

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Pengambilan objek studi dalam penelitian adalah mahasiswa angkatan 2012-2013 Fakultas Industri Kreatif Universitas Telkom. Menurut data dari Fakultas Industri Kreatif Universitas Telkom, jumlah mahasiswa angkatan 2012-2013 yaitu totalnya 858 orang.

**Tabel 1.1 Jumlah Mahasiswa Fakultas Industri Kreatif Universitas Telkom
Angkatan 2012-2013**

No	Program Studi	Total Mahasiswa	
		Angk 2012	Angk 2013
1	S1 DESAIN INTERIOR	32	154
2	S1 DESAIN KOMUNIKASI VISUAL	116	433
3	S1 DESAIN PRODUK	4	42
4	S1 KRIYA TEKSTIL MODE	5	65
5	S1 SENI RUPA	0	7
		157	701

Sumber: Fakultas Industri Kreatif Universitas Telkom, 2017

Telkom Creative Industries School (TCIS) merupakan fakultas Industri Kreatif yang memfokuskan lulusannya menjadi tenaga ahli bidang Seni Rupa dan Desain yang handal, berwawasan luas, serta memaksimalkan potensi berwirausaha (*Youth Creativepreneur*). *Positioning* ini merupakan jawaban atas tuntutan kebutuhan masyarakat serta industri kreatif Indonesia dan dunia saat ini.

Mengusung tagline “*Empowering You to Become Creativepreneur*“, mahasiswa TCIS dilatih untuk memiliki *powerfull skills* di bidang Seni Rupa dan Design, baik manual maupun *computerized* dengan penekanan pada penggalian

kekayaan alam dan budaya Indonesia yang dilengkapi perluasan wawasan dan pengayaan konsep (*knowledge*) berbasis ilmu pendukung serta ilmu sosial lain termasuk manajemen, wirausaha, hak kekayaan intelektual (HAKI), dan *attitude* untuk menjadi desainer yang handal dan insan kreatif masa depan.

1.1.1 Visi dan Misi

A. Visi:

Menjadi Fakultas yang unggul serta pusat pengembangan *Creativepreneur* dalam bidang Industri Kreatif yang berbasis ICT dan Budaya Nusantara.

B. Misi:

1. Menyelenggarakan Tridharma Pendidikan di bidang Industri Kreatif untuk menghasilkan lulusan berjiwa *Creativepreneur* yang menguasai ICT dan berwawasan Budaya Nusantara;
2. Memperkuat penelitian di bidang Industri Kreatif bekerjasama dengan industri, akademisi, swasta dan pemerintah untuk menghasilkan karya yang berdampak pada pertumbuhan ekonomi kreatif nasional;
3. Melaksanakan kegiatan Pengabdian pada Masyarakat melalui implementasi *Creativepreneur* yang mendukung peningkatan kualitas kehidupan dan pemberdayaan masyarakat.

1.1.2 Program Studi :

1. Desain Komunikasi Visual
2. Desain Interior
3. Desain Produk
4. Kriya Tekstil & Mode
5. Seni Rupa Murni

(Sumber: tcis.telkomuniversity.ac.id)

1.2 Latar Belakang Penelitian

Keberhasilan pembangunan suatu negara tidak terlepas dari kontribusi para *entrepreneur*, yang telah memperkaya pasar dengan produk-produk yang inovatif dan mereka menciptakan lapangan kerja baru (Sonny, dkk., 2012:931). Dilihat dari tingkat pendidikan, Badan Pusat Statistik per Februari 2016 menunjukkan, angka pengangguran terbuka mencapai 7.024.172 orang, sebanyak 944.666 orang atau 13,4% diantaranya adalah dari diploma dan sarjana (Sumber: www.bps.go.id, diakses 13 Juni 2017). Mereka inilah yang biasa disebut dengan pengangguran akademik. Dalam situasi yang seperti ini, para mahasiswa harus mencari suatu jalan yang lebih kreatif dan merubah pendekatan dari menjadi sarjana yang mencari pekerjaan menjadi sarjana yang dapat membuat lapangan pekerjaan sendiri, bahkan mampu membuat lapangan pekerjaan bagi orang lain (Sonny, dkk., 2012:931).

Dalam upaya untuk mengurangi tingkat pengangguran dan menambahkan total pengusaha di Indonesia, peran yang dilakukan pemerintah yaitu Dirjen Pendidikan Tinggi (DIKTI) mencanangkan program kewirausahaan mahasiswa menjadi prioritas nasional sebagai upaya pembenahan sistem pendidikan agar terjadi keselarasan pendidikan dan dunia kerja. Dengan adanya mata kuliah kewirausahaan pada kurikulum di perguruan tinggi di Indonesia dimaksudkan untuk menambahkan wawasan dan bekal untuk mahasiswa sehingga nantinya diharapkan lulusan perguruan tinggi ini dapat menjadi wirausaha. Namun pada kenyataannya, lulusan dari perguruan tinggi ini lebih banyak menjadi pegawai dibandingkan menjadi wirausaha.

Kondisi di lapangan menunjukkan makin tinggi jenjang pendidikan, makin tinggi pula kecenderungan untuk bekerja pada pekerjaan yang diciptakan orang lain. Hal itu didapatkan dari hasil sensus penduduk berdasarkan kepemilikan pekerjaan diketahui bahwa sebagian besar lulusan perguruan tinggi memilih bekerja sebagai karyawan dan pegawai yang persentasenya mencapai 74% dan hanya 22,6% yang memilih jadi wirausaha. Sebaliknya, lulusan SD atau tidak tamat SD meski kesempatan menjadi buruh atau karyawan hanya 10,8 %, sekitar 65 % justru memiliki pekerjaan milik sendiri (Sumber: www.kompasiana.com)

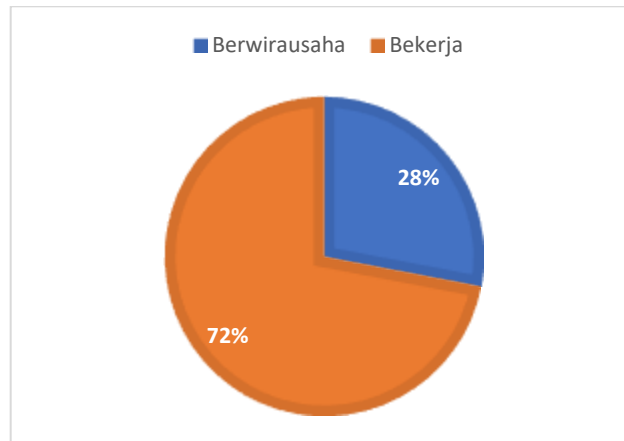
Universitas Telkom juga turut berpartisipasi dalam program yang dicanangkan oleh Dirjen Pendidikan Tinggi (DIKTI). Dalam pengembangan akademiknya yang pada tahun 2038 Universitas Telkom akan menjadi *Global Entrepreneurial University*, maka untuk mewujudkan visi tersebut adapun hal yang dilakukan dengan cara menyelenggarakan sistem pendidikan dengan dasar keilmuan yang kuat, bersinergi antar disiplin ilmu, berwawasan kewirausahaan dan berorientasi global (*global innovative entrepreneurial education system*) yaitu perlu adanya kurikulum kewirausahaan di setiap fakultas di Universitas Telkom (www.telkomuniversity.ac.id).

Fakultas Industri Kreatif merupakan salah satu fakultas Universitas Telkom dengan visi dan misinya yaitu sebagai pengembang *Creativepreneur* dalam bidang Industri Kreatif. Lulusan dari Fakultas Industri Kreatif Universitas Telkom ini diarahkan untuk menjadi wirausaha dengan dibekali matakuliah kewirausahaan dan juga keahlian khusus seperti prodi Desain Komunikasi Visual, Desain Interior, Desain produk, Kriya Tekstil & Mode dan Seni Rupa Murni.

Prodi-prodi yang ada di Fakultas Industri Kreatif Universitas Telkom adalah berbagai keilmuan yang erat kaitannya dengan industri kreatif dan memiliki potensi untuk menjadi bagian yang penting dalam rangka memenuhi kebutuhan perusahaan yang bergerak dalam bidang apapun. Tidak hanya bekerja sebagai karyawan akan tetapi peluang berwirausaha dalam industri kreatif cukup menjanjikan, karena dengan bermodal ide, kreativitas dan kemahiran dalam mendesain, mereka mampu menghasilkan karya produk dan jasa yang bernilai. Ada beberapa subsektoral industri kreatif yang berpotensi menciptakan peluang usaha yang begitu menjanjikan saat ini seperti usaha dalam bidang advertising, digital printing, arsitektur (*interior*), fashion (*clothing arts*), dan lain sebagainya.

Tujuan dari matakuliah kewirausahaan di Fakultas Industri Kreatif Universitas Telkom ini yaitu diharapkan ketergantungan untuk bekerja dapat berkurang, namun pada kenyataannya masih banyak faktor-faktor yang mempengaruhi mahasiswa untuk berwirausaha salah satunya yaitu kurang adanya karakter wirausaha dalam diri mahasiswa dan juga minat berwirausaha pada mahasiswa Fakultas Industri Kreatif Universitas Telkom.

Gambar 1.1 Presentase Minat Mahasiswa Setelah Lulus Kuliah pada Angkatan 2012-2013 Universitas Telkom



Sumber: Observasi awal penulis, 2017

Peneliti melakukan observasi awal pada 100 mahasiswa untuk mengetahui minat mahasiswa untuk berwirausaha. Dapat di lihat dari gambar di atas, minat mahasiswa setelah lulus kuliah untuk bekerja lebih tinggi yaitu 72% dibandingkan dengan berwirausaha. Sedangkan mahasiswa yang berminat untuk berwirausaha baru 28% saja. Berdasarkan latar belakang di atas, penulis berminat untuk mencoba melakukan penelitian tentang minat berwirausaha pada mahasiswa dengan judul **“Analisis Karakteristik Kewirausahaan dan Minat Kewirausahaan pada Mahasiswa Fakultas Industri Kreatif Universitas Telkom Angkatan 2012-2013”**

1.3 Perumusan Masalah

Keberhasilan pembangunan suatu negara tidak terlepas dari kontribusi para entrepreneur, yang telah memperkaya pasar dengan produk-produk yang inovatif dan mereka menciptakan lapangan kerja baru (Sonny, dkk., 2012:931). Dilihat dari tingkat pendidikan, Badan Pusat Statistik per Februari 2016 menunjukkan, angka pengangguran terbuka mencapai 7.024.172 orang, sebanyak 944.666 orang atau 13,4% diantaranya adalah dari diploma dan sarjana (Sumber: www.bps.go.id, diakses 13 Juni 2017). Mereka inilah yang biasa disebut dengan "pengangguran akademik". Dalam situasi yang seperti ini, para mahasiswa harus

mencari suatu jalan yang lebih kreatif dan merubah pendekatan dari menjadi sarjana yang mencari pekerjaan menjadi sarjana yang dapat membuat lapangan pekerjaan sendiri, bahkan mam pu membuat lapangan pekerjaan bagi orang lain (Sonny, dkk., 2012:931).

Dengan adanya matakuliah kewirausahaan di Fakultas Industri Kreatif Universitas Telkom ini tujuannya yaitu diharapkan ketergantungan untuk bekerja dapat berkurang, namun pada kenyataannya masih banyak faktor-faktor yang mempengaruhi mahasiswa untuk berwirausaha salah satunya yaitu kurang adanya karakter wirausaha dalam diri mahasiswa dan juga minat berwirausaha pada mahasiswa Fakultas Industri Kreatif Universitas Telkom.

1.4 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan sebelumnya, maka didapatkan rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Seberapa besar tingkat karakteristik kewirausahaan pada mahasiswa Fakultas Industri Kreatif Universitas Telkom Angkatan 2012-2013 ?
2. Seberapa besar tingkat minat berwirausaha mahasiswa Fakultas Industri Kreatif Universitas Telkom angkatan 2012-2013 ?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah yang telah dipaparkan di atas, sehingga didapatkan tujuan penelitian sebagai berikut :

1. Mengetahui seberapa besar tingkat karakteristik kewirausahaan pada mahasiswa Fakultas Industri Kreatif Universitas Telkom 2012-2013.
2. Mengetahui seberapa besar tingkat minat berwirausaha mahasiswa Fakultas Industri Kreatif Universitas Telkom 2012-2013.

1.6 Manfaat Penelitian

1.6.1 Aspek Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang lebih luas mengenai teori-teori tentang karakteristik kewirausahaan beserta penerapannya di

dalam bidang kewirausahaan. Secara teoritis hasil dari penelitian ini juga diharapkan dapat berguna sebagai referensi dan pengetahuan tambahan untuk penelitian selanjutnya yang terkait dengan karakteristik kewirausahaan dan minat berwirausaha.

1.6.2 Aspek Praktis

Berdasarkan aspek praktis, penelitian diharapkan berguna untuk Universitas Telkom sebagai pendorong untuk melakukan peningkatan karakteristik kewirausahaan sehingga melahirkan entrepreneur-entrepreneur baru.

1.7 Ruang Lingkup Penelitian

1.7.1 Lokasi dan Objek Penelitian

Lokasi Penelitian: Fakultas Industri Kreatif Universitas Telkom

Objek Penelitian: Mahasiswa Fakultas Industri Kreatif Universitas Telkom angkatan 2012-2013

1.7.2 Waktu dan Periode Penelitian

Waktu yang digunakan untuk melakukan penelitian ini adalah: Maret-Juni 2017.

1.8 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan ini disusun untuk memberikan gambaran umum tentang penelitian yang dilakukan.

1. BAB I PENDAHULUAN, pada bab I berisi mengenai profil perusahaan, latar belakang masalah, perumusan masalah, pertanyaan penelitian, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, ruang lingkup penelitian dan sistematika penulisan.
2. BAB II TINJAUAN PUSTAKA, pada bab II berisi tinjauan pustaka penelitian, penelitian terdahulu, dan kerangka pemikiran.
3. BAB III METODE PENELITIAN, pada bab III berisi mengenai jenis penelitian, variabel operasional dan skala pengukuran, data dan tehnik pengumpulan, tehnik sampling, analisis data, dan pengujian hipotesis.

4. BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN, pada bab IV dijelaskan mengenai hasil penelitian yang diperoleh serta pembahasan mengenai analisis dari hasil penelitian.
5. BAB V KESIMPULAN DAN SARAN, pada bab V berisi mengenai kesimpulan dari hasil analisis penelitian yang telah dilakukan, saran yang diberikan bersifat akademis dan saran bersifat praktis.