

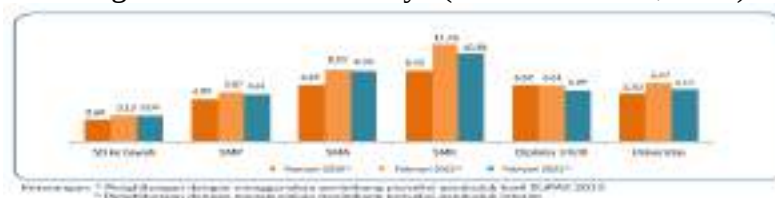
BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Di era globalisasi dan persaingan yang semakin meningkat di Indonesia tidak diimbangi dengan lapangan pekerjaan yang tersedia sehingga menyebabkan meningkatnya pengangguran terdidik (Suryana, 2000). Pada Februari 2023, penduduk angkatan kerja yang masih belum mendapat pekerjaan sebesar 39,10% (Badan Pusat Statistik, 2022). Data menunjukkan bahwa penyumbang angka pengangguran adalah lulusan sarjana yaitu sebesar 5,81%. Pengangguran terdidik semakin meningkat jumlahnya dan mendorong masyarakat untuk mencoba beralih profesi menjadi wirausaha.

Kewirausahaan dianggap sebagai pilar utama dalam meningkatkan perekonomian suatu negara. Profesi wirausaha yang semakin kecil akan mengakibatkan suatu negara sulit bersaing di era global. Pemerintah tidak akan mampu membantu semua aspek pembangunan. Hal tersebut menjadikan masyarakat yang berjiwa wirausaha menjadi sangat penting karena potensi pengembangannya. Oleh karena itu, Masyarakat yang berjiwa wirausaha perlu didorong dalam kegiatan kewirausahaannya (Vania & Anwar, 2022).



Sumber: (Statistik Indonesia Agency, 2022)

Gambar 1.1 Tingkat Pengangguran Terbuka Menurut Pendidikan Tinggi Selesai (persen) Februari 2020-februari 2022

Hasil studi *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM), menyebutkan bahwa di benua Amerika merupakan negara yang paling maju dalam berwirausaha dan sekaligus dapat mengatasi masalah pengangguran, sedangkan Asia merupakan benua dengan tingkat wirausaha paling rendah (Zimmerer & Scarborough, 2009). Sebagai bagian dari Asia, Indonesia juga termasuk salah satu negara yang rendah tingkat wirausahanya. Oleh karena itu, wirausaha sangat diperlukan di negara Indonesia. Saat ini Indonesia sudah mulai banyak berwirausaha namun hanya kurang dari 4%, dan jumlah ini lebih rendah dari negara tetangga lainnya seperti Thailand, Malaysia, dan Singapura (Ikhsan, 2023). Berdasarkan perhitungan Ciputra Foundation, jumlah wirausahawan di Indonesia adalah 1.400.000 orang (sekitar 2,18% dari total penduduk) (Ciputra, 2019).

Dalam keberhasilan usaha, kewirausahaan sangat erat kaitannya dengan kreativitas produk baru, oleh karena itu untuk mencapai hasil kewirausahaan diperlukan keterampilan yang dapat dikembangkan melalui proses pelatihan atau pendidikan seperti pada fakultas ekonomi dan bisnis di universitas (Dalyanto et al., 2021; Gunadi et al., 2020). Mahasiswa dianggap sebagai momen terbaik dalam pelatihan kewirausahaan karena mereka lebih berani menghadapi risiko daripada orang dewasa dan pasangan suami istri. Sebagaimana diamanatkan dalam Undang-Undang Republik Indonesia (2003) Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional, Rencana Pembangunan Jangka Panjang Nasional Kementerian Pendidikan Nasional Tahun 2010-2014 (Kemendiknas, 2010, hal:1-

2) menekankan bahwa upaya untuk mengejar kualitas sumber daya manusia meliputi ilmu pengetahuan, teknologi, dan daya saing ekonomi.

Pelatihan merupakan salah satu cara perusahaan dalam mencapai tujuan. Pelatihan di bidang kewirausahaan dapat memengaruhi keberhasilan usaha di Perusahaan (Aria Elshifa et al., 2023). Salah satu jenis pelatihan kewirausahaan yang memiliki dampak penting adalah pelatihan pemasaran. Pelatihan pemasaran ini dapat menjadi investasi yang penting bagi setiap bisnis yang ingin berhasil dalam mengembangkan merek dan meningkatkan penjualan produk atau layanan mereka. Saat ini pelatihan pemasaran sangat diperlukan untuk memasarkan produk melalui sosial media (Werdani et al., 2020; Wasan & Sariningsih, 2021). Kemampuan pemasaran menjadi salah satu faktor kunci yang menentukan keberhasilan suatu usaha. Dalam program Wirausaha Merdeka, di mana para individu berusaha menciptakan dan mengembangkan usahanya tanpa terikat pada korporasi besar, keterampilan pemasaran yang memadai sangat diperlukan. Banyak pelaku usaha mandiri, terutama di sektor UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah), menghadapi tantangan dalam memasarkan produk mereka secara efektif. Keterampilan pemasaran yang inovatif sangat dibutuhkan agar usaha dapat bersaing di pasar yang semakin dinamis. Perkembangan teknologi dan perubahan perilaku konsumen semakin mempertegas pentingnya strategi pemasaran yang efisien untuk mencapai target pasar yang lebih luas dan meningkatkan penjualan (Santoso, 2019) Sehingga peserta dapat mengerti strategi pemasaran yang efektif, mengenai bauran pemasaran, segmentasi pasar, *positioning*, *targeting*, dan *digital marketing*. Pelatihan bagi perusahaan adalah sebagai sarana penting untuk

meningkatkan kinerja pekerja. Sejalan dengan hal tersebut, Kosasih (2019) menemukan pelatihan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha.

Pemasaran adalah proses menciptakan, mengomunikasikan, dan memberikan nilai kepada pelanggan serta mengelola hubungan pelanggan dengan cara yang menguntungkan organisasi dan pemangku kepentingannya. Strategi pemasaran mencakup berbagai aspek seperti segmentasi pasar, targeting, positioning, dan bauran pemasaran (produk, harga, tempat, dan promosi) (Chaffey & Ellis-Chadwick, 2019). Pemasaran mencakup semua upaya yang dilakukan oleh perusahaan untuk memahami kebutuhan konsumen, mengembangkan produk atau jasa yang memenuhi kebutuhan tersebut, dan mengomunikasikan manfaat produk kepada konsumen untuk mendorong pembelian. Seperti contohnya perusahaan fokus pada fitur dan kualitas produk, kebutuhan dan keinginan pasar target, membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan, dan juga menggunakan platform digital untuk mencapai audiens yang lebih luas.

Program pelatihan yang diselenggarakan oleh pemerintah adalah Wirausaha Merdeka, yang dikhususkan untuk mahasiswa dan merupakan bagian dari program Kampus Merdeka Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi Indonesia. Melalui program ini, pemerintah memberikan berbagai macam bantuan dan fasilitas diluar kegiatan kampus kepada para calon wirausaha, termasuk pelatihan pemasaran, pendampingan bisnis, dan akses ke sumber daya finansial. Salah satu aspek penting dari Program Wirausaha Merdeka adalah pembentukan jejaring dan komunitas yang memungkinkan para calon wirausaha untuk saling

bertukar pengalaman, mendukung satu sama lain, dan mengakses peluang lebih besar lagi. Selain itu, program ini juga memberikan dorongan kepada wirausaha untuk berinovasi dan menciptakan solusi yang kreatif dalam menghadapi tantangan bisnis. Dengan adanya Program Wirausaha Merdeka, diharapkan dapat tercipta lingkungan yang kondusif bagi pertumbuhan wirausaha, sehingga mampu memberikan kontribusi terhadap pertumbuhan perekonomian di Indonesia.

Universitas Padjajaran menjadi salah satu universitas di Indonesia yang berkesempatan menjadi universitas penyelenggara program Wirausaha Merdeka, dengan menerima lebih dari 400 mahasiswa yang berasal dari 65 universitas di seluruh Indonesia yang berpartisipasi dalam program tersebut di tahun pertamanya, dengan pelaksanaan kegiatan dimulai dari 14 Agustus sampai dengan 20 Desember pada tahun 2023. Program Wirausaha Merdeka Universitas Padjajaran memberikan beberapa keuntungan berupa kurikulum wirausaha internasional, metode dan media pembelajaran yang aktif dan bervariasi, memberikan opsi level (*startup* atau *scaleup*), serta variasi media pembelajaran. Kegiatan ini telah mendatangkan narasumber yang terdiri dari 70% praktisi bisnis dan 30% sisanya adalah akademisi. Selain itu, peserta juga telah mendapatkan fasilitas lengkap seperti dana stimulan serta akses pada inkubator bisnis Oorange yang dimiliki oleh Universitas Padjajaran. peserta juga dapat mengkonversi kegiatan ini dengan 20 SKS. Adapun tahapan pembelajarannya terbagi menjadi 3 tahapan yaitu *pre-immersion*, *immersion*, dan *post-immersion*, serta mendapat transkrip nilai, *logbook*, *report*, dan sertifikat. Sasaran utama dari program Wirausaha Merdeka adalah mahasiswa yang memiliki usaha atau yang belum memiliki usaha dengan tujuan utama adalah

pembentukan jiwa wirausaha yang tangguh. Secara keseluruhan program wirausaha merdeka diharapkan menjadi langkah awal para mahasiswa sehingga mereka siap menjadi wirausaha yang unggul.

Meskipun banyak peserta wirausaha merdeka siap menjadi wirausaha yang unggul dan menyadari pentingnya pelatihan pemasaran dalam meningkatkan keberhasilan usaha yang juga menjadikan fenomena dalam penelitian ini, namun masih banyak yang mengalami kesulitan dalam mengaplikasikan strategi pemasaran yang tepat. Kurangnya pelatihan dan pemahaman mendalam tentang pemasaran menjadi kendala utama. Hal ini menyebabkan beberapa usaha tidak dapat bersaing dengan baik di pasar dan berisiko mengalami kegagalan. Suryanto (2020) menemukan bahwa pelaku UMKM yang mengikuti pelatihan pemasaran memiliki peningkatan kinerja bisnis yang signifikan dibandingkan mereka yang tidak mengikuti pelatihan. Oleh karena itu, dalam kegiatan Wirausaha Merdeka, diperlukan pelatihan lebih dalam mengenai pemasaran agar para pelaku usaha dapat mengembangkan keterampilan yang diperlukan dan menerapkan strategi pemasaran yang efektif. Dengan demikian, usaha yang dijalankan memiliki peluang lebih besar untuk berhasil dan berkelanjutan di tengah persaingan yang semakin ketat. Hal tersebutlah yang menjadi urgensi dalam penelitian ini.

Jika mengacu pada berbagai sumber, pelatihan pemasaran yang diterapkan pada anggota wirausaha memiliki hubungan saling memengaruhi keberhasilan usaha. Hendrix et al. (2022) mencoba mencari pengaruh pelatihan pemasaran, namun Hendrix et al. (2022) mencoba menghubungkannya dengan peningkatan minat berwirausaha, bukan terhadap keberhasilan usaha. Sedangkan Aria Elshifa et

al. (2023) melakukan studi analisis Pengaruh Pendidikan, Pelatihan, dan Dukungan Kelembagaan terhadap Keberhasilan Usaha Mikro, yang menunjukkan adanya pengaruh pelatihan yang meningkatkan keberhasilan usaha. Akan tetapi pada studi tersebut, pelatihan yang dimaksud adalah pelatihan kewirausahaan secara general, bukan pelatihan pemasaran secara spesifik. Dari dua studi tersebut jika dihubungkan masih belum ada yang meneliti pengaruh pelatihan pemasaran terhadap keberhasilan usaha, sehingga penelitian ini menjadi penting untuk mengisi gap dalam penelitian. Subjek penelitian ini adalah mahasiswa peserta wirausaha merdeka di Universitas Padjadjaran sebagai kebaruan penelitian ini.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka penelitian ini diberi judul, *“Pengaruh Pelaksanaan Pelatihan Pemasaran dalam Program Wirausaha Merdeka terhadap Keberhasilan Usaha.”*

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka peneliti dapat merumuskan masalah dalam penelitian ini yaitu :

1. Bagaimana pelaksanaan pelatihan pemasaran pada peserta program wirausaha merdeka Universitas Padjadjaran
2. Bagaimana keberhasilan usaha peserta program wirausaha merdeka Universitas Padjadjaran
3. Sejauh mana pengaruh pelaksanaan pelatihan pemasaran dalam program wirausaha merdeka terhadap keberhasilan usaha.
4. Upaya apa saja yang harus dilakukan terhadap keberhasilan usaha melalui pelatihan pemasaran dalam program wirausaha merdeka Universitas Padjadjaran

Karya tulis ini disusun untuk melakukan penelitian mengenai pelaksanaan pelatihan pemasaran dalam program wirausaha merdeka terhadap keberhasilan usaha.

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.1 Maksud Penelitian

Maksud dari penelitian ini yaitu untuk menganalisis pelaksanaan pelatihan pemasaran dalam program Wirausaha Merdeka untuk meningkatkan keberhasilan usaha. yang telah dijalankan oleh para peserta sebagai pelaku usaha.

1.3.2. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah tersebut. maka penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui

1. Pelaksanaan pelatihan pemasaran pada peserta program Wirausaha Merdeka Universitas Padjadjaran
2. Keberhasilan usaha program Wirausaha Merdeka Universitas Padjadjaran
3. Sejauh mana pengaruh pelaksanaan pelatihan pemasaran dalam program wirausaha merdeka terhadap keberhasilan usaha.
4. Upaya yang dilakukan untuk meningkatkan keberhasilan usaha melalui pelaksanaan pelatihan pemasaran dalam program wirausaha merdeka

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1. Kegunaan Praktis

a. Bagi Penulis

Untuk menambah wawasan secara teoritis dan memperluas pengetahuan agar dapat mempelajari secara langsung dan menganalisis mengenai pelaksanaan pelatihan pemasaran dalam program wirausaha merdeka terhadap keberhasilan usaha.

b. Bagi Akademisi

Penelitian ini dinantikan dapat memberikan keuntungan terhadap perkembangan ilmu pengetahuan, khususnya dalam manajemen pemasaran dalam kaitannya pada pelaksanaan pelatihan pemasaran dalam program wirausaha merdeka terhadap keberhasilan usaha.

1.4.2. Kegunaan Teoritis

Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk dijadikan

sebagai sumber referensi dalam menjawab permasalahan yang terjadi terkait pelaksanaan pelatihan pemasaran dalam program wirausaha merdeka terhadap keberhasilan usaha.



