

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Institut Manajemen Telkom (IM Telkom) adalah perguruan tinggi yang dikelola oleh Yayasan Pendidikan Telkom (YPT). Dewan Pembina YPT, secara *ex-officio* adalah Direksi PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk (PT Telkom). IM Telkom didirikan sebagai bentuk tanggung jawab PT. Telkom untuk menjadi *Good Corporate Citizenship* yang ingin berkontribusi dalam upaya mencerdaskan kehidupan bangsa Indonesia. IM Telkom mempunyai tiga nilai-nilai inti, yaitu *Integrity* (Integritas), *Entrepreneurship* (Kewirausahaan), dan *Best for Excellence* (Terbaik untuk Keunggulan).



Gambar 1.1
Logo Institut Manajemen Telkom

IM Telkom pada saat ini menyelenggarakan : 1 (satu) program pasca sarjana, 5 (lima) program strata-1, dan 1 (satu) program diploma-3. Kampus IM Telkom berada di tiga lokasi, yaitu: Gegerkalong, Setiabudi, dan Dayeuh Kolot. Ketiga kampus tersebut berada di wilayah Bandung. Mahasiswa yang aktif menempuh studi di IM Telkom, berasal dari seluruh daerah di Indonesia, ditambah dengan mahasiswa internasional dari beberapa negara asing.

1.1.1 Sekilas Tentang Prodi Administrasi Bisnis

Salah satu program studi yang ada di IM Telkom adalah Administrasi Bisnis. Prodi tersebut berasal dari Sekolah Administrasi Bisnis dan Keuangan, dengan visi, misi, tujuan, dan sasaran sebagai berikut :

a. Visi : Menjadi program studi yang memiliki keunggulan akademik, mampu memberikan inspirasi bagi para profesional di bidang pengelolaan bisnis yang konvergen (berbasis *Information and Communication Technology*) menjadi *Top of Mind* di Indonesia (tahun 2017), dan dikenal di Asia (tahun 2021).

b. Misi

1. Mengelola pendidikan akademis secara transparan dan bertanggung jawab.
2. Menyelenggarakan pengajaran yang mengacu pada nilai-nilai *integrity*, *entrepreneurship* dan *best for excellence*.
3. Melaksanakan kegiatan penelitian, untuk memperkuat dan memperkaya bidang keilmuan.
4. Melaksanakan kegiatan pengabdian pada masyarakat dalam bentuk konsultasi, pelatihan, dan bimbingan untuk memecahkan masalah-masalah bisnis.

c. Tujuan

1. Menghasilkan Sarjana Administrasi Bisnis yang :
 - Bertakwa kepada Tuhan Yang Maha Esa, memiliki integritas kepribadian tinggi (*integrity*), mampu berusaha secara mandiri (*entrepreneurship*) dan berorientasi pada proses kerja terbaik, objektif dan berkualitas untuk keunggulan (*best for excellence*).
 - Berkualitas, mandiri dan memiliki daya saing individu yang tinggi.
 - Memiliki kemampuan mengeksplorasi gagasan-gagasan baru dan menjadi inspirator untuk menghadapi persaingan bisnis.

- Memiliki rasa tanggung jawab dan mampu berkontribusi terhadap peningkatan taraf hidup masyarakat di lingkungannya.
- 2. Menghasilkan karya-karya ilmiah yang berkualitas pada bidang ilmu Administrasi Bisnis dan dapat diaplikasikan untuk meningkatkan kualitas kehidupan masyarakat.

d. Sasaran

1. Tahun 2012-2015 mampu menghasilkan lulusan yang berkualitas.
2. Tahun 2015-2017 selain mampu menghasilkan lulusan berkualitas, mandiri, dan memiliki daya saing individu yang tinggi juga mampu menghasilkan karya-karya ilmiah yang berkualitas.
3. Tahun 2017 dan seterusnya menghasilkan lulusan profesional yang memiliki kemampuan beradaptasi (mengantisipasi perubahan), *agent of change* dan menjadi inspirator dalam dunia bisnis.

Dari uraian sekilas di atas tentang IM Telkom dan Prodi Administrasi Bisnis, terdapat keunikan pada nilai-nilai intinya, yaitu *entrepreneurship*. Dalam prakteknya, mata kuliah *entrepreneurship* dilakukan dua kali yaitu pada semester enam dan semester tujuh di prodi Administrasi Bisnis. Ini yang nantinya akan menghasilkan lulusan dari IM Telkom yang diharapkan memiliki pemahaman konseptual untuk berwirausaha mandiri.

1.2 Latar Belakang Penelitian

Kebanyakan orang berpikir bahwa bekerja adalah suatu tujuan akhir dari pencapaian pendidikan. Banyak yang bertanya kepada calon lulusan, “Nanti akan bekerja di perusahaan mana setelah lulus?”. Paradigma tersebut kian bergeser seiring dengan kondisi perekonomian yang terkena dampak globalisasi dan krisis keuangan global. Krisis global tersebut ditunjukkan oleh kondisi keuangan perusahaan tidak stabil, terutama pada perusahaan besar yang berbasis global, dimana keuangannya dipengaruhi oleh perubahan kurs.

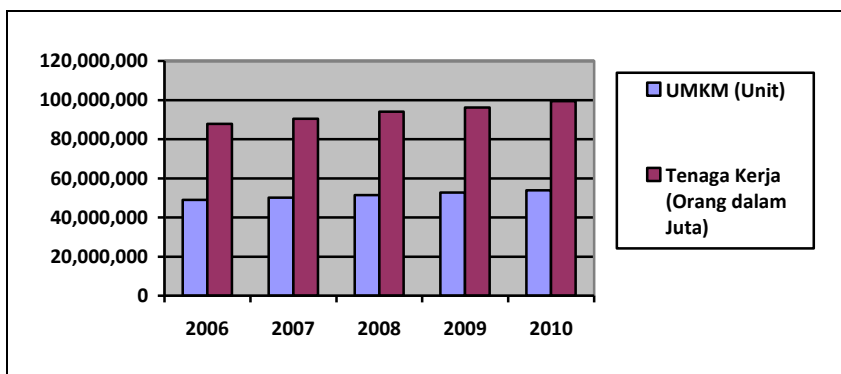
Perubahan - perubahan tersebut secara langsung maupun tidak langsung juga berdampak di negara kita, yaitu Indonesia. Namun perekonomian Indonesia terselamatkan salah satunya akibat adanya wirausaha-wirausaha yang tercipta. Setidaknya Indonesia dapat bertahan dan tidak begitu goyah saat krisis melanda. Wirausaha adalah kegiatan dimana seseorang dapat melihat peluang dan mengambil beberapa resiko untuk mengaplikasikan idenya demi mendapatkan keuntungan dengan cara memproduksi atau membeli barang lalu diproses dan dijual kembali dengan keuntungan yang diinginkan. Wirausaha di Indonesia banyak macamnya, bisa dari berbagai macam sektor, misalnya saja wirausaha agrobisnis, busana, grosir, investasi, jasa, kesehatan, kuliner, musiman, otomotif, properti, produk unik, waralaba, hingga bisnis online.

Dari adanya ide-ide wirausaha ini, bisa terbentuk UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah), yang dapat bermanfaat bagi lingkungan sekitarnya, misalnya saja dapat menyerap tenaga kerja, menciptakan lapangan kerja yang baru, dan dapat membantu perekonomian masyarakat sekitar, sehingga secara tidak langsung dapat membantu pertumbuhan ekonomi negara.

Menurut Statistik Perbankan Indonesia, Januari 2012, yang dimaksud dengan :

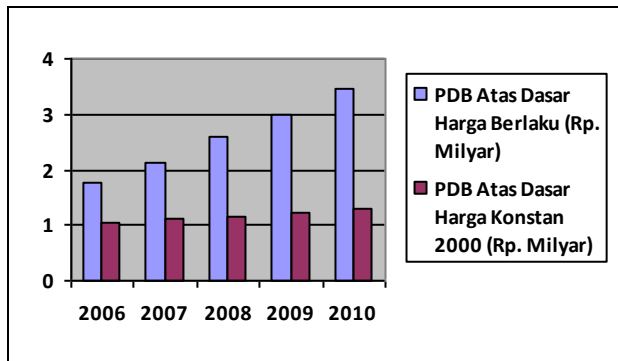
Usaha Mikro adalah usaha produktif milik perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp 50 juta (tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha) atau memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp 300 juta. Usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan perorangan atau badan usaha (tidak termasuk anak perusahaan) yang memiliki kekayaan bersih Rp 50 juta s.d Rp 500 juta (tidak termasuk tanah dan bangunan usaha) atau memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp 300 juta s.d Rp 2,5 miliar. Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri yang dilakukan perseorangan atau badan usaha (bukan anak perusahaan) yang memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp 500 juta s.d Rp 10 miliar (tidak termasuk tanah dan bangunan usaha) atau memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp 2,5 Miliar s.d Rp 50 miliar.

Banyaknya UMKM atau yang biasa disingkat menjadi UKM (Usaha Kecil Menengah) di Indonesia telah terbukti sepanjang sejarah bangsa sebagai motor penggerak dan penyelamat perekonomian Indonesia. UKM mampu menopang sendi-sendi perekonomian bangsa dimasa sulit dan krisis ekonomi menerjang negeri ini terutama tahun 1997-1998 dan 2008, kala itu perusahaan besar ternyata tidak berdaya dan oleng. Dari Kementrian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah Republik Indonesia, jumlah UMKM dan penyerapan tenaga kerja adalah sebagai berikut :



Gambar 1.2
Jumlah UMKM dan Penyerapan Tenaga Kerja (2006-2010)

Kontribusi UMKM terhadap Produk Domestik Bruto (semua barang dan jasa yang diproduksi dalam suatu negara dalam jangka waktu tertentu, biasanya satu tahun) di Indonesia dari tahun 2006-2010 adalah sebagai berikut :



Gambar 1.3

Kontribusi UMKM terhadap Produk Domestik Bruto (2006-2010)

Dengan terus meningkatnya kontribusi UMKM terhadap PDB Indonesia, maka peran UMKM sangatlah penting untuk diciptakan. Dalam artikel yang diterbitkan di Okezone oleh Yasser Ali Harakan, Sosiolog David McClelland berpendapat, "Suatu negara bisa makmur bila ada pengusaha sedikitnya dua persen dari jumlah penduduk". Saat ini, Indonesia, baru memiliki kurang dari 2% jumlah wirausahawan. Padahal, negara-negara seperti Amerika Serikat (AS) memiliki 12% wirausahawan, Jepang punya 10%, dan Singapura sebanyak 7%.

Seperti yang dikatakan Agus Muharram, Deputi Menkop dan Usaha Kecil Menengah (UKM) bidang Pengembangan Sumber Daya Manusia (SDM), Kemenkop & UKM, Sabtu 3 Maret 2012, dalam artikel Bisnis Indonesia oleh Hilda Sabri Sulistiyo :

Awalnya data yang kita miliki hanya 0,18% pengusaha yang ada lalu tiga tahun lalu kita dapat angka 0,24% dan terakhir Januari 2012 jumlahnya sudah menjadi 1,56% penduduk Indonesia menjadi wirausaha. Pertumbuhan 1,56% itu hasil hitungan Deputi Bidang Pengkajian Kemenkop & UKM berdasarkan data dan kriteria yang ditetapkan oleh BPS sebagai lembaga pemerintah yang di percaya dan kompeten.

Ini mendukung pernyataan Ketua Umum DPP Partai Amanat Nasional, Hatta Rajasa dalam artikel okezone oleh Mustholih bahwa suatu bangsa bisa menjadi negara maju apabila disokong masyarakat yang terjun di dunia wirausaha. Jumlah 2% itu lebih rendah dibandingkan dengan wirausaha di beberapa negara luar yang tingkat pertumbuhannya tinggi, seperti Amerika Serikat yang mencapai 11%, Singapura 7%, dan Malaysia 5 %. Dengan melihat perbandingan jumlah wirausaha di negara maju tersebut, wajar jika pertumbuhan perekonomian di Indonesia relatif masih lambat, meskipun saat ini Indonesia adalah negara dengan tingkat pertumbuhan stabil.

Berwirausaha semenjak dini bisa dipupuk dari bangku perkuliahan, dari hasil wawancara dengan 10 orang mahasiswa/i Administrasi Bisnis IM Telkom, ternyata ada beberapa yang sudah melaksanakan bisnis kecil-kecilan. Dapat dibuktikan dengan data sebagai berikut :

Tabel 1.1
Bisnis Mahasiswa Administrasi Bisnis IM Telkom 2008-2010

Nama Lengkap	NPM / Kelas	Jenis Usaha	Dari Keluarga
			Wirausahawan
Ragil Aji S.	109100139 / D	Re-seller dan <i>business online</i>	√
Siti Lazza F.	109100045 / B	Re-seller by customization	√
Alin Latifah F.	109100054 / B	Obat Herbal	√
Ahmad Adhi R.	108100050 / B	Suplement Fitnes	√
Hanna Agustina	109100070 / B	Fashion Online	-
Dika Ashari	108100056 / B	Celana dan <i>jeans pre order</i>	√
Oktavia Mulyani	109100034 / A	<i>Business Online</i>	-
Salman Mardi P.	110100156 / C	<i>Business Online</i>	√
P. E. Rachmadany	110100143 / C	Re-seller sepatu	-
Imam Hidayat	109100073 / B	Hasil bumi	√

Dari hasil wawancara di atas, memang sebagian besar keluarga dari mahasiswa tersebut adalah wirausahawan, sehingga ada kecenderungan mereka berwirausaha atas dasar sifat atau keturunan. Namun asal usul keinginan berwirausaha (minat) itu tidak selalu dibawa sejak lahir, terkadang tumbuh dan berkembang sesuai dengan faktor-faktor yang mempengaruhinya. Ada beberapa fenomena yang ada di kampus IM Telkom ini, misalnya saja : ada mahasiswa dengan latar belakang keluarga wirausaha dan memang berniat untuk berwirausaha (mendapatkan pengetahuan untuk membimbingnya melaksanakan bisnis saat ini atau di masa depan), mahasiswa yang memang berniat berwirausaha sehingga tujuan berkuliah untuk mencari informasi dan jaringan bisnis sebanyak-banyaknya (kemungkinan bukan berasal dari keluarga wirausaha), dan lainnya adalah yang terstimuli dari lingkungan sekitar (lingkungan kampus) karena mendapat pengajaran atau pengetahuan tentang kewirausahaan dan sering mendengar tentang kesuksesan para wirausahawan.

Banyak motif yang bisa mempengaruhi minat tersebut. Misalnya kebutuhan akan penghargaan dan pengakuan dari orang lain, bersosialisasi dengan masyarakat sekitar dengan cara menjalin hubungan dekat dan baik, atau bisa juga dipengaruhi oleh motif kekuasaan. Beraneka jenis usaha yang dilakukan oleh mahasiswa Administrasi Bisnis antara lain bisnis *online* pakaian, makanan dan sepatu untuk pasar domestik. Dalam prakteknya, mahasiswa Administrasi Bisnis yang sudah menjalankan bisnis, berorientasi menambah uang saku atau memiliki pengalaman bisnis beresiko kecil. Namun ada beberapa mahasiswa yang melihat kegiatan bisnis sebagai pilihan berkarir setelah lulus kuliah. Pada dasarnya, minat berwirausaha itu tidak semua orang punya, harus ada dorongan dari dalam diri untuk memulai suatu usaha, seperti motivasi wirausaha. Penulis melakukan wawancara bertahap, bagian pertama mewawancarai 10 orang, dengan menanyakan apakah mereka sudah mempunyai bisnis atau belum dan menanyakan tentang silsilah keluarga yang

juga berbisnis, wawancara bagian pertama melalui *social media* yaitu *facebook*. Kemudian wawancara bagian kedua menanyakan pada 14 orang tentang motif berprestasi, berafiliasi, dan kekuasaan dengan mewawancarai 14 orang mahasiswa Administrasi Bisnis melalui berbagai macam media, seperti *blackberry messenger*, dan meminta responden mengisi pertanyaan wawancara secara langsung dan kesimpulan yang dapat diambil yaitu :

- 1) 100% dari mahasiswa Administrasi Bisnis 2009-2011 sangat bersemangat, pantang menyerah, dan optimis dalam mencapai prestasi.
- 2) Untuk urusan bersosialisasi, kesimpulannya sangat senang jika ada orang yang berada di dekat mereka ketika mereka sedang bingung/stress. Mereka juga suka membandingkan kinerja mereka dengan orang lain untuk kepentingan introspeksi diri, dan terkadang (sekitar 80%) dalam kelompok atau sosialisasi, ingin diperhatikan sebagai pusat dari suatu hal tertentu.
- 3) Dalam motif kekuasaan, kebanyakan dari mereka (sekitar 80%) suka untuk mengarahkan orang lain, serta mengarahkan tujuan organisasi (kelompok) agar tercapai dengan usaha mereka. Namun dengan pencapaian atas kekuasaan tertentu, mereka belum cukup puas agar bisa meraih hal yang lebih tinggi lagi pencapaiannya.

Dengan adanya kesimpulan dari motif-motif tersebut, penulis tertarik untuk mengambil judul dari Teori McClelland yaitu Tiga Teori Kebutuhan (Motif Berprestasi, Motif Berafiliasi, dan Motif Kekuasaan). Dimana penelitian tentang motif ini belum ada yang mengaitkan dengan minat berwirausaha, dan motif-motif tersebut ternyata ada di kalangan mahasiswa Administrasi Bisnis IM Telkom, maka dari itu penulis mengangkat judul **Pengaruh Motif Berprestasi, Motif Berafiliasi, dan Motif Kekuasaan Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Administrasi Bisnis IM Telkom.**

1.3 Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah dipaparkan di atas, maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana motif berprestasi mahasiswa Administrasi IM Telkom?
2. Bagaimana motif berafiliasi mahasiswa Administrasi IM Telkom?
3. Bagaimana motif kekuasaan mahasiswa Administrasi IM Telkom?
4. Bagaimana minat berwirausaha mahasiswa Administrasi Bisnis IM Telkom?
5. Seberapa besar pengaruh motif berprestasi terhadap minat berwirausaha mahasiswa Administrasi Bisnis IM Telkom ?
6. Seberapa besar pengaruh motif berafiliasi terhadap minat berwirausaha mahasiswa Administrasi Bisnis IM Telkom ?
7. Seberapa besar pengaruh motif kekuasaan terhadap minat berwirausaha mahasiswa Administrasi Bisnis IM Telkom ?
8. Apakah motif berprestasi dan motif berafiliasi saling terkait ?
9. Apakah motif berafiliasi dan motif kekuasaan saling terkait ?
10. Manakah diantara motif berprestasi, motif berafiliasi, dan motif kekuasaan yang lebih besar pengaruhnya terhadap minat berwirausaha mahasiswa Administrasi IM Telkom ?

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah :

1. Mengetahui bagaimana motif berprestasi mahasiswa Administrasi IM Telkom.
2. Mengetahui bagaimana motif berafiliasi mahasiswa Administrasi IM Telkom.
3. Mengetahui bagaimana motif kekuasaan mahasiswa Administrasi IM Telkom.

4. Mengetahui bagaimana minat berwirausaha mahasiswa Administrasi Bisnis IM Telkom.
5. Mengetahui seberapa besar pengaruh motif berprestasi terhadap minat berwirausaha mahasiswa Administrasi Bisnis IM Telkom.
6. Mengetahui seberapa besar pengaruh motif berafiliasi terhadap minat berwirausaha mahasiswa Administrasi Bisnis IM Telkom.
7. Mengetahui seberapa besar pengaruh motif kekuasaan terhadap minat berwirausaha mahasiswa Administrasi Bisnis IM Telkom.
8. Mengetahui apakah motif berprestasi dan motif berafiliasi saling terkait.
9. Mengetahui apakah motif berafiliasi dan motif kekuasaan saling terkait.
10. Mengetahui manakah diantara motif berprestasi, motif berafiliasi, dan motif kekuasaan yang lebih besar pengaruhnya terhadap minat berwirausaha mahasiswa Administrasi IM Telkom.

1.5 Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan Teoritis

Untuk membuktikan teori tiga kebutuhan, dan berharap semoga dapat memberikan sumbangan informasi pengetahuan dan membuka cakrawala berpikir bagi pembacanya.

2. Kegunaan Praktis

Hasil penelitian ini dapat sebagai masukan untuk melakukan penelitian lebih lanjut.

1.6 Sistematika Penulisan

Untuk memudahkan pembahasan yang terdapat dalam skripsi, maka penulisan skripsi disusun sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN, berisi mengenai gambaran umum objek penelitian, latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN, berisi mengenai tinjauan pustaka penelitian, kerangka pemikiran, hipotesis penelitian, dan ruang lingkup penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN, berisi mengenai jenis penelitian yang digunakan, operasionalisasi variabel, tahapan penelitian, populasi dan teknik sampling, jenis dan teknik pengumpulan data, uji validitas dan reliabilitas, serta teknik analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN, berisi mengenai pembahasan dari penelitian secara terperinci.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN, berisi mengenai kesimpulan yang diperoleh dari hasil penelitian, dan saran yang diharapkan berguna bagi pembaca.