

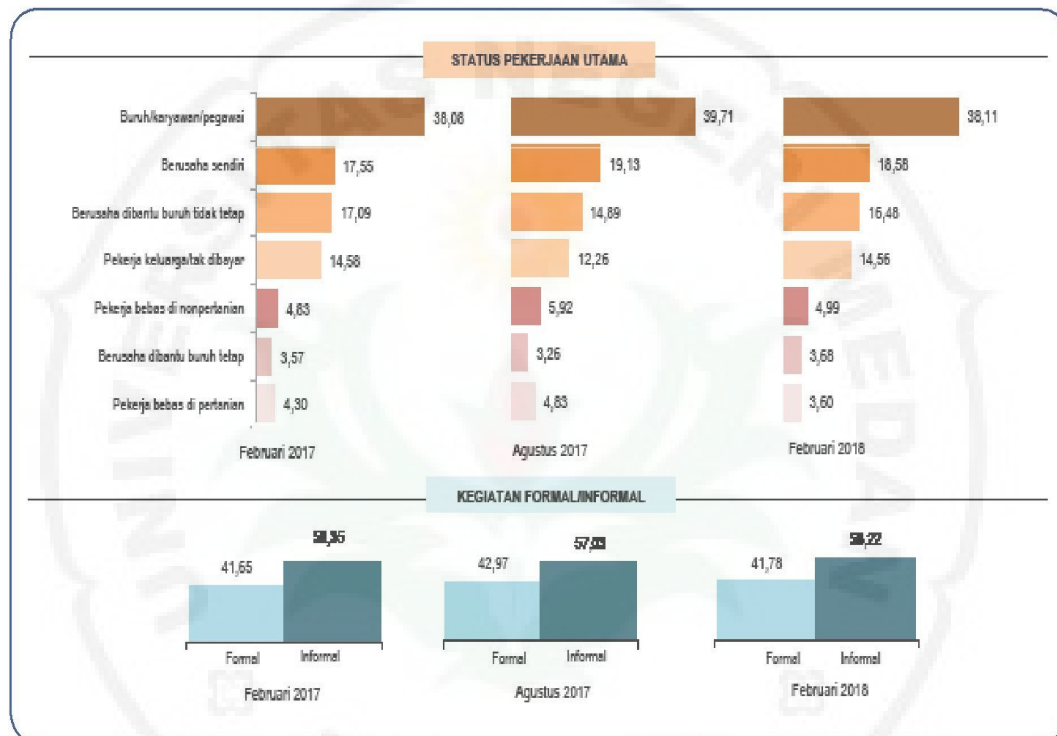
BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

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 alternatif terbaik bagi lulusan perguruan tinggi. Dikarenakan pada untuk menjadi seorang pegawai atau karyawan semakin sulit karena ketatnya persaingan. Demikian juga pilihan untuk menjadi pegawai pemerintah 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.

Gambar 1.1
Persentase Penduduk Bekerja Menurut Lapangan Pekerjaan Utama,
Februari 2017–Februari 2018



Sumber: Badan Pusat Statistik Ketenagakerjaan 2018

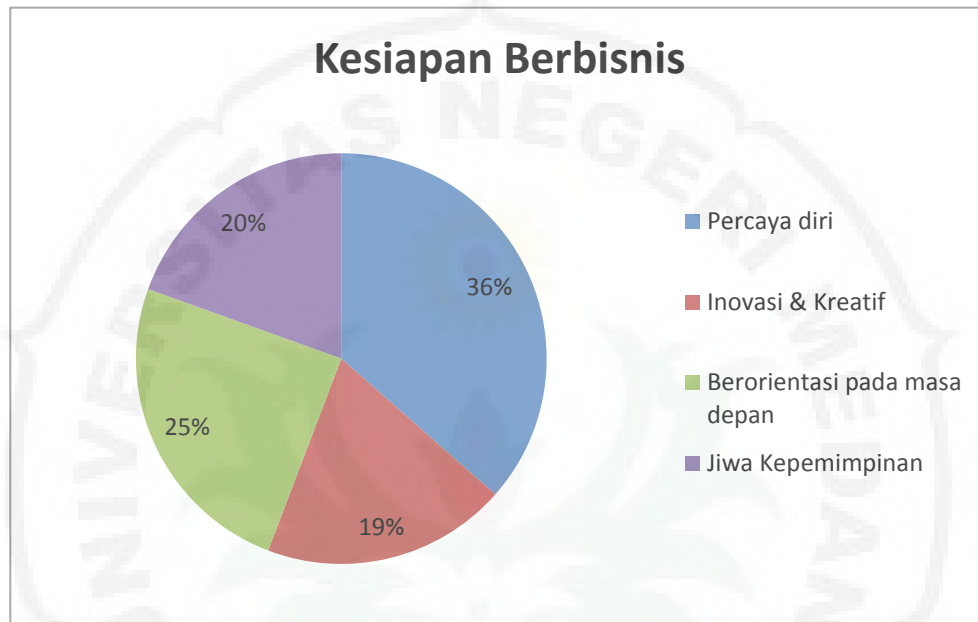
Berdasarkan data Laporan Ketenagakerjaan Indonesia tahun 2018, Dari seluruh penduduk bekerja pada Februari 2018, status pekerjaan utama yang terbanyak adalah sebagai buruh/karyawan/pegawai (38,11 persen), diikuti status berusaha sendiri (18,58 persen), berusaha dibantu buruh tidak tetap (16,48 persen), dan pekerja keluarga/tak dibayar (14,56 persen). Sementara penduduk yang bekerja dengan status pekerja bebas di pertanian memiliki persentase yang paling kecil yaitu sebesar 3,60 persen.

Dari data yang diperoleh diatas dapat disimpulkan bahwa berusaha sendiri menempati posisi kedua pekerjaan yang paling banyak ditekuni oleh masyarakat Indonesia. Dalam hal ini tentu menjadi salah satu hal baik yang dapat menjadi contoh bagi setiap lulusan perguruan tinggi yang belum memiliki pekerjaan.

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 lain 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. Seperti yang sudah dijelaskan sebelumnya pengetahuan ekonomi dan pemahaman strategi pemasaran berperan penting dalam kesiapan berbisnis mahasiswa.

Diagram 1.1
Kesiapan Berbisnis Mahasiswa Prodi Pendidikan Bisnis
Angkatan 2016



Sumber: Observasi Awal Pendidikan Bisnis 2019

Namun faktanya peneliti menemukan bahwa kesiapan berbisnis (berwirausaha) mahasiswa Prodi Pendidikan Bisnis 2016 masih sangat rendah. Dari data yang diperoleh berdasarkan observasi awal berupa angket yang dilakukan peneliti pada 37 mahasiswa Pendidikan Bisnis Angkatan 2016 hanya 36 % mahasiswa yang memiliki rasa percaya diri. Dapat dilihat juga berbagai hal yang menjadi pendorong kesiapan berbisnis yaitu Inovasi&Kreatif.

Data menunjukkan hanya 25% mahasiswa dari 37 memiliki kemampuan dalam menciptakan inovasi&kreatifitas. Indikator selanjutnya yaitu memiliki jiwa kepemimpinan juga hanya 20% mahasiswa memilih bahwa mereka memiliki jiwa kepemimpinan dalam dirinya. Dalam hal berorientasi terhadap masa depan juga hanya 25% mahasiswa memenuhi indikator tersebut.

Melakukan Kegiatan Bisnis juga 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 Matsuura (Director-General of the United Nations Educational, Scientific and Cultural Organisation) bahwa literasi bukan hanya saja menyangkut keahlian berpikir dan membaca melainkan menyangkut proses pembelajaran (learning) dan keahlian hidup (life skill) yang akan digunakan manusia, komunitas ataupun suatu bangsa untuk bertahan dan secara berkelanjutan mengalami perubahan. Tidak jauh berbeda, 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. Selain itu, literasi juga berkaitan dengan pembelajaran.

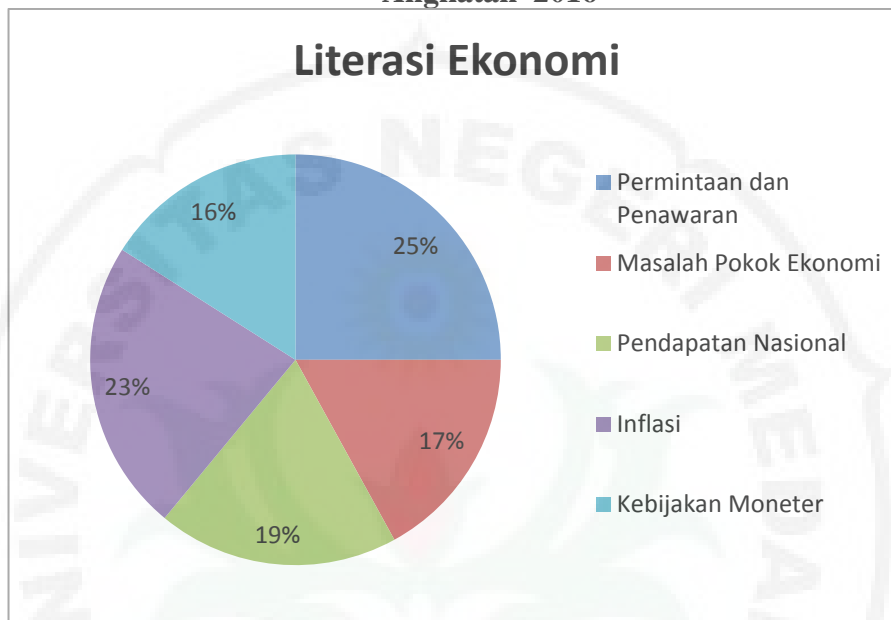
Semakin banyak kita membaca dan menulis tentulah semakin banyak hal yang dapat kita ketahui. Terkait dengan pentingnya budaya membaca terutama tentang kajian ekonomi, dimana sangat dibutuhkan ide-ide yang baru tentang masalah ekonomi, dimana ekonomi ini tidak lepas dari kehidupan kita sehari-hari misalnya 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 berpikir ekonomi untuk memperbaiki dan mendapatkan kesejahteraan. Di era 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 mendapat 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 yang menjadi 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 Universitas Negeri Medan memiliki tingkat literasi ekonomi yang berbeda. Hal ini dibuktikan dengan hasil dari observasi awal yang telah dilakukan pada Pendidikan Bisnis Angkatan 2016

Diagram 1.2
Literasi Ekonomi Mahasiswa Prodi Pendidikan Bisnis
Angkatan 2016



Sumber: Observasi Awal Pendidikan Bisnis 2019

Berdasarkan hasil 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 2016 memiliki literasi ekonomi yang rendah. Hal ini dapat kita lihat bahwa hanya 25% dari 37 orang mahasiswa yang menjawab dengan tepat tes tentang permintaan dan penawaran, indikator kedua mengenai masalah pokok ekonomi hanya 17% mahasiswa yang menjawab dengan tepat, selanjutnya dalam memahami pendapatan nasional hanya 19% yang mampu menjawab dengan tepat, indikator selanjutnya yaitu inflasi mahasiswa yang memahami hanya 23%, juga kebijakan moneter hanya 16% mahasiswa yang memilih jawaban dengan tepat dari 37 orang mahasiswa.

Seperti yang sudah dijelaskan sebelumnya bahwa pengetahuan dan kesiapan berbisnis saja tidak cukup untuk membangun sebuah bisnis atau usaha, dimana pengetahuan yang dimaksud ialah literasi ekonomi, tetapi juga pemahaman strategi pemasaran. Menurut Tull dan Kahle (dalam Tjiptono, 1997:6) “Strategi pemasaran didefinisikan sebagai alat fundamental yang direncanakan 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 37 orang mahasiswa Prodi Pendidikan Bisnis 2016. Dapat dilihat bahwa mahasiswa Pendidikan Bisnis 2016 hampir seluruhnya memiliki kemampuan dari memberikan pelayanan yang baik terhadap konsumen. Dapat dilihat juga bahwa mahasiswa memiliki inovasi-inovasi baru yang mampu membuat hal yang baru dari suatu produk, dibuktikan dengan sekitar 82% mahasiswa yang mampu menciptakan inovasi terhadap produk. Dalam hal menyediakan fasilitas yang lengkap untuk tempat usaha juga sekitar 48% mahasiswa Pendidikan Bisnis 2016 mampu untuk menciptakan hal tersebut dalam suatu usaha. Dan dalam hal membagi produk berdasarkan proses pembelian mahasiswa sudah mampu untuk mengategorikan hal tersebut. Pernyataan ini didukung dengan adanya 52% mahasiswa yang memiliki “Sering” pada pilihan dalam angket. Hal ini tentu menjadi salah satu alasan bahwa mahasiswa Pendidikan Bisnis 2016 memiliki

cukup kemampuan dalam hal menciptakan strategi pemasaran yang dapat digunakan dalam dunia bisnis. .

Dari hasil pengamatan peneliti menemukan meskipun pemahaman strategi pemasaran dan literasi ekonomi mahasiswa Pendidikan Bisnis 2016 tinggi, namun 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 2016”**

1.2 Identifikasi Masalah

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

1. Kesiapan Berbisnis Mahasiswa di kalangan Mahasiswa Pendidikan Bisnis Angkatan 2016 masih rendah dilihat dari hasil Observasi Awal berupa angket yang dilakukan terhadap 37 mahasiswa
2. Pemahaman mahasiswa terhadap strategi pemasaran tinggi dilihat dari hasil Observasi Awal bahwa mahasiswa Pendidikan Bisnis Angkatan 2016 mampu memenuhi indikator tentang pemahaman strategi pemasaran
3. Pemahaman strategi pemasaran mahasiswa “tinggi” namun kesiapan berbisnis yang dimiliki mahasiswa masih “rendah”
4. Mayoritas mahasiswa Pendidikan Bisnis Angkatan 2016 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 di pelajari mahasiswa Pendidikan Bisnis Angkatan 2016
2. Pemahaman Strategi Pemasaran yang diteliti dalam penelitian ini terbatas pada kemampuan mahasiswa Pendidikan Bisnis Angkatan 2016 dalam memberikan pelayanan yang baik terhadap konsumen, menciptakan inovasi pada produk, menyediakan fasilitas lengkap untuk usaha dan mampu mengkategorikan 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 2016.

1.4 Rumusan Masalah

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

1. Apakah terdapat pengaruh positif dan signifikan literasi ekonomi terhadap Kesiapan Berbisnis pada mahasiswa Prodi Pendidikan Bisnis Angkatan 2016 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan?
2. Apakah terdapat pengaruh positif dan signifikan Pemahaman Strategi Pemasaran terhadap Kesiapan Berbisnis mahasiswa Prodi Pendidikan Bisnis Angkatan 2016 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan ?
3. Apakah terdapat pengaruh positif dan signifikan literasi ekonomi dan Pemahaman Strategi Pemasaran terhadap Kesiapan Berbisnis mahasiswa Prodi Pendidikan Bisnis Angkatan 2016 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan?

1.5 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh literasi ekonomi terhadap Kesiapan Berbisnis pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Unimed Prodi Pendidikan Bisnis
2. Untuk mengetahui pengaruh Pemahaman Strategi Pemasaran terhadap Kesiapan Berbisnis pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Unimed Prodi Pendidikan Bisnis

3. Untuk mengetahui pengaruh literasi ekonomi dan Pemahaman Strategi Pemasaran secara simultan terhadap Kesiapan Berbisnis pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Unimed Prodi Pendidikan Bisnis

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 berpikir 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.