

Hubungan antara Kegiatan Pelatihan Bisnis Internet Marketing dengan Motivasi Peserta untuk Berwirausaha

¹Feby Aditya Rachmayanti, ²M.E.Fuady

*Bidang Kajian Public Relations, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Bandung,
Jl. Tamansari No. 1 Bandung 40116*

Email: ¹Febyadityarachmayanti@gmail.com, ²mefuady1@gmail.com

Abstract: Starting from the problem of the poor economy, making human resources (HR), particularly young people such as students who are studying and even now, many graduates are still unemployed so that the role of the young generation is very important in the development of the nation as well as to realize a generation young became advanced, independent and prosperous. To realize these problems there is a training institute which is engaged in developing the company's human resources in the field of softskills namely Prana Persada. Prana Persada training aims to provide information and education of young people who want to entrepreneurship in order to become financially independent youth, mental and spiritual. Based on the above, the authors formulate the issues to be studied are: "What is the relationship between the internet marketing business training activities with the motivation of entrepreneurship?". With the authors aimed to investigate, among others: the indicator variable X credibility of the training, training materials, media training, training methods and training facilities in Prana Persada Bandung. While the indicator variable Y (entrepreneurship motivation), needs encouragement and purpose. The research methodology used is correlational, the respondents were active participants attended training internet marketing business. 'The theory used is the Social Exchange Theory'. The results of this study indicate that there is a significant positive relationship between the internet marketing business training activities with the motivation of entrepreneurship at Prana Persada Bandung.

Keywords: training, motivation, self-employment.

Abstrak: Berawal dari masalah ekonomi yang kurang, membuat sumber daya manusia (SDM) khususnya anak-anak muda seperti pelajar dan mahasiswa yang sedang menuntut ilmu dan juga sekarang ini banyak lulusan sarjana yang masih pengangguran sehingga peran generasi muda sangat penting dalam pembangunan bangsa serta untuk mewujudkan generasi muda menjadi maju, mandiri dan sejahtera. Untuk mewujudkan permasalahan tersebut terdapat lembaga pelatihan yang bergerak dalam pengemabangan SDM di bidang *softskills* yaitu Prana Persada. Pelatihan Prana Persada bertujuan memberikan informasi dan pembelajaran kepada anak muda yang ingin berwirausaha agar dapat menjadi generasi muda yang mandiri finansial, mental dan spritual. Berdasarkan uraian di atas, penulis merumuskan permasalahan yang akan diteliti adalah: "Bagaimana hubungan antara kegiatan pelatihan bisnis internet marketing dengan motivasi peserta berwirausaha?". Dengan hal tersebut penulis bertujuan untuk meneliti antara lain: indikator variabel X kredibilitas pelatihan, materi pelatihan, media pelatihan, metode pelatihan dan fasilitas pelatihan di Prana Persada Bandung. Sedangkan indikator variabel Y (motivasi berwirausaha), kebutuhan, dorongan dan tujuan. Metodologi penelitian yang digunakan adalah korelasional, dengan responden peserta yang aktif mengikuti pelatihan bisnis internet marketing. Teori yang digunakan adalah Teori Pertukaran Sosial'. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif yang cukup berarti antara kegiatan pelatihan bisnis internet marketing dengan motivasi peserta berwirausaha di Prana Persada Bandung.

Kata Kunci: kegiatan pelatihan, motivasi, wirausaha.

A. Latar Belakang Masalah

Sumber daya manusia (SDM) mempunyai peranan yang sangat penting dalam pembangunan bangsa, sehingga untuk meningkatkan kualitas SDM di Indonesia. Generasi muda merupakan salah satu bagian dari sumber daya manusia yang kelak akan menjadi generasi penerus dalam pembangunan bangsa. Dalam upaya mewujudkan bangsa indonesia menjadi generasi muda yang maju, mandiri dan

sejahtera.

Namun sekarang ini banyak sekali lulusan sarjana yang menjadi pengangguran, Banyaknya jumlah pengangguran sarjana di Indonesia memang selalu menjadi masalah yang menyelimuti dalam perkembangan negara Indonesia. Keterbatasan lapangan pekerjaan khususnya di kota-kota besar sangatlah tinggi dari tahun ketahun, sehingga berpotensi untuk tidak dapat tertampungnya lulusan sarjana di lapangan kerja.

Pengangguran terjadi karena perbandingan antara jumlah penawaran kesempatan kerja tidak sebanding dengan jumlah lulusan atau penawaran tenaga kerja baru yang dihasilkan perguruan tinggi (Leonardus Saiman, 2012 : 22). Menurut Rahmah Aulidia (2005), bagaimana mungkin para sarjana itu bisa meraih pekerjaan, jika skill yang dimilikinya masih mentah alias setengah-setengah. Karena itulah gagasan pola pendidikan yang menitikberatkan pada semangat kemandirian untuk membentuk mentalitas kewirausahaan perlu didukung dan dikampanyekan terus-menerus. Bagi Rahmah, menjadi manusia seutuhnya adalah manusia yang mampu hidup mandiri tanpa tergantung pada orang lain. (Basrowi,2011; 16).

Adanya permasalahan tersebut terdapat komunitas yang mengatasi masalah tersebut terdapat komunitas yang bergerak dalam pengembangan kualitas SDM di bidang *softskill* dan *Life Skill Education* yaitu Prana Persada. Kegiatan pelatihannya seperti Seperti : Character Building, Flash Memory Training, Motivation & Mental Building, Hypnosis & Hypnotherapy Training, Excellent Teacher, Hypno Marketing, Digital Marketing, Outbound Training, Training for Trainer, Business Coaching, Spiritual Learning.

Proses komunikasi pelatihan internet marketing di Prana Persada ini termasuk kedalam komunikasi kelompok kecil. Komunikasi kelompok kecil merupakan proses komunikasi antara tiga orang atau lebih yang berlangsung secara tatap muka. Dalam komunikasi kelompok kecil komunikator menunjukkan pesan kepada benak atau pikiran komunikan. Dimana instruktur pelatihan sebagai komunikator yang memberikan isi materi atau pesan yang akan disampaikan kepada para peserta pelatihan yang mengikuti pelatihan.

Sesuai permasalahan dalam penelitian, sesuai teori komunikasi kelompok kecil yaitu teori pertukaran sosial Thibaut dan Kelley sebagai pendekatan pada penelitian. Dimana teori ini yang dibuat asumsi oleh Homans dalam teorinya, apabila imbalan tidak cukup, atau bila pengeluaran melebihi imbalan, interaksi akan terhenti atau individu-individu yang terlibat di dalamnya akan merubah tingkah laku mereka dengan tujuan mencapai apa yang mereka cari. Di antara hal-hal lain, imbalan dan pengeluaran menentukan siapa berinteraksi dengan siapa dan tentang apa sehingga terjadi interaksi. (Goldberg and Larson, 2011;54).

B. Tinjauan Pustaka

1. Komunikasi Kelompok

Komunikasi kelompok sebagai interaksi tatap muka dari 3 atau lebih individu guna memperoleh maksud atau tujuan yang dikehendaki seperti berbagai informasi, pemeliharaan diri atau pemecahan masalah sehingga semua anggota dapat menumbuhkan karakteristik pribadi anggota lainnya dengan akurat.

Michael Burgoon (1978: 224) mendefinisikan komunikasi kelompok“ *Group communication is the face to face interaction of three ore more individuals, for a*

recognized purpose such as information sharing, self maintenance, or problem solving, such that the members are able to recall personal characteristics of the other members accurately” (komunikasi kelompok adalah interaksi secara tatap muka antara tiga orang atau lebih, dengan tujuan yang telah diketahui, seperti berbagi informasi, menjaga diri, pemecahan masalah, yang mana anggota-anggotanya dapat mengingat karakteristik pribadi anggota yang lain secara tepat.

C. Pelatihan

Pelatihan adalah serangkaian aktivitas yang dirancang untuk meningkatkan keahlian-keahlian, pengetahuan, pengalaman, ataupun perubahan sikap seorang individu. Pelatihan sebagai suatu kegiatan yang direncanakan oleh suatu kelompok, lembaga atau institusi untuk memfasilitasi proses belajar seseorang atau kelompok untuk mencapai kompetensi tertentu. Menurut Andrew E. Sikula yang dikutip oleh Anwar Prabu Mangkunegara (2000:43) mengemukakan bahwa pelatihan (training) adalah “suatu proses pendidikan jangka pendek yang mempergunakan prosedur sistematis dan terorganisasi, pegawai non manajerial mempelajari pengetahuan dan keterampilan teknis dalam tujuan yang terbatas”.

1. Proses Pendidikan dan Pelatihan (Notoatmodjo, 2009:20).

Proses pendidikan dan pelatihan terdiri dari input (sasaran diklat), output (perubahan perilaku), dan faktor-faktor yang mempengaruhi proses pendidikan dan pelatihan yaitu: tenaga pengajar atau pelatih, fasilitas, alat bantu pendidikan, alat bantu metode belajar mengajar tersebut digolongkan menjadi sumber daya yang terdiri dari 4M (Man, Money, Materiil dan Methods). Sedangkan kurikulum merupakan faktor tersendiri yang sangat besar pengaruhnya terhadap proses pendidikan dan pelatihan (Notoatmodjo, 2009:19).

2. Teori Pertukaran Sosial Sebagai Pendekatan Pelatihan

Model ini setiap individu secara sukarela memasuki dan tinggal dalam hubungan sosial hanya selama hubungan tersebut cukup memuaskan ditinjau dari segi ganjaran dan biaya. (Rakhmat. 2005; 121). Model Thibaut dan Kelley yang dibuat asumsi oleh Homans dalam teorinya, apabila imbalan tidak cukup, atau bila pengeluaran melebihi imbalan, interaksi akan terhenti atau individu-individu yang terlibat di dalamnya akan merubah tingkah laku mereka dengan tujuan mencapai apa yang mereka cari. Di antara hal-hal lain, imbalan dan pengeluaran menentukan siapa berinteraksi dengan siapa dan tentang apa sehingga terjadi interaksi. (Goldberg and Larson, 2011;54).

Dalam teori pertukaran sosial terdapat empat konsep, yaitu:

1. Ganjaran ialah setiap akibat yang dinilai positif yang diperbolehkan seseorang dari suatu hubungan. Ganjaran berupa uang, penerimaan sosial, atau dukungan terhadap nilai yang dipegangnya. Nilai suatu ganjaran berbedanya antara seseorang dengan yang lain, dan berlainan antara waktu yang satu dengan waktu yang lain, dan berlainan antara waktu yang satu dengan waktu yang lain.
2. Biaya adalah akibat yang dinilai negatif yang terjadi dalam suatu hubungan. Biaya itu dapat berupa waktu, usaha, konflik, kecemasan, dan keruntuhan harga diri dan kondisi-kondisi lain yang dapat menghabiskan sumber kekayaan individu atau dapat menimbulkan efek-efek yang tidak menyenangkan.
3. Hasil atau laba adalah ganjaran dikurangi biaya. Bila seorang individu merasa, dalam suatu hubungan interpersonal, bahwa ia tidak memperoleh laba sama sekali, ia akan mencari hubungan lain yang mendatangkan laba.

4. Tingkat perbandingan menunjukkan ukuran baku (standar) yang dipakai sebagai kriteria dalam menilai hubungan individu pada waktu sekarang. (Rakhmat, 2005;121)

Dengan demikian pelatihan internet marketing bertujuan untuk dapat memotivasi peserta agar bisa mandiri di usia muda. Sedangkan peserta pelatihan disini mendapatkan pengetahuan dan pembelajaran dalam hal berwirausaha. Kegiatan pelatihan ini sebagai pemecah masalah, karena dalam pelatihan bisa melibatkan dua atau lebih individu yang saling berkomunikasi secara lisan dalam kelompok tatap muka, sehingga akan terjadi tanya jawab antara instruktur pelatih internet marketing Prana Persada sebagai komunikator dengan peserta pelatihan sebagai komunikannya.

D. Hasil Penelitian dan Pembahasan

1. Hubungan antara Kredibilitas Instruktur Pelatihan dalam Kegiatan Pelatihan Bisnis Internet Marketing dengan Motivasi Peserta Berwirausaha

Berdasarkan hasil analisis data mengenai Hubungan Antara Kredibilitas Bisnis Internet Marketing dengan Motivasi Peserta Berwirausaha, terdapat hubungan yang menunjukkan tinggi/kuat antara kedua variabel tersebut. Artinya kredibilitas pelatih bisnis dalam kegiatan pelatihan bisnis internet marketing dapat memotivasi peserta dalam berwirausaha, menurut Krech dan Crutchfield (1996:126) Dalam motivasi itu ada dua kekuatan pendorong dalam diri individu, yaitu positif dan negatif, dalam motivasi peserta berwirausaha adalah positif. Kekuatan positif mendorong individu atau seseorang ke arah tujuan yang ingin dicapai. Maka dari kredibilitas mengajarkan pelatihan dengan seseui yang dinyatakan menurut Notoadmojo, 2009:51 pengajar yang baik memerlukan adanya persiapan, sikap mengajar, suara, tulisan dan alat peraga.

2. Hubungan antara Materi Pelatihan dalam Kegiatan Pelatihan Bisnis Internet Marketing dengan Motivasi Peserta Berwirausaha.

Berdasarkan hasil analisis data mengenai Hubungan Antara Materi Pelatihan dalam Kegiatan pelatihan Bisnis Internet Marketing dengan Motivasi Peserta Berwirausaha, terdapat hubungan yang menunjukkan cukup berarti antara kedua variabel tersebut. Artinya materi pelatihan dalam kegiatan pelatihan bisnis internet marketing dapat memberikan motivasi kepada peserta pelatihan untuk berwirausaha. Seperti pernyataan dari bahwa Suatu keefektifan komunikasi yang terjadi pada kegiatan pelatihan tidak terlepas dari kurikulum yang disampaikan oleh tenaga atau instruktur. Menurut Notoatmodjo menyatakan bahwa:

Kurikulum adalah rencana materi yang hendak disampaikan dalam satuan waktu yang telah ditetapkan untuk suatu latihan, sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai. Kembali pada proses latihan orang dewasa yang didasarkan pada mengangkat pengalaman yang telah dimiliki dan menjadikan peserta sebagai subyek yang aktif, maka penyusunan kurikulum harus selalu berorientasi pada peran-peran para peserta pelatihan itu sendiri serta harapan-harapan yang disampaikan para peserta dapat diwadahi dan dipenuhi pada proses pelatihannya pada tahap pelatihan berikutnya. (Notoatmodjo, 2009;32).

3. Hubungan antara Metode Pelatihan dalam Kegiatan Pelatihan Bisnis Internet Marketing dengan Motivasi Peserta Berwirausaha.

Berdasarkan hasil analisis data mengenai Hubungan Antara Metode Pelatihan dalam Kegiatan pelatihan Bisnis Internet Marketing dengan Motivasi Peserta

Berwirausaha, terdapat hubungan yang menunjukkan cukup berarti antara kedua variabel tersebut. Artinya hubungan metode pelatihan dalam kegiatan pelatihan bisnis internet marketing dengan motivasi peserta berwirausaha mempunyai hubungan. Dalam proses belajar mengajar atau proses penyampaian materi pendidikan atau pelatihan kepada sasaran pendidikan, disamping kurikulum maka metode dan alat bantu pendidikan turut memegang peranan penting. Sebab bagaimanapun pandainya seorang pendidik dalam usahanya mengubah tingkah laku, tidak terlepas dari metode dan alat bantu pendidikan yang digunakan. (Notoadmojo, 2009:43).

4. **Hubungan antara Fasilitas Pelatihan dalam Kegiatan Pelatihan Bisnis Internet Marketing dengan Motivasi Peserta Berwirausaha.**

Berdasarkan hasil analisis data mengenai Hubungan Antara Fasilitas Pelatihan dalam Kegiatan pelatihan Bisnis Internet Marketing dengan Motivasi Peserta Berwirausaha, terdapat hubungan yang menunjukkan cukup berarti antara kedua variabel tersebut. Artinya fasilitas pelatihan bisnis internet marketing di Prana Persada Bandung Fasilitas dalam pelatihan merupakan segala sesuatu (alat atau barang) yang memfasilitasi (memberikan kemudahan) dalam menyelenggarakan kegiatan pelatihan.

5. **Hubungan antara Penggunaan Media dalam Kegiatan Pelatihan Bisnis Internet Marketing dengan Motivasi Peserta Berwirausaha.**

Berdasarkan hasil analisis data mengenai Hubungan Antara Materi Pelatihan dalam Kegiatan pelatihan Bisnis Internet Marketing dengan Motivasi Peserta Berwirausaha, terdapat hubungan yang menunjukkan sangat tinggi atau kuat sekali antara kedua variabel tersebut. Artinya media pelatihan dalam kegiatan pelatihan bisnis internet marketing terdapat hubungan dengan motivasi peserta berwirausaha. Media atau alat bantu pelatihan adalah alat yang digunakan oleh pendidik dalam menyampikan bahan pendidikan atau pengajaran, karena berfungsi membantu dan memperagakan sesuatu dalam proses pendidikan/pengajaran. Dengan perkataan lain alat bantu ini dimaksudkan sebagai stimulus atau rangsangan indra sebanyak mungkin, sehingga mempermudah persepsi, penerimaan dan pemahaman. Alat bantu adalah salah satu prinsip proses pendidikan dan pelatihan. (Notoatmodjo, 2009:52).

E. **Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian mengenai hubungan antara kegiatan pelatihan bisnis internet marketing di Prana Persada dengan motivasi peserta berwirausaha dapat disimpulkan bahwa:

1. Terdapat hubungan yang tinggi atau kuat antara kredibilitas Instruktur pelatihan dengan motivasi peserta berwirausaha di Prana Persada Bandung. Hubungan yang terjadi berbanding lurus, berarti hubungannya tersebut semakin tinggi/baik Kredibilitas instruktur pelatihan dalam kegiatan pelatihan semakin tinggi/baik pula motivasi peserta berwirausaha di Prana Persada, begitu pun sebaliknya.
2. Terdapat hubungan yang cukup berarti antara materi pelatihan dalam kegiatan pelatihan bisnis internet marketing dengan motivasi peserta berwirausaha. Hubungan yang terjadi berbanding lurus, berarti hubungannya tersebut semakin tinggi/baik materi pelatihan dalam kegiatan pelatihan semakin tinggi/baik pula motivasi peserta berwirausaha di Prana Persada, begitu pun sebaliknya.
3. Terdapat hubungan yang cukup berarti tetapi pasti antara metode pelatihan dalam kegiatan pelatihan bisnis internet

marketing dengan motivasi peserta berwirausaha. Hubungan yang terjadi berbanding lurus, berarti hubungannya tersebut semakin tinggi/baik metode pelatihan dalam kegiatan pelatihan semakin tinggi/baik pula motivasi peserta berwirausaha di Prana Persada, begitu pun sebaliknya.

4. Terdapat hubungan yang cukup berarti antara fasilitas pelatihan dalam kegiatan pelatihan bisnis internet marketing dengan motivasi peserta berwirausaha. Hubungan yang terjadi berbanding lurus, berarti hubungannya tersebut semakin tinggi/baik fasilitas pelatihan dalam kegiatan pelatihan semakin tinggi/baik pula motivasi peserta berwirausaha di Prana Persada, begitu pun sebaliknya.
5. Terdapat hubungan yang sangat tinggi atau kuat tetapi pasti antara penggunaan media dalam kegiatan pelatihan bisnis internet marketing dengan motivasi peserta berwirausaha. Hubungan yang terjadi berbanding lurus, berarti hubungannya tersebut semakin tinggi/baik penggunaan media pelatihan dalam kegiatan pelatihan semakin tinggi/baik pula motivasi peserta berwirausaha di Prana Persada, begitu pun sebaliknya.

Daftar Pustaka

- Notoatmodjo, Soekidjo. 2009. *Pengembangan Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Rakhmat, Jalaluddin. 2012. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Rakhmat, Jalaluddin. 2005. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Rusdiana, H.A. 2014. *Kewirausahaan Teori dan Praktik*. Bandung: CV pustaka setia.
- Ruslan, Rosady. 2006. *Metode Penelitian: Public Relations dan Komunikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Suryana.(2006). *Kewirausahaan Pedoman Praktis, Kiat dan Proses Menuju Sukses Edisi 3*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sulianta, Feri. 2009. *Web Marketing* . Jakarta: PT Elex Media Komputindo.