

BAB I

Pendahuluan

Latar Belakang Masalah

Rendahnya tingkat pendidikan seringkali dikatakan mempersempit akses untuk mendapatkan pekerjaan, sehingga hal tersebut memberi kesempatan mereka yang tidak memiliki pendidikan tinggi untuk menciptakan pekerjaan mereka sendiri. Kondisi di lapangan menunjukkan orang yang berpendidikan tinggi cenderung bekerja pada pekerjaan yang diciptakan oleh orang lain. Berdasarkan hasil sensus penduduk tahun 2016 berdasarkan kepemilikan pekerjaan diketahui bahwa sebagian besar lulusan perguruan tinggi memilih bekerja sebagai karyawan di perusahaan swasta maupun asing ataupun sebagai pegawai negara .

Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) tahun 2016 dari jumlah penduduk Indonesia , menunjukkan hanya sebesar 1,39% lulusan Diploma dan sebesar 2,79 % lulusan sarjana yang mempunyai usaha sendiri. Disusul oleh lulusan SLTA sebesar 16,3% dan SLTP sebesar 21% dengan lulusan SD/ tidak tamat sekolah sebagai presentase terbesar yang mempunyai usaha sendiri sebesar 58,4 % (www.bps.go.id)

Pada tahun 2016 saja, menurut Badan Pusat Statistik (BPS), di Indonesia ada 13 % (944.666 orang) dari total pengangguran terbuka yang merupakan alumni perguruan tinggi. Mereka memiliki ijazah diploma tiga atau ijazah strata satu (S-1) . Berdasarkan jumlah tersebut, penganggur paling tinggi merupakan lulusan universitas pada jenjang S-1 sebanyak 9%(695.304 orang). Sehingga pengangguran di tingkat perguruan tinggi menjadi *trend* dan meningkat tiap tahun. Angka pengangguran yang merupakan lulusan perguruan tinggi pada tahun 2016 , terjadi peningkatan dibandingkan penganggur lulusan perguruan tinggi pada tahun 2015 yang hanya 11% (905.127orang) dan pada 2014 sebesar 9 % (688.660 orang).(www.bps.go.id)

Lulusan perguruan tinggi kebanyakan mendaftar atau memiliki harapan untuk bekerja sebagai pegawai, baik di lingkungan pemerintah sebagai Pegawai Negeri Sipil (PNS) maupun di perusahaan swasta. Hanya saja, pertumbuhan lapangan pekerjaan di perusahaan maupun di lembaga pemerintah tidak sebanding dengan banyaknya jumlah lulusan perguruan tinggi yang dihasilkan setiap tahun. Jumlah lulusan perguruan tinggi setiap tahun semakin meningkat, sedangkan saat ini lapangan pekerjaan masih sangat terbatas. Untuk itu, lulusan perguruan tinggi dituntut untuk mampu menciptakan lapangan pekerjaan sendiri. Perguruan tinggi juga dituntut untuk memberikan pengetahuan dan kemampuan mengenai kewirausahaan kepada mahasiswa untuk mengasah jiwa kewirausahaan dan kebutuhan di masa yang akan datang.

Solusi yang dapat dijadikan alternatif untuk memecahkan masalah pengangguran salah satunya adalah dengan memberdayakan masyarakat melalui program kewirausahaan (*entrepreneurship*). Kewirausahaan dapat dijadikan sebagai salah satu strategi untuk dapat meningkatkan ekonomi negara. Selain itu, meningkatnya jumlah wirausaha di suatu negara akan sangat berpengaruh terhadap terbukanya lapangan pekerjaan, terbukanya inovasi dan peningkatan produktivitas. Dengan demikian, kewirausahaan merupakan solusi yang cukup baik dalam upaya mewujudkan kesejahteraan masyarakat.

Joseph Schumpeter dalam Alma (2013) mengungkapkan bahwa wirausaha digambarkan sebagai seseorang yang mampu mendobrak sistem ekonomi dengan cara mengelola barang dan jasa yang baru, ataupun membenrtek suatu organisasi dan mengelola suatu bahan baku bersumber dari organisasi yang sudah ada. Alma (2013) juga mengatakan bahwa seorang wirausahawan adalah dapat digambarkan dengan seseorang yang memiliki naluri dan semangat. Seorang wirausahawan juga dapat menjadi inovator, dan dan mempunyai cara untuk menaklukan cara berpikir yang lamban dan rasa malas.

Pesatnya perkembangan *entrepreneurship* telah membuat banyak peneliti membahas hal ini. Menurut Wijaya (2008) berbagai model telah dikembangkan untuk mengukur intensi berwirausaha dari tahun 1980-an hingga tahun 2000-an antara lain *Entrepreneurial Event Model* (EEM), Davidssons Model, *Entrepreneurial Attitude Orientation Model* (EAO), *Entrepreneurial Potential Model* (TPM), *Theory of Planned Behavior* (TPB). Berdasarkan berbagai model untuk meneliti intensi kewirausahaan, *Theory of Planned Behavior* lebih baik dan kompleks dalam menjelaskan perilaku berwirausaha dibandingkan dengan model yang lainnya,

Perhatian utama dalam *Theory of Planned Behavior* menurut paparan Wijaya (2008) adalah pada intensi (minat) seseorang untuk melakukan suatu perilaku. Intensi ini merupakan variabel antara yang menyebabkan terjadinya perilaku dari suatu sikap maupun variabel lainnya. Intensi merupakan mediator pengaruh berbagai faktor-faktor motivasional yang berdampak pada suatu perilaku. Di samping itu, intensi dapat menunjukkan seberapa besar keinginan dan minat seseorang untuk mencoba dan merencanakan suatu perilaku.

Berdasarkan pengamatan yang peneliti lakukan, di Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung terdapat sejumlah mahasiswa yang sudah mulai merintis suatu usaha sejak waktu kuliah. Mereka menjalankan usaha tersebut sambil tetap menjalani perkuliahan.

Hasil wawancara yang dilakukan dengan 30 orang mahasiswa, sebanyak 39% mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung, mengatakan setelah lulus ingin bekerja di sebuah perusahaan, seperti bekerja menjadi seorang konselor, pemeriksa psikologi atau bekerja di perusahaan sebagai *Human Resources Development (HRD)*. Hal tersebut menunjukkan bahwa pola pikir mereka tidak jauh berbeda dengan mahasiswa pada umumnya. Sedangkan sebanyak 61% mahasiswa, mengatakan mereka memiliki niat berwirausaha, diantaranya sebanyak 30% ingin membuka usaha, sebanyak

20% sudah memulai membuka usaha, mereka yang sudah mempunyai usaha sendiri, diantaranya yaitu mempunyai *online shop*, menjual makanan ringan dan ada yang sudah mendirikan sebuah kafe dengan mempekerjakan pegawai. Sebanyak 5% memiliki tujuan untuk menambah uang saku dan sebanyak 6% mahasiswa memiliki niat berwirausaha namun masih bingung karena masih memiliki hambatan untuk memulai wirausaha seperti bingung kapan memulainya karena sibuk kuliah, finansial yang kurang memadai yakni belum memiliki modal, dan masih takut untuk berwirausaha karena tidak mempunyai *basic* sebagai seorang pengusaha yakni tidak pandai berinteraksi dengan orang lain.

Untuk melihat keinginan seseorang dalam berwirausaha dapat diukur melalui intensi. Intensi kewirausahaan seseorang telah mendapat banyak perhatian dan sudah banyak penelitian yang dilakukan di bidang ini. Katz dan Gartner (1988, dalam Indarti, 2008), mengartikan intensi kewirausahaan sebagai suatu proses pencarian informasi untuk mencapai tujuan untuk membentuk suatu usaha. Berdasarkan hal tersebut, seseorang yang memiliki intensi kewirausahaan akan lebih baik dibandingkan orang tidak memilikinya untuk menjangkarinya di masa yang akan datang. Muhammad (2015) juga menyampaikan bahwa intensi kewirausahaan merupakan salah satu yang mempunyai kontribusi besar terhadap formasi, pertumbuhan dan perkembangan dalam kewirausahaan.

Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi kewirausahaan, seperti menurut pandangan Indarti (2008) yaitu : (a) karakteristik demografis (b) karakteristik kepribadian dan (c) karakteristik lingkungan.

Berdasarkan faktor-faktor yang mempengaruhi intensi, peneliti tertarik untuk meneliti pengaruh intensi kewirausahaan berdasarkan faktor kepribadian. Hal ini karena faktor yang terdapat di dalam diri individu dianggap menjadi salah satu hal yang dapat membentuk intensi di dalam berwirausaha. Setiap individu memiliki keunikannya masing-masing dengan memiliki kepribadian yang berbeda setiap orangnya yang dapat mempengaruhi seseorang

dalam menyesuaikan diri dan berinteraksi dengan orang-orang disekitarnya. Seperti menurut Allport (1951) yang mengatakan bahwa tidak ada orang memiliki kepribadian sama persis, artinya memang setiap individu memiliki keunikannya tersendiri, seperti halnya dengan mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung sehingga dalam hal ini peneliti tertarik untuk meneliti mengenai salah satu kepribadian *Big Five* yaitu *extraversion* dan juga keyakinan yang terdapat di dalam diri individu atau disebut sebagai *self efficacy*. Kepribadian setiap individu pastilah berbeda-beda, sama halnya dengan mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung.

Gartner (1988, dalam Brice, 2003) juga memiliki pandangan dan meyakini bahwa seorang wirausahawan memiliki karakteristik psikologis dan simbolik digambarkan sebagai seseorang yang memiliki kepribadian yang percaya diri dan mempunyai jiwa berpetualang pada situasi yang tidak dapat ditentukan. Kepribadian dianggap dapat memprediksi perilaku seorang individu di dalam berinteraksi di lingkungan sosial. Dalam hal ini, difokuskan pada teori kepribadian dari teori *big five personality* yang diantaranya yaitu: (1) *Extraversion*, dengan representasi kecenderungan menjadi seseorang yang mampu bersosialisasi, asertif, dinamik dan memerintah, (2) *Agreeableness*, digambarkan sebagai kecenderungan menjadi ramah, menyenangkan dan suportif, (3) *Conscientiousness* terdiri dari sub faktor utama yaitu prestasi dan dapat diandalkan, (4) *Neuroticism* menunjukkan penyesuaian emosi yang tidak stabil, (5) *openness to experience*, dengan sifat-sifat berupa inkuistif, kreatif dan independen. Peneliti memilih teori kepribadian tersebut karena *big five* merupakan alat ukur atau definisi kepribadian yang dapat mewakili kepribadian individu khususnya di lingkungan sosial.

Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Wilfling (2013) dari 5 tipe kepribadian tersebut terdapat 3 tipe kepribadian yang memiliki hubungan dengan intensi berwirausaha. Tipe-tipe kepribadian tersebut adalah *extraversion*, *openness to experience*, dan

conscientiousness,. Tipe kepribadian tersebut juga yang berkaitan dengan karakteristik seorang wirausahawan. Subjek penelitian tersebut adalah mahasiswa yang berlatar belakang bisnis dan seorang wirausahawan.

Penelitian lain yang dilakukan oleh Jeff Brice J.R (2003) Dimana penelitian tersebut dilakukan terhadap 315 mahasiswa jurusan bisnis dan *master of Bussiness Administration*. Hasil penelitian tersebut didapatkan bahwa orang dengan *openness to experience*, *Extraversion* dan *Agreeableness* yang tinggi memiliki intensi berwirausahayang kuat dibandingkan dengan dengan dimensi kepribadian yang lain.

Penelitian yang dilakukan oleh Franziska Leutneur (2014) memperoleh hasil bahwa kepribadian *Big Five* mempunyai hubungan dengan kesuksesan berwirausaha. Tipe kepribadian yang sangat signifikan yaitu *Extraversion* dan *Agreeableness*. Dimana kepribadian *Extraversion* tepat untuk memulai sebuah bisnis, membantu lingkungan sosial dan dapat berwirausaha dalam sebuah organisasi .

Penelitian yang dilakukan banyak menyimpulkan bahwa kepribadian *extraversion* menjadi salah satu kepribadian yang dibutuhkan oleh seorang wirausahawan. Berdasarkan penelitian yang telah dikaji dari 20 penelitian 14 diantaranya menunjukkan bahwa dimensi *extraversion* sebagai kepribadian yang signifikan terhadap intensi berwirausaha dan juga dapat mewakili dan sesuai dengan sifat-sifat yang dimiliki seorang wirausahawan.

Extraversion menggambarkan sejauh mana seseorang bersikap asertif, dominan, enerjik, aktif, banyak bicara, dan antusias (costa & McCrae,1992). Palich dan bagby (1995, dalam Bostjan, 2013) menemukan bahwa pengusaha cenderung lebih optimis dari pada orang yang bukan pengusaha. *Extraversion* dapat memfasilitasi pencapaian tujuan pemimpin yang baik (Zadel 2006).

Robbins dan Judge (2008) mengatakan dimensi *Extraversion* berhubungan dengan tingkat kenyamanan dalam sebuah hubungan, seseorang dengan kepribadian ekstrovert

cenderung suka berteman, tegas dan ramah, sedangkan orang yang introvert cenderung pendiam, pemalu dan tenang. *Extraversion* digambarkan sebagai seseorang yang memiliki kepercayaan diri, dominan, aktif dan menunjukkan atau memiliki emosi yang positif, selain itu biasanya dicirikan sebagai seseorang yang memiliki sifat optimis. Seseorang yang mempunyai sifat *extraversion* yang tinggi dapat lebih cepat berinteraksi dengan orang lain dari pada seseorang yang memiliki tingkat *extraversion* yang rendah.

Dalam menekuni dunia kewirausahaan banyak tantangan dan resiko yang muncul dan harus dihadapi, yaitu contohnya seperti, situasi yang tidak menentu, keharusan untuk menjalin hubungan baik dengan relasi bisnisnya, persaingan antara wirausahawan. Banyak kondisi dan keadaan yang membuat individu tidak dapat menyesuaikan diri dan mengendalikan lingkungannya, seperti keinginan pasar yang tidak menentu dan sering berubah-ubah perbedaan pendapat dengan rekan bisnis, persaingan yang semakin ketat, dan ketika harus menghadapi pelanggan yang tidak puas. Selain itu usaha kecil maupun usaha besar memiliki permasalahan yang bisa menghambat kelangsungan usaha. Sebagai contoh permasalahan yang di alami oleh usaha kecil antara lain keterbatasan modal, kualitas produk. Permasalahan yang terjadi harus diatasi sehingga usaha dapat berjalan dengan sukses. Dalam keadaan tersebutlah kepribadian memiliki peranan besar di dalam menjalankan perilaku seseorang dalam berwirausaha dalam menghadapi hambatan dan tantangan yang akan dihadapi. Kepribadian yang sesuai dengan karakteristik seorang wirausaha dan dapat mewakili yaitu salah satu tipe kepribadian *big five* yaitu *extraversion*.

Selain kepribadian *Extraversion*, faktor yang mempengaruhi intensi seseorang dalam berwirausaha salah satunya adalah karena keyakinan diri terhadap kemampuan yang dimiliki bahwa dirinya akan berhasil atau tidak di dalam berwirausaha. Keyakinan terhadap kemampuan yang dimiliki individu bahwa dirinya akan berhasil dalam melakukan suatu tugas disebut *self efficacy*. Bandura (1997) mengartikan *Self efficacy* sebagai keyakinan

seseorang dengan kemampuan yang ia miliki dalam mengerjakan tugas yang dibutuhkan agar dapat mencapai hasil yang ia inginkan. Indarti (2008) juga mengatakan bahwa keyakinan diri mempengaruhi sukses atau tidaknya seseorang dalam berwirausaha.

Berdasarkan konsep Hisrich, Peters dan Sherperd (2008) menyatakan bahwa didalam diri seorang wirausaha yang mempunyai sifat efikasi diri tinggi, ialah orang yang percaya dengan kemampuannya akan menunjukkan pencapaian hasil yang baik. Hal ini menunjukkan pengaruh *self efficacy* dapat menentukan kesuksesan seseorang di masa yang akan datang. *Self efficacy* yang tinggi akan berusaha untuk mengembangkan usahanya dan meningkatkan kinerja seseorang sedangkan sebaliknya *self efficacy* yang rendah akan mengurangi kinerja seseorang dalam bekerja. Demikian pula berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Sarwoko (2011) menyatakan, semakin tinggi rasa percaya diri dan kematangan mental, maka semakin tinggi pula niat berwirausaha.

Berdasarkan apa yang telah dijelaskan di atas, peneliti tertarik untuk melihat pengaruh tipe kepribadian *Big Five "Extraversion"* dan *self efficacy* terhadap intensi kewirausahaan pada mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung.

Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah yang telah dijelaskan sebelumnya, maka masalah yang dapat dirumuskan yaitu :

1. Apakah tipe kepribadian *Big Five "Extraversion"* dan *self efficacy* berpengaruh terhadap intensi kewirausahaan pada mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung?

2. Apakah tipe kepribadian *Big Five* “*Extraversion*” berpengaruh terhadap intensi kewirausahaan pada mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung?
3. Apakah *self efficacy* berpengaruh terhadap intensi kewirausahaan pada mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung?

Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh tipe kepribadian *Big Five* “*Extraversion*” dan *self efficacy* terhadap intensi kewirausahaan pada mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung.
2. Untuk mengetahui pengaruh tipe kepribadian *Big Five* “*Extraversion*” terhadap intensi kewirausahaan pada mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung.
3. Untuk mengetahui pengaruh *self efficacy* terhadap intensi kewirausahaan pada mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung.

Kegunaan Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian yang telah dipaparkan sebelumnya diharapkan dapat memberikan manfaat secara teoritis maupun secara praktis.

Kegunaan Teoritis. Secara teoritis, penelitian ini bermanfaat untuk memberikan sumbangan pengetahuan khususnya pada bidang psikologi kepribadian mengenai tipe kepribadian *Big Five* salah satunya *Extraversion* , pada bidang psikologi sosial mengenai *self efficacy* dan juga di dalam bidang kewirausahaan.

Kegunaan praktis. Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat menjadi rujukan bagi peneliti lainnya agar dapat digunakan sebagai referensi mengenai tipe kepribadian *Big Five* salah satunya *Extraversion*, *self efficacy* dan intensi kewirausahaan. Selain itu, bagi mahasiswa diharapkan dapat memberikan informasi terkait pentingnya pengaruh kepribadian dalam berwirausaha dan juga pentingnya memiliki *self efficacy* dalam berwirausaha sehingga dapat menunjang di masa yang akan datang.

