

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Konteks Penelitian**

Memasuki abad ke-21 semua bangsa akan dihadapkan pada berbagai macam tantangan yang serius dan amat mendasar, utamanya berkaitan dengan kompetisi yang berdimensi global. Di antara kemajuan-kemajuan teknologi, menurunnya biaya transportasi dan komunikasi, dan inovasi luas yang begitu pesat, batas-batas negara dan bangsa tak lagi menjadi hambatan. Di masa lalu, kebanyakan orang jarang berdagang ke luar negeri; sekarang, banyak barang buatan luar negeri yang kita pakai sehari-hari (Hovey,dkk 2009). Perubahan lingkungan strategis yang ditandai oleh kecenderungan globalisasi yang berlangsung secara intensif, akseleratif, melanda semua bangsa di dunia (Ginandjar 1997). Menurut Harmoko (1998) arus globalisasi akan benar-benar meneter ketahanan kultural, ideologis serta religiositas bangsa Indonesia pada era 2003 (globalisasi AFTA) serta era 2020 (globalisasi total). Menurut survey yang dilakukan BPS (Badan Pusat Statistik) jumlah pengangguran di Indonesia tahun 2010 tercatat 8,319,779 orang, diantaranya adalah lulusan SMA, SMK, program diploma dan universitas.

Sosiolog David McClelland berpendapat, "Suatu negara bisa menjadi makmur bila ada *entrepreneur* (pengusaha) sedikitnya 2% dari jumlah penduduknya". Sedangkan Indonesia hanya 0,18% dari jumlah penduduk atau sekitar 400.000 orang saja yang menjadi pengusaha. Indonesia masih jauh dari angka kemakmuran jika dibandingkan dengan negara tetangga Singapore, mereka

memiliki 7% dari jumlah penduduk atau 355.600 orang sebagai pengusaha. Alhasil sampai saat ini Singapore kekurangan tenaga kerja dan mengimport dari luar (Budiwiyono, 2009).

Semakin maju suatu negara semakin banyak orang yang terdidik, dan banyak pula orang yang menganggur, maka semakin dirasakan pentingnya dunia *entrepreneur*. Pembangunan akan lebih berhasil jika ditunjang oleh para *entrepreneur* yang dapat membuka lapangan kerja karena kemampuan pemerintah sangat terbatas. Pemerintah tidak akan mampu menggarap semua pembangunan karena sangat banyak membutuhkan anggaran belanja, personalia, dan pengawasan. Oleh sebab itu, wirausaha merupakan potensi pembangunan, baik dalam jumlah maupun dalam mutu wirausaha itu sendiri. Sekarang ini kita menghadapi kenyataan bahwa jumlah *entrepreneur* Indonesia masih sedikit dan mutunya belum bisa dikatakan hebat, sehingga persoalan pembangunan wirausaha Indonesia merupakan persoalan mendesak bagi suksesnya pembangunan. Jika kita perhatikan manfaat adanya *entrepreneur* banyak sekali. Lebih rinci manfaatnya antara lain (Buchari Alma, 2009) :

1. Menambah daya tampung tenaga kerja, sehingga dapat mengurangi pengangguran.
2. Sebagai generator pembangunan lingkungan, bidang produksi, distribusi, kesejahteraan, dan sebagainya.
3. Menjadi contoh bagi anggota masyarakat lain, sebagai pribadi unggul yang patut dicontoh, diteladani, karena seorang *entrepreneur* itu adalah

terpuji, jujur, berani, hidup tidak merugikan orang lain.

4. Selalu menghormati hukum dan peraturan yang berlaku, berusaha selalu menjaga dan membangun lingkungan.
5. Berusaha memberi bantuan kepada orang lain dan pembangunan sosial sesuai dengan kemampuannya.
6. Berusaha mendidik karyawan menjadi orang mandiri, disiplin, jujur, tekun dalam menghadapi pekerjaan.
7. Memberi contoh bagaimana kita harus bekerja keras, tetapi tidak melupakan perintah-perintah agama.
8. Hidup secara efisien, tidak berfoya-foya dan tidak boros.
9. Memelihara keserasian lingkungan, baik dalam pergaulan maupun kebersihan lingkungan.

Melihat banyaknya manfaat adanya *entrepreneur* diatas, maka terdapat dua darma bakti para *entrepreneur* terhadap pembangunan bangsa, yaitu :

1. Sebagai *entrepreneur*, memberikan darma baktinya melancarkan proses produksi, distribusi, dan konsumsi. Wirausaha mengatasi kesulitan lapangan kerja, meningkatkan pendapatan masyarakat.
2. Sebagai pejuang bangsa dalam bidang ekonomi, meningkatkan ketahanan nasional, mengurangi ketergantungan pada bangsa lain.

Demikian besar darma bakti yang dapat disumbangkan oleh para *entrepreneur* terhadap pembangunan bangsa, namun masih banyak problem-problem yang dihadapi para *entrepreneur* dan orang kurang berminat menekuni profesi tersebut. Penyebab dari kurangnya minat ini mempunyai latar

belakang pandangan negatif masyarakat, antara lain sifat agresif, bersaing, egois, tidak jujur, kikir, sumber penghasilan tidak stabil, kurang terhormat, pekerjaan rendah, dan sebagainya. Pandangan semacam ini dianut oleh sebagian besar penduduk, sehingga mereka tidak tertarik dengan dunia wirausaha. Mereka tidak ingin anak-anaknya menerjuni bidang ini, dan berusaha mengalihkan perhatian anak untuk menjadi pegawai negeri, apalagi bila anaknya sudah bertitel lulus perguruan tinggi. Mereka mengatakan, “untuk apa sekolah tinggi, jika hanya mau jadi pedagang.” pandangan seperti ini sudah berkesan jauh di lubuk hati sebagian rakyat kita, mulai sejak zaman penjajahan Belanda sampai beberapa dekade masa kemerdekaan. Pandangan seperti ini menyebabkan rakyat Indonesia tidak termotivasi terjun ke dunia bisnis. Kita tertinggal jauh dari negara tetangga, yang seakan-akan memiliki spesialisasi dalam profesi bisnis. Mereka dapat mengembangkan bisnis besar-besaran mulai dari industri hulu sampai ke industri hilir, meliputi usaha jasa, perbankan, perdagangan besar (grosir), perdagangan eceran besar (department store, swalayan), eceran kecil (retail), eksportir, importir, dan berbagai bentuk usaha lainya dalam berbagai jenis komoditi (Winardi 2008).

Rakyat Indonesia yang sebagian besar beragama Islam lupa, tidak banyak mengetahui akan ajaran Islam tentang pekerjaan di bidang bisnis. Pernah Rasulullah Saw. Ditanya oleh para sahabat, Pekerjaan apakah yang paling baik ya Rasulullah? Rasulullah menjawab, seseorang bekerja dengan tanganya sendiri dan setiap jual beli yang bersih (HR. Al-Bazzar). Jual beli yang bersih berarti sebagian dari profesi bisnis. Selain itu para ulama telah sepakat mengenai kebaikan

pekerjaan dagang (jual beli), sebagai perkara yang telah dipraktikkan sejak zaman Nabi hingga masa kini. Dalam hadis lain Rasulullah bersabda, pedagang yang jujur lagi terpercaya adalah bersama-sama para Nabi, orang shadiqiin, dan para syuhada (HR. Tirmidzi dan Hakim). Memang demikian, menjadi seorang *entrepreneur* dalam menjalankan kegiatannya (berbisnis) harus dilandasi dengan kejujuran. Apabila orang berbisnis tidak jujur, maka tanggunglah kehancurannya. Apabila ia jujur, maka ia akan mendapat keuntungan dari segala penjuru yang tidak ia duga dari mana datangnya, demikian menurut ajaran agama.

Saat ini, banyak anak muda mulai tertarik dan melirik profesi bisnis yang cukup menjanjikan masa depan cerah. Diawali oleh anak-anak pejabat, para sarjana dan diploma lulusan perguruan tinggi, sudah mulai terjun ke pekerjaan bidang bisnis. Kaum remaja zaman sekarang, dengan latar belakang profesi orang tua yang beraneka ragam mulai mengarahkan pandangannya ke bidang bisnis. Hal ini didorong oleh persaingan diantara pencari kerja yang mulai ketat. Lowongan pekerjaan mulai terasa sempit. Posisi pegawai negeri kurang menarik, ditambah lagi dengan *policy zero growth* oleh pemerintah dalam bidang kepegawaian. Saat ini orang tua sudah tidak berpandangan negatif lagi pada dunia bisnis. Anak-anak muda tidak lagi malu berdagang. Bahkan para artis banyak terjun ke dunia bisnis yang bergerak dalam berbagai komoditi.

Peter Drucker (1993) dalam Tama (2010) menyatakan bahwa seluruh proses perubahan ekonomi pada akhirnya tergantung dari orang yang menyebabkan timbulnya perubahan tersebut yakni sang "*entrepreneur*".

Kebanyakan perusahaan yang sedang tumbuh dan yang bersifat inovatif menunjukkan suatu jiwa (spirit) *entrepreneur*. Korporasi-korporasi berupaya untuk mendorong para manajer mereka menjadi orang-orang yang berjiwa *entrepreneur*, universitas-universitas sedang mengembangkan program-program *entrepreneurship*, dan para *entrepreneur* individual menimbulkan perubahan-perubahan dramatik dalam masyarakat. Keberhasilan pembangunan yang dicapai oleh negara Jepang ternyata disponsori oleh para *entrepreneur* yang berjumlah 2 % tingkat sedang, berwirausaha kecil sebanyak 20% dari jumlah penduduknya. Inilah kunci keberhasilan pembangunan negara Jepang.

Saat ini negara kita mulai menyebarluaskan pengetahuan kewirausahaan. Perguruan tinggi mewajibkan semua jurusan untuk memberikan mata kuliah kewirausahaan yang bertujuan agar lulusan perguruan tinggi tidak bingung dan canggung terjun ke masyarakat, mereka memiliki mental seorang *entrepreneur* dan dapat mengenal pepohonan wirausaha yang akan dirintis, tidak gelap lagi seperti melihat hutan rimba, tidak tau arah tujuan. Tidak lagi menyalahkan perguruan tingginya, yang menghasilkan lulusan menjadi penganggur, pemerintah juga sudah mengupayakan pemberian kredit agar dipermudah (Tama, 2010).

Di Jawa Timur memiliki jumlah penduduk 37.070.731 jiwa, pada bulan Januari 2009 jumlah pengangguran tercatat 1.000.256 orang (Budi Kurniawan 2011). Sedangkan Kota Malang yang memiliki 894.653 penduduk pada tahun 2010 pengangguran tercatat 11 ribu orang lebih. Sebagai kota pendidikan angka pengangguran tersebut masih tergolong banyak dan harus di kurangi, Salah satu

visi kota Malang yaitu “menuju masyarakat yang maju dan mandiri. Pengertian masyarakat yang maju dan mandiri adalah sebagai berikut: Masyarakat yang maju adalah masyarakat yang maju dalam penguasaan ilmu dan teknologi, maju dalam derajat kesehatannya dan maju dalam mengembangkan budaya dan pariwisatanya; Masyarakat yang mandiri adalah masyarakat yang mampu membiayai sendiri semua kebutuhan dan aktifitas yang dilakukannya”.

Perguruan tinggi negeri kota Malang menjadi pilihan lokasi penelitian dengan pertimbangan sebagai kampus yang berkompeten. Dengan latar belakang kota Malang sebagai kota pendidikan, pariwisata dan industri, tentunya banyak sekali peluang yang tersedia bagi *entrepreneur* mahasiswa untuk berkarya, berinovasi, serta mengenalkan produknya.

Bertitik tolak dari uraian di atas, maka dalam penyusunan skripsi ini penulis tertarik untuk mengambil judul **“KARAKTERISTIK *ENTREPRENEUR* MAHASISWA** (Studi Pada *Entrepreneur* di Perguruan Tinggi Negeri Kota Malang)”.

## 1.2 Fokus Penelitian

Berdasarkan konteks penelitian di atas beberapa permasalahan pokok yang dapat dirumuskan adalah karakteristik apa saja yang dimiliki seorang *entrepreneur* mahasiswa?

## 1.3 Tujuan Penelitian dan Kegunaan Penelitian

### 1.3.1 Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui dan memahami karakteristik *entrepreneur* mahasiswa.

### 1.3.2 Kegunaan Penelitian

#### 1. Teoritis

- a. Untuk mengembangkan ilmu manajemen bidang manajemen sumber daya manusia mengenai karakteristik *entrepreneur* mahasiswa.
- b. Dapat di gunakan sebagai landasan bagi penelitian berikutnya yang ada relevansinya dengan masalah ini.

#### 2. Praktis

Memberikan informasi yang bermanfaat kepada seluruh lapisan masyarakat di Indonesia tentang karakteristik *entrepreneur* mahasiswa baik yang sedang menjalani studi, berwirausaha maupun yang akan/sedang menjalani di dunia karir.

#### 1.4 Batasan Penelitian

Berdasarkan pada konteks penelitian dan fokus penelitian diatas, supaya dalam pembahasan ini tidak menimbulkan pengertian ganda, maka sangat perlu kiranya diberikan batasan-batasan masalah.

1. Meneliti karakteristik *entrepreneur* mahasiswa melalui pendekatan kualitatif.
2. Penelitian ini akan dilaksanakan observasi dan wawancara pada *entrepreneur* mahasiswa di perguruan tinggi negeri kota Malang (UNIBRAW, UM, UIN MALIKI Malang).
3. Daftar pertanyaan wawancara yang dilakukan akan dilandasi oleh teori karakteristik *entrepreneur* milik Longenecker (2001) agar tidak melebar.