

MOTIVASI MAHASISWA BERWIRAUSAHA

DI KOTA PALEMBANG

SKRIPSI



Nama : Meta Desri Yana

NIM : 212016049

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

2020

MOTIVASI MAHASISWA BERWIRAUSAHA

DI KOTA PALEMBANG

**Diajukan Untuk Menyusun Skripsi Pada
Program Strata Satu Fakultas Ekonomi Dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Palembang**



Nama: Meta Desri Yana

NIM: 212016049

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

2020

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Meta Desri Yana

Nim : 212016049

Konsentrasi : Pemasaran

Judul penelitian : Motivasi Mahasiswa Berwirausaha di Kota Palembang

Dengan ini saya menyatakan:

1. Karya tulis ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik sarjana strata 1 baik di universitas Muhammadiyah Palembang maupun di perguruan tinggi lain.
2. Karya tulis ini adalah murni gagasan, rumusan dan penelitian saya tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan pembimbing.
3. Dalam karya tulis ini terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidak benaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang diperoleh karena karya ini serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi ini.

Palembang, 31 Oktober 2019



Meta Desri Yana
Meta Desri Yana

Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah
Palembang

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Judul : **Motivasi Mahasiswa Berwirausaha Di Kota Palembang**

Nama : Meta Desri Yana
Nim : 212016049
Fakultas : Ekonomi
Program Studi : Manajemen
Konsentra : Pemasaran

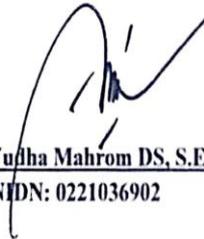
Diterima dan Disahkan
Pada Tanggal

Pembimbing I,



Dr. Diah Isnaini A, S.E., M.M
NIDN: 0207046301

Pembimbing II,



Yudha Mahrom DS, S.E., M.Si
NIDN: 0221036902

Mengetahui
Dekan

U.B. Ketua Program Studi Manajemen



Zaleha Yrihandayani, S.E., M.Si
NIDN: 0229057501

HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO:

“Dua Musuh Terbesar Kesuksesan Ialah Penundaan Dan Alasan ”

PERSEMBAHAN:

Dengan cinta dan ridho Allah SWT kupersembahkan Skripsi ini khusus kepada:

- ❖ Kedua Orang Tuaku Tercinta, Yanto dan Rusdiana Serta dua saudara perempuanku Sinta dan Novela
- ❖ Dosen Pembimbingku Dr. Diah Isnaini Asiati, S.E.,M.M dan Yudha Mahrom DS, S.E., M.Si
- ❖ Keluarga Besarku
- ❖ Teman Terdekatku Nopri dan Teryy Terima Kasih Telah Berjuang Bersama.
- ❖ Teman-teman kosanku (Vei, sulis, nanda) , Grup Sempro (Fika, defi, tyas, sastria)
- ❖ Teman-teman Posko 105 kelurahan 14 Ulu
- ❖ Teman-teman Prodi Manajemen Angkatan 2016
- ❖ Almamater Tercinta Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang

PRAKATA

Puji syukur kehadiran Allah SWT atas segala berkat dan RahmatNya sehingga tugas akhir yang berjudul **Motivasi Mahasiswa Berwirausaha Di Kota Palembang** dapat diselesaikan dengan tepat waktu.

Kewirausahaan merupakan suatu hal yang penting dalam pembangunan ekonomi. Apabila menginginkan Negara Indonesia maju seperti Negara lain maka harus mengembangkan pembangunan kewirausahaan mulai dari sekarang. Entah itu dimulai dari sistem pendidikan mulai dari usia dini sampai ke perguruan tinggi harus membuat mereka bisa melihat adanya peluang bisnis yang menguntungkan untuk mereka dan juga masyarakat.

Dalam menyelesaikan Tugas akhir ini tentu banyak didapatkan bantuan dari berbagai pihak. Untuk itu pada kesempatan ini penulis ucapkan terima kasih terutama kepada Ayah, Yanto dan Rusdiana yang telah memberikan doa, motivasi, kasih sayangnya yang tiada henti kepada saya.

Ucapan terima kasih juga penulis sampaikan kepada:

1. Drs. H. Fauzi Ridwan, M.M, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
2. Zaleha Tri handayani, S.E., M.Si, selaku ketua Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Palembang.
3. Dr. Diah Isnaini Asiati, S.E.,M.M dan Yudha Mahrom DS, S.E.,M.Si, selaku Dosen Pembimbing Skripsi
4. Hj. Maftuhah Nurrahmi, S.E.,M.Si dan Nadia Afrilliana, S.E., M.Si, selaku Dosen Penelaah
5. Responden yang telah membantu dalam mengisi koesioner
6. Dosen/staf Pengajar, staf akademik dan tata usaha Fakultas Ekonomi dan Bisnis
7. Sahabat-sahabatku dan teman-teman dari prodi Manajemen dan Akuntansi
8. Semua pihak yang telah membantu terselesaikannya tugas akhir ini.

Disadari bahwa apa yang telah penulis sampaikan dalam tugas akhir ini masih jauh dari kata sempurna. Dengan demikian Semoga tugas akhir ini dapat bermanfaat bagi penulis pada khususnya dan pembaca pada umumnya.

Penulis

Meta Desri Yana

DAFTAR ISI

Halaman Sampul Luar.....	i
Halaman Judul.....	ii
Halaman Pernyataan Bebas Plagiat.....	iii
Halaman Pengesahan Skripsi	iv
Halaman Persembahan dan Motto	v
Halaman Prakarta	vi
Halaman Daftar Isi	viii
Halaman Daftar Tabel	x
Halaman Daftar Gambar	xi
Halaman Daftar Lampiran.....	xii
Abstrak	xiii

BAB I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	9
C. Tujuan Penelitian	10
D. Manfaat Penelitian	10

BAB II. KAJIAN KEPUSTAKAAN DAN HIPOTESIS

A. Landasan Teori	11
B. Penelitian Sebelumnya.....	19
C. Hipotesis	24

BAB III. METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian	25
B. Lokasi Penelitian.....	26
C. Operasionalisasi Variabel	26
D. Populasi Dan Sampling.....	26
E. Data Yang Diperlukan	28
F. Metode Pengumpulan Data	29

G. Analisis Data Dan Teknik Analisis	30
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Hasil Penelitian	23
B. Pembahasan Hasil Penelitian	49
BAB V	
A. Simpulan	61
B. Saran	61
DAFTAR PUSTAKA	62
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel I.1 Jumlah Mahasiswa Berdasarkan Sudah /Belum Ikut Kuliah Kewirausahaan	7
Tabel I.2 Alasan Tidak Berminat Menjadi Wirausaha.....	8
Tabel III.1 Definisi Operasionalisasi Variabel Penelitian.....	24
Tabel IV.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	35
Tabel IV.2 Hasil Uji Validitas Pemicu Psikologis.....	36
Tabel IV.3 Hasil Uji Validitas Pemicu Emosional	39
Tabel IV. 4 Hasil Uji Validitas Pemicu Lingkungan	40
Tabel IV. 5 Hasil Uji Reabilitas	41
Tabel IV.6 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Pemicu Psikologis	42
Tabel IV.7 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Pemicu Emosional.....	43
Tabel IV.8 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Pemicu Lingkungan...	44
Tabel IV. 9 Hasil Uji Proporsi Pemicu Psikologis	45
Tabel IV. 10 Hasil Uji Proporsi Pemicu Emosional	46
Tabel IV. 11 Hasil Uji Proporsi Pemicu Lingkungan	48

DAFTAR GAMBAR

Gambar II.1 Model Perilaku Konsumen	13
Gambar II.2 Model faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen	14
Gambar II.3 model proses motivasi	16
Gambar IV.1 Hasil Analisis Secara Keseluruhan	59

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Jadwal Penelitian

Lampiran 2: Kuesioner

Lampiran 3: Tabulasi Data Validitas dan Reliabilitas

Lampiran 4: Hasil Uji Validitas dan Reabilitas

Lampiran 5: Tabulasi Jawaban Responden

Lampiran 6: Hasil Uji Hipotesis Proporsi SPSS

Lampiran 7: Tabel Z

Lampiran 8: Kartu Aktivitas Bimbingan

Lampiran 9: Surat Selesai Riset

Lampiran 10: Sertifikat AIK

Lampiran 11: Sertifikat Toefl

Lampiran 12: Plagiarism Cheker

Lampiran 13: Lembar Persetujuan Skripsi

Lampiran 14: Lembar Data Persetujuan Ujian Kompre

ABSTRAK

Meta Desri Yana/212016049/2020/Motivasi Mahasiswa Berwirausaha Di Kota Palembang/manajemen pemasaran

Rumusan masalah dalam penelitian ini bagaimana motivasi mahasiswa berwirausaha di Kota Palembang. Penelitian ini dilakukan dengan tujuan Untuk mengetahui motivasi mahasiswa berwirausaha di kota Palembang. Jenis penelitian ini bersifat Deskriptif. Sampel yang digunakan sebanyak 97 mahasiswa dengan teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah primer. Metode pengumpulan data yang digunakan melalui kuesioner (Angket). Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah Hipotesis Proporsi. Hasil penelitian ini menunjukkan 1) ada pembentuk signifikan pemicu Psikologis terhadap motivasi mahasiswa berwirausaha di kota Palembang. 2) ada pembentuk signifikan pemicu emosional terhadap motivasi mahasiswa berwirausaha di kota Palembang. 3) tidak ada pembentuk signifikan pemicu lingkungan terhadap motivasi mahasiswa berwirausaha di kota Palembang.

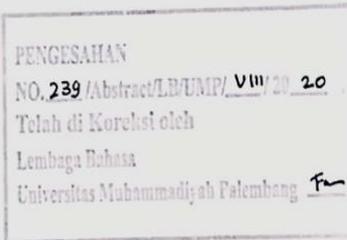
Kata kunci: pemicu psikologis, pemicu emosional, pemicu lingkungan

ABSTRACT

Meta Desri Yana / 212016049/2020 / Student Entrepreneurship Motivation in Palembang City

The formulation of the problem in this study was how was the motivation of entrepreneurship students in Palembang. This research was conducted with the aim to determine the motivation of entrepreneurship students in Palembang. This type of research was descriptive. The sample used was 97 students chosen by using purposive sampling technique. The data used in this study was primary data. Data collection methods used was through questionnaires (Questionnaire). The analysis technique used in this study was Proportion Hypothesis. The results of this study indicated that 1) there was a significant form of psychological trigger for student entrepreneurship motivation in Palembang. 2) there were significant emotional triggers towards student entrepreneurship motivation in Palembang. 3) there are no significant formers of environmental triggers for student entrepreneurship motivation in Palembang.

Keywords: *psychological triggers, emotional triggers, environmental triggers*



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pemasaran adalah hal yang sangat mendasar dan penting untuk dipahami oleh setiap pelaku dunia usaha karena berhasil atau tidaknya perusahaan dalam mempertahankan dan mengembangkan usahanya tergantung pada bagaimana cara perusahaan dalam memasarkan barang atau jasa, sehingga dapat diterima oleh konsumen. Perusahaan dituntut untuk bekerja lebih efektif dan efisien agar dapat memberikan kualitas barang atau jasa yang lebih unggul dan dapat menentukan strategi yang tepat.

Satu konsep pemasaran yang harus di ketahui oleh suatu organisasi atau perusahaan adalah perilaku konsumen. Kotler dan Keller (2009:166) perilaku konsumen adalah studi tentang bagaimana individu dan bagaimana barang, jasa, ide atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka. Perilaku konsumen adalah hal yang mendasari konsumen untuk membuat keputusan pembelian. Ketika memutuskan akan membeli suatu barang atau jasa, tentu konsumen akan selalu memikirkan terlebih dahulu barang atau jasa yang akan dibeli, mulai dari harga, kualitas, dan fungsi dari barang atau jasa tersebut. kegiatan memikirkan dan mempertimbangkan barang sebelum membeli termasuk kedalam perilaku konsumen. Perilaku konsumen sangat berpengaruh dengan pembelian dan penjualan barang atau jasa, dikarenakan konsumen tidak ingin salah dalam membeli suatu barang atau jasa, maka dari itu perilaku konsumen diperlukan.

Perilaku konsumen merupakan kegiatan yang berkaitan erat dengan proses pembelian suatu barang atau jasa. Dimana yang termasuk dikategorikan perilaku konsumen yaitu jenis, proses, dan cara mengetahui masalah konsumen yang sering terjadi ketika melakukan pembelian. Dalam keputusan pembelian konsumen akan membeli barang sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya, dimana dilihat dari atribut dari barang atau jasa sebagai dasar pengambilan keputusan. Konsumen membuat banyak keputusan pembelian setiap hari. Kebanyakan perusahaan meneliti keputusan pembelian konsumen secara sangat rinci untuk menjawab pertanyaan tentang apa yang dibeli konsumen, dimana mereka membeli, bagaimana dan berapa banyak yang mereka beli, kapan mereka membeli dan mengapa mereka membeli. Pemasar dapat mempelajari perilaku konsumen yang sebenarnya untuk menemukan apa yang mereka beli, dimana, dan berapa banyak. Tetapi mempelajari tentang mengapa terjadi suatu perilaku pembelian konsumen tidaklah mudah jawabanya sering terkunci jauh di dalam pemikiran konsumen.

Keputusan pembelian konsumen adalah bagian terpenting dari pemasaran tetapi sering kali konsumen sendiri tidak mengetahui secara pasti apa yang mempengaruhi pembelian mereka oleh sebab itu oleh pemasar harus mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen. Seseorang memiliki banyak kebutuhan pada setiap waktu tertentu. Sebagian kebutuhan bersifat biogenik. Kebutuhan yang demikian berasal dari keadaan psikologis berkaitan dengan tensi atau ketegangan seperti rasa lapar, haus, tidak senang. Kebutuhan yang lain bersifat psikogenik. Kebutuhan yang demikian berasal

dari keadaan psikologis berkaitan dengan tensi seperti kebutuhan akan pengakuan, penghargaan, atau rasa kepemilikan. Sebagian Besar kebutuhan

psikogenik tidak cukup kuat untuk memotivasi orang tersebut untuk bertindak secara langsung. Suatu kebutuhan menjadi motif atau dorongan adalah kebutuhan yang cukup untuk mendorong seseorang agar bertindak. Menurut Thamrin dan Francis (2018) motivasi adalah kebutuhan yang cukup untuk mendorong seseorang agar bertindak.

tivasi sangat diperlukan untuk berwirausaha, karena Kebanyakan orang yang berhasil dalam segala hal mempunyai motivasi yang kuat untuk mendorong tindakan-tindakan mereka. Motivasi berwirausaha juga menjadi suatu pendorong meningkatnya minat seseorang dalam berwirausaha. Tingkat keberhasilan berwirausaha tergantung seberapa besar motivasi yang ada di dalam diri orang tersebut. Jadi semakin besar motivasi yang dimiliki seseorang, maka akan semakin besar pula usaha untuk mewujudkan tujuannya. Motivasi untuk berwirausaha juga bisa kita dapatkan di lingkungan perguruan tinggi, lingkungan masyarakat, serta lingkungan keluarga yang berperan penting dalam mempengaruhi minat seseorang terhadap sesuatu yang akan dilakukannya di masa yang akan datang, termasuk dalam hal berwirausaha. Wirausaha yaitu sumber daya manusia yang memiliki kemampuan yang kreatif, inovatif, dinamis, dan proaktif terhadap tantangan yang ada. Setiap individu harus berusaha untuk menjadi produktif, memiliki kemandirian yang tinggi, mampu melihat peluang dan tantangan yang ada, mampu memiliki kemampuan dalam pengambilan keputusan, mampu memahami dan mengimplementasikan Manajemen bisnis,

serta berguna dan memberikan manfaat baik untuk dirinya maupun untuk orang lain, organisasi, masyarakat, dan negara. Wirausaha memiliki peran yang besar dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat di Indonesia seperti Terciptanya lapangan pekerjaan merupakan salah satu peran dari seorang wirausaha. Adanya lapangan pekerjaan yang diciptakan oleh para wirausaha tentunya dapat membantu perekonomian masyarakat, sehingga dengan terciptanya lapangan pekerjaan bagi masyarakat akan dapat mengurangi tingkat kriminalitas yang ada di masyarakat. Mengurangi tingkat pengangguran masyarakat, dan usaha yang didirikan oleh para wirausaha tentunya dapat membantu masyarakat yang tidak mempunyai pekerjaan dengan cara menyerap tenaga kerja mereka untuk membantu kelangsungan atau proses dari usaha yang didirikan oleh wirausaha tersebut. Meningkatkan pendapatan masyarakat. Pendapatan/hasil yang diperoleh dari wirausaha, masyarakat setidaknya dapat memenuhi kebutuhan hidup mereka.

Menteri perdagangan Enggartiaso Lukita, mengatakan berdasarkan laporan *Global Entrepreneurship Index*, Indonesia menduduki peringkat 94 dari 137 negara yang jauh di bawah negara-negara ASEAN lainnya seperti Singapura, Malaysia, Thailand, dan Filipina yang menduduki peringkat 27, 58, 71, dan 84. Pada tahun 2018 di negara maju rata-rata 14% dari total penduduk usia kerja adalah *entrepreneur*, sementara Indonesia hanya mampu mencapai 3,1%. Hal ini menunjukkan masih rendahnya tingkat kewirausahaan Indonesia. Apabila wirausaha yang ada di Indonesia dapat bertambah dari tahun ke tahun maka kemiskinan dan pengangguran dapat berkurang, dan kehidupan masyarakat pun menjadi sejahtera. Mengkombinasikan faktor-faktor produksi, Seorang

wirausaha merupakan orang yang kreatif dan inovatif. Karena seorang wirausaha mampu untuk mengatur dan mengolah, serta menggabungkan antara sumber daya manusia dan sumber daya alam menjadi bermanfaat.

Seorang wirausaha mampu mencari peluang-peluang yang baru dan tidak pernah ragu untuk mencoba/menciptakan hal-hal baru. Meningkatkan produktivitas. Banyaknya wirausaha yang bermunculan di negara Indonesia tentunya dapat meningkatkan produktivitas dari berbagai produk yang diciptakan oleh para wirausaha. Produk-produk tersebut nantinya dapat bermanfaat bagi kehidupan masyarakat. Sehingga para wirausaha yang melihat peluang tersebut dapat berlomba-lomba untuk mencari inovasi yang lebih baru lagi, Wirausaha juga memiliki peranan penting untuk menjadikan masyarakat lebih kreatif dan mandiri. Dengan adanya wirausaha masyarakat dapat mempunyai kemampuan untuk menciptakan dan menyediakan produk yang bernilai tambah atau inovasi-inovasi yang baru sehingga dapat menjadikan masyarakat lebih kreatif dalam menyampaikan ide-ide dan kreasinya. Mereka bisa menciptakan barang yang dirasa perlu dan penting untuk kesejahteraan masyarakat itu sendiri sehingga tidak perlu mengimpor dari luar negeri. Selain itu masyarakat tidak tergantung dengan pemerintah seperti tenaga kerja negeri (PNS) hal ini akan membuat perekonomian negara menjadi lebih baik. Usaha-usaha yang dimiliki oleh para wirausaha tentunya dapat menarik investor asing untuk berinvestasi atau menanamkan modalnya di Indonesia. Seperti contohnya dari negara maju yaitu negara Cina yang berinvestasi di Indonesia.

Adanya investor asing seperti itu maka akan dapat menambah devisa negara dan membantu perekonomian masyarakat di Indonesia.

Wirausaha juga tidak terlepas dari usaha kecil. Wirausaha seringkali dikaitkan dengan situasi kegiatan bisnis seseorang yang dimulai dalam skala usaha kecil dan umumnya dikelola sendiri. Usaha kecil menengah (UKM) selalu digambarkan sebagai sektor yang mempunyai peranan penting dalam pembangunan perekonomian di Indonesia. Industri kecil menyumbang pembangunan dengan berbagai jalan, menciptakan kesempatan kerja, untuk perluasan angkatan kerja, urbanisasi, dan menyediakan fleksibilitas kebutuhan serta inovasi dalam perekonomian secara keseluruhan. Pemberdayaan usaha kecil merupakan kunci bagi kelangsungan hidup sebagian besar masyarakat Indonesia. Usaha kecil dapat digunakan sebagai penggerak utama dalam mempercepat pemulihan perekonomian Indonesia dan berfungsi sebagai kunci pemacu ekspor serta peningkatan kesejahteraan masyarakat Indonesia.

Untuk menggerakkan tumbuhnya wirausahawan terutama di kalangan generasi muda, diajukan pertanyaan kepada 78 mahasiswa Fakultas Ekonomi di Kota Palembang yang dihubungkan dengan keikutsertaan mahasiswa dalam mata kuliah kewirausahaan. Hal ini disebabkan karena mata kuliah kewirausahaan merupakan salah satu pengetahuan yang diharapkan dapat mendorong minat generasi muda menjadi wirausahawan. Hasil jawaban yang diperoleh ditampilkan dalam tabel berikut:

Tabel I.1**Jumlah Mahasiswa Berdasarkan Sudah/Belum Ikut Kuliah Kewirausahaan**

No	Keterangan	Ya (orang)
1	Sudah ikut mata kuliah kewirausahaan	37
2	Belum ikut mata kuliah kewirausahaan	41
	Jumlah	78

Sumber: wawancara pendahuluan, 2019

Berdasarkan tabel I.1 diatas tampak terdapat 47,44% responden yang sudah pernah mengikuti mata kuliah kewirausahaan. Kelompok yang pernah mengikuti mata kuliah kewirausahaan ini menyatakan suka menjadi wirausahawan. Sedangkan sisanya sebanyak 52,56% responden belum pernah mengikuti mata kuliah kewirausahaan, dan kelompok ini memang tidak/belum berminat menjadi wirausaha. Oleh karena itu selanjutnya terhadap kelompok ini ditanyakan alasan kenapa tidak suka menjadi wirausaha. Hasil jawaban ditampilkan dalam tabel berikut:

Tabel 1.2**Alasan Tidak Berminat Menjadi Wirausaha**

No	Alasan	Jumlah
1	Tidak mempunyai modal	11
2	Banyak pesaing	10
3	Takut gagal	9
4	Bingung usaha apa	6
5	Tidak bisa membagi waktu	5

Sumber: wawancara pendahuluan, 2019

Tabel I.2 diatas merupakan jawaban alasan responden tidak berminat berwirausaha yang dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Tidak mempunyai modal

Berwirausaha selalu dipersepsikan memiliki modal yang banyak sehingga tanpa modal orang merasa tidak mungkin dapat berwirausaha. Padahal modal bukanlah kendala utama, bahkan tanpa modal orang dapat saja membangun kegiatan usaha. Banyak usaha dapat dikembangkan dengan modal yang tidak besar, kalau pun memerlukan modal besar, banyak lembaga penyedia dana yang dapat memfasiliasinya.

2. Banyak pesaing

Tidak ada kegiatan yang sepi pesaing, menjadi apa pun selalu ada pesaing. Menjadi pegawai/karyawan juga melewati proses seleksi yang berarti berusaha mengalahkan pesaing. Bahkan membangun karier ketika sudah menjadi pegawai/karyawan pun berhadapan dengan pesaing. Oleh karena itu wajar jika membangun usaha pun memiliki pesaing, yang diperlukan adalah bagaimana melihat kelemahan dan kekuatan pesaing untuk membuat usaha yang ditekuni lebih unggul.

3. Takut gagal

Sebuah keputusan selalu diikuti satu dari dua pilihan yaitu berhasil atau gagal. Tidak ada orang yang 100% selalu berhasil atau 100% selalu gagal. Berhasil dan gagal selalu menjadi hasil yang silih berganti terjadi, berhasil biasanya diperoleh setelah belajar dari kegagalan. Membangun usaha yang

berhasil tentu juga sekaligus melewati kegagalan. Tidak ada usaha yang dapat dikembangkan dengan mulus dan lancar dari awal hingga akhir.

4. Bingung usaha apa

Banyak hal tidak dapat diketahui dengan baik. Akan tetapi dengan belajar maka sesuatu dapat diketahui dengan baik. Demikian juga dalam mengembangkan usaha, banyak yang dapat dipelajari untuk memilih usaha yang baik serta cara-cara mengembangkannya.

5. Tidak bisa membagi waktu

Tidak mungkin ada beberapa kegiatan yang kita jadikan focus sekaligus. Berwirausaha adalah pilihan, dan jika pilihan sudah diputuskan maka langkah-langkah selanjutnya adalah menentukan skala prioritas mana yang harus dikerjakan lebih dulu. Apabila skala prioritas telah ditentukan maka itulah cara belajar membagi waktu.

Jawaban-jawaban di atas menggambarkan motivasi, khususnya motivasi internal mahasiswa memilih bidang kewirausahaan. Tampaknya jawaban-jawaban tersebut cenderung menjadi sesuatu yang membuat mahasiswa tidak bersedia melakukan kegiatan kewirausahaan, Oleh karena itu menjadi kajian yang menarik apabila dilakukan penelitian tentang Motivasi Mahasiswa Berwirausaha di Kota Palembang

B. Rumusan Masalah

Bedasarkan latar belakang permasalahan yang telah diketahui diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana motivasi mahasiswa berwirausaha di Kota Palembang

C. Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui motivasi mahasiswa berwirausaha di kota Palembang

D. Manfaat penelitian

1. Bagi Penulis

Sebagai pengetahuan untuk mengembangkan ilmu berdasarkan teori yang diperoleh di bangku kuliah dalam konsentrasi pemasaran, khususnya dalam hubungannya dengan motivasi konsumen dalam berwirausaha.

2. Bagi Almamater

Hasil penelitian bisa digunakan sebagai gambaran dan pengetahuan untuk peneliti selanjutnya yang memiliki topik yang sama

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad Tri Atmaja, Margunani. (2016). Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan dan Aktivitas Wirausaha Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Universitas Negeri Semarang. *Economic Education Analysis Journal*. 5(3):774-786.
- Anik Ariyani.(2018), Pengaruh Motivasi dan Mental Berwirausaha terhadap Minat Berwirausaha. *Jurnal Pengembangan wisata*. 20(2):95-105.
- Ervita Safitri dan Zuhriyah. (2017). *Statistik 2*. Palembang: Universitas Muhammadiyah Palembang.
- Feby Putri Candi dan Trianggoro Wiradinata.(2018), Pengaruh Motivasi, Berwirausaha, Pendidikan Kewirausahaan, dan lingkungan Keluarga terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Universitas Ciptura. *Jurnal Manajemen dan Star-Up Bisnis*. 3(3):271-278.
- Iqbal Hasan. (2012), *Pokok-pokok Materi Statistik 1 (statistic deskriptif)*. Jakarta: Bumi Aksara
- Josia Sanchaya Hendrawan, Hani Sirine.(2017), Pengaruh Sikap Mandiri, Motivasi, Pengetahuan Kewirausahaan terhadap Minat Berwirausaha. *Asian Journal Innovation and entrepreneurship*. 2(3):291-311.
- Kotler Philip dan Kevin Lane Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Indonesia: Erlangga.
- Rusmiati, Donny Teguh Santoso Junias, Munawar.(2015), penelitian SikaP, Motivasi, dan Minat Berwirausaha Mahasiswa. *Jurnal Manejemen dan Kewirausahaan*. 17(1):21-30.
- Sangadji,E.M. dan Sopiah.(2013), *Perilaku Konsumen: pendekatan praktis disertai: himpunan jurnal penelitian*. Yogyakarta: penerbit Andi.

Schiffman Leon dan Leslie Lazar Kanuk .(2008), *Perilaku konsumen* (pengalih bahasa: Zoelkifli Kasip). New Jersey: prentice hall, inc. (publikasi asli 2000).

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, dan R&D*. Bandung. Alfabeta

Thamrin Abdullah dan Francis Tantri.(2018). *Manajemen Pemasaran*. Depok: RajaGrafindo Persada.

V. Wiratna Surjaweni.(2015), *Metode Penelitian Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.

Sumber Bacaan

Hendi. (2018), *Adakah Motivasi Belajar Di Kecamatan Seberang Ulu 1 Kota Palembang Mahasiswa PTN dan PTS*. Palembang.

Putri Andam Dewi. (2018), *Efektivitas Iklan Universitas Muhammadiyah Palembang*.

www.miner8.com

<https://m.republika.co.id/amp/pgsax3383/enggartiasto-tingkat-kewirausahaan-di-indonesia-rendah>