BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Di Indonesia diperkirakan ada lebih dari 9 juta pengangguran dan 40 juta rakyat yang tergolong ekonomi lemah (Nurseto, 2010). International Labor Organization (ILO) mencatat jumlah pengangguran terbuka pada tahun 2009 di Indonesia berjumlah 9,6 juta jiwa (Suharti & Sirine, 2011), dan 10% diantaranya adalah sarjana (Nasrun dalam Suharti & Sirine, 2011). Tingkat pengangguran pada tahun 2006 adalah sebesar 10,3%. Namun lapangan pekerjaan yang tercipta ini masih jauh dari memadai untuk mengakomodir pengangguran di Indonesia. Hal tersebut dapat teratasi apabila lapangan pekerjaan baru dibuka lebih banyak lagi.

Reynolds dkk (dalam Kraus & Kauranen, 1999) mengusulkan bahwa 15% dari perusahaan berkembang tinggi dapat menciptakan 94% lapangan pekerjaan baru. Menurut Shumpeter (dalam Priyanto, 2009), *entrepreneurship* merupakan komponen vital dalam pembangunan ekonomi suatu negara. Jika suatu negara memiliki banyak *entrepreneur*, maka pertumbuhan dan pembangunan ekonominya akan tinggi. Dengan kata lain, jika suatu negara ingin maju maka jumlah *entrepreneur* harus banyak.

Di Indonesia, kata *entrepreneurship* sering diartikan sebagai kewirausahaan. Kemudian kewirausahaan dipersamakan dengan *entrepreneurship* atau wirausaha diartikan berbeda-beda namun pada prinsipnya maksud dan ruang lingkupnya sama (Wibowo, 2011). Kirzner

(dalam Priyanto, 2009) mengatakan bahwa kewirausahaan merupakan bagian penting dalam pembangunan. Kewirausahaan sangat berperan dalam peningkatan investasi, *new business creation* (Gartner dalam Priyanto, 2009) dan meningkatkan *employment growth* (Birch dalam Priyanto, 2009). Hal ini juga diperkuat dari pendapat Celland (dalam Nurseto, 2010) bahwa suatu negara akan menjadi makmur apabila mempunyai *entrepreneur* paling sedikit 2% dari total jumlah penduduk negara tersebut. *Entrepreneurship* berfungsi layaknya mesin bagi perkembangan ekonomi negara, penciptaan lapangan kerja baru dan penyesuaian sosial (Ahmed dkk, 2010). Akan tetapi masyarakat kurang berminat pada *entrepreneurship* karena *entrepreneur* sering diidentikkan sebagai lahan alternatif untuk jenis pekerjaan tertentu, menganggap kewirausahaan hanya menyangkut modal, dan menganggap menjadi wirausaha terkait dengan resiko yang tinggi (Sarosa dalam Kencanawati & Yuniari, 2009). Oleh karena itu dibutuhkan motivasi menjadi *entrepreneur* dalam prosesnya dan langkah pertama untuk menumbuhkan motivasi adalah penciptaan iklim *entrepreneurship*.

Iklim adalah kondisi, pengaruh, dan rangsangan dari luar yang meliputi fisik, sosial, dan intelektual yang mempengaruhi peserta didik (Bloom dalam Tarmidi, 2006). Hoy dan Miskell (dalam Tarmidi, 2006) juga menambahkan bahwa istilah iklim seperti halnya kepribadian manusia di mana masing-masing iklim mempunyai ciri (kepribadian) yang tidak sama dengan yang lainnya, meskipun dibangun dengan fisik dan bentuk yang sama. Iklim kampus, menurut beberapa definisi di atas dapat diartikan sebagai ciri

kepribadian yang ditampilkan oleh suatu kampus untuk mencapai tujuan tertentu.

Ada empat dimensi iklim sekolah (Cohen dkk dalam Pinkus, 2009), yaitu *safety* yang meliputi aturan dan norma terhadap keamanan fisik dan sosial; *interpersonal relationship* yang meliputi menghargai perbedaan serta dukungan sosial dari orang dewasa dan sesama siswa; *teaching and learning* yang meliputi dukungan bagi pembelajaran yang bersifat akademis dan yang bersifat sosial kemasyarakatan; dan *institutional environment*, yang meliputi keterkaitan dengan sekolah serta kelayakan kondisi fisik sekitar.

Hal ini didukung oleh hasil penelitian Silalahi (2008) yang menunjukkan bahwa iklim kelas yang buruk berpengaruh terhadap rendahnya motivasi belajar siswa. Hasil tinjauan ulang yang dilakukan Anderson (dalam Asril, 2010), terhadap 40 studi tentang iklim sekolah sepanjang tahun 1964 sampai dengan 1980 menunjukkan bahwa hampir lebih dari setengahnya memperlihatkan komitmen guru yang tinggi, norma hubungan kelompok sebaya yang positif, kerja sama tim, ekspektasi yang tinggi dari guru dan administrator, konsistensi dan pengaturan tentang hukuman dan ganjaran, konsensus tentang kurikulum dan pembelajaran, serta kejelasan tujuan dan sasaran telah memberikan sumbangan yang berharga terhadap pencapaian hasil akademik siswa. Kedua hasil penelitian di atas menunjukkan bahwa semakin baik iklim kelas maka semakin tinggi motivasi belajar siswa.

Limbong (2010) menyebutkan bahwa peran motivasi dalam berwirausaha, terutama motivasi untuk berhasil, adalah yang sangat penting. Menurut Limbong, di dalam motivasi terdapat sejumlah motif yang akan

menjadi pendorong tercapainya keberhasilan. Apalagi di dalam motivasi berwirausaha diperlukan daya juang untuk sukses, mau belajar melihat keberhasilan orang lain, dan memiliki dorongan kuat untuk mengatasi semua kendala dalam berwirausaha. Aspek motivasi bisa bersifat internal, artinya datang dari dalam diri individu sendiri; dan dapat juga bersifat eksternal, yaitu dari guru, orangtua, teman dan lainnya (Tyka dalam Limbong, 2010).

Universitas X (UX) merupakan kampus yang menekankan iklim *entrepreneurial* dalam proses pembelajarannya. Setiap jurusan yang ada ditambahkan kurikulum *entrepreneur* yang tidak ada di kampus-kampus lainnya. Misalnya, setiap hari Rabu UX memiliki mata perkuliahan khusus mempelajari *entrepreneurship* yang mencampurkan semua mahasiswa tiap jurusan ke dalam beberapa kelas. Selain itu UX juga sering menyelenggarakan seminar yang dapat diikuti semua mahasiswa dan dosen yang menghadirkan tokoh-tokoh *entrepreneur* yang sukses serta menampilkan suasana *entrepreneurial* dengan menampilkan profil-profil pengusaha terkenal atau mahasiswa yang memiliki usaha yang sukses.

Jika dikaitkan dengan hasil penelitian Silalahi (2008) bahwa iklim sekolah dapat mempengaruhi motivasi belajar siswa maka dapat diasumsikan bahwa iklim kampus juga dapat mempengaruhi motivasi berwirausaha mahasiswa. Akan tetapi hasil *interview* dengan beberapa mahasiswa UX terkait mata perkuliahan *entrepreneurship* tidak selalu sama dengan asumsi tersebut. RR (22 tahun) dan A (22 tahun) menyebutkan bahwa iklim kampus yang diciptakan UX dalam menanamkan motivasi *entrepreneur* itu kurang baik.

Menurut mereka, UX memang mengajarkan teori tentang *entrepreneur* dan mempraktikkannya kepada mahasiswa tetapi dalam prosesnya kurang ada perhatian khusus kepada mahasiswa terhadap efektifitas pembelajaran. Dari aspek iklim *teaching & learning*, fasilitator juga kurang dapat menjelaskan makna pembelajaran dengan baik. Tujuan pembelajaran juga kurang mengena karena tidak semua mahasiswa, dengan latar belakang jurusan berbeda, dapat menyerap apa yang diajarkan.

> "Kelas *Entrepreneurship* kan mengajarkan hal-hal berbau bisnis, sedangkan tidak semua peserta kelas terutama yang bukan jurusan IBM mengerti apa yang diajarkan di kelas.." (RR, 22 tahun).

Mahasiswa juga merasakan kurangnya *feedback* kelompok secara merata. Menurut mereka tidak semua dosen menerapkan kesetaraan antara dosen dan mahasiswa, misalnya dosen terkadang membedakan kelompok tertentu dengan lainnya.

> "Ada beberapa kelompok yang tidak diberikan *feedback* sebaik kelompok lain. Biasanya kelompok yang sudah sukses usahanya lebih sering diperhatikan oleh fasilitator dibanding yang lain.." (A, 22 tahun).

Meskipun demikian, RR dan A memiliki motivasi untuk menjadi *entrepreneur* karena pengaruh dari luar UX. RR menyebutkan alasan dia menjadi *entrepreneur* adalah karena kedua orangtuanya. Dia berniat mengikuti jejak kedua orangtuanya dengan menjadi *entrepreneur* juga. Sedangkan A ingin menjadi *entrepreneur* karena dari awalnya dia sudah memiliki cita-cita untuk menjadi *entrepreneur*.

Berbeda dengan MT (22 tahun) dan O (22 tahun), yang juga mahasiswa UX angkatan 2008. Mereka menganggap iklim *entrepreneur* yang ada di UX cukup baik mengarahkan mahasiswanya untuk ber-*entrepreneur*. Mereka

merasa cukup mendapat pengalaman yang baru dan menarik tentang gambaran menjadi seorang *entrepreneur*, mendapat *insight* tentang berwirausaha di mana untuk menjadi seorang *entrepreneur* tidak harus berdagang.

> "Kita jadi tahu, ternyata yang namanya *entrepreneur* itu bukan hanya menjual barang. Ada juga yang namanya *social entrepreneur* yang bekerja secara sosial.." (MT, 22 tahun).

Sistem *teaching and learning entrepreneurship* di UX sudah terlaksana dengan baik. Mereka menyatakan bahwa mata perkuliahan *Entrepreneurship* dapat membuatnya mengerti tentang situasi lapangan, peluang, dan perbaikan-perbaikan yang perlu dilakukan di dunia *entrepreneur*. Mereka merasa cukup termotivasi untuk melakukan apa yang diajarkan di dalam mata kuliah ini.

> "Sejak ikut kelas E, otomatis kita jadi terbiasa mencari ide-ide unik kreatif, tahu cara menarik untuk menjual.." (O, 22 tahun).

Interpersonal relationship antara dosen atau fasilitator dan mahasiswa juga memiliki suasana yang baik. Fasilitator mau membantu mahasiswa dalam proses pembelajaran, seperti memberi masukan-masukan yang membangun. Selain itu hasil penilaian juga bukan mutlak dari hasil penjualan tetapi juga *progress* dari apa yang telah dilakukan. O juga menyatakan bahwa dia memilih UX karena gedung kampus yang baik dan masih baru (*institutional environment*). Akan tetapi mereka tidak termotivasi untuk menjadi *entrepreneur* untuk ke depannya dan berpendapat bahwa sehabis lulus kuliah akan langsung mencari kerja untuk mencari pengalaman. Mereka belum memiliki gambaran jelas untuk menjadi *entrepreneur* di masa yang akan datang.

Berdasarkan hasil *interview* yang telah dipaparkan, terdapat fenomena yang tidak selalu konsisten dengan hasil penelitian sebelumnya. Ada yang menganggap iklim *entrepreneur* di UX kurang baik tetapi tetap termotivasi ingin menjadi *entrepreneur* dan ada juga yang menganggap iklim *entrepreneur* di UX baik tetapi mereka tidak termotivasi untuk menjadi *entrepreneur*. Oleh karena itu diperlukan penelitian untuk melihat apakah ada hubungan antara persepsi terhadap iklim kampus dengan motivasi menjadi *entrepreneur* di Universitas X.

1.2. Identifikasi/Rumusan Masalah

Apakah ada hubungan antara persepsi terhadap iklim kampus dengan motivasi menjadi *entrepreneur* di Universitas X?

1.3. Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui hubungan antara persepsi mahasiswa terhadap iklim kampus dengan motivasi menjadi *entrepreneur* di Universitas X.

1.4. Manfaat Penelitian

1.4.1. Manfaat Teoritis

a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk menambah penelitian bidang Psikologi khususnya bidang Psikologi Industri dan Organisasi dan Psikologi Sosial mengenai hubungan antara persepsi terhadap iklim dengan motivasi.

1.4.2. Manfaat Praktis

a. Memberikan gambaran tentang pembuatan skripsi, khususnya yang berkaitan dengan hubungan antara persepsi terhadap iklim kampus dengan motivasi menjadi *entrepreneur* sesuai dengan minat atau bidang keahlian yang ditekuni.

b. Menumbuhkan wawasan bagi lembaga pengajaran untuk memaksimalkan iklim lingkungan untuk meningkatkan motivasi menjadi *entrepreneur*.

c. Dapat menjadi data dan informasi bagi masyarakat tentang pengefektifan iklim lingkungan untuk meningkatkan motivasi menjadi *entrepreneur*.

CREATING WORLD CLASS ENTREPRENEURS
UC
UNIVERSITAS CIPUTRA