

PENGARUH KEWIRAUSAHAAN DAN STRATEGI PEMASARAN MELALUI MOTIVASI TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA MAHASISWA STIE MAHARDHIKA SURABAYA

Elisa Dewi Agustina

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Mahardhika Surabaya

E-mail : elisadeagst97@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kewirausahaan terhadap motivasi, menganalisis pengaruh strategi pemasaran terhadap motivasi, menganalisis pengaruh kewirausahaan terhadap minat berwirausaha, menganalisis pengaruh strategi pemasaran terhadap minat berwirausaha, menganalisis pengaruh motivasi terhadap minat berwirausaha, menganalisis pengaruh kewirausahaan dan strategi pemasaran melalui motivasi terhadap minat berwirausaha mahasiswa STIE Mahardhika Surabaya. Sampel ini berjumlah 64 responden. Penelitian ini menggunakan metode Kuantitatif. Pengumpulan Data dilakukan melalui penyebaran kuesioner dan dihitung menggunakan analisis jalur, uji validitas, uji reliabilitas. Alat uji yang digunakan untuk mengolah data menggunakan software SPSS versi 21. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa nilai pengaruh langsung sebesar 0,206 dan pengaruh tidak langsung sebesar 0,447 yang berarti bahwa nilai pengaruh tidak langsung lebih besar dibandingkan dengan nilai pengaruh langsung, hasil ini menunjukkan bahwa secara tidak langsung kewirausahaan melalui motivasi mempunyai pengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa. Dan berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa nilai pengaruh langsung sebesar 0,158 dan pengaruh tidak langsung sebesar 0,278 yang berarti bahwa nilai pengaruh tidak langsung lebih besar dibandingkan dengan nilai pengaruh langsung, hasil ini menunjukkan bahwa secara tidak langsung strategi pemasaran melalui motivasi mempunyai pengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha.

Kata kunci : Kewirausahaan, Strategi Pemasaran, Motivasi, Dan Minat Berwirausaha Mahasiswa

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of entrepreneurship on motivation, analyze the effect of marketing strategies on motivation, analyze the effect of entrepreneurship on entrepreneurial interest, analyze the effect of marketing strategies on entrepreneurial interest, analyze the effect of motivation on entrepreneurial interest, analyze the effect of entrepreneurship and marketing strategies through motivation on entrepreneurial interest student of STIE Mahardhika Surabaya. This sample is 64 respondents. This research uses quantitative methods. Data collection is done through the distribution of questionnaires and calculated using path analysis, validity test, reliability test. Test equipment used to process data using SPSS software version 21. Based on the results of the study note that the value of the direct effect of 0.206 and the indirect effect of 0.447 which means that the value of the indirect effect is greater than the value of the direct influence, these results indicate that indirectly direct entrepreneurship through motivation has a significant influence on student interest in entrepreneurship. And based on the results of the study note that the value of the direct effect of 0.158 and the indirect effect of 0.278 which means that the value of the indirect effect is greater than the value of the direct influence, these results indicate that indirectly the marketing strategy through motivation has a significant influence on entrepreneurial interest.

Keywords : Motivation, Entrepreneurial, Marketing Strategies, Entrepreneurial Interest

PENDAHULUAN

Latar Belakang Masalah

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.

Munculnya UMKM ini merupakan bentuk dari adanya motivasi dan kemampuan serta pengetahuan terhadap minatnya berwirausaha. Menurut Slameto (2010:180) Minat adalah suatu rasa lebih suka dan rasa keterkaitan pada suatu hal atau aktivitas, tanpa ada yang harus menyuruh.

Jiwa seorang wirausaha akan muncul ketika seseorang berani mengembangkan usaha-usaha dan ide-ide barunya. Menurut Uno (2008: 3) motivasi adalah proses psikologis yang dapat menjelaskan perilaku seseorang, motivasi juga merupakan kekuatan yang mendorong seseorang melakukan sesuatu untuk mencapai tujuan.

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.

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.

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.

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.

TINJAUAN PUSTAKA

Kewirausahaan

Menurut Djaali (2012: 77) pengetahuan (*knowledge*) adalah kemampuan untuk menghafal, mengingat, memahami atau mengulangi informasi yang pernah diberikan. Kewirausahaan adalah usaha untuk menciptakan nilai melalui pengenalan kesempatan bisnis, manajemen pengambilan resiko yang tepat, dan melalui keterampilan komunikasi dan manajemen untuk memobilisasi manusia, uang, dan bahan-bahan baku atau sumber daya lain yang diperlukan untuk menghasilkan proyek supaya terlaksana dengan baik. (Leonardus Saiman 2014: 41).

Rusdiana (2014) mengemukakan bahwa kewirausahaan merupakan kemauan dan kemampuan seseorang dalam menghadapi berbagai resiko dengan mengambil inisiatif untuk menciptakan dan melakukan hal-hal baru melalui pemanfaatan kombinasi berbagai sumber daya dengan tujuan untuk memberikan pelayanan yang terbaik kepada seluruh pemangku kepentingan dan memperoleh keuntungan sebagai konsenkuensinya.

Pendidikan kewirausahaan merupakan proses secara sistematis dan berkelanjutan baik formal maupun informal dalam rangka membentuk manusia wira usaha. Pendidikan kewirausahaan ini tidak hanya bertujuan mengubah jiwa atau sikap agar memenuhi kriteria manusia wirausaha, tetapi juga bertujuan untuk dapat meningkatkan keterampilan dan keahlian tertentu sehingga dapat mendukung seseorang atau suatu masyarakat dalam berwirausaha menurut Marie (2013)

Strategi Pemasaran

Pemasaran diartikan sebagai suatu kegiatan yang untuk mengetahui dan memahami yang dibutuhkan dan diinginkan konsumen. Oleh karena itu, disadari benar peranan pemasaran merupakan faktor utama dalam menarik para pelanggan. Menurut Wikipedia, pemasaran adalah proses penyusunan komunikasi terpadu yang bertujuan untuk memberikan informasi mengenai barang atau jasa dalam kaitannya dengan memuaskan kebutuhan dan keinginan manusia.

Strategi pemasaran (Hermawan, 2012:33) merupakan hal yang sangat penting bagi perusahaan di mana strategi pemasaran merupakan suatu cara mencapai tujuan dari sebuah perusahaan. Hal ini juga didukung oleh pendapat Swastha, "Strategi adalah serangkaian rancangan besar yang menggambarkan bagaimana sebuah perusahaan harus beroperasi untuk mencapai tujuannya".

Pemasaran sebagai sebuah konsep yang adaptif di masa depan akan berlandaskan pada filosofi sebagai berikut (Kartajaya,2010:11) :

- a. Pemasaran harus menjadi suatu konsep bisnis strategis yang bias memberikan kepuasan berkelanjutan – bukan kepuasan sesaat – untuk tiga stakeholder utama di setiap perusahaan yaitu pelanggan, karyawan, dan pemilik perusahaan.
- b. Pemasaran akan menjadi jiwa – bukan sekedar salah satu anggota tubuh suatu perusahaan. Oleh karena itu setiap orang di dalam perusahaan akan menjadi pemasar. Artinya pemasaran tidak lagi hanya monopoli departemen pemasaran tapi menjadi landasan setiap karyawan dalam mengambil keputusan.

Terdapat tiga nilai utama yang dianut perusahaan seperti ini yaitu :

1. Merek lebih berharga daripada produk bagi pelanggan, karena pada hakikatnya pelagan membeli sebuah merek, bukan produk.
2. Apapun bisnis yang dijalankan, pemilik perusahaan harus menganggapnya sebagai bisnis jasa.
3. Setiap orang di dalam perusahaan harus merasa terlibat di dalam proses pemuasan pelanggan, baik secara langsung atau tidak, dan bukan hanya sebagai pelaksana dari suatu fungsi tertentu.

Motivasi

Secara umum motivasi adalah suatu proses yang mendorong atau mempengaruhi seseorang untuk mendapatkan atau mencapai apa yang diinginkannya baik itu secara positif maupun negatif. Motivasi akan memberikan perubahan pada seseorang yang muncul akibat dari perasaan, jiwa dan emosi sehingga mendorong untuk melakukan tindakan sesuatu yang disebabkan karena kebutuhan, keinginan dan tujuan tersebut. Motivasi menjadi suatu kekuatan, tenaga atau daya, atau suatu keadaan yang kompleks dan kesiapsediaan dalam diri individu untuk bergerak ke arah tujuan tertentu, baik disadari maupun tidak disadari (Makmun, 66:2003).

Banyak faktor yang mendukung motivasi seseorang atau mahasiswa untuk berwirausaha. Budiati, dkk. (2012:97) menyatakan bahwa beberapa motivasi mahasiswa berwirausaha didorong oleh ambisi kemandirian berupa keinginan membuka usaha sendiri dan suka akan kebebasan dalam beraktivitas.

Adapun faktor yang mempengaruhi motivasi berwirausaha menurut Tuskeroh (2013) adalah sebagai berikut:

1. Rasa percaya diri
2. Inovatif
3. Memiliki jiwa kepemimpinan
4. Efektif dan efisien
5. Berorientasi masa depan

Minat Berwirausaha

Djaali (2012: 121) menyatakan bahwa “minat adalah rasa lebih suka dan keterikatan pada suatu hal atau aktivitas, tanpa ada yang menyuruh”. Adanya suatu minat maka seseorang terdorong untuk melakukan suatu tindakan atau aktivitas sesuai dengan apa yang dikehendakinya.

Fu’adi (2009) mengungkapkan bahwa minat berwirausaha adalah kesediaan untuk bekerja keras dan tekun untuk mencapai kemajuan usahanya, kesediaan untuk menanggung macam-macam resiko berkaitan dengan tindakan berusaha yang dilakukannya, bersedia menempuh jalur dan cara baru, kesediaan untuk hidup hemat, kesediaan dari belajar yang dialaminya. Jadi yang dimaksud minat berwirausaha adalah keinginan, ketertarikan, serta kesediaan untuk bekerja keras atau berkemauan keras untuk berdikari atau berusaha untuk memenuhi kebutuhan hidupnya tanpa merasa takut dengan resiko yang akan terjadi, serta berkemauan keras untuk belajar dari kegagalan.

Ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi seseorang untuk menjadi wirausaha. Menurut Hendro (2011: 61-62) faktor yang mempengaruhi minat berwirausaha adalah :

- (1.) Faktor individual,
- (2) Tingkat pendidikan,
- (3) Kepribadian,
- (4) Prestasi pendidikan,
- (5) Dorongan Keluarga
- (6) Lingkungan pergaulan.

Hipotesis

1. Kewirausahaan berpengaruh terhadap motivasi pada mahasiswa STIE Mahardhika Surabaya.
2. Strategi pemasaran berpengaruh terhadap motivasi pada mahasiswa STIE Mahardhika Surabaya.
3. Kewirausahaan berpengaruh terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa STIE Mahardhika Surabaya.
4. Strategi pemasaran berpengaruh terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa STIE Mahardhika Surabaya.
5. Motivasi berpengaruh terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa STIE Mahardhika Surabaya.
6. Kewirausahaan melalui motivasi berpengaruh terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa STIE Mahardhika Surabaya.
7. Strategi pemasaran melalui motivasi berpengaruh terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa STIE Mahardhika Surabaya.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian skripsi ini yaitu penelitian kuantitatif. Populasi penelitian ini adalah Mahasiswa STIE Mahardhika Surabaya semester 5 dari jurusan manajemen reguler malam yang berjumlah 177 orang. Peneliti menggunakan rumus *Slovin* untuk menentukan jumlah sampel yang digunakan dari keseluruhan populasi. Dalam penelitian ini terdapat variabel *independent*, *dependent* dan *intervening*. Penelitian ini akan menjelaskan pengaruh kewirausahaan dan strategi pemasaran melalui motivasi terhadap minat berwirausaha. Pengumpulan Data dilakukan melalui penyembaran kuisisioner dan analisis jalur, uji validitas, uji reliabilitas. Alat uji yang digunakan untuk mengolah data menggunakan software SPSS versi 21 *for windows*.

HASIL PENELITIAN

Uji Instrumen

1. Uji Validitas

Menurut Suharsimi Arikunto (2010: 211) "Validitas adalah suatu ukuran untuk menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau keshahihan suatu instrumen. Suatu instrumen yang valid mempunyai validitas tinggi. Sebaliknya, instrumen yang kurang valid memiliki validitas rendah". Metode yang digunakan untuk menguji validitas adalah melakukan korelasi antar skor butir pertanyaan dengan total skor konstruk atau variabel.

Tabel 1 Uji Validitas

Kewirausahaan (X₁)				
No	Indikator	Corrected Item-Total Correlation	r tabel	Ket
1	X1.1	,660	0,244	Valid
2	X1.2	,723	0,244	Valid
3	X1.3	,847	0,244	Valid
4	X1.4	,715	0,244	Valid
5	X1.5	,705	0,244	Valid
Strategi Pemasaran (X₂)				
No	Indikator	Corrected Item-Total Correlation	r tabel	Ket
1	X2.1	,732	0,244	Valid
2	X2.2	,703	0,244	Valid
3	X2.3	,715	0,244	Valid
4	X2.4	,691	0,244	Valid
5	X2.5	,733	0,244	Valid

Minat Berwirausaha (Y)				
No	Indikator	Corrected Item-Total Correlation	r tabel	Ket
1	Y.1	,776	0,244	Valid
2	Y.2	,662	0,244	Valid
3	Y.3	,733	0,244	Valid
4	Y.4	,852	0,244	Valid
5	Y.5	,716	0,244	Valid
6	Y.6	,753	0,244	Valid
7	Y.7	,558	0,244	Valid
Motivasi (Z)				
No	Indikator	Corrected Item-Total Correlation	r tabel	Ket
1	Z1.1	,702	0,244	Valid
2	Z1.2	,765	0,244	Valid
3	Z1.3	,671	0,244	Valid
4	Z1.4	,782	0,244	Valid
5	Z1.5	,718	0,244	Valid
6	Z1.6	,656	0,244	Valid

Sumber : Data diolah, 2020

2. Uji Reliabilitas

Menurut Nunnally seperti dikutip Duwi Priyatno (2013:30), alat ukur dikatakan reliabel jika nilai reliabilitas > 0,600, di mana 0,600 adalah standarisasi nilai realibilitas menurut pernyataan dari *Nunnally*.

Tabel 2 Uji Reabilitas

No	Indikator	Cronbach's Alpha if Item Deleted	Ket
1	Kewirausahaan (X ₁)	0,933	Reliable
2	Strategi Pemasaran (X ₂)	0,935	Reliable
3	Motivasi (Z)	0,937	Reliable
4	Minat Berwirausaha (Y)	0,939	Reliable

Sumber : Data diolah, 2020

Uji Asumsi Klasik

1. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya variabel independen yang memiliki kesamaan dengan variabel independen lainnya. Untuk mengetahui apakah terjadi problem multikolinearitas dilakukan dengan mengamati besarnya nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) jika besarnya nilai VIF lebih kecil dari 10 , ini memberi indikasi tidak ada problem multikolinearitas.

Tabel 3 Uji Validitas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
	(Constant)	3,972	1,906				
Kewirausahaan (X ₁)	,274	,189	,206	1,451	,152	,175	5,720
Pengaturan Strategi Pemasaran (X ₂)	,155	,164	,120	,945	,348	,218	4,579
Motivasi (Z)	,689	,098	,628	7,028	,000	,442	2,261

Sumber : Data diolah, 2020

2. Uji Normalitas

Uji normalitas data bertujuan untuk mengetahui apakah variabel bebas dan variabel terikat berdistribusi normal atau tidak normal. Jika ingin mengetahui normal atau tidaknya sebuah distribusi maka bisa digunakan grafik histogram. Selain itu normalitas suatu data dapat juga diuji dengan uji Kolmogorof-Smirnov. Dari tabel One-Sample Kolmogorof-Smirnov Test diperoleh angka probility probilitas atau Asymp. Sig (2-tailed). Nilai ini dibandingkan dengan 0,05, jika nilai probilitas yang diperoleh lebih besar dari 0,5 maka data tersebut berdistribusi normal.

Tabel 4 Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

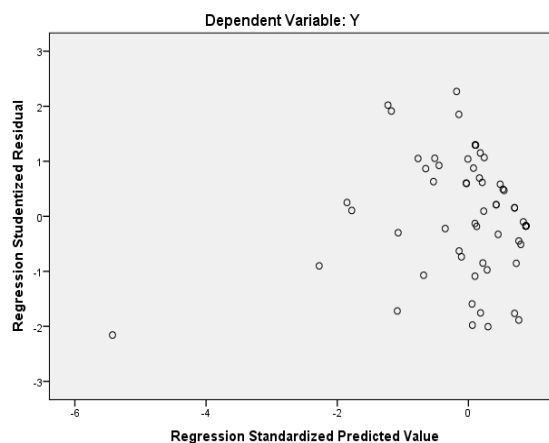
		Unstandardized Residual
N		64
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.06446216
Most Extreme Differences	Absolute	.100
	Positive	.072
	Negative	-.100
Kolmogorov-Smirnov Z		.797
Asymp. Sig. (2-tailed)		.549

Sumber : Data diolah, 2020

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homokedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homokedastisitas atau tidak terjadi Heteroskedastisitas (Ghozali, 2013: 139).

Tabel 5 Uji Heteroskedastisitas
Scatterplot

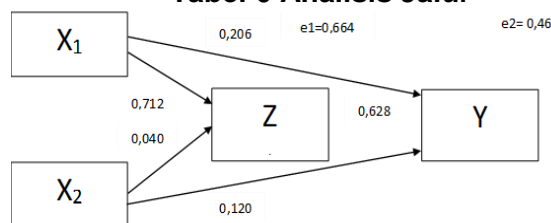


Sumber : Data diolah, 2020

Analisis Jalur

Ghozali (2013:249) Analisis Jalur merupakan perluasan jalur dari analisis linier berganda, atau analisis jalur adalah penggunaan analisis regresi untuk menafsir hubungan kausalitas antar variabel yang telah ditetapkan sebelumnya berdasarkan teori.

Tabel 6 Analisis Jalur



Penjelasan :

1. Pengaruh X_1 melalui Z terhadap Y : diketahui pengaruh langsung yang diberikan X_1 terhadap Y sebesar 0,206. Sedangkan pengaruh tidak langsung X_1 melalui Z terhadap Y adalah perkalian antara nilai beta X_1 terhadap Z dengan nilai beta Z terhadap Y yaitu : $0,712 \times 0,628 = 0,447$. Maka pengaruh total yang diberikan X_1 terhadap Y adalah pengaruh langsung ditambah dengan pengaruh tidak langsung yaitu : $0,206 + 0,447 = 0,653$. Berdasarkan hasil perhitungan di atas diketahui bahwa nilai pengaruh langsung sebesar 0,206 dan pengaruh tidak langsung sebesar 0,447 yang berarti bahwa nilai pengaruh tidak langsung lebih besar dibandingkan dengan nilai pengaruh langsung, sehingga secara tidak langsung X_1 melalui Z mempunyai pengaruh signifikan terhadap Y. Ini membuktikan bahwa adanya pengetahuan akan kewirausahaan dapat memberikan motivasi terhadap minat mahasiswa untuk berwirausaha.
2. Pengaruh X_2 melalui Z terhadap Y : diketahui pengaruh langsung yang diberikan X_2 terhadap Y sebesar 0,120. Sedangkan pengaruh tidak langsung X_2 melalui Z terhadap Y adalah perkalian antara nilai beta X_2 terhadap Z dengan nilai beta Z terhadap Y yaitu : $0,040 \times 0,628 = 0,025$. Maka pengaruh total yang diberikan X_2 terhadap Y adalah pengaruh langsung ditambah dengan pengaruh tidak langsung yaitu : $0,120 + 0,025 = 0,145$. Berdasarkan hasil perhitungan di atas diketahui bahwa nilai pengaruh langsung sebesar 0,120 dan pengaruh tidak langsung sebesar 0,025 yang berarti bahwa nilai pengaruh tidak langsung lebih kecil dibandingkan dengan nilai pengaruh langsung, sehingga secara tidak langsung X_2 melalui Z mempunyai pengaruh signifikan terhadap Y. Ini membuktikan bahwa mahasiswa membutuhkan adanya pengetahuan akan strategi pemasaran agar menjadikan motivasi untuk minat berwirausaha.

PEMBAHASAN

Dari analisis yang telah dilakukan diperoleh hasil pengujian secara statistik yang menunjukkan bahwa variabel kewirausahaan dan strategi pemasaran melalui motivasi terhadap minat berwirausaha mahasiswa STIE Mahardhika Surabaya sebagai berikut :

Pengaruh variabel Kewirausahaan (X_1) terhadap Motivasi (Z)

Sesuai hasil penelitian, pendidikan kewirausahaan berpengaruh terhadap motivasi berwirausaha mahasiswa STIE Mahardhika Surabaya dikarenakan mahasiswa merasa tertarik dan merasakan banyak pengalaman yang didapat selama masa PKM yang telah dilaksanakan. Melalui PKM mahasiswa berlatih berwirausaha. Mereka dapat saling bekerja sama dalam menjualkan produk mereka sendiri. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Pengaruh pendidikan kewirausahaan terhadap motivasi berwirausaha dapat dikatakan masih rendah hal ini dapat disebabkan beberapa faktor diantaranya metode pembelajaran yang digunakan kurang bervariasi sehingga kurang memotivasi mahasiswa untuk mengeksplor kreatifitas mereka, dan kurangnya fasilitas yang mendukung dalam berwirausaha.

Pengaruh variabel Strategi pemasaran (X_2) terhadap Motivasi (Y)

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Strategi pemasaran yang didapat mahasiswa selama masa perkuliahan tidak memberikan dampak positif terhadap motivasi mahasiswa untuk berwirausaha. Selain itu para mahasiswa ini juga telah memiliki pekerjaan lain atau bisa dikatakan sebagai seorang wiraswasta. Namun adanya pendidikan dan pengetahuan yang diberikan di dalam masa perkuliahan harusnya menjadikan mahasiswa termotivasi untuk menjadi seorang wirausaha. Maka dari itu pengetahuan yang diberikan selama masa perkuliahan sangatlah penting untuk mahasiswa karena dapat memberikan motivasi terhadap agar bisa menjadi seorang wirausaha yang benar dan baik dalam melihat peluang strategi pasar yang ada.

Pengaruh variabel Kewirausahaan (X_1) terhadap Minat Berwirausaha (Y)

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Kewirausahaan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa STIE Mahardhika Surabaya. Karena pada kenyataannya yang terjadi sebenarnya saat ini, kewirausahaan yang didapat mahasiswa STIE Mahardhika selama masa perkuliahan tidak memberikan dampak positif dalam menumbuhkan minat berwirausaha. Kriteria keberhasilan pendidikan kewirausahaan, adalah memiliki kemandirian yang tinggi, memiliki kreatifitas yang tinggi, berani mengambil resiko, berorientasi pada tindakan, memiliki karakter kepemimpinan yang tinggi, memiliki keterampilan/*skill* berwirausaha, memahami konsep-konsep kewirausahaan dan memiliki karakter pekerja keras. Maka dari itu mungkin adanya pengaruh dari faktor lain bisa menumbuhkan minat berwirausaha pada mahasiswa.

Pengaruh variabel Strategi pemasaran (X_2) terhadap Minat Berwirausaha (Y)

Hasil penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa Strategi Pemasaran tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Berwirausaha pada Mahasiswa STIE Mahardhika Surabaya. Pengetahuan strategi pemasaran yang didapatkan mahasiswa STIE Mahardhika selama perkuliahan tidak menjadikan mahasiswa berminat untuk berwirausaha. Hal ini dikarenakan adanya faktor lain yang lebih relevan yang bisa menjadikan mahasiswa berminat untuk berwirausaha.

Pengaruh variabel Motivasi (Z) terhadap Minat Berwirausaha (Y)

Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa Motivasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa STIE Mahardhika Surabaya. Motivasi berwirausaha dijadikan sebagai kekuatan untuk menggerakkan seseorang dalam berperilaku, berfikir dan merasakan kegiatan yang ia lakukan. Keinginan seseorang menjadi wirausaha yang sukses mendorong seseorang untuk mewujudkan impiannya sehingga minat berwirausaha seseorang meningkat. Dengan demikian, semakin tinggi motivasi berwirausaha maka akan semakin tinggi pula minat berwirausaha seseorang. Sebaliknya apabila motivasi berwirausaha seseorang rendah maka minat berwirausaha seseorang juga akan semakin rendah.

Sistem pengajaran serta pemberian motivasi yang dari dosen kepada mahasiswa sangat berpengaruh untuk mahasiswa agar minat berwirausaha. Sejauh ini dorongan yang diberikan oleh para dosen sangatlah membantu mahasiswa untuk dapat memotivasi mahasiswa menjadi berminat berwirausaha.

Pengaruh variabel Kewirausahaan (X_1) melalui Motivasi (Z) terhadap Minat Berwirausaha (Y)

Berdasarkan dari hasil perhitungan analisis jalur Pengaruh variabel Kewirausahaan melalui Motivasi terhadap Minat Berwirausaha yang menunjukkan bahwa nilai pengaruh langsung sebesar 0,206 dan pengaruh tidak langsung sebesar 0,447 yang berarti bahwa nilai pengaruh tidak langsung lebih besar dibandingkan dengan nilai pengaruh langsung, hasil ini menunjukkan bahwa secara tidak langsung Kewirausahaan melalui Motivasi mempunyai pengaruh signifikan terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa.

Dari hasil penelitian yang dilakukan ini menunjukkan bahwa pengaruh dari kewirausahaan yang diberikan selama masa perkuliahan merupakan faktor motivasi terhadap minat berwirausaha. Ilmu pengetahuan tentang kewirausahaan yang diberikan harus selalu dikemas dan diolah sebaik mungkin sehingga dapat menumbuhkan dan memberikan motivasi terhadap mahasiswa untuk berwirausaha.

Pengaruh variabel Strategi pemasaran (X_2) melalui Motivasi (Z) terhadap Minat Berwirausaha (Y)

Berdasarkan dari hasil perhitungan analisis jalur Pengaruh variabel Strategi pemasaran melalui Motivasi terhadap Minat Berwirausaha yang menunjukkan bahwa nilai pengaruh langsung sebesar 0,158 dan pengaruh tidak langsung sebesar 0,278 yang berarti bahwa nilai pengaruh tidak langsung lebih besar dibandingkan dengan nilai pengaruh langsung, hasil ini menunjukkan bahwa secara tidak langsung Strategi pemasaran melalui Motivasi mempunyai pengaruh signifikan terhadap Minat Berwirausaha.

Dengan adanya mata kuliah manajemen strategi pemasaran diharapkan dapat memberikan motivasi dan ilmu pengetahuan kepada mahasiswa yang berminat untuk menjadi wirausaha. Karena sejatinya, faktor penting dari seorang wirausaha adalah adanya ilmu pengetahuan tentang kewirausahaan dan strategi pemasaran serta adanya motivasi yang menjadikan seseorang tersebut membuka atau mendirikan suatu usaha.

Kesimpulan

1. Hasil penelitian pada analisis jalur atas pengaruh kewirausahaan terhadap motivasi menunjukkan pengaruh yang positif dan signifikan. Hal ini membuktikan bahwa Kewirausahaan mampu meningkatkan Motivasi mahasiswa untuk berwirausaha.
2. Hasil penelitian pada analisis jalur atas pengaruh strategi pemasaran terhadap motivasi menunjukkan tidak terdapat pengaruh positif dan signifikan. Hal ini membuktikan bahwa Strategi Pemasaran tidak mampu meningkatkan Motivasi mahasiswa untuk berwirausaha.
3. Hasil penelitian pada analisis jalur atas pengaruh kewirausahaan terhadap minat berwirausaha menunjukkan tidak terdapat pengaruh positif dan signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa pengetahuan kewirausahaan yang didapatkan mahasiswa selama perkuliahan tidak mampu meningkatkan minat berwirausaha mahasiswa.
4. Hasil penelitian pada analisis jalur atas pengaruh strategi pemasaran terhadap minat berwirausaha menunjukkan tidak terdapat pengaruh positif dan signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa pengetahuan strategi pemasaran yang didapatkan mahasiswa selama perkuliahan tidak mampu meningkatkan minat berwirausaha mahasiswa.
2. Hasil penelitian pada analisis jalur atas pengaruh motivasi terhadap minat berwirausaha menunjukkan pengaruh positif dan signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa motivasi mampu meningkatkan minat berwirausaha mahasiswa.
3. Hasil pengujian analisis jalur atas pengaruh kewirausahaan melalui motivasi terhadap minat berwirausaha mahasiswa menunjukkan pengaruh positif dan signifikan.
4. Hasil pengujian analisis jalur atas pengaruh strategi pemasaran melalui motivasi terhadap minat berwirausaha mahasiswa menunjukkan pengaruh positif dan signifikan.

Saran

1. Penelitian ini diharapkan kepada mahasiswa bahwa memiliki pengetahuan akan kewirausahaan dan strategi pemasaran dapat membantu mereka untuk menumbuhkan minat berwirausaha. Karena dalam era industri saat ini, menjadi *entrepreneur* sangatlah baik dalam membantu perekonomian negara serta dapat membantu membuka lapangan pekerjaan bagi diri sendiri dan orang lain. Adanya pengetahuan yang didapatkan mampu memberikan motivasi terhadap mahasiswa untuk berwirausaha.
2. Penelitian ini tidak lepas dari adanya kesalahan dan keterbatasan. Maka dari itu, bagi akademisi dan penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambahkan variabel pada penelitian karena mengingat masih banyak faktor lainnya yang dapat dijadikan bahan

penelitian. Selain itu menambahkan objek penelitian juga mampu memberikan hasil yang baik karena mampu membandingkan fenomena yang terjadi pada objek lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Abin Syamsuddin Makmun. 2003. Psikologi Pendidikan. Pengaruh Motivasi Dan Mental Berwirausaha Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa. *Jurnal Pengembangan Wiraswasta* Vol. 20 No. 02 – Agustus 2018. <http://dx.doi.org/10.33370/jpw.v20i2.199>
- Arikunto. (2010). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Budiati, Yuli; Yani, Tri Endang; dan Universari, Nuria. 2012. Minat Mahasiswa Menjadi Wirausaha (Studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Semarang) *Jurnal Dinamila Sosbud*, 14(1) : 89 – 101
- Djaali. (2008). *Psikologi Pendidikan*. Pengaruh Motivasi Dan Mental Berwirausaha Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa. *Jurnal Pengembangan Wiraswasta* Vol. 20 No. 02 – Agustus 2018. <http://dx.doi.org/10.33370/jpw.v20i2.199>
- Djaali, H. (2012). Psikologi Pendidikan. Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan, Motivasi Berwirausaha, Dan Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa Akuntansi FE UNY. *Vol 6, No 1 (2018)*. <http://journal.student.uny.ac.id/ojs/ojs/index.php/profita/article/view/13746>
- Duwi, Priyatno. 2013. *Mandiri Belajar Analisis Data Dengan SPSS*. Mediakom.
- Fu'adi, I. F. (2009). *Hubungan minat berwirausaha dengan prestasi praktik kerja industri siswa kelas XII Teknik Otomotif SMK Negri 1 Adiwerna Kabupaten Tegal*. *Jurnal PTM*, Vol. 9, Desember 2009, 92-98. Pengaruh Mata Kuliah Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa. *Vol 1, No 1 (2017)*. <https://doi.org/10.31311/jeco.v1i1.1515>
- Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hendro. 2011. Dasar-dasar Kewirausahaan. Pengaruh Prestasi Dan Lingkungan Terhadap Minat Berwirausaha Siswa Jurusan Pemasaran. *Vol 5 No 3 (2016): Economic Education Analysis Journal*. <https://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/eeaj/article/view/13576>
- Hermawan, Agus. 2012. Komunikasi Pemasaran. Strategi Komunikasi Pemasaran Pada Minat Berwirausaha Produk Lokal (Kerajinan Bambu) Di KWD Kelurahan Pulutan Kecamatan Sidorejo Kota Salatiga. *Vol 2, No 03 (2018)*. <http://jurnal.unpand.ac.id/index.php/eqr/article/view/1206>
- <http://id.wikipedia.org/wiki/Pemasaran>, diakses 15 januari 2020
- Kartajaya, Hermawan. 2010. *Perjalanan Pemikiran: Konsep Pemasaran*. Strategi Komunikasi Pemasaran Pada Minat Berwirausaha Produk Lokal (Kerajinan Bambu) Di KWD Kelurahan Pulutan Kecamatan Sidorejo Kota Salatiga. *Vol 2, No 03 (2018)*. <http://jurnal.unpand.ac.id/index.php/eqr/article/view/1206>
- Marie Naomy, Tando. (2013). *Organisasi dan Manajemen Pelayanan Kesehatan*. Pengaruh Mata Kuliah Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa. *Vol 1, No 1 (2017)*. <https://doi.org/10.31311/jeco.v1i1.1515>
- Rusdiana, A. 2004. *Kewirausahaan Teori dan Praktik*. Pengaruh Sikap Mandiri, Motivasi, Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha (Studi Kasus Pada Mahasiswa FEB UKSW Konsentrasi Kewirausahaan). *Vol 2, No 03 (2017)*. <https://journal.uii.ac.id/ajie/article/view/8971>
- Saiman, Leonardus, (2014). *Kewirausahaan: Teori, Praktik dan Kasus-kasus* Edisi 2. Pengaruh Motivasi Dan Mental Berwirausaha Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa. *Jurnal Pengembangan Wiraswasta* Vol. 20 No. 02 – Agustus 2018. <http://dx.doi.org/10.33370/jpw.v20i2.199>
- Slameto. 2010. Belajar dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhi. Peranan Pendidikan Kewirausahaan dalam Meningkatkan Motivasi Berwirausaha Bagi Mahasiswa. PROSIDING 2017 “Memajukan Kewirausahaan dalam Upaya Membangun Indonesia”. ISBN. 978-602-50181-0-7
- Sofyan, H. & Uno, B.H. (2004). Teori Motivasi dan Aplikasinya. Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan, Motivasi Berwirausaha, Dan Lingkungan Keluarga Terhadap Minat

Berwirausaha Pada Mahasiswa Akuntansi FE UNY. *Vol 6, No 1 (2018)*.
<http://journal.student.uny.ac.id/ojs/ojs/index.php/profita/article/view/13746>

Tuskeroh. 2013. Pengaruh Motivasi Dan Mental Berwirausaha Pada Mahasiswa Akuntansi Universitas Maritim Raja Ali Haji.

<http://jurnal.umrah.ac.id/wp-content/uploads/2013/08/Tuskeroh-090462201367.pdf>