

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian**

Objek pada penelitian ini adalah sekolah bisnis terbaik di Bandung, negeri maupun swasta. Berdasarkan data yang didapat, SBM ITB dan FEB Universitas Telkom merupakan sekolah yang memiliki program studi manajemen berakreditasi “A” yang berada di Bandung.

#### **1.1.1 Sekolah Bisnis dan Manajemen Institut Teknologi Bandung (SBM-ITB)**

Sekolah bisnis dan manajemen (SBM) ITB adalah salah satu lembaga akademik di lingkungan ITB yang berfungsi menjalankan misi Tridarma Perguruan Tinggi yang mencakup pendidikan, riset, dan pengabdian kepada masyarakat.

SBM ITB mengembangkan dirinya untuk berprestasi dalam dunia pendidikan, mengembangkan dan menyebarkan pengetahuan di bidang bisnis dan manajemen. Kegiatan penelitian ini berfokus pada kasus bisnis dan praktik manajemen dari perusahaan-perusahaan terkemuka di Indonesia sehingga pengembangan manajemen sesuai dengan konteks Indonesia.

Kedekatan dengan lingkungan bisnis dan metodologi penelitian yang handal meningkatkan kemampuan SBM ITB untuk menciptakan keunggulan dalam penelitian. Sebagai bagian dari strategi internalisasi, SBM ITB bertujuan untuk mencapai akreditasi internasional. Selanjutnya, SBM ITB menekankan globalisasi untuk mempersiapkan siswanya untuk bersaing dengan siswa-siswa sekolah bisnis terkemuka lainnya di Asia dan Pasifik. SBM ITB memiliki akreditasi “A” disemua jurusan.

SBM ITB mempunyai visi dan misi, yaitu Menjadi institusi kelas dunia yang menginspirasi dan mengembangkan pemimpin baru dengan jiwa kewirausahaan. Dan misi, yaitu untuk mendidik siswa untuk menjadi pemimpin yang inovatif dengan pola pikir kewirausahaan dan untuk mengembangkan dan menyebarkan pengetahuan tentang bisnis dan manajemen demi kemajuan bisnis, pemerintahan, dan masyarakat. Saat ini SBM ITB mempunyai memiliki empat program studi: Sarjana Manajemen Magister Administrasi Bisnis, Magister Sains Manajemen, dan Doktor Sains Manajemen.

([www.sbm.itb.ac.id](http://www.sbm.itb.ac.id), 2017)

### **1.1.2 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Telkom (FEB Universitas Telkom)**

Fakultas Ekonomi dan Bisnis atau School of Economic and Business (SEB) merupakan satu dari tujuh fakultas yang ada di bawah Universitas Telkom. Saat ini FEB memiliki 3 program studi, S1 Manajemen Bisnis Telekomunikasi dan Informatika (akreditasi “A”), S1 Akuntansi (akreditasi “A”), dan S2 Magister Manajemen (akreditasi “A”). Khusus untuk S1 Manajemen juga membuka kelas internasional yang bahasa pengantarnya adalah bahasa Inggris.

Dengan berada di bawah naungan Telkom Foundation dan PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk. (PT. Telkom), FEB menawarkan program studi unggulan dengan ke-khas-an kurikulum yang dapat menjawab kebutuhan berbagai industri, khususnya industri kreatif, telekomunikasi dan media, sesuai dengan misi baru FEB yaitu: “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)”

FEB menetapkan standar kualitas di dalam proses bisnis yang dijalankan. Selain dari standar akreditasi BAN-PT, Sertifikasi ISO 9001:2008 sudah didapatkan semenjak Agustus 2012. Saat ini FEB dalam proses persiapan menuju

standarisasi internasional ABEST21. FEB juga didukung oleh staf pengajar dengan kualifikasi S2 dan S3 lulusan dalam dan luar negeri. FEB telah lama menjalin kerjasama dengan industri, asosiasi, dan institusi pendidikan sejenis baik di dalam maupun di luar negeri. Kerjasama dengan industri dan asosiasi diantaranya PT. Telkom Indonesia, Bursa Efek Indonesia, Masyarakat Telematika Indonesia (MASTEL), *Association of Certified Fraud Examiners* (ACFE) Indonesia *Chapter*, NexMU Malaysia, Ikatan Akuntan Indonesia (IAI), dll.

Kerjasama dengan institusi pendidikan diantaranya Solbridge International School of Business (Korea Selatan), Multi Media University (MMU) Malaysia, Universiti Utara Malaysia (UUM), Twente University, Naresuan University (Thailand), dan masih banyak lagi.

([www.telkomuniversity.ac.id](http://www.telkomuniversity.ac.id), 2017)

## **1.2 Latar Belakang**

Pentingnya kewirausahaan di negara berkembang dijelaskan oleh Sameekha Desai (2009) bahwa terdapat hubungan yang sangat kuat antara penciptaan wirausahawan dengan pembangunan ekonomi di negara-negara tersebut, di mana di negara maju kewirausahaan bahkan telah menghasilkan kemakmuran (Dzulkifli, 2010). 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% penduduknya menjadi *entrepreneur*. Itulah yang menjadikan amerika sebagai negara adi kuasa dan *super power* (Kuswara, 2012).

Pentingnya berwirausaha sejak dini antara lain, kepuasan batin atas pembuatan produk/jasa, kepuasan atas penciptaan budaya kerja, sisi keamanan finansial, dan fleksibilitas (Echdar, 2013:20). Ekonomi kreatif sudah menjadi salah satu dari sepuluh sektor ekonomi utama di Indonesia. Pada tahun 2013, sektor ini berkontribusi 7,05% pada GDP nasional, dan diprediksi akan meningkat hingga 12% pada tahun 2019 (Pikiran Rakyat, 2017).

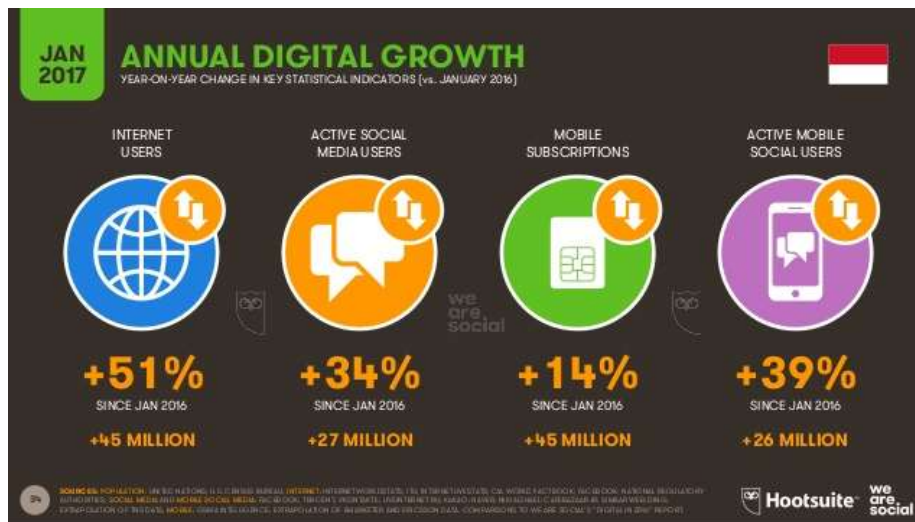
Pendidikan kewirausahaan adalah suatu hal yang dibutuhkan bagi anak dan masyarakat. Karena hal itu sesuatu yang bermanfaat bagi usaha operasional program pembangunan nasional, maka sebagai prioritasnya perlu dimasukkan ke dalam muatan kurikulum sekolah (Wardati dan Kni, 2013:2).

Kewirausahaan adalah salah satu bidang yang perlu diterapkan di kampus. Menjadi wirausahawan muda merupakan kebanggaan tersendiri ditengah-tengah persaingan kerja yang kian kompetitif dan sempitnya lapangan kerja (Nuryadin, 2016). Kampus merupakan sasaran yang paling potensial untuk menumbuhkan jiwa kewirausahaan (Kominfo.go.id, 2017).

Menurut Ristekdikti (2012), perguruan tinggi sebagai salah satu mediator dan fasilitator terdepan dalam membangun generasi muda bangsa mempunyai kewajiban dalam mengajarkan, mendidik, melatih dan memotivasi mahasiswanya sehingga menjadi generasi cerdas yang mandiri, kreatif, inovatif dan mampu menciptakan berbagai peluang pekerjaan (usaha). Dengan adanya sekolah bisnis yang mempunyai mata kuliah kewirausahaan, diharapkan dapat memberi peluang terbukanya lapangan pekerjaan. Saat ini sudah banyak di Indonesia berdiri sekolah-sekolah bisnis atau universitas yang memiliki jurusan ekonomi/bisnis yang ternama.

Perkembangan teknologi dan informasi sangatlah canggih dan pesat. Hal ini dapat dilihat dengan banyaknya inovasi, yang sederhana maupun yang menghebohkan dunia. Terdapat definisi teknologi informasi, yaitu “Teknologi informasi adalah teknologi yang menggabungkan komputasi (komputer) dengan jalur komunikasi berkecepatan tinggi yang membawa data, suara dan video.” (Williams dan Swayer, 2003; dalam Kadir dan Triwahyuni, 2003:2).

Menurut Kadir dan Triwahyuni (2003), teknologi informasi dapat digunakan perusahaan untuk mencapai suatu keunggulan yang kompetitif. Salah satu teknologi informasi yang sangat berkembang saat ini adalah internet. Internet merupakan sebuah jaringan komputer yang menghubungkan satu dengan yang lainnya.



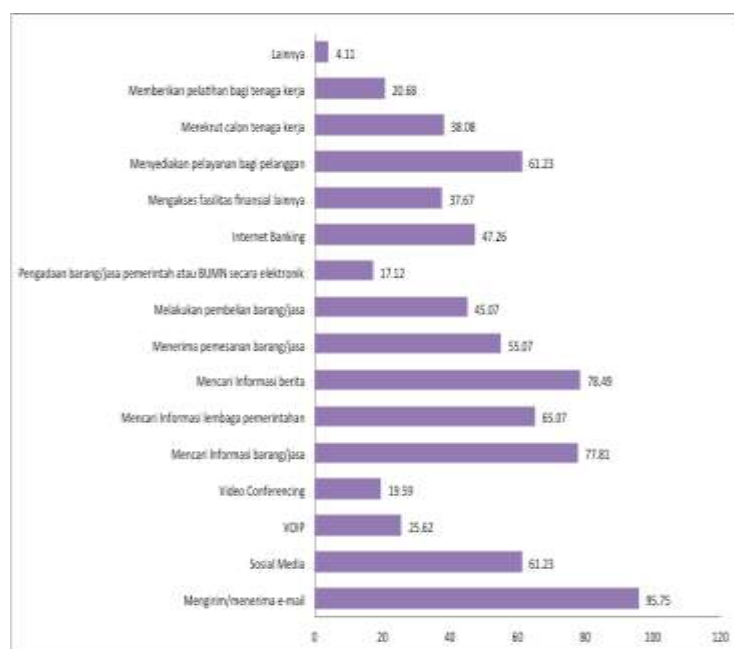
Gambar 1.1 Perkembangan Digital di Indonesia

Sumber: *wearesocialsg* (2017)

Pada gambar 1.1, menunjukkan bahwa penggunaan internet di Indonesia terdapat peningkatan yang tinggi sebesar 51% atau sebanyak 45 juta dari jumlah penduduk 262 juta, menjadi 132,7 juta orang.

Banyaknya pengguna internet di Indonesia, membawa perubahan dalam cara berbisnis, salah satunya pada berwirausaha. Kehadiran internet dan sistem *online* yang ditangani oleh teknologi komputer dan teknologi komunikasi memungkinkan penjual melakukan transaksi jual-beli secara *online*, dengan menggunakan komputer atau perangkat *mobile* untuk mengaksesnya. *E-Commerce* atau *electronic commerce* merupakan bagian penting dari perkembangan teknologi dalam dunia internet. *E-commerce* yaitu proses jual-beli berupa barang atau jasa serta informasi yang menggunakan jaringan komputer. Pemakaian sistem *e-commerce* sangat menguntungkan banyak pihak, baik penjual, produsen maupun konsumen.

Perkembangan *e-commerce* memungkinkan wirausahawan dapat dengan mudah dan murah untuk menjual produk mereka dengan membuka toko *online*. Pembelian konsumen terutama didasarkan pada tampilan di dunia maya, seperti gambar, foto, informasi berkualitas, dan *video clips* dari produk tersebut, tidak dari tampilan yang sesungguhnya. *E-commerce* dan belanja *online* sebagian besar tergantung dari tampilan untuk pengguna dan bagaimana seseorang berinteraksi dengan komputer (Park dan Kim, 2003:16).

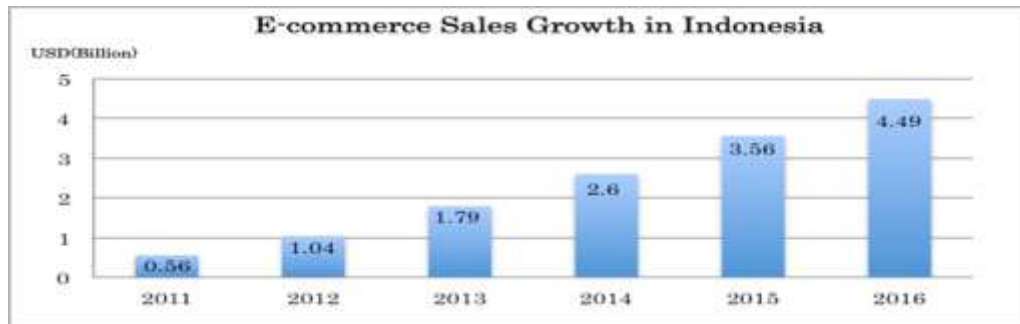


Gambar 1.2 Pola Penggunaan Internet di Indonesia

Sumber: *apjii.or.id*

Gambar 1.2 menunjukkan pola penggunaan internet di Indonesia yang bervariasi. Diantaranya terdapat aktivitas jual-beli, seperti mencari informasi barang/jasa (77,81%), menerima pemesanan barang/jasa (55,07%), dan melakukan pembelian barang/jasa (45,07%). Berdasarkan informasi diatas menunjukkan proses jual-beli melalui internet sudah digunakan masyarakat Indonesia dengan presentase yang cukup tinggi.

Melihat perkembangan dan pola pengguna internet, dapat diasumsikan bahwa internet dapat menjadi salah satu upaya untuk meningkatkan perekonomian Indonesia dengan melahirkan wirausaha-wirausaha berbasis *online*.



Gambar 1.3 Pertumbuhan *E-commerce* di Indonesia

*Sumber: Christian, 2014*

Pada gambar 1.3 menunjukkan peningkatan *e-commerce* di Indonesia pada tahun 2011 sebesar 56 ribu *dollar*, di tahun 2012 mencapai 1,04 juta *dollar*, 2013 sebesar 1,79 juta *dollar*, 2014 sebesar 2,6 juta *dollar*, di tahun 2015 sebesar 3,56 juta *dollar* dan terus meningkat di 2016 sebesar 4,49 juta *dollar*.

Menurut Veronica Utami, *Head of Marketing* Google Indonesia didampingi oleh Sinto Nugroho, *Head of Public Policy & Government Relations* Google Indonesia, bisnis *online* lebih cepat tumbuh dibandingkan bisnis *offline*. Bahkan persentase pertumbuhannya mencapai 80 persen lebih cepat dibandingkan *offline* (Karnaedi, 2017).

Ditengah persaingan global yang semakin ketat, tingkat pengangguran dan minimnya lowongan pekerjaan menjadi masalah besar dan perlu mendapat perhatian yang cukup besar yang dihadapi bangsa Indonesia. Berdasarkan Badan Pusat Statistik (BPS), jumlah angkatan kerja mengalami peningkatan pada Februari 2017 sebesar 131,55 juta orang, naik sebanyak 6,11 juta orang dibanding Agustus 2016 ([www.bps.go.id](http://www.bps.go.id), 2017).

Tingkat pengangguran di Indonesia tidak hanya dari kalangan yang tidak berpendidikan, namun juga dari kalangan yang berpendidikan. Umumnya, tenaga kerja di Indonesia adalah lulusan sekolah dasar dan tidak tamat sekolah dasar

yang jumlahnya mencapai lebih dari 50%, lalu dilanjutkan dengan lulusan SMP 18,9%, SMA 14,60%, SMK 7,8%, diploma 2,7%, dan S1 4,6% (Kompasiana.com, 2015).

Rendahnya tingkat pendidikan mempersempit akses untuk mendapatkan lapangan pekerjaan, kondisi di lapangan menunjukkan makin tinggi jenjang pendidikan, makin tinggi pula kecenderungan untuk bekerja pada pekerjaan yang diciptakan orang lain.

Saat ini berdasarkan data BPS 2016 dengan jumlah penduduk 252 juta, rasio wirausaha Indonesia sebesar 3,1% atau sebanyak 7,8 juta orang. Namun jika dibandingkan dengan negara lain, Indonesia masih lebih rendah, seperti Malaysia 5%, Cina 10%, Singapura 7%, Jepang 11%, maupun Amerika Serikat 12%. Menurut Menteri Koperasi, Puspayoga, tumbuhnya wirausaha tak lepas dari peran masyarakat bersama pemerintah yang terus berkembang, juga swasta dan kalangan mahasiswa (Budiman, 2017).

Tabel 1.1 Tingkat Pengangguran Berdasarkan Tingkat Pendidikan 2016-2017

No.	Pendidikan Tertinggi Yang Ditamatkan	2016	2017
1	Tidak/belum pernah sekolah	94,293	92,331
2	Tidak/belum tamat SD	557,418	546,897
3	SD	1,218,954	1,292,234
4	SLTP	1,313,815	1,281,240
5	SLTA Umum/SMU	1,546,699	1,552,894
6	SLTA Kejuruan/SMK	1,348,327	1,383,022
7	Akademi/Diploma	249,362	249,705
8	Universitas	695,304	606,939
Total		7,024,172	7,005,262

*Sumber: Data Badan Pusat Statistik (2017)*

Pada tabel 1.1, menunjukkan jumlah pengangguran sarjana atau lulusan universitas pada Februari 2017 mencapai 606 ribu orang. Menumbuhkan jiwa



kewirausahaan para mahasiswa dipercaya merupakan alternatif jalan keluar untuk mengurangi tingkat pengangguran, karena para sarjana diharapkan dapat menjadi wirausahawan muda yang mempunyai ilmu dan mampu merintis usahanya sendiri.

Menurut Ariamtisna (dalam Wardati dan Kirwani, 2013:2) banyaknya angka pengangguran salah satunya juga disebabkan minimnya jiwa kewirausahaan masyarakat. Masih rendahnya tingkat kewirausahaan di Indonesia dapat mempengaruhi kapasitas pertumbuhan ekonomi dalam negeri.

Bandung salah satu kota di Indonesia yang mendukung adanya program kewirausahaan. Dodi Ridwansyah, kepala dinas pemuda dan olah raga kota bandung berkomitmen untuk meningkatkan kualitas anak muda kota bandung dengan mengadakan pelatihan pelatihan salah satunya yaitu pelatihan kewirausahaan yang bertujuan untuk menghasilkan generasi wirausaha baru yang dapat mendongkrak roda perekonomian kota bandung (Fadhlorrahman, 2017). Program kewirausahaan juga didukung oleh pemerintah kota bandung yang juga berupaya meningkatkan jumlah wirausaha dan menargetkan 1000 wirausaha baru pada tahun 2017 (Kurniawan, 2017).

Tabel 1.2 Daftar Perguruan Tinggi yang Memiliki Prodi Manajemen Berdasarkan Akreditasi

<b>Perguruan Tinggi</b>	<b>Program Studi</b>	<b>Akreditasi</b>
Universitas Pendidikan Indonesia	Manajemen	A
Universitas Telkom	Manajemen	A
Universitas Padjajaran	Manajemen	A
Universitas Komputer Indonesia	Manajemen	A
Univesitas Maranatha	Manajemen	A
Institut Teknologi Bandung	Manajemen	A
Universitas Pasundan	Manajemen	A
Universitas Widyatama	Manajemen	A
Universitas Islam Bandung	Manajemen	A

(bersambung)

(sambungan)

<b>Perguruan Tinggi</b>	<b>Program Studi</b>	<b>Akreditasi</b>
Universitas Khatolik Parahyangan	Manajemen	A

Sumber: *banpt.or.id* (2016)

Berdasarkan pada tabel 1.2 terdapat beberapa perguruan tinggi di Bandung yang memiliki program studi manajemen dan berakreditasi “A”. Pada tabel ini tidak diurutkan berdasarkan peringkat terbaik. Pada program studi manajemen memiliki mata kuliah mengenai kewirausahaan yang dapat menjadi bekal mahasiswa saat lulus dari perguruan tinggi.

Tabel 1.3 12 Perguruan Tinggi Bisnis Terbaik di Indonesia Versi Webometrics

<b>Perguruan Tinggi</b>	<i>Size</i>	<i>Visibility</i>	<i>Rich File</i>	<i>Scholar</i>
Graduate Program of Management and Business, Bogor Agricultural University	72	207	29	16
Telkom Institute of Management	30	418	19	4
Institut Teknologi Bandung School of Business and Management	215	521	545	28
Malangkucecwara School of Economics	284	313	614	313
Prasetya Mulya Business School	142	504	518	511
Universitas Gadjah Mada Faculty of Economics and Business Magister Management	90	635	573	432
Stekpi School of Business and Management	40	918	813	511
PPM Institute of Management	599	748	605	511
Trisakti School of Management	582	864	725	398
Kesuma Negara School of Economics	745	907	759	511
Insurance Business School	1018	1007	975	511

(bersambung)

(sambungan)

<b>Perguruan Tinggi</b>	<b>Size</b>	<b>Visibility</b>	<b>Rich File</b>	<b>Scholar</b>
IPMI Business School	861	996	1063	511

Sumber: [www.business-schools.webometrics.info](http://www.business-schools.webometrics.info) (2013)

Pada tabel 1.3 menunjukkan 12 perguruan tinggi bisnis terbaik di Indonesia Versi Webometrics. Institut Teknologi Bandung dan Universitas Telkom yang merupakan perguruan tinggi yang berada di kota Bandung termasuk dari 12 perguruan tinggi terbaik di Indonesia versi Webometrics. Pada Institut Teknologi Bandung terdapat jurusan Bisnis Manajemen dan pada Universitas Telkom terdapat jurusan Manajemen Bisnis.

Webometric adalah salah satu perangkat untuk mengukur kemajuan perguruan tinggi melalui websitenya. Pengukuran Webometric memang hanya menekankan pada publikasi secara elektronik melalui Website, baik dari segi kualitas maupun kuantitas. Adapun kriteria yang digunakan untuk mengukur peringkat Webometric adalah *Size*, *Visibility*, *Rich file*, dan *Scholar*. Penjabarannya adalah sebagai berikut (Suyatno, 2010):

1. *Size* (S) atau Ukuran Website, yaitu jumlah halaman yang terindek oleh empat mesin pencarian utama yaitu : Google, Yahoo, Live Search dan Exalead.
2. *Visibility* (V) atau Ketertampakan Website, yaitu: jumlah keseluruhan tautan eksternal yang unik dan terdeteksi oleh Google search, Yahoo Search, Live Search and Exalead.
3. *Rich Files* (R) atau Banyaknya Dokumen, yaitu: banyaknya file yang terdeteksi, khususnya file yang memiliki tingkat relevansi terhadap aktivitas akademik dan publikasi ilmiah, dalam bentuk: Adobe Acrobat (.pdf), Adobe PostScript (.ps), Microsoft Word (.doc) dan Microsoft Powerpoint (.ppt).
4. *Scholar* (Sc) atau Kepakaran, yaitu: paper atau karya ilmiah dan kutipan-kutipan yang ditemukan dalam Google Scholar.

Menurut Veda (2017), ITB menjadi tuan rumah dalam acara *Entrepreneurs Wanted* karena ITB berada dalam peringkat ke 8 gudangnya *entrepreneur*. Hasil riset tracer study ITB menunjukkan, 7% alumni ITB angkatan 2006 hingga 2009 yang telah lulus memilih berprofesi sebagai wirausaha dengan bidang usaha paling banyak yaitu dalam bidang jasa, seni, hiburan dan kreasi, serta usaha kategori perdagangan besar dan eceran. Achmad Zaky, pendiri Bukalapak, Andi Taufan pendiri Amarnya, Reynazran Royono pendiri Snapcart, adalah beberapa entrepreneur keluaran ITB yang sukses mendirikan usaha rintisan di Indonesia.

Menurut hasil riset tracer study Universitas Telkom menunjukkan, 6,5% lulusan Universitas Telkom angkatan 2012 hingga 2015 yang telah lulus dan bekerja memilih berwirausaha. Seperti Muhammad Adriansa merintis bisnis online di bidang kuliner, lalu Nisa Salsabila, Muhammad Habibullah, Iqbal Soelaksono dan Muhammad Azwin juga sukses mendirikan usaha bisnis online di bidang fashion.

Namun, tidaklah mudah untuk mengetahui ketertarikan seorang mahasiswa terhadap kewirausahaan. 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 niat lulusan sekolah bisnis berwirausaha berbeda-beda. Hal ini didapatkan dari hasil sensus penduduk berdasarkan kepemilikan pekerjaan diketahui bahwa sebagian besar lulusan perguruan tinggi memilih bekerja sebagai karyawan dan pegawai, hanya 22,6% yang memilih menjadi wirausaha (Setiowati, 2013).

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut, menurunnya tingkat pengangguran di Indonesia berbanding lurus dengan meningkatnya jumlah wirausaha di Indonesia. Tetapi presentase lulusan sarjana yang berwirausaha masih berada di 22,6%, mata kuliah kewirausahaan yang didapat di perguruan tinggi dapat menjadi bekal mahasiswa untuk berwirausaha pada saat lulus dari perguruan tinggi, dan dapat berkontribusi meningkatkan jumlah wirausaha di

Bandung, bahkan di Indonesia, didukung dengan adanya internet mempermudah orang berwirausaha, yaitu *e-commerce* atau toko *online* maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh *Relative Advantage, Complexity, Compatibilty, Subjective Norm, dan Perceived Behavioral Control* terhadap Niat Berwirausaha *Online* pada Lulusan Sekolah Bisnis di Bandung (Studi Kasus pada Sekolah Bisnis Manajemen Institut Teknologi Bandung dan Fakultas Ekonomi Bisnis Universitas Telkom)”**.

### **1.3 Perumusan Masalah**

Pentingnya melakukan penelitian tentang faktor penentu niat berwirausaha online, dilatarbelakangi oleh meningkatnya jumlah angkatan kerja pada Februari 2017 sebesar 131,55 juta orang, naik sebanyak 6,11 juta orang dibanding Agustus 2016 ([www.bps.go.id](http://www.bps.go.id), 2017). Presentase wirausaha di Indonesia sebesar 3,1% atau sebanyak 7,8 juta orang. Namun jika dibandingkan dengan negara lain, Indonesia masih lebih rendah, seperti Malaysia 5%, Cina 10%, Singapura 7%, Jepang 11%, maupun Amerika Serikat 12%. Ekonomi kreatif sudah menjadi salah satu dari sepuluh sektor ekonomi utama di Indonesia. Pada tahun 2013, sektor ini berkontribusi 7,05% pada GDP nasional, dan diprediksi akan meningkat hingga 12% pada tahun 2019 (Pikiran Rakyat, 2017), tetapi jumlah lulusan universitas yang memilih berwirausaha hanya sebesar 22,6% (Kompasiana.com, 2015).

Perkembangan teknologi informasi dan internet yang terus berkembang juga melatarbelakangi niat seseorang dalam berwirausaha, khususnya lulusan sekolah bisnis lewat tersedianya *e-commerce*. Di Indonesia terdapat sekolah bisnis yang memiliki kualitas yang baik, dimana diharapkan lulusannya dapat menjadi seorang wirausaha. Kota Bandung merupakan kota besar yang memiliki perguruan tinggi berakreditasi “A” yang mempunyai pembelajaran yang dapat menunjang seseorang berwirausaha.

Dodi Ridwansyah, kepala dinas pemuda dan olah raga kota bandung berkomitmen untuk meningkatkan kualitas anak muda kota bandung dengan mengadakan pelatihan pelatihan salah satunya yaitu pelatihan kewirausahaan

(Fadhilurrahman, 2017). Program kewirausahaan juga didukung oleh pemerintah kota Bandung yang juga berupaya meningkatkan jumlah wirausaha dan menargetkan 1000 wirausaha baru pada tahun 2017 (Kurniawan, 2017).

Minat berwirausaha telah terbukti menjadi prediktor yang terbaik bagi perilaku kewirausahaan (Krueger et al, dalam Indarti dan Rokhima 2008). Pada penelitian ini menggunakan pendekatan *Theory of Planned Behavior* (TPB) dan *Innovation Difussion Theory* (IDT) berdasarkan pada jurnal Wang dan Lin, (2016), penelitian menggunakan model *Theory of Planned Behavior* (TPB) untuk menjelaskan dan memprediksi berbagai macam perilaku seseorang berdasarkan konstruk, *subjective norm*, dan *perceived behavioral control*. TPB sangat sesuai digunakan untuk menjelaskan berbagai perilaku di dalam kewirausahaan. Sebagaimana dikatakan oleh Ajzen bahwa TPB cocok untuk menjelaskan berbagai perilaku 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.

Dan juga menggunakan model *Innovation Difussion Theory* (IDT) untuk menjelaskan adopsi seseorang terhadap sebuah inovasi berdasarkan konstruk *relative advantage*, *compatibility*, dan *complexity*. Seorang wirausaha harus mempunyai inovasi untuk membuat bisnis mereka menjadi unik agar tidak terkalahkan oleh pesaing (Wang dan Lin, 2016:754).

#### **1.4 Pertanyaan Penelitian**

- a. Apakah Faktor penentu *Relative Advantage* mempengaruhi niat berwirausaha *online* pada lulusan sekolah bisnis di SBM ITB dan FEB Telkom?
- b. Apakah Faktor penentu *Complexity* mempengaruhi niat berwirausaha *online* pada lulusan sekolah bisnis di SBM ITB dan FEB Telkom?
- c. Apakah Faktor penentu *Compatibility* mempengaruhi niat berwirausaha *online* pada lulusan sekolah bisnis di SBM ITB dan FEB Telkom?

- d. Apakah Faktor penentu *Subjective Norm* mempengaruhi niat berwirausaha *online* pada lulusan sekolah bisnis di SBM ITB dan FEB Telkom?
- e. Apakah Faktor penentu *Perceived Behavioral Control* mempengaruhi niat berwirausaha *online* pada lulusan sekolah bisnis di SBM ITB dan FEB Telkom?
- f. Apakah Faktor penentu *Relative Advantage*, *Complexity*, *Compatibility*, *Subjective Norm*, dan *Perceived Behavioral Control* mempengaruhi niat berwirausaha *online* pada lulusan sekolah bisnis di SBM ITB dan FEB Telkom?

### **1.5 Tujuan Penelitian**

- a. Mengetahui Faktor penentu *Relative Advantage* mempengaruhi niat berwirausaha *online* pada lulusan sekolah bisnis di SBM ITB dan FEB Telkom.
- b. Mengetahui Faktor penentu *Complexity* mempengaruhi niat berwirausaha *online* pada lulusan sekolah bisnis di SBM ITB dan FEB Telkom.
- c. Mengetahui Faktor penentu *Compatibility* mempengaruhi niat berwirausaha *online* pada lulusan sekolah bisnis di SBM ITB dan FEB Telkom.
- d. Mengetahui Faktor penentu *Subjective Norm* mempengaruhi niat berwirausaha *online* pada lulusan sekolah bisnis di SBM ITB dan FEB Telkom.
- e. Mengetahui Faktor penentu *Perceived Behavioral Control* mempengaruhi niat berwirausaha *online* pada lulusan sekolah bisnis di SBM ITB dan FEB Telkom.
- f. Mengetahui Faktor penentu *Relative Advantage*, *Complexity*, *Compatibility*, *Subjective Norm*, dan *Perceived Behavioral Control* mempengaruhi niat berwirausaha *online* pada lulusan sekolah bisnis di SBM ITB dan FEB Telkom.

## **1.6 Manfaat Penelitian**

### **1.6.1 Aspek Teoritis**

#### **a. Ilmu Pengetahuan**

Mendapatkan gambaran menyeluruh tentang keterkaitan variabel *relative advantage*, *complexity*, *compatibility*, *subjective norm*, dan *perceived behavioral control* terhadap niat berwirausaha *online* pada lulusan sekolah bisnis di SBM ITB dan FEB Universitas Telkom. Instrument ini diharapkan menjadi alat ukur untuk mengevaluasi proses pembelajaran kewirausahaan di universitas. Dan Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan pengetahuan dalam pengembangan berwirausaha *online* khususnya pada lulusan sekolah bisnis di SBM ITB dan FEB Universitas Telkom.

#### **b. Bagi Peneliti Selanjutnya**

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan referensi pada penelitian-penelitian selanjutnya yang sejenis dibidang kewirausahaan khususnya mengenai niat lulusan sekolah bisnis berwirausaha online.

### **1.6.2 Aspek Praktis**

#### **a. Bagi Penulis**

Dapat menjadi tambahan wawasan dalam hal kewirausahaan serta niat dan semakin mengetahui berbagai macam hal yang melatar belakangi niat dalam berwirausaha online. Penelitian ini juga memberikan gambaran tentang pembuatan skripsi serta menambah pengetahuan dan pengalaman penelitian serta menguji kemampuan analisis masalah berdasarkan teori yang pernah di dapat selama studi, khususnya yang berhubungan dengan kewirausahaan.

#### **b. Bagi Universitas**

1. Dapat lebih mengetahui faktor-faktor apa saja yang menjadi niat lulusan sekolah bisnis di SBM ITB dan FEB Universitas Telkom dalam berwirausaha khususnya melalui bisnis online. Sehingga dapat menjadi bahan masukan untuk intitusi dimasa yang akan datang dalam meningkatkan proses pembelajaran kewirausahaan terkait aspek kurikulum



dan metode pengajaran dan mengembangkan jiwa kewirausahaan mahasiswa.

2. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan bagi akademisi, peneliti dan pembaca, khususnya pengajar dan mahasiswa, untuk mengetahui faktor apa yang dapat meningkatkan niat berwirausaha online.

c. Bagi Pemerintah

Dengan adanya peningkatan peran universitas dalam memberikan program pembelajaran kewirausahaan untuk menghasilkan *entrepreneurial graduates* di Indonesia, maka diharapkan dapat berdampak pada peningkatan ekonomi bangsa. Hal ini dapat terwujud dengan semakin tingginya penciptaan lapangan pekerjaan yang dihasilkan dari lulusan perguruan tinggi yang menjadi wirausaha.

d. Bagi Non-Pemerintah

Peningkatan proses pembelajaran kewirausahaan di universitas ini tentunya akan membutuhkan kerjasama dengan lembaga-lembaga non-pemerintah yang dapat turut serta terlibat dalam penciptaan usaha baru oleh lulusannya, misalnya yang dapat memberikan penyediaan modal kepada para pelaku usaha atau sebagai konsultan/mentor yang selalu mendampingi keberlangsungan usaha baru tersebut.

e. Bagi Lulusan Sekolah Bisnis di SBM ITB dan FEB Universitas Telkom

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai suatu gambaran tentang niat berwirausaha online. Agar dapat dijadikan dasar untuk membangun niat lulusan sekolah bisnis di SBM ITB dan FEB Universitas Telkom bagi yang belum tertarik untuk berwirausaha *online*.

f. Bagi Masyarakat

Penelitian ini diharapkan agar lulusan sekolah bisnis khususnya di SBM ITB dan FEB Universitas Telkom mampu menciptakan usaha baru sehingga membuka lapangan pekerjaan bagi masyarakat di Indonesia.

## **1.7 Ruang Lingkup Penelitian**

Penelitian ini akan membahas faktor-faktor yang menjadi penentu mahasiswa sekolah bisnis berniat untuk berwirausaha *online*. Objek penelitian adalah lulusan sekolah bisnis di Bandung dimana peneliti hanya membahas mengenai faktor-faktor penentu berwirausaha *online*. Adapun variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah variabel bebas X variabel *relative advantage* (X1), *complexity* (X2), *compatibility* (X3), *subjective norm* (X4), dan *perceived behavioral control* (X5), dan variabel terikat Y niat berwirausaha *online*. Penelitian ini menggunakan sampel lulusan sekolah bisnis di Bandung, yaitu SBM ITB dan FEB Universitas Telkom.

## **1.8 Sistematika Penulisan Tugas Akhir**

Adanya sistematika penulisan tugas akhir ini bertujuan untuk memberikan gambaran yang jelas mengenai penelitian yang dilakukan. Gambaran tersebut berisi informasi mengenai materi dan hal yang dibahas dalam tiap-tiap bab. Adapun sistematika penulisan penelitian ini adalah sebagai berikut:

### **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini merupakan penjelasan secara umum mengenai objek penelitian, latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, dan kegunaan penelitian serta sistematika penulisan.

### **BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN**

Bab ini merupakan penjelasan mengenai hasil kajian kepustakaan yang terkait dengan masalah yang akan diteliti. Bab ini meliputi uraian tentang tinjauan pustaka penelitian yang digunakan sebagai dasar dari analisis penelitian, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, hipotesis penelitian serta ruang lingkup penelitian.

### **BAB III METODE PENELITIAN**

Bab ini merupakan uraian tentang jenis penelitian, variabel operasional, tahapan penelitian, populasi dan sampel, pengumpulan data, serta teknik analisis data dan pengujian hipotesis.

#### BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan mengenai deskripsi objek penelitian, hasil analisis dan pengolahan data beserta pembahasannya, yang disajikan secara sistematis sesuai dengan lingkup penelitian serta sesuai dengan tujuan penelitian.

#### BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini akan menjelaskan mengenai kesimpulan dari hasil penelitian yang dilakukan dan disertai dengan rekomendasi atau saran.