

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Pada penelitian ini objek studi yang di pilih adalah mahasiswa angkatan 2015 yang telah mengambil matakuliah *Entrepreneurship* Fakultas Komunikasi Bisnis Universitas Telkom. Menurut data dari Fakultas Komunikasi Bisnis, total jumlah mahasiswa aktif angkatan tahun 2015 yaitu sebanyak 763 orang.

Tabel 1.1 Jumlah Mahasiswa Aktif Fakultas Komunikasi Bisnis Universitas Telkom Angkatan Tahun 2015

| No | Prodi | Jumlah Mahasiswa Aktif |
|----|------------------------|------------------------|
| 1 | S1 KOMUNIKASI BISNIS | 419 |
| 2 | S1 ADMINISTRASI BISNIS | 344 |
| | | 763 |

Sumber: Fakultas Komunikasi Bisnis Universitas Telkom, 2017

Fakultas Komunikasi dan Bisnis (FKB) merupakan fakultas di *Telkom University*. *Telkom University* adalah perguruan tinggi yang dikelola oleh Yayasan Pendidikan Telkom (YPT) yang sekarang dikenal dengan "*Telkom Foundation*". Yayasan Pendidikan Telkom-Yayasan Sandhykara Putra Telkom (YPT-YSPT) menandai kiprahnya selama 34 tahun di dunia Independen Indonesia dengan *rebranding* menjadi "*Telkom Foundation*". *Telkom Foundation* bertekad untuk melahirkan generasi baru melalui Independen, sehingga Indonesia dapat "menegakkan kepala" di mata dunia. "*The Grand Launching of Telkom Foundation: Building The Civilization*", dilakukan pada tanggal 21 Mei 2014 di *Telkom University Convention Hall (TUCH)* Bandung *Technoplex* Jln. Telekomunikasi Dayeuhkolot Kab. Bandung.

Untuk lebih mengukuhkan identitas barunya, *Telkom Foundation* pun memperkenalkan logo baru dan tagline “*Building The Civilization*”. Tagline ini menggambarkan tekad *Telkom Foundation* untuk membangun peradaban dengan ciri individu yang cerdas dan tangguh, yang bermanfaat untuk komunitas dan masyarakat.

Dewan Pembina *Telkom Foundation*, secara *ex-officio* adalah Direksi PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk (PT. Telkom) dan sebagai bentuk tanggung jawab PT. Telkom untuk menjadi *Good Corporate Citizen* yang ingin berkontribusi dalam upaya mencerdaskan kehidupan bangsa Indonesia didirikan yayasan-yayasan 2ndependen yang sekarang di transformasi ke *Telkom Foundation* yang mengelola 2ndepen 2ndependen dari TK sampai dengan perguruan tinggi yang salah satunya *Telkom University*.

Perjalanan Fakultas Komunikasi dan Bisnis *Telkom University* 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 7 sekolah bisnis terbaik versi majalah SWA, 2ndependen sama 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 berkiprah dalam dunia 3ndependen, 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 3ndepend 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. Selain itu, program pasca sarjana juga menambah varian program dengan program MM Bisnis Telekomunikasi (MM Biztel).

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 di Kabupaten Bandung Provinsi Jawa Barat ke Universitas Telkom yang diselenggarakan oleh Yayasan Pendidikan Telkom di Bandung Provinsi Jawa Barat. Dengan penggabungan empat Perguruan Tinggi tersebut ke dalam *Telkom University*, maka Institut Manajemen Telkom berubah menjadi Fakultas Ekonomi dan Bisnis.

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

1. Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis
2. Program Studi Ilmu Komunikasi

1.1.1 Visi, Misi dan Tujuan

A. Visi

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

B. Misi

- a. Menyelenggarakan dan mengembangkan pendidikan berstandar internasional dalam bidang ilmu komunikasi dan bisnis.
- b. Mengembangkan dan menyebarluaskan ilmu pengetahuan dalam bidang ilmu komunikasi dan bisnis berbasis teknologi informasi.
- c. Menghasilkan karya cipta unggul dalam bidang ilmu komunikasi dan bisnis untuk kesejahteraan dan kemajuan peradaban bangsa.

C. Tujuan

- a. Mendapatkan kepercayaan dari seluruh pemangku kepentingan dalam bidang ilmu komunikasi dan bisnis.
- b. Menghasilkan lulusan yang kompeten dalam bidang ilmu komunikasi dan bisnis, sehingga mampu bersaing dalam skala internasional.
- c. Menciptakan budaya riset dan jiwa kewirausahaan dalam bidang komunikasi dan bisnis di kalangan sivitas akademika.
- d. Menghasilkan karya penelitian dan inovasi yang bermanfaat dalam peningkatan kualitas hidup masyarakat.

Sumber: (<http://telkomuniversity.ac.id/id/academic/school-of-communication-and-business>)

1.2 Latar Belakang Penelitian

Keberhasilan pembangunan suatu negara tidak terlepas dari kontribusi para *entrepreneur*, yang telah memperkaya pasar dengan produk-produk yang inovatif dan mereka menciptakan lapangan kerja baru (Sonny, dkk., 2012:931).

Dari teori di atas bahwa kegiatan berwirausaha sangat berperan penting dalam perkembangan suatu negara. Dengan adanya kontribusi dari para pelaku *entrepreneur* dapat memberikan dampak yang jelas bagi masyarakat sekitarnya seperti menciptakan lapangan kerja baru sehingga dapat mengurangi tingkat pengangguran yang ada di suatu negara, dan dengan adanya kegiatan *entrepreneur* pastinya akan dapat menghasilkan produk atau jasa yang inovatif sehingga bisa meningkatkan kualitas jual beli di suatu negara dan akan berdampak pada perekonomian nasional.

Tingginya tingkat pengangguran selalu menjadi suatu masalah besar yang di hadapi di suatu negara. Salah satunya di Indonesia, pengangguran berkaitan erat dengan perkembangan per-ekonomian negara. Di antaranya dengan keterbatasan lapangan kerja dan minat masyarakat untuk berwirausaha juga menjadi pengaruh penting. Berikut persentase tingkat pengangguran terbuka pada gambar 1.1 :

Gambar 1.1 Presentase Tingkat Pengangguran Terbuka (TPT) Menurut Daerah Agustus 2015 – February 2017



Sumber: www.bps.go.id, 2017

Fenomena tingginya jumlah angkatan kerja saat ini sangat berkaitan erat dengan jumlah lapangan kerja yang sangat terbatas, yang mengakibatkan angka pengangguran terus bertambah. Angkatan kerja pada Februari 2017 sebanyak 131,55 juta orang, naik sebanyak 6,11 juta orang dibanding Agustus 2016 dan naik 3,88 juta orang dibanding Februari 2016. Penduduk bekerja di Indonesia pada Februari 2017 sebanyak 124,54 juta orang, naik sebanyak 6,13 juta orang dibanding keadaan Agustus 2016 dan naik sebanyak 3,89 juta orang dibanding Februari 2016. Tingkat Pengangguran Terbuka (TPT) Februari 2017 sebesar 5,33 persen, mengalami penurunan sebesar 0,28 persen poin dibanding Agustus 2016 dan turun sebesar 0,17 persen poin dibanding Februari 2016. Pada Februari 2017, sebesar 58,35 persen penduduk bekerja pada kegiatan informal, dan persentase pekerja informal naik 0,07 persen poin dibanding Februari 2016. (Sumber: www.bps.go.id, diakses 9 September 2017).

Menteri koperasi Puspayoga menjelaskan, berdasarkan data BPS 2016 dengan jumlah penduduk 252 juta, jumlah wirausaha non pertanian yang menetap mencapai 7,8 juta orang atau 3,1 persen. Dengan demikian tingkat kewirausahaan Indonesia telah melampaui 2 persen dari populasi penduduk, sebagai syarat minimal suatu masyarakat akan sejahtera. Menteri koperasi mengakui, ratio wirausaha sebesar 3,1 persen itu masih lebih rendah dibandingkan dengan negara

lain seperti Malaysia 5 persen, China 10 persen, Singapura 7 persen, Jepang 11 persen maupun AS yang 12 persen. “ Namun setidaknya sudah diatas batas minimal 2 persen dan itu akan terus berkembang,”. Bertumbuhnya wirausaha tak lepas dari peran masyarakat Bersama pemerintah yang terus mendorong, juga swasta dan kalangan mahasiswa atau kampus. Mentri koperasi berpesan pada pengusaha muda untuk menjadi social entrepreneur, yang tidak mengejar keuntungan semata namun juga bermanfaat bagi lingkungan sekitar. (Sumber: www.pikiran-rakyat.com diakses 9 September 2017).

Entrepreneur ikut serta dalam menentukan kemajuan dan kemakmuran suatu bangsa atau negara telah dibuktikan oleh negara-negara maju seperti jepang, singapura, amerika. Perguruan tinggi di amerika yaitu MIT (Massachuste Institute Technology) dalam waktu 16 tahun berhasil merubah arah kebijakan perguruan tingginya, yang semula adalah High Learning and Research University menjadi Entrepreneurial University. Kebijakan ini membuat MIT mampu mencetak alumni entrepreneur yang sukses, tercatat MIT mampu melahirkan 4 ribu perusahaan yang dicetak melalui tangantangan alumni MIT dan mampu menyerap 1.1 juta tenaga kerja dan omset sebesar 232 miliar dolar pertahun (Kuswara,2012).

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).

Peran pelaku wirausaha akan memberikan pengaruh terhadap kemajuan perekonomian dan perbaikan pada suatu negara. Dengan adanya para pelaku wirausaha, dengan menciptakan lapangan pekerjaan akan meningkatkan kualitas hidup masyarakat dan produktivitas nasional.

Dalam menciptakan seorang wirausaha dapat dimulai dengan mengajarkan ilmu kewirausahaan yang diterapkan di perguruan tinggi, tetapi akan lebih baik apabila ilmu kewirausahaan juga mulai diterapkan dari keluarga, masyarakat dan lembaga pendidikan. Ilmu kewirausahaan 6 diharapkan mampu membangkitkan semangat berwirausaha, berdikari, berkarya dan mengembangkan perekonomian nasional (Asmani: 2011)

Salah satunya peran mahasiswa sebagai anak penerus bangsa di harapkan dapat menanggapi masalah yang telah di jelaskan pada fenomena di atas. Di beberapa Universitas, mata kuliah *entrepreneurship* telah menjadi mata kuliah wajib di beberapa fakultasnya. Dilihat dari Fakultas Komunikasi bisnis Universitas Telkom, yang menekankan melalui visi dan misi nya yaitu menerapkan ilmu bisnis pada mahasiswa dan lulusannya. Mata kuliah *entrepreneurship* sudah menjadi mata kuliah wajib yang harus di ambil oleh mahasiswa jurusan Ilmu Komunikasi dan Administrasi Bisnis pada Fakultas Komunikasi Bisnis. Salah satu tujuan dari Fakultas Komunikasi Bisnis dengan Menghasilkan lulusan yang kompeten dalam bidang ilmu komunikasi dan bisnis, sehingga mampu bersaing dalam skala internasional. Mahasiswa di arahkan untuk menjadi seorang wirausahaan yang di bekali dengan mata kuliah wajib *entrepreneurship*.

Tujuan dari matakuliah kewirausahaan di Fakultas Komunikasi Bisnis Universitas Telkom ini yaitu diharapkan ketergantungan untuk bekerja dapat berkurang, Pendidikan kewirausahaan telah masuk dalam kurikulum yang mewajibkan mahasiswanya untuk mempelajarinya. Mahasiswa juga diharuskan membuat sebuah bisnis yang bertujuan agar mahasiswa terbiasa dalam dunia berwirausaha dan untuk memenuhi nilai praktek pada mata kuliah proyek kewirausahaan tersebut. Namun Tidak sedikit mahasiswa yang setelah mendapat matakuliah kewirausahaan dan mendapat tugas untuk berbisnis, akhirnya tidak memakai ilmu kewirausahaan tersebut atau bahkan tidak ingin untuk menjadi seorang wirausaha. Maka dari itu sangat penting untuk mengetahui bagaimana dampak dari metode pembelajaran Pendidikan kewirausahaan yang di berikan oleh pihak kampus terhadap mahasiswa dalam membentuk minat berwirausaha mahasiswa.

Pada kenyataannya masih banyak faktor-faktor yang perlu di teliti tentang apa saja yang mempengaruhi mahasiswa untuk tidak berwirausaha. Bisa saja metode pembelajaran yang tidak sesuai atau kurang adanya minat wirausaha dalam diri, akhirnya tidak memakai ilmu kewirausahaan tersebut atau bahkan tidak ingin untuk menjadi seorang wirausaha.

Dari semua fenomena yang telah dipaparkan maka penulis akan melakukan sebuah penelitian Pada pengaruh metode pembelajaran Pendidikan kewirausahaan untuk mengetahui tentang minat berwirausaha pada salah satu fakultas di univesitas Telkom pada mahasiswa Fakultas Komunikasi Bisnis Universitas Telkom angkatan 2015 – 2016 . Dengan perihal tersebut peneliti ingin melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Metode Pembelajaran Pendidikan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Komunikasi Bisnis Angkatan Tahun 2015 Universitas Telkom)”**.

1.3 Perumusan Masalah

Keberhasilan pembangunan suatu negara tidak terlepas dari kontribusi para entrepreneur, yang telah memperkaya pasar dengan produk-produk yang inovatif dan mereka menciptakan lapangan kerja baru (Sonny, dkk., 2012:931).

Berdasarkan dari Tingkat Pengangguran Terbuka (TPT) Februari 2017 sebesar 5,33 persen, dan mengalami penurunan sebesar 0,28 persen poin dibanding Agustus 2016 dan turun sebesar 0,17 persen poin dibanding Februari 2016. (Sumber: www.bps.go.id, diakses 9 September 2017). Tingkat kewirausahaan Indonesia telah melampaui 2 persen dari populasi penduduk, sebagai syarat minimal suatu masyarakat akan sejahtera. Menteri koperasi mengakui, ratio wirausaha sebesar 3,1 persen itu masih lebih rendah dibandingkan dengan negara lain seperti Malaysia 5 persen, China 10 persen, Singapura 7 persen, Jepang 11 persen maupun AS yang 12 persen. (Sumber: www.pikiran-rakyat.com, diakses 9 September 2017).

Berdasarkan fenomena yang ada, bisa di ketahui bahwa tingkat pengangguran masih terbilang masih banyak dan hanya mengalami setidaknya sedikit penurunan, serta peran pelaku wirausaha yang masih terbilang belum banyak dibandingkan negara lain. Dengan adanya pendidikan *entrepreneurship* di Fakultas Komunikasi Bisnis di harapkan dapat memotivasi serta mempengaruhi minat mahasiswa untuk menjadi pelaku wirausaha dan menciptakan lapangan pekerjaan. Peran mahasiswa sebagai anak penerus bangsa sangat berpengaruh

dalam perkembangan perekonomian nasional, salah satunya dengan minat berwirausaha.

1.4 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan paparan latar belakang yang telah di buat sebelumnya, maka rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Bagaimana Pengaruh Metode Pembelajaran Pendidikan Kewirausahaan pada mahasiswa Fakultas Komunikasi Bisnis Angkatan tahun 2015 Universitas Telkom?
2. Seberapa besar Minat Berwirausaha mahasiswa Fakultas Komunikasi Bisnis Angkatan tahun 2015 Universitas terlkom?
3. Seberapa besar Pengaruh Metode Pembelajaran Pendidikan Kewirausahaan terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Komunikasi Bisnis Angkatan tahun 2015 Universitas Telkom?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah yang telah di paparkan di atas, sehingga tujuan penelitiann sebagai berikut :

1. Mengetahui Bagaimana Pengaruh Metode Pengajaran Pendidikan mata kuliah kewirausahaan pada mahasiswa Fakultas Komunikasi Bisnis Angkatan tahun 2015 Universitas Telkom?
2. Mengetahui Seberapa besar Minat berwirausaha mahasiswa Fakultas Komunikasi Bisnis Angkatan tahun 2015 Universitas terlkom?
3. Mengetahui Seberapa besar Pengaruh Metode Pembelajaran Pendidikan Kewirausahaan terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Komunikasi Bisnis Angkatan tahun 2015 Universitas Telkom?

1.6 Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian Pengaruh Metode Pendidikan dan minat kewirausahaan ini di harapkan dapat memberikan wawasan dan referensi tentang bagaimana Metode Pembelajaran Pendidikan Kewirausahaan yang di terapkan pada sebuah universitas. Serta mengetahui bagaimana minat mahasiswa yang telah mendapatkan

pendidikan kewirausahaan dalam berwirausaha kedepannya dan melahirkan pengusaha-pengusaha yang baru dengan inovasi dan penuh kreativitas.

1.7 Ruang Lingkup Penelitian

1.7.1 Lokasi dan Objek Penelitian

Lokasi Penelitian: Fakultas Komunikasi Bisnis Universitas Telkom.

Objek Penelitian: Mahasiswa Fakultas Komunikasi Bisnis Universitas Telkom angkatan tahun 2015.

1.7.2 Waktu dan Periode Penelitian

Waktu yang akan digunakan untuk melakukan penelitian adalah: Oktober – Desember 2017.

1.8 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan ini disusun untuk memberikan gambaran umum tentang penelitian yang dilakukan.

1. BAB I PENDAHULUAN, pada bab I berisi mengenai profil perusahaan, latar belakang masalah, perumusan masalah, pertanyaan penelitian, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, ruang lingkup penelitian dan sistematika penulisan.
2. BAB II TINJAUAN PUSTAKA, pada bab II berisi tinjauan pustaka penelitian, penelitian terdahulu, dan kerangka pemikiran.
3. BAB III METODE PENELITIAN, pada bab III berisi mengenai jenis penelitian, variabel operasional dan skala pengukuran, data dan teknik pengumpulan, teknik sampling, analisis data, dan pengujian hipotesis.
4. BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN, pada bab IV dijelaskan mengenai hasil penelitian yang diperoleh serta pembahasan mengenai analisis dari hasil penelitian.
5. BAB V KESIMPULAN DAN SARAN, pada bab V berisi mengenai kesimpulan dari hasil analisis penelitian yang telah dilakukan, saran yang diberikan bersifat akademis dan saran bersifat praktis.