

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Subjek dan Objek Penelitian

1.1.1 Profil Singkat Universitas Telkom

Menurut Sugiyono (2019), subjek penelitian adalah pihak yang berkaitan dengan yang diteliti (informan atau narasumber) untuk mendapatkan informasi terkait data penelitian yang merupakan sampel dari sebuah penelitian. Adapun subjek penelitian ini adalah Mahasiswa Administrasi Bisnis Universitas Telkom.



Gambar 1.1 Logo Telkom University

Sumber: Website Resmi Telkom University

Universitas Telkom (*Telkom University*) merupakan Universitas Swasta yang sudah berdiri sejak tahun 1990. Pada awalnya Universitas Telkom lebih dikenal dengan STT Telkom (Sekolah Tinggi Teknologi Telkom) yang didirikan pada 28 September 1990 dan diresmikan oleh Presiden Soeharto. STT Telkom adalah sekolah tinggi gagasan dari Dirut Telkom tahun 1988-1992 yaitu Ir. Cacuk Sudaryanto. Selain itu terdapat perguruan tinggi lain di bawah Telkom yang berdiri di rentang tahun 1990 hingga 2010, diantaranya STMB yang kemudian menjadi IM Telkom (Institut Manajemen Telkom), Politeknik Telkom, dan STISI Telkom. Transformasi besar

terjadi pada tahun 2013. Dengan diterbitkannya Surat Keputusan Direktur Jenderal Pendidikan Tinggi Kemendikbud Nomor 309/E/0/2013, empat perguruan tinggi di bawah Yayasan Pendidikan Telkom resmi digabungkan menjadi Universitas Telkom. Di dalam kurun waktu 10 tahun, Universitas Telkom terus berkembang dan kini menjadi perguruan tinggi swasta terbaik di Indonesia.

Salah satu Prodi dengan lulusan terbaik berada di Prodi S1 Administrasi Bisnis dari Fakultas Komunikasi dan Bisnis Telkom University. Program studi Strata 1 Administrasi Bisnis mendapat ijin penyelenggaraan dari Dikti pada tanggal 28 Maret 2008. Awalnya program studi ini berada pada Sekolah Administrasi Bisnis & Keuangan (SABK) – Institut Manajemen Telkom (IM Telkom), dengan akreditasi "B", yang dikelola oleh Yayasan pendidikan Telkom (YPT). Pada tanggal 10 Mei 1993 MBA Bandung bertransformasi menjadi Sekolah Tinggi Manajemen Bandung (STMB) dan memperoleh akreditasi “Unggul” dari Departemen Pendidikan dan Kebudayaan Indonesia, dengan Surat Keputusan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan nomor: 70a/d/0/93 tahun 1993. Pada tahun 1997 STMB membuka program studi S1 Manajemen Bisnis Telekomunikasi & Informatika dan memperoleh akreditasi “A” dari Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi (BAN-PT) pada tahun 2002.

Sebagai upaya menuju *World Class University* (WCU), STMB Telkom terus bertransformasi menjadi Institut Manajemen Telkom yang disingkat IM Telkom, dan pada tanggal 28 Maret 2008 membuka tambahan satu program studi Diploma- 3 Manajemen Pemasaran dan lima program studi Strata-1, yaitu: Akuntansi, Ilmu Komunikasi, Desain Komunikasi Visual, dan Ilmu Administrasi Bisnis. Lalu, mulai tanggal 1 April 2014 Program Studi Administrasi Bisnis berada di bawah Fakultas Komunikasi & Bisnis, Universitas Telkom. Transformasi terus dilakukan oleh Universitas Telkom dalam upaya menjadi Universitas Riset dan Kewirausahaan pada tahun 2023, dengan secara aktif melibatkan diri pada pengembangan teknologi, sains dan seni yang berbasis teknologi informasi.

Visi, Misi, dan Tujuan dari Prodi S1 Administrasi Bisnis Universitas Telkom sendiri yaitu:

A. Visi

Menjadi National Excellence Entrepreneurial University pada tahun 2028, yang berkontribusi pada pemenuhan tujuan pembangunan berkelanjutan.

B. Misi

1. Menyelenggarakan dan mengembangkan pendidikan berkelas dunia, dan berwawasan kewirausahaan.
2. Mengembangkan dan menyebarluaskan pengetahuan baru dan produk intelektual di bidang teknologi, sains, dan seni yang berkontribusi pada pemenuhan tujuan pembangunan berkelanjutan.
3. Berkolaborasi dengan industri dan pemangku kepentingan lain dalam pengembangan inovasi yang berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi bangsa.

C. Tujuan

Menghasilkan sarjana administrasi bisnis yang memiliki ciri-ciri:

1. Bertakwa kepada Tuhan Yang Maha Esa, memiliki integritas kepribadian tinggi, mampu berusaha secara mandiri dan berorientasi pada nilai-nilai *harmony, excellent, integrity*.
2. Berkualitas, mandiri dan memiliki daya saing individu yang tinggi.
3. Mampu menciptakan gagasan baru dan memberi inspirasi dalam menghadapi persaingan bisnis.
4. Bertanggung jawab dan mampu berkontribusi dalam peningkatan taraf hidup masyarakat.
5. Menghasilkan karya-karya ilmiah yang berkualitas dalam bidang Ilmu Administrasi Bisnis untuk peningkatan kualitas hidup masyarakat.

(Buku Kurikulum Program Studi S1 Administrasi Bisnis Universitas Telkom, 2022)

1.2 Latar Belakang Masalah

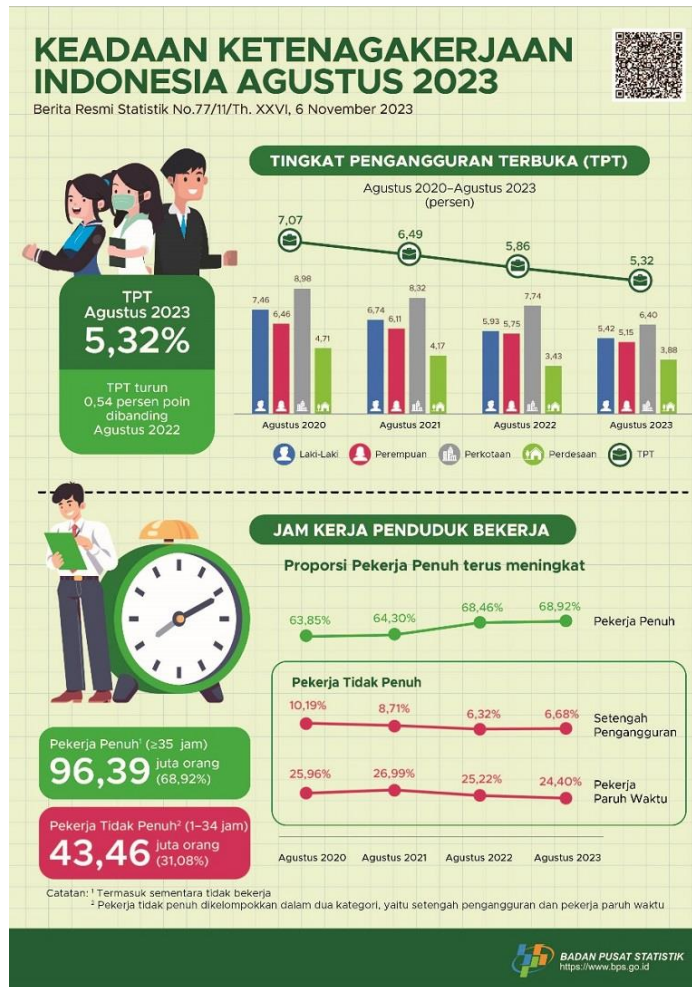
Masalah pengangguran di dunia merupakan persoalan serius yang perlu diperhatikan. Tiga tahun sejak Covid-19 merenggut seluruh kehidupan banyak orang, hal tersebut membuat perekonomian dan daya beli masyarakat berkurang. Banyak perusahaan global seperti Amazon, IBM, Alphabet, Nokia, Sony Ericsson, bahkan Microsoft melemah dan terpaksa melakukan PHK dan pembekuan perekrutan tenaga kerja baru. Pada bulan Februari 2023 survei dari Ipsos “Apa yang Dikhawatirkan Dunia” mencatat bahwa pengangguran menjadi isu terbesar keempat yang dikhawatirkan masyarakat dunia, selain inflasi dan kemiskinan. (Alaydrus, 2023).



Gambar 1.2 Data perkembangan tingkat pengangguran dunia 2022

Sumber: Website OECD (2022)

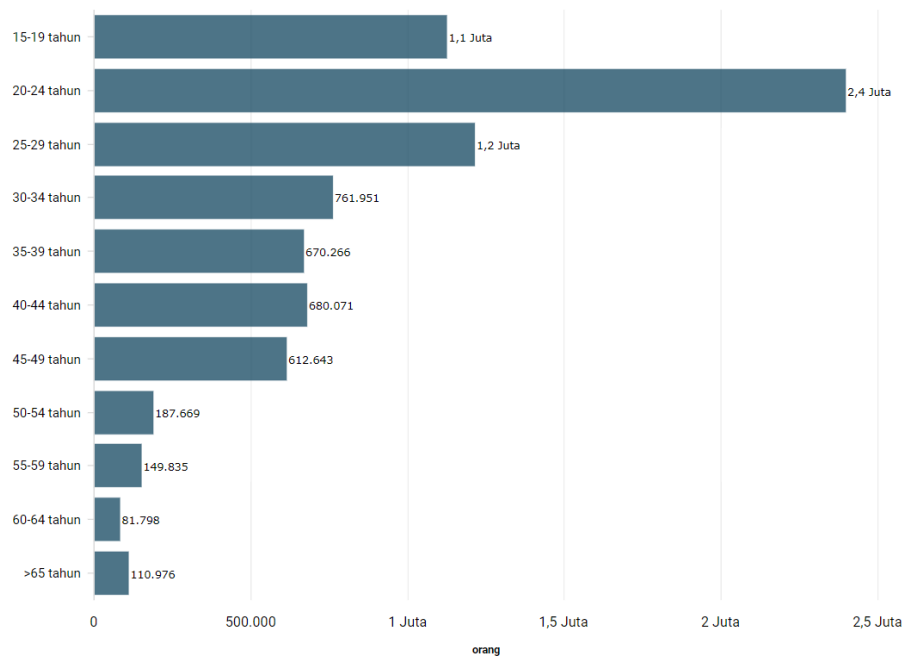
IMF memperkirakan pertumbuhan ekonomi global akan melambat dari 3,2 persen pada 2022 lalu menjadi 2,7 persen pada 2023. Pertumbuhan ini merupakan kondisi terlemah sejak 2001. Sementara itu, tingkat pengangguran Indonesia berada pada posisi ke-59 dari 100 negara dalam daftar IMF. Indonesia diprediksi memiliki tingkat pengangguran sebesar 5,3 persen pada 2023 (Rachmi & Hardiyanto, 2023).



Gambar 1.3 Data prediksi tingkat pengangguran Indonesia tahun 2023

Sumber: Website Badan Pusat Statistik (2023)

Selain itu, menurut data Badan Pusat Statistik (2023), pada awal November 2023, tingkat pengangguran terbuka (TPT) di Indonesia mencapai 5,32%, atau sekitar 7,86 juta orang. Walaupun secara nominal tingkat pengangguran terbuka turun 0,54% atau sekitar 560.000 orang dari bulan Agustus 2022, Namun sangat disayangkan bahwa dari jumlah tersebut, sekitar 1 juta atau 11,8 % orang yang pengangguran adalah lulusan perguruan tinggi (Sarjana dan Diploma) (Gianie, 2023).



Gambar 1.4 Mayoritas Pengangguran Indonesia Berusia 20-an Tahun

Sumber: Website Databoks Kata Data (2023)

Hal tersebut mengartikan bahwa sekitar 40% dari pengangguran di Indonesia pada bulan Februari 2023 merupakan sarjana. Walaupun pada data BPS pengangguran yang berasal dari perguruan tinggi sempat menurun, persoalan angka pengangguran dari latar belakang perguruan tinggi perlu menjadi persoalan yang harus dapat diselesaikan. Perkembangan zaman yang semakin canggih saat ini, menuntut orang untuk cepat beradaptasi dengan masyarakat sosial yang lebih luas. Pemenuhan kebutuhan masyarakat bergantung kepada perkembangan ilmu teknologi, sosial, bahkan ekonomi masyarakatnya. Namun, kurangnya latar belakang pendidikan serta minimnya lapangan kerja yang tersedia membuat membludaknya jumlah pengangguran, hal tersebut menjadi hambatan dalam memajukan perekonomian Indonesia.

Kondisi tersebut menuntut para lulusan Perguruan Tinggi tidak bisa lagi sekedar mengandalkan ijazah untuk mencari pekerjaan, namun juga dituntut untuk memiliki keterampilan dan keinginan untuk membuka lapangan kerja sesuai dengan minat dan bakatnya. Prof Dr Zulkarnain MM menyampaikan alternatif dalam mengatasi persoalan tersebut adalah dengan menanamkan jiwa berwirausaha pada

mahasiswa sejak dini. “Program kewirausahaan gencar dilaksanakan baik dari universitas maupun melalui kerja sama. Dari hal ini program kewirausahaan juga sudah menjadi program mata kuliah wajib bagi mahasiswa di kampus. Perguruan tinggi sebagai pencerdas bangsa tidak hanya menciptakan mahasiswa sebagai pekerja tetapi juga menciptakan mahasiswa yang dapat berwirausaha dengan menciptakan inovasi terkini untuk kemajuan perekonomian Indonesia,” ucap Prof Dr Zulkarnain MM dalam Gareta (2023).

Kampus negeri maupun swasta di Indonesia diharapkan dapat mendorong pertumbuhan minat mahasiswa untuk menjadi Wirausahawan atau *Entrepreneur* demi tercapainya tujuan yang dicetuskan oleh Menteri Koperasi dan UKM Teten Masduki, untuk dapat menambah 1 juta wirausahawan baru di akhir tahun 2024 (Hendriyana, 2021).

Untuk mencapai tujuan tersebut, banyak Universitas di Indonesia membuka kelas bahkan prodi bisnis guna memberikan pembelajaran yang layak mengenai bisnis dan menumbuhkan minat untuk berwirausaha setelah lulus. Selain itu, dengan memberikan kelas bisnis kepada para mahasiswa merupakan jalan terbaik untuk meningkatkan kesadaran di antara mahasiswa guna mengasah skill dan mengembangkan pengetahuan sebagai wirausahawan potensial. Tujuan utama Universitas dengan menyediakan kelas wirausaha adalah selain untuk menciptakan karyawan yang berkualitas tinggi, juga menciptakan wirausahawan yang dapat membuka banyak lapangan kerja, menciptakan bisnis secara baik, dan dapat mendorong perekonomian negara.

Banyak Universitas yang telah sukses mencapai misi tersebut, yaitu diantaranya adalah Universitas Indonesia (UI), Binus, Institut Teknologi Bandung (ITB), Universitas Nusa Mandiri (UNM), Universitas Tarumanegara (Untar) (Kelana, 2021), dan banyak kampus lainnya di Indonesia telah menghasilkan wirausahawan sukses dan banyak membuka lapangan pekerjaan.

Salah satu kampus dengan visi dan program kewirausahaannya yang sukses yaitu Universitas Telkom. Visi dari Universitas Telkom sendiri yaitu menjadi *research and entrepreneurial university*, visi tersebut merupakan sebuah wujud komitmen Universitas Telkom untuk mencapai target universitas (*Creating the Future*), mampu

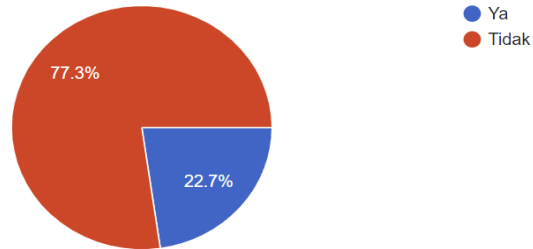
berkontribusi dalam pembangunan ekonomi nasional melalui pengembangan kewirausahaan, serta mampu menciptakan budaya riset dan inovasi yang bermanfaat dalam meningkatkan kehidupan masyarakat.

Sebagai bentuk keseriusan Universitas Telkom untuk menjadi *Entrepreneurial University*, Universitas Telkom memiliki BTP (Bandung Tekno Park) yang hingga tahun 2022 telah melahirkan 76 startup, 138 inovasi, dan lebih dari 2 ribu *Innovative Research* sejak 2020 (Adrian, 2023.) BTP merupakan salah satu *Science Techno Park* terbesar di Indonesia dan menjadi sentral untuk membangun ICT. BTP berfungsi sebagai perantara dan pembangun sinergi antara akademisi, dunia kewirausahaan, bisnis atau industri, pemerintah dan masyarakat. Selain itu, Universitas Telkom (Tel-U) membuka kelas wirausaha (*Entrepreneurship*) bagi setiap fakultas. Khususnya salah satu fakultas yang telah disebutkan adalah Fakultas Komunikasi Dan Bisnis, dimana Program Studi Administrasi Bisnis ditempatkan. Misi dari Prodi Administrasi Bisnis sendiri adalah “Memproduksi mahasiswa Administrasi Bisnis yang memiliki kredibilitas tinggi dalam kewirausahaan”. Program Administrasi Bisnis sendiri memiliki tiga mata kuliah yang memiliki fokus dalam bidang kewirausahaan, yaitu kelas *Entrepreneurship*, *Intrapreneur (Professional)*, *Business Analyst*. Dengan adanya program yang disediakan oleh Fakultas, maka dapat diasumsikan para mahasiswa Administrasi Bisnis memiliki pengetahuan dan keterampilan dasar mengenai kewirausahaan.

Untuk membantu menjalankan visi Universitas Telkom dan membangun wirausahawan muda di antara para mahasiswa, diperlukan untuk mengetahui seberapa banyak minat para mahasiswa untuk berwirausaha atau yang sudah memiliki usaha. Oleh karena itu, peneliti melakukan survey terhadap Mahasiswa Prodi Administrasi Bisnis Universitas Telkom dengan rentang waktu survey satu minggu, dengan jumlah 44 responden.

Apakah anda memiliki usaha/bisnis?

44 responses

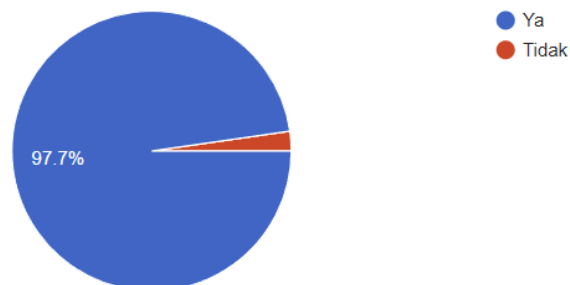


Gambar 1.5 Hasil Kuesioner “Apakah anda memiliki usaha/bisnis?”

Pada Pie Chart diatas menunjukkan 34 atau 77.3% responden menjawab bahwa mereka belum berwirausaha atau belum memiliki usaha, dan 10 atau 22.7% responden menjawab bahwa mereka sudah memiliki usaha sendiri atau berwirausaha. Artinya, masih sedikit mahasiswa yang berani menerapkan pengetahuan yang dimilikinya untuk terjun langsung berwirausaha. Penelitian menunjukkan bahwa mahasiswa takut gagal untuk berwirausaha karena mereka merasa kurang dalam pengalaman dan sumber daya kewirausahaan. Sehingga membuat mereka menunda bahkan menghindari melakukan kegiatan wirausaha. (Lanivich et al., 2021; Salavou & Lioukas, 2019).

Apakah anda berminat memiliki usaha/bisnis?

44 responses



Gambar 1.6 Hasil Kuesioner “Apakah anda berminat memiliki usaha/bisnis?”

Pada pie chart diatas menunjukkan 43 atau 97.7% mahasiswa menjawab bahwa mereka berminat untuk memiliki usaha atau berwirausaha kedepannya, hanya 1 atau 2.3% menjawab tidak berminat untuk berwirausaha. Artinya Mahasiswa Administrasi Bisnis memiliki intensi yang tinggi untuk berwirausaha kedepannya, dan sangat sedikit yang tidak memiliki minat dalam berwirausaha. Banyak faktor yang mempengaruhi Minat berwirausaha seperti edukasi kewirausahaan yang didapat, pengalaman berwirausaha, dan kepribadian mahasiswa. Semangat kewirausahaan, termasuk inovasi, proaktif dan berani mengambil risiko tinggi, sangat beriringan dengan kepribadian proaktif. Penelitian telah menunjukkan bahwa seseorang yang memiliki kepribadian proaktif lebih cocok dengan perilaku kewirausahaan dan aktivitasnya. (Crant, 1996; Becherer & Maurer, 1999; Neneh, 2019).

Oleh karena itu, lingkungan universitas harus dapat turut memotivasi mahasiswa dalam berwirausaha melalui sumber daya kunci yang disediakan oleh universitas, seperti tenaga pendidik yang ahli, infrastruktur universitas yang mendukung kegiatan bisnis, dan jaringan yang ada di universitas. Dukungan dan lingkungan universitas akan mendorong niat berwirausaha melalui penyediaan jaringan, infrastruktur, reputasi universitas, pemberian motivasi, pemberian pengetahuan, penyediaan mata kuliah pilihan dan mata kuliah tamu (Sienatra & Anjani, 2020)

Namun, sebelum dapat mendorong intensi para mahasiswa muda untuk menjadi pengusaha dan mendukung setiap usahanya, diperlukan adanya pemahaman faktor-faktor dan proses pengambilan keputusan yang mengarahkan seseorang menjadi wirausahawan. Meskipun telah dilakukan penelitian selama puluhan tahun mengenai minat kewirausahaan (*Entrepreneurial Intention*), para sarjana masih memiliki pemahaman terbatas akan hal tersebut (Markman et al., 2002). Banyak pengaruh yang dapat menumbuhkan minat berwirausaha, termasuk faktor lingkungan, latar belakang keluarga, pendidikan yang didapat, demografis, kognitif, hingga faktor psikologis atau sifat individu (Kepribadian). Menurut beberapa literatur dalam bidang psikologi dan perilaku manusia, *Entrepreneurial Behavior* dan niat kewirausahaan dari seseorang dapat dimotivasi atau distimulasi oleh kepribadian dan sejarah sosio-kultural seseorang. Dengan kata lain, faktor kepribadian mempunyai peran penting dalam kegiatan kewirausahaan individu.

Niat seseorang untuk ingin berwirausaha dapat dipengaruhi banyak hal, dan salah satunya adalah pengaruh dari Kepribadian. Penelitian mengenai kepribadian seseorang telah membangkitkan minat dalam banyak banyak ilmu termasuk di dalamnya ilmu kewirausahaan (Dacul & Annette, 2017). Terdapat banyak ciri kepribadian dari kepribadian individu seseorang, sebagian kepribadian dapat menjadi menguntungkan dan dapat menumbuhkan minat seseorang untuk berwirausaha, dan sebagian kepribadian lain dapat berujung merugikan dan menurunkan bahkan menghilangkan niat seseorang untuk membangun sebuah usaha. Sebagai contoh, orang yang memiliki kepribadian inovatif cenderung memiliki banyak ide untuk membuat sesuatu hal dan memiliki keinginan untuk berwirausaha (Shahzad et al., 2021). Sedangkan orang dengan kepribadian skeptis akan lebih memilih melakukan suatu hal yang pasti dan takut akan ketidakpastian seperti berwirausaha. Menurut Larvianto & Ratnawati (2018), semakin baik dan sesuai sifat seseorang maka akan semakin tinggi intensi seseorang untuk dapat menjadi wirausahawan. Namun, hal mengenai itu semua akan lebih dapat terbukti dengan adanya penelitian untuk mencari tahu lebih dalam akan pengaruh Kepribadian terhadap keinginan seseorang untuk berwirausaha khususnya pada Mahasiswa Administrasi Telkom University.

Ciri-ciri kepribadian merupakan konstruksi yang dapat menggambarkan pola perilaku dalam kehidupan setiap individu. Perbedaan kepribadian telah banyak diteliti oleh beberapa peneliti dalam ruang lingkup wirausaha dan non-wirausaha, dan beberapa ciri-ciri kepribadian tertentu telah terbukti menjadi karakteristik prasyarat untuk ber wirausaha (Çolakoğlu & Gözükar, 2016). Seperti prasyarat yang didefinisikan oleh Koh dalam Çolakoğlu & Gözükar (2016) yaitu *Internal locus of control*, *Strong need for achievement*, *Moderate level of risk taking*, *Innovativeness*, *High levels of self-confidence* dan *High levels of tolerance to ambiguity*. Ada berbagai macam sifat yang dianalisis dalam penelitian sebelumnya, misalnya penelitian dari Timmons et al (1977) gambaran ciri-ciri pribadi terhadap perilaku wirausaha mencakup lebih dari dua puluh ciri. Dalam penelitian ini hanya mencakup sejumlah ciri kepribadian, yaitu *Locus of control*, *Innovativeness*, *Entrepreneurial Alertness* dan *Need for Achievement* karena ciri-ciri kepribadian ini diketahui mempunyai pengaruh yang kuat terhadap niat kewirausahaan individu (Krueger & Carsrud, 1993; Çolakoğlu & Gözükar, 2016; Alshebami & Seraj, 2022). Berikut merupakan definisi dari masing masing sub variabel kepribadian dalam penelitian ini:

1. Definisi dari *Locus of Control* menurut Beyley & Boyd (1987) adalah “Kemampuan memiliki kontrol penuh atas kehidupan Individu”, berikut gambaran variabel *Locus of Control* dari hasil pra survey dari penelitian ini;



Gambar 1.7 Hasil Pra Survey mengenai Variabel *Locus of Control*

Hasil dari pra survey diatas dapat disimpulkan bahwa 60.5% atau 26 dari 43 responden mahasiswa Administrasi Bisnis Universitas Telkom memiliki *Locus of Control* yang tinggi karena merasa setuju dengan pernyataan “Hidupku ditentukan oleh tindakanku sendiri.

2. Definisi dari *Innovativeness* menurut Staniewski et al. (2016) yaitu Inovasi melambangkan kecenderungan untuk terlibat dalam ide-ide baru dan menciptakan hal-hal baru yang berbeda dari praktik yang sudah ada. Berikut merupakan gambaran dari hasil pra survey untuk penelitian ini mengenai *Innovativeness*;



Gambar 1.8 Hasil Pra Survey mengenai Variabel *Innovativeness*

Hasil dari pra survey diatas dapat disimpulkan bahwa 67.4% atau 29 dari 43 responden mahasiswa Administrasi Bisnis Universitas Telkom memiliki *Innovativeness* yang tinggi karena merasa setuju dengan pernyataan “Saya suka bereksperimen dengan berbagai cara untuk melakukan hal yang sama.”

3. Definisi dari *Entrepreneurial Alertness* menurut Kizner (1973) merujuk kepada skill spesifik atau kemampuan wirausahawan untuk mengidentifikasi peluang usaha untuk membuat keuntungan, *Alertness* lebih mengarahkan individu kepada penemuan penemuan baru yang akan menguntungkan bagi keinginan individu-nya. Berikut merupakan gambaran *Entrepreneurial Alertness* dari hasil pra-survey penelitian ini;



Gambar 1.9 Hasil Pra Survey Mengenai Variabel *Entrepreneurial Alertness*

Hasil dari pra survey diatas dapat disimpulkan bahwa 60.5% atau 26 dari 43 responden mahasiswa Administrasi Bisnis Universitas Telkom memiliki *Alertness* yang tinggi karena merasa setuju dengan pernyataan “Saya membaca berita, koran atau majalah, atau publikasi perdagangan secara rutin untuk memulai bisnis saya sendiri.”

4. Definisi dari *Need for Achievement* menurut Utsch & Rauch (2000) merupakan perilaku yang memungkinkan individu menjadi terpacu untuk melakukan suatu aktifitas tertentu. Berikut merupakan gambaran *Need for Achievement* dari hasil pra-survey penelitian ini;



Gambar 1.10 Hasil Pra Survey Mengenai Variabel *Need for Achievement*

Hasil dari pra survey diatas dapat disimpulkan bahwa 95.4% atau 41 dari 43 responden mahasiswa Administrasi Bisnis Universitas Telkom memiliki *Need for Achievement* yang tinggi karena merasa setuju dengan pernyataan “Saya akan berusaha keras untuk mencapai prestasi kerja.”.

5. Definisi dari Minat Berwirausaha menurut Guilford dalam Sulistiono et al., (2019) merupakan kecenderungan tingkah laku seseorang untuk tertarik kepada hal tertentu. Jika sesuatu memiliki keuntungan, maka akan timbul minat dari dalam diri. Jadi dapat dikatakan bahwa minat seseorang untuk berwirausaha akan timbul jika dari hal tersebut terdapat keuntungan. Berikut merupakan gambaran Minat Berwirausaha dari hasil pra-survey penelitian ini;



Gambar 1.11 Hasil Pra Survey Mengenai Variabel Minat Berwirausaha

Hasil dari pra survey diatas dapat disimpulkan bahwa 95.4% atau 41 dari 43 responden mahasiswa Administrasi Bisnis Universitas Telkom memiliki Minat Berwirausaha yang tinggi karena merasa setuju dengan pernyataan “Jika saat ini ada kesempatan, saya akan menjadi seorang pengusaha”.

Penelitian ini mengambil acuan dari jurnal penelitian terdahulu yang telah membuktikan bahwa keempat ciri kepribadian tersebut (*Locus of Control, Innovativeness, Entrepreneurial Alertness, Need for Achievement*) secara bersamaan mempengaruhi minat berwirausaha terhadap individu (Çolakoglu & Gözükara, 2016) dan acuan jurnal oleh Öztürk & Karadamar (2018) yang menyatakan bahwa *Innovativeness, Entrepreneurial Alertness, dan Need for Achievement* secara bersamaan memiliki pengaruh yang kuat terhadap minat berwirausaha pada individu.

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh ciri kepribadian terhadap Minat berwirausaha pada Mahasiswa Prodi Administrasi Bisnis Telkom University dan melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kepribadian terhadap Minat Berwirausaha pada Mahasiswa Administrasi Bisnis Universitas Telkom”**.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah diatas, maka peneliti menentukan rumusan masalah dalam pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana *Locus of Control* pada Mahasiswa Prodi Administrasi Universitas Telkom?
2. Bagaimana *Innovativeness* pada Mahasiswa Prodi Administrasi Universitas Telkom?
3. Bagaimana *Entrepreneurial Alertness* pada Mahasiswa Prodi Administrasi Universitas Telkom?
4. Bagaimana *Need for Achievement* pada Mahasiswa Prodi Administrasi Universitas Telkom?
5. Bagaimana Minat berwirausaha pada Mahasiswa Prodi Administrasi Bisnis Universitas Telkom?

6. Bagaimana Pengaruh *Locus of Control* pada Mahasiswa Prodi Administrasi Universitas Telkom?
7. Bagaimana Pengaruh *Innovativeness* pada Mahasiswa Prodi Administrasi Universitas Telkom?
8. Bagaimana Pengaruh *Entrepreneurial Alertness* pada Mahasiswa Prodi Administrasi Universitas Telkom?
9. Bagaimana Pengaruh *Need for Achievement* pada Mahasiswa Prodi Administrasi Universitas Telkom?
10. Bagaimana Pengaruh Kepribadian terhadap Minat berwirausaha pada Mahasiswa Prodi Administrasi Bisnis Universitas Telkom?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian latar belakang masalah diatas, maka peneliti menentukan tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui *Locus of Control* pada Mahasiswa Prodi Administrasi Universitas Telkom?
2. Untuk mengetahui *Innovativeness* pada Mahasiswa Prodi Administrasi Universitas Telkom?
3. Untuk mengetahui *Entrepreneurial Alertness* pada Mahasiswa Prodi Administrasi Universitas Telkom?
4. Untuk mengetahui *Need for Achievement* pada Mahasiswa Prodi Administrasi Universitas Telkom?
5. Untuk mengetahui Minat berwirausaha pada Mahasiswa Prodi Administrasi Bisnis Universitas Telkom.
6. Untuk mengetahui pengaruh *Locus of Control* terhadap Minat berwirausaha pada Mahasiswa Prodi Administrasi Bisnis Universitas Telkom.
7. Untuk mengetahui pengaruh *Innovativeness* terhadap Minat berwirausaha pada Mahasiswa Prodi Administrasi Bisnis Universitas Telkom

8. Untuk mengetahui pengaruh *Entrepreneurial Alertness* terhadap Minat berwirausaha pada Mahasiswa Prodi Administrasi Bisnis Universitas Telkom
9. Untuk mengetahui pengaruh *Need of Achievement* terhadap Minat berwirausaha pada Mahasiswa Prodi Administrasi Bisnis Universitas Telkom
10. Untuk mengetahui pengaruh Kepribadian terhadap Minat berwirausaha pada Mahasiswa Prodi Administrasi Bisnis Universitas Telkom

1.5 Manfaat penelitian

Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat kepada berbagai pihak baik secara teoritis maupun praktis, seperti yang diuraikan sebagai berikut:

1.5.1 Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan bagi penelitian selanjutnya dan dapat menambah referensi di bidang akademik khususnya bidang ilmu kewirausahaan atau ilmu Administrasi Bisnis. Dengan dilakukannya penelitian ini diharapkan para akademisi maupun pembaca dapat terinspirasi serta dapat mengembangkan penelitian mengenai pengaruh Kepribadian terhadap Minat berwirausaha pada Mahasiswa.

1.5.2 Manfaat Praktis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan serta panduan bagi Prodi Administrasi Bisnis Telkom University, dan seluruh akademisi yang membaca penelitian ini serta diharapkan dapat mendorong dan meningkatkan Minat Berwirausaha (*Entrepreneurial Intention*) pada mahasiswa dengan baik.

1.6 Ruang Lingkup Penelitian

1.6.1 Lokasi dan Objek Penelitian

Penelitian ini dikhususkan untuk meneliti Pengaruh Kepribadian (Kepribadian) terhadap Keinginan Berwirausaha (*Entrepreneurial Intention*) pada Mahasiswa Universitas Telkom yang berlokasi di Bandung.

1.7 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan ini disusun untuk memberikan gambaran umum mengenai penelitian dan hasil penelitian yang dilakukan peneliti. Berikut merupakan urutan penulisan:

BAB I: PENDAHULUAN

Pada pendahuluan berisikan mengenai gambaran umum objek penelitian, latar belakang penelitian, rumusan masalah, pertanyaan penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, ruang lingkup penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II: TINJAUAN PUSTAKA

Tinjauan pustaka dan lingkup penelitian berisi Tinjauan Pustaka Penelitian yang didalamnya terdapat teori-teori yang relevan yang mendukung penelitian, Penelitian Terdahulu, selanjutnya Kerangka Pemikiran, dan Hipotesis Penelitian.

BAB III: METODE PENELITIAN

Berisikan tentang jenis penelitian yang digunakan, variabel operasional, tahapan dari penelitian, populasi, metode pengumpulan data yang digunakan, jenis data yang digunakan, teknik analisis data.

BAB IV: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bagian ini berisikan mengenai karakteristik dari para responden, hasil dari penelitian, dan diskusi hasil penelitian.

BAB V: KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bagian kesimpulan dan rekomendasi akan menjelaskan seluruh kesimpulan yang disampaikan pada hasil penelitian, dan saran yang diberikan oleh peneliti.