



**UNTAR**  
Universitas Tarumanagara

**UNTAR**  
**2018**

*Prosiding*  
**SEMINAR NASIONAL**  
**KEWIRAUSAHAAN & INOVASI BISNIS VIII**

JAKARTA, 3 Mei 2018  
Hotel Santika Premiere

co-host:



**Seminar Nasional Kewirausahaan dan Inovasi Bisnis VIII**

Universitas Tarumanagara, Jakarta, 3 Mei 2018

ISSN NO: 2089-1040

e-ISSN NO: 2579-9517

**DAFTAR ISI**

<b>Judul Makalah</b>	<b>Halaman</b>
<b>STUDI PENDIDIKAN KEWIRAUSAHAAN DAN PEMASARAN TERHADAP MINAT MAHASISWA UNTUK BERWIRAUSAHA</b> Ermani Hadiyati	1
<b>STRATEGI PENGEMBANGAN WISATA KULINER (STUDI KASUS KABUPATEN SIAK)</b> Jumiati Sasmita	12
<b>PENGARUH TINGKAT PENDIDIKAN, PENGALAMAN KERJA, DAN LATAR BELAKANG RELIGIUS TERHADAP PEMBENTUKAN ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN PADA PEMILIK USAHA KECIL MENENGAH DI KOTA TANGERANG</b> M. Yudha Gozali, Tommy Setiawan Ruslim, Hannes Widjaya	22
<b>STUDI KASUS ANALISIS TINGKAT EFISIENSI, PROFITABILITAS DAN KESEHATAN PADA BANK SYARIAH MANDIRI DAN BRI SYARIAH PERIODE 2009-2016</b> Muhamad Nadratuzzaman Hosen, Siti Robi'ah	32
<b>PENENTU KEUNGGULAN KOMPETITIF PT X DI INDONESIA</b> Dennis Karnadi, Rina Adi Kristianti	42
<b>PENDEKATAN NILAI KERJA TERHADAP TINGKAH LAKU ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN PADA UKM DI PLUIT DENGAN SIKAP SEBAGAI FAKTOR MEDIASI</b> Louis Utama, Yuliana	55
<b>PERSONALITY TRAITS PADA PELAKU WIRAUSAHA SOSIAL INDONESIA</b> Lydiawati Soelaiman, Sanny Ekawati	65
<b>PENGARUH PUSAT PENDIDIKAN TERHADAP INTENSI BERWIRAUSAHA</b> Sarwo Edy Handoyo, Steven Wilius	76
<b>PENGARUH KEPEMILIKAN KELUARGA DAN MANAJEMEN KELUARGA TERHADAP KINERJA PERUSAHAAN DI KOTA TANGERANG</b> Muhammad Tony Nawawi	86
<b>FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI NIAT PERILAKU PENGGUNA SMARTPHONE SAMSUNG 8</b> Margaretha Pink Berlianto	95

# STUDI PENDIDIKAN KEWIRAUSAHAAN DAN PEMASARAN TERHADAP MINAT MAHASISWA UNTUK BERWIRAUSAHA

Ernani Hadiyati

Universitas Gajayana Malang  
ernani\_hadiyati@yahoo.com

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pendidikan kewirausahaan dan pemasaran terhadap minat mahasiswa untuk berwirausaha. Lokasi penelitian pada Politeknik Negeri Malang (Polinema). Jenis penelitiannya adalah *Explanatory Research*, yang bertujuan untuk mengetahui hubungan pengaruh antara dua variabel atau lebih. Jenis data penelitian adalah data primer. Populasi penelitian adalah mahasiswa Jurusan Administrasi Niaga dan Akuntansi tingkat akhir baik jenjang D-3 maupun D-4. Sampel penelitian berjumlah 87 mahasiswa. Pengumpulan data dilakukan dengan metode kuesioner. Kuesioner disebarakan kepada mahasiswa (responden) sesuai jumlah yang telah ditentukan berdasarkan teknik *proporsional random sampling*. Model analisa data dengan *multiple regression*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pendidikan kewirausahaan dan pemasaran baik secara simultan dan parsial berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa. Berdasarkan hasil perbandingan koefisien regresi dari variabel bebas diketahui bahwa variabel pendidikan kewirausahaan mempunyai pengaruh paling besar terhadap minat berwirausaha mahasiswa.

*Kata Kunci: Pendidikan Kewirausahaan, Pendidikan Pemasaran, Minat Berwirausaha, Mahasiswa*

## ABSTRACT:

*This study aims to determine the effect of entrepreneurship education and marketing on student interest to entrepreneurship. Location of research at Polytechnic of Malang (Polinema). The type of research is Explanatory Research, which is specific to know the relationship between two or more variables. The type of research data is primary data. The population of the study is the students of the Department of Business Administration and Accounting of the final level both D-3 and D-4 levels. Research sample. The data were collected by questionnaire. Questionnaires distributed to students (respondents) according to the amount that has been determined based on proportional random sampling technique. Data analysis model with multiple regression. The result of research indicate the existence of entrepreneurship education and marketing either simultaneously or partially to student entrepreneur interest. Based on the comparative result of the regression of independent variables.*

*Keywords: Entrepreneurship Education, Marketing Education, Interest in Entrepreneurship, Student*

## PENDAHULUAN

Kewirausahaan 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 perekonomian secara nasional. Untuk menjadi bangsa yang maju, setidaknya dibutuhkan 2% wirausahawan dari keseluruhan jumlah penduduk.. Apabila dibandingkan dengan jumlah penduduk Indonesia, yaitu sekitar 238 juta jiwa pada tahun 2010 dan proyeksi penduduk untuk tahun 2015 sebesar 255 juta jiwa menurut BPS, maka 2% bukanlah jumlah yang besar. Namun demikian, data hingga April 2014, jumlah *entrepreneur* di Indonesia hanya sebesar 1,65% dari total jumlah penduduk Indonesia. (*Sindonews.com, diakses tanggal 5 Januari 2015*).

Menteri Koperasi dan Usaha Kecil Menengah (Menkop dan UKM) Anak Agung Gede Puspayoga menargetkan dalam lima tahun ke depan jumlah entrepreneurship atau wirausahawan di Indonesia mencapai 2% dari jumlah total penduduk Indonesia. Menurutnya jumlah pengusaha di Indonesia saat ini baru sekitar 1,65% atau jauh di bawah negara tetangga seperti Singapura yang mencapai 7%, Malaysia 5% dan Thailand 3% (*www.depkop.go.id, diakses 12 Oktober 2015*). Rendahnya minat berwirausaha yang tercermin dari sedikitnya jumlah wirausahawan di Indonesia perlu mendapatkan perhatian yang serius dari pemerintah. Ada banyak faktor yang menyebabkan jumlah wirausahawan kita masih sedikit, salah satu diantaranya adalah orientasi sebagian besar lulusan perguruan tinggi lebih sebagai pencari kerja (*Job Seeker*) dibandingkan sebagai pencipta lapangan pekerjaan (*Job Creator*). Hal ini tentunya berdampak pada lamanya lulusan tersebut dalam penyerapan di pasar kerja. Di sinilah pentingnya pendidikan pemasaran dan kewirausahaan yang diharapkan dapat memberikan bekal pengetahuan mengenai kewirausahaan dan pemasaran di kalangan mahasiswa. Pendidikan pemasaran dan kewirausahaan yang diterapkan selama bangku kuliah diharapkan dapat memberikan landasan teoritis tentang konsep kewirausahaan, membentuk pola pikir, sikap, dan perilaku seorang wirausahawan serta bagaimana konsep pemasaran yang harus diimplementasikan agar seorang wirausaha bisa terus *survive* atau bertahan dalam usahanya dalam waktu yang lama.

Minat mahasiswa untuk berwirausaha sangat dibutuhkan dalam mendongkrak jumlah wirausahawan di Indonesia. Dengan adanya minat untuk berwirausaha, masyarakat dan khususnya mahasiswa baik selama menempuh bangku kuliah maupun setelah lulus kuliah, akan tertarik untuk terjun langsung ke dunia wirausaha sehingga, akan mampu mengurangi jumlah pengangguran di Indonesia terutama pengangguran terdidik yang ternyata masih cukup banyak jumlahnya.

## TINJAUAN LITERATUR

### Pendidikan Kewirausahaan

Kewirausahaan merupakan disiplin ilmu yang mempelajari tentang nilai, kemampuan, dari perilaku seseorang dalam menghadapi tantangan hidup untuk memperoleh peluang dengan berbagai risiko yang mungkin dihadapinya. Dulu kewirausahaan dianggap hanya bisa dilakukan melalui pengalaman langsung di lapangan dan merupakan bakat yang dibawa sejak lahir, yang dengan demikian kewirausahaan tidak dapat dipelajari, diajarkan atau dibentuk pada diri seseorang. Sekarang, kewirausahaan bukan hanya urusan lapangan, tapi merupakan disiplin ilmu

yang dapat diperelajari dan diajarkan. Untuk menjadi wirausaha yang sukses, memiliki bakat saja tidak cukup, tetapi juga harus memiliki pengetahuan tentang segala aspek usaha yang akan ditekuninya (Sunarya et al, 2011)

Thomas W Zimmerer (2004) menjelaskan bahwa kewirausahaan adalah penerapan kreativitas dan keinovasian untuk memecahkan permasalahan dan upaya memanfaatkan peluang-peluang yang dihadapi orang setiap hari.

Soeharto Prawirokusumo (Sunarya et al. 2011:2) menjelaskan bahwa pendidikan kewirausahaan harus diajarkan sebagai suatu disiplin ilmu tersendiri yang independen. Alasannya adalah hal-hal sebagai berikut:

1. Kewirausahaan berisi bidang pengetahuan yang utuh dan nyata, yang mana terdapat teori, konsep dan metode ilmiah yang lengkap.
2. Kewirausahaan memiliki dua konsep, yaitu posisi permulaan dan didikan manajemen umum yang memisahkan antara manajemen dan kepemilikan usaha.
3. Kewirausahaan merupakan disiplin ilmu yang memiliki objek tersendiri, yaitu kemampuan menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda.
4. Kewirausahaan merupakan alat untuk menciptakan pemerataan usaha dan pendapatan, atau kesejahteraan rakyat yang adil dan makmur.

### **Objek Studi Kewirausahaan**

Soeparman Soemahamidjaja (Sunarya et al, 2011:3-4) menyebutkan bahwa kemampuan seseorang yang menjadi objek kewirausahaan meliputi: kemampuan merumuskan tujuan hidup/usaha, kemampuan motivasi diri, kemampuan berinisiatif, kemampuan berinovasi yang melahirkan kreativitas (adanya *citpa*) dan setelah dibiasakan berulang-ulang akan melahirkan motivasi, kemampuan membentuk modal material, sosial, dan intelektual, kemampuan mengatur waktu dan membiasakan diri, kemampuan mental yang dilandasi agama, kemampuan membiasakan diri dalam mengambil hikmah dari pengalaman yang baik maupun menyakitkan.

### **Ciri-Ciri dan Sifat Seorang Wirausaha**

Pengusaha dalam mencapai tujuan memerlukan ciri-ciri dan juga memiliki sifat-sifat dalam kewirausahaan. Ciri-ciri seorang wirausaha adalah: (*id.wikipedia.org diakses 10 Januari 2015*): percaya diri, berorientasikan tugas dan hasil, berani mengambil risiko, kepemimpinan, keorisinilan, berorientasi ke masa depan, jujur dan tekun. Sifat-sifat seorang wirausaha adalah: memiliki sifat keyakinan, kemandirian, individualitas, optimisme. Selalu berusaha untuk berprestasi, berorientasi pada laba, memiliki ketekunan dan ketabahan, memiliki tekad yang kuat, suka bekerja keras, energik dan memiliki inisiatif. Memiliki kemampuan mengambil risiko dan suka pada tantangan. Bertingkah laku sebagai pemimpin, dapat bergaul dengan orang lain dan suka terhadap saran dan kritik yang membangun. Memiliki inovasi dan kreativitas tinggi, fleksibel, serba bisa dan memiliki jaringan bisnis yang luas. Memiliki persepsi dan cara pandang yang berorientasi pada masa depan. Memiliki keyakinan bahwa hidup itu sama dengan kerja keras.

Remeikiene et al (2013) menjelaskan bahwa pendidikan kewirausahaan dapat memiliki dampak pada ciri-ciri kepribadian wirausaha melalui: pengambilan resiko (*risk taking*), efikasi diri (*self efficacy*), sikap (*attitude*), kontrol perilaku (*behavioural control*), kebutuhan prestasi

(*need for achievement*), kecenderungan untuk bertindak (*proactiveness*), mampu mengendalikan lingkungan (*locus of control*).

## **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 (<http://id.wikipedia.org/wiki/Pemasaran> diakses 12 Januari 2015) pemasaran adalah proses penyusunan komunikasi terpadu yang bertujuan untuk memberikan informasi mengenai barang atau jasa dalam kaitannya dengan memuaskan kebutuhan dan keinginan manusia.

Sunarya et al (2011:226) menyimpulkan bahwa “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”

Dari uraian tersebut dapat disimpulkan bahwa pemasaran merupakan proses penyusunan komunikasi dalam upaya untuk memenuhi kebutuhan konsumen melalui penciptaan produk dan atau jasa yang kemudian dinikmati atau dibeli oleh konsumen yang membutuhkan melalui suatu proses tukar-menukar.

Proses dalam pemenuhan kebutuhan dan keinginan manusia inilah yang menjadi konsep pemasaran. Mulai dari pemenuhan produk (*product*), penetapan harga (*price*), pengiriman barang (*place*), dan mempromosikan barang (*promotion*). Seseorang yang bekerja dibidang pemasaran disebut pemasar. Pemasar ini sebaiknya memiliki pengetahuan dalam konsep dan prinsip pemasaran agar kegiatan pemasaran dapat tercapai sesuai dengan kebutuhan dan keinginan manusia terutama pihak konsumen yang dituju. Berikut ini adalah hal-hal yang perlu diperhatikan untuk pemasaran : Dari sudut pandang penjual : tempat yang strategis (*place*), produk yang bermutu (*product*), harga yang kompetitif (*price*), dan promosi yang gencar (*promotion*). Dari sudut pandang konsumen : kebutuhan dan keinginan konsumen (*customer needs and wants*), biaya konsumen (*cost to the customer*), kenyamanan (*convenience*), dan komunikasi (*communication*).

## **Minat Berwirausaha**

Menurut kamus besar Bahasa Indonesia, minat adalah kecenderungan dan kegairahan yang tinggi atau keinginan yang besar terhadap sesuatu. Minat merupakan sifat yang relatif menetap pada diri seseorang. Minat besar sekali pengaruhnya terhadap kegiatan seseorang sebab dengan minat ia akan melakukan sesuatu yang diminatinya. Sebaliknya tanpa minat seseorang tidak mungkin melakukan sesuatu.

Alexandro deo Lumabi (2013) mengemukakan bahwa minat adalah kecenderungan seseorang terhadap obyek atau sesuatu kegiatan yang digemari yang disertai dengan perasaan senang, adanya perhatian, dan keaktifan berbuat.

Dari uraian tersebut dapat disimpulkan bahwa minat adalah kecenderungan dan kegairahan yang tinggi, atau keinginan yang besar terhadap obyek atau suatu kegiatan yang digemari yang disertai dengan perasaan senang, adanya perhatian dan keaktifan berbuat.

Wahyono (2014) mendefinisikan minat berwirausaha mengindikasikan kesukaan atau ketertarikan seseorang untuk berwirausaha”. Minat berwirausaha adalah keinginan yang membuat seseorang tertarik mencoba sesuatu yang baru dan berusaha untuk memperoleh

keuntungan dengan mempertimbangkan semua resiko yang harus dihadapi sehingga menimbulkan kekuatan pendorong kepada individu tersebut untuk menciptakan kesejahteraan bagi dirinya dan menambah nilai bagi masyarakat dengan mengelola sumber daya yang dimiliki.

Adapun faktor-faktor minat seperti alasan untuk memulai usaha sendiri yang dapat menjadi indikator minat berwirausaha (Narendra C Bhandari: 2006), yaitu: prestis sosial (*social prestige*), antangan pribadi (*personal challenge*), menjadi bos (*my own boss*), inovasi (*innovation*), kepemimpinan (*leadership*), fleksibel (*flexibility*), keuntungan (*profit*). Sedangkan menurut Mahanani (2014) indikator minat berwirausaha adalah sebagai berikut: perasaan tertarik untuk berwirausaha, perasaan senang untuk berwirausaha dan berniat untuk direalisasikan di masa yang akan datang.

### **Hubungan Pendidikan Kewirausahaan dengan Minat Berwirausaha**

Pendidikan diyakini dapat mengembangkan berbagai potensi yang dimiliki oleh seseorang. Dengan pendidikan, kekuatan intelektual, daya moral maupun daya sosial dapat dikembangkan. Selain itu pula, pengetahuan, sikap dan keterampilan dapat ditingkatkan. Pendidikan merupakan suatu usaha yang dilakukan secara sadar, yang bertujuan untuk mengubah tingkah laku seseorang. Kegiatan pendidikan tersebut perlu dirancang, diatur, dimonitor sedemikian rupa dan dievaluasi agar mampu mencapai tujuan yang telah ditentukan. Remeikiene et al (2013) menyatakan bahwa sebagian besar hasil penelitian telah mengkonfirmasi bahwa faktor utama minat berwirausaha dapat dikembangkan selama proses studi.

Sunarya et al (2011:14) menjelaskan “Kewirausahaan merupakan ilmu yang dapat diajarkan dari tingkat sekolah dasar sampai pendidikan tinggi. Tujuannya adalah agar paradigma berpikir peserta didik berubah dari berorientasi menjadi pegawai menjadi mau dan mampu menjadi wirausaha”.

Hal ini juga sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Joshua Mwakujonga dan Kembo M. Bwana (2013) menjelaskan bahwa spesialisasi dalam pendidikan kewirausahaan lebih efektif dalam mempengaruhi ciri-ciri kepribadian, sikap dan minat dalam berwirausaha. Peneliti juga menyarankan bahwa universitas-universitas di seluruh negeri harus berkonsentrasi dalam program kewirausahaan untuk menghasilkan pengusaha sukses di masa depan yang akan berkontribusi dalam pembangunan ekonomi.

### **Hubungan Pendidikan Pemasaran dengan Minat Berwirausaha**

Minat berwirausaha mahasiswa dapat dibentuk atau ditingkatkan melalui pendidikan selama menempuh bangku kuliah. Selain pendidikan kewirausahaan yang bertujuan membentuk kepribadian/ciri/jiwa wirausaha, pendidikan pemasaran juga bisa berpengaruh terhadap minat mahasiswa dalam berwirausaha. Hal ini djelaskan bahwa apabila seseorang ingin menjadi seorang wirausahawan, maka banyak hal yang harus dikuasai, salah satunya adalah ilmu atau prinsip-prinsip pemasaran. Dengan dikuasainya ilmu atau prinsip-prinsip pemasaran, tidak menutup kemungkinan, akan timbul hasrat atau minat seseorang dalam memasuki dunia wirausaha.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Peltier dan Scovotti (2010) yang mengemukakan bahwa pendidikan pemasaran yang lebih baik, akan meningkatkan ketertarikan siswa untuk menjadi seorang pengusaha atau pemilik usaha kecil.

## **METODE PENELITIAN**

Lokasi penelitian di Politeknik Negeri Malang yang merupakan salah satu Perguruan Tinggi Negeri (institusi pendidikan vokasi) di kota Malang. Jenis penelitian ini adalah penelitian eksplanasi/penjelasan (*Explanatory Research*). Format Eksplanasi dimaksudkan untuk menjelaskan suatu generalisasi sampel terhadap populasinya atau menjelaskan pengaruh dari satu variabel terhadap variabel yang lain. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer, yaitu data yang diperoleh secara langsung dari responden penelitian. Metode pengumpulan data dengan kuesioner. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien agar peneliti tahu dengan variabel yang akan diukur dan mengetahui yang bisa diharapkan dari responden. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa aktif jurusan akuntansi dan administrasi niaga Politeknik Negeri Malang dengan target populasi yaitu mahasiswa tingkat akhir pada jenjang D3 dan D4 yang berjumlah 648 mahasiswa. Teknik pengambilan sampel yang dipakai dalam penelitian ini adalah *proporsional random sampling* yang berjumlah 87 mahasiswa dengan pendekatan rumus Slovin. Pengambilan sampel secara proporsional akan menghasilkan sampel yang seimbang, sehingga hasil analisa data sampel yang didapatkan lebih representatif terhadap populasinya. Analisa data yang digunakan adalah regresi berganda (multiple regression) dengan persamaan :  $Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$  dimana:  $X_1$  adalah pendidikan kewirausahaan,  $X_2$  adalah pendidikan pemasaran dan  $Y$  adalah minat mahasiswa sebagai wirausaha. Pengolahan data dengan menggunakan program *SPSS 16.0 For windows*.

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pengujian regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh dari variabel bebas yaitu Pendidikan Kewirausahaan ( $X_1$ ), Pendidikan Pemasaran ( $X_2$ ) terhadap variabel terikat Minat Berwirausaha ( $Y$ ). Agar dapat diperoleh perhitungan koefisien regresi yang tepat maka dalam pengelolaan data digunakan bantuan program komputer *SPSS 16.0 For Windows*. Tingkat kepercayaan yang digunakan dalam penelitian ini adalah 95% atau dengan tingkat kesalahan 5% (0,05). Secara ringkas hasil analisis linier berganda dapat dilihat pada tabel 1.

TABEL 1  
REKAPITULASI HASIL ANALISIS REGRESI LINIER BERGANDA

Variabel	Koefisien Regresi	$t_{hitung}$	Sig.	Keterangan
Pendidikan Kewirausahaan	0,412	2,884	0,005	Signifikan
Pendidikan Pemasaran	0,394	2,530	0,013	Signifikan
Konstanta	6,104			
R	0,652			
R Square	0,425			
Adjusted R Square	0,412			
$F_{hitung}$	31,099			
Sig. F	0,000			
n	87			
Variabel terikat = Minat berwirausaha (Y)				



Sumber : Data primer diolah, tahun 2016.

Dari Tabel 1 diperoleh persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = 6,104 + 0,412 X1 + 0,394 X2$$

Dari tabel 1 menunjukkan bahwa nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,412 atau 41,2%. Artinya bahwa kemampuan menjelaskan variabel bebas (pendidikan kewirausahaan (X1) dan pendidikan pemasaran (X2) terhadap minat berwirausaha mahasiswa (Y) sebesar 41,2%, sedangkan sisanya 58,8% dijelaskan oleh variabel lain diluar model persamaan.

Pada tabel 1 menjelaskan uji F untuk simultan dan uji t untuk parsial.

Untuk menguji hipotesis pertama, maka digunakan uji F yaitu untuk menguji variabel-variabel bebas secara bersama-sama (simultan) berpengaruh terhadap variabel terikat. Hasil pengujian menunjukkan bahwa nilai  $F_{hitung}$  sebesar 31,099 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari  $\alpha = 0,05$  ( $0,000 < 0,05$ ) artinya bahwa pendidikan kewirausahaan (X1) dan pendidikan pemasaran (X2) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel minat berwirausaha (Y)

Untuk menguji hipotesis kedua dan ketiga, maka digunakan uji t.

Hasil analisis regresi menjelaskan bahwa variabel X1 diperoleh nilai  $t_{hitung} = 2,884$  dengan nilai signifikansi  $0,005 < 0,05$ , sehingga terbukti bahwa variabel pendidikan kewirausahaan berpengaruh signifikan secara parsial terhadap minat berwirausaha. Variabel X2 (Pendidikan Pemasaran) diperoleh nilai  $t_{hitung} = 2,530$  dengan nilai signifikansi  $0,013 < 0,05$ , sehingga terbukti bahwa variabel X2 (Pendidikan Pemasaran) berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha.

Untuk menguji hipotesis ke empat dengan melihat variabel yang paling besar pengaruhnya antara pendidikan kewirausahaan (X1) dan Pendidikan Pemasaran (X2) terhadap minat berwirausaha (Y). Nilai koefisien regresi untuk X1 (0,412) lebih besar dari nilai koefisien regresi X2 (0,394). Hal ini berarti bahwa variabel pendidikan kewirausahaan (X1) paling besar pengaruhnya terhadap minat berwirausaha mahasiswa (Y). Dengan demikian penelitian menunjukkan bahwa variabel pendidikan kewirausahaan yang berpengaruh paling besar terhadap minat berwirausaha mahasiswa.

**Pendidikan Kewirausahaan dan Pendidikan Pemasaran Berpengaruh Signifikan Secara Simultan Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Politeknik Negeri Malang.**

Dari hasil uji F yang dilakukan, didapat hasil bahwa secara simultan pendidikan kewirausahaan dan pendidikan pemasaran berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa Politeknik Negeri Malang. Hal ini menunjukkan bahwa pendidikan kewirausahaan yang memberikan dampak pada kepribadian mahasiswa melalui pengambilan resiko, efikasi diri, sikap, kontrol perilaku, kebutuhan berprestasi, proaktif, dan kepercayaan untuk mampu mengendalikan lingkungan dan pendidikan pemasaran yang meliputi pemahaman tentang orientasi inovasi, strategi *bottom-up*, metode pemasaran interaktif dan internal networking secara simultan mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa. Dari hasil penelitian ini dapat ditunjukkan bahwa pendidikan kewirausahaan dan pendidikan pemasaran yang diberikan kepada mahasiswa secara bersama-sama mampu meningkatkan minat mahasiswa untuk berwirausaha.

**Pendidikan Kewirausahaan Berpengaruh Signifikan Secara Parsial Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Politeknik Negeri Malang.**

Dari hasil analisis data terbukti bahwa secara parsial atau individual pendidikan kewirausahaan berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa Politeknik Negeri Malang.

Temuan ini sesuai dengan hasil penelitian Hala W. Hattab (2014) yang menemukan bahwa ada hubungan yang positif antara pendidikan kewirausahaan dan niat atau keinginan berwirausaha. Dari hasil penelitian ini dapat ditunjukkan bahwa pendidikan kewirausahaan yang diberikan kepada mahasiswa, ternyata mampu mempengaruhi atau meningkatkan minat mahasiswa untuk berwirausaha.

**Pendidikan Pemasaran Berpengaruh Signifikan Secara Parsial Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Politeknik Negeri Malang**

Berdasarkan hasil analisis data terbukti bahwa ada pengaruh signifikan pendidikan pemasaran terhadap minat berwirausaha mahasiswa Politeknik Negeri Malang. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh [Peltier](#) dan [Scovotti](#) (2010) yang mengemukakan bahwa pendidikan pemasaran yang lebih baik, akan meningkatkan ketertarikan siswa untuk menjadi seorang pengusaha atau pemilik usaha kecil. Dari hasil penelitian ini dapat ditunjukkan bahwa pendidikan pemasaran yang diberikan kepada mahasiswa Politeknik Negeri Malang mampu memberikan pengetahuan mengenai kunci prinsip pemasaran dalam konteks kewirausahaan, sehingga mahasiswa lebih tertarik atau berminat untuk berwirausaha.

## **KESIMPULAN DAN IMPLIKASI**

Kesimpulan hasil penelitian menunjukkan variabel pendidikan kewirausahaan dan pendidikan pemasaran secara simultan (bersama-sama) berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa Politeknik Negeri Malang. Secara parsial variabel pendidikan kewirausahaan berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa dan variabel pendidikan pemasaran berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa Politeknik Negeri Malang. Variabel yang paling besar (dominan) pengaruhnya terhadap minat berwirausaha mahasiswa adalah pendidikan kewirausahaan.

Implikasi penelitian :

Politeknik Negeri Malang disarankan agar dapat terus meningkatkan minat mahasiswanya untuk berwirausaha dengan cara terus memperbaiki pelaksanaan pendidikan kewirausahaan dan pendidikan pemasaran dalam hal ini mengenai metode pengajaran, kurikulum, kompetensi dosen dan lamanya waktu belajar sehingga dapat lebih menstimulasi minat berwirausaha pada mahasiswa.

Tenaga akademisi disarankan untuk mengembangkan penelitian yang relevan dengan menambahkan variabel bebas.

## **DAFTAR PUSTAKA**

Bhandari, Narendra C. (2006). Intention for Entrepreneurship among Students in India. *The Journal of Entrepreneurship*. 169-179.

Hattab, Hala W.(2014). Impact of Entrepreneurship Education on Entrepreneurial Intentions of University Students in Egypt, *Journal of Entrepreneurship March 2014 23:1-18*

Hermi, Utin Nina., Syarifah Novieyana & Desvira Zain (2011). Pengaruh Mata Kuliah Kewirausahaan Terhadap Minat Mahasiswa Menjadi Wirausaha Pada Program Studi Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Pontianak, *Jurnal Eksos*, Jul.2011,130-141.

<http://id.wikipedia.org/wiki/Kewirausahaan#PeranWirausahaDalamPerekonomianNasional>, diakses tanggal 10 Januari 2015.

<http://id.wikipedia.org/wiki/Pemasaran>, diakses 12 januari 2015  
<http://kbbi.web.id/minat>, diakses 12 januari 2015.

Husna, Nailal.,Yuhelmi,Mery Trianita (2015).Pengaruh Kepribadian dan Mata Kuliah Kewirausahaan terhadap Intensi Berwirausaha Pada Mahasiswa Penerima Dana Program Mahasiswa Wirausaha (PMW) di Fakultas Ekonomi Universitas Bung Hatta,*E-Jurnal Apresiasi Ekonomi Volume 3, Nomor 2, Mei 2015:167-171*.

Indriantoro, Nur.dan Bambang Supomo (2002). *Metodologi Penelitian Bisnis: Untuk Akuntansi dan Manajemen*, Edisi I, Yogyakarta: BPFE.

Ionita D. (2012). Entrepreneurial Marketing: A New Approach for Challenging Times, *Journal of Management and Marketing Challenges for the Knowledge Society*. 7(1): 131-150.

[James W. Peltier](#), [Carol Scovotti](#) (2010). Enhancing entrepreneurial marketing education: the student perspective, *Journal of Small Business and Enterprise Development*, Vol. 17 Iss: 4, pp.514 – 536.

Karimi, Saeid, Harm J.A. Biemans, Thomas Lans, Martin Mulder dan Mohammad Chizari. (2011). *The Role of Entrepreneurship Education in Developing Students' Entrepreneurial Intentions*.

Lestari, Retno Budi., Trisnadi Wijaya.(2012). Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa di STIE MDP, STMIK MDP dan STIE MUSI, *Jurnal Ilmiah STIE MDP*.Vol 1 No.2.hal.112-19

Mahanani, Hanum Risfi (2014). *Analisis Pengaruh Faktor Internal dan Faktor Lingkungan Eksternal Terhadap Minat Berwirausaha*, Skripsi tidak diterbitkan, Semarang. Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang.

Mwakujonga, Joshua dan Kembo M. Bwana (2013). Specializing in Entrepreneurship Field of Study on Entrepreneurial Intentions of University Students, *Journal of education and practice*. Vol.4, No.9, 2013.

Nursito, Sarwono dan Arif Julianto Sri Nugroho (2013).*Analisis Pengaruh Interaksi Pengetahuan Kewirausahaan dan Efikasi Diri Terhadap Intensi Kewirausahaan*, Kiat Bisnis vol.5, 149-158.

Priyatno, Dwi (2000). *Mandiri Belajar SPSS*, Yogyakarta: Mediakom.

- Remeikiene, Rita., Grazina Startiene, & Daiva Dumciuviene, (2013). Explaining entrepreneurial intention of university students: the role of entrepreneurial education, *Journal of Knowledge Management & Innovation*.299-307.
- Riduwan (2010). *Metode dan Teknik Penyusunan Tesis*. Cetakan ke-delapan, Bandung: Alfabeta.
- Rinawati, Anita., Sri Kustilah, Suroto, Laely Safingatul Umat (2015). *Analisis Pengaruh PMW dan Motivasi terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa di Universitas Muhammadiyah Purworejo*. Purworejo: Penelitian Dosen. Sindonews.com, diakses tanggal 5 Januari 2015.
- Stokes, David, (2000). Putting Entrepreneurship into Marketing. *Journal of Research in Marketing & Entrepreneurship*, Vol.2 No.1.
- Sunarya, Abas et.al. (2011). *Kewirausahaan*, Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Sugiono (2008). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta.
- Wahyono, Budi. (2015). Pengertian Minat Berwirausaha. <http://www.pendidikanekonomi.com/2014/07/pengertianminatberwirausaha>. diakses 15 Februari 2015.
- Zimmerer, Thomas W . (2004). *Pengantar Kewirausahaan dan Manajemen Bisnis Kecil*, Jakarta : PT Indeks Kelompok Gramedia.



**UNIVERSITAS GAJAYANA**  
**LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT**

Kampus : Jalan Merjosari - Dinoyo PO. BOX. 252 Malang  
Telp. (0341) 562411, 582168 Fax. (0341) 582168

**SURAT KETERANGAN**

Nomor: 001/SKet-Repos/LPPM-UNIGA/IV/2019


Ketua LPPM Universitas Gajayana Malang dengan ini menerangkan bahwa dosen tetap Universitas Gajayana Malang di bawah ini:

Nama : Prof. Dr. Ernani Hadiyati, S.E. M.S.

NIDN : 0009045808

Benar telah berpartisipasi dalam seminar seperti yang terdapat dalam lampiran surat keterangan ini. Bukti partisipasi berupa prosiding telah diunggah dalam E-Repository Dosen Universitas Gajayana Malang yang dapat diakses melalui tautan berikut:  
<http://ejournal.unigamalang.ac.id/index.php/RDOS/index>

Demikian surat keterangan ini dibuat, agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Malang, 18 April 2019  
Ketua LPPM  
  
Dr. Sugeng Mulyono, M.M.

NIDN. 0708106402

Lampiran Surat : No. 001/SKet-Repos/LPPM-UNIGA/IV/2019

**Tema Seminar dan Judul Artikel Ilmiah (Oral Presentation)  
Tahun 2014 - 2018**

No	Nama Pertemuan Ilmiah/Seminar	Judul Artikel Ilmiah	Waktu dan Tempat
1	<i>The 1<sup>st</sup> International Conference on Future Business Environment and Innovation 17<sup>th</sup> July 2014</i>	<i>The Characteristics of Entrepreneurship and Company, and also Entrepreneurship's Competence as Determinants of Business Performance in Small Midium Enterprises (SMEs)</i>	Universitas Muhammadiyah Malang (UMM), Jawa Timur Indonesia
2	<i>International Conference in Organizational Innovation (ICOI) August 12<sup>th</sup> – 14<sup>th</sup> 2014 at Manila, Philippines.</i>	<i>Students' Entrepreneurial Intention in Indonesia.</i>	De La Salle University Manila, Philippines.
3	Call for Papers Ejavac 2014. Mendorong Transformasi Ekonomi Jawa Timur Menuju Masyarakat Mandiri dan Dinamis 28 Oktober 2014	Model Implementasi Kebijakan Pemerintah Terhadap Daya Saing Dan Kinerja Produk Unggulan UMKM di Jawa Timur : Suatu Pendekatan Teori	Univ. Airlangga Surabaya Kerjasama Bank Indonesia
4	Call for Paper Seminar Nasional Kewirausahaan Inovasi Bisnis (SNKIB) V: 05 Mei 2015. Tema :	Strategi Pemasaran Kewirausahaan dalam Membangun Daya Saing Usaha Kecil Menengah (UKM) : Suatu Pendekatan Konsep.	Universitas Taruma Negara Jakarta.
5	<i>Presenter Poster. Annual Conference of MMRS UB. Pemasaan Rumah Sakit di Era Jaminan Kesehatan Nasional, Perlukah. 12-14 Nopember 2015. Hotel Atria Jln. Letjen S.Parman. No.87-89 Malang.</i>	Strategi Pemasaran Rumah Sakit : Suatu Pendekatan Konsep	Universitas Brawijaya Malang
6	Konferensi Nasional Riset Manajemen X di Lombok. <i>PPM School Of Management.</i> Dengan Tema : "Akselerasi Daya Saing Menuju Keunggulan Organisasi yang Berkelanjutan", tgl : 20-22 September 2016	Kajian Orientasi Kewirausahaan Dan Daya Saing Terhadap Kinerja Pemasaran dengan Model SEM Pada UKM Pengusaha Pondok Wisata (Homestay)	Hotel Lombok Raya Lombok (NTT) Jl. Panca Usaha 11, Mataram 83231
7	<i>National Conference of Business and Entrepreneurship Dengan Tema : Growing Entrepreneurial Spirit in Privat, Public and Social Sector., Tgl : 18-19 Mei 2017.</i>	Keberlanjutan Kewirausahaan dan Daya Saing UMKM Dalam Menghadapi MEA	Di Auditorium Universitas Ciputra Surabaya UC Town, Citraland, Surabaya.
8	Economic (EJAVEC) Forum 2017 Call for Paper dengan Tema :	Potensi Dan Strategi Pengembangan Agroindustri Gula Kelapa	Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas

	“ Mencari Sumber-Sember Pertumbuhan Ekonomi Baru Jawa Timur Untuk Meningkatkan Daya Saing Global” Tanggal :25-26 Oktober 2017	Di Kabupaten Lumajang Jawa Timur	Airlangga, Surabaya
9	Seminar Nasional Kewirausahaan dan Inovasi Bisnis, 3 Mei 2018. Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanegara, Jakarta.	Studi Pendidikan dan Kewirausahaan dan Pemasaran Terhadap Minat Mahasiswa Untuk Berwirausaha	Hotel Santika Premier, Jakarta.
10	Seminar Nasional dan Konferensi Forum Manajemen Indonesia Ke 10 Dengan Tema : “ <i>Innovation Technology and Social Scinece in Disruption Era</i> ” Hari/Tanggal : Rabu-Kamis/8-9 Nopember 2018	Studi Model <i>Entrepreneurial Marketing</i> dan Kinerja Usaha UKM Garmen Berbasis OVOP Dalam Menghadapi MEA di Propinsi Jawa Timur	Hotel Horizon Palembang

