

Hubungan Karakteristik Individu dengan Perilaku Wirausahawan Warung Internet di Empat Kecamatan di Sekitar Kampus Universitas Telkom
Relationship Between Individual Characteristics with Behavior of Entrepreneur of Internet Cafes in Four Sub-districts in the Surrounding Area of Telkom University Campus

Hilman Thomy Albarru¹, Dr. Imanuddin Hasbi., S.T., M.M.²

¹Prodi S1 Administrasi Bisnis, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Univeritas Telkom

²Dosen Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom

¹albarru1994@gmail.com, ²iman.hasbi@gmail.com

Abstrak

Teknologi informasi dan komunikasi yang semakin berkembang semakin merubah kebiasaan manusia dalam melakukan berbagai aktivitas yang dalam hal ini penulis merujuk kepada aktivitas-aktivitas yang biasa dilakukan dengan memanfaatkan jasa warung internet untuk bermain olahraga elektronik. Begitupun dengan para pebisnis di dunia teknologi semakin berlomba-lomba untuk meraup keuntungan dari maraknya permainan olahraga elektronik. Tak ketinggalan, para pebisnis juga berlomba-lomba untuk mendirikan kios warung internet di sekitar sekolah dan kampus untuk dijadikan sebagai arena bermain *onilne games* seiring dengan meningkatnya jumlah pemain terutama pada kalangan pelajar dan mahasiswa. Karakteristik individu para pebisnis yang cermat dalam melihat peluang tersebut pun dirasa menarik untuk dicari tahu pengaruhnya terhadap perilaku kewirausahaannya. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif – kausal. Teknik sampling yang digunakan adalah *nonprobability sampling* dengan jenis *sampling jenuh*. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada 30 responden yang merupakan pengusaha kios warung internet yang mendirikan kiosnya di empat kecamatan di kawasan sekitar kampus Universitas Telkom yaitu Kecamatan Dayeuhkolot, Kecamatan Bojongsoang, Kecamatan Lengkong, dan Kecamatan Buahbatu. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis koefisien *korelasi pearson product moment*. Dari hasil penelitian didapat hasil bahwa tidak terdapat hubungan yang erat karakteristik individu dengan perilaku wirausahawan. Hal ini dapat dilihat dari nilai korelasi sebesar 0,184. Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa karakteristik individu pengusaha warung internet berada dalam kategori baik dan perilaku wirausahawan warung internet di empat kecamatan dalam kategori baik, namun tidak terdapat hubungan yang signifikan antara karakteristik individu dengan perilaku wirausahawan warung internet di empat kecamatan di sekitar kampus Universitas Telkom, Bandung.

Kata Kunci : Karakteritik Wirausaha, Perilaku Wirausaha, Kewirausahaan.

Abstract

Information and communication technology is increasingly changing the human habits in performing various activities in which the authors refer to the activities that are usually done by utilizing the services of internet cafes to play electronic sports. Likewise with the businessmen in the tech world increasingly vying to reap the benefits of the rampant electronic sports games. Not to forget, the businessmen are also competing to establish internet kiosk stalls around the school and campus to serve as the arena of playing onilne games in line with the increasing number of players, especially among the students and students. Individual characteristics of the businessman who is careful in seeing these opportunities also felt interesting to find out the influence on entrepreneurial behavior. This research is a quantitative research. The research method used is descriptive method - causal. The sampling technique used is nonprobability sampling with saturated sampling type. Data collection was done by distributing questionnaires to 30 respondents who are internet kiosk kiosk establishing kiosk in four districts in the area around campus of Telkom University that is

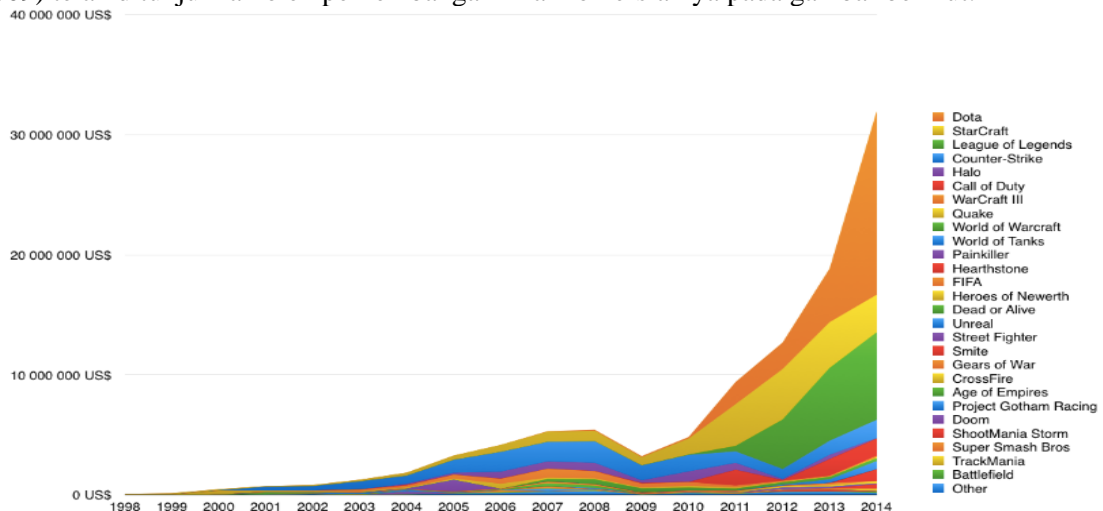
Dayeuhkolot Subdistrict, Bojongsoang Subdistrict, Lengkong Subdistrict, and Buahbatu Subdistrict. Data analysis technique used is correlation coefficient analysis pearson product moment. From result of research got result that there is no close relationship of individual characteristic with entrepreneur behavior. This can be seen from correlation value at 0,184. Based on the result of research, it can be concluded that the individual internet entrepreneurs' characteristics are in good category and entrepreneurs' behavior of internet cafes in four sub-districts are in good category, but there is no significant correlation between individual characteristic and entrepreneur behavior of internet cafes in four sub-districts around Telkom University campus , Bandung.

Keywords: Entrepreneurial Characteristic, Entrepreneurial Behavior, Entrepreneurship.

1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada era ini, beberapa olahraga elektronik menjadi sangat populer dan menjadi topik yang hangat diperbincangkan di seluruh dunia. Permainan yang paling banyak diminati oleh kalangan pemain olahraga elektronik adalah permainan yang bergenre *real time strategy* seperti *League of Legends* (LOL), *Defense of the Ancient 2* (DOTA 2), dan *Point Blank*. Perkembangan olahraga elektronik yang dapat dikategorikan sebagai perkembangan yang sangat pesat dewasa ini (setelah tahun 2009) telah ditunjukkan oleh perkembangan nilai komersialnya pada gambar berikut.



Gambar 1.1

Perkembangan Nilai Komersial E-sport Berdasarkan Permainan

Sumber: Data esportearnings.com yang dirilis alfan.presekal.com, 2015

Hal tersebut membuat para penggemarnya berbondong-bondong mengunjungi warung internet bersama teman-temannya dan menjadikan warung internet sebagai arena pertandingan olahraga elektronik di dunia maya. Berdasarkan pengalaman dan observasi penulis, bermain bersama di warung internet selalu menjadi pilihan utama di kalangan pemain olahraga elektronik karena apabila bermain satu tim dengan teman-temannya secara terpisah akan mempersulit komunikasi dan kerjasama antar pemain dalam sebuah tim.

Berbagai permainan olahraga elektronik menggunakan desain grafis dengan kualitas tinggi dan detail yang baik. Setidaknya untuk bermain olahraga elektronik dibutuhkan sebuah komputer dengan bagian-bagian yang memiliki kriteria seperti *Central Processing Unit* (CPU) *Dual Core* dari Intel atau AMD pada performa 2.8 GHz, *Random Access Memory* (RAM) 4GB, *Operating System* (OS) minimum Windows 7, *video card* nVidia GeForce 8600/9600GT atau ATI/AMD Radeon HD2600/3600, *sound card* DirectX Compatible, dan Ruang kosong dalam *hard disk* sebesar 15GB (Inigame.id, 2016). Bagian-bagian utama dari komputer tersebut mejadi syarat minimum sebuah komputer agar bisa digunakan untuk bermain olahraga elektronik. Oleh karena itu, olahraga ini memerlukan komputer atau laptop dengan spesifikasi yang tinggi, yang tentunya memerlukan biaya yang tinggi pula sehingga menjadikan perangkat yang digunakan untuk bermain olahraga elektronik

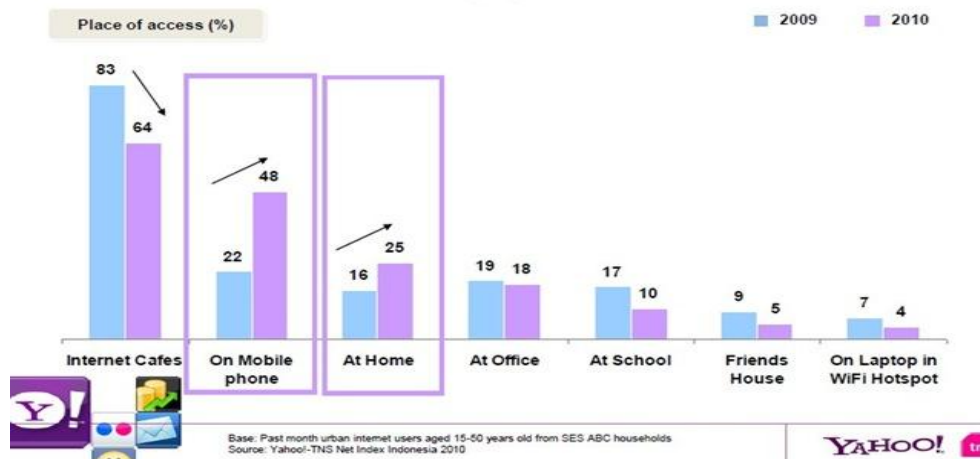
tergolong barang mewah. Sedangkan peminat olahraga elektronik tidak terbatas pada umur dan kemampuan finansial mereka. Banyak orang dengan umur yang tergolong masih anak-anak dan orang-orang dengan kemampuan finansial terbatas yang memiliki minat yang besar untuk bermain olahraga elektronik sehingga menyalurkan minatnya tersebut dengan cara menyewa komputer di warung internet. Hal tersebut yang membuat banyaknya penggemar olahraga elektronik ini lebih memilih menyewa komputer di warung internet dibandingkan dengan membeli atau merakitnya komputernya sendiri.



Gambar 1.2
Rentang Usia Pemain Olahraga Elektronik

Sumber: Data *Entertainment Software Asociacion (ESA)* yang dirilis metrotvnews.com, 2016

Seiring berkembangnya teknologi, yang secara otomatis membuat jumlah pengguna internet kian bertambah, membuat para operator penyedia jasa internet berlomba-lomba untuk membuat produk-produk pelayanan internet khususnya pada layanan internet *mobile* dan layanan internet rumahan contohnya Telkom Speedy, First Media, BizNet, dan lain sebagainya. Hal tersebut menyebabkan masyarakat beralih tempat untuk menggunakan fasilitas internet dan mulai meninggalkan warung internet yang ditunjukkan oleh gambar berikut:



Gambar 1.3
Peralihan Tempat Mengakses Internet

Sumber: Data Yahoo!-TNS Net Index tahun 2010 di Indonesia, dikutip dari metalteam.wordpress.com, 2012

Grafik pada gambar 1.4 diatas menunjukkan bahwa pada tahun 2010, para pelanggan warung internet mulai beralih menggunakan layanan internet pada handphone dan layanan internet rumahan. Saat ini pelayanan jasa internet sudah sangat mudah didapat. Terlebih dengan perkembangan teknologi *smartphone* yang sangat cepat semakin membuat mudahnya dalam mengakses internet. Hal tersebut membuat prospek bisnis warung internet seakan menjadi jatuh. Namun disisi lain, seiring perkembangan teknologi yang cepat, dunia *game online* juga terus tumbuh. Perusahaan-perusahaan pembuat *game online* juga tidak mau ketinggalan arus perkembangan teknologi. Berbagai *game*

online terus diciptakan dan dikembangkan. Belakangan ini, *game online* kian marak di kalangan pengguna internet. Bahkan menjamurnya *game online* membuatnya dianggap sebagai olahraga masa kini, hingga memunculkan istilah baru yaitu *electronic sport* (disingkat *e-sport*) yang berarti olahraga elektronik. Berbagai transformasi tersebut mengakibatkan kios-kios warung internet beralih fungsi menjadi penyedia jasa bermain *game online* sebagai produk jasa utamanya. Fenomena tersebut membuat para pebisnis tak tinggal diam.

Para pebisnis sudah sepatutnya handal dalam melihat peluang-peluang usaha. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk melihat bagaimana hubungan karakteristik wirausahawan dengan perilaku wirausahawan. Penelitian ini berguna untuk memberi gambaran dan edukasi mengenai karakteristik dan perilaku seperti apa yang dimiliki oleh para pengusaha khususnya pengusaha kios warung internet. Tidak menutup kemungkinan bahwa penelitian ini nantinya akan sangat berguna bagi siapapun yang ingin mencoba untuk bermain dalam pengelolaan bisnis warung internet sebagai arena bermain olahraga elektronik.

Sebagai acuan untuk meneliti variabel karakteristik wirausahawan, peneliti menggunakan teori yang dikemukakan oleh William Bygrave. Teori tersebut menggambarkan 10 karakteristik yang dimiliki oleh para wirausahawan secara umum. Gambaran tersebut akan digunakan oleh peneliti untuk menggambarkan karakteristik individu dari wirausahawan warung internet di kawasan sekitar Universitas Telkom.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana karakteristik individu wirausahawan warung internet di empat kecamatan di sekitar kampus Universitas Telkom?
2. Bagaimana perilaku wirausahawan warung internet di empat kecamatan di sekitar kampus Universitas Telkom?
3. Bagaimana hubungan antara karakteristik individu dengan perilaku wirausahawan warung internet di empat kecamatan di sekitar kampus Universitas Telkom?

2. TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN

2.1 Kewirausahaan

Menurut Dewanti (2008:3) kewirausahaan dimaksudkan dari kata wira dan usaha. Wira adalah suatu bentuk kepahlawanan dalam memperjuangkan sesuatu penuh dengan keberanian. Usaha adalah aktivitas yang dilakukan untuk mencapai kemenangan dalam memperjuangkan sesuatu. Wirausaha berarti kemampuan memiliki ide kreatif dan berperilaku dapat memperjuangkan usaha dengan keputusan pengambilan resiko secara bijak untuk meningkatkan kualitas hidup.

2.2 Karakteristik Individu Wirausahawan

William Bygrave menggambarkan beberapa karakteristik dari wirausahaan yang berhasil memiliki sifat-sifat yang dikenal dengan istilah 10 D (Alma, 2010:57), yaitu:

1. *Dream*: Seorang wirausaha mempunyai visi bagaimana keinginannya terhadap masa depan pribadi dan bisnisnya dan yang paling penting adalah seorang wirausaha mempunyai kemampuan untuk mewujudkan impiannya tersebut.
2. *Decisiveness*: Seorang wirausaha adalah orang yang tidak bekerja lambat. Mereka membuat keputusan secara cepat dengan penuh perhitungan. Kecepatan dan ketepatan seorang wirausaha mengambil keputusan adalah merupakan factor kunci (*key factor*) dalam kesuksesan bisnisnya.
3. *Doers*: Begitu seorang wirausaha membuat keputusan maka langsung menindak lanjutinya. Mereka melaksanakan kegiatannya secepat mungkin yang dia sanggup artinya seorang wirausaha tidak mau menunda-nunda kesempatan yang dapat dimanfaatkan.

4. *Determination*: Seorang wirausaha melaksanakan kegiatannya dengan penuh perhatian. Rasa tanggung jawabnya tinggi dan tidak mau menyerah, walaupun seorang wirausaha dihadapkan pada halangan atau rintangan yang tidak mungkin diatasi.
5. *Dedication*: Dedikasi seorang wirausaha terhadap bisnisnya sangat tinggi, kadang-kadang dia mengorbankan hubungan kekeluargaan, melupakan hubungan dengan keluarganya untuk sementara. Mereka bekerja tidak mengenal lelah, 12 jam sehari atau 7 hari dalam seminggu. Semua perhatian dan kegiatannya dipusatkan semata-mata untuk kegiatan bisnisnya.
6. *Devotion*: Berarti kegemaran atau kegila-gilaan. Demikian seorang wirausaha mencintai pekerjaan bisnisnya dan produk yang dihasilkannya. Hal inilah yang mendorong seorang wirausaha mencapai keberhasilan yang sangat efektif untuk menjual produk yang ditawarkannya.
7. *Details*: Seorang wirausaha sangat memperhatikan faktor-faktor kritis secara rinci. Seorang wirausaha tidak mau mengabaikan faktor-faktor kecil tertentu yang dapat menghambat kegiatan usahanya.
8. *Destiny*: Seorang wirausaha bertanggung jawab terhadap nasib dan tujuan yang hendak dicapainya. Dia merupakan orang yang bebas dan tidak mau tergantung kepada orang lain.
9. *Dollars*: Wirausahaan tidak sangat mengutamakan mencapai kekayaan. Motivasinya bukan memperoleh uang. Akan tetapi uang dianggap sebagai ukuran kesuksesan bisnisnya. Mereka berasumsi jika mereka sukses berbisnis maka mereka pantas mendapat laba/bonus/hadiah.
10. *Distribute*: Seorang wirausaha bersedia mendistribusikan kepemilikan bisnisnya terhadap orang-orang kepercayaan. Orang-orang kepercayaan ini adalah orang-orang yang kritis dan mau diajak untuk mencapai sukses dalam bidang bisnis.

2.3 Indikator Karakteristik Individu

Berdasarkan karakteristik dari wirausahaan menurut Bygrave yang berhasil memiliki sifat-sifat yang dikenal dengan istilah 10 D (Alma, 2010:57), yaitu:

1. *Dream*
2. *Decisiveness*
3. *Doers*
4. *Determination*
5. *Dedication*
6. *Devotion*
7. *Details*
8. *Destiny*
9. *Dollars*
10. *Distribute*

2.4 Perilaku Wirausahawan

Wijandi (2004:22) menjelaskan bahwa perilaku wirausaha mencakup tiga hal, yaitu pengetahuan, sikap mental, dan keterampilan, serta sikap kewaspadaan yang merupakan perpaduan unsur pengetahuan dan sikap mental terhadap masa yang akan datang.

2.4.1 Pengetahuan Wirausaha

Beberapa bekal pengetahuan kewirausahaan yang perlu dimiliki menurut Suryana (2008:81) adalah sebagai berikut:

1. Pengetahuan mengenai usaha yang akan dirintis.
2. Pengetahuan tentang peran dan tanggung jawab.
3. Pengetahuan tentang kepribadian dan kemampuan diri.
4. Pengetahuan tentang manajemen dan organisasi bisnis.

2.4.2 Sikap Wirausaha

Sikap merupakan tingkah laku yang berkaitan dengan tanggapan atau respon pribadi seseorang apabila memperoleh rangsangan, misalnya tanggap, tegas, menyenangkan, hati-hati, setia, penuh dedikasi, inisiatif, cekatan, luwes, menarik, cermat, loyal, penuh perhatian, dan sebagainya (Wijandi,2004:25).

Menurut Wijandi (2004:26), ada enam sikap yang harus dimiliki wirausahawan yaitu:

1. Kepercayaan diri
2. Kemauan, semangat dan kegairahan
3. Gigih dan ulet
4. Kepribadian menarik
5. Kesediaan memberi pelayanan terbaik
6. Ada keyakinan dan kebanggaan.

2.4.3 Keterampilan Wirausaha

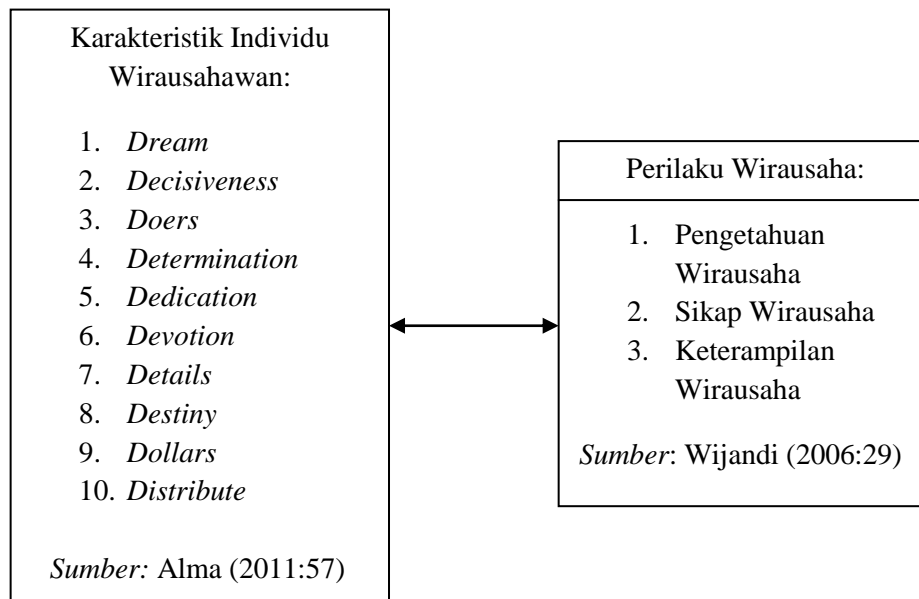
Keterampilan adalah kemauan dan kemampuan serta kesempatan yang ada pada diri seseorang untuk selalu menggunakan semua organ fisiknya dalam mengembangkan usahanya tersebut. Keterampilan berhubungan dengan kerja fisik anggota badan terutama tangan, kaki dan mulut (suara) untuk berkerja (Pambudy dalam Hardian, 2011).

Wijandi (2004:27) mengemukakan bahwa keterampilan wirausaha merupakan tindakan atau kegiatan pedagang dalam mengelola usahanya. Seorang wirausahawan dalam menjalankan usahanya harus mempunyai berbagai kemampuan. Adapun kemampuan yang harus dimiliki yaitu:

1. Kemampuan melakukan observasi dan diidentifikasi terhadap kebutuhan masyarakat, pasar, saingan dan pembeli
2. Kemampuan mempengaruhi orang lain, menanam, dan memelihara kepercayaan orang lain
3. Kemampuan menentukan harga yang tepat dan baik,
4. Kemampuan mengenal kondisi fisik dan psikologis pembeli
5. Kemampuan membuat suasana yang menyenangkan
6. Kemampuan mencari dan memperoleh informasi yang tepat
7. Kemampuan membuat rencana dan evaluasi penjualan.

2.5 Kerangka Pemikiran

Berdasarkan uraian diatas, maka dapat digambarkan kerangka pemikiran sebagai berikut:



Gambar 2.1
Kerangka Pemikiran

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif – asosiatif. Menurut Sugiyono (2012:22), metode kuantitatif pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih. Melalui penelitian ini dapat dibangun suatu teori yang dapat berfungsi untuk menjelaskan, memprediksikan dan mengontrol suatu gejala (Supriyanto, 2009: 117). Indrawati (2015: 184), mengemukakan bahwa metode kuantitatif adalah metode penelitian yang mencoba melakukan pengukuran yang akurat terhadap perilaku, pengetahuan, opini.

Selanjutnya, desain penelitian ini menggunakan metode survei. Metode survei adalah prosedur dan teknik pengumpulan data untuk memperoleh fakta-fakta dari gejala-gejala yang ada dan mencari keterangan secara faktual, baik tentang institusi sosial, ekonomi, politik dari suatu kelompok masyarakat atau suatu daerah (Nazir, 2005: 65).

Penelitian ini menggunakan dua variabel penelitian yang simetris yaitu:

1. Variabel karakteristik individu.
2. Variabel perilaku wirausahawan.

Pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah Skala Ordinal. Skala instrumen yang digunakan untuk mengukur variabel operasional pada penelitian ini adalah Skala Likert. Teknik sampling yang digunakan adalah *nonprobability sampling* dengan jenis *sampling jenuh*. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada 30 responden yang merupakan pengusaha kios warung internet yang mendirikan kiosnya di empat kecamatan di kawasan sekitar kampus Universitas Telkom yaitu Kecamatan Dayeuhkolot, Kecamatan Bojongsoang, Kecamatan Lengkong, dan Kecamatan Buahbatu. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis koefisien korelasi *pearson product moment*.

4. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan Hasil penelitian melalui penyebaran kuesioner kepada 30 orang responden, mayoritas dalam penelitian ini berjenis kelamin Laki-laki sebanyak 28 orang atau sebesar 93%, berusia

25-55 tahun sebanyak 28 orang atau sebesar 93%, berpendidikan sarjana sebesar 56%, dan memiliki pengalaman bekerja selama kurang dari 20 tahun.

Berdasarkan hasil dari analisis deskriptif, variabel Karakteristik Individu (X) mendapatkan rata-rata skor total sebesar 1.871 atau 77,96% sehingga masuk dalam kategori “Baik” dan variabel Perilaku Wirausahawan (Y) mendapatkan rata-rata skor total sebesar 2.309 atau 79,96% sehingga masuk dalam kategori “Baik”.

Dari hasil penelitian didapat hasil bahwa tidak terdapat hubungan yang signifikan/erat antara karakteristik individu dengan perilaku wirausahawan. Hal ini dapat dilihat dari nilai korelasi sebesar 0,184.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengolahan analisis data dan pembahasan yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, dapat ditarik beberapa kesimpulan yang dapat memberikan jawaban terhadap rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu:

1. Karakteristik individu wirausahawan warung internet di empat kecamatan di kawasan sekitar kampus Universitas Telkom termasuk dalam kategori baik dengan persentase 77,96%. Hal tersebut menunjukkan bahwa para wirausahawan warung internet di kawasan tersebut memiliki karakteristik individu yang sesuai dengan karakteristik wirausaha 10D Bygrave yang dikemukakan oleh William bygrave dimana wirausahawan memiliki visi terhadap masa depan pribadi dan bisnisnya, tidak bekerja secara lambat, apabila membuat keputusan maka langsung ditindaklanjuti, melaksanakan kegiatan dengan penuh perhatian, berdedikasi tinggi terhadap bisnisnya, mencintai pekerjaan bisnisnya, memperhatikan faktor-faktor krisis secara rinci, bertanggungjawab terhadap nasib dan tujuan yang hendak dicapai, tidak mengutamakan mencapai kekayaan, dan bersedia mendistribusikan kepemilikan bisnisnya kepada orang-orang yang dipercayainya.
2. Perilaku wirausahawan warung internet di empat kecamatan di kawasan sekitar kampus Universitas Telkom termasuk dalam kategori baik dengan persentase 79,96%. Hal tersebut menunjukkan bahwa dari segi sikap wirausaha, wirausahawan warung internet di empat kecamatan di kawasan sekitar kampus Universitas Telkom mengetahui atau memiliki pengetahuan mengenai usaha yang akan dirintis, mengetahui atau memiliki pengetahuan mengenai peran dan tanggung jawab dalam bisnis, mengetahui atau memiliki pengetahuan mengenai kepribadian dan kemampuan diri, serta mengetahui atau memiliki pengetahuan mengenai manajemen dan organisasi bisnis. Kemudian dari segi sikap wirausaha, wirausahawan warung internet di empat kecamatan di kawasan sekitar kampus Universitas Telkom memiliki sikap percaya diri, memiliki kemauan, semangat, dan kegairahan dalam berbisnis, gigih dan ulet, berkepribadian menarik, bersedia memberi layanan terbaik, serta memiliki keyakinan dan kebanggaan. Kemudian dari segi keterampilan wirausaha, wirausahawan warung internet di empat kecamatan di kawasan sekitar kampus Universitas Telkom memiliki kemampuan melakukan observasi dan identifikasi terhadap kebutuhan masyarakat, pasar, saingan, dan pembeli. Lalu para wirausahawan tersebut juga mampu untuk mempengaruhi orang lain serta menanam dan memelihara kepercayaan orang lain. Kemudian wirausahawan tersebut juga mampu menentukan harga yang tepat dan baik, mampu mengenal kondisi fisik dan psikis pembeli, mampu membuat suasana menyenangkan, mampu mencari dan memperoleh informasi yang tepat, serta mampu membuat rencana dan evaluasi penjualan.
3. Berdasarkan hasil korelasi, dapat dinilai bahwa tidak terdapat hubungan yang erat/signifikan antara karakteristik individu dengan perilaku wirausahawan warung internet di empat kecamatan di sekitar kampus Universitas Telkom sebesar dengan nilai korelasi sebesar 0,184.

5.2 SARAN

Berdasarkan hasil penelitian, hasil analisis data, serta kesimpulan diatas, diajukan saran-saran sebagai berikut:

5.2.1 Bagi Akademisi

1. Pada penelitian selanjutnya diharapkan melakukan penelitian dengan menggunakan variabel yang sama yaitu karakteristik dan perilaku wirausaha, karena dua hal tersebut sangat baik untuk dipelajari guna mencetak wirausahawan yang berkarakter kuat dan berperilaku baik.
2. Pada penelitian selanjutnya diharapkan melakukan penelitian dengan menggunakan variabel lain yang berhubungan dengan karakteristik wirausaha seperti menggunakan variabel karakteristik bidang usaha.
3. Pada penelitian selanjutnya diharapkan dapat memperluas sampel penelitian sehingga tidak lagi mengambil sampel penelitian di empat kecamatan di kawasan sekitar kampus, karena perluasan sampel akan mempengaruhi hasil penelitian.
4. Melihat dari hasil penelitian ini bahwa hanya terdapat hubungan yang lemah antara karakteristik dengan perilaku, maka penulis menyarankan untuk melakukan penelitian lebih lanjut mengenai pengaruh karakteristik wirausaha terhadap perilaku wirausaha guna memperkuat ataupun menolak hasil penelitian ini agar tercipta landasan yang kuat serta dapat dijadikan sebagai teori acuan dalam bidang keilmuan kedepannya khususnya dalam bidang kewirausahaan.

5.2.2 Bagi Praktisi

Walaupun hasil dari penelitian menunjukkan tidak adanya hubungan yang signifikan dari karakteristik wirausaha dengan perilaku wirausaha, namun tidak menutup kemungkinan bahwa kedepannya akan ada penelitian-penelitian lain yang sejenis yang akan menolak hasil lemahnya hubungan tersebut. Oleh karena itu, penulis ingin menyarankan kepada para praktisi agar tetap menjaga kekuatan karakteristik individu masing-masing dan juga tetap menjaga kualitas dari perilaku pada masing-masing individu agar tidak terjadi degradasi pada nilai-nilai karakteristik dan perilaku wirausahawan.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. 2010. *Kewirausahaan*. Bandung : CV.Afabeta.
- Dewanti, Retno. 2008. *Kewirausahaan*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- <http://alfan.presekal.com/2015/01/10/fakta-electronic-sport> (Diakses pada tanggal 23 Januari 2017).
- <http://teknologi.metrotvnews.com/game/VNnxzQEk-rata-rata-usia-gamer-adalah-35-tahun-bukan-anak-anak> (Diakses pada tanggal 23 Januari 2017).
- <https://metalteam.wordpress.com/2012/04/07/technology-developments-in-indonesia> (Diakses pada tanggal 23 Januari 2017).
- Indrawati. 2015. *Metode Penelitian Manajemen dan Bisnis Konvergensi Teknologi Komunikasi dan Informasi*. Bandung: Refika.
- Nazir, Moh. 2005. *Metode Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Suryana. 2008. *Kewirausahaan*. Jakarta: Salemba Empat.
- Supriyanto. 2009. *Metodologi Riset Bisnis*. Jakarta: PT Indeks.
- Wijandi, Soesarsono. 2004. *Pengantar Kewiraswastaan*. Bandung : Sinar Baru Algesindo.