

Program Studi :

Manajemen

LAPORAN
PENELITIAN STIMULIS UNIVERSITAS



**Pengaruh Pelatihan Pemasaran Dalam Meningkatkan Minat Berwirausaha
Anggota Pokdakan Sumber Rejeki (Ukm Peternak Iele di Desa Bangkok,
Gurah, Kediri**

Tim Peneliti

Nama Ketua : Hendrix Putra Extiyangshah (18.1.02.02.0037)

Nama Anggota :

1. Dhiyan Septa Wihara (0730098401)
2. Edy Djoko S (0715106203)

UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI

JULI dan 2022

Judul Penelitian : PENGARUH PELATIHAN PEMASARAN DALAM
MENINGKATKAN MINAT BERWIRAUSAHA ANGGOTA PODAKAN
SUMBER REJEKI DI DESA BANGKOK, KEDIRI

Ketua Peneliti

a. Nama lengkap : Hendrix Putra Extiyangshah
b. NISN : 18.1.02.02.0037
c. Jabatan Fungsional : Mahasiswa
d. Program Studi : Manajemen
e. No. HP : 082251433599
f. Alamat Surel : hndrix.putra@z@gmail.com

Anggota Peneliti 1

a. Nama lengkap : Dhiyan Septa Wihara
b. NIDN : 0730098401
c. Program studi : Manajemen

Anggota Peneliti 2 :

a. Nama lengkap : Edy Djoko S
b. NIDN : 0715106203
c. Program studi : Manajemen

Lama Penelitian : 4 bulan
Biaya penelitian : Rp 5.967.500,00

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi
dan Bisnis



Dr. Subagyo, M.M.
0717066601

Ketua Peneliti

Hendrix Putra E
18.1.02.02.0037

Menyetujui,

Ketua LPPM



(D. RR/ Forijati, M.Pd.)

0028016701

Daftar Pustaka

Ringkasan	v
Bab I.....	6
A. Latar Belakang	6
B. Rumusan Masalah	10
C. Tujuan Penelitian.....	10
D. Luaran penelitian.....	10
Daftar Pustaka.....	11

Ringkasan

Motivasi yang melatarbelakangi penelitian ini adalah untuk mengetahui pelatihan pemasaran anggota pokdakan sumber rejeki terhadap minat berwirausaha. Untuk mengetahui sebab akibat dalam permasalahan ini maka peneliti menggunakan pendekatan kuantitatif asosiatif. Dalam penelitian ini memiliki 2 variabel, yaitu pelatihan pemasaran untuk variabel independent kemudian minat berwirausaha untuk variabel dependent. Seluruh anggota pokdakan sumber rejeki bisa dikatakan populasi dan juga sampel karena anggota yang sedikit, maka semuanya bisa diklaim populasi dan sampe yang berjumlah 30 orang. Penelitian ini untuk mengetahui sebab akibat apakah pealtihan pemasaran berpengaruh terhadap minat berwirausaha, dan juga menggunakan aplikasi SPSS. Setelah melalui SPSS variabel X berpengaruh terhadap variabel Y. Nilai Signifikasi nya $0,00 < 0,05$ dan nilai koefisien determinasi yang mengatakan variabel independent mempengaruhi variabel dependent sebesar 0,446 atau sama dengan 44,6%. Dan sisanya sebesar 55,4% sisanya dipengaruhi oleh elemen berbeda yang dikecualikan dari ulasan ini.

Kata kunci : pelatihan pemasaran, minat berwirausaha, kuantitatif asosiatif.

Bab I.

Pendahuluan

A. Latar Belakang

Di era seperti saat ini yang tergolong zaman teknologi, kebutuhan ekonomi adalah hal yang paling utama, karena semua penopang kehidupan pada dasarnya adalah kebutuhan ekonomi. Maka dari itu kita harus benar benar paham akan situasi seperti sekarang ini yang sudah mengalami perkembangan dan perubahan yang cukup pesat seperti ekonomi berbasis digital. Ekonomi berbasis digital ini memiliki banyak manfaat bagi kalangan masyarakat, terutama bagi kalangan pengusaha, dengan adanya ekonomi berbasis digital ini pengusaha mampu mempermudah segala urusan yang berkaitan dengan bisnisnya, contohnya seperti pemasaran. Pemasaran adalah hal yang mengkaitkan kegiatan produksi dengan konsumsi. Adapun pemasaran ini terdiri dari berbagai kegiatan yang melibatkan konsumen, permintaan konsumen, penetapan harga, penerapan produk baru, periklanan, penentuan posisi, analisis pasar, umpan balik, review, pendistribusian, penjualan, komunikasi serta identifikasi perancangan (Amstrong, 2003). Pemasaran di era saat ini sudah melalui teknologi digital, ini sangat membantu pengusaha dalam pemasaran produknya, dengan pemasaran digital pengusaha mampu meningkatkan penjualan, menghemat biaya promosi, dan menjangkau pasar yang lebih luas

Dalam kondisi keuangan yang tak terduga seperti saat ini, dan penuh dengan tantangan, tentunya kemampuan berwirausaha adalah suatu hal yang sangat diperlukan saat ini. Kewirausahaan membutuhkan semangat dan tekad, jadi perlu wawasan dalam kewirausahaan, contohnya saja dalam sektor pemasaran, inovasi produk, dll. Menurut (Alma, 2010) mengatakan bahwa bisnis adalah siklus unik untuk menghasilkan kekayaan ekstra. Kelimpahan ekstra ini dibuat oleh visioner bisnis individu yang menghadapi tantangan,

menginvestasikan energi, dan memberikan tenaga kerja dan produk yang berbeda. Tenaga kerja dan produk yang dihasilkannya mungkin bukan barang dagangan baru melainkan harus memiliki kualitas baru dan bermanfaat dengan menggunakan aset kemampuan yang ada

Promosi adalah cara untuk mencapai hasil dalam siklus bisnis, terutama jika produk itu adalah produk lain dan akan segera berkenalan dengan calon klien. Dalam situasi unik ini, latihan menandai adalah latihan yang harus dilihat sebagai tujuan akhir untuk membingkai perhatian merek (perhatian merek terhadap) pembeli yang mungkin pada merek barang yang dihasilkan oleh anggota pokdakan sumber rejeki. Hal ini juga didasarkan pada literature pada bidang pemasaran bahwa kesadaran terhadap merek dapat membantu konsumen dalam mengambil keputusan pembelian (Macdonald, E. K., & Sharp, 2000), memacu perilaku pembelian ulang (Hoyer & Brown, 1990), dan pada gilirannya akan meningkatkan ekuitas merek (Huang & Sarigöllü, 2014). Selain branding hal yang menunjang lainnya adalah marketing, dengan adanya marketing ini penjualan produk pun akan menjadi lebih mudah, karena dapat diakses melalui internet, dan dapat menjangkau pasar yang lebih luas, dengan begitu permintaan produk itu sendiri akan meningkat

Budidaya ikan lele cukup dipastikan menjadi salah satu organisasi budidaya ikan yang menjanjikan. Peluang usaha ikan lele bisa dibilang menjadi salah satu pintu terbuka usaha produktif. Peternakan lele di Indonesia cukup banyak, namun hingga kini belum ada untuk menjawab persoalan daerah. Usaha budidaya ikan lele masih sangat terbuka dan kemungkinan dapat memberikan keuntungan besar. Bisnis budidaya ikan keli ini gampang dilaksanakan tetapi untuk pertimbangannya perlu ketekunan. Budidaya ikan keli bisa dipastikan dari pembibitan sampai tahap menuai. Peluang bisnis lele bisa dibilang sangat bagus juga produktif. Karena usaha bisnis lele ini dapat mendatangkan profit yang sangat menggiurkan. Usaha ini termasuk memiliki prospek sangat bagus dalam jangka ke depan. Desa Bangkok Kecamatan Gurah menjadikan salah satu pekerjaan sampingan mereka adalah beternak lele karena salah satu keunggulan pada desa Bangkok adalah ikan Lele, jadi masyarakat disana pun mendirikan sebuah kelompok budidaya ikan

(pokdakan). Melihat dari peluang yang ada, budidaya lele ini sangat menguntungkan untuk meningkatkan pendapatan masyarakat Desa Bangkok.

Desa Bangkok Kecamatan Gurah dalam menjalankan kegiatan aktivitas pemasarannya masih menggunakan cara konvensional, maka dari itu anggota pokdakan perlu adanya pelatihan dalam pemasaran, baik itu dalam marketing digital ataupun dalam *branding* produknya. Maka dari itu perlu adanya pelatihan pemasaran yang dimana gunanya adalah untuk memberikan edukasi kepada masyarakat Desa Bangkok bahwa saat ini pemasaran sudah dilakukan secara digital, dengan ada pelatihan pemasaran yaitu branding produk dan juga digital marketing diharapkan masyarakat Desa Bangkok menjadi lebih paham akan kemajuan ekonomi berbasis digital, lebih mudah dalam pemasaran produk, karena menggunakan media online dengan begitu dapat menjangkau pasar yang lebih luas, dan juga lebih mudah terjual karena memiliki brand produk sendiri.

Dalam menjalankan usaha itu tidak serta merta hanya mengandalkan kegiatan memproduksi saja, kalau dikaitkan dengan anggota pokdakan ini berarti hanya memanen jika ikan sudah siap panen, karena kegiatan yang paling penting adalah kegiatan pemasaran, karena di dalam pemasaran itu ada yang namanya branding produk, inovasi produk, dan wadah pemasaran secara digital yang gunanya untuk mengenalkan kepada masyarakat tentang inovasi produk olahan lele melalui media online dengan penguatan brand produk, dengan adanya ragam manfaat pelatihan pemasaran diharapkan masyarakat desa Bangkok akan lebih berminat dalam berwirausaha. Hal ini sesuai dengan penelitian (Isnaini et al., n.d.) yang berjudul *Pelatihan Penguatan Brand serta Penggunaan Digital Marketing* bagi Kelompok Batik Sariwarni Kabupaten Madiun. Dari hasil penelitian dari Catur Sugiarto (2019) yang berjudul “*Pelatihan Branding Sebagai upaya Meningkatkan Efektivitas Pemasaran Nugget Lele Desa Mojogedang*”, menunjukkan bahwa adanya pengaruh pelatihan branding terhadap efektivitas dalam pemasarannya (Sugiarto, 2020). Hal ini diperkuat juga oleh hasil penelitian dari Nurul Khotimah (2016) dengan judul “*Pengaruh Pelatihan Keterampilan Terhadap Minat Berwirausaha Pada*

Masyarakat Muslim Desa Panca Kec. Pondok Kelapa Kab. Bengkulu Tengah” yang menggunakan pendekatan kuantitatif asosiatif, yang menunjukkan bahwa berdasarkan pendekatan kuantitatif asosiatif, pengaruh pelatihan keterampilan berpengaruh pada minat berwirausaha (Khotimah, n.d.). Hasil ini didukung dengan penelitian dari Achmad Syaifudin (2016) dengan judul “Pengaruh Kepribadian, Lingkungan Keluarga dan Pendidikan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Program Studi Akuntansi Negeri” dari hasil penelitian menggunakan Teknik analisis analisis data dengan regresi linear sederhana dan regresi linear berganda, hasil penelitian ini adalah bahwa adanya pengaruh kepribadian, lingkungan keluarga, dan pendidikan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha (Syaifudin, 2016).

Kelompok Budidaya Ikan Sumber Rejeki atau bisa disingkat "POKDAKAN" Sumber Rejeki adalah perkumpulan yang terdiri dari individu-individu Desa Bangkok yang memiliki usaha sampingan, khususnya beternak ikan lele. Silaturahmi ini didirikan pada tahun 2017 dan berencana merangkul masyarakat sekitar kota untuk bekerjasama dalam mendorong usaha budidaya ikan lele yang diklaim oleh warganya. Hadirnya gathering ini sangat bermanfaat bagi para peternak dalam mengelola permasalahan yang dialami oleh para peternak lele mulai dari pembangunan, promosi pengurus, hingga administrasi pascakoleksi. Saat ini POKDAKAN Sumber Rejeki memiliki 29 individu dengan lahan terbangun seluas 16ha. Pada awal kegiatannya 2017 anggota pokdakan ini masih melakukan aktivitas nya secara konvensional, contohnya seperti hanya mendapatkan pendapatannya dari hasil pasca panen saja, maka dari itu saat ini anggota pokdakan sumber rejeki melakukan pelatihan kewirausahaan khususnya dalam bidang pemasaran, dengan adanya pelatihan ini diharapkan anggota pokdakan dapat mengikuti perkembangan zaman yang semakin maju..

Jadi, untuk menjawab permasalahan tersebut, kami melakukan pelatihan pemasaran kepada anggota pokdakan sumber rejeki yang dimana dengan mengembangkan metode dalam pemasaran produk nya melalui digital marketing dan juga branding produk. Maka dalam memecahkan masalah

tersebut Tim Mathcing Fund memiliki ide untuk melakukan suatu penelitian yang berjudul “Pengaruh Pelatihan Pemasaran Dalam Meningkatkan Minat Berwirausaha Anggota Pokdakan Sumber Rejeki (Ukm Peternak lele di Desa Bangkok, Gurah,Kediri).

B. Rumusan Masalah

1. Apakah pelatihan pemasaran anggota pokdakan berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha?
2. Seberapa besar pengaruh pelatihan pemasaran anggota pokdakan terhadap minat berwirausaha?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis :

1. Untuk menganalisis pengaruh signifikan dari pelatihan pemasaran terhadap minat berwirausaha pada anggota pokdakan sumber rejeki
2. Untuk menganalisis seberapa besar pengaruh signifikan pelatihan pemasaran terhadap minat berwirausaha anggota pokdakan sumber rejeki

D. Luaran penelitian

Informasi ilmiah hasil penelitian ini disebarluaskan dengan dipublikasikan pada jurnal STIE Mahardika, terindek SINTA 5.

Daftar Pustaka

- Agus, S. (2004). Manajemen Keuangan, Teori, dan Aplikasinya. *BPFE UGM*, 2. Yogyakarta
- Alma, B. (2010). Kewirausahaan. *Alfabeta*. Jakarta
- Amstrong, K. dan. (2003). Manajemen Imbalan, strategi dan Praktik Remunerasi. In *PT Gramedia* Buku pertama.
- Bimo, W. (2004). Pengantar Psikologi Umum. In *Andi Offset*. Jakarta
- Hendro. (2011). Dasar - dasar kewirausahaan. In *erlangga*. Jakarta
- Isnaini, W., Setiawan, D., Ihda, N., & Nisa, F. (n.d.). *Pelatihan Penguatan Brand serta Penggunaan Digital Marketing bagi Kelompok Batik Sariwarni Kabupaten Madiun*. 53–60.
- Kasmir. (2011). *Kewirausahaan*. Raja Grafindo Persada. Jakarta
- Kotler, P. (2010). *Manajemen Pemasaran Jilid I*. Jakarta: Erlangga.
- M Ngalim, P. (2011). *Psikologi Pendidikan*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Macdonald, E. K., & Sharp, B. M. (2000). Brand Awareness Effects on Consumer Decision Making for a Common, Repeat Purchase Product. *Journal of Business Research*.
- Rusiadi, subiantoro, H. (2016). *Konsep Kasus, dan Aplikasi SPSS, Eview, Amos, Lisrel*.
- Slameto. (2010). Belajar dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhinya. In *Rineka Cipta*.
- Sugiarto, C. (2020). Pelatihan Branding Sebagai upaya Meningkatkan Efektivitas Pemasaran Nugget Lele Desa Mojogedang. *SEMAR (Jurnal Ilmu Pengetahuan, Teknologi, Dan Seni Bagi Masyarakat)*, 8(2), 1–5.
<https://doi.org/10.20961/semar.v8i2.40203>
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif, dan R&D*.

Alfabeta CV.

Syaifudin, A. (2016). *Pengaruh Kepribadian, Lingkungan Keluarga dan Pendidikan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Program Studi Akuntansi Negeri Yogyakarta.*

Tedjasutisna., A. (n.d.). *Memahami Kewirausahaan SMK Tingkat I. Amirco.*