

NAMA: DIVA RIHHADATUL ZAHRIA

NPM : 2313031076

## RANCANGAN PENELITIAN/OUTLINE

### 1. Latar Belakang Masalah

Persaingan usaha yang semakin dinamis membuat kemampuan mengenali kecocokan antara produk dan kebutuhan pasar (*product–market fit*) menjadi kompetensi penting bagi calon wirausaha. Mahasiswa Pendidikan Ekonomi sebagai calon pendidik sekaligus agen penggerak kewirausahaan dituntut memiliki pemahaman yang kuat mengenai bagaimana sebuah produk dapat diterima pasar. Namun, berbagai studi menunjukkan bahwa minat berwirausaha mahasiswa sering kali belum berkembang secara optimal karena keterbatasan wawasan terkait validasi pasar, analisis kebutuhan konsumen, dan pengujian nilai produk. Kondisi ini menimbulkan pertanyaan mengenai sejauh mana pemahaman *product–market fit* berperan dalam membentuk minat berwirausaha mahasiswa tersebut.

---

### 2. Identifikasi Masalah

1. Sebagian mahasiswa belum memahami konsep *product–market fit* secara komprehensif.
  2. Minat berwirausaha mahasiswa Pendidikan Ekonomi cenderung bervariasi dan dipengaruhi banyak faktor.
  3. Belum banyak penelitian yang secara khusus menelaah hubungan pemahaman *product–market fit* dengan minat berwirausaha mahasiswa.
  4. Masih terbatasnya pembelajaran kewirausahaan yang menekankan validasi produk dan analisis pasar nyata.
- 

### 3. Pembatasan Masalah

Agar penelitian terfokus dan terukur, batasan kajian ditetapkan sebagai berikut:

1. Subjek penelitian hanya mencakup mahasiswa aktif Program Studi Pendidikan Ekonomi.
  2. Variabel bebas: pemahaman *product–market fit*.
  3. Variabel terikat: minat berwirausaha mahasiswa.
  4. Analisis difokuskan pada hubungan dan pengaruh langsung antara dua variabel tersebut.
-

#### **4. Rumusan Masalah**

1. Bagaimana tingkat pemahaman *product–market fit* mahasiswa Pendidikan Ekonomi?
  2. Bagaimana tingkat minat berwirausaha mahasiswa Pendidikan Ekonomi?
  3. Apakah terdapat pengaruh pemahaman *product–market fit* terhadap minat berwirausaha mahasiswa?
  4. Seberapa besar pengaruh pemahaman *product–market fit* terhadap minat berwirausaha mahasiswa?
- 

#### **5. Tujuan Penelitian**

1. Mengukur tingkat pemahaman *product–market fit* mahasiswa Pendidikan Ekonomi.
  2. Menganalisis tingkat minat berwirausaha mahasiswa.
  3. Menguji adanya pengaruh antara pemahaman *product–market fit* dan minat berwirausaha.
  4. Menentukan besar kontribusi pemahaman *product–market fit* terhadap peningkatan minat berwirausaha.
- 

#### **6. Manfaat Penelitian**

##### **a. Manfaat Teoretis**

Memberikan kontribusi terhadap literatur kewirausahaan, khususnya mengenai keterkaitan antara kemampuan validasi pasar dan pembentukan minat berwirausaha.

##### **b. Manfaat Praktis**

1. Bagi mahasiswa: meningkatkan kesadaran pentingnya analisis pasar dalam memulai usaha.
  2. Bagi dosen/pengelola prodi: menjadi dasar pengembangan kurikulum kewirausahaan berbasis *market validation*.
  3. Bagi lembaga pendidikan: memperkuat strategi pembinaan kewirausahaan mahasiswa agar lebih adaptif terhadap kebutuhan pasar.
- 

#### **7. Kajian Teoretis Singkat**

1. **Product–Market Fit:** konsep yang menggambarkan kesesuaian antara produk yang dibuat dan kebutuhan atau masalah utama yang dialami pasar sasaran.

2. **Minat Berwirausaha:** kecenderungan psikologis seseorang untuk merasa tertarik, terdorong, dan berkomitmen memulai usaha.
  3. **Keterkaitan Teoretis:** pemahaman yang baik tentang kebutuhan pasar dan nilai produk meningkatkan kepercayaan diri, persepsi peluang, serta orientasi untuk memulai usaha.
- 

## 8. Kerangka Berpikir

Pemahaman mengenai *product-market fit* → meningkatkan kemampuan menganalisis kebutuhan konsumen → memperkuat persepsi peluang bisnis → meningkatkan minat berwirausaha mahasiswa.

---

## 9. Hipotesis Penelitian

**H<sub>1</sub>:** Pemahaman *product-market fit* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa Pendidikan Ekonomi.

**H<sub>0</sub>:** Pemahaman *product-market fit* tidak berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa Pendidikan Ekonomi.