



**PENDIDIKAN KEWIRAUSAHAAN DAN PEMASARAN DIGITAL UNTUK
PENINGKATAN KESEJAHTERAAN MASYARAKAT DESA GADA,
GUNUNG SITOLI, NIAS**

Muhammad Isa Indrawan¹, Husni Muharram Ritonga², Dian Septiana Sari³

Universitas Pembangunan Panca Budi
husnimuharram@dosen.pancabudi.ac.id

ABSTRACT

The welfare of society is an inseparable part in the paradigm of economic development, economic development is said to be successful if the level of community welfare is as good as possible. inequality and inequality in people's lives are caused by the success of economic development without being accompanied by an increase in people's welfare. Data analysis was carried out through PLS-SEM using the SmartPLS 3 program. The results showed that entrepreneurship education has a positive and significant effect on digital marketing. Entrepreneurship education has a positive and significant effect on the welfare of society. Digital marketing has a positive and significant impact on people's well-being. Entrepreneurship education has a positive and significant impact on people's welfare through digital marketing.

Keywords: *Entrepreneurship, Digital Marketing*

PENDAHULUAN

Kesejahteraan masyarakat yaitu suatu keadaan terpenuhinya kebutuhan dasar yang terlihat dari rumah yang layak, tercukupinya kebutuhan akan sandang (pakaian) dan pangan (makanan), pendidikan, dan kesehatan, atau keadaan dimana seseorang mampu memaksimalkan utilitasnya pada tingkat batas anggaran tertentu dan kondisi dimana tercukupinya kebutuhan jasmani dan rohani (Todaro dan Stephen C.smith).

Kesejahteraan masyarakat merupakan bagian yang tidak terpisahkan dalam paradigma pembangunan ekonomi, pembangunan ekonomi dikatakan berhasil jika tingkat kesejahteraan masyarakat semakin baik. kesenjangan dan ketimpangan dalam kehidupan masyarakat di akibatkan oleh keberhasilan pembangunan ekonomi yang tanpa disertai peningkatan kesejahteraan masyarakat. Menurut Badrudin (2012) Kesejahteraan masyarakat yaitu suatu kondisi yang menunjukkan tentang keadaan kehidupan masyarakat yang dapat dilihat dari standar kehidupan masyarakat. Dalam istilah umum, sejahtera yaitu suatu keadaan yang menunjuk ke kondisi yang baik, kondisi manusia di mana orang-orangnya dalam keadaan makmur, dalam keadaan sehat dan damai. Sedangkan di dalam kamus bahasa Indonesia sejahtera di artikan dengan aman sentosa, makmur, dan selamat atau terlepas dari segala gangguan. Menurut Undang-undang Nomor 10 tahun 1992 tentang Perkembangan Kependudukan dan Pembangunan Keluarga Sejahtera di sebutkan bahwa, keluarga sejahtera adalah keluarga yang dibentuk berdasarkan perkawinan yang sah, mampu memenuhi kebutuhan hidup spiritual maupun materiil yang layak, bertaqwa kepada Tuhan Yang Maha Esa, memiliki hubungan yang baik, sepemikiran, selaras dan seimbang antara anggota

keluarga dengan masyarakat dan lingkungan. Untuk mendefinisikan kesejahteraan rumusan multidimensi harus digunakan, dan dimensi-dimensi tersebut meliputi standar hidup material (pendapatan, konsumsi, kekayaan), kesehatan, pendidikan (Stiglitz,2011).

Pada hakekat pembangunan suatu wilayah Desa untuk menciptakan berbagai kemungkinan yang lebih baik bagi setiap anggota masyarakat guna mencapai cita-citanya, penciptaan berbagai kemungkinan dicirikan oleh adanya proses perubahan ekonomi struktur melalui peningkatan produksi dan daya serap rata-rata tenaga kerja, peningkatan pendapatan, penurunan berbeda pendapatan, perubahan struktur penyaluran kekuasaan antar golongan masyarakat kearah yang lebih adil, serta ada perubahan hubungan dengan kultural (budaya) tata nilai, perubahan yang terjadi diharapkan lebih mengarah kepada perbaikan mutu hidup dan kehidupan bermasyarakat.



Gambar 1. Angka Penduduk Miskin Indonesia, 2014-2019
Sumber: Badan Pusat Statistik, 2022

Salah satu sektor yang dapat meningkatkan perekonomian adalah industri pariwisata, baik secara nasional maupun lokal. Peranan sektor pariwisata semakin penting sejalan dengan perkembangan dan kontribusi yang diberikan melalui penerimaan devisa, pendapatan daerah, pengembangan wilayah, maupun dalam penyerapan investasi dan tenaga kerja serta pengembangan usaha yang terbesar diberbagai pelosok wilayah di Indonesia.

Peranan pariwisata dalam kontribusi perekonomian nasional, secara langsung terlihat dalam perolehan devisa, PDB (Produk Domestik Bruto), dan penyerapan tenaga kerja. Begitu juga jika pariwisata dapat dikembangkan di lingkup wilayah atau desa, maka diharapkan nantinya akan mampu memberikan dampak pada peningkatan perekonomian masyarakat, antara lain dapat melalui kegiatan berwirausaha dengan industri rumahan atau



produk inovasi sederhana yang bercirikan khas desa tersebut.

Cohen (dalam I.G.Pitana & Putu, 2009) mengemukakan bahwa dampak positif pariwisata terhadap kondisi ekonomi dikategorikan dalam 8 kategori sebagai berikut:

- 1) Dampak terhadap penerimaan devisa. Pendapatan melalui penukaran valuta asing akan menyebabkan neraca perdagangan luar negeri suatu negara menjadi sehat. Hal ini mendorong suatu negara mampu melakukan impor berbagai keperluan untuk kesejahteraan masyarakat.
- 2) Dampak terhadap pendapatan masyarakat. Pengeluaran wisatawan secara tidak langsung merupakan sumber pendapatan bagi masyarakat atau perorangan yang melakukan usaha sektor pariwisata maupun usaha lain yang terkait dengan sektor pariwisata.
- 3) Dampak terhadap kesempatan kerja. Sektor pariwisata dan seperti halnya sektor-sektor lain yang berhubungan dengan pariwisata tidak dapat dipungkiri merupakan lapangan kerja yang menyerap begitu banyak tenaga kerja. Karena usaha sektor pariwisata biasanya adalah industri padat karya.
- 4) Dampak terhadap harga-harga. Permintaan sektor pariwisata terhadap produk lokal merupakan berkah bagi pengusaha setempat seperti petani, nelayan, peternak, perajin cinderamata dan pengusaha lain dalam penjualan produknya. Dengan adanya kegiatan pariwisata, permintaan terhadap produk-produk lokal semakin tinggi sehingga menaikkan harga jual produk-produk tersebut.
- 5) Dampak terhadap distribusi manfaat atau keuntungan. Tidak jarang sebuah destinasi wisata berada di lokasi terpencil (pelosok) yang jauh dari pusat konsentrasi penduduk (kota) karena tempat dengan kriteria tersebut dianggap memiliki daya tarik yang masih alami. Hal ini akan membantu penyebaran konsentrasi penduduk dan penyebaran aktifitas ekonomi dari kota ke wilayah terpencil tersebut.
- 6) Dampak terhadap kepemilikan dan kontrol. Berkembangnya pariwisata di suatu daerah juga berarti ada peningkatan kebutuhan akan sumber daya. Misalnya air, listrik, gas, dan sebagainya. Pemerintah atau otoritas lokal yang lebih berwenang dalam pengelolaannya, hal ini menjadi sumber pendapatan masyarakat lokal yang cukup besar.
- 7) Dampak terhadap pembangunan pada umumnya. Lokasi wisata di daerah pinggiran memerlukan infrastruktur (jalan, rel kereta, sarana komunikasi, air bersih, listrik, gas dan sebagainya) untuk mendukungnya. Hal ini merupakan manfaat balik bagi dari kegiatan pariwisata yang dapat dirasakan masyarakat.
- 8) Dampak terhadap pendapatan pemerintah. Pemerintah memperoleh pendapatan dari sektor pariwisata melalui berbagai cara seperti pajak, retribusi dan sebagainya.

Suatu desa yang memiliki masyarakat yang giat berwirausaha diharapkan akan menggerakkan roda perekonomian desa yang pada akhirnya akan meningkatkan kesejahteraan masyarakatnya. Usaha-usaha menumbuhkan kewirausahaan desa akan lebih tepat jika dikaitkan dengan potensi desa yang ada. Potensi desa merupakan kondisi alam atau keterampilan masyarakat maupun hasil bumi dan sumber daya apapun dari desa yang dapat dijadikan suatu industry desa. Untuk itu perlu usaha untuk mengidentifikasi potensi desa



yang dapat dikembangkan sebagai industri desa dan bagaimana usaha komersialisasi dan inovasinya (Widjajani, Fajarwati, & Retnaningrum, 2015).

Pemanfaatan potensi desa oleh masyarakat dapat dimulai dengan membuat industri kecil rumahan atau homeindustry. Home industry adalah rumah usaha produk barang atau perusahaan kecil. Dikatakan sebagai perusahaan kecil karena seluruh kegiatan ekonomi berpusat dirumah. (Nugraha & Rahmawati, 2013) mengemukakan bahwa kewirausahaan berbasis home industry atau industri rumahan sangat cocok dengan budaya warga desa pada umumnya, dikarenakan kegiatan tersebut tidak memerlukan segala bentuk aturan formal yang mengharuskan ijazah pendidikan.

Adapun indikator dari Kesejahteraan masyarakat Desa adalah, sebagai berikut:

1. Mengembangkan kreatifitas masyarakat
Memperkuat kreativitas masyarakat dalam memanfaatkan sumber daya alam yang ada di Desa
2. Mewujudkan Program Kesehatan Desa
Membuat program untuk mewujudkan Desa dengan masyarakat yang utama tentang kesehatan, gizi, pola hidup sehat
3. Pertanian
Membangun pertanian melalui penerapan inovasi teknologi mendorong pertanian yang efisiensi dalam biaya produksi dan mampu meningkatkan produktivitas secara nyata
4. Pendidikan
Pendidikan yaitu pengetahuan yang diturunkan dari satu generalisasi kegenerasi selanjutnya pada dasarnya pendidikan diDesa sangatlah minim menempuh pendidikan secara tinggi mereka memilih bekerja.

Menurut Saroni (2012) menyatakan bahwa pendidikan kewirausahaan adalah program pendidikan yang menggarap aspek kewirausahaan sebagai bagian penting dalam pebekalan anak didik.

Brubacher dalam Helmawati (2016:23) mengemukakan bahwa pendidikan adalah proses penembangan potensi, kemampuan, dan kapasitas manusia yang mudah dipengaruhi oleh kebiasaan, kemudaian disempurnakan dengan kebiasaan-kebiasaan yang baik didukung dengan alat (media) yang disusun sedemikian rupa sehingga pendidikan dapat digunakan untuk menolong orang lain atau dirinya sendiri dalam mencapai tujuan-tujuan yang telah ditetapkan.

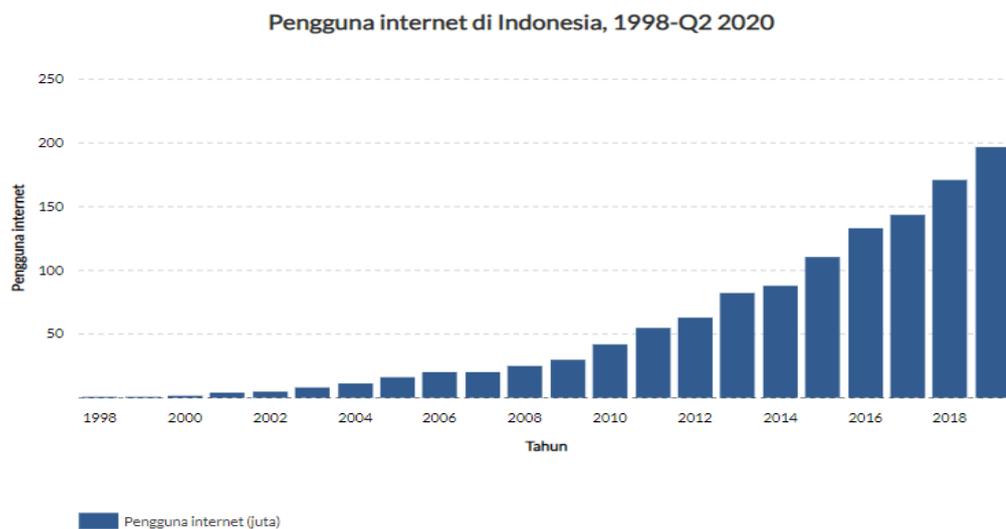
Dulu kewirausahaan dianggap hanya dapat dilakukan melalui pengalaman langsung dilapangan dan merupakan bakat yang dibawa sejak lahir, sehingga kewirausahaan tidak dapat dipelajari dan juga diajarkan. Seseorang yang memiliki bakat kewirausahaan dapat mengembangkan bakatnya melalui pendidikan. Mereka yang menjadi wirausahaan adalah orang-orang yang mengenal potensi dan belajar mengembangkannya untuk menangkap peluang serta mengorganisasi usaha dalam mewujudkan cita-citanya (Agustina, 2016).



Pendidikan kewirausahaan tidak hanya melalui disiplin ilmu melainkan juga berasal dari kursus dan pengalaman akademik.

Perkembangan teknologi informasi sangat berkembang pesat. Berbagai kegiatan bisnis kecil sampai besar memanfaatkan perkembangan ini untuk menjalankan usahanya. Banyaknya competitor menjadi pertimbangan bagi para pengusaha untuk masuk dalam persaingan yang sangat ketat. Strategi pemasaran dan media yang tepat digunakan untuk bisa meraih pasar yang dituju sehingga volume penjualan selalu meningkat dan profit. Digital Marketing adalah salah satu media pemasaran yang saat ini sedang banyak diminati oleh masyarakat untuk mendukung berbagai kegiatan yang dilakukan. Mereka sedikit demi sedikit mulai meninggalkan model pemasaran konvensional/tradisional beralih ke pemasaran modern yaitu pemasaran digital (*digital marketing*). Dengan digital marketing komunikasi dan transaksi dapat dilakukan setiap waktu/ real time dan bisa mengglobal atau mendunia. Dengan jumlah pengguna social media berbasis chat ini yang banyak dan semakin hari semakin bertambah membuka peluang bagi pelaku wirausaha untuk mengembangkan pasarnya.

Pengguna internet di Indonesia, 1998-Q2 2020



Gambar 2 Jumlah Pengguna Internet di Indonesia, 1998-Q2 2020
Sumber: Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII)

Turban et al. (2004), Katawetawaraks dan Wang (2011) menjelaskan bahwa belanja online adalah kegiatan pembelian produk (baik barang ataupun jasa) melalui media internet. Kegiatan belanja online meliputi kegiatan Business to Business (B2B) maupun Business to Consumers (B2C). Sementara pada penelitian kegiatan belanja online dikaitkan dengan B2C karena kegiatan pembelian yang dimaksudkan adalah kegiatan pembelian yang digunakan oleh konsumen sendiri, tidak dijual kembali. Kegiatan belanja online ini adalah transaksi yang bersifat ritel dengan pembeli individu,



sehingga belanja online di sini adalah sebuah keputusan pembelian yang dilakukan oleh individu secara online.

Sedangkan menurut Kotler dalam Widodo (2002) internet marketing memiliki lima keuntungan besar bagi perusahaan yang menggunakannya. Pertama, baik perusahaan kecil maupun perusahaan besar dapat melakukannya. Kedua, tidak terdapat batas nyata dalam ruang beriklan jika dibandingkan dengan media cetak dan media penyiaran. Ketiga, akses dan pencarian keterangan sangat cepat jika dibandingkan dengan surat kilat atau bahkan fax. Keempat, situsnya dapat dikunjungi oleh siapapun, dimanapun di dalam dunia ini, kapanpun. Kelima belanja dapat dilakukan secara lebih cepat dan sendirian.

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan asosiatif dengan desain analitik korelasional (*correlational study*). Penelitian korelasional bertujuan mengungkapkan hubungan korelatif antar variabel. Penelitian korelasional menggunakan instrumen untuk menentukan apakah terdapat hubungan antara dua variabel atau lebih yang dapat dikuantitatifkan (Sekaran, 2000). Penelitian ini dilakukan untuk menguji hipotesis yang diajukan dengan menggunakan metode penelitian yang telah dirancang sesuai dengan variabel yang diteliti agar didapat hasil yang akurat. Pendekatan penelitian ini adalah kuantitatif yang bersifat asosiatif yaitu penelitian akan menguji hubungan setiap variabel eksogen dan endogen.

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek dan subyek yang mempunyai kualitas karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk mempelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat Desa Gada wilayah Gunungsitoli, Nias yaitu sebanyak 877 orang. Pengambilan sampel dilakukan dengan teknik *non probability sampling* yaitu sampling digunakan karena apabila karakteristik populasi tidak teridentifikasi secara pasti dan bahkan jumlahnya ada namun tidak teridentifikasi secara pasti. Penentuan sampel dilakukan dengan menggunakan teknik *purposive sampling*, yaitu peneliti mencari responden dengan memilih masyarakat yang minat berwirausaha dan sudah menjalani usaha minimal 3 bulan. Dari perhitungan penarikan jumlah sampel dengan menggunakan rumus Slovin, diperoleh sebanyak 90 responden.

HASIL DAN PEMBAHASAN

HASIL

Evaluasi Model Pengukuran (*Outer Model*)

Evaluasi model pengukuran atau *outer model* dilakukan untuk menilai validitas dan reliabilitas model konstruk. *Outer model* dengan indikator refleksif di evaluasi dengan melalui validitas *convergent*, *discriminant* dan *composite reability* serta *cronbach alpha* untuk blok indikatornya (Ghozali dan Latan, 2015).

Tabel 1. Hasil Uji *Loading Factor*



	PW (X)	PD (Z)	KM (Y)
PW1			
PW2			
PW3			
PD1		0.779	
PD2		0.816	
PD3		0.715	
PD4		0.715	
PD5		0.609	
KM1			0.907
KM2			0.848
KM3			0.880

Sumber: Hasil Output SmartPLS 3, 2022

Penilaian *internal consistency reliability* dilakukan pada setiap konstruk. Nilai *composite reliability* dari masing-masing konstruk diharapkan setidaknya 0,7. Namun, pada penelitian yang bersifat eksploratori nilai *composite reliability* $\geq 0,6$ dapat diterima (Bagozzi dan Yi, 1998). Hasil algoritma SmartPLS pada *composite reliability* masing-masing konstruk diketahui pada Tabel 2, sebagai berikut:

Tabel 2 *Composite Reliability*

	<i>Composite Reliability</i>
PD (Z)	0.850
KM (Y)	0.809
PW (X)	0.910

Sumber: Hasil Output SmartPLS 3, 2022

Validitas *outer model* dilakukan dengan menggunakan *convergent validity* dan *discriminant validity*. Penilaian *convergent validity* dilakukan dengan melihat nilai *average variance extracted* (AVE) pada setiap konstruk (Hair *et al.* 2011) menyatakan bahwa nilai AVE pada setiap konstruk yang baik setidaknya adalah $> 0,5$. Hasil Algoritma *SmartPLS* pada nilai AVE dirangkum dalam Tabel 3.

Tabel 3 *Average Variance Extracted (AVE)*

	<i>Average Variance Extracted (AVE)</i>
PD (Z)	0.533
KM (Y)	0.589
PW (X)	0.772

Sumber: Hasil Output SmartPLS 3, 2022

Evaluasi Model Struktural (*Inner Model*)



Setelah model yang diestimasi memenuhi kriteria *Outer Model*, selanjutnya pengukuran dilakukan dengan pengujian model struktural (*Inner Model*) dengan melihat nilai *R-Square* (R^2) pada variabel. Hasil nilai *R-Square* (R^2) pada variabel berdasarkan hasil pengukuran diperlihatkan pada Tabel 4 sebagai berikut:

Tabel 4 *R Square*

	<i>R Square</i>
PD (Z)	0.612
KM (Y)	0.417

Sumber: Hasil Output SmartPLS 3, 2022

Berdasarkan Tabel 4.12 diketahui bahwa :

- Nilai *R Square* untuk variabel Pemasaran Digital sebesar 0.612, hal ini berarti besarnya persentase pengaruh Pendidikan Kewirausahaan terhadap Pemasaran Digital yaitu sebesar 61,2% sedangkan sisanya 38.8% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.
- Nilai *R Square* untuk variabel Kesejahteraan Masyarakat sebesar 0.417, hal ini berarti besarnya persentase pengaruh Pendidikan Kewirausahaan terhadap Kesejahteraan Masyarakat yaitu sebesar 41.7% sedangkan sisanya 58.3% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

4.2.1 Uji Pengaruh Langsung (*Direct Effect*)

Pengujian hipotesis dilakukan dengan uji T-statistics (t-test) dengan tingkat signifikansi 5%. Dikatakan signifikansi jika nilai T-statistics > 1.96. Apabila dalam pengujian ini diperoleh p-value < 0,05 (α 5%), berarti pengujian signifikan, dan sebaliknya apabila p-value > 0,05 (α 5%), berarti tidak signifikan. Hasil uji pengaruh langsung masing-masing variabel dapat dilihat pada Tabel 4.10, sebagai berikut:

Tabel 4.10 *Path Coefficients*

	<i>Original Sample (O)</i>	<i>Sample Mean (M)</i>	<i>Standard Deviation (STDEV)</i>	<i>T Statistics (O/STDEV)</i>	<i>P Values</i>
PD (Z) → KM (Y)	0.646	0.650	0.072	9.005	0.000
PW (X) → PD (Z)	0.782	0.787	0.045	17.193	0.000
PW (X) → KM (Y)	0.505	0.512	0.069	7.317	0.000

Sumber: Hasil Output SmartPLS 3, 2022

Berdasarkan hasil pada Tabel 4.10 diperoleh hasil, sebagai berikut:

- Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan terhadap Pemasaran Digital

Berdasarkan Tabel 4.10 menjelaskan bahwa pengaruh antara Pendidikan



Kewirausahaan terhadap Pemasaran Digital dengan ($P\text{-Values} = 0.000 < 0,05$) maka H_0 di tolak H_1 diterima, artinya terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Pendidikan Kewirausahaan dengan Pemasaran Digital.

- b) Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan terhadap Kesejahteraan Masyarakat Berdasarkan Tabel 4.10 menjelaskan bahwa pengaruh antara Pendidikan Kewirausahaan terhadap Kesejahteraan Masyarakat ($P\text{-Values} = 0.000 < 0,05$) maka H_0 di tolak H_1 diterima, artinya terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Pendidikan Kewirausahaan dengan Kesejahteraan Masyarakat.
- c) Pengaruh Pemasaran Digital terhadap Kesejahteraan Masyarakat Berdasarkan Tabel 4.10 menjelaskan bahwa pengaruh antara Pemasaran Digital terhadap Kesejahteraan Masyarakat dengan ($P\text{-Values} = 0.000 < 0,05$) maka H_0 di tolak H_1 diterima, artinya terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Pemasaran Digital dengan Kesejahteraan Masyarakat.

4.2.2 Uji Pengaruh Tidak Langsung (*Indirect Effect*)

Pengaruh tidak langsung merupakan besarnya pengaruh melalui variabel mediasi. Besaran pengaruh tidak langsung adalah perkalian antara pengaruh langsung variabel bebas terhadap variabel mediasi dengan pengaruh langsung variabel mediasi terhadap variabel terikat, besarnya pengaruh tidak langsung dari variabel bebas terhadap variabel dapat dihitung dan dirangkum dalam Tabel 4.10, sebagai berikut:

Tabel 4.11 Indirect effect

	<i>Original Sample (O)</i>	<i>Sample Mean (M)</i>	<i>Standard Deviation (STDEV)</i>	<i>T Statistics (O/STDEV)</i>	<i>P Values</i>
PW (X) → PD (Z) → KM (Y)	0.505	0.512	0.069	7.317	0.000

Sumber: Hasil Output SmartPLS 3, 2022

Berdasarkan Tabel 4.11 menunjukkan bukti empiris bahwa Pendidikan Kewirausahaan terhadap Kesejahteraan Masyarakat Melalui Pemasaran Digital. Dengan demikian, nilai koefisien pengaruh tidak langsung dari Pendidikan Kewirausahaan terhadap Kesejahteraan Masyarakat Melalui Pemasaran Digital adalah 0.000 dengan nilai $P\text{-Values} = 0.000 < 0,05$ maka Pendidikan Kewirausahaan secara tidak langsung berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Kesejahteraan Masyarakat melalui Pemasaran Digital.

Pembahasan



Pengaruh Pendidikan Berwirausaha terhadap Pemasaran Digital

Berdasarkan hasil uji pengaruh langsung diketahui Pendidikan Berwirausaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pemasaran Digital, dimana nilai koefisien jalur dari Pendidikan Berwirausaha 0.782 dan signifikannya $0.000 < 0.05$, yang artinya Hasil penelitian menunjukkan bahwa Pendidikan Berwirausaha memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Pemasaran Digital. Dengan demikian, **hipotesis pertama diterima**. Pengaruh langsung Pendidikan Berwirausaha terhadap Pemasaran Digital sebesar 78.2%. Hal ini menunjukkan bahwa Pendidikan Berwirausaha mempunyai pengaruh langsung lebih besar pada Pemasaran Digital. Pendidikan Berwirausaha merupakan faktor yang mendorong masyarakat untuk lebih giat memasarkan produk sehingga pelanggan merasa puas terhadap kemudahan-kemudahan pelanggan yang diperoleh. Pendidikan Berwirausaha dapat didefinisikan sebagai ilmu yang dapat lebih memberikan inovasi dan kreatifitas yang tinggi. Baik dan buruknya Pendidikan Berwirausaha dapat diukur melalui ransangan dari layanan yang diterima oleh pelanggan. Evaluasi setiap pelanggan mengenai ransangan dari pelayanan dapat berbeda dari satu individu ke individu lainnya.

Pengaruh Pendidikan Berwirausaha terhadap Kesejahteraan Masyarakat

Berdasarkan hasil uji pengaruh langsung diketahui Pendidikan Berwirausaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kesejahteraan Masyarakat, dimana nilai koefisien jalur dari Pendidikan Berwirausaha 0.505 dan signifikannya $0.000 < 0.05$, yang artinya Hasil penelitian menunjukkan bahwa Pendidikan Berwirausaha memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kesejahteraan Masyarakat. Dengan demikian, **hipotesis kedua diterima**. Pengaruh langsung Pendidikan Berwirausaha terhadap Kesejahteraan Masyarakat sebesar 50.5%. Pendidikan Berwirausaha mempunyai pengaruh langsung lebih kecil pada Kesejahteraan Masyarakat dari pada Pemasaran Digital. Pemeliharaan Pendidikan Berwirausaha tetap akan mempengaruhi masyarakat dalam pengambilan keputusan untuk kemajuan usaha. Masyarakat dapat lebih sejahtera bila pendidikan yang dibutuhkan terutama pengembangan usaha dapat terpenuhi dengan baik.

Pengaruh Pemasaran Digital terhadap Kesejahteraan Masyarakat

Berdasarkan hasil uji pengaruh langsung diketahui Pemasaran Digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kesejahteraan Masyarakat, dimana nilai koefisien jalur dari Pemasaran Digital 0.646 dan signifikannya $0.000 < 0.05$, yang artinya Hasil penelitian menunjukkan bahwa Pemasaran Digital memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kesejahteraan Masyarakat. Dengan demikian, **hipotesis ketiga diterima**. Pengaruh langsung Pemasaran Digital terhadap kepuasan pelanggan sebesar 64.4%. Hal ini menunjukkan bahwa Pemasaran Digital mempunyai pengaruh langsung lebih besar pada Kesejahteraan Masyarakat. Pemasaran Digital dengan Kesejahteraan Masyarakat memiliki pengaruh yang positif. Pemasaran Digital merupakan hal yang terdepan di era milenial sekarang ini dan bila pengetahuan terkait digital dapat dikuasai pada masyarakat maka kedepannya masyarakat akan lebih berkembang dan sejahtera.



Pengaruh Pendidikan Berwirausaha terhadap Kesejahteraan Masyarakat Melalui Pemasaran Digital

Berdasarkan hasil uji pengaruh langsung diketahui Pendidikan Berwirausaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kesejahteraan Masyarakat melalui Pemasaran Digital, dimana nilai koefisien jalur dari Pemasaran Digital 0.505 atau 50.5% dan signifikannya $0.000 < 0.05$, yang artinya Hasil penelitian menunjukkan bahwa Pendidikan Berwirausaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kesejahteraan Masyarakat melalui Pemasaran Digital. Dengan demikian, **hipotesis ketiga diterima**.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada bab sebelumnya dapat disimpulkan bahwa :

1. Pendidikan Berwirausaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pemasaran Digital pada Desa Gada, Kecamatan GunungSitoli, Nias.
2. Pendidikan Berwirausaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kesejahteraan Masyarakat pada Desa Gada, Kecamatan GunungSitoli, Nias.
3. Pemasaran Digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kesejahteraan Masyarakat pada Desa Gada, Kecamatan GunungSitoli, Nias.
4. Pendidikan Berwirausaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kesejahteraan Masyarakat Melalui Pemasaran Digital pada Desa Gada, Kecamatan GunungSitoli, Nias.

Saran

Potensi kewirausahaan Desa Gada Kecamatan GunungSitoli, Nias dapat terlihat dari kualitas produk-produk olahan yang dihasilkan dengan harga yang lebih murah. Sayangnya, masyarakat Desa Gada Kecamatan GunungSitoli, Nias masih menggunakan cara-cara lama dalam berjualan yang memakan sumber daya banyak namun hasil penjualannya kurang maksimal, sehingga usaha-usaha kecil milik masyarakat Desa Gada Kecamatan GunungSitoli, Nias kurang bisa berkembang. Potensi sumber daya alam yang melimpah belum termaksimalkan dengan baik. Oleh karena itu pelatihan kewirausahaan dan pemasaran digital atau digital marketing merupakan salah satu cara untuk meningkatkan potensi kewirausahaan tersebut. Dengan menggunakan pemasaran digital, sumber daya yang harus diperlukan akan lebih sedikit namun hasilnya akan lebih maksimal. Sehingga akan dapat memberikan keuntungan bagi masyarakat serta dapat mendorong berkembangnya usaha-usaha yang dimiliki oleh masyarakat Desa Gada Kecamatan GunungSitoli, Nias. Adapun untuk media online yang dapat digunakan sebagai perantara pemasaran antara lain, facebook, instagram, dan lainnya. Website ecommerce seperti tokopedia, bukalapak, dan sebagainya juga dapat digunakan sebagai media atau lapak untuk mengekspansi pasar menjadi lebih luas. Kerja sama dengan pihak ojek online atau melalukan pemasaran dengan Cash On Delivery (COD) juga dapat dimanfaatkan sebagai sarana pemasaran



sekaligus untuk menjadi sarana kreativitas maupun inovasi-inovasi masyarakat untuk produk-produk olahannya. Disisi lain, Pemerintah Desa Gada Kecamatan GunungSitoli, Nias juga bisa mendorong bertumbuhnya entrepreneurship untuk memberikan fasilitas permodalan dan membentuk kelompok usaha desa supaya terbangung relasi atau jejaring pemasaran yang lebih luas. Seperti halnya kebijakan mikro dilakukan melalui cara memberikan bantuan kepada usaha perorangan. Pemerintah Desa Gada Kecamatan GunungSitoli, Nias juga dapat mendorong para pelaku wirausaha dengan cara memberikan atau menyediakan seperti fasilitas, pendidikan, peralatan, pelatihan dll. Pendidikan dalam bidang kewirausahaan seperti pemerintah Desa Gada Kecamatan GunungSitoli, Nias melakukan kerja sama ataupun kolaborasi dengan Universitas yang mempunyai pusat pengembangan usaha kecil dan juga menengah, yang ditekankan adalah bagaimana cara memulai usaha, bagaimana cara mengembangkan usaha tersebut dan juga cara pelaku bisnis menggunakan internet untuk menaikkan profit serta memperlebar sayap bisnis yang sedang digelutinya. Pemerintah Desa Gada Kecamatan GunungSitoli, Nias dituntut lebih memberikan perhatian khusus agar masyarakat dapat mengembangkan potensi kewirausahaan yang dimiliki masyarakat dan juga masyarakat dapat menggunakan media sosial sebagai bentuk pemasaran melalui media digital agar dapat membantu perekonomian masyarakat Desa Gada Kecamatan GunungSitoli, Nias.

DAFTAR PUSTAKA

- Anwar, Muhammad H.M. (2017). *Pengantar Kewirausahaan Teori dan Aplikasi*. Jakarta: PT. Kharisma Putra Utama: Kencana.
- Adhitama, Paulus Patria. (2014). *Faktor-faktor yang mempengaruhi Minat Berwirausaha (Studi kasus mahasiswa fakultas ekonomika dan bisnis UNDIP, Semarang)*. Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro: Semarang. (eprints.undip.ac.id/ADHIT.PDF faktor-faktor yang mempengaruhi minat berwirausaha – undip)
- Iskandar, Dani dan Syaiful Bahri. (2015). *Dasar-dasar Kewirausahaan*. Medan: Umsu Press
- Inawati, Firlan Erma. (2018). *Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan, Sikap, Lingkungan Keluarga dan Motivasi terhadap minat berwirausaha (Studi Kasus pada Mahasiswa Aktif Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia yang Memiliki Usaha Pribadi)*. Fakultas Ekonomi Islam Indonesia: Yogyakarta.
- Justin G. Longenecker, dkk., *Kewirausahaan Manajemen Usaha Kecil*, 2001, Salemba Empat, Jakarta
- Juanda, Ahmad, dkk. (2015). *Membangun Ekonomi Nasional Yang Kokoh*. Malang: UMM Press.
- Ketut, Sayu Sutrisna Dewi, S.E., M.M., Ak. (2017). *Konsep dan Pengembangan kewirausahaan di Indonesia*. Yogyakarta: Deepublish.
- Lubis, Henny Zurika dkk. (2016). *Pengantar Kewirausahaan*. Medan: Perdana Publishing.
- Manullang, Marihot & Manuntun Pakpahan. (2014). *Metodologi Penelitian*. Bandung: Ciptapustaka Media Jakarta: Salemba Medika.
- Rangkuti, F. (2010). *Analisis SWOT teknik membedah kasus bisnis*, Gramedia Pustaka Umum, Jakarta.
- Strauss, Judy dan Raymond Frost, 2009, *E-Marketing*, 5th Edition, Prentice-Hall, Inc., Upper Saddle, New Jersey