

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum

1.1.1 Sekilas tentang Telkom University

Telkom University adalah perguruan tinggi yang dikelola oleh Yayasan Pendidikan Telkom (YPT). Dewan Pembina YPT, secara ex-officio adalah Direksi PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk (PT.Telkom). Telkom University didirikan sebagai bentuk tanggung jawab PT. Telkom untuk menjadi Good Corporate Citizenship yang ingin berkontribusi dalam upaya mencerdaskan kehidupan bangsa Indonesia.

1.1.2 Logo dan Maknanya



Gambar 1.1

- a. 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/identitas dan kebanggaan untuk bersama mengembangkan diri.
- b. Dasar perisai berupa huruf U dari 'University' sebagai landasan konsep komunitas pendidikan dan riset tingkat tinggi.
- c. 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 Visi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Telkom University Prodi MBTI

Menjadi program studi yang unggul dalam bidang manajemen dan bisnis konvergensi dengan semangat kewirausahaan di tingkat regional pada tahun 2021.

1.1.4 Misi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Telkom University Prodi MBTI

1. Menyelenggarakan pendidikan dengan semangat kewirausahaan yang unggul dan dikenal secara internasional dalam bidang manajemen dan bisnis konvergensi yang senantiasa aktual dengan kebutuhan industri dan perkembangan dunia.
2. Menyelenggarakan penelitian unggul bidang manajemen dan bisnis konvergensi.
3. Berperan aktif dalam pelayanan dan pemberdayaan masyarakat untuk meningkatkan kesejahteraan.

1.1.5 Tujuan Program Studi Manajemen Bisnis Telekomunikasi dan Informatika

Tujuan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Telkom University Prodi MBTI adalah:

- Menghasilkan lulusan yang profesional dan berintegritas tinggi serta bertakwa kepada Tuhan Yang Maha Esa.
- Menghasilkan lulusan yang memiliki pengetahuan dan keterampilan manajemen dan bisnis konvergensi sehingga meningkatkan daya saing bangsa.
- Menghasilkan lulusan yang berjiwa wirausaha sehingga mampu berkontribusi signifikan dalam peningkatan kesejahteraan masyarakat.
- Menghasilkan penelitian yang fokus pada pengembangan ilmu pengetahuan serta peningkatan kesejahteraan masyarakat.

1.1.6 Matakuliah *Entrepreneurship* di Program Studi Manajemen Bisnis Telekomunikasi dan Informatika Telkom University

Pendidikan kewirausahaan program studi Manajemen Bisnis Telekomunikasi dan Informatika Telkom University diterapkan dengan adanya matakuliah kewirausahaan sebanyak dua SKS, namun mulai tahun 2003 matakuliah

kewirausahaan diganti menjadi matakuliah Entrepreneurship I (semester enam) dan Entrepreneurship II (semester tujuh) yang masing-masingnya tiga SKS dan pada tahun 2009 matakuliah Entrepreneurship I dan II digabungkan dan menjadi empat SKS yang dilaksanakan pada semester tujuh. Angkatan yang pertama kali mendapatkan matakuliah Entrepreneurship adalah angkatan 2000 dengan tahun ajaran 2003-2004.

1.2 Latar Belakang Penelitian

Berdasarkan data survei tenaga kerja nasional tahun 2012 yang dikeluarkan oleh Badan Pusat Statistik Februari 2012 jumlah angkatan kerja di Indonesia mencapai 120,4 juta orang, bertambah sekitar 3 juta orang dibanding angkatan kerja Agustus 2011 sebesar 117,4 juta orang atau bertambah sebesar 1 juta orang dibanding Februari 2011.(jabar.bps.go.id, 2013)

Dari total angkatan kerja yang ada di Indonesia menurut badan pusat statistik tingkat pengangguran di Indonesia per Agustus 2012 adalah 6,14%, yaitu sekitar 7.3 juta masyarakat Indonesia saat ini masih menjadi pengangguran. Untuk wilayah Jawa Barat berdasarkan Badan Pusat Statistik Jawa Barat pada tahun 2012 di Jawa Barat terdapat 1.83 juta orang yang menjadi pengangguran dari total 31.59 juta penduduk yang sudah memasuki usia kerja.(jabar.bps.go.id)

Menurut sosiolog, David McClelland suatu negara bisa menjadi makmur dan ekonomi negara itu bisa lebih baik bila ada *entrepreneur* sedikitnya 2% dari jumlah penduduk. Bila dibandingkan dengan India *entrepreneur* mendekati 12%, Amerika Serikat 11.5%, Jepang 10%, Singapura 7.2%, dan Malaysia 3%. Saat ini Indonesia berpenduduk sekitar 250 juta orang, berarti seharusnya ada sekitar 4.5 juta orang yang memiliki usaha atau menjadi *entrepreneur*. Namun pada kenyataannya, di Indonesia baru terdapat sekitar 475.000 wirausaha atau hanya 0.19% dari jumlah penduduk. Jumlah ini sangat rendah bila dibandingkan dengan potensi dan wilayah republik ini yang besar. (budijayagroup.blogspot.com, 2011).

Penelitian yang dilakukan oleh *Global Entrepreneurship Monitor (GEM)* (www.ciputra.org, 2008) di 42 negara pada tahun 2006, termasuk Indonesia, mendapati terbanyak wirausahawan memulai kegiatan usaha mereka di usia 25-34 tahun. Usia ini adalah saat sebagian besar orang lulus dari perguruan tinggi atau bekerja kurang dari 10 tahun. Hal tersebut menunjukkan bahwa wirausahawan Indonesia saat ini adalah "produk" dunia pendidikan di era tahun 1978-1988, saat sekolah sekolah sangat dibatasi kreatifitasnya dan lebih banyak mengejar kuantitas isi (materi) daripada inovasi. Tidaklah heran jika kita dapati generasi wirausahawan Indonesia saat ini sangat miskin inovasi. Ditambah lagi kenyataan bahwa sebagian besar dari mereka memulai berwirausaha karena keterpaksaan (necessity), menjadikan usaha mereka sukar berkembang dan bersaing di pasar global. Sebagian besar dari mereka bukanlah wirausahawan sejati. Oleh karena itu, dunia pendidikan harus berbenah agar generasi muda dipersiapkan sejak dini. Melakukan transformasi agar kelak kita bisa melihat jutaan wirausahawan sejati dilahirkan di bumi pertiwi.

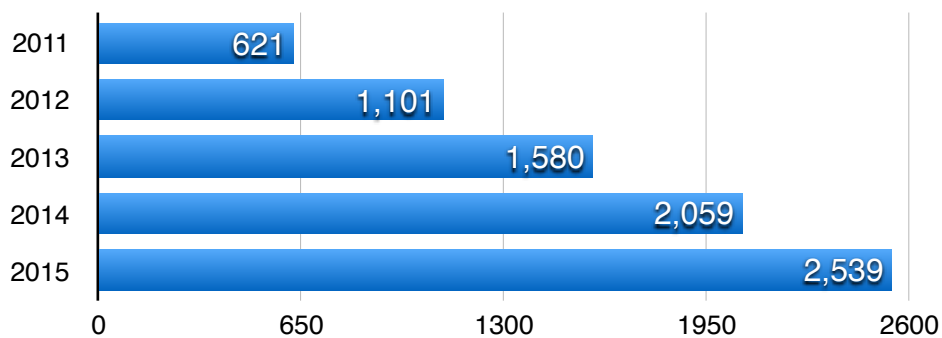
Dengan berkembangnya teknologi telekomunikasi dan internet saat ini sangatlah mudah bagi seseorang untuk memulai bisnis terutama bisnis *online*, biaya untuk memulai suatu bisnis menjadi terpengkas dan dengan kehadiran internet pula jangkauan suatu bisnis bisa menjadi tidak terbatas. Hal tersebut tidak terbayangkan di masa lalu dimana untuk berjualan harus didasarkan oleh tempat yang hadir secara fisik (outlet) . Kemudahan teknologi merubah semuanya dan hal tersebut berubah ke arah yang lebih efisien. Berdasarkan data dan proyeksi dari perusahaan pemodal ventura global, Ideosource, nilai transaksi online Indonesia pada tahun 2013 diperkirakan akan tumbuh lebih dari 70% menjadi US\$ 478 juta dibandingkan tahun 2012. Pada 2014, nilai transaksi bisnis online akan meningkat lagi menjadi US\$ 776 juta atau mengalami kenaikan lebih dari 60%. Dalam 5 tahun mulai dari akhir tahun 2013 bisnis online sudah tumbuh sebesar 60% per tahun, dan pada tahun 2018 nilai transaksi bisnis online di Indonesia akan

mencapai US\$ 5.9 milyar atau setara dengan Rp. 58 triliun. (www.updateterus.com, 2013)

Ada beberapa alasan yang membuat bisnis *online* sangat menggiurkan saat ini diantara lain adalah:

- Dapat menembus pasar internasional.
- Dapat membidik konsumen yang lebih bervariasi.
- Modal yang lebih sedikit.
- Tidak memerlukan tempat usaha.
- Promosi yang tidak terbatas selama 24 jam.
- Tidak memakan waktu karena tidak perlu harus berada didepan komputer setiap saat.

Dari beberapa kelebihan diatas dapat dilihat bahwa membuka bisnis *online* sangatlah menggiurkan dan mudah, selain itu juga kita dapat tetap melakukan pekerjaan sehari-hari kita dan membuka usaha *online* disaat yang hampir bersamaan. (masharto.blogspot.com).



Sumber: Kontan, (2014)
Gambar 1.2

Gambar diatas menunjukkan pasar *E-commerce* di Indonesia, dimana dapat kita lihat bahwa setiap tahunnya terjadi peningkatan yang sangat signifikan dan pasar tersebut akan terus tumbuh dan membuka pasar yang besar bagi masyarakat Indonesia yang tertarik dalam membuka usaha *online*.

Di Telkom University matakuliah *Entrepreneur* merupakan salah satu matakuliah wajib yang harus dijalani oleh setiap mahasiswa, dalam pembelajaran matakuliah ini mahasiswa diajarkan untuk menjadi seorang wirausahawan yang baik dan sukses, selain itu mahasiswa Telkom University juga diberikan tugas praktek membuka usaha sendiri dan akan dilakukan bazar dan evaluasi diakhir semester.

Di Telkom University dengan salah satu *value*-nya adalah menciptakan Jiwa kewirausahaan, telah memasukkan mata kuliah *Entrepreneurship* dalam kurikulum pembelajaran. Berdasarkan latar belakang diatas, penulis ingin tahu bagaimanakah pengaruh pembelajaran matakuliah *entrepreneurship* terhadap minat wirausaha online mahasiswa Telkom University.

1.3 Rumusan Masalah

1. Bagaimana pelaksanaan matakuliah *Entrepreneurship* di Program Studi Manajemen Bisnis Telekomunikasi dan Informatika (MBTI) Telkom University menurut mahasiswa tahun ajaran 2012-2013?
2. Bagaimana minat mahasiswa Program Studi Manajemen Bisnis Telekomunikasi dan Informatika (MBTI) Telkom University dalam membuka usaha sendiri?
3. Berapa besar pengaruh pembelajaran matakuliah *Entrepreneurship* terhadap minat usaha usaha *online*?

1.4 Tujuan Peneleitian

1. Untuk mengetahui pelaksanaan matakuliah *Entrepreneurship* di Telkom University.
2. Untuk mengetahui minat mahasiswa di Telkom University.
3. Untuk mengetahui besar pengaruh pembelajaran matakuliah *Entrepreneurship* terhadap minat berwirausaha khususnya dalam usaha *online*.

1.5 Kegunaan Penelitian

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

1. Kegunaan Akademis

- a. Dengan penelitian ini dapat membantu penulis menambah wawasan dan pengetahuan.
- b. Dengan adanya penelitian ini penulis berharap dapat meningkatkan minat usaha mahasiswa Telkom University terutama dalam usaha *online*.
- c. Dapat mengetahui seberapa besar matakuliah *Entrepreneurship* mempengaruhi minat usaha *online* mahasiswa Program Studi MBTI.
- d. Dapat menjadi referensi bagi penelitian berikutnya.

2. Kegunaan Praktisi

- a. Melalui penelitian ini, penulis mengharapkan mahasiswa yang telah mengikuti matakuliah *Entrepreneurship* dapat menciptakan usahanya sendiri dan dapat membuka lapangan pekerjaan.
- b. Dengan penelitian ini, penulis berharap membangun minat usaha *online* bagi mahasiswa Telkom University.

1.6 Batasan Penelitian

Penelitian ini memerlukan batasan yang bertujuan untuk menjaga konsistensi tujuan dari penelitian sehingga masalah yang dihadapi tidak meluas dan pembahasan lebih terarah. Batasan penelitian ini adalah:

1. Penelitian dilakukan terhadap para mahasiswa Telkom University program studi Manajemen Bisnis Telekomunikasi dan Informatika Fakultas Ekonomi dan Bisnis tahun ajaran 2012-2013.
2. Penelitian dilakukan terhadap mahasiswa program studi Manajemen Bisnis Telekomunikasi dan Informatika yang telah mengikuti matakuliah *Entrepreneurship* tahun ajaran 2012-2013.

Penelitian ini dilakukan pada bulan Mei 2013 dimana pada saat itu Telkom University masih berbentuk Institut Manajemen Telkom, dan mahasiswa yang telah mengikuti matakuliah *entrepreneurship* pada saat itu masih mengikuti program perkuliahan yang lama.

1.7 Sistematika Penulisan

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

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan teori-teori yang berhubungan dengan masalah yang dibahas.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN

Merupakan tinjauan pustaka yang berisi bahasan serta teori lain yang mendukung pemahaman mengenai penelitian ini.

BAB III METODE PENELITIAN

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

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

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

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini memberikan kesimpulan dari hasil penelitian dan saran.