

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Sehubungan dengan kewirausahaan, maka tidak dapat lepas dari individu-individu yang terlibat di dalamnya. Individu yang bergelut didalam kewirausahaan biasa disebut dengan wirausaha. Menurut dari kamus besar bahasa indonesia, wirausaha adalah orang yang pandai atau berbakat mengenali produk baru, menentukan cara produksi baru, menyusun operasi untuk mengadakan produk baru, mengatur permodalan operasinya serta memasarkannya. (Schumpeter, Business Cycles, 1939) menyatakan wirausaha adalah orang yang mampu mendobrak system ekonomi yang ada dengan memperkenalkan barang dan jasa yang baru, dengan menciptakan bentuk organisasi yang baru atau mengolah bahan baku. Berikut ada 14 jenis usaha dan tenaga kerja yang mampu di serap oleh wirausaha yang menjadi perhatian khusus di Jepara pada tahun 2015 pada tabel 1.1.

Tabel 1. 1
Banyaknya Unit Usaha dan tenaga kerja
menurut Industri Kecil Menengah (IKM) Kab. Jepara

JENIS INDUSTRI KECIL MENENGAH (IKM) <i>The Type of Small and Midle Industry</i>	Unit Usaha <i>Business Unit</i>	Tenaga Kerja <i>Employee</i>
(1)	(2)	(3)
1 Furniture Kayu / <i>Furniture of Wood</i>	5.870	75.603
2 Kerajinan Rotan / Craft <i>of Rattan</i>	846	4.665
3 Tenun Ikat / Weave	724	11.087
4 Monel / Monel	638	1.959
5 Gerabah / Poltery	94	363
6 Genteng / Tile	3.688	11.064
7 Rokok Kretek / <i>Cigarettes</i>	29	1.270
8 Kerajinan Kayu / Craft <i>of Wood</i>	1.346	8.830
9 Makanan / Foods	2.788	13.171
10 Konveksi / Convection	2.043	11.555
11 Bordir / Embroidery	318	2.012
12 Mainan Anak / Toy	228	1.612
13 Kerajinan Simping / <i>Craft of Clamshell</i>	29	185
14 Kerajinan Kuningan / <i>Craft of Brass</i>	54	162
Jepara	18.695	143.538

Sumber: Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kab.Jepara

Dari data diatas dapat dilihat sudah ada 14 usaha yang menjadi perhatian khusus di Kabupaten Jepara. Dari usaha yang ada diatas, bidang Furniture Kayu yang memiliki banyak cabang unit yaitu sebanyak 5.870 Usaha dengan 75.603 tenaga kerja, adapun yang berikutnya usaha Genteng sebanyak 3.688 unit dengan 11.064 tenaga kerja, setelah usaha Genteng ada usaha Makanan yaitu sebanyak 2.788 unit dengan 13.171 tenaga

kerja. Ternyata masih sangat kurang pengusaha yang ada di Jera untuk meningkatkan dan memajukan perekonomian Indonesia termasuk perekonomian jera.

Wirausahawan yang berhasil, salah satu kuncinya memiliki kepribadian yang unggul. Kepribadian tersebut kadangkala membedakannya dari kebanyakan orang. Gambaran ideal seorang wirausahawan. Menurut (Alma, 2010) wirausahawan adalah orang yang dalam keadaan bagaimanapun daruratnya, tetap mampu berdiri atas kemampuan sendiri untuk menolong dirinya keluar dari kesulitan yang dihadapi, termasuk mengatasi kemiskinan tanpa bantuan siapapun. Bahkan dalam keadaan yang biasa (tidak darurat), mampu menjadikan dirinya maju, kaya, berhasil lahir dan bathin. Oleh karena itu, hendaknya Mahasiswa memiliki potensi kepribadian wirausaha agar kelak mampu mandiri, menolong dirinya sendiri dalam menghadapi kesulitan hidup, bahkan mampu membuka peluang kerja bagi dirinya dan orang lain.

Menurut (Alma, 2010) yang paling mendorong seseorang untuk memasuki karir wirausaha adalah adanya (1) *personal attributes* dan (2) *personal environment*. Hasil-hasil penelitian menyebutkan bahwa minat Berwirausaha dipengaruhi oleh potensi kepribadian wirausaha dan lingkungan.

Kewirausahaan dapat diajarkan melalui pendidikan dan pelatihan. “*entrepreneurship has models, processes, and case studies that allow the topic to be studied and the knowledge to be acquired*” (Kuratko, 2007).

Realita di lapangan, sistem pembelajaran saat ini belum sepenuhnya secara efektif membangun peserta didik memiliki akhlak mulia dan karakter bangsa termasuk karakter wirausaha. Proses pembelajaran di Perkuliahan belum sepenuhnya mampu membangun potensi kepribadian wirausaha. Hal ini antara lain ditunjukkan dengan jumlah pengangguran yang relatif tinggi, jumlah wirausaha yang masih relatif sedikit, dan terjadinya degradasi moral.

Pembekalan pengetahuan kewirausahaan kepada Mahasiswa sangat perlu dilakukan. Semakin tinggi pengetahuan kewirausahaan terhadap Mahasiswaakan semakin terbuka wawasannya tentang kewirausahaan. Hasil-hasil penelitian menyimpulkan bahwa pengetahuan kewirausahaan berpengaruh terhadap minat Berwirausaha.Perguruan Tinggi idealnya dapat membantu pembentukan minatBerwirausaha pada Mahasiswa.Namun, masih banyak Mahasiswa hanya menitikberatkan pembelajaran pada aspek pengetahuan saja dan belum mampu mengkondisikan lingkungan Perguruan Tinggi yang dapat menumbuhkan minat siswa Berwirausaha. Proses pembelajaran yang selama ini hanya dititikberatkan pada aspek pengetahuan semestinya diikuti dengan pembelajaran keterampilan wirausaha di lapangan.

Karena diharapkan mahasiswa tidak hanya menjadi pegawai saat mereka sudah menyelesaikan pembelajaran dibangku perkuliahan, melainkan mereka diharapkan mampu menciptakan lapangan pekerjaan bagi masyarakat sekitar mereka khususnya di Jepara.

Salahsatu upaya untuk mengurangi masalah pengangguran lulusan perguruan tinggi tersebut adalah dengan merubah pola pikir masyarakat

khususnya lulusan sarjana, dari mencari kerja menjadi menciptakan lapangan pekerjaan. Salah satu caranya dengan cara Berwirausaha. Menurut Ketua Umum Badan Pengurus Pusat Himpunan Pengusaha Muda Indonesia (BPP HIPMI) Bahlil Lahadalia mengatakan “saat ini Indonesia baru memiliki 1,5 persen pengusaha dari sekitar 252 juta penduduk Tanah Air. Indonesia masih membutuhkan 1,7 juta pengusaha untuk mencapai angka 2 persen, sedangkan di Negara Asean seperti Singapura tercatat sebanyak 7 persen, Malaysia 5 persen, Thailand 4,5 persen, dan Vietnam 3,3 persen jumlah pengusahanya”(Himawan, 2016).

Hal ini sangat menyedihkan yakni masih cukup banyak yang menjadi pengusaha karena faktor tidak sengaja atau kecelakaan, banyak alasan sebagian orang menjadi pengusaha karena terpaksa menggantikan orang tuanya melanjutkan usahanya. Pola pikir tentang pekerjaan di kalangan mahasiswa adalah bekerja di instansi pemerintahan karena pekerjaan yang mudah dan mendapat gaji yang tinggi. Sementara dalam kenyataannya, kemampuan pemerintah dalam melakukan perekrutan pegawai baru juga sangatlah terbatas. Minat Berwirausaha tidaklah tumbuh secara instan, karena memerlukan tahap dan proses sesuai dengan kepribadian masing-masing orang. Oleh karena itu, langkah yang paling mudah adalah minat Berwirausaha harus dipupuk sejak muda. Di waktu masa perkuliahan dan setelah lulus kuliah adalah waktu yang ideal untuk menumbuhkan minat tersebut.

Dari beberapa penelitian terdahulu penulis menemukan adanya *gap* variabel pengetahuan kewirausahaan, kepribadian dan lingkungan terhadap

minat Berwirausaha pada alumni mahasiswa fakultas ekonomin dan bisnis Unisnu Jepara. Dalam penelitian (Wahyudi, 2018) pengetahuan kewirausahaan dan kepribadian secara simultan hasilnya tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat Berwirausaha. Sedangkan penelitian (Supriaman, 2019) Terdapat pengaruh positif pengetahuan kewirausahaan terhadap minat Berwirausaha dan (Aprilianty, 2012) Potensi kepribadian wirausaha dan lingkungan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat Berwirausaha. Sedangkan pada hasil penelitian (Hamzah Kamma, 2018) Variabel Lingkungan keluarga dan masyarakat tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat mahasiswa Berwirausaha.

Selain adanya *gap* yang mendukung tentang penelitian ini, terdapat beberapa permasalahan pada lulusan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Unisnu Jepara yang masih sedikit.

Dengan melihat hasil dari penelitian terdahulu sebelumnya terdapat *gap* yang mengatak bahwa pengetahuan kewirausahaan, kepribadian dan lingkungan tidak berpengaruh terhadap minat Berwirausaha. Dengan demikian penelitian ini layak untuk diteliti kembali dengan obyek yang berbeda yaitu pada Alumni Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Unisnu Jepara, karena didalam proses belajar di Unisnu sudah mempelajari tentang ilmu kewirausahaan, ekonomi bisnis dan lainnya. Dengan demikian peneliti tertarik Untuk mengetahui pengaruh **“Pengetahuan Kewirausahaan, Kepribadian dan Lingkungan terhadap minat Berwirausaha pada Alumni Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Unisnu Jepara”**.

1.2. Ruang Lingkup

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, penulis membatasi masalah Pengetahuan Kewirausahaan, Kepribadian dan Lingkungan terhadap minat Berwirausaha pada mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis Unisnu Jepara. Penelitian ini termasuk dalam kategori penelitian jenis kuantitatif, teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan metode kuesioner. Kuesioner merupakan cara dimana peneliti mencari data dengan menyebarkan pertanyaan kepada konsumen/responden alumni mahasiswa Fakultas Ekonomi dan bisnis Unisnu Jepara.

1.3. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka dapat dirumuskan permasalahan dalam penelitian ini yaitu Minat Berwirausaha. Bagaimana mengetahui hubungan variabel minat Berwirausaha dengan variabel yang mempengaruhi dengan pernyataan sebagai berikut :

1. Apakah Pengetahuan Kewirausahaan, Berpengaruh Terhadap Minat Berwirausaha Pada Alumni Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Unisnu Jepara?
2. Apakah Kepribadian, Berpengaruh Terhadap Minat Berwirausaha Pada Alumni Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Unisnu Jepara?
3. Apakah Lingkungan, Berpengaruh Terhadap Minat Berwirausaha Pada Alumni Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Unisnu Jepara?

4. Apakah Pengetahuan Kewirausahaan, Kepribadian dan Lingkungan Berpengaruh Terhadap Minat Berwirausaha Pada Alumni Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Unisnu Jepara?

1.4. Batasan masalah

Berdasarkan identifikasi masalah terkait yang diperoleh maka terdapat batasan masalah yang menitik beratkan pada Pengetahuan Kewirausahaan, Kepribadian Dan Lingkungan Terhadap Minat Berwirausaha (Pada Alumni Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Unisnu Jepara) meliputi:

1. Tingkatan Menentukan Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha (Pada Alumni Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Unisnu Jepara).
2. Tingkatan Menentukan Kepribadian Terhadap Minat Berwirausaha (Pada Alumni Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Unisnu Jepara).
3. Tingkatan Menentukan Lingkungan Terhadap Minat Berwirausaha (Pada Alumni Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Unisnu Jepara).

1.5. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah adapun tujuan penelitian untuk mengetahui hubungan minat beli ulang dengan variabel independen yang mempengaruhinya, yaitu sebagai berikut :

1. Untuk Mengetahui Pengetahuan Kewirausahaan, Berpengaruh Terhadap Minat Berwirausaha (Pada Alumni Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Unisnu Jepara).

2. Untuk Mengetahui Kepribadian, Berpengaruh Terhadap Minat Berwirausaha (Pada Alumni Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Unisnu Jepara).
3. Untuk Mengetahui Lingkungan, Berpengaruh Terhadap Minat Berwirausaha (Pada Alumni Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Unisnu Jepara).
4. Untuk Mengetahui Pengetahuan Kewirausahaan, Kepribadian dan Prilaku Berpengaruh Terhadap Minat Berwirausaha (Pada Alumni Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Unisnu Jepara).

1.6. Manfaat Penelitian

Hasil dalam penelitian ini diharapkan untuk dapat memberikan manfaat kepada beberapa pihak antara lain :

1. Manfaat teoritis
 - a. Sebagai pengembangan dalam ilmu pengetahuan, dan memberikan ilmu dari karya peneliti baru yang diharapkan dapat memberikan dampak serta mendukung dalam pengembangan penelitian sejenis.
 - b. Bagi peneliti menambah wawasan dengan diaplikasikanya ilmu tersebut yang diperoleh dari penelusuran secara langsung dilapangan.
 - c. Sebagai acuan bagi peneliti lain terhadap pengembangan maupun dalam penelitian yang sejenis.
 - d. Diharapkan dapat memberikan sumbangan baru terhadap ilmu pengetahuan khususnya keterkaitanya dengan kewirausahaan
2. Manfaat praktis

- a. Menambah wawasan dari berbagai pemahaman pada pelaku Wirausaha.
- b. Memberikan pemahaman tentang Pengetahuan Kewirausahaan, Kepribadian dan Prilaku Berpengaruh Terhadap Minat Berwirausaha.
- c. Menambah wawasan yang berkaitan dengan perkembangan teknologi saat ini yang selanjutnya dijadikan acuan dalam pengembangan yang lebih luas dan akurat.
- d. Memberikan pengembangan pada sistem informasi melalui teknologi media *online* yang terintegrasi sehingga dapat memperoleh informasi dan penanganan secara cepat dan relevan serta tepat waktu agar dapat menambah pemahaman dalam minat beli ulang konsumen.

