

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

1.1.1 Profil Himpunan Pengusaha Muda Indonesia



Gambar 1.1 Logo HIPMI-PT Universitas Telkom

(Sumber : HIPMI-PT Universitas Telkom)

Himpunan Pengusaha Muda Indonesia (HIPMI) didirikan pada tanggal 10 Juni 1972. Pendirian organisasi ini dilandasi semangat untuk menumbuhkan wirausaha di kalangan pemuda, karena pada saat itu tidak banyak kaum muda yang bercita - cita menjadi pengusaha.

Dalam perjalanannya sampai terjadinya krisis ekonomi di tahun 1998, HIPMI telah sukses mencetak kaderisasi wirausaha, dengan tampilnya tokoh – tokoh muda dalam percaturan dunia usaha nasional maupun internasional. Keadaan itu kemudian dapat merubah pandangan masyarakat terhadap profesi pengusaha pada posisi terhormat.

Dalam rangka mewujudkan program mencetak satu juta *entrepreneur* dan mencetak baru pengusaha muda yang unggul, BPC HIPMI Kota Bandung telah merealisasikan program Himpunan Pengusaha Muda Indonesia Perguruan Tinggi yang disebut HIPMI-PT.

Secara garis besar Program HIPMI-PT ini adalah 3P (Pendidikan, Praktik dan Pembinaan). Berawal dari tingginya minat dan keinginan mahasiswa kampus dalam berwirausaha padasaat itu, dan tidak ada yang mewadahi. Adanya wadah hanya berwujud program akademik, dengan mata kuliah *entrepreneurship-I* dan kemudian diimplikasikan pada mata kuliah *entrepreneurship-II*. Dengan adanya mata kuliah *entrepreneurship* ini sudah baik, namun dirasa kurang karena mata kuliah *entrepreneurship* ini selain mengemban ilmu secara teoritis dan praktik lapangan, dibutuhkan jugachannel link & mentor dari praktisi yang memang ahli dibidangnya atau sudah berpengalaman dalam menjalankan sebuah bisnis.

Adanya petinggi HIPMI yang membentuk HIPMI-PT IM Telkom yaitu bernama Febri & Mirza mahasiswa angkatan 2006 yang berkeinginan untuk membentuk sebuah komunitas wirausaha pada saat yang bersamaan dengan HIPMI BPC Bandung yang bernama Doni & Mufti yang telah menjalankan program untuk mengajak dan menawarkan program wirausaha untuk tingkat perguruan tinggi. Dengan adanya hal tersebut merupakan *pilot project* Hipmi BPC Bandung. Namun program ini dilakukan hanya dibeberapa perguruan tinggi negeri dan swasta di Kota Bandung. Dengan program/*pilot project* : "Himpunan Pengusaha Muda Indonesia Perguruan Tinggi". Tercatat Hipmi PT Unpad, Poltek Pos, UIN, STEMBI, Al-Ghifari merupakan beberapa perguruan tinggi yang menjadi pelopor program tersebut dan "HIPMI PT IM Telkom" berdiri pada 21 Agustus 2008 yang saat ini menjadi HIPM-PT Universitas Telkom.

Di Universitas Telkom pada saat itu statusnya ditetapkan sebagai satu-satunya Komunitas Eksternal sebelum menjadi Unit Kegiatan Mahasiswa atau sering disebut UKM oleh institusi. HIPMI-PT Universitas Telkom berganti namaseiring dengan bergabungnya institusi menjadi Universitas.

HIPMI-PT Universitas Telkom juga telah mendapat telah diakui menjadi UKM internal oleh pihak kampus sejak November 2013. Beberapa kegiatan yang dilakukan rutin HIPMI-PT Universitas Telkom seperti *Young Entrpreneur Camp*, *Business Coaching*, *Company Visit*, dan lainnya. Kegiatan dilakukan setiap tahun sebagai fasilitas untuk mendorong anggota dalam mendapatkan ilmu *entrepreneurship* dan mengimplementasikannya kedalam sebuah bisnis.

1.1.2 Visi dan Misi HIPMI-PT Universitas Telkom

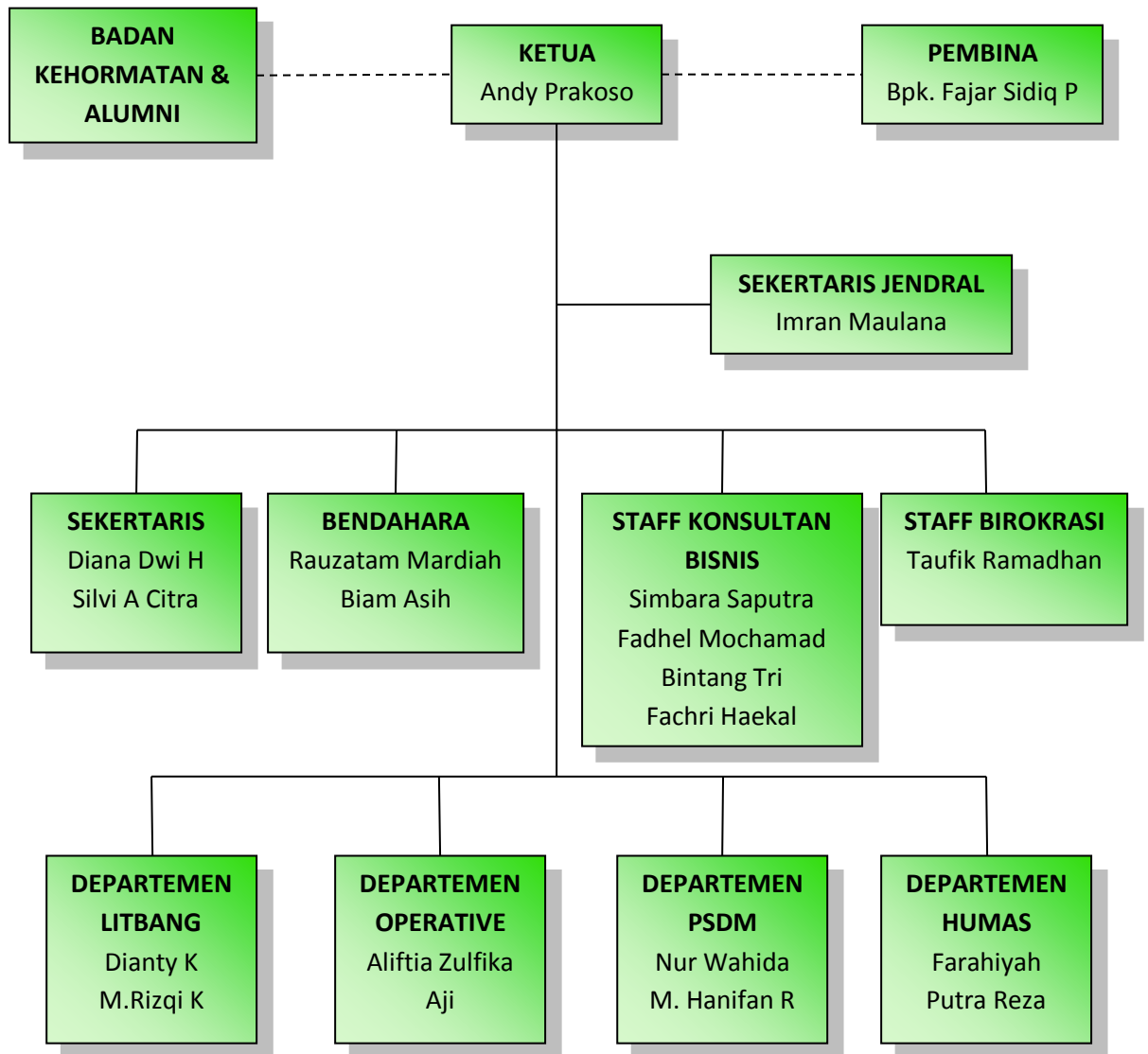
1.1.2.1 Visi

Menciptakan kader HIPMI PT UNIVERSITAS TELKOM yang mandiri dan berkompeten serta menjunjung tinggi nilai moral & akhlak mulia bagi lingkungan sekitar .

1.1.2.2 Misi

- Memfasilitasi para kader dengan EDUCATION, COACHING, GUIDING
- Menjalin hubungan sinergis dengan UKM (Unit Kegiatan Mahasiswa) baik eksternal maupun internal dalam rangka menyukseskan program kerja organisasi
- Merancang Program Kerja sesuai dengan Tri Dharma Perguruan Tinggi
- Terciptanya rasa kekeluargaan antar anggota demi kelancaran kinerja organisasi

1.1.3 Struktur Organisasi



Gambar 1.2 Struktur Pengurus HIPMI-PT Universitas Telkom

(Sumber : HIPMI-PT Universitas Telkom)

1.2 Latar Belakang Penelitian

Perkembangan kewirausahaan beberapa tahun terakhir menjadi isu lembaga-lembaga pendidikan. Kecenderungan ini karena keyakinan bahwa kewirausahaan adalah kunci untuk sejumlah hasil-hasil sosial yang diinginkan, termasuk pertumbuhan ekonomi, pengangguran yang lebih rendah, dan modernisasi teknologi (Baumol, *et al.* 2007).

Banyaknya wirausahawan muda yang sukses serta gencarnya usaha untuk memotivasi kaum muda agar berani masuk dunia *entrepreneurship* membuat profesi ini semakin populer. Berikut data pengusaha yang tercatat oleh Kementerian Koperasi dan UMKM pada tahun 2013

PERKEMBANGAN DATA USAHA MIKRO, KECIL, MENENGAH (UMKM) DAN USAHA BESAR (UB)
TAHUN 2012 - 2013

NO	INDIKATOR	SATUAN	TAHUN 2012 **)		TAHUN 2013 ***)		PERKEMBANGAN TAHUN 2012-2013	
			JUMLAH	PANGSA (%)	JUMLAH	PANGSA (%)	JUMLAH	(%)
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)
1	UNIT USAHA (A+B)	(Unit)	56.539.560		57.900.787		1.361.227	2,41
	A. Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM)	(Unit)	56.534.592	99,99	57.895.721	99,99	1.361.129	2,41
	- Usaha Mikro (UMi)	(Unit)	55.856.176	98,79	57.189.393	98,77	1.333.217	2,39
	- Usaha Kecil (UK)	(Unit)	629.418	1,11	654.222	1,13	24.803	3,94
	- Usaha Menengah(UM)	(Unit)	48.997	0,09	52.106	0,09	3.110	6,35
	B. Usaha Besar (UB)	(Unit)	4.968	0,01	5.066	0,01	98	1,97
2	TENAGA KERJA (A+B)	(Orang)	110.808.154		117.681.244		6.873.090	6,20
	A. Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM)	(Orang)	107.657.509	97,16	114.144.082	96,99	6.486.573	6,03
	- Usaha Mikro (UMi)	(Orang)	99.859.517	90,12	104.624.466	88,90	4.764.949	4,77
	- Usaha Kecil (UK)	(Orang)	4.535.970	4,09	5.570.231	4,73	1.034.262	22,80
	- Usaha Menengah(UM)	(Orang)	3.262.023	2,94	3.949.385	3,36	687.363	21,07
	B. Usaha Besar (UB)	(Orang)	3.150.645	2,84	3.537.162	3,01	386.517	12,27
3	PDB ATAS DASAR HARGA BERLAKU (A+B)	(Rp. Milyar)	8.241.864,3		9.014.951,2		773.086,9	9,38
	A. Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM)	(Rp. Milyar)	4.869.568,1	59,08	5.440.007,9	60,34	570.439,8	11,71
	- Usaha Mikro (UMi)	(Rp. Milyar)	2.951.120,6	35,81	3.326.564,8	36,90	375.444,2	12,72
	- Usaha Kecil (UK)	(Rp. Milyar)	798.122,2	9,68	876.385,3	9,72	78.263,1	9,81
	- Usaha Menengah(UM)	(Rp. Milyar)	1.120.325,3	13,59	1.237.057,8	13,72	116.732,5	10,42
	B. Usaha Besar (UB)	(Rp. Milyar)	3.372.296,1	40,92	3.574.943,3	39,66	202.647,2	6,01
4	PDB ATAS DASAR HARGA KONSTAN 2000 (A+B)	(Rp. Milyar)	2.525.120,4		2.670.314,8		145.194,4	5,75
	A. Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM)	(Rp. Milyar)	1.451.460,2	57,48	1.536.918,8	57,56	85.458,5	5,89
	- Usaha Mikro (UMi)	(Rp. Milyar)	790.825,6	31,32	807.804,50	30,25	16.978,9	2,15
	- Usaha Kecil (UK)	(Rp. Milyar)	294.260,7	11,65	342.579,19	12,83	48.318,5	16,42
	- Usaha Menengah(UM)	(Rp. Milyar)	366.373,9	14,51	386.535,07	14,48	20.161,1	5,50
	B. Usaha Besar (UB)	(Rp. Milyar)	1.073.660,1	42,52	1.133.396,05	42,44	59.735,9	5,56

Gambar 1.3 Data UMKM 2012-2013

(Sumber : Kementerian Koperasi dan UKM)

Dapat dilihat bahwa Negara Indonesia untuk para pengusaha UMKM hanya berkisar 2,41% di tahun 2013, sedangkan untuk menjadi Negara maju Indonesia harus mencetak pengusaha lebih dari data tersebut.

Dilihat dari Krisis moneter yang melanda Indonesia pada 1997 membuat kedudukan posisi pelaku sektor ekonomi berubah. Satu per satu mulai gulung tikar karena bahan baku meningkat drastis. Nilai tukar rupiah terhadap dollar pun menurun dan berfluktuasi. Sektor perbankan pun terpuruk jika dilihat dari sisi permodalan. Banyak yang tidak mampu bertahan karena tingkat bunga yang sangat tinggi. Beda halnya dengan UKM atau Usaha Kecil dan Menengah. Mereka masih bertahan bahkan cenderung bertambah dalam kondisi ekonomi apapun. UKM adalah salah satu sektor industri yang sedikit bahkan sama sekali tidak terkena dampak krisis global yang melanda dunia. Hal ini membuktikan bahwa UKM dapat diperhitungkan dalam meningkatkan daya saing pasar dan stabilisasi sistem ekonomi. [diakses dari artikel satuharapan.com 22 Desember 2015, link tersedia : <http://www.satuharapan.com/read-detail/read/ukm-menjadi-bagian-pembangunan-ekonomi-indonesia>]

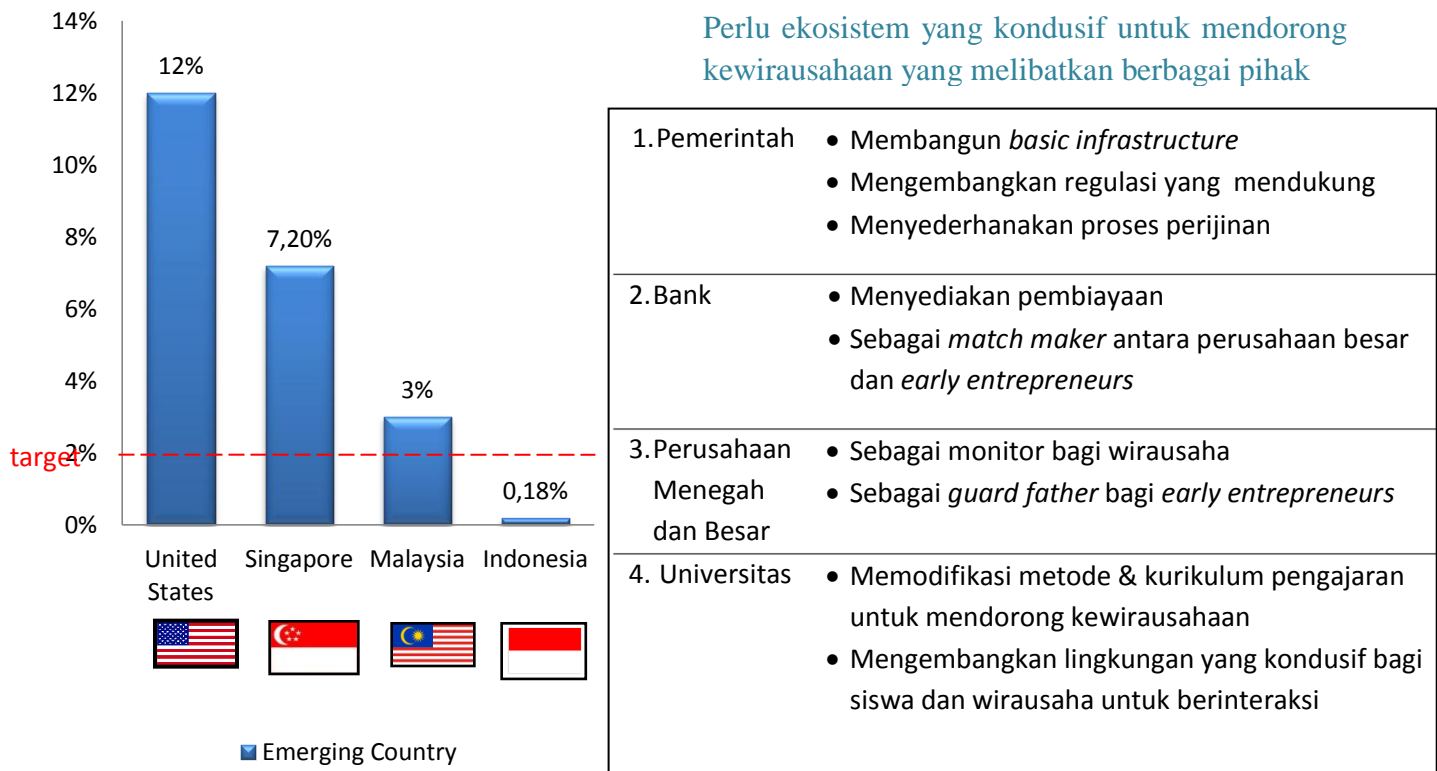
Menurut Kornelius dalam artikelnya kemampuan UKM untuk bertahan dalam kondisi krisis terjadi karena beberapa faktor:

1. Kandungan lokal yang tinggi pada input produksinya.
2. Kemampuan fleksibilitas UKM dalam merespon fluktuasi permintaan pasar yang bersumber dari keunggulan skala ekonomi untuk melakukan penyesuaian pemanfaatan kapasitas produksi dengan cepat
3. Tidak terkaitnya kegiatan ekonomi UKM dengan pinjaman dollar
4. Mampu mengadakan langkah penghematan dengan substitusi input mahal terhadap input yang lebih murah.
5. Mampu melakukan keanekaragaman usaha (differensiasi usaha) dan membuka pasar baru (diversifikasi pasar)

[Artikel diakses 22 Desember 2015, Kornelius Angripa , 13 Juni 2011]

Hal tersebut yang menyebabkan keberlanjutan bisnis para industri kecil dimana dapat bersaing pada saat krisis moneter.

Dilihat dengan adanya MEA pada 2015 dimana Economy ASEAN mengadakan kesepakatan-kesepakatan mengenai perdagangan, yang menjadi titik perhatian pemerintah termasuk UKM. Menurut Kuntandi (2014) Pola sinergitas pengusaha dan stake holder dalam mendorong pengembangan kewirausahaan untuk mendorong keberlanjutan ekonomi nasional dapat dilihat dari data-data ini :



Gambar 1.4 Presentase Wirausaha ASEAN

Sumber : IFC- World Bank dalam Ir.Eddy Kuntadi Presentasi Ketua Umum KADIN DKI Jakarta Indonesia dengan partner global

Indonesia memiliki 450.000 wirausaha atau hanya memiliki 0,18% dari total poulasi, masih sangat jauh di bawah angka ideal yaitu target dengan 2% untuk Negara berkembang.

Khususnya pada pendidikan yang bergelut dibidang bisnis menjadikan pendorong mahasiswa dan mahasiswinya untuk menjadi seorang *entrepreneur* dengan didukung oleh adanya komunitas atau himpunan yang membantu memunculkan motivasi dan memberikan pelatihan *entrepreneurship* menjadi seorang pengusaha yang berhasil dalam bisnisnya serta dapat berlanjut usahanya.

Pemilihan komunitas wirausaha pada Himpunan Pengusaha Muda Indonesia karena HIPMI adalah organisasi pengusaha muda yang banyak mencetak Usaha Kecil dan menengah. HIPMI membatasi keanggotaan untuk pengusaha muda (17-40 tahun). Organisasi ini tersebar di 33 provinsi dengan keanggotaan 25.000 orang. Organisasi bisnis HIPMI yang tidak profit atau *non profit motive*, tetapi merupakan organisasi saling menguntungkan, untuk saling menguntungkan anggotanya, berbeda dengan koperasi entitas usaha bersama. Tujuan dari HIPMI meliputi: 1) Mempromosikan, dan mendorong pertumbuhan semangat kewirausahaan pada generasi muda, 2) Menetapkan, mempromosikan generasi muda, untuk menjadi seorang pengusaha profesional, 3). Membantu program pemerintah, keberhasilan pembangunan nasional yang sedang dipromosikan saat ini. 4). Membentuk sikap, perilaku Pengusaha Nasional, yang memiliki konsep nasionalisme, dan memiliki bisnis moral, dan etika, berperilaku sopan, dan pasar internasional yang kompetitif (Muladi, *et al.* 2013)

HIPMI merupakan Himpunan Pengusaha Muda Indonesia yang didalamnya memiliki kegiatan- kegiatan *entrepreneurship*, dan orang-orang yang sudah menjadi *entrepreneur*, HIPMI- PT merupakan himpunan yang tersebar pada fakultas yang bergerak di bidang manajemen atau manajemen bisnis, salah satunya berada di Universitas Telkom yaitu HIPMI PT UNIVERSITAS TELKOM.

Start-up dan wirausaha dipandang sebagai sumber penting dari kekayaan baru dan pekerjaan, serta sebagai sarana meningkatkan daya saing sebagai pendatang mencari dan menciptakan peluang bisnis baru dan kegiatan (Andrew, 2006). Dunia bisnis kini bukan hanya dari kalangan orang-orang yang sudah banyak memiliki pengalaman hidup, namun anak muda kini sudah bisa menjadi

entrepreneur sukses dengan seiring berkembangnya teknologi yang dimanfaatkan oleh kalangan anak muda lebih mudah untuk membentuk pasar atau menarik konsumennya.

HIPMI-PT Universitas Telkom menarik sejumlah mahasiswa untuk bergabung dengan tujuan yang berbeda-beda, HIPMI menyediakan fasilitas pendorong untuk mahasiswa yang memiliki minat menjadi *entrepreneur* atau mengembangkan bisnisnya pada tingkat kesuksesan keberlanjutan bisnis. Kebanyakan mahasiswa pada pendidikan bidang manajemen bisnis didorong untuk menjadi seorang *entrepreneur*, setelah mendirikan bisnis baru para mahasiswa harus dapat mempertahankan usaha yang sedang dilakukan pada tahap *start-up business*. Tahap selanjutnya adalah bagaimana mahasiswa mampu terus mempertahankan usahanya, adanya tingkat keberlanjutan usaha dalam jangka panjang yang memfokuskan pada visi perusahaan baru tersebut, faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan tingkat *sustainable entrepreneurship* menjadi kesuksesan atau tidaknya bisnis tersebut akan berjalan.

Pada penelitian ini peneliti akan fokus pada anggota HIPMI-PT Universitas Telkom yang sudah memiliki usaha untuk mengukur bisnis yang sukses atau yang dapat *sustainable* dengan menggunakan faktor-faktor determinan yaitu (*Financial Resources, Marketing Strategy, Technological Resources, Government Support, Information Access, Business Plan, Entrepreneur Skill*) sebagai tolak ukur faktornya.

1.3 Rumusan Masalah

Setiap kepribadian yang dimiliki mahasiswa akan berbeda, ada yang berfikiran untuk menjadi seorang pekerja atau bahkan menjadi seorang *entrepreneur*. HIPMI merupakan Himpunan Pengusaha Muda Indonesia yang didalamnya memiliki kegiatan-kegiatan *entrepreneurship*. Banyak mahasiswa yang mendapatkan gelar dan bekerja di perusahaan tetapi juga berwirausaha, namun

tidak semua anggota HIPMI didalamnya memiliki usaha dan usaha yang terus berlanjut, kebanyakan dari mereka hanya mendirikan *new venture* dan tidak dapat bertahan pada *start-up business* yang sudah berjalan, faktor tingkat keberlanjutan sangat penting dalam pengembangan sebuah visi perusahaan tersebut, dimana hal yang perlu diperhatikan pada tingkatkesuksesan keberlanjutan bisnis (*sustainable business success*)dengan mengukur faktor- faktor seperti *Financial Resources, Marketing Strategy, Technological Resources, Government Support, Information Access, Business Plan, Entrepreneur Skill* ini merupakan penunjang ekonomi atau tidak pada UKM.

Dengan adanya HIPMI sebagai himpunan yang bergerak di bidang *entrepreneurship* dan hasil pencarian literatur belum menemukan adanya artikel terpublikasi tentang analisis faktor determinan (*Financial Resources, Marketing Strategy, Technological Resources, Government Support, Information Access, Business Plan, Entrepreneur Skill*) pada tingkat kesuksesan keberlanjutan bisnis (*sustainable business success*)pada mahasiswa studi anggota HIPMI-PT Universitas Telkom.

1.4 Pertanyaan Penelitian

Dari rumusan masalah diatas peneliti ingin mengetahui :

1. Bagaimana pengaruh faktor determinan (*Financial Resources, Marketing Strategy, Technological Resources, Government Support, Information Access, Business Plan, Entrepreneur Skill*) pada kesuksesan dan keberlanjutan bisnis (*sustainable business success*) pada anggota HIPMI-PT Universitas Telkom ?
2. Faktor apakah yang paling mempengaruhi dari *Financial Resources, Marketing Strategy, Technological Resources, Government Support, Information Access, Business Plan, Entrepreneur Skill* pada tingkat kesuksesan dan keberlanjutan bisnis (*sustainable business success*) pada anggota HIPMI-PT Universitas Telkom?

1.5 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh faktor determinan (*Financial Resources, Marketing Strategy, Technological Resources, Government Support, Information Access, Business Plan, Entrepreneur Skill*) pada kesuksesan dan keberlanjutan bisnis (*sustainable business success*) pada mahasiswa anggota HIPMI-PT Universitas Telkom
2. Untuk mengetahui apa faktor yang paling mempengaruhi dari *Financial Resources, Marketing Strategy, Technological Resources, Government Support, Information Access, Business Plan, Entrepreneur Skill* pada tingkat kesuksesan dan keberlanjutan bisnis (*sustainable business success*) pada mahasiswa anggota HIPMI-PT Universitas Telkom.

1.6 Manfaat Penelitian

1.6.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini bermanfaat untuk menguji dan mengetahui bagaimana pengaruh faktor *Financial Resources, Marketing Strategy, Technological Resources, Government Support, Information Access, Business Plan, Entrepreneur Skill* dalam konteks *start-up business* dan *Small Business* terhadap *sustainable business success*. Serta *sustainable business success* ini dapat sebagai pedoman manajemen yang berguna untuk *entrepreneurial*.

1.6.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini untuk memberikan inspirasi kepada pelaku usaha *start-up* atau kewirausahaan pada tingkat keberlanjutan dalam usahanya. Serta memberi masukan untuk komunitas pengusaha kearah yang lebih baik lagi dalam memotivasi (untuk *coaching entrepreneurship*).

1.7 Sistematika Penulisan Tugas Akhir

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini merupakan penjelasan secara umum yang menggambarkan isi penelitian. Isi bab ini meliputi gambaran umum objek penelitian, latar belakang penelitian, perumusan masalah, pertanyaan penelitian, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, dan sistematika penelitian.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi teori yang dijadikan acuan untuk penelitian ini dan pemikiran-pemikiran para ahli untuk mendukung pembahasan.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini berisi tentang jenis dan sumber data, populasi, sampel, metode, dan teknik yang digunakan untuk mengumpulkan dan menganalisis data yang digunakan dalam penelitian ini.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi penjelasan tentang model analisis yang digunakan untuk menganalisis data yang telah dikumpulkan.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini menjadi penutup dan berisi kesimpulan dari hasil penelitian dan saran-saran untuk akademisi, penelitian selanjutnya dan Universitas Telkom.