

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

1.1.1 Sekilas Program Studi Manajemen Bisnis Telekomunikasi dan Informatika Universitas Telkom

Universitas Telkom adalah Perguruan Tinggi Swasta yang berdiri pada tanggal 14 Agustus 2013 dan diselenggarakan oleh Yayasan Pendidikan Telkom. Berdasarkan informasi yang diakses melalui *website* resmi universitas (www.telkomuniversity.ac.id, diakses pada 20 Oktober 2016), Universitas Telkom merupakan penggabungan dari empat Perguruan Tinggi Swasta yaitu Institut Teknologi Telkom, Institut Manajemen Telkom, Politeknik Telkom, dan Sekolah Tinggi Seni Rupa dan Desain Indonesia Telkom. Institut Teknologi Telkom sebelumnya adalah Sekolah Tinggi Teknologi Telkom (STT Telkom), dan Institut Manajemen Telkom sebelumnya adalah Sekolah Tinggi Manajemen dan Bisnis Telkom (STMB Telkom).

Program studi Manajemen Bisnis Telekomunikasi dan Informatika (MBTI) merupakan salah satu program studi dibawah Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang terbentuk dari hasil perkembangan STMB Telkom. Terbentuknya MBTI dimulai dari tahun 1990 dengan nama MBA-Bandung, yang merupakan penyelenggara program Master in Business Administration pertama di Jawa Barat. Pada tahun 1994, MBA Bandung berubah nama menjadi STMB dan mengubah program MBA menjadi Magister Manajemen. Hingga pada tahun 1997, STMB menambah program strata-1 (S1/sarjana) dengan S1 Manajemen Bisnis Telekomunikasi dan Informatika. Pada kesempatan akreditasi oleh pemerintah di tahun 2002, program S-1 MBTI STMB memperoleh akreditasi A yang terus dipertahankan pada tahun 2007 (A) dan tahun 2013 (A) yang berlaku hingga tahun 2018.

1.1.2 Visi dan Misi Program Studi Manajemen Bisnis Telekomunikasi dan Informatika Universitas Telkom

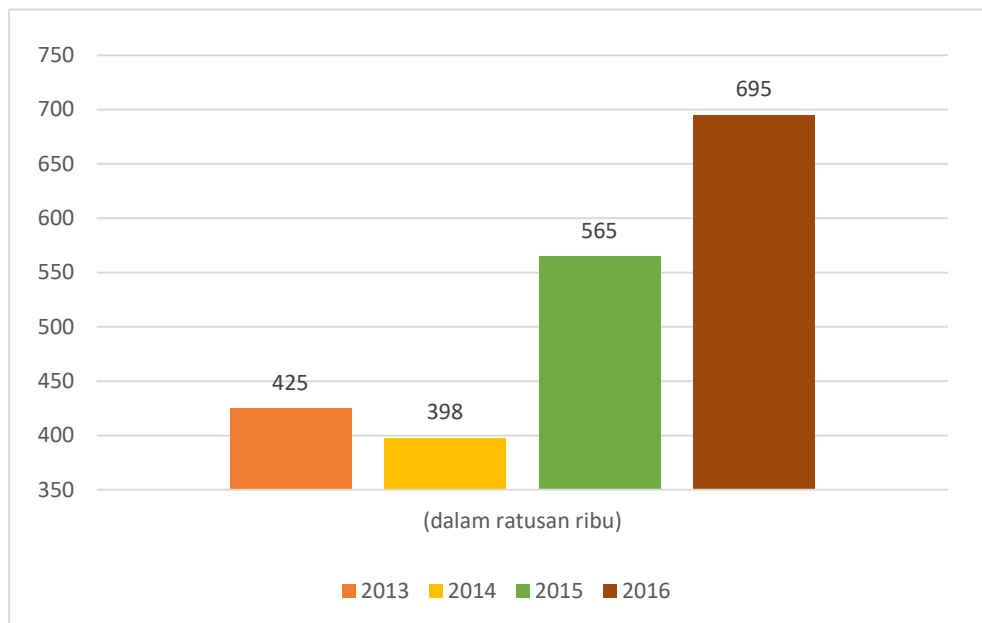
Program studi MBTI Universitas Telkom memiliki visi untuk menjadi program studi yang unggul dalam bidang manajemen dan bisnis konvergensi dengan semangat kewirausahaan di tingkat regional pada tahun 2011. Adapun misi dari program studi MBTI Universitas Telkom adalah:

1. Menyelenggarakan pendidikan dengan semangat kewirausahaan yang unggul dan dikenal secara internasional dalam bidang manajemen dan bisnis konvergensi yang senantiasa aktual dengan kebutuhan industri dan perkembangan dunia.
2. Menyelenggarakan penelitian unggul bidang manajemen dan bisnis konvergensi.
3. Berperan aktif dalam pelayanan dan pemberdayaan masyarakat untuk meningkatkan kesejahteraan.

Visi dan misi diatas menunjukkan bahwa program studi MBTI Universitas Telkom turut berupaya dalam menanamkan semangat kewirausahaan kepada para calon lulusannya, terutama didalam bidang manajemen dan bisnis konvergensi.

1.2 Latar Belakang Penelitian

Pertumbuhan ekonomi sebesar 5,18% pada tahun 2016 terbukti telah mampu mengurangi angka pengangguran di Indonesia. Jumlah pengangguran di Indonesia pada Februari 2016 mencapai 7,02 juta orang atau 5.5% dari jumlah angkatan kerja dan telah menurun jika dibandingkan dengan periode Februari 2015 yang mencapai 7,45 juta orang (Ariyanti, 2016). Meskipun berhasil menurun secara keseluruhan, tingkat pengangguran untuk lulusan universitas justru meningkat. Hal ini dapat dilihat pada gambar 1.2 yang menunjukkan bahwa angka pengangguran lulusan universitas terus mengalami peningkatan dari tahun 2014 dengan jumlah 398.298 orang menjadi 695.304 orang pada tahun 2016. (Badan Pusat Statistik, 2016).



Gambar 1.1 Jumlah Pengangguran Lulusan Perguruan Tinggi di Indonesia

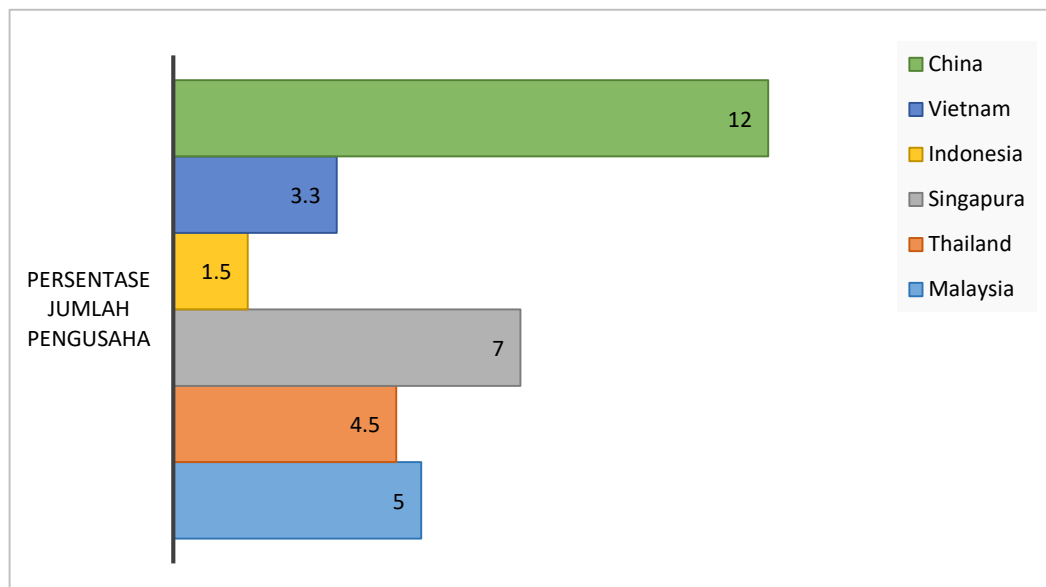
Sumber: Badan Pusat Statistik, 2014-2016.

Menurut Hasbullah dalam Lestari dan Halim (2016), mahasiswa yang baru lulus dari universitas cenderung mengalami kesulitan dalam menemukan pekerjaan di pasar kerja nasional karena tingginya sikap idealis dalam memilih pekerjaan. Lulusan perguruan tinggi di Indonesia juga kurang tertarik untuk memilih profesi sebagai wirausaha karena dianggap profesi yang kurang bergengsi dibandingkan dengan bekerja di sebuah institusi pemerintahan atau perusahaan (Soehadi, *et al.*, 2011:50).

Wirausaha merupakan salah satu yang memiliki peran penting dalam pertumbuhan ekonomi suatu negara karena dapat menciptakan lapangan dan kesempatan kerja serta mensejahterakan masyarakat melalui pembukaan usaha baru (Soehadi *et al.*, 2011:12). Dengan meningkatnya lapangan kerja yang tersedia, angka pengangguran suatu wilayah akan berkurang sehingga mampu meningkatkan pertumbuhan ekonomi. Menurut Schumpeter (Kurniati, 2015:48), *entrepreneur* atau kewirausahaan juga dapat mendorong pertumbuhan ekonomi melalui *creative destruction*, yaitu peristiwa ketika sebuah usaha baru akan menggantikan usaha yang sudah tua sehingga dapat memperbaharui keseimbangan pasar. Wirausahawan

juga berperan sebagai agen yang mendorong pertumbuhan ekonomi suatu wilayah melalui penemuan dan inovasi baru. Wilayah yang mampu mendorong penemuan, teknologi, bentuk organisasi, pasar, dan bahan baku baru akan lebih maju secara ekonomi dibandingkan dengan wilayah yang tidak memenuhi kriteria tersebut.

Untuk menjadi negara maju, sebuah negara harus memiliki minimal 2 persen wirausahawan dari total penduduk, dan Indonesia masih belum berhasil untuk memenuhi kriteria tersebut (Wibawarta dalam Virdhani, 2013). Pada tahun 2016, jumlah wirausahawan di Indonesia berjumlah 1,56 persen dari total 255 juta penduduk. Angka tersebut masih berada dibawah negara-negara Asia Tenggara lainnya seperti China yang telah memiliki 12% wirausahawan dari total 1,3 milyar penduduk, Vietnam 3,3% dari total 90,7 juta penduduk, Singapura 7% dari 5,5 juta penduduk, Thailand 4,5% dari total 65,1 juta penduduk, dan Malaysia 5% dari total 30,8 juta penduduk. Perbandingan persentase wirausahawan dapat dilihat pada gambar 1.3 berikut:



Gambar 1.2 Persentase Jumlah Pengusaha
di Beberapa Negara Asia Tenggara

Sumber: Himawan, 2016

Menteri Koperasi dan Usaha Kecil Menengah Indonesia mengatakan bahwa minat untuk berwirausaha di Indonesia juga masih tergolong kategori rendah. Berdasarkan survei yang dilakukan, dari total 5 juta mahasiswa di Indonesia, 83 persen menyatakan ingin menjadi karyawan, dan 4 persen memilih untuk berwirausaha setelah menyelesaikan pendidikan di perguruan tinggi (Subekti, 2016). Hal ini menunjukkan bahwa minat berwirausaha lulusan universitas di Indonesia masih kurang besar sehingga belum dapat berperan optimal untuk mendukung perekonomian negara. Menurut Setiaadmaja yang merupakan Presiden Direktur Bank BCA, salah satu permasalahan utama yang menyebabkan wirausaha di Indonesia kurang berkembang adalah minat untuk memulai sebuah usaha yang masih rendah. Hal ini disebabkan oleh kurangnya pengakuan dan penghargaan masyarakat terhadap wirausaha. Masyarakat cenderung lebih menghargai dan menginginkan profesi lain seperti PNS, dokter, arsitek, dan profesi lainnya yang dianggap lebih menjanjikan (Amirsyah, 2016).

Intensi atau minat adalah keinginan yang datang dari hati untuk terlibat dalam suatu kegiatan dan menimbulkan rasa bersemangat dalam mengerjakan kegiatan tersebut (Suprijanto dalam Rifai dan Sucihatininghsih, 2016). Minat bukan merupakan bawaan lahir suatu individu, namun dapat tumbuh dan berkembang sesuai dengan faktor yang mempengaruhinya. Ada tiga faktor yang dapat mempengaruhi minat, yaitu faktor fisik, faktor psikis, dan faktor lingkungan. Dalam ruang lingkup berwirausaha, minat ditentukan oleh faktor fisik yang meliputi kesehatan seseorang dalam menopang aktivitas berwirausaha. Selain itu, ada faktor psikis yang meliputi kepribadian, motif, perhatian, dan perasaan (Marini dan Hamidah, 2014).

Kepribadian merupakan salah satu faktor psikis yang dapat menentukan minat seseorang terhadap sesuatu. Selain menggambarkan keadaan fisik dan mental, tipe kepribadian sangat berpengaruh dalam banyak aspek kehidupan seseorang (Lahey, 2012:398). Tipe kepribadian terbukti secara signifikan memiliki pengaruh dalam menentukan pembentukan minat seseorang untuk berwirausaha (Mendoza dan Lacap, 2016). Lingkungan sekolah terutama universitas juga merupakan faktor yang dapat mempengaruhi pembentukan kepribadian serta minat.

Mahasiswa di dalam sebuah universitas cenderung sedang mengalami tahap *crystallizing* dalam fase kehidupan. *Crystallizing* terjadi pada rentang usia 18-24 tahun, dan merupakan tahap dimana kepribadian seseorang mulai terbentuk secara utuh, mulai memikirkan untuk menentukan jati diri, dan mencari tahu keinginan serta minat mereka sesungguhnya (Sharf, 2013:240).

Universitas Telkom adalah salah satu universitas yang memiliki peran dalam menciptakan wirausaha terdidik di Indonesia. Universitas Telkom kerap mendukung kegiatan wirausaha para mahasiswa melalui pengadaan seminar dan *workshop* bertemakan kewirausahaan. Selain itu melalui program studi Manajemen Bisnis Telekomunikasi dan Informatika (MBTI), Universitas Telkom juga menanamkan jiwa wirausaha kepada para mahasiswa dengan memberikan teori pembelajaran dan praktik wirausaha secara langsung melalui mata kuliah wajib dan pilihan kepada para mahasiswanya. Hal ini sangat sejalan dengan visi dan misi dari program studi MBTI Universitas Telkom, yaitu untuk menjadi program studi yang unggul dan menyelenggarakan pendidikan dengan semangat kewirausahaan (seb.telkomuniversity.ac.id, diakses pada 25 Oktober 2016). Pada tahun 2014 dan 2015, program studi MBTI dibawah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Telkom berhasil meraih penghargaan sebagai *Indonesia Best School of Management* dalam kategori Perguruan Tinggi Swasta Akreditasi A dalam penghargaan *School of Communication and Management Award Mix Marketing Communication* (Purel dan Izal, 2015).

Teori tipe kepribadian yang kerap digunakan dalam sebuah penelitian adalah *Big Five Personality*. *Big Five Personality* merupakan pengelompokan tipe kepribadian manusia menjadi lima dimensi utama yaitu *Extraversion*, *Openness to experience*, *Neuroticism*, *Conscientiousness*, *Agreeableness*, dan (Ahmetoglu dan Premuzic (2013:31). Para peneliti berpendapat bahwa *Big Five Personality* kerap digunakan dalam penelitian, termasuk untuk mengukur intensi usaha seseorang, karena hampir seluruh dimensi kepribadian telah dikelompokkan kedalamnya (Ghafari, et. al., 2014). Hal ini berhasil dibuktikan oleh beberapa penelitian yang telah menggunakan tipe kepribadian dengan teori *Big Five Personality* untuk memprediksi intensitas berwirausaha. Chen et. al. (2012) menemukan bahwa seluruh

dimensi dari *Big Five Personality* merupakan skala yang paling seimbang untuk mengukur tipe kepribadian dan secara signifikan dapat memprediksi intensi berwirausaha seseorang. Penelitian yang dilakukan oleh Chen pada beberapa universitas di Taiwan menemukan bahwa mahasiswa dengan dimensi kepribadian *extraversion*, *openness to experience*, *agreeableness*, dan *conscientiousness* secara positif berpengaruh terhadap intensi untuk berwirausaha. Hasil yang sama juga didapatkan oleh Akanbi (2013) yang melakukan penelitian terhadap mahasiswa di dua universitas negeri Nigeria. Berbeda dengan mahasiswa di Filipina, Mendoza dan Lacap (2016) menemukan bahwa dimensi kepribadian *openness to experience*, *agreeableness*, *conscientiousness*, dan *neuroticism* memiliki hubungan yang signifikan dengan intensi berwirausaha.

1.3 Perumusan Masalah

Wirausaha merupakan salah satu upaya yang dapat dilakukan untuk mengurangi jumlah pengangguran di sebuah negara. Namun, jumlah dan intensi berwirausaha di Indonesia masih tergolong kategori rendah bila dibandingkan dengan negara-negara lain di Asia Tenggara. Lulusan universitas di Indonesia masih cenderung memilih untuk bekerja di sebuah perusahaan dan belum memiliki intensi atau minat yang kuat untuk mulai berwirausaha.

Universitas mempunyai peran yang penting dalam pembentukan minat berwirausaha mahasiswa. Ketika menjalani masa perkuliahan, mahasiswa sedang berada pada tahap *crystallizing* dalam fase kehidupan. *Crystallizing* terjadi pada rentang usia 18-24 tahun, dan merupakan tahap dimana kepribadian seseorang mulai terbentuk secara utuh, mulai memikirkan untuk menentukan jati diri, dan mencari tahu keinginan serta minat mereka sesungguhnya (Sharf, 2013:240). Tipe kepribadian merupakan salah satu faktor yang berpengaruh secara signifikan terhadap minat seseorang, termasuk minat untuk berwirausaha (Mendoza and Lacap, 2016). Penelitian yang telah dilakukan di beberapa universitas di dunia menunjukkan dimensi *Big Five Personality* yang memiliki intensi untuk berwirausaha.

Berdasarkan fenomena tingginya tingkat pengangguran dan kurangnya intensi berwirausaha terutama pada lulusan universitas serta tipe kepribadian yang terbukti secara signifikan dapat mempengaruhi intensitas berwirausaha, maka penulis ingin melihat lebih jauh apakah tipe kepribadian memiliki pengaruh positif terhadap intensi berwirausaha mahasiswa di Indonesia, khususnya di program studi Manajemen Bisnis Telekomunikasi dan Informatika Universitas Telkom. Oleh karena itu, penelitian ini diberi judul **“Pengaruh Tipe Kepribadian Terhadap Intensi Berwirausaha (Studi pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Bisnis Telekomunikasi dan Informatika Universitas Telkom Tahun 2017)”**.

Penelitian ini menggunakan mahasiswa program studi Manajemen Bisnis Telekomunikasi dan Informatika angkatan 2014 Universitas Telkom sebagai objek penelitian. Hal ini dikarenakan objek penelitian tersebut telah mengambil mata kuliah kewirausahaan pada saat penelitian ini dilakukan. Selain itu, objek penelitian juga masih memiliki kegiatan berupa kelas perkuliahan di universitas sehingga dapat dijangkau dalam penelitian ini.

1.4 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan, dapat dirumuskan pertanyaan dalam penelitian sebagai berikut:

1. Seperti apa tipe kepribadian pada mahasiswa program studi Manajemen Bisnis Telekomunikasi dan Informatika angkatan 2014 Universitas Telkom?
2. Seberapa besar intensi berwirausaha pada mahasiswa program studi Manajemen Bisnis Telekomunikasi dan Informatika angkatan 2014 Universitas Telkom?
3. Seberapa besar pengaruh tipe kepribadian terhadap intensi berwirausaha mahasiswa program studi Manajemen Bisnis Telekomunikasi dan Informatika angkatan 2014 Universitas Telkom?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pertanyaan penelitian yang telah dijabarkan, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengidentifikasi tipe kepribadian pada mahasiswa program studi Manajemen Bisnis Telekomunikasi dan Informatika angkatan 2014 Universitas Telkom
2. Untuk mengetahui seberapa besar intensi berwirausaha pada mahasiswa program studi Manajemen Bisnis Telekomunikasi dan Informatika angkatan 2014 Universitas Telkom
3. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh tipe kepribadian terhadap intensi berwirausaha pada mahasiswa program studi Manajemen Bisnis Telekomunikasi dan Informatika angkatan 2014 Universitas Telkom

1.6 Manfaat Penelitian

1.6.1 Aspek Teoritis

Hasil penelitian ini dapat menjadi referensi dan kajian untuk pengembangan penelitian selanjutnya terkait keilmuan di bidang psikologi kewirausahaan khususnya tipe kepribadian, intensi atau minat berwirausaha, dan hubungan diantara keduanya.

1.6.2 Aspek Praktis

a. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengalaman bagi peneliti untuk melatih kemampuan analisis dan berfikir, serta sebagai media untuk menerapkan ilmu yang diperoleh selama masa kuliah.

b. Bagi Mahasiswa

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan khususnya bagi para mahasiswa khususnya Universitas Telkom terkait tipe kepribadian dan pengaruhnya terhadap minat berwirausaha mahasiswa. Penelitian ini juga diharapkan mampu membangun niat berwirausaha mahasiswa.

c. **Bagi Pengajar/Dosen**

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi gambaran bagi dosen untuk mengetahui tipe kepribadian seperti apa yang cenderung memiliki ketertarikan terhadap kegiatan wirausaha.

d. **Bagi Institusi dan Pemerintah**

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu sumber informasi bagi institusi dan pemerintah tentang bagaimana minat berwirausaha yang dimiliki oleh mahasiswa dan pengaruhnya terhadap intensi berwirausaha.

1.7 Ruang Lingkup Penelitian

1.7.1 Lokasi dan Objek Penelitian

Penelitian ini berlokasi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Telkom yang beralamat di Jl Telekomunikasi Terusan Buah Batu, Bandung. Objek yang akan diambil dalam penelitian ini adalah mahasiswa program studi MBTI angkatan 2014 yang berjumlah 455 orang. Pertanyaan penyaring akan ditambahkan pada kuesioner penelitian untuk memastikan bahwa objek penelitian yang akan dijadikan sampel telah mengambil mata kuliah kewirausahaan.

1.7.2 Waktu dan Periode Penelitian

Waktu dan periode dari penelitian ini adalah dari bulan Oktober 2016 sampai dengan bulan Januari 2017.

1.8 Sistematika Penulisan Tugas Akhir

Sistematika penulisan tugas akhir dimaksudkan untuk mempermudah dan memberikan gambaran kepada pembaca dalam memahami penelitian yang dilakukan. Adapun sistematika penulisan penelitian ini disusun dalam bab-bab sebagai berikut:

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini menguraikan tentang landasan teori terkait penelitian yang dilakukan, pembahasan mengenai hasil dari penelitian-penelitian sejenis yang telah diteliti sebelumnya, kerangka pemikiran, serta hipotesis sebagai jawaban sementara dari permasalahan penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menguraikan tentang karakteristik penelitian, alat pengumpulan data, tahapan pelaksanaan penelitian, populasi dan sampel, pengumpulan dan sumber data, validitas dan reabilitas, serta teknis analisis data dan pengujian hipotesis.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini membahas hasil dari penelitian yang dilakukan seperti karakteristik responden, analisis responden terhadap variabel penelitian, analisis statistik, serta analisis pengaruh antar variabel.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisikan pembahasan, penafsiran dan pemaknaan dari hasil penelitian serta rekomendasi bagi penelitian selanjutnya.