

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Berwirausaha merupakan faktor pendorong tumbuhnya perekonomian suatu negara. Seorang wirausaha berperan dalam menyediakan lapangan kerja bagi para pencari kerja. Dengan terserapnya tenaga kerja oleh kesempatan kerja yang disediakan oleh seorang wirausaha, tingkat pengangguran secara nasional menjadi berkurang. Menurunnya tingkat pengangguran berdampak terhadap naiknya pendapatan dan daya beli masyarakat, serta tumbuhnya wirausahawan dari keseluruhan jumlah penduduk.

Bewirausaha merupakan salah satu cara seseorang untuk bekerja dalam keadaan yang serba mudah dalam hal teknologi di masa kini untuk kehidupan mereka yang akan datang. Dengan berwirausaha tentunya juga mampu membuka lapangan pekerjaan untuk diri sendiri dan orang lain yang membutuhkan sebuah pekerjaan. Selain itu, seorang wirausaha juga merupakan salah satu bagian penting dalam mendukung kemajuan perekonomian di Indonesia karena bidang wirausaha mempunyai kebebasan untuk berinovasi secara bebas dan mandiri dalam menentukan produk yang akan dirintisnya.

Dunia usaha di Indonesia khususnya usaha kecil dan menengah tengah bertumbuh dengan pesat. Menteri Koperasi dan UKM, AAGN Puspayoga (2018) mengatakan bahwa jumlah wirausaha di Indonesia telah tembus 3,1 persen dari total jumlah penduduk yang saat ini sekitar 260 juta jiwa.

Angka tersebut telah melampaui standar internasional. sebanyak 2 persen. Dengan demikian jumlah wirausaha Indonesia diharapkan bisa mencapai 5 persen di tahun 2019, atau sama dengan yang dicapai Malaysia saat ini. Pada tahun sebelumnya (2016), rasio wirausaha di Indonesia baru 1,65 persen, hingga akhir tahun 2017 telah mencapai lebih dari 3,1 persen (data Badan Pusat Statistik).

Munculnya UMKM ini merupakan bentuk dari adanya motivasi dan kemampuan serta pengetahuan terhadap minatnya berwirausaha. Menurut Suhartini (2011:7) minat adalah seperangkat mental yang terdiri dari suatu campuran perasaan, harapan, pendirian, kecenderungan yang mengarahkan individu kepada suatu pilihan tertentu. Minat berwirausaha muncul karena adanya pengetahuan dan informasi mengenai kewirausahaan yang kemudian dilanjutkan untuk berpartisipasi secara langsung dalam rangka mencari pengalaman dan akhirnya timbul keinginan untuk memperhatikan pengalaman yang telah didapatkan tersebut.

Selain menumbuhkan minat tentunya motivasi juga diperlukan untuk menunjang seseorang ingin berwirausaha. Motivasi berwirausaha adalah dorongan kuat dari dalam diri seseorang untuk memulai mengaktualisasi potensi diri dalam berfikir kreatif dan inovatif untuk menciptakan produk baru dan bernilai tambah guna kepentingan bersama (hestanto.web). Jiwa seorang wirausaha akan muncul ketika seseorang berani mengembangkan usaha-usaha dan ide-ide barunya. Menurut Suryana dan Bayu (2010: 98) motivasi merupakan dorongan atau kekuatan yang berada dalam diri manusia. Motivasi berada dalam diri manusia yang tidak terlihat dari luar.

Motivasi berwirausaha pada mahasiswa salah satunya adalah adanya pengetahuan yang didapat dan dimiliki selama masa perkuliahan. Pengetahuan memiliki peran yang sangat penting dalam aspek kehidupan manusia. Secara

umum pengetahuan didefinisikan sebagai segala sesuatu yang diketahui oleh seseorang. Pengetahuan memungkinkan manusia mengembangkan keterampilan yang berguna bagi kehidupannya. Selain pengetahuan kewirausahaan, pengetahuan tentang adanya strategi pemasaran juga menjadi salah satu faktor penting penunjang untuk menjadi seorang wirausaha.

Pemasaran diartikan sebagai suatu kegiatan untuk mengetahui dan memahami yang dibutuhkan dan diinginkan konsumen. Oleh karena itu, disadari benar peranan pemasaran merupakan faktor utama dalam menarik para pelanggan. Pemasaran adalah upaya memenuhi kebutuhan konsumen melalui penciptaan produk dan atau jasa yang kemudian dinikmati atau dibeli oleh mereka yang membutuhkan melalui suatu proses tukar-menukar (dalam Ernani, 2018). Pengetahuan kewirausahaan dan strategi pemasaran yang didapat dibangku perkuliahan merupakan salah satu faktor motivasi penunjang seseorang untuk minat berwirausaha. Dengan adanya pendidikan didapat, seorang wirausaha mampu dan mengerti tentang teori yang seharusnya mereka ambil jika akan menjadi seorang wirausaha.

Dari uraian dan fenomena yang terjadi, maka dari itu penulis tertarik untuk mengadakan penelitian tentang **“Pengaruh Kewirausahaan dan Strategi Pemasaran Melalui Motivasi Terhadap Minat Berwirausaha”** Mahasiswa STIE Mahardhika Surabaya.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang dikemukakan penulis diatas maka penulis merumuskan masalah penelitian sebagai berikut :

1. Apakah kewirausahaan berpengaruh terhadap motivasi mahasiswa STIE Mahardhika Surabaya?

2. Apakah strategi pemasaran berpengaruh terhadap motivasi pada mahasiswa STIE Mahardhika Surabaya?
3. Apakah kewirausahaan berpengaruh terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa STIE Mahardhika Surabaya?
4. Apakah strategi pemasaran berpengaruh terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa STIE Mahardhika Surabaya?
5. Apakah motivasi berpengaruh terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa STIE Mahardhika Surabaya?
6. Apakah kewirausahaan melalui motivasi berpengaruh terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa STIE Mahardhika Surabaya.
7. Apakah strategi pemasaran melalui motivasi berpengaruh terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa STIE Mahardhika Surabaya.

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk menguji apakah kewirausahaan berpengaruh terhadap motivasi mahasiswa STIE Mahardhika Surabaya.
2. Untuk menguji apakah strategi pemasaran berpengaruh terhadap motivasi pada mahasiswa STIE Mahardhika Surabaya.
3. Untuk menguji apakah kewirausahaan berpengaruh terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa STIE Mahardhika Surabaya.
4. Untuk menguji apakah strategi pemasaran berpengaruh terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa STIE Mahardhika Surabaya.
5. Untuk menguji apakah motivasi berpengaruh terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa STIE Mahardhika Surabaya.
6. Untuk menguji apakah kewirausahaan melalui motivasi berpengaruh terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa STIE Mahardhika Surabaya.

7. Untuk menguji apakah strategi pemasaran melalui motivasi berpengaruh terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa STIE Mahardhika Surabaya.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Secara Akademis

- a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi dunia pendidikan khususnya di perguruan tinggi dalam memberikan serta menyampaikan suatu ilmu pengetahuan dan pemberian motivasi pada mahasiswa.
- b. Hasil penelitian ini juga diharapkan bermanfaat bagi peneliti selanjutnya sebagai referensi untuk melakukan penelitian yang berhubungan dengan minat berwirausaha.

2. Secara Praktisi

- a. Hasil penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi STIE Mahardhika Surabaya untuk meningkatkan mutu pendidikan dalam pemberian ilmu pengetahuan pada mahasiswa serta pemberian motivasi lebih agar dapat meningkatkan minat mahasiswa untuk berwirausaha.
- b. Hasil penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan motivasi tersendiri serta menerapkan teori bagi penulis yang pernah didapat selama penelitian ini dilakukan.