

# BAB 1

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Pendidikan *entrepreneurship* merupakan pembelajaran yang mengajarkan bagaimana menjadi seorang wirausahawan (*entrepreneur*). Akan tetapi, menurut Kementerian Pemuda dan Olahraga bidang ekonomi kreatif mengatakan bahwa minat para pemuda Indonesia untuk berwirausaha relatif cukup rendah. Hal ini dibuktikan dengan data dari Kementerian Koperasi dan UMKM yang menyebutkan bahwa jumlah wirausaha di Indonesia masih mencapai 2,06% pada tahun 2017. Berdasarkan standar Bank Dunia, agar menjadi negara dengan perekonomian yang kuat dibutuhkan wirausaha sebanyak 4% dari total penduduk. Berdasarkan Schumpeter (1995), *entrepreneurship* merupakan suatu proses perubahan dimana inovasi merupakan salah satu hal yang vital bagi para wirausahawan. *Entrepreneurship* dapat menjadi faktor yang mempengaruhi pembangunan ekonomi, karena dalam berwirausaha perlu adanya inovasi yang berkelanjutan supaya perusahaan yang didirikan dapat tetap bertahan dalam persaingan pasar. Sebagian besar mahasiswa yang telah lulus lebih memilih untuk menjadi karyawan dibandingkan berwirausaha (Venesaa dkk, 2005). Pada penelitian tersebut disebutkan bahwa mahasiswa belum memiliki motivasi dan ketertarikan yang mendalam menjadikan wirausaha sebagai karir yang menarik setelah lulus dari universitas. Hampir sepertiga mahasiswa yang menjadi responden pada penelitian tersebut memilih untuk menunda keinginan untuk memulai berwirausaha.

Faktor yang menjadi penghambat minat mahasiswa dalam berwirausaha menurut penelitian Arumdani (2017) adalah mahasiswa tidak memilih berwirausaha menjadi pilihan karir yang menarik karena kurangnya kesiapan dari mahasiswa untuk memulai berwirausaha. Selain itu fasilitas yang kurang memadai (kurangnya pengetahuan yang diberikan saat perkuliahan) dari pihak kampus juga menjadi salah satu alasan penghambat minat mahasiswa untuk berwirausaha. Kekurangan modal dalam memulai bisnis juga merupakan alasan yang menjadi penyebab mahasiswa tidak memilih berwirausaha sebagai pilihan karir.

Pemerintah (Kementerian Perindustrian Indonesia, 2019) mendorong tumbuhnya wirausaha industri baru yang berkaitan dengan menyambut era ekonomi digital. Hal ini dikarenakan Indonesia sedang mengimplementasikan Industri 4.0 melalui

program *Making Indonesia 4.0*. Pengembangan yang akan dilakukan baik pada Industri Kecil dan Menengah maupun mendorong tumbuhnya Sumber Daya Manusia (SDM) yang terampil. Menurut Airlangga Hartanto selaku Menteri Perindustrian (<https://kemenperin.go.id/artikel/20532/Ekonomi-Digital-Buka-Peluang-Penumbuhan-Wirausaha-Industri-Baru>, diakses pada 21 Juli 2019) , dalam era ekonomi digital wirausahawan mempunyai peluang tak terbatas. Hal ini dikarenakan dalam ekonomi digital, yang menjadi seorang wirausahawan dapat berusia sekitar 20 tahun. Berbeda dalam era revolusi industri ketiga, dimana yang menjadi wirausahawan adalah mereka yang berusia 39 tahun keatas. Oleh karena itu, pemerintah mendorong lulusan mahasiswa untuk turut ambil bagian lewat era ekonomi digital yang sedang diimplementasikan oleh pemerintah. Lewat program *Making Indonesia*, diharapkan lulusan mahasiswa banyak yang tertarik memilih karir untuk berwirausaha.

Anak muda Indonesia sudah mulai masuk dalam dunia era ekonomi digital. Hal ini dibuktikan dengan adanya perusahaan rintisan (*startup*) yang diciptakan oleh anak muda Indonesia dan memiliki nilai valuasi lebih dari USD1 miliar. Perusahaan rintisan tersebut adalah Bukalapak yang diciptakan oleh anak muda dari Institut Teknologi Bandung, selain itu perusahaan *startup* lainnya yang berasal dari Indonesia adalah Tokopedia, GO-JEK, dan Traveloka. Upaya yang dilakukan oleh Kementerian Perindustrian Indonesia untuk mendorong anak muda Indonesia atau IKM untuk berwirausaha dalam era ekonomi digital ini adalah dengan memfasilitasi produk-produk yang akan dihasilkan dapat masuk ke pasar *e-commerce*.

Indonesia mempunyai sebuah lembaga pemerintah nonkementerian yang berada dibawah dan bertanggungjawab kepada Presiden melalui menteri yang mengurus urusan pemerintah di bidang pariwisata yaitu BEKRAF atau Badan Ekonomi Kreatif. Pengelolaan ekonomi kreatif merupakan tanggung jawab dari Bekraf. Ekonomi kreatif berdasarkan RUU Ekonomi Kreatif merupakan sebuah perwujudan nilai tambah dari hak kekayaan intelektual yang lahir dari kreativitas manusia yang berbasil ilmu pengetahuan, warisan budaya, dan teknologi. BEKRAF dalam mencapai sasaran pembangunan ekonomi kreatif memfasilitasi pelaku ekonomi kreatif mulai dari tahap kreasi, produksi, distribusi, konsumsi, sampai pada tahap konservasi.

Berdasarkan data dari Kementerian Perindustrian Indonesia tahun 2017 dikatakan bahwa pertumbuhan Industri Kecil Menengah (IKM) di Yogyakarta mencapai

17,28% pada triwulan IV. Peningkatan yang terjadi di wilayah Yogyakarta tersebut, jauh melebihi pertumbuhan industri di tingkat nasional. Hal ini menunjukkan bahwa potensi dan minat kewirausahaan di daerah Yogyakarta yang cukup tinggi. Menurut Dirjen IKM Kemenprin, Gati Wibawaningsih (2018), industri kreatif menjadi salah satu sektor penopang IKM yang ada di Yogyakarta. Menurut Peraturan Presiden Nomor 6 tahun 2015 mengenai Ekonomi Kreatif, pemerintah berkomitmen untuk membangun ekonomi kreatif yang bertujuan untuk menumbuhkan industri-industri kreatif yang mampu meningkatkan taraf hidup dan pendapatan dari masyarakat. Pemerintah yakin melalui ekonomi kreatif dapat meningkatkan kondisi ekonomi Indonesia dikarenakan kerajinan Indonesia sendiri memiliki pasar yang terus meningkat, sehingga dapat dikatakan bahwa IKM kerajinan menjadi salah satu tombak ekonomi kerakyatan yang dapat bertahan dalam krisis ekonomi global. Dalam menunjang dan mendukung program ekonomi kreatif, pemerintah memiliki program e-Smart IKM. Penggunaan teknologi digital atau teknologi internet dalam rantai pasok IKM merupakan salah satu revolusi industri 4.0 yang juga sedang dikembangkan di Indonesia.

Berdasarkan fakta bahwa pemerintah Indonesia sedang mengimplementasikan industri 4.0 lewat program yang dinamakan *Making Indonesia 4.0*, dan ekonomi kreatif yang berada di bawah lembaga BEKRAF. Dua program tersebut dimaksudkan untuk mengembangkan kondisi ekonomi Indonesia dengan menumbuhkan minat SDM untuk membuka industri-industri baru yang kreatif yang menggunakan teknologi terbaru. Oleh karena itu, perlu pendidikan yang lebih matang mengenai bagaimana memulai dan menumbuhkan minat untuk membuka industri baru dengan teknologi digital. Dalam hal ini pendidikan *entrepreneurship* sangat diperlukan untuk menumbuhkan minat lulusan mahasiswa untuk memilih karir sebagai *entrepreneur* dan membuka industri-industri kreatif dan menggunakan teknologi terbaru.

Menurut Peter dan Clark (1997) yang dikutip oleh Egai (2008), pengembangan kewirausahaan cenderung menerima ide-ide, metode baru sehingga dapat menarik banyak kalangan untuk berpikir kreatif untuk menggunakan metode baru yang sedang berkembang. Hal ini menjadikan pendidikan *entrepreneurship* menjadi penting. Karena dalam pendidikan *entrepreneurship* memberikan pembelajaran untuk menumbuhkan ide untuk berinovasi, kemajuan teknis dan pembentukan modal untuk mencari peluang usaha baru. Selain itu, juga berperan penting untuk meningkatkan kemampuan SDM dalam mengantisipasi era

teknologi digital, pendidikan *entrepreneurship* menjadi salah satu upaya untuk berperan dalam program ekonomi kreatif. Karena pemerintah Indonesia sendiri sedang menjalankan program untuk memasuki era digital baru yaitu dengan mengimplementasikan program *Making Indonesia 4.0*.

Wawancara yang dilakukan dengan dosen pengampu mata kuliah *Technopreneurship* yang ada di Program Studi Atma Jaya Yogyakarta pada tanggal 08 November 2019 untuk mengetahui bagaimana sikap mahasiswa umumnya dalam melakukan pembangkitan ide. Dari hasil wawancara ditemukan bahwa mahasiswa masih jarang yang membangkitkan ide terkait tentang teknologi digital. Mahasiswa umumnya melakukan pembangkitan ide berdasarkan pengalaman mereka dalam menggunakan beberapa alat, kemudian mengembangkan atau melakukan inovasi pada alat tersebut.

Menurut Barringer dan Ireland (2012), sebuah peluang merupakan serangkaian keadaan yang menguntungkan yang menciptakan kebutuhan akan sebuah produk, layanan atau sebuah bisnis baru. Kesalahan umum yang dilakukan oleh pengusaha dalam proses identifikasi peluang adalah dengan memilih produk atau layanan yang saat ini sudah tersedia atau memilih produk atau layanan yang menjadi favorit mereka lalu membangun sebuah bisnis dengan versi yang lebih baik. Kunci dari sebuah identifikasi peluang yang baik adalah dengan mengidentifikasi produk atau layanan yang dibutuhkan masyarakat, sehingga masyarakat mempunyai keinginan untuk membeli atau menggunakan produk atau layanan tersebut.

Peluang dan ide adalah dua hal yang berbeda, namun keduanya mempunyai keterkaitan yang sangat penting terutama dalam tahapan kewirausahaan. Ide merupakan suatu pemikiran atau gagasan. Sebuah ide yang muncul terdapat kemungkinan untuk memenuhi dan tidak memenuhi kriteria dari sebuah peluang. Dalam tahapan sebuah kewirausahaan pembangkitan ide merupakan sebuah titik krusial, karena banyak pengusaha yang gagal dalam menjalankan bisnisnya karena ide yang dimunculkan tidak mempunyai peluang nyata dalam pasar. Identifikasi peluang merupakan hal yang penting untuk dilakukan sebelum melakukan pembangkitan ide, sehingga ide yang muncul dapat memenuhi kriteria dan kebutuhan dari peluang yang tersedia di pasar (Barringer dan Ireland, 2012).

Perlu adanya konsep baru untuk menciptakan calon wirausahawan yang kompetitif di era kemunculan teknologi digital. Salah satu tahap yang krusial dalam

pendidikan *entrepreneurship* adalah identifikasi peluang. Menurut Keogh dan Polanski (1998) wirausahawan merupakan pencari peluang yang menggabungkan faktor-faktor produksi dengan cara yang inovatif dan mengeksploitasi peluang dan *gap* yang terdapat di pasar. Wirausahawan harus dapat melihat melebihi keterbatasan sumber daya dan dapat mengidentifikasi peluang yang terlewatkan oleh orang lain. Dalam era sekarang dimana teknologi digital sedang dikembangkan, wirausahawan dituntut untuk paham dan menguasai teknologi digital yang sedang berkembang. Hal ini dimaksudkan supaya industri yang dikembangkan sesuai dengan program pemerintah Indonesia yang sedang berjalan yaitu mengembangkan ekonomi kreatif yang didukung dengan revolusi industri 4.0.

### **1.2. Rumusan Masalah**

Berdasarkan identifikasi masalah pada latar belakang diatas, rumusan masalah yang muncul untuk penelitian ini adalah bagaimana mendapatkan teknik identifikasi ide yang mengadaptasi kemunculan teknologi digital dalam kuliah *entrepreneurship*.

### **1.3. Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah:

- a. Mendapatkan hasil rancangan lembar kerja mahasiswa mengenai pembangkitan ide yang dibutuhkan dalam kuliah kewirausahaan yang mengadaptasi kemunculan teknologi digital
- b. Mendapatkan lembar penilaian dalam tahap pembangkitan ide berbasis teknologi digital untuk menilai capaian mahasiswa dalam proses pembelajaran kewirausahaan terutama dalam tahap pembangkitan ide.

### **1.4. Batasan Masalah**

Adapun batasan masalah pada penelitian ini adalah:

- a. Riset difokuskan pada tahap *Opportunity Identification* dalam proses pendidikan *entrepreneurship*.
- b. Sasaran riset adalah dosen dan mahasiswa teknik di Fakultas Teknologi Industri Program Studi Teknik Industri Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
- c. Lokasi yang menjadi obyek penelitian adalah di wilayah Daerah Istimewa Yogyakarta.