

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Setiap tahun, persaingan bisnis di skala global terus mengalami peningkatan ketat yang signifikan. Adanya persaingan karena menunjukkan peningkatan usaha dengan berbagai jenis baik berupa produk maupun jasa. Persaingan bisnis global dibaratkan sebagai pertandingan di suatu arena dimana para pelaku usaha memasuki suatu era persaingan total. Pelaku usaha saat ini memasuki zaman dimana dalam memenangkan persaingan akan terasa semakin sulit karena adanya persaingan yang ketat (Yuliaty et al., 2020).

Kemampuan bersaing dalam konteks ini merupakan hasil dari dorongan globalisasi yang memberikan potensi bagi perbaikan mutu dalam sektor bisnis. Negara-negara di seluruh dunia telah mempersiapkan diri untuk menghadapi dan merespons pasar bebas domestik yang akan datang. Hal ini juga disertai dengan masuknya berbagai produk asing dan pengaruh budaya dari negara-negara eksportir produk tersebut. Ragam produk telah dengan cepat memasuki wilayah suatu negara. Contohnya banyak produk yang berasal dari China dan Korea yang berada di Indonesia (Yuliaty et al., 2020).

Pada tahun 2020 Kementerian Perdagangan Republik Indonesia sudah banyak melakukan pertemuan perjanjian perdagangan bebas dengan berbagai negara.

Tujuan dari adanya perjanjian ini adalah untuk meningkatkan volume perdagangan Indonesia di pasar global. Adanya kegiatan kerja sama Internasional antar negara diyakini mampu memberikan efektifitas dalam mempercepat pemulihan ekonomi akibat Covid-19. Hal yang dilakukan pemerintah Indonesia adalah dengan melakukan perjanjian perdagangan bebas Indonesia dengan negara ASEAN (Kemenkopukm, 2021).

Dengan adanya persaingan global, negara-negara didesak untuk bersaing di dalam lingkungan pasar yang bebas. Dalam persaingan ini, selalu ada yang meraih kekalahan dan juga yang mencapai kemenangan. Dalam konteks ini, upaya lebih ditekankan pada peningkatan mutu produk, modifikasi produk, serta perbaikan kemasan produknya, semuanya bertujuan untuk bersaing secara global. Strategi inovasi merupakan cara untuk mengatasi dalam persaingan usaha, harus segera mencoba dalam tujuan meningkatkan daya saing (Yuliaty et al., 2020).

Menurut Ernawati (2019) berbagai ide inovatif dihasilkan guna mencegah rasa jenuh pelanggan terhadap produk yang telah ada sebelumnya. Tujuannya agar dapat meningkatkan penjualan produk dan mendapatkan keuntungan yang besar untuk mempertahankan eksistensi perusahaan tersebut. Inovasi produk adalah awal dari perkembangan perusahaan karena terjadinya modifikasi dan perubahan ini muncul berdasarkan hasil penilaian yang dilakukan oleh perusahaan terhadap kualitas produk yang dimilikinya, dengan tujuan menjaga kesinambungan dalam memenuhi tuntutan konsumen (Fauzi & Mandala, 2019). Namun di Indonesia

masih banyak produk yang tidak berinovasi hal ini dibuktikan dengan *Global Innovation Index (GII)*.

RANGKING 2019	NEGARA	RANKING 2018	PERUBAHAN
8	Singapura	5	-3
35	Malaysia	35	0
42	Vietnam	45	3
43	Thailand	44	1
54	Filipina	73	19
71	Brunel	67	-4
85	Indonesia	85	0
98	Kamboja	98	0

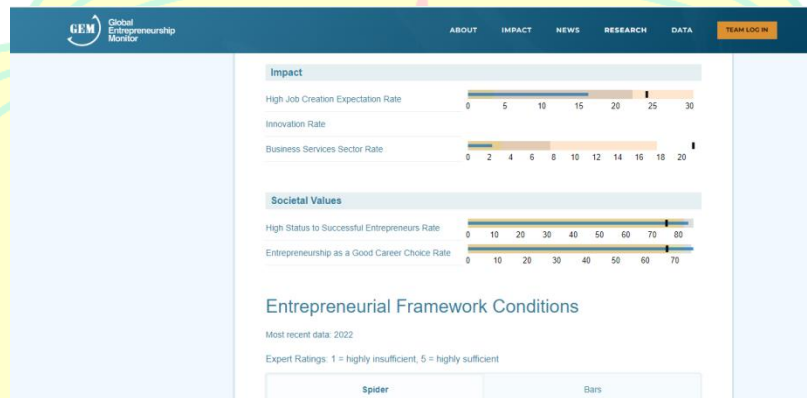
Gambar 1.1 Global innovation index 2019

Sumber : CNBC Indonesia (2019)

Mengacu pada data dari *Global Innovation Index (GII)* yang disusun oleh Universitas Cornell, *World Intellectual Property Organization (WIPO)*, dan INSEAD. Organisasi hak atas kekayaan intelektual dunia, Indonesia mempertahankan posisinya tanpa perubahan. *GII* menjadi panduan global untuk mencatat aktivitas inovasi di 129 negara dengan menggunakan 80 indikator.

Dengan skor 29,8, Indonesia ditempatkan pada posisi ke-85 dari 129 negara. Namun, situasinya berbeda dari Vietnam, Thailand, dan Filipina yang sudah mencapai peringkat 42, 43, dan 54 masing-masing. Fakta bahwa Indonesia tertinggal dalam peringkat ini merupakan sebuah keprihatinan, terutama karena kawasan Asia menjadi tempat dimana inovasi paling banyak terjadi, dengan pertumbuhan yang berlangsung setelah perlambatan ekonomi di negara maju dan

dunia (Gunawan, 2019). Selain kurangnya daya inovasi yang dilakukan di Indonesia, angka kewirausahaan di Indonesia juga belum meningkat dibanding negara lain.



Gambar 1. 2 Entrepreneurial Behaviour and Attitudes

Sumber : *Global Entrepreneurship Monitor* (2022)

Mengacu pada data yang bersumber dari data *Global Entrepreneurship Monitor*, pada tahun 2022 di Indonesia dengan melihat dampak yang dirasakan wirausaha terkait inovasi masih di capaian 0. Hal tersebut menyatakan bahwa adanya inovasi di Indonesia masih sangat mengkhawatirkan (*Global Entrepreneurship Monitor*, 2022). Hal ini didukung dengan data yang bersumber dari statistika bahwa pada tahun 2021 Indonesia menginvestasikan sekitar 0,24% dari PDB-nya untuk penelitian dan pengembangan. Dan akan diperkirakan tetap sama pada tahun 2022 (*Statista*, 2022).

Produk Domestik Bruto merupakan konsep pendapatan nasional suatu negara. Dimana hal tersebut menginformasikan total produk barang atau jasa yang dihasilkan oleh unit-unit produksi dalam suatu daerah selama periode satu tahun (Qothrunnada,

2022). Pertumbuhan ekonomi kreatif memiliki potensi yang signifikan dalam memberikan kontribusi terhadap Produk Domestik Bruto, penyerapan tenaga kerja, dan ekspor. Pemerintah terus mendorong perkembangan industri kreatif agar menjadi sektor yang strategis dan memiliki peran yang semakin besar dalam hal kontribusi terhadap PDB (Kemenko Perekonomian, 2015).

Berdasarkan data dari Kementerian Perindustrian mencatat bahwa pada 2021 rasio kewirausahaan Indonesia baru mencapai di angka 3.55%. Hal tersebut masih di bawah negara tetangga seperti Thailand maupun Malaysia yang sudah lebih dari 4%. Bahkan jauh dengan Singapura yang telah mencapai angka 8.7% dan negara-negara maju lainnya sudah lebih dari 12% (Yuniar, 2022). Di Indonesia sendiri banyak wirausaha rintisan yang mulai menjalankan bisnisnya atau biasa disebut dengan *startup*. Namun banyak dari *startup* yang mengalami kegagalan. Terdapat beberapa faktor yang menyebabkan *startup* di Indonesia mengalami kegagalan sehingga sulit bersaing dengan negara tetangga.



Gambar 1. 3 Faktor kegagalan startup

Sumber: CNBC Indonesia (2022)

Mengacu pada data yang bersumber dari CNBC Indonesia tahun 2022 menunjukkan bahwa tidak ada kebutuhan pasar memiliki persentase yang paling banyak yaitu sekitar 42%. Kemudian faktor yang mempengaruhi kegagalan berwirausaha adalah kalah dalam kompetisi menunjukkan angka persentase yaitu 19%. Serta produk yang tidak ramah pengguna memiliki persentase yaitu 17% (Dewi, 2022). Beberapa faktor yang disebutkan merujuk pada harus adanya inovasi produk yang dilakukan wirausaha. Menurut Fauzi & Mandala (2019) inovasi dapat dikatakan sukses apabila adanya produk inovatif dapat menghasilkan pelayanan yang memuaskan konsumen.

Pendapat yang sejalan diungkapkan oleh ahli ekonomi digital, yang juga merupakan CEO PT Duta Sukses Dunia, Yudi Chandra, menyatakan bahwa dari sekitar 1.500 hingga 1.700 startup yang berhasil di Indonesia, angka tersebut masih tergolong kecil, hanya sekitar 1%, sementara 99% sisanya mengalami kegagalan dalam mengembangkan usaha mereka. Alasannya adalah mayoritas *startup* tidak mampu memberikan solusi yang inovatif atau baru dalam menjawab kebutuhan masyarakat. Banyaknya *startup* yang berbondong-bondong membuat *platform* yang sama dengan yang sudah ada tanpa adanya inovasi. Para *startup* masih mengikuti *trend* yang sudah sukses. *Startup* perlu mengidentifikasi produk yang memiliki unsur inovasi dan kesan modern, sehingga mampu memberikan pengalaman yang *fresh* dan berbeda (Anggraeni, 2019).

Dengan adanya persaingan global ini dituntut untuk melakukan inovasi di berbagai sektor, dalam konteks ini keterlibatan pemerintah sangat diperlukan dalam memajukan dunia wirausaha, contohnya program yang dibuat pemerintah untuk terus meningkatkan jiwa wirausaha kepada mahasiswa. Pemerintah telah berupaya mendorong mahasiswa untuk memiliki jiwa berwirausaha. Pada tahun 2009, diperkenalkan Program Mahasiswa Wirausaha (PMW) yang bertujuan untuk memfasilitasi mahasiswa yang memiliki minat dan potensi dalam bidang kewirausahaan (Hendarman, 2011).

Program ini memberikan kesempatan kepada mahasiswa untuk memulai usaha berbasis ilmu pengetahuan, teknologi, dan seni yang mereka pelajari. Diharapkan bahwa inisiatif ini akan mendukung agenda pemerintah dalam mencapai tujuan kemandirian negara melalui penciptaan lapangan kerja dan pemberdayaan Usaha Kecil dan Menengah (UKM). Melalui program ini, diharapkan pola pikir mahasiswa dapat berubah dari hanya mencari pekerjaan (*job seeker*) menjadi pencipta lapangan kerja (*job creator*) atau pengusaha yang siap menghadapi tantangan persaingan global (Hendarman, 2011).

Sejalan dengan hal itu Universitas Negeri Jakarta juga memberikan kesempatan pada mahasiswanya untuk melakukan wirausaha. Berbagai program telah dilakukan Universitas Negeri Jakarta untuk terus mendorong perkembangan kegiatan kewirausahaan khususnya pada Program Mahasiswa Wirausaha (PMW)

dengan memfokuskan pada tujuan utama. Upaya ini bertujuan mencapai hasil optimal melalui pendekatan yang lebih inovatif, kontemporer, dan berkelanjutan.

Berdasarkan data tahun 2022 mahasiswa yang mengikuti Program Mahasiswa Wirausaha (PMW) di Universitas Negeri Jakarta sebanyak 604 mahasiswa, kemudian mahasiswa diseleksi dengan menghasilkan 244 mahasiswa, berdasarkan data tersebut tingkat inovasi produk program tersebut masih rendah, sehingga peneliti ingin mengetahui faktor yang dapat meningkatkan inovasi produk di lokasi penelitian.

Tabel 1. 1 Pengangguran terbuka lulusan universitas

Pendidikan Tertinggi Yang Ditematkan + Total	Pengangguran Terbuka Menurut Pendidikan Tertinggi yang Ditematkan (Orang)					
	2021			2022		
	Februari	Agustus	Tahunan	Februari	Agustus	Tahunan
Universitas	999 543	848 657	-	884 769	-	-

Sumber : Badan Pusat Statistik (2022)

Mengacu pada data yang berasal dari Badan Pusat Statistik menunjukkan bahwa di lihat dari segi pendidikan untuk jenjang universitas mengalami peningkatan pengangguran pada tahun 2021 yaitu terdapat 848.657 orang kemudian pada tahun 2022 mengalami peningkatan yaitu terdapat 884.769 orang. Menurut Cahyani et al., (2022) pada umumnya, lulusan perguruan tinggi lebih condong untuk mencari pekerjaan daripada memulai usaha sendiri. Mahasiswa terbiasa mencari pekerjaan yang sesuai dengan keterampilan yang dimilikinya, hanya sedikit mahasiswa yang berwirausaha. Selain meningkatnya jumlah pengangguran, Indonesia juga dihadapkan dengan adanya Bonus Demografi.

Bonus Demografi di Indonesia diantisipasi terjadi antara tahun 2020 hingga 2035, ketika jumlah penduduk yang berada pada usia produktif angkatan kerja (15-64 tahun) diperkirakan akan melebihi jumlah penduduk yang berada pada usia non-produktif. Rasio ini diperkirakan sekitar 70% usia produktif dan 30% usia non-produktif. Kondisi ini akan menghasilkan beban penduduk produktif yang bertanggung jawab terhadap penduduk non-produktif sangat rendah, diperkirakan sekitar 44 dari setiap 100 penduduk produktif. Kemunculan Bonus Demografi membawa potensi dan tantangan bagi Indonesia dalam mengembangkan masyarakatnya. Namun, apabila negara tidak berhasil memanfaatkan peluang ini, dampak yang merugikan bagi Indonesia bisa sangat besar. Bonus Demografi di Indonesia harus diimbangi dengan peningkatan mutu sumber daya manusia yang dapat mendukung dan memberikan sumbangsih bagi kemajuan bangsa. (Achmad, 2020).

Banyaknya usia produktif harus dibarengi dengan jumlah lapangan pekerjaan karena jika gagal dalam menghadapi Bonus Demografi peningkatan pengangguran akan terjadi. Untuk menghadapi tersebut maka wirausaha harus terus dikembangkan di Indonesia. Permasalahan di Indonesia baik di tingkat pemerintah pusat, perusahaan maupun secara individu harus mendorong pengembangan kewirausahaan dan kemampuan dalam pengembangan bisnis merupakan hal yang utama dalam menghadapi persaingan (Karebet, 2018).

Menurut Husaini & Hutar (2021) kebanyakan perusahaan yang mengalami pertumbuhan dan selalu berinovasi menunjukkan semangat kewirausahaan.

Kemampuan dalam pengembangan dan menciptakan produk yang inovatif serta berbeda dari yang lain dapat menentukan daya saing perusahaan. Hal yang terpenting adalah ketika dapat mempertimbangkan perusahaan yang beroperasi di pasar internasional. Kemampuan inovasi produk mampu menyuguhkan kemampuan perusahaan untuk bisa mengembangkan, memodifikasi serta menginovasi penawaran produknya untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. Dengan begitu perusahaan mampu memberikan solusi bagi pelanggan. Oleh karena itu inovasi sangat penting dilakukan untuk kelangsungan hidup sebuah perusahaan di masa ketatnya persaingan saat ini. (Pham et al., 2017).

Menurut Yang & Ju (2017) jika daya inovasi produk ditemukan dapat menjadi produk berharga dan langka, sehingga dapat membawa pada keunggulan kompetitif dalam mendukung perusahaan untuk bisa beradaptasi dengan perubahan kebutuhan pelanggan. Berdasarkan sejumlah riset tentang inovasi produk, terdapat sejumlah elemen yang sering diperhitungkan dan dapat mempengaruhi proses inovasi produk. Salah satu faktor utamanya adalah pendidikan kewirausahaan (Asih et al., 2020; Lei et al., 2021; Sektiyaningsih et al., 2020; Suwardi et al., 2021a; Wei et al., 2019b). Masih banyak mahasiswa yang menganggap menjadi seorang wirausaha bukanlah hal yang mudah, banyak membutuhkan modal yang cukup, tekad berwirausaha yang tinggi serta

pengetahuan untuk menunjang karier sebagai wirausaha (Ambarriyah & Fachrurrozie, 2019). Oleh karena itu, mahasiswa menjadi sasaran utama dalam pengembangan wirausaha di Indonesia.

Pengetahuan untuk menunjang karier wirausaha dapat dilaksanakan melalui Pendidikan Kewirausahaan. Melalui pendidikan kewirausahaan di perguruan tinggi, mahasiswa tak hanya memperoleh konsep teoritis semata, tetapi juga mengalami perubahan cara berpikir untuk bersiap dalam berwirausaha. Pendidikan kewirausahaan mampu memiliki dampak yang signifikan dalam membentuk semangat kewirausahaan pada mahasiswa. Ini adalah upaya yang sengaja dilakukan oleh pengajar, baik guru maupun dosen, untuk mengajarkan aspek-aspek kewirausahaan dan bagaimana menciptakan lingkungan yang mendorong jiwa kewirausahaan (Cahayani et al., 2022).

Sesuai dengan hasil penelitian yang dilaksanakan oleh Xiaoxing (2020) pelaksanaan pendidikan kewirausahaan berdasarkan konsep pendidikan jiwa kewirausahaan merupakan salah satu strategi yang sangat vital dalam menghadapi tantangan pekerjaan bagi mahasiswa. Di Negara maju seperti China, kewirausahaan telah berkembang pesat. Menurut He et al., (2019) perkembangan kewirausahaan di China memasuki era kejayaan, sejak tahun 2015 kewirausahaan dan inovasi sudah muncul sebagai strategi pembangunan ekonomi nasional yang baru, dan pemerintah pusat Tiongkok memberikan dukungan sumber daya yang besar untuk rintisan terlebih untuk wirausaha yang inovatif. Hal ini juga didukung

dengan meningkatnya pendidikan kewirausahaan dan inovasi di universitas dan perguruan tinggi sebagai reformasi pendidikan dalam meningkatkan sistem kebijakan inovasi dan kewirausahaan pemerintah pusat dan daerah dan landasan untuk memicu kebangkitan nasional Cina untuk kewirausahaan masal dan inovasi (Xiaoxing, 2020).

Sejalan dengan hal itu maka pendidikan kewirausahaan harus di upayakan di perguruan tinggi atau universitas. Untuk memperdalam reformasi pendidikan kewirausahaan, setiap universitas harus benar-benar mempertimbangkan kebutuhan dan karakteristik mahasiswa wirausaha. Proses pembentukan kemampuan wirausaha mahasiswa merupakan proses interaksi sosial dimana sumber informasi diperoleh dan di transformasikan dalam bentuk pengamatan atau partisipasi langsung dalam pendidikan kewirausahaan (Wei et al., 2019a).

Pendidikan kewirausahaan juga memberikan manajemen pembelajaran yang komprehensif bagi mahasiswa wirausaha. Selain itu pendidikan kewirausahaan dapat membantu mahasiswa untuk menetapkan nilai dan sistem kognitif yang benar. Dapat juga meningkatkan persepsi inovasi dan terus mengintegrasikan. Selain itu dapat mengumpulkan pengetahuan baru untuk membentuk kemampuan dan kepribadian inovatif mahasiswa. Oleh karena itu pendidikan kewirausahaan dapat memupuk potensi inovatif yang menjadi faktor kunci dalam mendorong perkembangan masa depan. (Wei et al., 2019b).

Faktor kedua yang mempengaruhi inovasi produk adalah kreativitas (Anjaningrum & Sidi, 2018; Jodi et al., 2019; Lee, 2013; Nurgraha & Mulyadi, 2018; Rabbani et al., 2020; Tri et al., 2019). Menjadi seorang wirausaha sangat sulit untuk menciptakan usaha dalam waktu singkat. Memiliki ide yang unik, dapat melihat peluang pasar, dan sudah siap dengan berbagai resiko yang dihadapi adalah kunci utama yang dibutuhkan oleh wirausaha agar siap menghadapi persaingan di pasar. Seorang wirausaha perlu memiliki kompetensi, pengetahuan dalam mengelola dengan pendekatan yang berbeda, serta kemampuan menciptakan produk yang memiliki ciri kreatif dan inovatif agar dapat bersaing di pasar. Oleh karena itu, kreativitas memiliki peranan signifikan dalam dunia wirausaha (Riany & Dahmiri, 2020).

Kreatif dalam dunia bisnis membutuhkan perluasan preferensi yang diperbarui dan berani karena salah satu bentuk pemecahan usaha untuk usaha yang dijalankannya. Selain unsur kreatif dalam meningkatkan daya saing produk di pasaran, diperlukan inovasi produk yang tepat agar dapat beradaptasi dengan perubahan bisnis. Dalam usaha diperlukan banyak ide kreatif dan inovasi agar memberikan citra dan nilai unik kepada konsumen. Kreativitas memberikan nilai tambah dimata konsumen (Utaminingsih, 2016).

Dengan perubahan dunia bisnis yang begitu cepat, kreativitas sangat penting untuk dapat mengikuti *trend*. Kreativitas dapat menghasilkan produk baru yang lebih baik. Tanpa menggunakan kreativitas, organisasi akan tertinggal dalam

persaingan, karena kreativitas adalah investasi berharga bagi keberlangsungan perusahaan sehingga dapat bertahan dan sukses. Perusahaan perlu mengubah kreativitas menjadi inovasi melalui serangkaian upaya riset dan pengembangan. Inovasi bukanlah hal yang muncul secara alami, tetapi memerlukan dukungan dan usaha agar dapat tumbuh, maka proses ini sangat memerlukan individu-individu yang memiliki jiwa kreatif sebab jika tidak ada kontribusi kreatif, sulit untuk menemukan suatu yang baru (Aprilliyani, 2006).

Penelitian terdahulu mengenai inovasi produk oleh Lei et al., (2020) mengungkapkan bahwa pendidikan kewirausahaan berpengaruh signifikan terhadap inovasi. Namun pada penelitiannya tidak memfokuskan pada mahasiswa yang berpartisipasi dalam Program Mahasiswa Wirausaha. Sampel yang dipakai pada penelitiannya adalah 400 mahasiswa sarjana senior dari tiga universitas di Cina. metode analisis data yang dipakai adalah melalui penggunaan software SPSS 20 dan Amos 21.

Penelitian terdahulu mengenai inovasi produk oleh Sutapa et al., (2017) mengungkapkan bahwa kreativitas tidak berpengaruh signifikan terhadap inovasi. Sampel pada penelitian ini adalah 130 pemilik atau pimpinan industri kreatif di sektor fashion di Jawa Tengah Indonesia. Teknik analisis data yang digunakan adalah dengan menggunakan program Partial Least Square (PLS). Penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel yang disebut purposive sampling.

Berdasarkan paparan latar belakang yang telah diuraikan, tampak bahwa keterbatasan penelitian berkaitan dengan inovasi produk melibatkan faktor pendidikan kewirausahaan dan kreativitas. Selain itu, kajian terhadap mahasiswa yang berpartisipasi dalam Program Mahasiswa Wirausaha masih terbatas. Karena itu, tujuan peneliti adalah untuk memahami sejauh mana faktor-faktor ini mempengaruhi inovasi produk di kalangan mahasiswa yang terlibat dalam program tersebut di Universitas Negeri Jakarta. Peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan dan Kreativitas terhadap Inovasi Produk Pada Mahasiswa (Program Mahasiswa Wirausaha) di Universitas Negeri Jakarta”**.

1.2 Pertanyaan Penelitian

Dengan latar belakang permasalahan yang dijelaskan sebelumnya, berikut ini diajukan sejumlah pertanyaan penelitian.:

- 1) Apakah pendidikan kewirausahaan berpengaruh terhadap inovasi produk pada mahasiswa (Program Mahasiswa Wirausaha) di Universitas Negeri Jakarta?
- 2) Apakah kreativitas berpengaruh terhadap inovasi produk pada mahasiswa (Program Mahasiswa Wirausaha) di Universitas Negeri Jakarta?
- 3) Apakah pendidikan kewirausahaan berpengaruh terhadap kreativitas pada mahasiswa (Program Mahasiswa Wirausaha) di Universitas Negeri Jakarta?

- 4) Apakah terdapat pengaruh dari pendidikan kewirausahaan terhadap inovasi produk melalui kreativitas pada mahasiswa (Program Mahasiswa Wirausaha) di Universitas Negeri Jakarta?
- 5) Bagaimana gambaran pendidikan kewirausahaan, kreativitas dan inovasi produk pada mahasiswa (Program Mahasiswa Wirausaha) di Universitas Negeri Jakarta?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memprediksi:

- 1) Untuk mengetahui pengaruh pendidikan kewirausahaan terhadap inovasi produk pada mahasiswa (Program Mahasiswa Wirausaha) di Universitas Negeri Jakarta.
- 2) Untuk mengetahui pengaruh kreativitas terhadap inovasi produk pada mahasiswa (Program Mahasiswa Wirausaha) di Universitas Negeri Jakarta.
- 3) Untuk mengetahui pengaruh pendidikan kewirausahaan terhadap kreativitas pada mahasiswa (Program Mahasiswa Wirausaha) di Universitas Negeri Jakarta.
- 4) Untuk mengetahui pengaruh pendidikan kewirausahaan terhadap inovasi produk melalui kreativitas pada mahasiswa (Program Mahasiswa Wirausaha) di Universitas Negeri Jakarta.

- 5) Untuk mengetahui gambaran pendidikan kewirausahaan, kreativitas, dan inovasi produk pada mahasiswa (Program Mahasiswa Wirausaha) di Universitas Negeri Jakarta.

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian, peneliti berharap terdapat manfaat yang berguna bagi penelitian:

- 1) Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya literatur dan memberikan pemahaman baru kepada pembaca, terutama mereka yang tertarik pada inovasi produk pada mahasiswa (Program Mahasiswa Wirausaha).

- 2) Manfaat Praktis

Dengan merujuk pada tujuan penelitian yang telah diuraikan oleh peneliti sebelumnya, maka penelitian ini dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Peneliti

Dalam penelitian ini, diharapkan bahwa hasil penelitian ini akan berkontribusi dalam memperluas pengetahuan dan pemahaman peneliti terkait pengaruh pendidikan kewirausahaan dan kreativitas terhadap kemunculan inovasi produk.

2. Universitas Negeri Jakarta

Penelitian ini memiliki potensi untuk menjadi sumber informasi yang berharga bagi Universitas Negeri Jakarta dalam memperkaya perspektif mengenai urgensi pendidikan kewirausahaan dan kreativitas dalam mempromosikan inovasi produk pada mahasiswa yang aktif dalam Program Mahasiswa Wirausaha (PMW) di Universitas Negeri Jakarta.

3. Mahasiswa

Hasil dari penelitian ini dapat dijadikan sebagai sumber wawasan yang penting bagi mahasiswa untuk memahami pentingnya pendidikan kewirausahaan dan kreativitas dalam mendorong timbulnya ide-ide inovatif dalam produk. Selain itu, diharapkan bahwa hasil penelitian ini juga dapat dijadikan rujukan bagi mahasiswa yang mengikuti Program Mahasiswa Wirausaha (PMW) ketika mereka ingin menghasilkan karya ilmiah. Hal ini diharapkan dapat membantu mahasiswa dalam mengembangkan karya ilmiah mereka dengan lebih baik.