

HUBUNGAN FAKTOR INDIVIDU, LINGKUNGAN DAN FAKTA SOSIAL DENGAN *ENTERPRENEURSHIP* MAHASISWA UIN SYARIF HIDAYATULLAH JAKARTA

Nurhasanah

Dosen UIN Syarif Hidayatullah Jakarta

Abstract: *According to Peggy A. Lambing and Charles R. Kuehl in his entrepreneurship books, there are three factors that influence the determination of the behavior of entrepreneurs: the individuals, the ethno cultural environment, the circumstance in society. 50 student entrepreneur found in UIN Syarif Hidayatullah Jakarta with diverse types of businesses, that showed students UIN has the potential to create national independence through entrepreneurship. A tangible manifestation of this potential will be implications for the strengthening of the nation's economic fundamentals. In this context, the researchers wanted to see how the relationship of individual factors, environmental and social facts with their entrepreneurship. How big are the correlation coefficient and which factors are more dominant. From the research it was found that all factors had a significant relationship to student entrepreneurship UIN Jakarta and the individual factors dominate.*

Keywords: *Individual Factors, Environment, Social Facts and Entrepreneurship*

Abstrak: *Menurut Peggy A. Lambing dan Charles R. Kuehl dalam bukunya *Enterpreneurship*, ada 3 faktor yang mempengaruhi determinasi perilaku entrepreneur yaitu: Individu (the individual), Lingkungan etnokultural (the ethnocultural enviroment), Fakta atau kenyataan dalam masyarakat (the circumstance in society). Dengan ditemukan 50 entrepreneur mahasiswa UIN Syarif Hidayatullah Jakarta dengan jenis usaha yang beragam, menunjukkan bahwa mahasiswa UIN punya potensi untuk menciptakan kemandirian bangsa melalui entrepreneurship. Wujud nyata potensi ini nantinya akan berimplikasi pada penguatan fundamental ekonomi bangsa. Dalam konteks inilah peneliti ingin melihat bagaimana hubungan faktor individu, lingkungan dan fakta sosial dengan entrepreneurship mereka. Seberapa besar correlation coefficientnya dan faktor mana yang lebih dominan. Dari hasil penelitian ditemukan bahwa semua faktor punya hubungan signifikan terhadap entrepreneurship mahasiswa UIN Jakarta dan faktor individu lebih mendominasi.*

Kata Kunci: *Faktor Individu, Lingkungan, Fakta Sosial dan Entrepreneurship*

Pendahuluan

Kemandirian suatu bangsa menjadi penting ketika dunia dilanda oleh arus globalisasi. Karena, hanya bangsa mandirilah yang akan mampu memainkan fungsi *leader* dalam sebuah persaingan global. Indonesia sebagai negara berkembang sedang mengarah untuk menciptakan sebuah bangsa mandiri dalam rangka keluar dari belenggu ketergantungan kepada bangsa lain. Salah satu langkah yang dapat dilakukan untuk menjadi bangsa mandiri adalah membangun kesadaran akan pentingnya kewirausahaan (*entrepreneurship*).

Banyak cara dan upaya telah dilakukan oleh segenap komponen bangsa dalam hal ini adalah pemerintah, institusi dan kelembagaan, Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM) termasuk perguruan tinggi dalam rangka mengembangkan *entrepreneurship* menuju bangsa mandiri. Dikti DEPDIKNAS melalui Direktornya Fasli Jalal telah mengembangkan program kewirausahaan mahasiswa sebagai kegiatan prioritas nasional. Program ini melibatkan mahasiswa dalam pengalaman nyata berwirausaha. Mereka diajarkan bagaimana merencanakan, menjalankan dan mengembangkan usaha, mengenal pasar dan

produk yang dihasilkan serta memahami masalah yang dihadapi dan cara mengatasinya. Program ini juga diperkaya dengan magang kewirausahaan dan kuliah kerja usaha. Dalam hal ini, Dikti juga telah membentuk *anchor* kewirausahaan sebanyak 191 dosen di perguruan tinggi dengan cara *Training of Trainer* (ToT). Pada tahun 2009, Dikti juga bekerjasama dengan Universitas Ciputra Entrepreneurship Center (UCEC) untuk melatih 1600 dosen dari perguruan tinggi se-Indonesia. 20 orang di antaranya telah diberangkatkan ke Kauffman Foundation di Kansas City Amerika pada tahun 2010. Melalui program Global Faculty Program (GFP) yang sudah dirintis UCEC, 20 orang dosen tersebut telah mendapatkan pengalaman langsung bagaimana mengembangkan budaya kewirausahaan di Amerika selama enam bulan.¹

Bank Mandiri juga turut mendukung berkembangnya entrepreneurship di Indonesia melalui program Wirausaha Muda Mandiri sejak tahun 2007 sebagai salah satu bentuk *Corporate Social Responsibility* (CSR). Ini merupakan program strategis Bank Mandiri untuk mewujudkan peranan dalam menggerakkan UKM sebagai salah satu pilar ekonomi Indonesia. Program Wirausaha Muda

Mandiri telah menelurkan ratusan wirausahawan yang berpendidikan dan cakap mengembangkan bisnis serta dapat mencetak lapangan kerja bagi masyarakat.²

Selain Universitas Ciputra Entrepreneurship Center (UCEC), Universitas Komputer Indonesia (UNIKOM) juga turut berperan dan konsen dalam mengembangkan pendidikan entrepreneur. Prestasi UNIKOM yang cukup spektakuler terlihat ketika Tim Robotik UNIKOM berhasil menjadi juara I dunia yang meraih medali emas pada *the 2009 World Robot Competition* di Amerika Serikat. Atas prestasi ini, Presiden Susilo Bambang Yudoyono memberikan Satya Lencana Wira Karya kepada UNIKOM.

Meskipun gerakan-gerakana ke arah penciptaan entrepreneur yang mandiri sedang digalakkan namun, jumlah wirausahawannya masih rendah padahal, Indonesia banyak memiliki perguruan tinggi yang akan melahirkan sarjana namun, tidak diimbangi dengan banyaknya lapangan kerja. Kondisi ini sangat memungkinkan untuk melahirkan pengangguran terdidik. Per September 2011 saja, jumlah pengangguran intelektual di Indonesia mencapai 1,1 juta orang yang

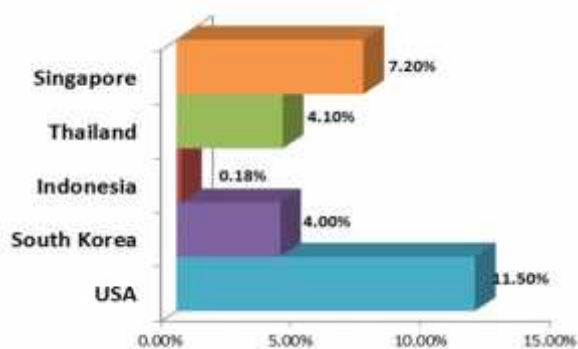
¹Fasli Jalal dalam Sambutan Direktur Jenderal Perguruan Tinggi Departemen Pendidikan Nasional Republik Indonesia dalam buku "*Enterpreneuship Menjadi Pebisnis Ulung : Panduan bagi Pengusaha, Calon Pengusaha, Mahasiswa, dan Kalangan Dunia Usaha*" yang ditulis Eddy Soeryanto Soegoto

²Baca kumpulan kisah inspiratif dari 24 pemenang dan finalis Wirausaha Muda Mandiri tahun 2011 yang berjuang mendobrak belenggu mitos bisnis yang mengakar kuat di tanah air, Rhenald Kasali, *Wirausaha Muda Mandiri: Kisah Inspiratif Anak Muda Menemukan Masa Depan dari Hal-Hal yang diabaikan Banyak Orang*, (Jakarta; 2011, PT. Gramedia)

merupakan lulusan perguruan tinggi, naik 15,71 persen dibanding tahun 2010.³

Pada tahun 2003, Badan Pusat Statistik (BPS) data sakernas memperlihatkan 83,18% dari lulusan perguruan tinggi tidak berorientasi sebagai pekerja mandiri. Ini memperlihatkan adanya korelasi terbalik antara tingkat pendidikan dan sikap kemandirian. Mayoritas lulusan perguruan tinggi memilih sebagai pencari kerja (*job seeker*) seperti buruh dan karyawan yang dibayar oleh sebuah institusi bukan sebagai pencipta lapangan kerja (*job creator*). David Mc Clelland Ilmuwan Amerika Serikat (AS) menjelaskan bahwa suatu negara menjadi makmur ketika mempunyai jumlah wirausahawan minimal 2% dari jumlah penduduk di Negara tersebut. Berikut adalah data tingkat wirausaha di beberapa Negara:

Gambar 1.1
Tingkat wirausaha di beberapa negara



Sumber : Sambutan Menteri Koperasi dan UKM pada Peringatan Gerakan Kewirausahaan Nasional, 8 Maret 2012

Data ini menunjukkan bahwa Indonesia dengan tingkat wirausaha 0,18% adalah negara

paling rendah tingkat wirausahanya dibandingkan negara-negara lain seperti Thailand dengan tingkat wirausahanya 4,10% Korea Selatan 4% , Singapura 7,2% dan Amerika ada di level 11,5%. Dengan Tingkat wirausaha yang paling rendah ini, sektor rilnya mayoritas berkembang di sektor UMKM. Peran UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) cukup besar dalam perekonomian nasional. UMKM mempunyai peran strategis seperti; jumlahnya yang besar dan terdapat dalam setiap sektor ekonomi, menyerap banyak tenaga kerja dan setiap investasi menciptakan banyak kesempatan kerja, memiliki kemampuan untuk memanfaatkan bahan baku lokal dan dan menghasilkan barang dan jasa yang dibutuhkan masyarakat luas dengan harga terjangkau. Berdasarkan data kementerian koperasi dan UKM tahun 2013 menggambarkan perkembangan data Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) dan Usaha Besar (UB) tahun 2011 – 2012 sebagaimana dalam tabel berikut:

Tabel 1.1
Perkembangan data UMKM dan UB Indonesia tahun 2011-2012

Indikator	Tahun 2011		Tahun 2012		Perkembangan Tahun 2011-2012	
	Jmlh	Pangsa (%)	Jumlah	Pangsa (%)	Jumlah	%
Unit Usaha	2.891.224		56.539.560		1.328.163	2,41
A. Usaha Mikro dan Kecil (UMKM)	55.206.444	99,99	56.534.592	99,99	1.328.147	2,41
• Usaha Mikro (Umi)	54.559.969	98,82	55.856.176	98,79	1.296.207	2,38
• Usaha Kecil (UK)	602.195	1,09	629.418	1,11	27.223	4,52
• Usaha Menengah (UM)	44.28	0,08	48.997	0,09	4.717	10,65
B. Usaha Besar (UB)	4.952	0,01	4.968	0,01	16	0,32
Tenaga Kerja	104.613.681		110.808.154		6.194.473	5,92
A. Usaha Mikro,	101.722.4	97,24	107.657.5	97,16	5.935.05	5,83

³Informasi dari Kepala Badan Pengkajian dan Penerapan teknologi (BPPT) Marzan A Iskandar pada kuliah umum April 2012

kecil dan Menengah(U MKM)	58		09		1	
• Usaha Mikro (Umi)	94.957.797	90,77	99.859.517	90,12	4.901.720	5,16
• Usaha Kecil (UK)	3.919.992	3,75	4.535.970	4,09	615.977	15,71
• Usaha Menengah (UM)	2.844.669	2,72	3.262.023	2,94	417.354	14,67
B. Usaha Besar (UB)	2.891.224	2,76	3.150.645	2,84	259.422	8,97

Sumber data: Kementerian UKM dan Koperasi

Mayoritas Lembaga pendidikan termasuk Perguruan tinggi di Indonesia cukup antusias dalam mengembangkan entrepreneurship. **Sudarnoto Abdul Hakin** selaku Pembantu Rektor Bidang Kemahasiswaan dalam obrolannya dengan penulis menyampaikan bahwa mahasiswa UIN mempunyai bakat dan potensi untuk berwirausaha. Pada awalnya Ada 2 orang mahasiswa yang punya potensi dalam hal entrepreneurship yang cukup membanggakan. Satu orang diantaranya ingin mengembangkan usaha daur ulang kulit pisang dan satu lagi ingin mengembangkan usaha kreatif yaitu membuat furniture yaitu kursi dari bahan kertas dan kardus. Kondisi ini turut melatari institusi kemahasiswaan untuk mengikutsertakan para mahasiswa yang berbakat dan berminat dalam pelatihan-pelatihan kewirausahaan melalui kerjasama dengan pihak luar.

Di tahun 2012, bagian Kemahasiswaan UIN telah mengikutsertakan mahasiswa dalam beberapa bentuk acara pelatihan dan magang entrepreneurship sebagai berikut :

1. Mengikutsertakan 7 orang mahasiswa dalam kegiatan BANK INDONESIA ENTREPRENEUR (BI-Preneur). Mereka

sudah mengikuti pelatihan entrepreneurship yang dilakukan BI-Preneur dan 4 orang diantaranya mendapat dominasi pembiayaan (*seed capital*) dan berhasil mendirikan usaha.

2. Mengikutsertakan 10 orang mahasiswa dalam kegiatan seminar dan magang kewirausahaan yang diadakan Universitas Esa Unggul
3. Menyelenggarakan program Bantuan Pemagangan bagi Mahasiswa pada Dunia Industri sejumlah 10 orang dari CV. BOGA LESTARI.
4. Melakukan kerjasama dengan Bank Mandiri melalui kegiatan CSR Bank Mandiri yaitu Wirausaha Muda Mandiri sejak tahun 2009. Para mahasiswa UIN diikut sertakan dalam kegiatan tersebut. Azmi alumni fakultas Ekonomi adalah salah seorang output dari kegiatan Wirausaha Muda Mandiri CSR Bank Mandiri. Ia adalah pemilik (*output*) Javapucino yang telah berhasil membuka hampir 60 gerai di seluruh Indonesia.

Informasi terakhir penulis dapatkan dari COINS⁴, sudah ada sekitar 40 orang mahasiswa yang sudah berwirausaha. Di Fakultas Ekonomi dan Bisnis, berdasarkan obrolan penulis dengan salah seorang dosen mata kuliah entrepreneurship menjelaskan

⁴COINS adalah organisasi mahasiswa Fakultas Syariah dan Hukum yang bersifat independen. Organisasi ini focus pada 3 pembedangan yaitu kajian, Wirausaha dan kepemimpinan (*leadership*)

bahwa mahasiswa FEB juga punya kecenderungan bakat dan minat untuk berwirausaha yang tidak kalah banyak jumlahnya dibandingkan mahasiswa FSH. Setelah peneliti melihat bahwa minat dan bakat mahasiswa hampir ada di setiap fakultas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul HUBUNGAN FAKTOR INDIVIDU, LINGKUNGAN DAN FAKTA SOSIAL DENGAN ENTERPRENEURSHIP MAHASISWA UIN SYARIF HIDAYATULLAH JAKARTA”.

a. Rumusan Masalah

1. Apakah ada hubungan antara faktor individu, lingkungan dan fakta sosial dengan entrepreneurship Mahasiswa UIN Jakarta?
2. Faktor mana yang lebih signifikan hubungannya dengan entrepreneurship mahasiswa UIN Jakarta

b. Tujuan penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk melihat seberapa besar bakat dan peminatan mahasiswa UIN Syarif Hidayatullah untuk menjadi entrepreneur dan faktor apa yang lebih dominan mempengaruhi entrepreneurship mereka

Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Entrepreneurship

Peggy A. Lambing dan Charles R. Kuehl dalam bukunya *Entrepreneurship* menjelaskan bahwa ada 4 faktor yang

mempengaruhi determinasi perilaku entrepreneur yaitu: 1. Individu (*the individual*), 2. Lingkungan etnokultural (*the ethnocultural enviroment*), 3. Fakta atau kenyataan dalam masyarakat (*the circumstance in society*), 4. Gabungan atau paduan dari ketiga di atas (*combination of these*) Dari 4 faktor ini, penulis hanya mengambil 3 faktor saja yaitu nomor 1 sampai nomor 3. Sedangkan faktor no 4 yaitu gabungan atau paduan dari ketiga faktor tidak penulis masukkan sebagai kerangka teori karena akan menyulitkan dalam menurunkannya ke dalam instrument penelitian.

a. Faktor Individu

Peter Drucker tidak percaya bahwa sifat (*trait*) adalah salah satu faktor yang memutuskan seseorang menjadi entrepreneur tapi seseorang bisa belajar menjadi entrepreneur. Misal Seorang anak yang lahir dari keluarga (orang tua) yang bukan entrepreneur, tapi dia juga bisa menjadi entrepreneur karena belajar dari para pengusaha sukses yang mempunyai orang tua pengusaha. **Michael Oneal** penulis *businnes week* membenarkan bahwa entrepreneurship bisa dipelajari tapi, jiwa (*soul*) entrepreneur adalah suatu hal yang berbeda. Seorang entrepreneur bisa menjadi seorang menejer profesional tapi tidak setiap menejer bisa menjadi entrepreneur. **Jeffrey P.Sudikoff** seorang entrepreneur,

mengatakan bahwa seseorang tidak bisa mengajarkan mengendarai atau belajar inisiatif atau belajar kepintaran atau belajar kepribadian. Seseorang tidak bisa mengajarkan pelajaran di ruang kelas tentang memulai perusahaan tanpa mempunyai keinginan dan kemampuan terlebih dahulu.

Ada beberapa sifat (*traits*) yang terdapat pada diri seseorang yang punya kecenderungan menjadi entrepreneur :

1. Gemar berbisnis (*the passion for the business*),
2. Pantang menyerah (*tenacity despite failure*),
3. Yakin (*confidence*),
4. Mampu membuat keputusan sendiri (*self-determination*),
5. Bisa memenej resiko (*management of risk*),
6. Mampu melihat perubahan sebagai kesempatan (*seeing changes as opportunities*),
7. Tenggang rasa terhadap ambiguitas (*tolerance for ambiguity*),
8. Berinisiatif dan butuh prestasi (*initiative and a need for achievement*),
9. Orientasi rinci dan perfeksionis (*detail orientation and perfectionism*),
10. Mempunyai disiplin waktu (*perfection of passing time*),
11. Kreatif (*creativity*),

12. Punya kemampuan untuk melihat gambaran besar (*ability to see the big picture*),

13. Mempunyai faktor motivasi (*motivating factors*).

b. Faktor Lingkungan (Etnokultural)

Biasanya, selalu ada sebuah etnis yang menguasai bisnis. Etnis itu membentuk sebuah kelompok atau grup bisnis tersendiri yang memiliki formasi bisnis lebih tinggi. Contoh Jepang dikenal mempunyai budaya berorientasi pada prestasi (*achievement-oriented*) yang membantu para entrepreneur bertahan sampai mereka sukses. Budaya juga berpengaruh terhadap status para entrepreneur.

A.Malachi Mixon III menyebutkan bahwa faktor kultur yang mempengaruhi entrepreneurship meliputi :

1. Struktur sosial (*social structure*)

Struktur sosial merupakan tatanan sosial dalam kehidupan masyarakat, yang di dalamnya terkandung hubungan timbal balik antara status dan peranan yang mengacu pada suatu keteraturan perilaku di dalam masyarakat. Struktur sosial merupakan aspek kultur (budaya) yang dapat mempengaruhi *lifestyle*, standar hidup dan pola konsumsi. Gejala-gejala sosial seperti ini akan menciptakan stratifikasi sosial sebagai salah satu unsur penting dalam kultur (budaya) dalam rangka mengatur perilaku.

Selo Soemardjan mengklasifikasikan masyarakat berdasarkan ciri-ciri struktur sosial dan budaya menjadi 3 bentuk yaitu :

- a. Masyarakat sederhana dengan ciri-ciri ; Ikatan keluarga dan masyarakatnya sangat kuat, Organisasi sosial berdasarkan tradisi turun - temurun, Memiliki kepercayaan yang kuat terhadap kekuatan gaib, Tidak memiliki lembaga-lembaga khusus, seperti lembaga pendidikan, Hukum yang berlaku tidak tertulis, Sebagian besar produksi hanya untuk keperluan keluarga sendiri atau untuk pasaran dalam skala kecil, dan Kegiatan ekonomi dan sosial dilakukan secara gotong royong.
- b. Masyarakat madya dengan ciri-ciri; Ikatan keluarga masih kuat, tetapi hubungan dengan masyarakat setempat sudah mengendor, Adat istiadat masih dihormati, tetapi mulai terbuka dengan pengaruh luar, Timbulnya rasionalitas dalam cara berpikir sehingga kepercayaan-kepercayaan pada kekuasaan kekuatan gaib baru timbul apabila orang mulai kehabisan akal untuk menanggulangi suatu masalah, Timbulnya lembaga-lembaga pendidikan formal sampai tingkat

lanjutan, Hukum tertulis mulai mendampingi hukum tidak tertulis Memberi kesempatan pada produksi pasar sehingga muncul diferensiasi dalam struktur masyarakat, Gotong royong hanya untuk keperluan di kalangan tetangga dan kerabat, sedangkan kegiatan ekonomi dilakukan atas dasar uang.

- c. Masyarakat modern dengan ciri-ciri; Hubungan sosial didasarkan atas kepentingan pribadi, Hubungan dengan masyarakat lainnya sudah terbuka dan saling mempengaruhi, Kepercayaan terhadap ilmu pengetahuan dan teknologi sangat kuat, Terdapat stratifikasi sosial atas dasar keahlian, Tingkat pendidikan formal tinggi, Hukum yang berlaku sudah hukum tertulis, dan Ekonomi hampir seluruhnya merupakan ekonomi pasar yang didasarkan atas penggunaan uang dan alat pembayaran lain.

Dari tiga bentuk struktur sosial berdasarkan ciri-cirinya tersebut, peneliti menduga bahwa masyarakat modern cenderung untuk memotivasi anggota masyarakatnya mempunyai *lifestyle*, standar hidup dan pola konsumsi yang berbeda dari masyarakat lain. Masyarakat modern berorientasi untuk mendapatkan hidup lebih maju.

Membuat hidup lebih maju, secara ekonomi dapat diraih dengan cara mengembangkan pokok-pokok ajaran entrepreneurship.

1. Agama (*religion*)
2. Pilsafat Politik (*Political Philosophy*)
3. Economics and economic Philosophy
4. Pendidikan (*education*)
5. Adat kebiasaan (*manner and customs*)

c. Fakta Sosial

Sering ditemukan dalam masyarakat, ada orang yang pada awalnya tidak berencana menjadi entrepreneur tapi, pada akhirnya ia mesti memutuskan untuk menjadi entrepreneur. *Marketplace* seringkali mendorong seseorang untuk menjadi entrepreneurship. Contoh, seseorang yang sudah memiliki pekerjaan sebagai karyawan misalnya, tapi ia melihat ada peluang untuk membuka bisnis. Atau bisa jadi seseorang memilih bisnis karena putus sekolah atau *drop out* kuliah, PHK atau setelah kecewa dengan pekerjaan yang sudah dijalannya, dihadapkan pada kondisi keluarga tidak mampu untuk membayar kuliah dan hilangnya peran kepala keluarga yang memberi nafkah akibat pailit, meninggal dunia, sakit dan perceraian.

d. Entrepreneurship Mahasiswa UIN Jakarta

1) Defenisi

Secara etimologi, entrepreneurship berasal dari bahasa Prancis yaitu

entreprendre artinya “berusaha atau mengusahakan” dan *entrepreneuriat* yang dalam bahasa Inggris berarti *to undertake*⁵, artinya memikul dan bertanggung jawab. Sedangkan terminologi entrepreneurship diartikan oleh Eddy Soeryanto dengan kewirausahaan yaitu usaha kreatif yang dibangun berdasarkan inovasi untuk menghasilkan sesuatu yang baru, memiliki nilai tambah, memberi manfaat, menciptakan lapangan kerja dan hasilnya berguna bagi orang lain.⁶

Kewirausahaan sebagai terjemahan dari kata entrepreneurship dilontarkan pertama kali pada tahun 1975 diantara kelompok Entrepreneur Development Program – Development Technology Centre (EDP-DTC) Institut Teknologi Bandung (ITB) dimana sebelumnya banyak pihak menyebutnya sebagai “kewiraswataan”. Selanjutnya, dengan keluarnya Instruksi Presiden (Inpres) RI Nomor 4 Tahun 1995 tanggal 30 Juni 1995 tentang Gerakan Nasional Memasyarakatkan dan Membudayakan Kewirausahaan maka, *wirausaha* merupakan padanan kata *entrepreneur*.

Dengan demikian, entrepreneurship mengandung makna wiraswasta dan

⁵Moko P. Astamoen, *Entrepreneurship*, (Bandung: Alfabeta, 2005), cet. Ke-I, h. 81

⁶Eddy Soeryanto Soegoto, *Entrepreneurship....*, h. 3

wirausaha. Wiraswasta berasal dari kata *wira* artinya utama, gagah, berani, luhur, teladan dan pejuang, *swa* artinya sendiri dan *sta* artinya berdiri. Jadi wiraswasta adalah orang yang berjiwa pejuang, gagah, luhur, berani dan layak menjadi teladan dalam bidang usaha dengan landasan berdiri di atas kaki sendiri. Sedangkan wirausaha atau *entrepreneur* adalah orang yang berjiwa kreatif dan inovatif yang mampu mendirikan, membangun, mengembangkan, memajukan dan menjadikan perusahaannya unggul seperti Ciputra, Moeryati Soedibyo, Bob Sadino, Mohtar Ryadi, James Riadi, Aburizal Bakri dan Hary Tanu Sudibyo.

Mahasiswa sebagai objek utama penelitian dimaksudkan sebagai para pengusaha atau pebisnis pemula. peneliti memasukkan mereka dalam kategori pengusaha atau pebisnis yang bergerak di usaha kecil⁷. Usaha kecil adalah usaha yang dikelola secara mandiri, tidak mendominasi pasar dan memenuhi standar ukuran tertentu dari sisi laba dan jumlah karyawan. Dari segi jumlah karyawan, usaha kecil memiliki karyawan mulai 1 hingga 500 orang. Omzet pertahun maksimal 200 juta dan 1

milyar. Sedangkan asset maksimal 50 juta dan 200 juta.

Berdasarkan data statistik tahun 2009, klasifikasi bisnis di Indonesia dibagi menjadi 4 kategori sebagaimana dalam tabel berikut :

Tabel 1.2

JENIS USAHA	OMZET Per-Tahun	ASET	JUMLAH USAHA	%
Usaha Besar/konglomerat	Rp 50 milyar	Rp 10 milyar	+ 4,52 ribu	0,01 %
Usaha Menengah	Rp 1 - 50 milyar	Rp 200 juta - Rp 10 milyar	+ 10,25 ribu	0,24 %
Usaha Kecil	Rp 200 juta - Rp 1 milyar	Max 200 juta	+ 2,02 juta	4,05 %
Usaha Mikro	Max 200 juta	Max 50 juta	+ 47,70 juta	95,70 %

Data ini menggambarkan bahwa usaha kecil di Indonesia mendominasi angka jenis usaha yaitu + 99,75 %. Jenis usaha kecil dimana mahasiswa UIN Jakarta masuk dalam kategori ini, mayoritas meliputi bidang perdagangan grosir dan ritel, jasa, pertanian, perikanan, industry konstruksi, usaha makanan dan minuman.

2) Memulai Bisnis

Berusaha atau berbisnis dimulai dari adanya ide atau gagasan tentang apa, dimana dan bagaimana cara memulai bisnis. Ide atau gagasan muncul dari berbagai situasi dan kondisi seperti hobi, melihat peluang, dari teman, ditawarkan orang lain, tempat bekerja bangkrut atau tutup, karena PHK, kepepet atau terdesak, disorientasi menjadi bekerja mandiri,

⁷Usaha kecil yang dimaksud peneliti adalah kategori usaha mikro dan usaha kecil

karena pension, atau mengalami *Drop Out* bagi mahasiswa.

Ketika ide dan peluang untuk berbisnis sudah muncul, ada beberapa langkah yang mesti dipersiapkan oleh pengusaha supaya usaha atau bisnisnya tetap berlanjut :

1. Menyusun rencana bisnis (*business plan*) adalah dokumen tertulis yang berisi tujuan usaha, rencana penjualan, rencana keuangan dan sasaran yang ingin dicapai dari usaha tersebut. Rencana bisnis merupakan pedoman bagi entrepreneur, karyawan, rekanan, kreditur dan pihak-pihak lain dalam rangka mengimplementasikan usaha tersebut.
2. Mengidentifikasi siapa pelanggan, dimana lokasi pelanggan, kemampuan daya beli pelanggan, jumlah produk yang akan dibeli pelanggan, siapa pesaing dan apa yang membedakan (*differentiasi*) produk kita dengan orang lain.
3. Memperhatikan beberapa faktor :
Tekat kuat, kerja keras dan dedikasi, Kompetensi manajerial diperoleh melalui kursus, pelatihan, seminar, lokakarya, belajar dari para ahli, atau berpengalaman di bidang usaha tersebut, Permintaan pasar, control yang ketat, dan beri perhatian pada semua tingkatan struktur kerja supaya

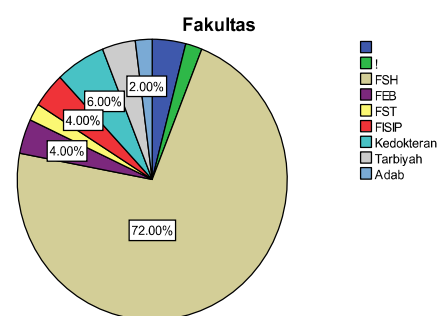
semangat karyawan tetap terjaga dan sesuai dengan yang diharapkan.

Metodologi

1) Objek Penelitian

Sebagaimana diketahui, entrepreneur mahasiswa UIN sebanyak objek penelitian ini belum terhimpun dalam satu wadah tersendiri. Untuk itu, peneliti mencoba mengidentifikasi entrepreneur mahasiswa dengan metode *Snowboling* yaitu mencari 3 orang entrepreneur mahasiswa dan dari mereka berkembang informasi menjadi 50 entrepreneur mahasiswa. Karena 50 entrepreneur mahasiswa ini belum memenuhi syarat untuk pengambilan sample, maka peneliti menjadikan mereka sebagai responden dengan metode sensus.

Adapun komposisi mahasiswa per fakultas dari 50 responden adalah sebagaimana berikut :



2) Metode

Paradigm penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah penelitian tentang masalah sosial atau masalah manusia yang berdasarkan pada pengujian sebuah teori yang terdiri

dari variable-variabel, diukur dengan angka dan dianalisa dengan prosedur statistik untuk menentukan apakah generalisasi prediktif teori tersebut benar.⁸

Untuk mengumpulkan fakta-fakta dari gejala-gejala yang ada dan mencari keterangan secara factual, teknik pengumpulan data dilakukan melalui metode survey karena ingin memperoleh informasi mengenai beberapa faktor terkait dengan entrepreneurship mahasiswa. Survey yang dilakukan dengan menggunakan kuesioner atau angket dengan skala pengukuran *skala likert*. *Skla liket* yaitu menghadapkan responden pada pertanyaan mencakup tanggapan nasabah mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi entrepreneur mahasiswa.

Data diolah dengan menggunakan SPSS 19 dimana sebelum diolah, peneliti terlebih dahulu melakukan uji validitas dan realibilitas terhadap semua indikator variabel. Setelah data valid dan relibel, data diolah dengan menggunakan pendekatan analisis korelasi yang bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan antara variabel X1, X2, dan X3 dengan Y, dan berapa besar koefisien hubungannya. Korelasi dapat menghasilkan angka positif (+) atau negative (-).

Jika korelasi menghasilkan angka positif maka, hubungan kedua variabel bersifat searah. Artinya jika variabel bebas besar maka variabel terikat (*independent variable*) juga besar. Dan Jika korelasi menghasilkan angka negative maka, hubungan kedua variabel tidak searah. Artinya jika variabel bebas besar maka variabel terikat kecil. Angka korelasi berkisar antara -1 dengan 1. Jika angka mendekati 1 maka hubungan kedua variable semakin kuat dan jika korelasi mendekati angka -1 maka, hubungan kedua variabel semakin lemah. Hubungan linier positif sempurna akan mempunyai koefisien korelasi 1, sedangkan hubungan linier negative sempurna akan mempunyai koefisien korelas -1. Nilai koefisien korelasi sama dengan nol (0) berarti tidak ada hubungan.

A. Hubungan Beberapa Faktor dengan Entrepreneurship Mahasiswa UIN Syarif Hidayatullah Jakarta

1) Hubungan Faktor Individu dengan Entrepreneurship Mahasiswa UIN Jakarta

Tabel 1.3

		Correlations	
		jadi orang sukses	menyesuaikan produk bisnis
jadi orang sukses	Correlation	1,000	.340*
	Coefficient		
	Sig. (2-tailed)		.019
menyesuaikan produk bisnis	Correlation	.340*	1,000
	Coefficient		
	Sig. (2-tailed)	.019	
N		50	47
N		47	47

⁸John W. Creswell, *Research Design : Qualitative & Quantitative Approaches*, (Jakarta; KIK Press, 2002), Cet. Ke-2, h. 1

Hasil Perhitungan korelasi antara faktor Individu dengan entrepreneurship mahasiswa UIN Jakarta menunjukkan 0,340. Angka ini menunjukkan adanya korelasi yang kuat dan searah. Artinya jika faktor individu mereka tinggi maka entrepreneurship mereka juga akan semakin baik. Untuk mengetahui apakah korelasi tersebut signifikan atau tidak maka, terlebih dahulu peneliti menentukan hipotesis, sebagai berikut :

- Ho: Hubungan antara variabel faktor individu dengan variabel entrepreneurship mahasiswa UIN Jakarta tidak signifikan
- H1: Hubungan antara variabel faktor individu dengan variabel entrepreneurship mahasiswa UIN Jakarta signifikan

Dasar Pengambilan keputusan :

- Jika probabilitas $< 0,05$, maka hubungan kedua variabel signifikan
- Jika probabilitas $> 0,05$, maka hubungan kedua variabel tidak signifikan

Berdasarkan tabel 1, hasil perhitungan angka probabilitas hubungan antara variabel faktor individu dengan variabel entrepreneurship mahasiswa UIN Jakarta sebesar 0,001. Angka probabilitas $0,001 < 0,05$ maka, hubungan kedua variabel tersebut adalah signifikan. Dari hasil koefisien korelasi

Spearman adalah 0,340, jika dilakukan pengujian hipotesis

Ho : $\rho = 0$ tidak terdapat hubungan antara faktor individu dengan entrepreneurship mahasiswa UIN Jakarta

H1 : $\rho \neq 0$ terdapat hubungan antara faktor individu dengan entrepreneurship mahasiswa UIN Jakarta

Tingkat signifikansi pengamatan sangat kecil (0,001) sehingga hipotesis nol (Ho) ditolak. Tanpa uji hipotesis pun sudah dapat disimpulkan bahwa koefisien korelasi 0,340 menunjukkan bahwa terdapat hubungan antara variabel faktor individu dengan entrepreneurship mahasiswa UIN Jakarta.

2) Hubungan Faktor Lingkungan dengan Entrepreneurship Mahasiswa UIN Jakarta

Tabel 1.4

		pekerjaan menurut agama...	visi dan misi bisnis
Spearman's rho	pekerjaan menurut agama...	Correlation	1.000
		Coefficient	.223
		Sig. (2-tailed)	.124
		N	49
Spearman's rho	visi dan misi bisnis	Correlation	.223
		Coefficient	1.000
		Sig. (2-tailed)	.124
		N	49

Hasil Perhitungan korelasi antara faktor lingkungan dengan entrepreneurship mahasiswa UIN Jakarta menunjukkan 0,223. Angka ini menunjukkan adanya korelasi yang kuat

dan searah. Artinya jika faktor lingkungan mereka tinggi maka entrepreneurship mereka juga akan semakin baik. Berdasarkan tabel 2, hasil perhitungan angka probabilitas hubungan antara variabel faktor lingkungan dengan variabel entrepreneurship mahasiswa UIN Jakarta sebesar 0,124. Angka probabilitas $0,124 < 0,05$ maka, hubungan kedua variabel tersebut adalah signifikan.

Dari hasil koefisien korelasi Spearman adalah 0,223, jika dilakukan pengujian hipotesis

$H_0 : \rho = 0$ tidak terdapat hubungan antara faktor lingkungan dengan entrepreneurship mahasiswa UIN Jakarta

$H_1 : \rho \neq 0$ terdapat hubungan antara faktor lingkungan dengan entrepreneurship mahasiswa UIN Jakarta

Tingkat signifikansi pengamatan sangat kecil (0,124) sehingga hipotesis nol ditolak. Tanpa uji hipotesis pun sudah dapat disimpulkan bahwa koefisien korelasi 0,223 menunjukkan bahwa terdapat hubungan antara variabel faktor individu dengan entrepreneurship mahasiswa.

3) Hubungan Fakta Sosial dengan Entrepreneurship Mahasiswa

Tabel 1.5

		Correlations	
		berbisa s ingin mandiri	visi dan misi bisnis
Spearman's rho	berbisa ingin mandiri	Correlation	1,000
		Coefficient	.164
		Sig. (2-tailed)	.255
		N	50
visi dan misi bisnis		Correlation	.164
		Coefficient	1,000
		Sig. (2-tailed)	.255
		N	50

Hasil Perhitungan korelasi antara faktor fakta sosial dengan entrepreneurship mahasiswa UIN Jakarta menunjukkan 0,164. Angka ini menunjukkan adanya korelasi yang kuat dan searah. Artinya jika faktor fakta sosial mereka tinggi maka entrepreneurship mereka juga akan semakin baik. Berdasarkan tabel 3, hasil perhitungan angka probabilitas hubungan antara variabel faktor fakta sosial dengan variabel entrepreneurship mahasiswa UIN Jakarta sebesar 0,255. Angka probabilitas $0,255 < 0,05$ maka, hubungan kedua variabel tersebut adalah signifikan.

Dari hasil koefisien korelasi Spearman adalah 0,255, jika dilakukan pengujian hipotesis

$H_0 : \rho = 0$ tidak terdapat hubungan antara faktor fakta sosial dengan entrepreneurship mahasiswa UIN Jakarta

Hi : # 0 terdapat hubungan antara faktor fakta sosial dengan entrepreneurship mahasiswa uin Jakarta

Tingkat signifikansi pengamatan sangat kecil (0,255) sehingga hipotesis nol ditolak. Tanpa uji hipotesis pun sudah dapat disimpulkan bahwa koefisien korelasi 0,255 menunjukkan bahwa terdapat hubungan antara variabel faktor Fakta sosial dengan entrepreneurship mahasiswa UIN Jakarta.

4) Dominasi Hubungan Faktor dengan Entrepreneurship Mahasiswa UIN Jakarta

Dari perolehan data statistik pada poin a, b, dan c dalam hal hubungan faktor-faktor dengan entrepreneurship mahasiswa UIN Jakarta sebagaimana pada tabel berikut :

Tabel 1.6

No.	Faktor	Correlation Coefficient
1	Faktor Individu	0,340
2	Faktor Lingkungan	0,223
3	Faktor Sosial	0,164

Tabel 4 ini menunjukkan bahwa *correlatin coefficient* faktor Individu 0,340 lebih besar dibandingkan *correlation coefficient* faktor lingkungan 0,223 dan fakta sosial 0,164. Ini menunjukkan bahwa faktor yang paling dominan mempengaruhi

entrepreneurship mahasiswa UIN Jakarta adalah faktor Individu. Dapat difahami bahwa mahasiswa UIN Jakarta punya modal utama (mental kuat) untuk menjadi entrepreneur. Semakin tinggi kemauan dan minat mereka dalam hal entrepreneurship, maka UIN Jakarta berpotensi untuk mengembangkan ekonomi di sektor rill dan ini sejalan dengan konsep dasar ekonomi Islam.

Kesimpulan

1. Terdapat empat variabel yang dapat dilihat hubungannya dalam penelitian ini yakni Faktor individu, faktor lingkungan, Fakta sosial, dan Entrepreneurship mahasiswa UIN Jakarta.
2. Dari keempat faktor tersebut terdapat tiga faktor yang memiliki hubungan yang signifikan dengan entrepreneurship mahasiswa UIN Jakarta yaitu faktor individu, faktor lingkungan dan fakta sosial
3. Faktor individu paling dominan hubungannya dengan entrepreneurship mahasiswa UIN Jakarta bila dibandingkan dengan faktor lingkungan berikutnya fakta sosial.

Referensi

- Ali, Herni., Hamam Faizin., *Teologi Entrepreneurship*, (Jakarta: Lembaga Penelitian UIN Jakarta, 2010), Cet. Ke-1

- Astamoen, Moko P., *Entrepreneurship: Dalam Perspektif Kondisi Bangsa Indonesia*, Bandung: Alfabeta, 2005, Cet. Ke-1
- Winardi, J., *Entrepreneur dan Entrepreneurship*, (Jakarta: PRENADA MEDIA, 2005), Cet. Ke-2
- Creswell, John W., *Research Design : Qualitative & Quantitative Approaches*, (Jakarta; KIK Press, 2002), Cet. Ke-2
- Ghozali, Imam., *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, (Semarang; Badan Penerbit Universitas Diponegoro)
- Kasali, Rhenald., *Wirausaha Muda Mandiri: Kisah Anak Muda Menemukan Masa Depan dari Hal-Hal yang diabaikan Banyak Orang*, (Jakarta; 2011, PT. Gramedia)
- Lambing, Peggy A., Charles R., Kuehl, *Enterpreneurship*,
- Muhammad, *Metode Penelitian Ekonomi Islam : pendekatan Kuantitatif*, (Yogyakarta; PT. Rajawali Press, 2008
- Priyanto, Dwi., *5 jam Belajar Olah data dengan SPSS 17*, (Yogyakarta; Andi, 2008)
- Rochaety, Ety., dkk, *Metodologi Penelitian Bisnis: dengan Menggunakan Aplikasi SPSS*, (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2007)
- Shihab, M. Quraish., *Wawasan al-Quran: Tafsir Maudhu'I atas Pelbagai Persoalan Umat*, (Bandung; Mizan, 1999), cet. Ke-9
- Soegoto, Eddy Soeryanto., *Enterpreneurship Menjadi Pebisnis Ulung : Panduan bagi Pengusaha, Calon Pengusaha, Mahasiswa, dan Kalangan Dunia Usaha*, (Jakarta: PT. Alex Media Komputindo, 2009), Cet. Ke-1
- Sugiono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung; Alpha Betta, 2007
- Sunarto, Kamanto., *Pengantar Sosiologi*, (Jakarta: Fakultas Ekonomi UI, 2004)