

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

1.1.1 Sekilas Tentang *Business Plan Competition*

Business Plan Competition merupakan salah satu program kerja rutin Sub unit Kewirausahaan, Unit Pengembangan Karakter Direktorat Kemahasiswaan dan Kealumnian Telkom University. Kompetisi ini diselenggarakan pertama kali pada tahun 2015 di Gedung Serba Guna (GSG) Telkom University. Kompetisi ini diselenggarakan untuk mahasiswa Telkom University yang mempunyai niat untuk mengembangkan dan menggali jiwa kewirausahaan yang mereka miliki, serta menyalurkan ide-ide kreatif mahasiswa sehingga di kedepannya bisa membuat perubahan menjadi seorang wirausahawan baru yang mampu berinovasi, berkreasi, berdedikasi untuk lingkungan serta membantu pengurangan pengangguran dengan menciptakan lapangan kerja baru.

Konsep dari kompetisi *Business Plan Competition* 2015 adalah peserta diminta untuk mengirimkan proposal ide bisnis dengan konten yang telah disediakan pada panduan proposal *Business Plan Competition*. Seberapa kreatif dan inovatif ide bisnis yang akan dijalankan, seberapa implementatif bisnis yang di ajukan, serta seberapa bermutu konten dari proposal yang dikirimkan. Lalu akan dilanjutkan ke seleksi presentasi. Namun proses seleksi presentasi pada *Business Plan Competition* 2016 sedikit berbeda, penilaian juri dalam menyeleksi proposal bisnis yang diajukan dibagi menjadi 2 tahap, yaitu Start up Bisnis dan Running Bisnis. Juri-juri yang pernah mendapatkan kesempatan dalam menyeleksi peserta *Business Plan Competition* terdiri dari beberapa dosen dari berbagai fakultas yaitu Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB), Fakultas Komunikasi dan Bisnis (FKB), Fakultas Rekayasa Industri (FRI), Fakultas Industri Kreatif (FIK).



Gambar 1.1 Salah satu peserta *Business Plan* melakukan presentasi

Sumber : Kemahasiswaan Telkom University

Gambar 1.1 Merupakan dokumentasi berlangsungnya penilaian dari para juri terhadap salah satu peserta yang mengikuti Business Plan tahun 2015. Peserta yang bernama Eggy Caesario mahasiswa S1 Teknik Industri mewakili kelompoknya untuk mempresentasikan hasil business plan kelompok mereka di hadapan para juri.



Gambar 1.2 Foto Para Juri dan Pemenang juara 1-3 Business Plan tahun 2015

Sumber: Kemahasiswaan Telkom University

Gambar 1.2 merupakan dokumentasi foto bersama Para Juri dan Peserta Business Plan tahun 2015 yang berhasil memenangkan juara 1-3. Foto bersama ini merupakan sesi terakhir dan sekaligus sebagai tanda berakhirnya acara tersebut.

1.1.2 Sekilas Tentang Pasar Kreatif

Pasar kreatif merupakan salah satu program kerja rutin yang diselenggarakan oleh sub Unit kewirausahaan, Unit Pengembangan Karakter Direktorat Kemahasiswaan dan Kealumnian Telkom University. Kompetisi ini pertama kali diselenggarakan pada tahun 2015 di depan *Learning Center* (LC) Telkom University. Kompetisi ini diselenggarakan untuk mahasiswa Telkom University dan turut serta mengundang para wirausaha dari beberapa mahasiswa Perguruan Tinggi di Bandung. Perguruan Tinggi yang turut berperan dalam memeriahkan acara ini adalah Universitas Padjajaran (UNPAD), Universitas Islam nusantara (UNINUS) dan LPKIA. Kompetisi ini diselenggarakan dengan tujuan para wirausaha dari kalangan mahasiswa yang sudah memiliki usaha, dapat memamerkan produk mereka. Kompetisi ini menilai seberapa kreatif produk yang mereka pameran, apabila produk peserta tersebut termasuk produk yang kreatif maka peserta tersebut yang terpilih menjadi pemenang.



Gambar 1.3 Rektor Telkom University menghadiri Pasar Kreatif tahun 2016

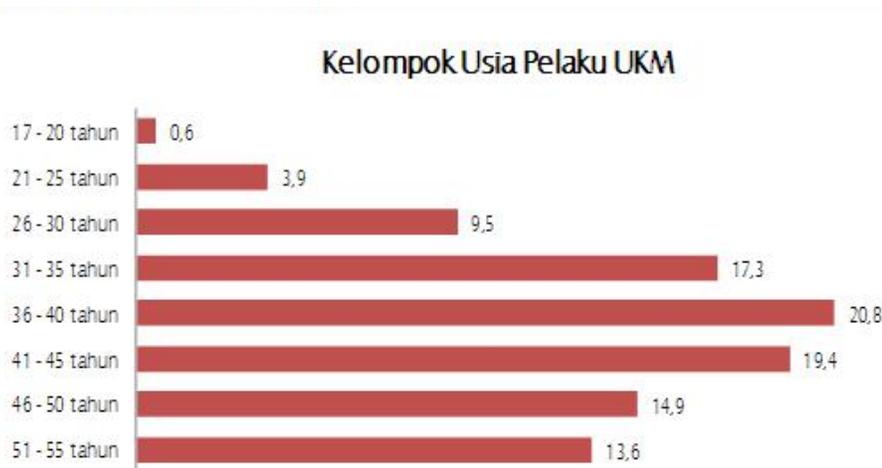
Sumber : Kemahasiswaan Telkom University

Gambar 1.3 merupakan dokumentasi ketika Rektor Telkom University Prof. Ir. Mochamad Ashari, M.Eng., Ph.D menghadiri Pasar Kreatif tahun 2016 untuk melihat langsung hasil pameran dari para peserta acara tersebut. Kedatangan bapak rektor pun langsung disambut oleh beberapa juri.

1.2 Latar Belakang

Fenomena berwirausaha kini semakin berkembang, ini bisa dilihat dari melonjak tajamnya jumlah wirausahawan di Indonesia dari 0,24 persen menjadi 1,56 persen dari jumlah penduduk. (sumber: www.poskotanews.com, diakses 4 november 2016). Kini di Indonesia sudah cukup banyak wirausahawan dan juga UKM yang sukses dan mampu menghasilkan keuntungan yang menjanjikan (sumber: www.usaha2016.com, diakses 10 Januari 2017). Kegiatan kewirausahaan juga secara langsung membuka lapangan pekerjaan, ini bisa dilihat dengan bertambahnya usaha kecil dan menengah (UKM), sehingga menyerap banyak tenaga kerja.

Usaha Kecil Menengah atau yang sering disingkat UKM merupakan salah satu bagian penting dari perekonomian suatu negara, begitu juga dengan negara Indonesia. Menurut Ketua Dewan Pertimbangan Kadin DKI, Dhaniswara K Harjono mengungkapkan Indonesia merupakan negara yang paling banyak memiliki pelaku industri UKM. (sumber: www.merdeka.com, diakses 20 november 2016). Pelaku UKM di Indonesia juga bervariasi jika dilihat dari kelompok usia.



Gambar 1.1 Kelompok usia pelaku UKM (%)

Sumber : Marketing Research Specialist (MARS) (2012)

Berdasarkan hasil survey *Marketing Research Specialist (MARS)* pada awal 2012, para pelaku UKM sudah mulai didominasi oleh orang-orang yang masih tergolong muda. Diantaranya dari mereka sudah menjalankan bisnis UKM sejak usia yang relatif muda yaitu usia 17-20 tahun dengan persentase 0,6% dan pelaku UKM yang berada dalam rentang usia 21-25 mencapai angka 3,9%. Memulai usaha memang sebaiknya dari usia muda, yaitu ketika berumur 20-40 tahun. (sumber: www.kompas.com, diakses 20 november 2016).

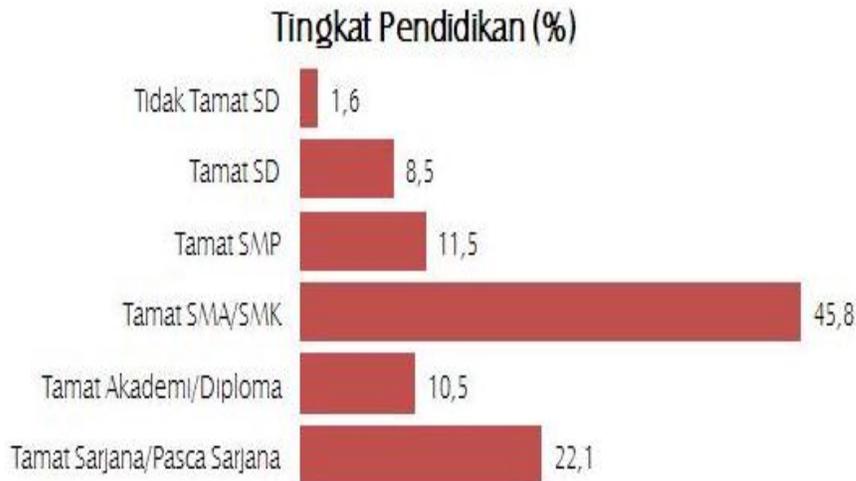
Tabel 1.1 Usia Pelaku UKM berdasarkan Kategori Usaha

USIA	KATEGORI	
	KECIL (%)	MENENGAH (%)
17-20 tahun	0,1	1,0
21-25 tahun	4,5	3,3
26-30 tahun	10,8	8,3
31-35 tahun	18,9	15,8
36-40 tahun	20,8	20,8
41-45 tahun	19,7	19,2
46-50 tahun	13,6	16,1
51-55 tahun	11,6	15,4

Sumber : Marketing Research Specialist (MARS) (2012)

Masing – masing golongan usia memiliki ketertarikan terhadap jenis usaha yang akan dijalankan. Berdasarkan Tabel 1.1, pelaku UKM yang berusia 21-25 tahun sudah menjalankan jenis usaha kecil dengan persentase sebesar 4,5% dan usaha menengah sebesar 3,3%. Pelaku UKM yang berasal dari kelompok usia produktif dan muda cenderung tertarik menjalankan usaha kecil. Dengan modal yang kecil, cukup banyak jenis peluang bisnis yang bisa dijalankan. Dapat dimulai dari bisnis online, kuliner, bisnis dibidang jasa ataupun bisnis yang mengandalkan keahlian, seperti mempunyai keahlian membuat berbagai jenis kerajinan tangan (sumber : www.wirabisnis.com, diakses 10 januari 2017)

Jika dilihat dari sudut pandang lain yaitu latar belakang pendidikannya, persepsi masyarakat mengenai pelaku UKM rata-rata adalah lulusan SMA ke bawah. Ternyata persepsi itu salah. Berdasarkan hasil survei MARS, mayoritas pelaku UKM justru memiliki tingkat pendidikan yang cukup tinggi, karena mereka rata-rata adalah lulusan SMA atau yang sederajat.



Gambar 1.2 Tingkat pendidikan Pelaku UKM

Sumber : Marketing Research Specialist (MARS) (2012)

Berdasarkan Gambar 1.2, pelaku UKM terbanyak ialah dengan latar belakang pendidikan tamat SMA/SMK dengan porsi sebesar 45,8%. Diikuti berikutnya adalah lulusan/tamatan sarjana dan pasca sarjana mencapai 22,1%, tamatan SMP sebesar 11,5%, tamatan akademi/diplomake hanya 10,5%, tamatan SD sebesar 8,5% dan tidak tamat SD sebesar 1,6%.

Seorang wirausaha dengan pendidikan yang lebih tinggi akan memiliki pikiran selangkah lebih maju dan mampu berpikir ke depan tentang rencana dan prospek yang baik untuk dilaksanakan. Dengan tingkat pendidikan yang memadai, seseorang lebih termotivasi untuk pantang menyerah dalam membangun suatu bisnis. Tingkat pendidikan seseorang juga berhubungan dengan daya saing yang dimiliki orang tersebut dalam berwirausaha.

Dengan latar belakang tingkat pendidikan yang berbeda, jumlah pelaku UKM dapat dibagi berdasarkan sebaran kotanya, yaitu terdapat 5 kota yang memiliki pelaku UKM dengan latar pendidikan tamatan SMA dengan porsi terbanyak yaitu Kota Makassar (58,9%), diikuti berikutnya Kota Medan (54,3), Solo (49,4%), Surabaya (45,3%) dan Bandung (43,1%).

Tabel 1.2 Tingkat Pendidikan Pelaku UKM berdasarkan Kota (%)

Tingkat pendidikan	KOTA							
	Jabodetabek	Bandung	Semarang	Yogya	Solo	Surabaya	Medan	Makassar
Tidak tamat SD	2,9	0,8	5,2	2,6	0,0	0,4	0,0	1,9
Tamat SD	14,0	9,2	12,4	2,6	8,6	9,0	3,8	4,8
Tamat SMP	15,9	12,6	14,4	6,5	14,2	9,0	6,7	10,6
Tamat SMA/SMK	39,2	43,1	37,9	39,6	49,4	45,3	54,3	58,9
Tamat akademisi/ Diploma	9,2	16,8	5,9	14,3	17,9	4,7	12,4	4,3
Tamat Sarjana/ Pasca Sarjana	18,8	17,6	24,2	34,4	9,9	31,6	22,9	19,3

Sumber : Marketing Research Specialist (MARS) (2012)

Agar dapat mencetak wirausahawan, elemen penting dalam pendidikan ini adalah pendidikan kewirausahaan. Idealnya, konsep kewirausahaan harus diintegrasikan ke dalam kurikulum dari Sekolah Dasar (SD) sampai pasca Sekolah Menengah Atas (SMA). Pentingnya pendidikan kewirausahaan ini disisipkan di awal karena pemuda mempunyai energi yang luar biasa sehingga dapat mengekspresikan kreatifitas dan inovasi mereka mulai usia yang sangat muda.

Bisa dilihat dari latar belakang pendidikan yang berbeda-beda berdasarkan tabel 1.2, pelaku UKM di kota Makassar Menurut Kepala Dinas Koperasi dan UMKM Sulawesi Selatan, Syamsu Alam Ibrahim mengatakan sesuai data statistik, jumlah UMKM di Sulawesi Selatan sudah mencapai 916.000 unit. (sumber: www.sulsel.pojoksatu.id, diakses 20 november 2016). Di Kota Medan, Menurut Kepala Dinas UMKM Kota Medan, Arjuna Sembiring, Tahun 2009 ada sekitar 22000 pelaku UMKM di Kota Medan dan jumlah itu terus meningkat hingga tahun 2015 jumlahnya sekitar mencapai 300000 pelaku UMKM. (sumber: www.antarsumut.com, diakses 20 november 2016). Di Kota Solo, Seperti diungkapkan Kepala Subbagian Perencanaan Evaluasi dan Pelaporan Dinas Koperasi dan UMKM setempat, Edi Parmadi, saat ini jumlah pelaku sektor

riil di Kota Solo mencapai 43.932 UMKM. Jumlah ini tumbuh 9,08 persen jika dibanding 2008 silam (sumber: www.timlo.net, diakses 20 november 2016). Sedangkan di Kota Surabaya, Wali Kota Surabaya Tri Rismaharini mengungkapkan, jumlah pelaku usaha kecil dan menengah (UKM) di Surabaya telah tumbuh lebih dari 300 persen. Saat ini, Surabaya telah memiliki sekitar 3.000 UKM dari total UKM pada tahun 2010 sebesar 92 UKM (sumber : www.economy.okezone.com, diakses 20 november 2016). Dan di Kota Bandung, menurut Kepala Diskoperindag Kabupaten Bandung Dra. Hj. Popi Hopipah, M.Si, pelaku UMKM di Kabupaten Bandung sampai akhir tahun 2015 tercatat 5.158 unit dengan jumlah tenaga kerja sebanyak 40.548 orang (sumber: www.bandungkap.go.id, diakses 20 november 2016)

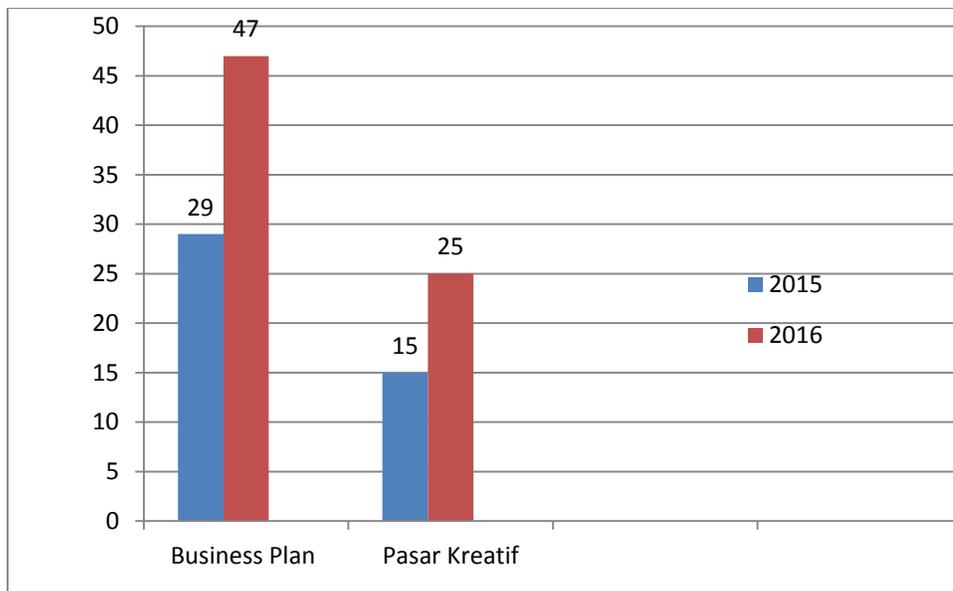
Berdasarkan data yang peneliti dapatkan mengenai pelaku UKM di kabupaten bandung sampai akhir tahun 2015 tercatat 5.158 unit dengan persentase 17,6% pelaku ukm nya adalah tamatan sarjana/ pasca sarjana. Tidak semua lulusan perguruan tinggi bekerja sesuai dengan bidang yang dipelajarinya semasa kuliah. Walaupun tak jarang juga mereka yang bekerja, tetap sesuai dengan bidangnya dahulu. Fenomena entrepreneur seperti menjadi penengah dari kedua kondisi tersebut (sumber : www.citizenmagz.com, diakses 10 januari 2017) Menurut Agus Santoso, Pendiri Gerakan Indonesia Muda Berbisnis (GIMB), Saat ini sudah terjadi perubahan pada generasi muda, terutama mahasiswa. Mereka lebih tertarik menjadi pengusaha dibandingkan PNS atau karyawan (sumber : www.news.okezone.com, diakses 10 Januari 2017). Sementara itu Wakil Rektor III Telkom University (Tel-U) AMA Suyanto menyebutkan gairah generasi muda untuk terjun ke dunia usaha begitu tinggi. Hal itu terlihat dengan banyaknya minat mahasiswa yang masuk ke jurusan bisnis dan pengembangan ekonomi kreatif seperti di Tel-U University. Munculnya inkubasi bisnis di kampus-kampus turut menjadi pendorong kian tingginya minat mahasiswa untuk terjun ke dunia bisnis (sumber : www.news.okezone.com, diakses 10 januari 2017)

Maka dari itu, peneliti mencoba mencari tahu seberapa besar minat berwirausaha mahasiswa Telkom University dengan mewawancarai Ibu Sitinurhayati, selaku Asisten Manajer Pengembangan Kewirausahaan BK, Ia mengatakan minat berwirausaha mahasiswa Telkom university tergolong tinggi dan beberapa faktor yang membuat mahasiswa Telkom University ingin menjalankan sebuah usaha adalah karena mereka rajin, bisa mencari peluang, meneruskan usaha dari orang tua, ikut komunitas HIPMI atau BEM kewirausahaan dan dituntut mata kuliah. Mata kuliah *entrepreneurship* juga memiliki peranan sendiri dalam meningkatkan minat

mahasiswa untuk mulai berwirausaha serta membuka wawasan mahasiswa mengenai kewirausahaan itu sendiri.

Ibu Sitinurhayati menambahkan, Telkom University sudah mengadakan beberapa seminar tentang kewirausahaan. Dan upaya lain yang dilakukan Telkom university untuk meningkatkan minat mahasiswanya dalam berwirausaha adalah dengan mengadakan 2 kompetisi berupa *business plan* dan pasar kreatif yang dimulai sejak tahun lalu. Dan hibah yang diberikan dari kedua kompetisi bisa dijadikan tambahan modal untuk usaha mereka.

Berikut data jumlah mahasiswa Telkom University yang mengikuti *Business Plan* pada tahun 2015 dan 2016 dan Pasar kreatif pada tahun 2015 dan 2016.



Gambar 1.3 Jumlah peserta *Business Plan* & Pasar kreatif

Sumber : Data Kemahasiswaan Telkom University (2015) dan (2016)

Dilihat dari gambar 1.3, Jumlah mahasiswa yang mengikuti *Business Plan* dan Pasar Kreatif tergolong meningkat. Ini merupakan bukti bahwa cukup banyak mahasiswa Telkom University yang ingin mencoba untuk berwirausaha. Beberapa peserta dari *Business Plan* dan Pasar kreatif ada yang masih menjalankan usahanya hingga saat ini. Namun tidak sedikit juga dari peserta yang sudah tidak menjalankan bisnisnya tersebut.

Dari hasil interview peneliti dengan salah satu peserta *Business Plan* tahun 2015, Qotrunnada Firly, mahasiswa S1 Teknik Informatika angkatan 2015, ia mengatakan sudah beberapa kali mencoba menjalankan usaha, dimulai dari sticker cutting telkom, lalu menjual puding, hingga menjual pashmina. Namun selalu mengalami kegagalan usaha dikarenakan kurangnya modal.

Alasan yang sering dikeluhkan mahasiswa ketika mengalami kegagalan usaha biasanya adalah manajemen waktu. Mahasiswa sulit membagi antara waktu kuliah dan waktu untuk menjalankan usaha. Jadwal perkuliahan yang tidak menentu serta tugas kuliah yang terus bertambah membuat mereka kekurangan waktu untuk menjalankan usahanya. Selain itu kurangnya pengalaman juga sangat berpengaruh pada mahasiswa yang berwirausaha, sudah seharusnya mahasiswa yang ingin menjalankan suatu usaha hendaknya diberi pengetahuan tentang usaha yang akan mereka geluti, agar mempermudah berjalannya usaha mereka nanti.

Faktor Kegagalan suatu usaha menurut Daryanto dan Cahyono (2013) karena diabaikan oleh pemiliknya, kecurangan dan pencurian, kurang keterampilan dan keahlain, pengalaman yang tidak seimbang, masalah pemasaran, dan kebijakan pembayaran barang secara kredit dan pengawasan keuangan jelek. Sedangkan, Penelitian yang dilakukan oleh I wayan kartika pada Penerima Program Mahasiswa Wirausaha (PMW) Di Universitas Pendidikan Ganesha (UNDIKSHA) (2013), factor yang paling dominan mempengaruhi kegagalan usaha penerima Program Mahasiswa Wirausaha (PMW) di Undiksha tahun 2013 adalah faktor kompeten dalam manajerial dengan nilai varimax rotation sebesar 28,793%, faktor pengalaman dengan nilai varimax rotation sebesar 21,459% dan faktor keuangan dengan nilai varimax rotation sebesar 13,790%. Namun kebanyakan persepsi di masyarakat mengenai bentuk kegagalan usaha adalah kebangkrutan. Tetapi didalam penelitian ini peneliti mengacu pada apa yang dikemukakan oleh astamoen (2008 : 239) mengenai berbagai bentuk kegagalan, diantaranya tidak tercapainya tujuan seperti yang direncanakan semula, kalah, rugi, bangkrut,batal, tertipu, terpedaya, terkecoh, celaka, ditolak, disisihkan, diabaikan, tidak lulus, dan tidak ada kemajuan. Berdasarkan hal tersebut, menumbuhkan minat peneliti untuk meneliti suatu kegagalan usaha.

Dengan demikian, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian untuk mengidentifikasi faktor kegagalan usaha dengan judul “Analisis Faktor Penyebab Kegagalan dalam Berwirausaha pada Mahasiswa Telkom University (Studi pada : Mahasiswa Entrepreneur yang Mengikuti Kompetisi Business Plan dan Pasar kreatif tahun 2015-2016)”

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, rumusan masalah dari penelitian ini adalah faktor-faktor apa saja yang ,menyebabkan kegagalan berwirausaha pada Mahasiswa Telkom University (Studi pada : Mahasiswa Entrepreneur yang Mengikuti kompetisi Business Plan dan Pasar kreatif tahun 2015-2016) ?

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk melakukan analisis mengenai faktor-faktor apa saja yang ,menyebabkan kegagalan berwirausaha pada Mahasiswa Telkom University (Studi pada : Mahasiswa Entrepreneur yang mengikuti kompetisi Business Plan dan Pasar kreatif tahun 2015-2016).

1.5 Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak yang membutuhkannya, diantaranya :

- a. Kegunaan Teoritis :
 1. Penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan di bidang *entrepreneurship* atau kewirausahaan.
 2. Diharapkan penelitian ini dapat bermanfaat sebagai acuan, referensi, dan tambahan pengetahuan bagi pihak lain untuk melakukan penelitian yang lebih mendalam.
- b. Kegunaan Praktis :
 1. Penelitian ini kiranya dapat menjadi pertimbangan dan bahan masukan bagi pelaku usaha dalam menjalankan dan mengembangkan usaha yang sedang dijalankan.
 2. Penelitian ini dapat menjadi panduan dan bahan masukan agar memperhatikan faktor-faktor yang menyebabkan kegagalan sehingga dapat dihindari bbagi pelaku usaha lainnya.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika Penulisan untuk memperoleh gambaran umum mengenai penelitian yang dilakukan. Berikut ini urutan penulisannya:

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini berisi tentang gambaran umum objek penelitian, latarbelakang penelitian, perumusan masalah, tujuan penelitian, dan kegunaan penelitian.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi teori-teori yang diperlukan dalam menjelaskan variabel yang diteliti, dan juga kerangka pemikiran. Teori-teori yang ada hubungannya dengan pokok permasalahan yang dipilih dan dijadikan landasan dalam penulisan ini.

BAB III : METODE PENELITIAN

Metode penelitian akan diuraikan mengenai jenis penelitian, variable operasional, tahapan penelitian, sumber data, sampel dan populasi, metode pengumpulan data dan teknis analisis data.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisikan tentang uraian hasil penelitian dan pembahasam secara kronologis dan sistematis sesuai dengan perumusan masalah dan tujuan penelitian.

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini menyajikan pemaknaan dan penafsiran peneliti terhadap hasil analisis temuan penelitian yang disajikan dalam bentuk kesimpulan penelitian dan sa

