

# BAB 1

## PENDAHULUAN

### 1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Himpunan Pengusaha Muda Indonesia (HIPMI) Universitas Telkom adalah salah satu unit kegiatan mahasiswa untuk mewedahi mahasiswa-mahasiwi Universitas Telkom yang memiliki keinginan dalam dunia kewirausahaan, dengan bekal semangat kewirausahaan HIPMI Universitas Telkom akan memberikan pelatihan dalam berwirausaha bentuk praktik maupun teori, sehingga akan menumbuhkan jiwa dan semangat wirausaha, selain itu mahasiswa yang tergabung dalam HIPMI Universitas Telkom juga dibekali pelatihan dalam berorganisasi, sehingga anggota HIPMI Universitas Telkom memiliki kemampuan yang baik dalam berwirausaha dan kemampuan yang baik dalam berorganisasi (HIPMI Universitas Telkom, 2013). Berikut pada Gambar 1.1 merupakan logo Himpunan Pengusaha Muda Indonesia Perguruan Tinggi Universitas Telkom.



**Gambar 1. 1 Logo HIPMI PT Universitas Telkom**

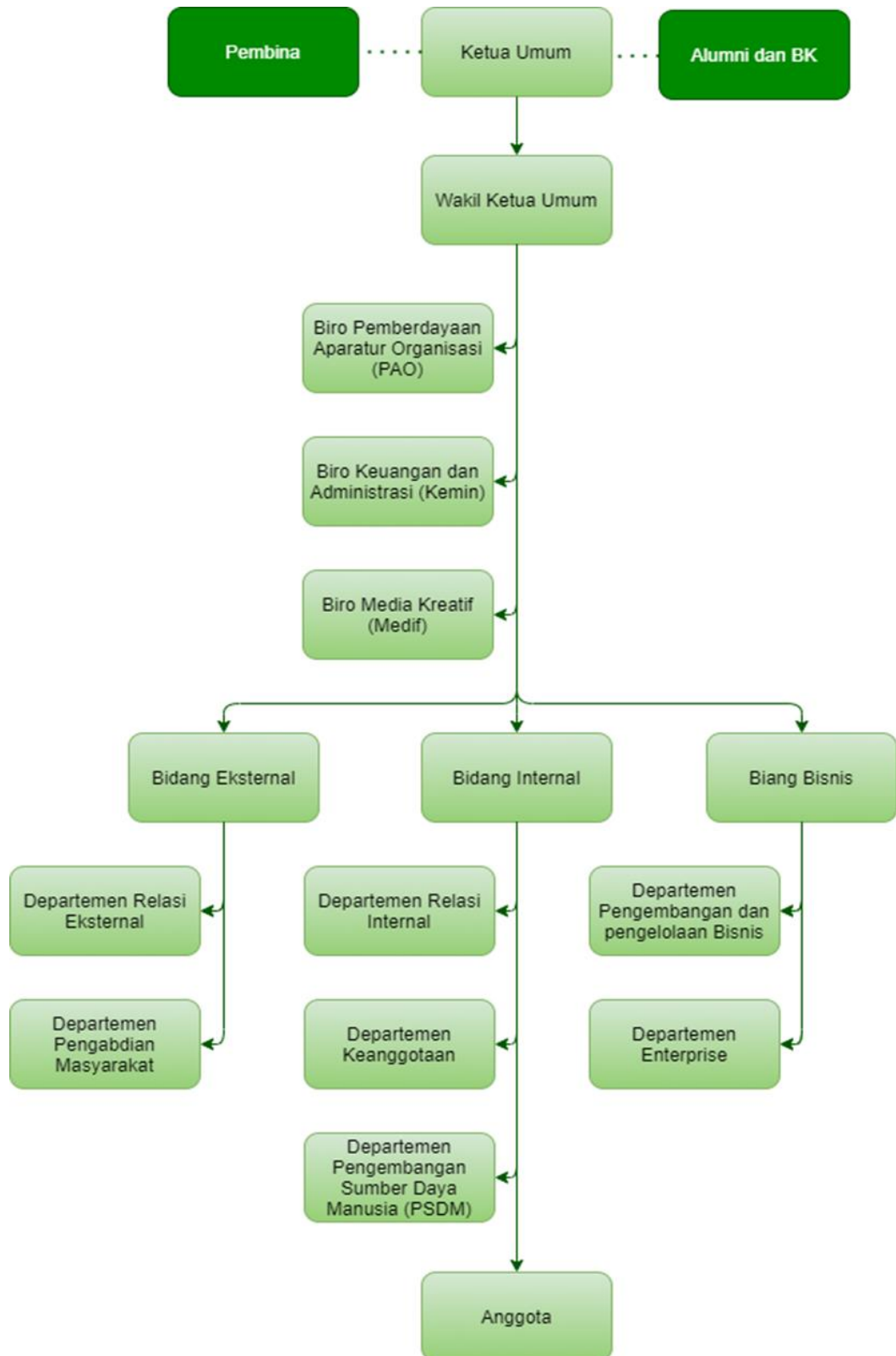
(Sumber: HIPMI PT Universitas Telkom, 2017)

HIPMI Universitas Telkom terbentuk karena adanya semangat ide dan antusiasme keenam mahasiswa dalam mengajukan HIPMI untuk berdiri di Universitas Telkom kepada senior HIPMI Badan Pengurus Cabang (BPC) Bandung, karena adanya keinginan dari senior HIPMI untuk membuat HIPMI Perguruan Tinggi (PT) sebagai wadah mahasiswa dan mahasiwi yang memiliki jiwa wirausaha, dengan adanya ide usulan dan antusiasme dari keenam mahasiswa Universitas

Telkom, HIPMI BPC memulai dan memfokuskan membentuk HIPMI Perguruan Tinggi (PT) pertama di Universitas Telkom. Sehingga Maret 2010 HIPMI Perguruan Tinggi Telkom terbentuk menjadi unit kegiatan mahasiswa di Universitas Telkom.

#### 1.1.1 Struktur Organisasi

Berikut pada Gambar 1.2 merupakan struktur organisasi Himpunan Pengusaha Indonesia Universitas Telkom 2021.



**Gambar 1. 2 Struktur Organisasi HIPMI Kabinet Kolaborasi**

Sumber: Hipmi Universitas Telkom 2021

### 1.1.2 Visi dan Misi

#### Visi

Mengembangkan potensi berwirausaha kepada seluruh anggota HIPMI Perguruan Tinggi Telkom Business School, dengan mengoptimalkan semua sumber daya yang ada, sehingga menjadi HIPMI Perguruan Tinggi berprestasi dan terbaik se-Indonesia.

#### Misi

1. Memberikan pengetahuan yang bermutu dan komprehensif dalam bidang entrepreneur kepada seluruh anggota HIPMI.
2. Membangun budaya berwirausaha dalam suasana kekeluargaan yang harmonis.
3. Menciptakan semangat berkompetisi untuk mencapai prestasi terbaik dalam bidang berwirausaha.

### 1.1.3 Lokasi

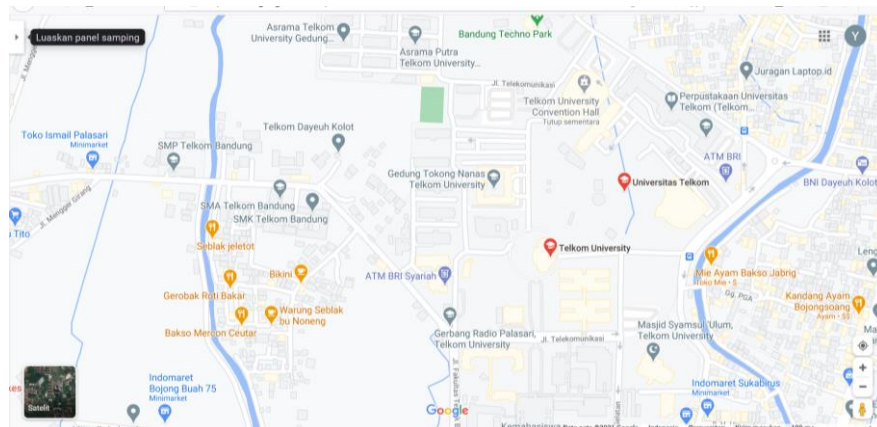
Alamat : Jl. Telekomunikasi Terusan Buah Batu no 1, Kab. Bandung 40257  
Indonesia

Telepon : +6222 7564 10

Fax : +6222 7565 930

Blog : <http://hipmiptimtelkom.blogspot.com/>

Berikut pada Gambar 1.3 merupakan peta lokasi HIPMI Universitas Telkom pada google maps 2021.

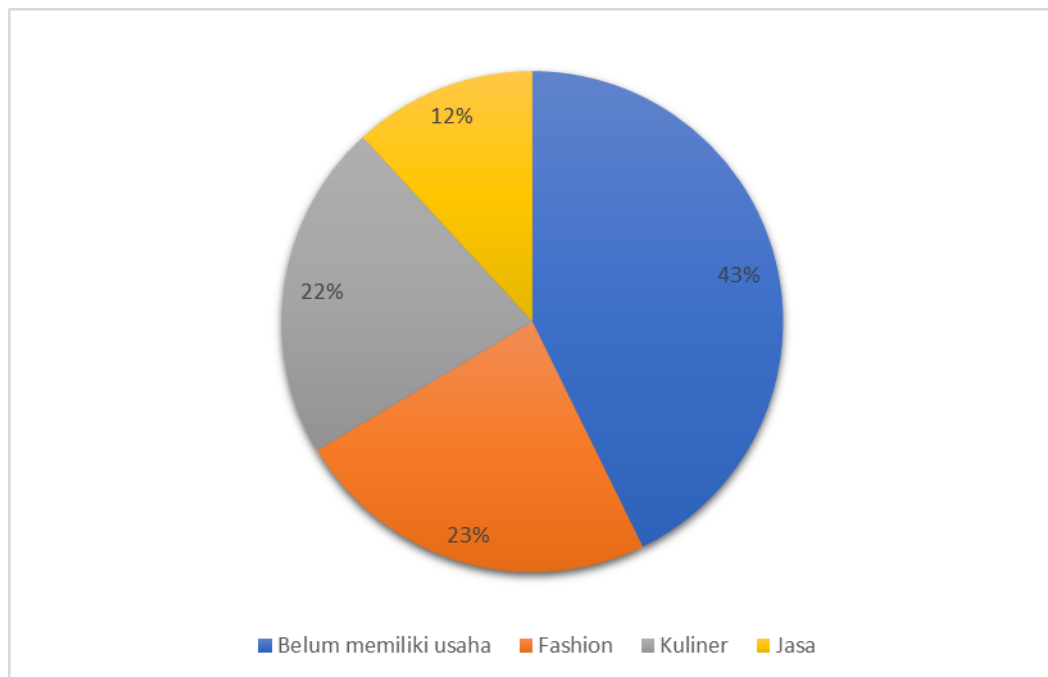


**Gambar 1. 3 Lokasi HIPMI Universitas Telkom**

Sumber: Google Maps, 2021

#### 1.1.4 Jumlah Anggota HIPMI Univeristas Telkom

Jumlah Anggota HIPMI Universitas Telkom 2021 saat ini ada 262 anggota aktif, dengan memiliki berbagai macam usaha, seperti usaha kuliner, fashion dan jasa, selain itu anggota HIPMI juga ada yang belum memiliki usaha sama sekali, anggota yang belum memiliki usaha nantinya pengurus akan memberikan beberapa kegiatan yang memotivasi dan mewajibkan para anggota untuk memiliki usaha, seperti adanya kegiatan mentoring, yang nantinya anggota diarahkan dan diberi mentor untuk membentuk usahanya. Anggota yang belum memiliki usaha sebanyak 112 orang, anggota yang memiliki usaha dibidang fashion terdapat 62 orang, usaha kuliner sebanyak 57, dan jasa sebanyak 31 orang. Berikut pada Gambar 1.4 merupakan presentase anggota yang memiliki usaha jenis fashion, kuliner, jasa dan anggota yang belum memiliki usaha.



**Gambar 1. 4 Data Anggota HIPMI**

*Sumber:* HIPMI Universitas Telkom, 2021

#### 1.2 Latar Belakang Penelitian

Bandung merupakan kota yang dijuluki kota kreatif, para pemuda Bandung dapat berkontribusi membuka peluang lapangan pekerjaan sendiri dengan menciptakan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Namun dalam lapangannya dari sekian

banyak pengusaha peran pemuda sangat sedikit tak lebih dari angka satu persen, jika dibandingkan dengan beberapa negara Asean lain, kontribusi pemuda dalam UMKM mencapai belasan hingga puluhan persen, jauh dibanding di kota Bandung yang hanya satu persen. (Persiana, 2019).

Adanya pertumbuhan wirausaha yang sangat signifikan di kota Bandung, dalam data terbaru situs web Dinas KUMKM Kota Bandung jumlah UMKM yang ada di kota Bandung saat ini mencapai 6.140 usaha yang ada. Namun hanya sedikit pemuda yang berkontribusi didalamnya, tak lebih dari satu persen saja (Persiana, 2019)

Untuk jumlah pelaku usaha menurut Jaringan Pengusaha Nasional (Japnas) masih dalam angka yang mimin, sensus BPS tahun 2016 menyatakan hanya 90 ribu atau sekitar empat persen. Menurut Ketua Jaringan Pengusaha Nasional (Japnas) Kota Bandung yaitu Dendy Akad Buldansyah jumlah pelaku di Kota Bandung seharusnya di atas lima persen dari jumlah penduduk yaitu sekitar 100 ribu. Padahal menurutnya kota Bandung merupakan salahsatu destinasi wisata yang terkenal akan fesyen, kuliner dan hiburan lainnya (Sudrajat, 2018)

Ketua Jaringan Pengusaha Nasional (Japnas) mengatakan banyak pelaku usaha di Kota Bandung yang merupakan pedagang kurang memiliki nilai tambah, kondisi ini terjadi karena para pedagang belum memiliki kepercayaan diri untuk berkompetisi karena tidak memiliki daya saing yang kuat dan belum memiliki *mind set* menjadi seorang pengusaha (Sudrajat, 2018)

Berdasarkan riset, adanya kegagalan wirausaha karena adanya kendala pendanaan dan dukungan, selain itu adanya ketidakcocokan produk dengan permintaan pasar juga menjadi faktor penyebabnya. Banyaknya kendala yang dihadapi para wirausaha, mendorong para pelaku usaha harus menyiapi berbagai keterampilan agar dapat menghadapi perubahan zaman. Maka banyaknya komunitas pengusaha yang mendorong para pelaku usaha untuk belajar dan berbagi pengalaman ilmu bisnis (Tyap, 2016)

TABEL 1. 1  
KOMUNITAS BISNIS TERBESAR DI INDONESIA

No	Nama organisasi / Komunitas	Target Anggota
1.	YukBisnis	Pengusaha maupun orang-orang yang ingin belajar seputar bisnis.
2.	TDA Comunity	Wirausahawan muda dan orang-orang yang berminat dalam bidang wirausaha.
3.	HIPMI	Para wirausahawan muda serta orang-orang yang berminat dalam bidang wirausaha.
4.	Online Sellet Metup	Pembisnis online yang ingin terus mengembangkan usahanya, terutama di bidang teknologi digital
5.	HerAction	Para wanita yang terjun dalam dunia bisnis, agar mampu mengembangkan <i>skill</i> -nya.
6.	Boetan	Para pengrajin Tanah Air dalam menuangkan idenya, serta membagikan tips dan trik untuk mengembangkan usaha.
7.	Investor Muda	Para pebisnis yang sudah handal
8.	JCI Indonesia	Para pemuda yang memiliki kreativitas, Tangguh, dan kepedulian yang besar

Sumber : (Annistri, 2021)

Berdasarkan Tabel 1.1 salah satu komunitas terbesar di Indonesia adalah HIPMI atau Himpunan Pengusaha Muda Indonesia, yang dibentuk untuk menumbuhkan semangat dalam berwirausaha agar memiliki semangat kaum muda untuk bercita-cita sebagai pengusaha, karena pada masa itu pemuda memiliki anggapan terutama kalangan intelektual untuk memilih profesi birokrat, TNI/POLRI dan sebagainya. (Hipmi, 2020)

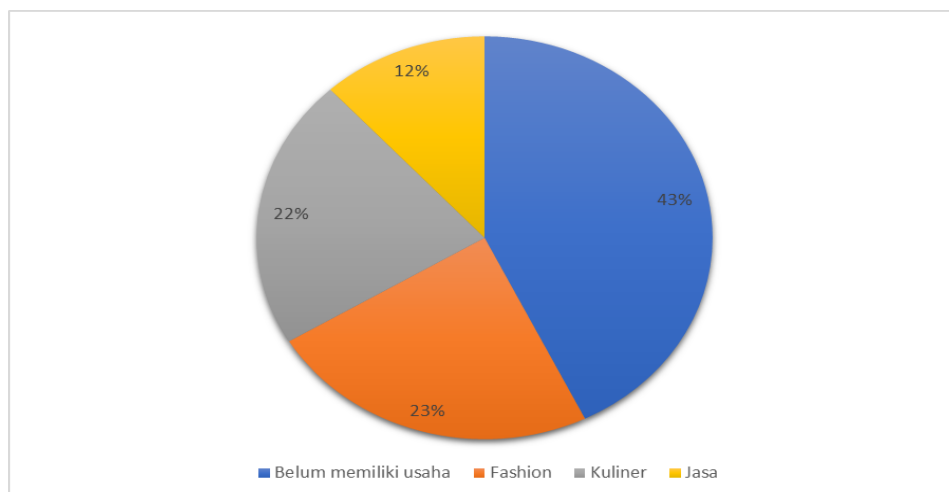
Organisasi HIPMI mendapat sorotan dari organisasi dan komunitas wirausaha lainnya dikarenakan HIPMI membentuk susunan kepengurusan yang luas dengan menetapkan adanya Badan Pengurus Pusat yang berkedudukan di Ibukota Negara,

lalu Badan Pengurus Daerah yang berkedudukan di berbagai ibukota Provinsi yang saat ini memiliki 33 provinsi di Indonesia, dan Badan Pengurus Cabang yang berkedudukan di ibukota/kabupaten yang memiliki 274 Badan Pengurus Cabang. (HIPMI, 2021)

Adanya Badan Pengurus Cabang Bandung untuk berkeinginan membentuk HIPMI Perguruan Tinggi (PT) sebagai wadah mahasiswa mahasiswi memiliki jiwa wirausaha, maka Badan Pengurus Cabang mendirikan HIPMI di Universitas Telkom yang pertama kalinya, HIPMI Universitas Telkom menjadi yang pertama kalinya karena adanya semangat ide dan antusiasme keenam mahasiswa yang menonjol dibandingkan antusias mahasiswa perguruan tinggi lainnya dalam mengajukan HIPMI untuk berdiri di Universitas Telkom kepada senior HIPMI Badan Pengurus Cabang (BPC) Bandung.

HIPMI Universitas Telkom memiliki Jumlah 262 anggota aktif, dengan memiliki berbagai macam usaha, seperti usaha kuliner, fashion dan jasa, selain itu anggota HIPMI juga ada yang belum memiliki usaha sama sekali, anggota yang belum memiliki usaha nantinya pengurus akan memberikan beberapa kegiatan yang memotivasi dan mewajibkan para anggota untuk memiliki usaha, seperti adanya kegiatan mentoring, yang akan diarahkan dan diberi mentor untuk membentuk usahanya. Anggota yang belum memiliki usaha sebanyak 112 orang, anggota yang memiliki usaha dibidang fashion terdapat 62 orang, usaha kuliner sebanyak 57, dan jasa sebanyak 31 orang. Berikut pada Gambar 1.5 merupakan presentase anggota yang memiliki usaha jenis fashion, kuliner, jasa dan anggota yang belum memiliki usaha.





**Gambar 1. 5 Data Anggota HIPMI**

Sumber: HIPMI Universitas Telkom 2021

Berdasarkan hasil wawancara beberapa anggota HIPMI yang belum memiliki usaha, alasan mengapa mereka belum memiliki usaha karena belum mengerti dan takut untuk memulai suatu usaha, oleh karena itu motivasi para anggota untuk masuk organisasi HIPMI Universitas Telkom salah satu cara yang tepat untuk membantu mereka memulai dan mengembangkan usahanya. Selain itu alasan anggota yang sudah memiliki usaha alasan mengikuti organisasi HIPMI para anggota ingin mendapatkan sebuah relasi di dalam organisasi HIPMI baik berupa kolaborasi bisnis dan mendapatkan ilmu untuk menjadi pengusaha yang sukses.

Adapun dalam hasil wawancara anggota HIPMI yang sudah memiliki usaha, mereka memiliki motivasi untuk berwirausaha yaitu memiliki cita-cita menjadi seorang pengusaha yang sukses, memiliki kebebasan dalam berkerja, ingin menciptakan lapangan pekerjaan sebanyak banyaknya dan ingin memiliki jiwa pemimpin yang seutuhnya. Berikut hasil wawancara kepada anggota HIPMI yang memiliki bisnis dengan pertanyaan “Apa motivasi untuk menjadi wirausaha?” kepada beberapa anggota HIPMI:

Nama	Hasil Wawancara
Eldi	Termotivasi menjadi wirausaha karena mendapat dorongan dari orang tua, karena orang tua juga seorang wirausaha.
Bagas	Memilih wirausaha karena ingin membuka lowongan pekerjaan untuk orang-orang yang membutuhkan kerja, serta supaya

	memiliki waktu flexible dalam bekerja
Ica	Ingin berwirausaha karena mengetahui peluang untuk berbisnis
Amanda	Berbisnis karena ingin menerapkan ilmu yang telah dipelajari diperkuliahan dan di HIPMI
Denni	Berbisnis karena melanjutkan bisnis yang dirintis oleh orang tua, selain itu termotivasi oleh mentor-mentor di HIPMI
Afif	Menjadi wirausahawan karena cita-cita saya sejak dulu, jadi ingin untuk mencapainya.

*Sumber:* Pengolahan data penulis, 2021

Selain melakukan wawancara kepada anggota HIPMI yang memiliki bisnis, peneliti juga melakukan wawancara dengan anggota HIPMI yang tidak memiliki bisnis, dengan pertanyaan “Kenapa belum memiliki bisnis ? Apa faktor penghambatnya?” berikut hasil wawancaranya:

<b>Nama</b>	<b>Hasil Wawancara</b>
Rahmat	Belum berani memulai bisnis karena masih takut dengan hal yang tidak diinginkan seperti mengalami kerugian atau barang dagangan tidak terjual
Rizal	Belum yakin dengan diri sendiri untuk memulai bisnis, selain itu belum memiliki modal awal untuk membuka bisnis
Cinta	Takut dengan kegagalan, selain itu belum menemukan peluang pasar yang tepat untuk memulai bisnis
Syukron	Belum terjun ke dunia bisnis karena belum mendapatkan persetujuan oleh orang tua, karena orang tua menginginkan saya untuk fokus terlebih dahulu menyelesaikan perkuliahan
Nattasya	Belum memulai bisnis karena belum menemukan partner untuk menjalankan bisnis, karena saya masih ragu jika harus menjalankan bisnis seorang diri, takut tidak dapat melakukan sendiri
Nugraha	Sebenarnya ingin membangun bisnis, namun masih terhambat dalam perihal modal usaha

*Sumber:* Pengolahan data penulis, 2021

Berbagai macam kegiatan HIPMI Universitas Telkom yang sangat bermanfaat bagi para anggota untuk memiliki semangat wirausaha, diantara lain adanya kegiatan mentoring, didalamnya anggota yang belum maupun sudah memiliki usaha diarahkan dan dimentori untuk memulai dan mengembangkan usahanya, selain itu adanya kegiatan seminar dari berbagai pembicara hebat, nama kegiatannya adalah BRONIS (ngobrol asik ngomongin bisnis). Sebelum melaksanakan kegiatan-kegiatan tersebut, para anggota diwajibkan mengikuti kegiatan Young Entrepreneur Camp (YEC) yaitu sebuah kegiatan untuk melatih anggota bagaimana caranya menjadi seorang pengusaha yang memiliki mental kuat, kegiatan didalamnya yaitu diisi dengan adanya pemateri yang sangat hebat, games, dan *camp* beberapa malam.



**Gambar 1. 6 Aktivitas HIPMI Telkom Universiti Ngusik Bronis**

(Sumber Hipmi 2018)



**Gambar 1. 7 Kegiatan YEC (Young Entrepreneur Camp)**

(Sumber Hipmi 2018)



**Gambar 1. 8 Kegiatan Pemberian Materi Oleh Pembicara Hebat Aidil Pananrang**

(Sumber Hipmi 2018)

Berdasarkan hasil studi pendahuluan yang dilakukan oleh Anggraeni, 2017 dengan judul penelitian “Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keberhasilan Usaha Kecil dan Menengah pada Pengrajin Tenun Songket di Desa Jinengalem Kec. Buleleng”, dengan hasil penelitian faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan usaha kecil dan menengah pada pengrajin tenun songket di Desa Jineng dalam kecamatan Buleleng adalah motivasi, pengalaman dan usia pendidikan. Kemudian menurut penelitian yang dilakukan oleh Titin Rini Kartini, 2018 dengan penelitian berjudul “Analisis Faktor-Faktor yang Mendorong Wanita untuk Menjadi Women Entrepreneur (Studi pada Anggota Asosiasi Pemasar Produk UKM Jawa Barat Yang Berdomisili di Kota Bandung)”, dengan hasil penelitian terbentuknya 7 faktor baru, yaitu Family Oriented, Family Background and Friends, Income Stability, Hobby and Facility Support, Public Existency, Challenges and Risk s, dan Phisycal Limitation. Sedangkan faktor yang paling dominan yaitu faktor Family Oriented yang terdiri dari variabel menjalankan usaha sekaligus melakukan pekerjaan rumah tangga, memiliki waktu lebih banyak dengan keluarga, menciptakan kesempatan kerja bagi anggota keluarga, dan adanya kemungkinan keuntungan yang besar.

Kourilsky dan Walstad (1998), mengatakan calon-calon wirausaha unggul dimasa yang akan datang mendapat pertimbangan bagi mahasiswa yang menerima pendidikan kewirausahaan saat berada di bangku kuliah, karena sikap, perilaku dan pengetahuan mereka tentang kewirausahaan akan memungkinkan lebih besar mereka untuk membuka usaha-usaha. Adapun objek studi yang penulis melibatkan mahasiswa Telkom University yang sudah memiliki usaha. Adapun penelitian yang akan dilakukan oleh penulis berjudul **“Analisis Faktor-Faktor yang Memotivasi Anggota HIPMI dalam berwirausaha” (Studi Pada Mahasiswa Himpunan Pengusaha Muda Perguruan Tinggi Universitas Telkom)**

### **1.3 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah penulis paparkan masalah yang timbul ialah kurangnya peran pemuda dalam membangun wirausaha di Indonesia yang saat ini menjadi masalah sosial yang harus diselesaikan, karena berdampak besar terhadap perekonomian Negara maupun kesejahteraan masyarakat. Dengan solusi menciptakan wirausaha-wirausaha baru untuk mengurangi jumlah pengangguran yang ada. Oleh karena itu peran komunitas wirausaha yang ada terutama mahasiswa

dalam memiliki jiwa kewirausahaan sangat dibutuhkan dalam pemahaman dan hal-hal yang terkait faktor pendukung terbentuknya jiwa wirausahaan menjadi permasalahan penting untuk diteliti terutama pada universitas Telkom yang memiliki komunitas terbesar di Indonesia dalam berwirausaha yaitu HIPMI.

Mengacu pada masalah uraian diatas, berikut pertanyaan penelitian yang penulis ajukan, sebagai bahasan dan bahan untuk dijawab dalam penelitian ini :

1. Apa faktor-faktor yang memotivasi mahasiswa Telkom University dalam berwirausaha ?
2. Apa faktor yang lebih dominan yang memotivasi mahasiswa Telkom University dalam berwirausaha ?

#### **1.4 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan pada pertanyaan penelitian yang diajukan penulis, tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui faktor apa saja yang memotivasi mahasiswa Telkom University dalam berwirausaha
2. Untuk mengetahui faktor yang paling dominan mahasiswa Telkom University dalam berwirausaha

#### **1.5 Kegunaan Penelitian**

Penelitian terkait dengan faktor-faktor yang memotivasi mahasiswa Telkom University dalam berwirausaha ini diharapkan memiliki kegunaan, baik secara teoritis maupun secara praktis:

1. Kegunaan secara teoritis
  - a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi akademisi di bidang kewirausahaan
  - b. Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna sebagai bahan referensi, acuan dan tambahan pengetahuan bagi penelitian selanjutnya.
2. Kegunaan Praktis

Secara praktis, hasil dari penelitian ini dapat dijadikan bahan masukan bagi mahasiswa baik yang sudah memiliki usaha maupun akan memulai

berwirausaha agar mengetahui faktor pendukung atau yang lebih dominan dalam berwirausaha. Hasil penelitian ini akan menunjukkan apa saja faktor-faktor yang memotivasi wirausaha dikalangan mahasiswa