

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

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 ke tahun, sehingga berpotensi untuk tidak dapat tertampungnya lulusan sarjana di lapangan kerja.

Menurut Badan Pusat Statistik (BPS) Jawa Barat mencatat angka pengangguran terbuka lulusan perguruan tinggi meningkat signifikan. Tercatat, pada Februari 2016 tingkat pengangguran terbuka (TPT) lulusan perguruan tinggi mencapai 8,39% atau setara dengan 144.500 orang dari sebelumnya 80.416 orang (4,71%).¹

¹(<http://www.pikiran-rakyat.com/ekonomi/2016/05/04/sarjana-pengangguran-terus-bertambah-368379>. Diakses tgl 15 Mei 2016, pkl 14.20 WIB)



Gambar 1.1
Tingkat Pengangguran Indonesia 2010-2016

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)

Suryana (2011:18) menyatakan jiwa kewirausahaan ada pada setiap orang yang memiliki perilaku inovatif, kreatif dan pada setiap orang yang menyukai perubahan, pembaruan, kemajuan dan tantangan.

Kemajuan negara maju seperti Amerika, Hong Kong, Belanda, Portugal, Spanyol dan masih banyak lagi, yang memiliki pendapatan nasional di atas rata-rata, negara-negara tersebut pastinya memiliki banyak keunggulan di dalam hal produksi dalam negeri. Menteri Koordinator Bidang perekonomian Hatta Rajasa

mengungkapkan, untuk menjadi negara maju, dibutuhkan paling tidak 4 persen dari seluruh masyarakat bergerak di bidang wirausaha. Saat ini Indonesia baru memiliki sekitar 1,56 persen wirausaha, diharapkan bisa menembus 2 persen wirausaha. berdasarkan data Organisasi Kerja Sama Ekonomi dan Pembangunan (OECD), sebuah negara maju paling tidak memiliki 40 persen dari total pemuda suatu negara yang memiliki akses pada perguruan tinggi, khususnya ilmu pengetahuan dan teknologi (Iptek). Sedangkan di Indonesia, saat ini baru mencapai sekitar 8 persen.²

Melihat fenomena tersebut, Bapak Maul tergerak untuk mendukung pendidikan yang menitikberatkan pada mentalitas kewirausahaan. Hal itu dilakukan dengan membentuk sebuah tim yang akan membantu menanamkan semangat berwirausaha kepada para generasi muda agar mereka mampu memberdayakan kemampuan yang dimilikinya secara mandiri, tanpa bergantung kepada orang lain. Tim yang dibentuk oleh Bapak Maul ini menjadi sebuah komunitas yang bergerak dalam pengembangan kualitas SDM di bidang *softskill* dan *Life Skill Education*, yang bernama 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.

Salah satu pelatihan *soft skill* yang berkaitan dengan permasalahan tentang kemandirian untuk membentuk mentalitas kewirausahaan di Prana Persada yaitu

² (<http://www.beritasatu.com/bisnis/52854-untuk-menjadi-negara-maju-harus-miliki-4-persen-wirausaha.html>). Diakses tgl 17 juni 2016, pkl 10.10 WIB

pelatihan motivasi dan bisnis. Pelatihan ini merupakan kebutuhan mendasar untuk membangkitkan semangat hidup sukses dan sekaligus akan menjadi panduan bagaimana cara menjadi manusia yang mandiri secara mental, mandiri secara finansial dan mandiri secara spiritual. Tujuannya untuk memberikan informasi dan pembelajaran kepada anak muda yang ingin berwirausaha agar dapat menjadi generasi muda yang mandiri finansial.

Di dalam kegiatan pelatihan, instruktur memberikan motivasi kepada peserta agar bisa menjadi mandiri finansial pada usia muda. Karena para pelatih pada pelatihan ini sudah membuktikan bahwa mereka bisa menjadi pribadi yang mandiri finansial di usia muda. Motivasi diartikan sebagai suatu rangsangan yang dapat mendorong seseorang untuk melakukan sesuatu guna mencapai suatu tujuan tertentu. Sehingga generasi muda bisa termotivasi menjadi seorang wirausaha yang mandiri melalui kegiatan pelatihan ini.

Keterampilan *softskill* sangat mempengaruhi tingkat kesuksesan seseorang. Keterampilan yang dimiliki seseorang dapat menciptakan kehidupan yang lebih baik untuk dirinya maupun lingkungan sekitarnya. Pendidikan *softskill* tentu sekarang ini menjadi kebutuhan generasi muda untuk mengasah pengembangan diri, karena pendidikan formal sendiri belum tentu menerapkan *softskill* kepada peserta didiknya. Generasi muda yang kreatif akan sangat dibutuhkan untuk membangun ide-ide baru.

Berdasar hasil survey Nasional Association of Colleges and Employers USA (2002) terhadap 457 pimpinan perusahaan menyatakan bahwa Indeks Kumulatif Prestasi (IPK) bukanlah hal yang dianggap penting dalam dunia kerja. Yang jauh lebih penting adalah *softskill* antara lain kemampuan komunikasi, kejujuran, kerjasama, motivasi, kemampuan beradaptasi dan kemampuan interpersonal dengan orientasi nilai pada kinerja yang efektif.³

Pelatihan berkaitan dengan peningkatan kemampuan dan keterampilan.

Johnson dalam Craigh (1976) memberi arti pelatihan sebagai “kegiatan yang disengaja untuk memecahkan masalah sumber daya manusia dan atau masalah yang dihadapi lembaga dalam upaya meningkatkan produktivitas” (Tim Pengembangan Ilmu Pendidikan FIP – UPI, 2007: 466).

Sebagai komunitas yang kosen pada pengembangan SumberDaya Manusia (SDM), Prana Persada mencoba untuk menyelesaikan masalah-masalah SDM yang dihadapi bangsa ini, melalui pelatihan-pelatihan. Salah satu pelatihan yang diselenggarakan oleh Prana Persada dan saat ini sedang menjadi favorit para mahasiswa yaitu pelatihan Bisnis Internet Marketing. Pelatihan Bisnis Internet Marketing adalah Pelatihan ini bertujuan untuk memotivasi para pelaku usaha dan memberikan gambaran tentang potensi yang bisa didapatkan dengan menerapkan internet marketing pada usahanya. Disamping itu, juga memberikan pola pikir yang terarah dalam melakukan promosi secara *online*.

Pelatihan bisnis internet marketing di Prana Persada merupakan pelatihan *softskills* kewirausahaan yang mengedepankan generasi muda untuk bisa mandiri sejak usia muda dengan cara pelatihan secara islami tidak hanya mandiri finansialnya saja juga akan dibimbing secara mandiri mental dan mandiri spiritual

³<http://octoayomy-octo.blogspot.co.id/2013/02/peranan-hardskill-dan-soft-skill-dalam.html>. diakses tgl12 November 2015, pkl 10.34 WIB

karena, tentunya pelatihan bisnis internet marketing di Prana Persada menggunakan media social seperti BBM, facebook sebagai pengenalan pertama dan juga praktis untuk mengawali bagaimana cara untuk mendapatkan uang di internet.

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.

Pelatihan *sofskills* kewirausahaan di Prana Persada cukup menarik karena dalam metode pelatihan yang ada di pelatihan ini tidak hanya di bimbing mengenai bagaimana cara mendapatkan uang melalui internet atau media social secara praktis, meskipun pelatihan ini masih disebut komunitas Prana Persada mempunyai tujuan dan kemanfaat yang penting bagi anak-anak muda yang dapat membanggakan bangsa yaitu dengan semangat yang tinggi sebagai generasi muda yang bisa mandiri. Selain itu pelatihan *sofkilss* kewirausahaan di Prana Persada mengajarkan ke islaman jadi tidak hanya mandiri finansialnya yang diajarkan kepada para peserta, disertai dengan mandiri mental dan spritualnya. Dengan cara terus ditanamkan nilai-nilai agama islam serta *coaching* lapangan agar mempunyai mental yang kuat Adanya 3 M yaitu mandiri mental, mandiri finansial dan mandiri spritual t sesuai dengan visinya, dan juga Prana Persada mempunyai

misi “Menciptakan 1000 entrepreneur muda sukses bagi seluas-luasnya lapangan pekerjaan.”

Sesuai dengan permasalahan mengenai komunikasi kelompok kecil tersebut, teori pertukaran sosial Thibaut dan Kelley adalah teori yang digunakan sebagai pendekatan pada penelitian. Dimana Homans dalam teorinya berasumsi bahwa 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).

Penelitian ini diharapkan dapat memberi gambaran mengenai pelatihan *softskills* mengenai kewirausahaan yang akan mencetak para wirausaha muda mandiri yang dapat memajukan bangsa. Sehingga generasi muda bisa terus semangat berkarya dengan ide dan kreativitasnya sebagai solusi yang tepat untuk pengembangan kualitas SDM khususnya generasi muda bangsa Indonesia ini

1.2 Rumusan Masalah dan Identifikasi Masalah

1.2.1 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah “ Bagaimana Hubungan Antara Kegiatan Pelatihan Bisnis Internet Marketing dengan Motivasi Peserta Berwirausaha”

1.2.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang dan perumusan masalah di atas, penulis mengidentifikasi permasalahan yang akan diteliti adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana hubungan antara kredibilitas instruktur dengan motivasi peserta untuk berwirausaha media *online* di Prana Persada?
2. Bagaimana hubungan antara materi pelatihan dengan motivasi peserta untuk berwirausaha media *online* di Prana Persada?
3. Bagaimana hubungan antara metode pelatihan dengan motivasi peserta untuk berwirausaha media *online* di Prana Persada?
4. Bagaimana hubungan antara fasilitas pelatihan dengan motivasi peserta untuk berwirausaha media *online* di Prana Persada?
5. Bagaimana hubungan antara penggunaan media dengan motivasi peserta untuk berwirausaha media *online* di Prana Persada?

1.3 Tujuan Masalah

1. Untuk mengetahui hubungan antara kredibilitas instruktur dengan motivasi peserta untuk berwirausaha media *online* di Prana Persada.
2. Untuk Mengetahui hubungan antara materi pelatihan dengan motivasi peserta untuk berwirausaha media *online* di Prana Persada.
3. Untuk mengetahui hubungan antara metode pelatihan dengan motivasi peserta untuk berwirausaha media *online* di Prana Persada.
4. Untuk mengetahui hubungan antara fasilitas pelatihan dengan motivasi peserta untuk berwirausaha media *online* di Prana Persada

5. Untuk mengetahui hubungan antara penggunaan media dengan motivasi peserta untuk berwirausaha media *online* di Prana Persada.

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaan Teoritis

Hasil Penelitian ini secara teoritis diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran dalam memperkaya wawasan, dapat membantu referensi bagi penelitian lainnya yang akan meneliti seputar permasalahan yang sama. Menambah pengetahuan yang ilmiah mengenai masalah tentang pelatihan dan motivasi untuk berwirausaha.

1.4.2 Kegunaan Praktis

Penelitian ini secara praktis diharapkan dapat menyumbangkan pemikiran terhadap pemecahan masalah yang berkaitan dengan kegiatan pelatihan bisnis internet marketing dengan motivasi untuk berwirausaha media *online* di Prana Persada Bandung. Selanjutnya hasil penelitian ini diharapkan menjadi acuan bagi penyusunan dijadikan salah satu sumber pengetahuan dalam kegiatan pelatihan dan motivasi.

1.5 Ruang Lingkup dan Pengertian Istilah

1.5.1 RuangLingkup

Dalam penulisan skripsi ini, penulis akan membatasi ruang lingkup penelitian dengan menitikberatkan permasalahan yang akan dibahas adalah :

- a. Penelitian ini membahas tentang hubungan kegiatan pelatihan bisnis internet marketing dengan motivasi peserta untuk berwirausaha yang dilakukan di Prana Persada Bandung mengenai mandiri finansial.
- b. Subjek atau responden dalam penelitian ini dilakukan peserta pelatihan yang mengikuti kegiatan pelatihan di Prana Persada Bandung.
- c. Objek dalam penelitian ini adalah pelatihan bisnis internet marketing di Prana Persada Bandung
- d. Tempat penelitian dilakukan di Prana Persada Bandung.
- e. Waktu penelitian dilakukan pada November 2015.

1.5.2 Pengertian Istilah

1. Hubungan adalah keterkaitan antara satu variabel dengan variabel lainnya yang menunjukkan korelasional (Rakhmat, 2012 : 27)
2. Pelatihan adalah bagian dari suatu proses pendidikan yang tujuannya untuk meningkatkan kemampuan atau keterampilan khusus. (Notoatmodjo, 2009:16)
3. Motivasi adalah suatu kekuatan, tenaga atau daya, atau suatu keadaan yang kompleks dan kesiapsediaan dalam diri individu untuk bergerak ke arah tujuan tertentu, baik disadari maupun tidak disadari. (Makmun, 2003: 14)
4. Wirausaha adalah seseorang yang menciptakan sebuah usaha atau bisnis yang dihadapkan dengan resiko dan ketidakpastian untuk memperoleh keuntungan dan mengembangkan bisnis dengan cara mengenali kesempatan dan memanfaatkan sumber daya yang di perlukan. (suharyadi, dkk. 2007:7)

5. Internet Marketing adalah pemasaran produk atau layanan melalui internet yang mampu memberi keuntungan unik dengan minimalisasi budget dan menjangkau distribusi informasi global. (Sulianta, 24: 2009).

Media *Online* adalah media komunikasi yang tersaji secara *online* di internet. Istilah lainnya adalah *Digital Media* dan *Cyber Media*. (Romli,2012)

6. Prana Persada Sebuah lembaga training yang bergerak pada pengembangan kualitas SDM di bidang *softskill* dan *Life Skill Education*. (<http://pranapersada.org>).

1.6 Kerangka Pemikiran dan Hipotesis

1.6.1 Kerangka Pemikiran

Penelitian ini berjudul hubungan antara kegiatan pelatihan bisnis internet marketing dengan motivasi Peserta berwirausaha. Didalam ilmu komunikasi terdapat berbagai jenis komunikasi salah satunya kegiatan pelatihan ini termasuk dalam komunikasi kelompok.

Komunikasi kelompok (*group communication*) berarti komunikasi yang berlangsung antara seorang komunikator dengan sekelompok orang yang jumlahnya lebih dari dua orang. (Effendy, 2003:75). Menurut Michael Burgoon (1978:224) mendefinisikan komunikasi kelompok adalah

“Group communication is the face interaction of three or more individuals, for a recognized purpose such as information sharing, self maintainance, or problem solving, such that the members are able to recall personal characteristics of the other members accurately”

Pengertian di atas,

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-anggota yang lain secara tepat. (Wiryanto, 2006:47).

Komunikasi kelompok dalam pelatihan ini termasuk komunikasi kelompok kecil. Kelompok kecil bisa diartikan sebagai sekumpulan individu. Dengan jumlah anggota yang kecil memungkinkan semua anggota bisa berkomunikasi secara relatif mudah, baik sebagai sumber maupun penerima informasi. Para anggota saling berhubungan satu sama lain dengan tujuan yang sama dan memiliki semacam organisasi atau struktur di antara mereka. Kebanyakan kelompok kecil mengembangkan norma-norma, yang mengidentifikasi apa yang diinginkan bagi semua anggotanya. (wiryanto, 2009:44). Contohnya : rapat, kuliah, ceramah, forum, seminar, symposium, kongres, dll.

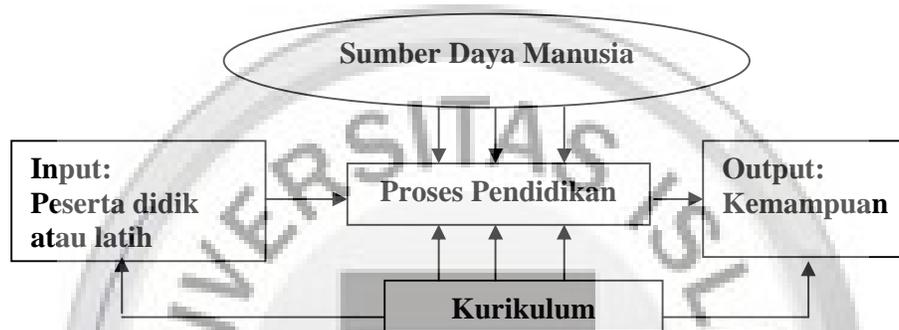
Pelatihan adalah merupakan upaya untuk mengembangkan sumber daya manusia, terutama untuk mengembangkan kemampuan intelektual dan keperibadian manusia. Tujuan pelatihan bisnis internet marketing ini pada hakikatnya ialah peremusan kemampuan yang diharapkan untuk perubahan perilaku.

Agat tujuan dari pelatihan tercapai, maka harus diperhatikan komponen-komponen pelatihan diantaranya:

1. Tujuan dan sasaran pelatihan harus jelas dan dapat diukur
2. Para pelatih harus berkualifikasi memadai (kredibilitas instruktur pelatih)

3. Materi pelatihan harus disesuaikan dengan tujuan yang dikehendaki dan dicapai.
4. Metode pelatihan harus sesuai dengan kemampuan pegawai yang menjadi peserta pelatihan dan memenuhi persyaratan yang ditentukan. (Mangkunegara, 2004: 44).

Notoatmodjo (2009: 18) menggambarkan proses pendidikan dan pelatihan dalam sebuah skema sebagai berikut :



Gambar 1.2
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, Materil dan Methods*). Sedangkan kurikulum merupakan faktor tersendiri yang sangat besar pengaruhnya terhadap proses pendidikan dan pelatihan (Notoatmodjo, 2009:19).

Kegiatan pelatihan merupakan suatu proses komunikasi, dimana ada pelatih/ instruktur sebagai komunikator, ada materi-materi yang disampaikan sebagai isi pesan, dan ada peserta sebagai komunikan. Ada faktor penting pada diri instruktur sebagai komunikator dalam berhasil tidaknya komunikasi yaitu kredibilitas (*credibility*) dan daya tarik (*attractiveness*). Jalaluddin Rakhmat dalam buku “Psikologi Komunikasi” mengemukakan bahwa:

Dua komponen kredibilitas yang paling penting ialah keahlian dan kepercayaan. Keahlian adalah kesan yang dibentuk komunikate tentang kemampuan komunikator dalam hubungannya dengan topik yang dibicarakan. Kepercayaan adalah kesan komunikate tentang komunikator yang berkaitan dengan wataknya (Rakhmat, 2005: 260).

Faktor kedua yang bisa menyebabkan komunikasi berhasil tidaknya komunikasi ialah daya tarik (*attractiveness*). Effendy dalam bukunya “Ilmu, Teori, dan Filsafat Komunikasi” mengemukakan bahwa:

Seorang komunikator akan mempunyai kemampuan untuk melakukan perubahan sikap melalui mekanisme daya tarik, jika pihak komunikan merasa bahwa komunikator ikut serta dengan mereka dalam hubungannya dengan opini secara memuaskan. Dengan kata lain, komunikan merasa ada kesamaan antara komunikator dengannya sehingga komunikan bersedia taat pada isi pesan yang dilancarkan oleh komunikator. Selanjutnya, seorang komunikator akan sukses dalam komunikasinya, kalau ia menyesuaikan komunikasinya dengan *the image* dari komunikan, yaitu memahami kepentingannya, kebutuhannya, kecakapannya, pengalamannya, kemampuan berpikirnya, kesulitannya, dan sebagainya (Effendy, 2003: 44).

Artinya, seorang pelatih yang baik adalah pelatih yang memiliki kredibilitas tinggi. Jadi, kredibilitas yang dimiliki pelatih sebagai komunikator juga mempengaruhi proses pelatihan.

Kegiatan pelatihan di Prana Persada Bandung bertujuan untuk para peserta agar membangkitkan motivasi dan memiliki strategi bagaimana untuk meraih prestasi yang telah di targetnya, yaitu tentang berwirausaha. Peserta yang mengikuti kegiatan pelatihan bisnis internet marketing ini merupakan anak-anak muda, karena dalam kegiatan pelatihan ini peserta didik yang cerdas, tangkas dan akhirnya sukses membanggakan, dengan mengedepankan konsep 3M yaitu mandiri mental, mandiri spritual dan mandiri finansial. Dalam pelatihan peserta

berlatih untuk mandiri finansial, Prana Persada pun memberikan pelatihan untuk membangkitkan motivasi peserta yang mempunyai minat dalam bidang berwirausaha di dalam media *online*.

Motivasi merupakan dorongan terhadap serangkaian proses perilaku manusia pada pencapaian tujuan. Motivasi mempersilahkan seseorang untuk melakukan sesuatu, sebab ia sendiri memang ingin melakukannya (Wibowo, 2013:379).

Siagian (1995: 138-139) mengemukakan bahwa dalam motivasi itu terdapat tiga komponen utama, yaitu kebutuhan, dorongan, dan tujuan, yang selanjutnya menjelaskan bahwa:

Kebutuhan timbul dari diri seseorang apabila ia merasa adanya kekurangan dalam dirinya. Dengan kata lain, apabila dirasakan adanya ketidakseimbangan antara apa yang dimiliki dengan apa yang menurut persepsi yang bersangkutan seyogyanya dimiliki. Dorongan berarti berorientasi pada tindakan tertentu yang secara terarah. Dengan demikian, dorongan berorientasi pada tindakan tertentu yang secara sadar dilakukan seseorang. Sedangkan tujuan berarti mengembalikan keseimbangan dalam diri seseorang, baik yang bersifat fisiologis maupun yang psikologis (Tim Pengembangan Ilmu Pendidikan FIP-UPI, 2007; 56).

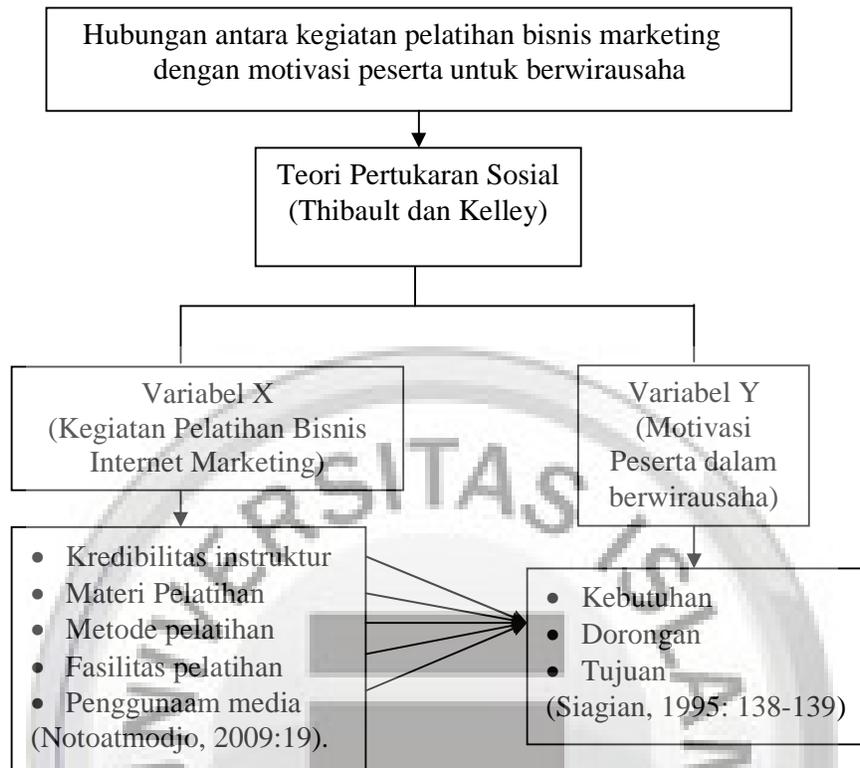
Kebutuhan adalah kondisi internal yang menimbulkan dorongan, dimana kebutuhan yang tidak terpuaskan akan menimbulkan tegangan yang merangsang dorongan dari dalam diri individu. Dorongan ini menimbulkan perilaku pencarian untuk menemukan tujuan, tertentu. Apabila ternyata terjadi pemenuhan kebutuhan, maka akan terjadi pengurangan tegangan.

Pada penelitian ini peneliti menggunakan teori komunikasi sesuai dengan 'Teori Pertukaran Sosial' dari Thibault dan Kelley, yang penulis gunakan sebagai landasan dalam penelitian ini yaitu:

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).

Pelatihan dalam penelitian ini tentunya memerlukan pelatih atau instruktur dengan individu peserta pelatihan, maka dari komunikasi yang dilakukan adalah komunikasi kelompok, dimana komunikasi kelompok yang dilakukan dalam pelatihan merupakan komunikasi kelompok kecil.

Dengan demikian pelatihan internet marketing bertujuan untuk dapat memotivasi peserta agar bisa mandiri finansial 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.



Gambar 1.3
Kerangka Pemikiran

1.6.2 Hipotesis

Hipotesis Mayor

H_0 : Tidak ada hubungan antara kegiatan pelatihan bisnis marketing dengan motivasi peserta untuk berwirausaha.

H_1 : Ada hubungan antara dengan kegiatan pelatihan bisnis marketing dengan motivasi peserta untuk berwirausaha.

Hipotesis Minor

- 1) H_0 : Tidak ada hubungan antara kredibilitas instruktur dengan motivasi peserta untuk berwirausaha media *online* di Prana Persada.

H₁: Ada hubungan antara kredibilitas instruktur dengan motivasi peserta untuk berwirausaha media *online* di Prana Persada.

2) H₀: Tidak ada hubungan antara materi pelatihan dengan motivasi peserta untuk berwirausaha media *online* di Prana Persada

H₁: Ada hubungan antara materi pelatihan dengan motivasi peserta untuk berwirausaha media *online* di Prana Persada.

3) H₀: Tidak ada hubungan antara metode pelatihan dengan motivasi peserta untuk berwirausaha media *online* di Prana Persada.

H₁: Ada hubungan antara metode pelatihan dengan motivasi peserta untuk berwirausaha media *online* di Prana Persada.

4) H₀: Tidak ada hubungan antara fasilitas pelatihan dengan motivasi peserta untuk berwirausaha media *online* di Prana Persada.

H₁: Ada hubungan antara fasilitas pelatihan dengan motivasi peserta untuk berwirausaha media *online* di Prana Persada.

5) H₀: Tidak ada hubungan antara penggunaan media dengan motivasi peserta untuk berwirausaha media *online* di Prana Persada.

H₁: Ada hubungan antara penggunaan media dengan motivasi peserta untuk berwirausaha media *online* di Prana Persada.

1.7 Metodologi Penelitian

1.7.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian

Jenis dalam penelitian ini yang digunakan oleh penulis, adalah pendekatan penelitian kuantitatif, yaitu metode penelitian kuantitatif adalah penelitian yang

sarat dengan nuansa angka-angka dalam teknik pengumpulan data di lapangan. Dalam analisis data, metode penelitian kuantitatif memerlukan bantuan perhitungan ilmu statistik, baik statistik deskriptif maupun inferensial (yang menggunakan rumus-rumus statistik nonparametrik). Kesimpulan hasil penelitian pun berupa hasil perhitungan yang bersifat penggambaran atau jalinan variabel (Ardianto, 2011: 47).

Penulis juga menggunakan metode penelitian korelasional yaitu merupakan suatu metode penelitian yang mencoba meneliti hubungan di antara variabel-variabel (Rakhmat, 2012: 27). Penelitian eksplanasi (korelasional) adalah penelitian untuk menguji hubungan antar variabel yang dihipotesiskan, ada hipotesis yang akan diuji kebenarannya. Hipotesis itu sendiri menggambarkan hubungan antara dua atau lebih variabel; untuk mengetahui apakah suatu variabel berasosiasi atau tidak dengan variabel lainnya; atau apakah suatu variabel disebabkan/dipengaruhi atau tidak oleh variabel lainnya (Faisal, 2001; dalam Ardianto, 2011: 50).

1.7.2 Populasi dan Sampel

Menurut Margono (2010:118), Populasi adalah seluruh data yang menjadi perhatian kita dalam suatu ruang lingkup dan waktu yang kita tentukan. Penelitian ini adalah peserta pelatihan Prana Persada. Peneliti mengambil populasi peserta prana perada yang terdaftar aktif atau rutin mengikuti pelatihan bisnis marketing internet yaitu sebanyak 32 orang.

Sampel adalah sebagian dari populasi yang diharapkan dapat menggambarkan sifat dari populasi (Rakhmat, 2012:78) Pengambilan sampel dalam penelitian menggunakan teknik penarikan sampel secara total (total sampling). Sedangkan teknik sampel total sendiri itu adalah sampel yang diambil jumlahnya sebesar populasi. Karena jumlah populasi kegiatan pelatihan internet marketing di Prana Persada yaitu 32 orang, jadi jumlah keseluruhan sampel yang diambil adalah 32 orang peserta pelatihan internet marketing.

1.7.3 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

A. Angket

Teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Dalam penelitian ini angket yang diberikan kepada responden secara langsung oleh peneliti kepada peserta *coaching* yang telah dipilih.

B. Wawancara

Teknik ini merupakan teknik pengumpulan data yang digunakan untuk lebih mendalami responden secara spesifik yang dapat dilakukan dengan tatap muka ataupun komunikasi menggunakan alat bantu komunikasi (Sugiyono, 2013:194). Peneliti melakukan wawancara berupa komunikasi langsung dengan beberapa peserta *coaching* Prana Persada dan juga

dengan pihak pengurus lembaga di Prana Persada guna untuk membuat data lebih akurat dalam penelitian.

C. Studi Pustaka

Teknik pengumpulan data dengan cara mencari dan mengumpulkan data sekunder berupa literatur kepustakaan, buku-buku, majalah, jurnal, dokumentasi. Peneliti disini melakukan data-data yang diperlukan melalui penelaah teori-teori, pendapat serta pokok pikiran yang terdapat dalam literatur dari buku-buku, skripsi serta sumber lain yang ada kaitannya dengan permasalahan yang diteliti.

