mengidentifikasi alternatif yang dianggap paling menguntungkan di antara beberapa alternatif yang terorganisir. Alternatif yang dipilih adalah keputusan. Kualitas keputusan yang dibuat adalah standar efektivitasnya.

Proses pengambilan keputusan meliputi: (1) menyelidiki keadaan sekitar, (2) mengidentifikasi pilihan, (3) mengevaluasi pilihan, dan (4) implementasi keputusan (Stoner, Freeman, dan Gilbert dalam Jehan, 2019). Menurut William (dalam Irawati, 2017), ada enam langkah dalam proses pengambilan keputusan, antara lain: (1) Menentukan masalah, (2) Menentukan syarat keputusan, (3) Mempertimbangkan syarat keputusan, (4) Menerapkan opsi tindakan alternatif, (5) Evaluasi setiap pilihan, dan (6) Menentukan keputusan terbaik. Sedangkan Siswanto (dalam Irawati, 2017) menyatakan bahwa proses pengambilan keputusan terdiri dari: (1) Menetapkan tujuan tertentu dan mengukur hasil, (2) Mengidentifikasi masalah, (3) Mengembangkan pilihan, (4) Evaluasi pilihan, (5) Pemilihan alternatif, (6) Melaksanakan keputusan yang telah diambil, dan (7) Monitoring dan evaluasi.

Menurut Priyanto (dalam Nagel, 2018), terbentuknya kewirausahaan dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal. Faktor internal meliputi: minat, motivasi, pemberdayaan. Faktor eksternal antara lain: lingkungan keluarga/genetik, dukungan suami/keluarga, modal, lingkungan sosial. Menurut Nagel (2018), faktor intrinsik adalah faktor dalam diri seseorang untuk menjadi wirausaha. Hal-hal yang dipertimbangkan antara lain: (1) Locus of Control (LoC), (2) Need for success, (3) Penerimaan risiko, (4) Kewirausahaan, (5) Perasaan emosi, (6) Kreativitas, (7) Inovasi . Sementara itu, menurut Nagel (2018), faktor eksternal adalah faktor yang membangkitkan minat dan berasal dari luar wirausaha. Hal-hal yang mempengaruhinya adalah: (1) lingkungan keluarga, (2) lingkungan sosial ekonomi.

Menurut Utami (dalam Irawati, 2017), terdapat dua faktor yang mempengaruhi minat berwirausaha, yaitu: (1) faktor internal, meliputi: (a) faktor demografi, terdiri dari: usia dan tingkat pendidikan; (2) Kepribadian, termasuk: ekstroversi, menyenangkan (pemahaman), berani mengambil risiko, kebutuhan untuk berprestasi dan mandiri, penilaian diri sendiri dan terlalu percaya diri; (3) Motivasi pribadi, meliputi: Motivasi kerja, Motivasi kreatif. Sedangkan faktor eksternal meliputi: Lingkungan keluarga dan lingkungan kerja.

Kewirausahaan

As'ad (2002) mendefinisikan wirausahawan sebagai seseorang yang mempunyai kemampuan serta sikap untuk mandiri, kreatif, inovatif, ulet, visioner, dan berani mengambil risiko. Wirausahawan adalah individu yang mendorong sistem perekonomian suatu negara dan ikut memajukan perekonomian masyarakat (Schumpeter dalam Alma, 2005). Jadi dapat disimpulkan bahwa kewirausahaan adalah kemampuan berpikir kreatif dan berperilaku inovatif (untuk menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda), yang berfungsi sebagai dasar, sumber daya, saran dan proses untuk menciptakan nilai tambah barang dan jasa yang dibuat dengan keberanian mengambil risiko.

Minat berwirausaha merupakan suatu keinginan, kegairahan dan kemauan seseorang melalui gagasan, usaha kerja atau kemauan bangkit untuk memenuhi kebutuhan hidup, kepercayaan diri, kreativitas, inovasi dan kemampuan sumber daya dan keterampilan untuk memenuhi kebutuhannya (Fu'adi, 2009: 93). Minat berwirausaha adalah keinginan, minat, dan kemauan individu untuk bekerja keras memenuhi kebutuhan dasarnya tanpa takut akan risiko yang mungkin terjadi (Yuliyarningsih, 2013: 13).

Terdapat beberapa alasan mengapa seseorang tertarik pada aktivitas bisnis, yaitu: (1) Keinginan mempunyai penghasilan tinggi, (2) Keinginan mempunyai karir yang memuaskan, (3) Mandiri/tidak dikendalikan orang lain, (4) Peningkatan reputasi sebagai pemilik usaha,

(5) Menginginkan kebebasan untuk mengimplementasikan ide atau konsep mereka, (6) Ingin bahagia jangka panjang, dan (7) Ingin memberi hadiah yang bermanfaat manusia (Suryana, 2013:2).

Pengembangan Hipotesis

Penelitian Ruswati, Ine (2018) menunjukkan bahwa motivasi, lingkungan, dan harga diri berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha. Sedangkan Kreativitas berpengaruh negatif, dan Risk Taker tidak memiliki pengaruh terhadap minat wirausaha di SMK YPI Darussalam 1 Cerme. Hasil penelitian Bastaman, Aam Bastaman (2015) membuktikan keputusan menjadi wirausahawan wanita dilatarbelakangi sejumlah faktor internal (pribadi), seperti: minat yang didukung oleh keterampilan dan motivasi. Di sisi lain faktor eksternal yang mendukung adalah dukungan keluarga, modal, garis keluarga, dan peluang usaha. Dukungan suami merupakan faktor utama, sedangkan faktor genetik bukan faktor tunggal yang mempengaruhi keputusan menjadi wirausaha.

Penelitian Nagel, Julius (2018) menunjukkan bahwa untuk meningkatkan minat berwirausaha, cara yang efektif adalah dengan meningkatkan faktor internal dan eksternal UKM di Surabaya. Sedangkan untuk meningkatkan keberhasilan usaha, cara yang paling tepat adalah dengan meningkatkan minat berwirausaha pada usaha kecil menengah di Surabaya. Sementara itu, Irawati, Rina (2017) menunjukkan bahwa faktor intrinsik mahasiswa yang berwirausaha didasarkan pada keberanian mengambil risiko, kemampuan pengendalian internal, motivasi untuk memiliki penghasilan sendiri, kebutuhan akan kebebasan dan ide-ide kreatif. Faktor eksternal yang mendorong siswa untuk mandiri adalah: pengaruh panutan, dukungan keluarga dan teman, kesempatan, kepuasan hidup dan pendidikan. Keputusan mahasiswa untuk memiliki usaha mandiri didasarkan pada intuisi, pengalaman, fakta di lapangan, otoritas dan rasionalitas. Demikian pula penelitian Afifah, Zumrotul (2020) menunjukkan bahwa keadaan pikiran, perasaan gembira dan kreativitas secara statistik signifikan, indikator faktor ekstrinsik yang dapat diandalkan

dan valid dapat dibuktikan. Lingkungan rumah, lingkungan masyarakat dan lingkungan sekolah sebagai indikator faktor eksternal telah terbukti benar, signifikan, andal dan valid dengan uji statistik. Sedangkan Faktor Insentif, Faktor Motivasi, dan Faktor Emosi merupakan indikator-indikator kewirausahaan yang signifikan, reliabel, dan valid secara statistik serta dapat dibuktikan kebenarannya.

METODE PENELITIAN

Tabel 1. Variabel penelitian

No	Variabel	Definisi	Item
1	Faktor internal (X1)	Faktor dari dalam diri seseorang untuk melakukan sesuatu pekerjaan.	a. Motivasi b. Kreatifitas c. Locus on Control d. Jiwa <i>entrepreneurship</i> e. Inovasi
2	Faktor eksternal (X2)	Faktor dari luar diri seseorang untuk melakukan sesuatu pekerjaan.	a. Keturunan b. Dukungan keluarga c. Sumber modal d. Lingkungan sosial e. Lingkungan bekerja
3	Keputusan Berwirausaha (Y)	Memilih dan menetapkan satu alternatif yang dianggap paling menguntungkan dari beberapa alternatif yang dimiliki	a. Apakah Anda ingin berpenghasilan tinggi? b. b. Ingin mandiri/tidak ingin dikendalikan orang lain c. Anda ingin meningkatkan reputasi Anda sebagai pemilik bisnis d. Anda ingin mengimplementasikan ide atau konsep yang Anda miliki secara bebas e. Anda menginginkan kehidupan yang panjang dan sejahtera.

Populasi penelitian adalah 50 *reseller frozen food* di Malang. Dengan menggunakan *simple random sampling* menggunakan rumus Slovin, diperoleh sampel sejumlah 44 orang dengan margin of error 5%. Metode analisis data menggunakan: (1) Uji validitas dan uji reliabilitas; (2) Uji asumsi klasik; (3) Uji Regresi dan (4) Uji Hipotesis.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengujian Validitas dan Reliabilitas

Tabel 2. Pengujian validitas

Variabel	Item	r hitung	r tabel	Keterangan
Lingkungan Internal (X1)	X1.1	0,522	0,235	VALID
	X1.2	0,592	0,235	VALID
	X1.3	0,556	0,235	VALID
	X1.4	0,699	0,235	VALID
	X1.5	0,484	0,235	VALID
Lingkungan Eksternal (X2)	X2.1	0,567	0,235	VALID
	X2.2	0,706	0,235	VALID
	X2.3	0,765	0,235	VALID
	X2.4	0,659	0,235	VALID
	X2.5	0,606	0,235	VALID
Keputusan Berwirausaha (Y)	Y1.1	0,647	0,235	VALID
	Y1.2	0,677	0,235	VALID
	Y1.3	0,764	0,235	VALID
	Y1.4	0,599	0,235	VALID
	Y1.5	0,566	0,235	VALID

Sumber: Hasil penelitian diolah, 2022.

Jika *Corrected Item-Total Correlation* > r tabel, maka data dinyatakan valid. Dari ketentuan tersebut diketahui bahwa sehingga item pernyataan yang diberikan para wirausaha *reseller frozen food* dinyatakan valid karena r hitung > r tabel.

Tabel 3. Pengujian reliabilitas

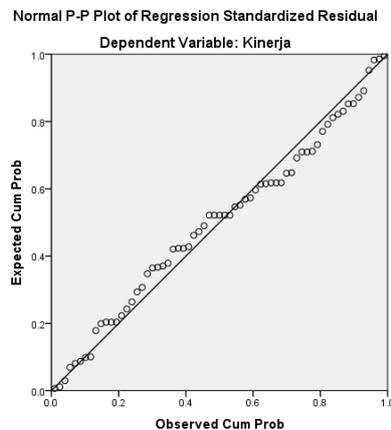
Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Lingkungan internal (X1)	0,786	RELIABEL
Lingkungan eksternal (X2)	0,847	RELIABEL
Keputusan berwirausaha (Y)	0,841	RELIABEL

Sumber: Hasil penelitian diolah, 2022.

Terbukti bahwa seluruh variabel adalah reliabel karena angka *Alpha Cronbach's Alpha* > 0,6.

Hasil Pengujian Asumsi Klasik

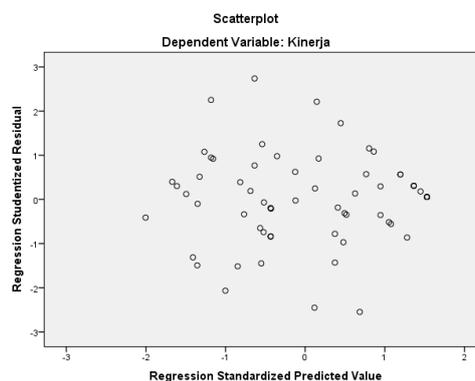
Pengujian Normalitas



Gambar 2. Pengujian normalitas

Terbukti bahwa semua data tersebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal. Hal ini menunjukkan semua data memiliki distribusi normal.

Pengujian Heteroskedastisitas



Gambar 3. Pengujian heteroskedastisitas

Terbukti bahwa seluruh titik membentuk pola tidak jelas di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y. Berarti bahwa persamaan regresi tidak mengalami heteroskedastisitas.

Pengujian Multikolinieritas

Tabel 4. Pengujian multikolinieritas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
Lingkungan Internal	0,205	4,850
Lingkungan Eksternal	0,250	3,984

Sumber: Hasil penelitian diolah, 2022

Hasil di atas menunjukkan data tidak terjadi multikolinieritas karena nilai tolerance > 0,10

Pengujian Regresi Berganda

Tabel 5. Analisis Regresi Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
	B	Std. Error	Beta
(Constant)	1.866	1.697	
Lingkungan Internal	.783	.156	.770
Lingkungan Eksternal	.335	.103	.316

Sumber: Hasil penelitian diolah, 2022.

Persamaan regresi berganda adalah:

$$Y = 1,866 + 0,783 X_1 + 0,335 X_2 + e$$

Koefisien Korelasi

Tabel 6. Analisis Koefisien Korelasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square
1	0,836	0,701	0,684

Sumber: Data diolah, 2022.

Dengan nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,836 maka terdapat hubungan positif antara variabel X dan variabel Y. Koefisien korelasi tersebut menunjukkan hubungan antar variabel sangat kuat karena nilainya di atas 0,75. Dengan nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,700 atau

70%, berarti keputusan berwirausaha (Y) mampu dijelaskan sebesar 70% oleh variabel lingkungan internal (X1) dan variabel lingkungan eksternal (X2), dan sisanya 30% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

Uji Pengaruh Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individu terhadap variabel dependen.

Tabel 7. Uji parsial (Uji t)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	1.866	1.697		1.101	.275
Lingkungan Internal	.783	.156	.770	4.991	.000
Lingkungan eksternal	.335	.103	.316	3.216	.002

Sumber: Data diolah, 2022.

Terbukti bahwa nilai sig. variabel X1 (lingkungan internal) $0,000 < 0,05$ dan nilai t hitung $4,991 > 1,67$. Berarti hipotesis diterima, sehingga variabel lingkungan internal (X1) berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap keputusan berwirausaha (Y). Nilai sig. variabel X2 (lingkungan eksternal) $0,002 < 0,05$ dan nilai t hitung $3,216 > 1,67$, berarti hipotesis diterima, variabel lingkungan eksternal (X2) berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap keputusan berwirausaha. Variabel lingkungan internal memiliki pengaruh terbesar terhadap keputusan berwirausaha menjadi *reseller frozen food* di masa pandemi karena nilai betanya terbesar yaitu 0.783.

Pengaruh Lingkungan Internal Terhadap Keputusan Berwirausaha

Faktor internal pengambilan keputusan *Reseller frozen food* sebagai pilihan berwirausaha adalah: motivasi, kreatifitas, *internal locus of control*, memiliki jiwa *entrepreneur*, dan inovasi. Motivasi para pengusaha memutuskan untuk menjadi *reseller frozen food* adalah karena ingin memiliki pendapatan tambahan, adanya kebebasan waktu bekerja, dan dapat

menambah jaringan relasi. Bagi wirausaha yang menjadi ibu rumah tangga, mereka memiliki motivasi dapat membantu perekonomian keluarga dengan memiliki kemandirian finansial sendiri. Selain itu juga karena adanya peluang bisnis baru di era pandemi Corona, dan bisnis ini mudah untuk dijalankan. Mereka hanya sebagai *intermediary* saja, tanpa harus repot-repot memproduksi barang. Skala usaha bisa berkembang menjadi usaha menengah bahkan besar, tergantung dari modal yang dimiliki. Walau skala usaha masih mikro, bukan berarti produknya tidak terserap di konsumen.

Usaha *reseller frozen food* makin lama makin berkembang, sehingga kompetisi usaha semakin ketat. Maka perlu dipikirkan dengan bersungguh-sungguh terobosan apa yang harus dilakukan agar dapat menarik minat dan keinginan konsumen untuk membeli produknya. Terdapat beberapa strategi yang dapat dipakai berkaitan dengan kreatifitas usaha antara lain: memperbanyak varian produk, memasukkan toko ke dalam *marketplace* (bisa Gofood, Grab Food, Shopee, Shopee Food, Tokopedia, Lazada, dan lain-lain), melakukan promosi yang gencar dan menarik di semua *channel marketplace* dan sosial media, dan sadar teknologi (*technology literate*). Dengan kita mahir dalam penggunaan IT, maka kita tidak perlu menyewa jasa operator atau programmer dalam membantu kelancaran usaha kita. Kita bisa mengerjakan sendiri sehingga biaya produksi dapat ditekan.

Locus of control internal menunjukkan bahwa para wirausaha tidak mudah menyerah, akan berinisiatif tinggi dan mau bekerja keras. Hal ini jelas dibutuhkan sebagai modal utama berwirausaha. Karena mereka menjadi bos untuk dirinya sendiri. Maju tidaknya outlet yang mereka miliki, tergantung dari tinggi rendah *locus of control*nya. Saat ini persaingan bisnis sangatlah ketat. Apalagi jumlah *reseller frozen food* di kota Malang juga cukup banyak. Jika wirausahawan tidak memiliki jiwa pantang menyerah dan ulet, maka dalam waktu singkat dipastikan usahanya akan sepi dan gulung tikar. Semua informan memiliki strategi tersendiri dalam menakhodai usahanya untuk tetap bisa eksis dan selangkah lebih maju dari para pesaingnya.

Seluruh wirausaha menyatakan memiliki jiwa *entrepreneurship*. Jiwa *entrepreneurship* yang mereka miliki ini ada kaitannya dengan pengambilan keputusan menjadi *reseller frozen food* karena melihat peluang yang ada. Dalam berdagang itu sangat dibutuhkan *passion* dan bakat. Ada banyak kriteria yang harus dipenuhi jika kita memutuskan untuk menjadi seorang wirausaha. Karena pekerjaan ini tidaklah mudah. Bagi informan yang menyatakan tidak setuju, berarti mereka memutuskan menjadi *reseller frozen food* semata-mata karena peluang usahanya yang bagus. Inovasi dalam berusaha sangat penting artinya dalam kewirausahaan. Tanpa inovasi maka produk kita akan monoton, tidak dapat memenuhi selera konsumen, dan bisa kalah dalam persaingan bisnis. Di usaha frozen food ini pengusaha harus pintar-pintar membaca peluang produk apa yang sedang dibutuhkan konsumen saat ini. Jika terdapat item produk yang perputaran penjualannya rendah dalam jangka waktu lama, harus berinovasi dengan memilih produk baru yang sedang digemari konsumen saat ini. Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian Bastaman (2018), Nagel (2018), Irawati (2017), Ruswati (2018), Afifah (2019), dan Jehan (2019).

Pengaruh Lingkungan Eksternal terhadap Keputusan Berwirausaha

Faktor eksternal pengambilan keputusan menjadi *reseller frozen food* meliputi : dukungan keluarga, sumber modal, lingkungan keluarga, lingkungan sosial dan lingkungan bekerja. Dukungan terbesar keluarga bagi para *reseller* ini adalah dari pasangan hidup (suami/istri) dan anak. Mayoritas wirausaha tidak memiliki silsilah keturunan keluarga (orang tua, nenek, kerabat) sebagai wirausaha. Mereka menganggap bahwa ada atau tidaknya keluarga besar yang menjadi wirausaha, bukan sebagai *role model* bagi mereka untuk juga berwirausaha. Tetapi ada juga pengusaha yang menyatakan bahwa mereka saat ini terjun ke dunia usaha karena melihat kesuksesan orang tua atau saudara berwirausaha. Hal ini disebut dengan *role model*, yaitu orang yang dijadikan panutan/teladan/ccontoh dalam kehidupannya untuk kemudian diikuti jejaknya agar juga kelak bisa sukses seperti mereka.

Sumber modal utama *reseller* usaha skala mikro - kecil adalah berasal dari tabungan sendiri, tetapi untuk toko yang skala usahanya sudah menengah – besar, mereka melakukan pinjaman kredit ke bank untuk melakukan ekspansi usaha. Untuk sumber dana hutang biasanya diperoleh dari hutang bank, BPR, pinjam ke orang tua, saudara, bahkan teman. Biasanya mereka melakukan pinjaman dengan sistem kredit lunak, yaitu pembayaran dalam jangka waktu lama sedangkan bunga cicilannya kecil. Para pengusaha juga menyatakan jumlah kecukupan modal sangat memadai. Modal yang diperoleh digunakan untuk membeli *freezer*, kulakan produk (untuk *reseller* usaha mikro), sewa tempat, dan lain-lain.

Peran lingkungan keluarga yang juga sebagai wirausaha bukan faktor pendukung mereka juga terjun sebagai pedagang. Lingkungan sosial adalah lingkungan eksternal yang berada di sekitar tempat tinggal kita.. misalnya: wilayah, tetangga, teman dekat. Lingkungan sosial memiliki peran dalam mendukung usaha yang sedang dijalani saat ini, tetapi tidak mendukung terhadap pembentukan karakter dan sikap wirausaha dalam tahap siklus hidup tumbuh kembang mereka. Justru tetangga jarang membeli di outletnya. Penjualan malah banyak berasal dari luar lingkungan rumah. Seperti teman atau konsumen dari *marketplace*. Mereka berkeyakinan faktor utama dalam pembentukan karakter adalah dari didikan dan teladan dari orang tua.

Lingkungan bekerja merupakan suatu keadaan di mana wirausaha melakukan pekerjaan. Hal ini menyangkut ketersediaan fasilitas bekerja baik sarana maupun prasarana. Misalkan : tampilan outlet yang menarik dan tertata rapi, karyawan yang rajin dan kondusif dalam bekerja, komunikasi yang baik antara atasan dan bawahan, kelengkapan varian produk *frozen food* yang dimiliki, sistem penjualan yang dijalankan, dan lain-lain. Dengan adanya lingkungan bekerja yang baik dan mendukung, maka akan menciptakan kinerja karyawan yang baik pula. Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian Bastaman (2018), Nagel (2018), Irawati (2017), Ruswati (2018), Afifah (2019), dan Jehan (2019).

SIMPULAN DAN REKOMENDASI

Simpulan penelitian ini antara lain: (1) *Reseller* merupakan aktivitas menjual kembali barang atau jasa dari pemasok atau saluran pemasaran lain dengan menetapkan harga khusus dan telah mendapatkan margin dari harga asli yang ditetapkan oleh pihak yang menyediakan barang atau jasa. (2) Di masa pandemi ini banyak peluang bisnis yang dapat digeluti, salah satunya menjadi penjual makanan beku; (3) Penelitian ini bertujuan menguji pengaruh parsial lingkungan internal dan eksternal terhadap keputusan pengusaha menjadi pengecer makanan beku selama masa pandemi, (4) Sampel penelitian 44 pengusaha reseller frozen food di Malang dengan teknik simple random sampling dan menggunakan rumus Slovin, (5) Semua item penelitian diuji validitas dan reliabilitasnya serta memenuhi kriteria pengujian hipotesis klasik; (6) Pengujian hipotesis membuktikan secara parsial lingkungan internal dan eksternal mempengaruhi keputusan bisnis sebagai reseller makanan beku; (7) Variabel pengaruh yang dominan adalah faktor internal karena nilai *betanya* terbesar yaitu 0,78.

Adapun rekomendasinya yang bisa diberikan kepada para *reseller* agar usahanya dapat terus bertahan dan berkembang khususnya di masa pandemi ini antara lain: (1) Menentukan jenis produk apa yang akan diperdagangkan, (2) Melakukan penghitungan modal awal yang cermat, rinci dan benar, (3) Menargetkan siapa yang akan menjadi pelanggan, memanfaatkan teknologi agar pemasaran sebuah produk semakin mudah, (4) Mengikuti pelatihan singkat mengenai *digital marketing*, (5) Memasukkan toko ke dalam *platform marketplace*, (6) Selektif dalam memilih pemasok dan memberikan standar barang yang bisa dititipkan di toko mereka, (7) Lebih teliti lagi dalam melakukan *stock opname* sehingga selalu update dengan stok barang, (8) Meningkatkan *service excellent* agar konsumen lama tetap loyal, dan (9) Adanya layanan *Customer Relationship Management*.

DAFTAR PUSTAKA

- Adieb, Maulana (2021), “Hendak Mulai Bisnis? Cari Tahu Berbagai Macam Modelnya Di sini”, <https://glints.com/id/lowongan/business-model/#.YFLYu1UzZ1s>, Diakses tanggal 12 Juni 2021
- Afifah, Zumrotul (2020), “Analisa Faktor Internal dan Faktor Eksternal Terhadap Minat Mahasiswa Dalam Berwirausaha”, e-Jurnal Riset Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unisma, www.fe.unisma.ac.id
- Bastaman, Aan & Riffa Juffiasari (2015), “Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pengambilan Keputusan bagi Wanita Untuk Berwirausaha (Studi Anggota Ikatan Wanita Pengusaha Indonesia DKI Jakarta)”, Universitas Trilogi Jakarta, Prosiding Seminar Nasional 4, UNS SME’s Summit & Awards 2015 : Sinergitas Pengembangan UMKM dalam Era Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA)
- Basoyen (2020), “Usaha yang Bagus Saat Ini, Coba Reseller Frozen Food”, <https://www.basoyen.com/usaha-yang-bagus-saat-ini-reseller-frozen-food/>, Diakses tanggal 10 Juni 2021
- Gie (2020), “10 Hal yang Mempengaruhi Pengambilan Keputusan dalam Membangun Bisnis”, <https://accurate.id/marketing-manajemen/pengambilan-keputusan-dalam-membangun-bisnis/> , diakses tanggal 10 Juni 2021
- Idcloudhost.com (2020), “Peluang Bisnis Frozen Food : Tips, Trik dan Cara Berjualan”, <https://idcloudhost.com/peluang-bisnis-frozen-food-tips-triks-dan-cara-berjualan/>, Diakses tanggal 10 Juni 2021
- Irawati, Rina (2017), “Pengambilan Keputusan Usaha Mandiri Mahasiswa Ditinjau dari Faktor Internal dan Eksternal”, Jurnal JIBEKA Vol 11, no 1, Agustus 2017
- Jehan R, Amelia & Moch Farizal Wibowo (2019), “Pengambilan Keputusan Dalam Memulai Usaha bagi Mahasiswa”, Universitas Narotama Surabaya. Penelitian dipublikasikan.
- Kurniawan, Suryadi (2020), “25+ Model Bisnis untuk Membangun Usaha Anda”, <https://www.niagahoster.co.id/blog/model-bisnis/>, Diakses 12 Juni 2021
- Minifroz (2019), “Peluang Usaha Reseller Frozen Food”, <https://minifroz.com/peluang-usaha-reseller-frozen-food/>, Diakses tanggal 10 Juni 2021
- Nagel, P. Julius & Ani Suhartatik (2018), “Faktor Internal dan Eksternal Minat Berwirausaha dan Keberhasilan Usaha pada UMKM di Surabaya”, Jurnal Keuangan dan Perbankan Vol 15, No 1, Desember 2018
- Nugroho, Agus Eko (2020), “Survei Dampak Pandemi COVID 19 terhadap Ekonomi Rumah Tangga Indonesia”, <http://lipi.go.id/siaranpress/survei-dampak-pandemi-covid-19-terhadap-ekonomi-rumah-tangga-indonesia/22123>, Diakses tanggal 11 Juni 2021

- Porinto (2018), “Pengertian dan Cara Kerja Reseller”, <https://blog.porinto.com/cara-kerja-reseller/>, Diakses tanggal 12 Juni 2021
- Rizal, Jawahir Gustav (2020), “Pandemi Covid-19, Apa Saja Dampak pada Sektor Ketenagakerjaan Indonesia?”, <https://www.kompas.com/tren/read/2020/08/11/102500165/pandemi-covid-19-apa-saja-dampak-pada-sektor-ketenagakerjaan-indonesia-?page=all>, Diakses tanggal 11 Juni 2021
- Rizal, Jawahir Gustav (2021), “5 Bisnis Rumahan yang Menjanjikan di Masa Pandemi Covid-19”, <https://www.kompas.com/tren/read/2021/01/31/120400765/5-bisnis-rumahan-yang-menjanjikan-di-masa-pandemi-covid-19?page=all>, Diakses tanggal 11 Juni 2021
- Ruswati, Ine (2018), “Faktor Eksternal dan Faktor Internal Terhadap Minat Berwirausaha pada Siswa SMK Yayasan Pendidikan Islam Darussalam Cerme Gresik”, JRE : Jurnal Riset Entrepreneurship Vol 1, No 2, Agustus 2018