

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

#### 1.1.1 Sekilas tentang Sejarah Perubahan Telkom University

Seperti yang terlansir dalam *website* Universitas Telkom, Institut Teknologi Telkom (IT Telkom), Institut Manajemen Telkom (IM Telkom), Sekolah Tinggi Seni Rupa dan Desain Indonesia (STISI Telkom) dan Politeknik Telkom awalnya berjalan masing-masing. Berada di bawah satu payung Yayasan Pendidikan Telkom (YPT), keempatnya memiliki tujuan yang sama. Yakni menjadi Perguruan Tinggi Internasional yang unggul dan menjadi agen perubahan dalam pembentukan insan cerdas dan kompetitif, serta berperan dalam pembentukan masyarakat yang sejahtera.

Demi mewujudkan *World Class University* (WCU) di tahun 2017, perubahan Sekolah Tinggi Teknologi Telkom (STT Telkom) menjadi Institut Teknologi Telkom (IT Telkom) di tahun 2007 menjadi langkah awal menuju WCU. Perubahan itu diresmikan melalui Surat Keputusan Menteri Pendidikan nomor 235/D/O/2007 tanggal 30 November 2007. Ijin tersebut ditindaklanjuti dengan peresmian logo baru IT Telkom sekaligus peletakan batu pertama pembangunan gedung *Learning Center* IT Telkom, Laboratorium dan Gedung Politeknik Telkom di Jl. Telekomunikasi Terusan Buah Batu, Kabupaten Bandung, Sabtu 23 Februari 2008. Disusul dengan perubahan Sekolah Tinggi Manajemen Bandung (STMB) menjadi Institut Manajemen Telkom (IM Telkom) pada bulan Maret 2008. Kemudian Sekolah Tinggi Seni Rupa dan Desain Indonesia (STISI) memutuskan untuk bergabung dengan YPT pada tahun 2010 dan berubah nama menjadi STISI Telkom.

Seiring berjalannya waktu, realisasi Universitas Telkom pun dipercepat di tahun 2013. Tepatnya Rabu 17 Juli 2013, surat izin penggabungan Institut Teknologi Telkom (IT Telkom), Institut Manajemen Telkom (IM Telkom), dan Politeknik Telkom telah keluar berdasarkan Surat Keputusan nomor 270/E/O/2013 SK Mendikbud. Selanjutnya Surat Keputusan Direktur Jenderal Pendidikan Tinggi Kemendikbud nomor 270/E/O/2013 Juncto Nomor 309/E/0/2013 tentang Universitas Telkom menyatakan STISI Telkom telah menjadi bagian dari Universitas Telkom.

Universitas Telkom (disingkat Tel-U) merupakan penggabungan dari beberapa institusi yang berada dibawah badan penyelenggara Yayasan Pendidikan Telkom (YPT) yaitu IT Telkom, IM Telkom, Poltek Telkom dan STISI Telkom. U-Tel mengkhususkan program studinya pada bidang “*Information and Communications Technologies, Management and Creative Industries*” sebagai jawaban atas tuntutan perkembangan industri Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) yang begitu pesat. Tel-U mencanangkan di tahun 2017 nanti akan menjadi perguruan tinggi berkelas internasional yang unggul di bidang Infokom dan menjadi agen perubahan dalam membentuk insan cerdas dan kompetitif.

Tel-U mengusung visi untuk menjadi perguruan tinggi berstandar internasional dan berperan aktif dalam peningkatan kesejahteraan dan peradaban bangsa. Dengan misi: 1. Menyelenggarakan dan

mengembangkan pendidikan berstandar internasional; 2. Mengembangkan dan menyebarluaskan ilmu pengetahuan, teknologi, manajemen, dan seni dalam bentuk hasil penelitian yang dikenali secara internasional; 3. Melaksanakan kegiatan pemanfaatan ilmu pengetahuan, teknologi, manajemen dan seni, untuk kemajuan kesejahteraan dan peradaban bangsa. Serta menjadikan *Professionalism, Recognition of achievement, Integrity, Mutual respect Entrepreneurship (PRIME)* sebagai *core value* dari Universitas Telkom.

### 1.1.2 Logo dan Makna

Logo dan makna dari Universitas Telkom ialah sebagai berikut:



**Gambar 1.1 Logo Telkom University**

*Sumber:* [www.telkomuniversity.ac.id](http://www.telkomuniversity.ac.id)

- Bentuk dasar Logo Tel-U berupa perisai melambangkan institusi yang kokoh dan memiliki daya juang yang tinggi, dengan inisial huruf T dari 'Telkom' menandakan ciri atau identitas dan kebanggaan untuk bersama mengembangkan diri.
- Dasar perisai berupa huruf U dari 'University' sebagai landasan konsep komunitas pendidikan dan riset tingkat tinggi.
- Bentuk utama pada puncak perisai berupa 'buku terbuka' melambangkan keterbukaan pikiran dan imajinasi, siap mengembangkan inovasi dan pedoman keilmuan baru dalam globalisasi dunia.

### 1.1.3 Sejarah Perubahan Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB)

Institut Manajemen Telkom (IM Telkom) yang berganti nama fakultas menjadi Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) 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.

Universitas Telkom dimulai pada tahun 1990 dengan nama MBA Bandung. MBA Bandung adalah penyelenggara program *Master in Business Administration* pertama di Jawa Barat, mendahului program sejenis yang kemudian diselenggarakan oleh perguruan tinggi negeri di Bandung. Pada awal pendiriannya, MBA-Bandung mengadopsi secara utuh *schooling system* dari Asian Institut of Management (AIM) Philipines, yang pada saat itu dikenal sebagai Harvard Business School Asia. Ketika didirikan, para Professor dari AIM mengajar dan membimbing penyelenggaraan program MBA sampai dengan tahun 1995. Dengan kondisi ini, pada tahun 1992 MBA Bandung berhasil masuk ke dalam tujuh sekolah bisnis terbaik versi majalah SWA, bersama dengan IPPM, IPMI, Prasetya Mulya, UI, dan ITB.

Pada tahun 1994, MBA Bandung berubah menjadi Sekolah Tinggi Manajemen Bandung (STMB). Dengan status sekolah tinggi, STMB mengubah program MBA-nya menjadi program Magister Manajemen (MM). Selain itu, STMB juga semakin meragamkan varian program MM-nya, menjadi program MM Reguler, MM Eksekutif, dan MM Cooperative Education. Pada kesempatan akreditasi pertama yang diselenggarakan oleh pemerintah, program MM STMB memperoleh akreditasi A (Unggul) dan predikat ini masih dipertahankan saat re-akreditasi tahun 2002.

Untuk mendorong agar STMB semakin berkkiprah dalam dunia pendidikan, maka STMB mulai menyelenggarakan program strata-1 (S-1/sarjana) pada tahun 1997. Program studi yang dibuka di STMB pada saat itu adalah S-1 Manajemen Bisnis Telekomunikasi dan Informatika (MBTI). Minat masyarakat terhadap program studi ini meningkat terus disertai dengan daya serap industri terhadap alumni STMB yang cukup tinggi. Pada kesempatan akreditasi oleh pemerintah tahun 2002, program S-1 MBTI STMB memperoleh akreditasi A.

Untuk memberikan identitas yang lebih kuat pada bidang keilmuan manajemen bisnis telekomunikasi, pada tahun 2004 STMB berubah nama menjadi Sekolah Tinggi Manajemen Telkom. Perubahan nama ini diikuti dengan peningkatan kapasitas penerimaan mahasiswa baru program S-1 MBTI, dalam rangka memenuhi permintaan pasar.

Eksistensi STMB Telkom yang semakin kuat telah mendorong upaya transformasi STMB Telkom menjadi Institut Manajemen Telkom (IM Telkom) pada tahun 2008. Transformasi ini ditandai dengan bertambahnya program studi yang diselenggarakan oleh IM Telkom. Program studi baru yang diselenggarakan sejak tahun 2008 adalah program studi: S-1 Ilmu Komunikasi, S-1 Desain Komunikasi Visual, S-1 Akuntansi, S-1 Administrasi Niaga, D-3 Pemasaran. Seluruh program studi S1 telah melaksanakan akreditasi dan masing-masing program studi memperoleh predikat B.

Pada masa Transformasi menjadi Telkom University di tahun 2013, sesuai keputusan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor 270/0/E/2013 tanggal 17 Juli 2013 tentang Penggabungan Politeknik Telkom, Institut Teknologi Telkom, dan Institut Manajemen Telkom yang diselenggarakan oleh Yayasan Pendidikan Telkom menjadi Universitas Telkom di Kabupaten

Bandung Provinsi Jawa Barat dan Keputusan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor 309/E/O/2013 tanggal 14 Agustus 2013 tentang Izin Peleburan Sekolah Tinggi Seni Rupa dan Desain Indonesia (STISI) Telkom di Kabupaten Bandung Provinsi Jawa Barat yang diselenggarakan Yayasan Pendidikan Mandiri Indonesia. Dengan penggabungan empat Perguruan Tinggi tersebut ke dalam Telkom University atau Universitas Telkom, maka Institut Manajemen Telkom berubah menjadi Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB).

Sesuai dengan keputusan Dewan Pengurus Yayasan Pendidikan Telkom Nomor: KEP0205/00/DGA-02/YPT/2014 tentang struktur Organisasi dan Tata Kerja Universitas Telkom, tanggal 28 Maret 2014, Fakultas Ekonomi dan Bisnis dikembangkan menjadi dua Fakultas, (1) Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB).dan (2) Fakultas Komunikasi dan Bisnis (FKB).

### **1.1.3.1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB)**

Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) terdiri dari dua Program Studi, yaitu:

- 1 Program Studi Manajemen Bisnis Telekomunikasi dan Informatika (MBTI).
- 2 Program Studi Akuntansi.

Berikut adalah Visi dan Misi dan Tujuan Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB):

- Visi

Visi Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) adalah sebagai berikut:

Pada dekade yang akan datang, Kami adalah intitusi pendidikan tinggi yang dikenal secara internasional pada bidang manajemen, akuntansi, dan ekonomi yang melayani kebutuhan industri kreatif, telekomunikasi, dan media dengan memfokuskan pada pengetahuan dan aplikasi teknologi informasi dan komunikasi (ICT).

- Misi

Misi Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) adalah sebagai berikut:

1. Kami mengembangkan dosen, staf, dan mahasiswa yang dikenal secara internasional yang memiliki kemampuan analitis untuk menjadi pemimpin, manajer, dan peneliti dalam aplikasi teknologi informasi dan komunikasi bagi kebutuhan industri kreatif, telekomunikasi, dan media.
2. Kami mengembangkan, memanfaatkan, dan menyebarkan ilmu pengetahuan terdepan berdasarkan hasil kajian dan penelitian pada bidang manajemen, akuntansi dan ekonomi untuk kebutuhan industri kreatif, telekomunikasi, dan media.
3. Kami mengembangkan suatu tempat yang nyaman bagi bertemunya para praktisi dan akademisi secara terbuka untuk saling berkolaborasi dalam melakukan inovasi bagi perkembangan ilmu manajemen, akuntansi, dan ekonomi bagi kebutuhan industri kreatif, telekomunikasi, dan media.

- Tujuan

Tujuan Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) adalah Sebagai berikut:

1. Menghasilkan lulusan manajemen, akuntansi, dan ekonomi yang berkualitas dan berwawasan global yang sesuai dengan kebutuhan industri kreatif, telekomunikasi, dan media.
2. Menghasilkan ilmu pengetahuan terdepan dalam bidang manajemen, akuntansi, dan ekonomi bagi kebutuhan industri kreatif, telekomunikasi, dan media.
3. Menjadi tempat rujukan bagi ilmu-ilmu manajemen, akuntansi, dan ekonomi khususnya dalam industri kreatif, telekomunikasi, dan media baik bagi akademisi maupun praktisi nasional dan internasional.
4. Menjadi sekolah bisnis yang mapan di Asia dengan dukungan dari industri kreatif, telekomunikasi, dan media di Indonesia, Asia, dan dunia.

### **1.1.3.2 Fakultas Komunikasi dan Bisnis (FKB)**

Fakultas Komunikasi dan Bisnis (FKB) terdiri dari dua Program Studi, yaitu:

1. Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis (Adbis)
2. Program Studi Ilmu Komunikasi (Ikom).

Berikut adalah Visi dan Misi dan Tujuan Fakultas Komunikasi dan Bisnis (FKB):

- Visi

Visi Fakultas Komunikasi dan Bisnis (FKB) adalah sebagai berikut:

Menjadi fakultas bertaraf internasional dalam bidang ilmu komunikasi dan bisnis berbasis teknologi informasi.

- Misi

Misi Fakultas Komunikasi dan Bisnis (FKB) adalah sebagai berikut:

1. Menyelenggarakan dan mengembangkan pendidikan berstandar internasional dalam bidang ilmu komunikasi dan bisnis.
2. Mengembangkan dan menyebarkan ilmu pengetahuan dalam bidang ilmu komunikasi dan bisnis berbasis teknologi informasi.
3. Menghasilkan karya cipta unggul dalam bidang ilmu komunikasi dan bisnis untuk kesejahteraan dan kemajuan peradaban bangsa.

- Tujuan

Tujuan Fakultas Komunikasi dan Bisnis (FKB) adalah sebagai berikut:

1. Mendapatkan kepercayaan dari seluruh pemangku kepentingan dalam bidang ilmu komunikasi dan bisnis.

2. Menghasilkan lulusan yang kompeten dalam bidang ilmu komunikasi dan bisnis, sehingga mampu bersaing dalam skala internasional.
3. Menciptakan budaya riset dan jiwa kewirausahaan dalam bidang komunikasi dan bisnis di kalangan sivitas akademika.
4. Menghasilkan karya penelitian dan inovasi yang bermanfaat dalam peningkatan kualitas hidup masyarakat.

## 1.2 Latar Belakang Penelitian

Di tengah persaingan global yang semakin ketat, masalah tingkat pengangguran dan minimnya lowongan pekerjaan menjadi masalah besar yang dihadapi bangsa Indonesia saat ini. Rata-rata pengangguran di Indonesia tidak hanya dari kalangan yang tidak berpendidikan tetapi ada juga dari kalangan yang berpendidikan tinggi. Badan Pusat Statistik (BPS) tahun 2012 mencatat bahwa penyerapan tenaga kerja hingga Agustus 2012 masih didominasi oleh mereka yang berpendidikan rendah yaitu SD ke bawah sebesar 53,9 juta orang (48,63 persen) dan Sekolah Menengah Pertama sebesar 20,2 juta orang (18,25 persen). Penduduk bekerja yang berpendidikan tinggi hanya sekitar 10,0 juta orang yang mencakup 3,0 juta orang (2,68 persen) berpendidikan diploma dan 7,0 juta orang (6,30 persen) berpendidikan universitas.

Seperti yang dijelaskan oleh Syarif Hasan yaitu ada 493 ribu sarjana yang menganggur, untuk mengurangi jumlah pengangguran khususnya mereka yang berpendidikan sarjana, mereka harus merubah pola pikirnya untuk tidak hanya menjadi pekerja tetapi menjadi pencipta lapangan pekerjaan atau *entrepreneur* (Sutianto, 2012).

Menurut Ariantisa (dalam Wardati dan Kirwani, 2013) banyaknya angka pengangguran salah satunya juga disebabkan minimnya jiwa kewirausahaan masyarakat. Masih rendahnya tingkat kewirausahaan di Indonesia dapat mempengaruhi kapasitas pertumbuhan ekonomi dalam negeri. Tingkat kewirausahaan Indonesia saat ini masih sebesar 1,56 persen. Indonesia membutuhkan wirausahawan yang akan meningkatkan pertumbuhan ekonomi Indonesia. Indonesia memerlukan setengah dari penduduknya untuk berwirausaha (Perwitasari, 2012).

Peran *entrepreneur* dalam menentukan kemajuan suatu bangsa atau negara telah dibuktikan oleh beberapa negara maju seperti amerika, jepang, dan tetangga terdekat kita yaitu singapura dan malaysia. Di amerika sampai saat ini sudah lebih dari 12 persen penduduknya menjadi *entrepreneur*, dalam setiap 11 detik lahir *entrepreneur* baru. Data menunjukkan bahwa 1 dari 12 orang Amerika terlibat langsung dalam kegiatan *entrepreneur*. Penting sepertinya kita mencontoh salah satu perguruan tinggi di amerika yaitu MIT (*Massachusetts Institute Technology*) dimana dalam kurun waktu tahun 1980-1996 ditengah pengangguran terdidik yang semakin meluas dan kondisi ekonomi, sosial politik yang kurang stabil, MIT merubah arah kebijakan perguruan tingginya dari *high Learning Institute and Research University* menjadi *Entrepreneurial University*. Meskipun banyak pro kontra terhadap kebijakan tersebut namun selama kurun waktu diatas (16 tahun) MIT mampu membuktikan

lahirnya 4 ribu perusahaan dari tangan alumni-alumninya dengan menyedot 1.1 juta tenaga kerja dan omset sebesar 232 miliar dolar pertahun (kuswara, 2012).

Berkaca pada kesuksesan negara maju seperti amerika dan eropa yang hampir seluruh perguruan tingginya menyisipkan materi *entrepreneurship* di hampir setiap mata kuliahnya, negara-negara di asia seperti jepang, singapura dan malaysia juga menerapkan materi-materi *entrepreneurship* minimal di dua semester. Itulah yang menjadikan negara-negara tetangga kita tersebut menjadi negara maju dan melakukan lompatan panjang dalam meningkatkan pembangunan negaranya. Di Indonesia, usaha-usaha untuk menanamkan jiwa dan semangat kewirausahaan diperguruan tinggi terus digalakan dan ditingkatkan, tentunya dengan berbagai metode dan strategi yang membuat mahasiswa tertarik untuk berwirausaha (Kuswara, 2012).

Perguruan tinggi sebagai salah satu mediator dan fasilitator terdepan dalam membangun generasi muda bangsa yang mempunyai kewajiban dalam mengajarkan, mendidik, melatih dan memotivasi mahasiswanya sehingga menjadi generasi cerdas yang mandiri, kreatif, inovatif dan mampu menciptakan berbagai peluang pekerjaan (usaha). Untuk melahirkan *entrepreneur-entrepreneur* muda sukses di indonesia di perlukan kesungguhan dan keseriusan dari perguruan tinggi dalam mengemban misi *entrepreneurial campus*. Program-program kewirausahaan yang telah digagas dan dijalankan oleh berbagai perguruan tinggi khususnya di indonesia, patut kiranya dijadikan sebagai teladan dalam memulai memfokuskan perguruan tinggi dalam melahirkan *entrepreneur-entrepreneur* muda sukses. Seperti halnya yang dilakukan oleh Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) dan Fakultas Komunikasi dan Bisnis (FKB), *Entrepreneurship* ditujukan sebagai penunjang semangat kewirausahaan terhadap lulusannya. Dimana sebagai penunjang semangat kewirausahaan tersebut, setiap jurusan yang ada diberikan pembekalan matakuliah *Entrepreneurship*. Tidak hanya pemberian matakuliah *Entrepreneurship* saja, tetapi dalam setiap pembelajarannya mahasiswa diberikan praktik bagaimana berwirausaha. Dalam kegiatan matakuliah kewirausahaan ini para mahasiswa dituntun untuk bekerja secara mandiri maupun secara kelompok. Selain itu, dengan diadakannya seminar-seminar kewirausahaan dan adanya Himpunan Pengusaha Muda Indonesia (HIPMI) juga diharapkan dapat meningkatkan semangat dan ketertarikan untuk berwirausaha para mahasiswa. Hal ini tentunya sejalan dengan tujuan yang ingin dicapai oleh institusi yaitu ingin menghasilkan lulusan yang profesional, berintegritas tinggi serta memiliki semangat kewirausahaan. Namun pada praktiknya, tidaklah mudah untuk mengetahui ketertarikan seorang mahasiswa terhadap kewirausahaan. Ini dikarenakan adanya perbedaan dari setiap individu baik motivasinya, cita-cita, karakteristik individu, karakteristik keluarga, faktor psikologis, nilai budaya dan sosial, serta pendidikan. Dengan perbedaan individu tersebutlah yang dapat menyebabkan minat wirausaha bagi mahasiswa berbeda-beda.

Berdasarkan hasil wawancara tidak terstruktur yang dilakukan oleh penulis dengan beberapa orang mahasiswa dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) dan Fakultas Komunikasi dan Bisnis (FKB) yang sudah memiliki usaha, fenomena minat berwirausaha didapatkan karena adanya dukungan motivasi dari diberikannya matakuliah *entrepreneurship* yang memacu motivasi dalam dirinya untuk

berwirausaha. Selain itu, adanya dukungan dari orang-orang terdekat jugalah yang menambah minat berwirausaha itu ingin dijalankan. Sedangkan berdasarkan hasil wawancara tidak terstruktur penulis dengan beberapa orang mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) dan Fakultas Komunikasi dan Bisnis (FKB) yang belum memiliki usaha, fenomena kurangnya minat berwirausaha mahasiswa disebabkan oleh kurangnya keberanian mahasiswa tersebut untuk mengambil risiko.

Hal ini sangat disayangkan sekali mengingat bahwa pada kenyataannya lapangan kerja yang ada saat ini tidak memungkinkan untuk menyerap seluruh lulusan perguruan tinggi di Indonesia, maka dari itu sangatlah penting untuk memupukkan dan menanamkan jiwa wirausaha pada mahasiswa untuk menciptakan mahasiswa yang bermotivasi dan bermental wirausaha. Menumbuhkan jiwa kewirausahaan para mahasiswa di perguruan tinggi juga merupakan alternatif untuk mengurangi tingkat pengangguran, untuk kelak mahasiswa ini dapat menciptakan lapangan pekerjaan bagi orang lain. Sehingga mereka dapat ikut berkontribusi dalam meningkatkan perekonomian negara Indonesia.

Minat berwirausaha telah terbukti menjadi prediktor yang terbaik bagi perilaku kewirausahaan (Krueger et al, dalam Indarti dan Rokhima 2008). Menurut Ajzen dalam teorinya yang disebut *Theory of Planned Behavior* (TPB) (Ajzen, 1975) intensi seseorang terhadap perilaku tertentu dipengaruhi oleh tiga variabel yaitu sikap (*attitude*), norma subjektif (*subjective norm*) dan kontrol perilaku (*perceived behavioural control*). TPB juga didasarkan atas pendekatannya terhadap keyakinan (*beliefs*) yang dapat mendorong individu tersebut untuk melakukan suatu perilaku tertentu. Pendekatan terhadap keyakinan dilakukan dengan mengasosiasikan berbagai karakteristik, kualitas, dan atribut berdasarkan informasi yang telah dimiliki, kemudian secara otomatis intensi untuk berperilaku akan terbentuk. TPB sangat sesuai digunakan untuk menjelaskan berbagai perilaku di dalam kewirausahaan. Sebagaimana dikatakan oleh Ajzen bahwa “TPB is suitable to explain any behavior which requires planning, such as entrepreneurship” (TPB cocok untuk menjelaskan perilaku apa pun yang memerlukan perencanaan, seperti kewirausahaan). Selain itu, menurut Krueger dalam penelitian (Lakovleva et al, 2011) Konsistensi dari TPB, seperti yang telah dikonfirmasi dalam studinya, menunjukkan bahwa TPB tidak hanya untuk memprediksi niat kewirausahaan tetapi juga untuk menumbuhkan niat sebagai pengusaha.

Berdasarkan fenomena bahwa banyak hal yang dapat mendorong mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) dan Fakultas Komunikasi dan Bisnis (FKB) untuk memiliki minat sebagai *entrepreneur* setelah mengikuti mata kuliah *Entrepreneurship*, maka penulis ingin melihat lebih jauh mengenai hal tersebut dengan menggunakan pendekatan *Theory of Planned Behavior* (TPB). Oleh karena itu judul dari penelitian ini adalah “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa untuk Berwirausaha Melalui pendekatan *Theory of Planned Behavior* (TPB) (Studi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) dan Fakultas Komunikasi dan Bisnis (FKB) Universitas Telkom Tahun 2013)”.



### 1.3 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, dapat dirumuskan pertanyaan dalam penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku pada mahasiswa setelah mengikuti mata kuliah *Entrepreneurship*?
2. Bagaimana minat mahasiswa untuk berwirausaha setelah mengikuti mata kuliah *Entrepreneurship*?
3. Seberapa besar sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku dapat mempengaruhi minat berwirausaha pada mahasiswa setelah mengikuti mata kuliah *Entrepreneurship*?

### 1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui bagaimana sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku pada mahasiswa setelah mengikuti mata kuliah *Entrepreneurship*
2. Untuk mengetahui sejauh mana pengaruh diberikannya mata kuliah *Entrepreneurship* dalam meningkatkan minat mahasiswa dalam berwirausaha.
3. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh dilihat dari aspek sikap, norma subjektif, kontrol perilaku berwirausaha mahasiswa setelah mendapatkan mata kuliah *Entrepreneurship*.

### 1.5 Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat yang berguna bagi pihak-pihak yang membutuhkan, diantaranya, yaitu:

1. Pihak Praktisi
  - Hasil penelitian ini dapat menjadi dasar untuk membangun minat berwirausaha bagi mahasiswa yang belum tertarik untuk berwirausaha.
2. Pihak Akademis
  - Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan referensi di bidang minat berwirausaha mahasiswa dengan pendekatan *Theory of Planned Behavior* (TPB).
  - Penelitian ini berguna sebagai acuan/referensi untuk penelitian selanjutnya serta menjadi tambahan pengetahuan dalam kajian pengembangan kewirausahaan di dunia pendidikan dalam hal desain kurikulum pendidikan.
3. Pihak Pemerintah
  - Penelitian ini diharapkan dapat membuka kesadaran kepada pihak pemerintah bahwasanya Penerapan Pendidikan Kewirausahaan disetiap jenjang akademik itu sangat diperlukan untuk lebih memotivasi anak bangsa untuk berwirausaha.

## **1.6 Sistematika Penulisan**

Untuk memudahkan pembaca dalam memahami materi yang terdapat dalam skripsi, maka sistematika penulisan untuk menginterpretasikan penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini menguraikan secara singkat mengenai tinjauan objek studi, latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian dan kegunaan penelitian.

b. **BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN**

Merupakan tinjauan kepustakaan yang berisi bahasan teori-teori minat dan kewirausahaan serta jenis-jenis usaha yang akan dibahas dan teori lain yang mendukung pemahaman mengenai penelitian ini.

c. **BAB III METODE PENELITIAN**

Menegaskan pendekatan, metode dan teknik yang digunakan untuk mengumpulkan dan menganalisis data yang dapat menjawab dan menjelaskan penelitian.

d. **BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

Bab ini berisi hasil dari penelitian dan pembahasan terhadap analisis data yang diperoleh selama penelitian berlangsung.

e. **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

Bab ini menyajikan penafsiran dan pemaknaan peneliti terhadap hasil analisis temuan penelitian dan implikasi kesimpulan yang berhubungan dengan masalah dan alternatif pemecahan masalah.