

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Masalah pengangguran di Indonesia masih belum bisa diatasi oleh Pemerintah, sehingga dibutuhkan suatu Kreativitas yang bersumber dari sumber daya manusia yang ada di masyarakat untuk memulai suatu yang baru dalam dunia bisnis. Apabila dibandingkan dengan perjalanan Negara lain Asian seperti Jepang, Taiwan, Singapura, dan Malaysia yang mendukung perkembangan usaha sebagai penopang pengembangan ekonomi. Negara-negara tersebut telah memiliki wirausahawan sebanyak lebih dari 2% dari jumlah penduduknya, bahkan Singapura sendiri sudah mencapai 7%, lalu bagaimanakah dengan negara Indonesia? berdasarkan dari data yang diperoleh, Indonesia masih kekurangan wirausaha.

Berbagai sumber menunjukkan bahwa Indonesia hanya memiliki 0,3% wirausaha (pembisnis) (Muhyi 2012:109). Angka yang sangat kecil bila dibandingkan dengan penduduk Indonesia yang berada diatas angka 200 juta jiwa. Oleh karena itu Pemerintah berharap Setiap lulusan perguruan tinggi memiliki berbagai harapan untuk dapat mengamalkan ilmu yang telah diperoleh selama studi sebagai pilihan untuk profesi. Kenyataannya terdapat beberapa pilihan yang kemungkinan akan dialami para lulusan perguruan tinggi yang telah menyelesaikan studinya. Pertama, menjadi seorang pegawai atau karyawan pada suatu perusahaan swasta, atau BUMN. Kedua membuka usaha sendiri (berwirausaha) dalam bidang yang sesuai dengan ilmu pengetahuan yang didapat selama di perguruan tinggi.

Ketiga, menjadi pengangguran karena sulit dan sengitnya persaingan atau semakin berkurangnya lapangan kerja yang sesuai dengan latar belakang studinya.

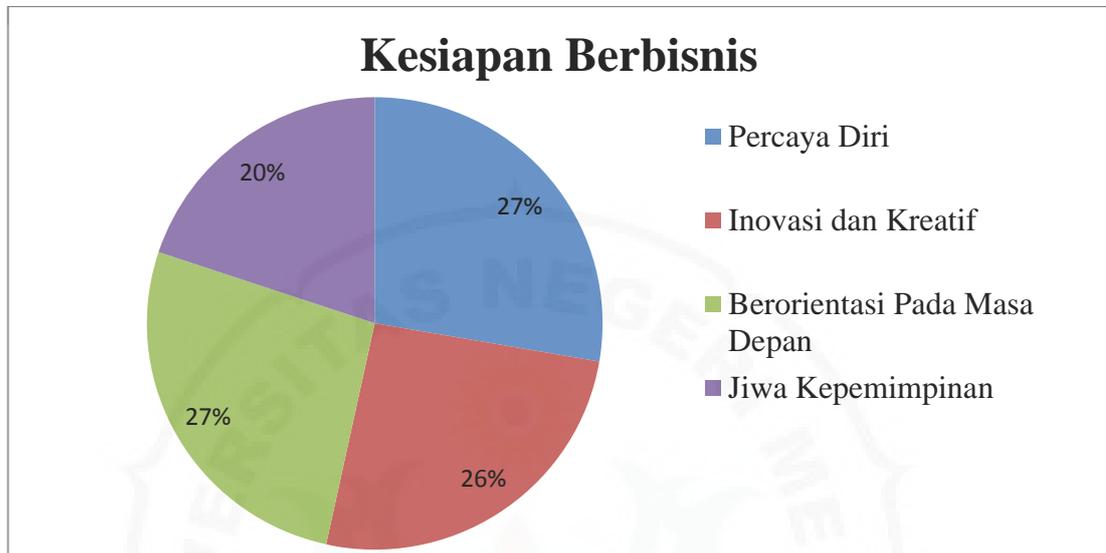
Namun, dari beberapa kemungkinan pilihan,berbisnis adalah salah satu alternative terbaik bagi lulusan perguruan tinggi. Dikarenakan pada untuk menjadi seorang pegawai atau karyawan semakin sulit karena ketatnya persaingan. Demikian juga pilihan untuk menjadi pegawai pemerintahan yang peluangnya semakin kecil. Oleh karena itu, pilihan untuk berbisnis pilihan yang tepat, karena dengan menjadi seorang pengusaha dapat berusaha menentukan produk sendiri, membuat motivasi baru dalam perdagangan, dan memunculkan peluang kerja bagi orang lain.

Ada beberapa indikator yang dapat mempengaruhi kesiapan berbisnis seseorang diantaranya rasa percaya diri, inovatif dan kreatif, berorientasi pada masa depan, dan memiliki jiwa kepemimpinan. Saat seseorang ingin memulai berbisnis (berwirausaha), keempat indikator di atas harus terpenuhi sehingga memunculkan kesiapan berbisnis dalam diri mahasiswa. Dalam hal ini indikator tersebut tentulah belum cukup untuk memunculkan kesiapan berbisnis dalam diri mahasiswa.

Seorang mahasiswa harus memiliki pengetahuan yang cukup dalam bisnis terutama dalam pengetahuan ekonomi dan pemahaman tentang strategi pemasaran yang akan berguna untuk pemilihan strategi yang tepat untuk bisnis atau usaha yang akan dijalankan.

Begitu pula pada mahasiswa Pendidikan Bisnis Universitas Negeri Medan yang menjadi focus peneliti adalah mahasiswa stambuk 2017. Kesiapan berbisnis cukup rendah, pada dasarnya sesuai dengan visi misi Pendidikan Bisnis setiap alumni menjadi seorang praktisi bisnis, namun disayangkan dikalangan mahasiswa

belum mempersiapkan bisnis. Berikut hasil observasi awal dengan didapat dijabarkan pada Gambar 1.1



Sumber: Observasi awal Pendidikan Bisnis 2020

Gambar 1.1

Diagram Kesiapan Berbisnis Masiswa Prodi Pendidikan Bisnis Angkatan 2017

Faktanya peneliti menemukan bahwa kesiapan berbisnis (berwirausaha) mahasiswa Prodi Pendidikan Bisni 2017 masih sangat rendah. Dari data yang diperoleh berdasarkan observasi awal berupa angket yang dilakukan pada 30 mahasiswa Prodi Pendidikan Bisnis 2017 mendapatkan hasil 27% mahasiswa yang memiliki rasa percaya diri. Dapat dilihat juga berbagai hal yang menjadi pendorong kesiapan berbisnis yaitu Inovasi dan Kreatif. Hasil peneliti menunjukkan hanya 26% mahasiswa dari 30 memiliki kemampuan dalam menciptakan inovasi dan kreatif, indikator selanjutnya yaitu berorientasi pada masa depan mendapatkan hasil 27%. Dan selanjutnya indikator Jiwa kepemimpinan hanya 20% mahasiswa memilih bahwa mereka memiliki jiwa pemimpin dalam dirinya.

Melakukan kegiatan bisnis tidak terlepas dengan kebiasaan membaca. Ketika memulai kegiatan berbisnis seseorang dituntut untuk memiliki pengetahuan

yang luas yang didasari oleh tingkat literasi yang baik. Literasi sendiri secara sederhana diartikan sebagai kemampuan membaca dan menulis. Dalam konteks pemberdayaan masyarakat, literasi mempunyai arti kemampuan memperoleh informasi dan menggunakannya untuk mengembangkan ilmu pengetahuan yang bermanfaat bagi masyarakat.

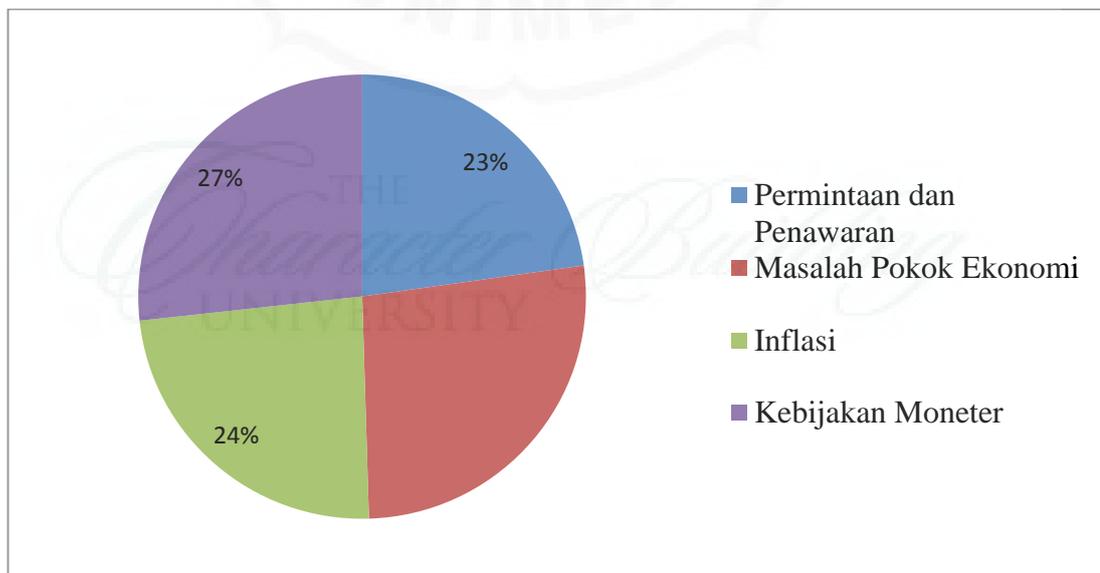
Menurut Matsura (Director-General of the United Nations Educational, Scientific and Cultural Organisation) bahwa literasi bukan hanya saja menyakuti keahlian berfikir dan membaca melainkan menyakuti proses pembelajaran (learning) dan keahlian hidup (life skill) yang akan digunakan manusia. Menurut Collins Dictionary and Thesaurus bahwa literasi berarti kemampuan membaca, menulis, pendidikan, pembelajaran dan pengetahuan. Sumber lain, the new American Webster Handy College Dictionary bahwa literasi diartikan sebagai membaca dan ilmu pengetahuan.

Semakin banyak kita membaca dan menulis tentulah semakin banyak hal yang dapat kita ketahui. Terkait dengan pentingnya budaya membaca terutama tentang kajian ekonomi, dimana sangat dibutuhkan ide-ide yang baru tentang masalah ekonomi, dimana ekonomi ini tidak terlepas dari kehidupan kita sehari-hari misalnya dalam hal kesiapan dalam memasuki dunia bisnis. Literasi ekonomi dapat diartikan sebagai pemahaman seseorang dalam membuat pilihan yang cerdas terkait alokasi sumber daya (Peter Sina, 2012:135).

Menurut Mathews (dalam Sina, 2012:137) mengatakan bahwa literasi ekonomi sebagai kemampuan individu untuk mengenali dan menggunakan konsep-konsep ekonomi dan cara berfikir ekonomi untuk memperbaiki dan mendapatkan kesejahteraan. Diera yang serba canggih seperti sekarang sangat mendukung dunia

perekonomian di Indonesia. Digital bisa digunakan untuk membuka lapangan pekerjaan baru bagi diri sendiri yaitu dengan cara berbisnis. Kesiapan dalam diri tentu menjadi faktor utama pendukung sebelum memasuki dunia bisnis. Adanya kemauan dan kesiapan berbisnis dalam diri akan sangat menjadi dukungan terbesar yang menjadi modal utama mahasiswa setelah mendapatkan gelar sarjana di bangku perkuliahan. Dengan memperbanyak bacaan mengenai ekonomi kita akan lebih mengerti keadaan pasar sekarang dan keinginan pasar di masa yang akan datang. Inilah salah satu manfaat mahasiswa mengetahui Literasi Ekonomi tersebut. Adapun indikator dalam uji literasi ekonomi yang dikembangkan oleh NCEE dalam penelitian ini adalah ekonomi mikro dan makro.

Hasil pengamatan yang dilakukan oleh peneliti dapat dinyatakan bahwa mahasiswa program Studi Pendidikan Bisnis Fakultas Ekonomi. Hal ini dibuktikan dengan hasil dari observasi awal yang telah dilakukan pada Pendidikan Bisnis Angkatan 2017.



Sumber : observasi awal Pendidikan Bisnis 2020

Gambar 1.2

Diagram Literasi Ekonomi Mahasiswa Prodi Pendidikan Bisnis Angkatan 2017

Berdasarkan observasi awal berupa soal tes yang berdasarkan pada indikator yang dapat mengukur Literasi Ekonomi dapat dilihat pada diagram di atas bahwa mahasiswa Prodi Pendidikan Bisnis Angkatan 2017 memiliki Literasi Ekonomi yang rendah. Hal ini dapat kita lihat bahwa 23% dari 30 orang mahasiswa yang menjawab dengan tepat tes tentang Permintaan dan Penawaran, indikator kedua mengenai Masalah Ekonomi hanya 26% mahasiswa yang menjawab dengan tepat, selanjutnya dalam memahami Inflasi hanya 24% mahasiswa yang mampu menjawab dengan tepat, dan Kebijakan Moneter 27% mahasiswa yang memilih jawaban yang tepat dari 30 mahasiswa.

Seperti yang sudah dijelaskan sebelumnya bahwa pengetahuan dan kesiapan berbisnis saja tidak cukup untuk membangun sebuah bisnis atau usaha, dimana pengetahuan yang dimaksud adalah literasi ekonomi, tetapi juga pemahaman strategi pemasaran. Menurut Tull dan Kahle (dalam Tjiptono 1997: 7) “Strategi pemasaran adalah sebagai alat fundamental yang ditencanakan untuk mencapai tujuan perusahaan dengan mengembangkan keunggulan bersaing yang dimasuki dan program pemasaran yang digunakan untuk melayani pasar sasaran tersebut”. Jadi, strategi pemasaran merupakan alat yang digunakan untuk mencapai sasaran yang diinginkan melalui serangkaian program pemasaran.

Berdasarkan hasil observasi awal berupa angket yang dilakukan peneliti pada 30 mahasiswa Prodi Pendidikan Bisnis 2017, dapat dilihat bahwa mahasiswa Pendidikan Bisnis 2017 hampir seluruhnya memiliki kemampuan dari memberikan pelayanan yang baik kepada konsumen, dapat dilihat juga bahwa mahasiswa memiliki inovasi-inovasi baru yang mampu membuat hal yang baru dari suatu

produk, dibuktikan dengan 78% mahasiswa yang mampu menciptakan inovasi terhadap produk. Dalam hal menyediakan fasilitas yang lengkap untuk tempat usaha sekitar 85% mahasiswa Pendidikan Bisnis 2017 mampu menciptakan hal tersebut dalam suatu usaha. Dan dalam hal membagi produk berdasarkan proses pembelian mahasiswa sudah mampu untuk mengkategorikan hal tersebut. Pernyataan ini didukung dengan adanya 72% mahasiswa yang memilih “sering” pada pilihan dalam angket. Hal ini tentu menjadi salah satu alasan bahwa mahasiswa Pendidikan Bisnis 2017 memiliki cukup kemampuan dalam hal menciptakan strategi pemasaran yang dapat digunakan dalam dunia bisnis.

Dari hasil pengamatan peneliti menemukan meskipun pemahaman strategi pemasaran mahasiswa Pendidikan Bisnis 2017 tinggi, namun Literasi Ekonomi dan kesiapan dalam berbisnis mahasiswa masih rendah. Melihat kondisi tersebut, maka peneliti tertarik untuk mengadakan penelitian mengenai **“Pengaruh Literasi Ekonomi dan Pemahaman Strategi Pemasaran terhadap Kesiapan Berbisnis Mahasiswa Pendidikan Bisnis Angkatan 2017”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan Latar Belakang Masalah di atas, peneliti mengidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Kesiapan Berbisnis Mahasiswa di kalangan Mahasiswa Pendidikan Bisnis stambuk2017 masih rendah dilihat dari hasil Observasi Awal berupa angket yang dilakukan terdapat 30 Mahasiswa

2. Pemahaman mahasiswa terhadap strategi pemasaran tinggi dilihat dari hasil Observasi Awal bahwa mahasiswa Pendidikan Bisnis Angkatan 2017 mampu memenuhi indikator tentang pemahaman Strategi Pemasaran
3. Pemahaman Strategi Pemasaran mahasiswa “tinggi” namun kesiapan berbisnis yang dimiliki mahasiswa mahasiswa masih “rendah”
4. Mayoritas mahasiswa Pendidikan Bisnis Angkatan 2017 memiliki tingkat literasi ekonomi “rendah” ditinjau dari perolehan Observasi awal ekonomi Mikro dan Makro dan tingkat Kesiapan Berbisnis Mahasiswa masih tergolong rendah.

1.3 Pembatasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah di atas dapat terlihat berbagai masalah namun mengingat dan mempertimbangkan waktu, dana, tenaga, dan kemampuan peneliti maka masalah dalam penelitian ini dibatasi pada hal-hal berikut:

1. Literasi ekonomi yang diteliti dalam penelitian ini terbatas pada ekonomi mikro dan ekonomi makro yang dipelajari Mahasiswa Pendidikan Bisnis Angkatan 2017
2. Pemahaman Strategi Pemasaran yang diteliti dalam penelitian ini terbatas pada kemampuan mahasiswa Pendidikan Bisnis Angkatan 2017 dalam memberikan pelayanan yang baik terhadap konsumen, menciptakan inovasi pada produk, menyediakan fasilitas lengkap untuk usaha dan mampu mengategorikan proses pembelian

3. Kesiapan berbisnis yang diteliti dalam penelitian ini terbatas pada kepercayaan diri, inovasi, kreatifitas, berorientasi pada masa depan, dan memiliki jiwa Kepemimpinan Pendidikan Bisnis Angkatan 2017.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh literasi ekonomi terhadap kesiapan Berbisnis pada mahasiswa Prodi Pendidikan Bisnis Angkatan 2017 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan?
2. Apakah terdapat pengaruh pemahaman Strategi Pemasaran terhadap Kesiapan Berbisnis pada mahasiswa Prodi Pendidikan Bisnis Angkatan 2017 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan?
3. Apakah terdapat pengaruh pemahaman Literasi Ekonomi dan Pemahaman Strategi Pemasaran terhadap Kesiapan Berbisnis pada mahasiswa Prodi Pendidikan Bisnis Angkatan 2017 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan?

1.5 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh literasi ekonomi terhadap Kesiapan Berbisnis pada mahasiswa Prodi Pendidikan Bisnis Angkatan 2017 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan

2. Untuk mengetahui pengaruh Pemahaman Strategi Pemasaran terhadap Kesiapan Berbisnis pada mahasiswa Prodi Pendidikan Bisnis Angkatan 2017 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan
3. Untuk mengetahui pengaruh literasi ekonomi dan pemahaman Strategi Pemasaran secara simultan terhadap Kesiapan Berbisnis pada mahasiswa Prodi Pendidikan Bisnis Angkatan 2017 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan.

1.6 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Hasil Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi ilmu pengetahuan dan perkembangan ekonomi sekaligus menjadi bahan acuan bagi penelitian selanjutnya.

2. Manfaat Praktis

- a. bagi Mahasiswa Fakultas Ekonomi Unimed, hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan masukan dalam meningkatkan Kesiapan Berbisnis
- b. Bagi Peneliti, penelitian ini merupakan sarana untuk berlatih dalam pengembangan ilmu pengetahuan melalui kegiatan penelitian serta menambah wawasan penulis agar berfikir secara kritis dan sistematis dalam menghadapi permasalahan yang berkaitan dengan ekonomi

- c. Bagi pembaca, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan bagi pengembangan ilmu pengetahuan khususnya yang berkaitan dengan Pengaruh Literasi Ekonomi dan Pemahaman Strategi Pemasaran terhadap Kesiapan Berbisnis.



THE
Character Building
UNIVERSITY