

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Jumlah lapangan kerja yang terbatas, membuat tingginya tingkat pengangguran di Indonesia. Badan Pusat Statistik menyebutkan, jumlah pengangguran terbuka nasional pada Februari 2013 mencapai 5,92%. Pengangguran terbuka usia muda mencapai 5,3 juta jiwa, 20% (sekitar 1,06 juta jiwa) diantaranya merupakan lulusan perguruan tinggi (<http://www.bps.go.id/?news=1010>). Hal tersebut membuat banyaknya pengangguran dan persaingan untuk memperoleh pekerjaan semakin ketat.

Santrock (1985) mengatakan bahwa masa dewasa awal dimulai pada saat berumur 20-40 tahun. Rentang usia tersebut merupakan rentang usia produktif, dimana seseorang mampu melepaskan ketergantungannya, mula – mula dari orang tua selanjutnya dari teman – teman. Para mahasiswa atau sarjana yang baru lulus, berada dalam masa dewasa awal, mereka berada dalam tahap usia produktif serta berlomba – lomba melamar pekerjaan untuk dapat diterima bekerja di perusahaan sehingga mereka dapat mandiri secara finansial. Dengan kemampuan dan keterampilannya, para mahasiswa atau sarjana yang baru lulus menuntut gaji dan fasilitas tertentu yang seringkali tidak dapat dipenuhi oleh perusahaan. Bersamaan dengan itu dalam usia yang sama – sama produktif, mereka yang memiliki tingkat pendidikan lebih rendah juga sedang berlomba – lomba untuk memperoleh pekerjaan. Mereka yang memiliki tingkat pendidikan lebih rendah

mau bekerja apa saja sesuai dengan yang ditawarkan oleh perusahaan, bahkan tanpa perlindungan sosial dan kesejahteraan. Fenomena ini membuat potensi manfaat ekonomi dari besarnya jumlah penduduk usia produktif yang mengenyam pendidikan tinggi sia – sia karena menjadi pengangguran (*KOMPAS*, 2012).

Menurut sosiolog Dr. David McClelland, dari Harvard dalam bukunya *The Achieving Society* (Van Nostrand, 1961), suatu negara dapat mencapai kemakmuran jika 2% dari jumlah penduduknya menjadi pengusaha. Dengan demikian untuk dapat mengubah posisi Indonesia dari negara berkembang menjadi sebuah negara yang maju dibutuhkan setidaknya 4 juta pengusaha untuk bisa mengatasi permasalahan pengangguran dan kemiskinan di tanah air. Kemunculan para pengusaha, otomatis membuka peluang adanya lapangan pekerjaan. Semakin banyak lapangan kerja, semakin mengurangi pengangguran. Artinya, tingkat kesejahteraan masyarakat juga meningkat. Dengan begitu, tingkat kemiskinan akan semakin berkurang, seiring dengan pertumbuhan iklim usaha dan pengusaha.

Namun ternyata angka itu masih jauh dari harapan, karena menurut mantan Menko Perekonomian Hatta Rajasa sampai kini hanya 0,18% penduduk Indonesia yang menjadi *entrepreneur* (<http://sekolahumarusman.com/peran-entrepreneur-dalam-pembangunan-bangsa/>). Angka ini memperlihatkan masih besarnya peluang untuk membangun dunia usaha sebagai seorang *entrepreneur*, terutama dari kalangan muda, termasuk para mahasiswa dan sarjana yang baru lulus yang menyukai tantangan. Peluang tersebut dapat diwujudkan dengan mengubah pandangan setiap lulusan, orangtua, dan masyarakat yang masih

menganggap bahwa setelah lulus harus mencari kerja dengan menjadi karyawan. Untuk dapat menjadi *entrepreneur*, dibutuhkan jiwa *entrepreneur* yang harus dipupuk sejak dini. Disinilah peran pendidikan dibutuhkan untuk menumbuhkan jiwa *entrepreneur* dari para mahasiswa sehingga ketika menjadi sarjana, mereka dapat mandiri dan menciptakan lapangan pekerjaan. Dari segi pendidikan, kurikulum yang ada saat ini belum banyak memperkenalkan sisi *entrepreneur*. Karena *entrepreneur* sendiri masih dianggap bukan tujuan utama dari dunia pendidikan di Indonesia. Kesiapan memasuki dunia kerja lebih di kedepankan, sehingga diperlukan perubahan pola pikir bahwa setelah lulus mahasiswa harus mencari kerja, oleh karena itu perlu dilakukan perubahan terhadap pola pengajaran kepada mahasiswa dan kurikulum, karena dengan demikian perguruan tinggi akan mampu mendidik *entrepreneur* baru (<http://www.xxx.org/node/1055/ciptakan-jiwa-entrepreneur-sekarang.htm>).

Universitas “X” merupakan Universitas berbasis *entrepreneurship* yang didirikan di kota Surabaya pada tahun 2006. Menurut pendiri Universitas “X”, keterampilan *entrepreneurship* adalah faktor kunci strategis bagi keberhasilan setiap organisasi , baik organisasi kecil atau besar , publik atau swasta , *profit* atau *non profit* , lokal atau internasional. Universitas “X” memiliki visi dan misi yaitu :

- Visi : untuk menjadi universitas yang menciptakan pengusaha kelas dunia dengan karakter yang sangat baik dan memberikan dampak yang besar bagi bangsa dan negara.
- Misi :
  1. Untuk menumbuhkan pola pikir kewirausahaan

2. Untuk menumbuhkan karakter yang sangat baik untuk mendorong semangat kewirausahaan
3. Untuk mengembangkan keterampilan profesional - kewirausahaan
4. Untuk melakukan penelitian untuk kompetensi akademik dan kewirausahaan
5. Untuk mendukung pertanggung jawaban sebagai universitas secara sosial

Oleh karena itu di Universitas “X” , Pendidikan *entrepreneurship* diberikan dalam semua kegiatan kurikuler dan ko-kurikuler. Universitas “X” terdiri dari 6 fakultas, yaitu :

1. Fakultas Manajemen dengan program studi Manajemen Bisnis Internasional, Bisnis Hotel & Turisme Internasional, Bisnis Kuliner, Marketing Komunikasi
2. Fakultas Akunting Bisnis Internasional
3. Fakultas Informatika dengan program studi Sistem Informasi Bisnis dan Teknologi Informasi & Multimedia
4. Fakultas Desain Visual dengan program studi Desain Komunikasi Visual dan Desain Fashion
5. Fakultas Arsitektur Interior
6. Fakultas Psikologi

<http://www.xx.ac.id/about-us>

Sejak awal kuliah, mahasiswa Universitas “X” telah diperkenalkan dunia *entrepreneurship* dengan sistem pembelajaran *Problem & Project Based Learning*

(PBL). Pada hari Rabu setiap minggunya, mahasiswa mendapatkan mata kuliah *entrepreneurship*, di dalam mata kuliah tersebut mahasiswa dari berbagai jurusan bergabung menjadi satu dan membentuk kelompok-kelompok kecil untuk membuat sebuah bisnis. Mereka diasah kemampuannya dengan berinteraksi satu sama lain, mengintegrasikan satu jurusan dengan jurusan yang lain, belajar bekerjasama dengan orang lain. Mereka melakukan diskusi di dalam kampus dan praktik di luar kampus untuk berhubungan langsung dengan konsumen dan secara berkala mereka memberikan laporan serta melakukan presentasi mengenai bisnis yang dibuat. Dari pengalaman, serta masalah yang dihadapi dalam bisnis itu mahasiswa dapat belajar dan memahami mekanisme dari *entrepreneurship*. Mahasiswa juga secara berkala mengikuti seminar dari para narasumber yang merupakan *entrepreneur*. Untuk dapat lulus, mahasiswa diwajibkan untuk membuat skripsi yang membahas tentang bisnis mereka sendiri yang dibuat sewaktu kuliah.

Setelah lulus, sebanyak 90% alumni Universitas “X” memilih untuk berkarir sebagai seorang *entrepreneur* (<http://www.xx.ac.id/webometrics/detail/xx.ac.id/Universitas+xxx+Surabaya>) dengan bekal ilmu yang diperolehnya selama kuliah, baik melanjutkan usaha yang telah dirintis olehnya selama masa kuliah ataupun memulai usaha yang baru lagi dari awal. Menurut Hisrich (dalam Entrepreneurship, 2010), *Entrepreneur* adalah individu yang memiliki inisiatif untuk memanfaatkan sumber daya yang ada secara inovatif dan bersedia menanggung resiko dan ketidakpastian dari tindakannya tersebut. Menjadi seorang *entrepreneur* tidaklah semudah yang dibayangkan, karena

diperlukan perjuangan dan keberanian untuk mengambil resiko untuk mendirikan dan memperkenalkan usaha, mengelola karyawan, berkerja sama dengan pihak lain, kemudian untuk mempertahankan dan mengembangkan usaha untuk dapat menjadi lebih maju dengan melakukan inovasi. Dalam mempertahankan dan mengembangkan usaha diperlukan komitmen dan kreativitas untuk dapat terus menghadapi perubahan yang ada sehingga usaha yang dibuat tidak tertinggal dan dapat terus bersaing. Karena situasi yang tidak pasti, terdapat berbagai resiko terhadap usaha yang dibuat, baik resiko keberhasilan seperti meningkatnya *profit* dan *omzet* penjualan sehingga usaha menjadi lebih berkembang ; maupun resiko kegagalan seperti *profit* dan *omzet* penjualan yang rendah, persaingan bisnis yang ketat, kurangnya kemampuan *managerial*, dan lain sebagainya yang dapat berdampak buruk, bahkan sampai gulung tikar bagi usaha yang dijalankan.

Berbagai resiko ini bisa dipandang sebagai tantangan, bisa juga sebagai kegagalan atau hambatan. Seseorang yang melihat resiko ini sebagai tantangan akan berupaya untuk mengatasinya dengan berbagai cara. Sementara seseorang yang melihat resiko tersebut sebagai hambatan lebih cenderung untuk cepat menyerah dan terhanyut dalam suasana hati duka. Orang yang melihat resiko sebagai tantangan akan menjadikan tantangan itu sebagai sumber motivasi, sehingga kebiasaan dalam memandang resiko sebagai tantangan ini dapat membangun optimisme. Seligman (1990) mengatakan bahwa optimisme adalah cara berpikir individu dalam menghadapi suatu situasi, baik situasi yang baik maupun situasi yang buruk, yang dijelaskan melalui *explanatory style*.

Ada tiga dimensi yang digunakan untuk menjelaskan mengapa situasi

yang baik (*good situation*) atau situasi yang buruk (*bad situation*) terjadi pada diri individu, yaitu *permanence*, *pervasiveness* dan *personalization*. *Permanence* merupakan dimensi yang membicarakan tentang waktu, apakah suatu kejadian yang dialami individu tersebut bersifat *permanence* (menetap) atau *temporary* (sementara). *Pervasiveness* merupakan dimensi yang membicarakan tentang ruang lingkup dari suatu kejadian, apakah *universal* (menyeluruh) atau *specific* (khusus). *Personalization* merupakan dimensi terakhir dimana dimensi ini membicarakan mengenai siapa penyebab dari kejadian tersebut, apakah ketika hal – hal buruk terjadi, individu menyalahkan dirinya sendiri (*internalize*) atau menyalahkan orang lain atau keadaan (*externalize*).

Penjelasan individu mengenai kejadian baik atau buruk yang dialaminya menggambarkan bagaimana harapan individu atau seberapa besar energi yang dimiliki oleh individu yang bersangkutan untuk menghadapi kejadian tersebut. Individu yang berpikir bahwa kejadian baik berlangsung secara permanen, berlaku secara keseluruhan terhadap aspek kehidupannya, dan merupakan hasil dari usaha yang dilakukannya merupakan karakteristik individu yang optimis, sebaliknya individu yang pesimis berpikir bahwa kejadian yang baik hanya berlangsung sementara, berlaku pada suatu bidang kehidupan tertentu dan menganggap bahwa kejadian tersebut disebabkan oleh lingkungan diluar dirinya (Seligman, 1991).

Berdasarkan survey awal yang dilakukan oleh peneliti terhadap empat orang alumni Universitas “X” diperoleh informasi mengenai alasan mereka memilih untuk menjadi *entrepreneur* adalah penghasilan yang menjanjikan, mandiri / tidak diperintah orang lain, tidak terikat jam kerja, dan dapat

mengaktualisasikan diri sesuai dengan hobi yang dimiliki. Selain itu, diperoleh data bahwa 3 orang (75%) mengatakan latar belakang ilmu *entrepreneurship* yang diperoleh sewaktu kuliah sangat bermanfaat bagi profesi yang mereka jalani saat ini, yaitu sebagai *entepreneur* dan 1 orang (25%) mengatakan latar belakang ilmu *entrepreneurship* yang diperoleh sewaktu kuliah tidak terlalu bermanfaat karena bisnis yang dilakukan sewaktu kuliah berbeda dengan bisnis yang didirikannya saat ini. Sebanyak 1 orang *entrepreneur* (25%) mengatakan sewaktu dirinya mengalami kejadian yang berdampak buruk terhadap bisnisnya seperti rendahnya *profit* yang diperoleh dan menurunnya *omzet* penjualan, sempat membuat dirinya terganggu sehingga berdampak pada relasi interpersonal terhadap teman dan pasangan, karena ketika sedang bersama ia tidak dapat fokus karena memikirkan pekerjaan, dan hal tersebut berlangsung selama 1 minggu. Menurut kejadian buruk tersebut berlangsung sementara karena bukan disebabkan oleh kemampuan dirinya dalam menjalankan bisnis, melainkan karena kurangnya pengetahuan klien terhadap produknya. Oleh karena itu dirinya terus berusaha, serta berencana untuk membuka bisnis yang baru karena ia merasa yakin pada kemampuannya dalam mengelola bisnis dan menurutnya bisnis tersebut memiliki prospek yang menjanjikan.

Sebanyak 2 orang *entrepreneur* (50%) mengatakan sewaktu mereka mengalami kejadian yang berdampak buruk terhadap bisnis nya seperti rendahnya *profit* yang diperoleh dan menurunnya *omzet* penjualan, tidak membuat mereka terganggu karena mereka menganggap itu adalah resiko yang wajar dan akan dialami oleh setiap bisnis. Menurut mereka kejadian buruk tersebut berlangsung



sementara karena bukan disebabkan oleh kemampuan mereka dalam menjalankan bisnis, melainkan karena tingginya permintaan yang tidak dapat terpenuhi karena keterbatasan karyawan sehingga tidak dapat melakukan produksi secara optimal serta karena kesulitan memperoleh pasokan bahan baku yang berkualitas sehingga kualitas produk yang dihasilkan menurun. Oleh karena itu mereka terus berusaha mengembangkan bisnisnya dengan menciptakan inovasi terbaru.

Sebanyak 1 orang *entrepreneur* (25%) mengatakan sewaktu dirinya mengalami kejadian yang berdampak buruk terhadap bisnis nya seperti rendahnya *profit* yang diperoleh dan menurunnya *omzet* penjualan, membuat dirinya sangat terganggu sehingga berdampak kesulitan tidur di malam hari, selera makan berkurang, relasi interpersonal terhadap teman dan orang tua terganggu, karena ia terus berpikir mengenai kesalahan/ kekurangan apa yang ada di bisnis tersebut, termasuk mengevaluasi bagaimana perannya dalam mengelola bisnis, dan hal tersebut berlangsung selama 1,5 bulan sampai kondisi kembali normal. Menurutnya kejadian buruk tersebut disebabkan dirinya yang ternyata tidak mampu menjalankan bisnisnya karena keterbatasan pengetahuan dalam bisnis *bakery*. Oleh karena itu dirinya untuk saat ini tetap menjalankan bisnis nya karena ia sudah mengetahui apa saja kekurangannya dalam mengelola bisnis dan memperbaikinya, namun dua bulan lagi ia berencana menyerahkan bisnis ini kepada adiknya untuk dikelola karena ia merasa tidak memiliki *passion* dalam bidang bisnisnya ini.

Berdasarkan uraian diatas terlihat bahwa setiap *entrepreneur* memiliki cara pandang yang berbeda – beda dalam menilai suatu kejadian, baik kejadian

baik maupun kejadian buruk. Cara pandang yang berbeda – beda inilah yang mendorong peneliti untuk melakukan penelitian mengenai *explanatory style* pada *entrepreneur* yang merupakan alumni Universitas “X” di kota Surabaya.

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana gambaran *explanatory style* pada *entrepreneur* yang merupakan alumni Universitas “X” di kota Surabaya.

## **1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian**

Maksud dan tujuan dari penelitian ini sebagai berikut :

### **1.3.1 Maksud Penelitian**

Maksud dari penelitian ini adalah untuk mengetahui gambaran *explanatory style* pada *entrepreneur* yang merupakan alumni Universitas “X” di kota Surabaya.

### **1.3.2 Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memperoleh gambaran secara rinci mengenai *explanatory style* berdasarkan 3 dimensi, yaitu *permanence*, *pervasiveness* dan *personalization* pada *entrepreneur* yang merupakan alumni Universitas “X” di kota Surabaya.

## **1.4 Kegunaan Penelitian**

Kegunaan dari penelitian ini terdiri dari kegunaan teoritis dan kegunaan praktis,

yaitu

#### **1.4.1 Kegunaan Teoritis**

Kegunaan teoritis dari penelitian ini adalah :

1. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan kajian dalam orientasi Psikologi Industri dan Organisasi tentang *explanatory style* para *entrepreneur* yang merupakan alumni dari Universitas “X” memberikan penjelasan mengenai situasi baik maupun situasi buruk yang dialaminya.
2. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi bagi pihak – pihak lain yang bersangkutan dan bagi peneliti lain yang tertarik melakukan penelitian dalam topik yang serupa mengenai *explanatory style*.

#### **1.4.2 Kegunaan Praktis**

Kegunaan praktis dari penelitian ini adalah :

1. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi bagi para *entrepreneur* mengenai *explanatory style* yang mereka miliki, sehingga mereka dapat memandang secara obyektif ketika mengalami situasi baik maupun situasi buruk dalam mengelola usahanya.
2. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi bagi Universitas yang memiliki kurikulum berbasis *entrepreneurship* bagaimana memberi semangat para mahasiswa untuk mengoptimalkan *explanatory style* yang dimiliki mahasiswa, sehingga dapat bermanfaat ketika mahasiswa tersebut menjadi *entrepreneur*.

## 1.5 Kerangka Pikir

*Entrepreneur* adalah individu yang memiliki inisiatif untuk memanfaatkan sumber daya yang ada secara inovatif dan bersedia menanggung resiko dan ketidakpastian dari tindakannya tersebut. Untuk menjadi seorang *entrepreneur* dibutuhkan kreativitas dalam menciptakan sesuatu yang baru, kesediaan untuk meluangkan waktu dan usaha, serta keberanian dalam mengambil resiko. *Rewards* yang diperoleh seorang *entrepreneur* berupa kebebasan, kepuasan pribadi dan keuntungan dalam bidang finansial. Bagi *entrepreneur* yang memulai usahanya sendiri, pengalaman dipenuhi dengan antusiasme, frustrasi, kecemasan, dan kerja keras. Terdapat resiko kegagalan seperti rendahnya daya jual, persaingan yang ketat, kurangnya modal, atau kurangnya kemampuan manajerial. Resiko keuangan dan emosional juga dapat sangat tinggi. Selain kondisi buruk (*bad situation*) tersebut terdapat juga kondisi baik (*good situation*) yang dialami oleh *entrepreneur* yang memulai bisnisnya sendiri, seperti tingginya permintaan pasar sehingga daya jual meningkat dan keuntungan yang diperoleh berlipat ganda.

Dalam menghadapi berbagai situasi tersebut masing – masing *entrepreneur* memiliki ciri khas tersendiri yang terlihat dalam perilaku yang dimunculkan. Kegagalan maupun keberhasilan *entrepreneur* dalam merintis dan mengelola usahanya dipengaruhi oleh cara pandang *entrepreneur* ketika menghadapi kegagalan. Kegagalan bagi seorang *entrepreneur* dapat dipandang sebagai keadaan buruk sehingga membuat dirinya putus asa dan berhenti berusaha. Kegagalan bagi seorang *entrepreneur* dapat juga dipandang sebaliknya, yaitu sebagai tantangan dan berusaha lebih keras.

Optimisme menurut Seligman (Seligman, 1990) adalah sikap mental *entrepreneur* untuk belajar mengenal dan membentuk diri sendiri, dan bukan bersikap pasif menerima. Sikap optimisme dilengkapi dengan kegigihan dalam menghadapi suatu situasi yang tidak menguntungkan serta kemampuan berjuang untuk mengatasi masalah, Optimisme ini dijelaskan melalui *explanatory style*. *Explanatory Style* digunakan untuk menjelaskan bagaimana cara *entrepreneur* menjelaskan penyebab dari suatu peristiwa yang terjadi pada diri mereka.

Di dalam *explanatory style* ada tiga dimensi yang digunakan untuk menjelaskan tentang kejadian yang dialami, yaitu *permanence*, *pervasiveness* dan *personalization*. *Permanence* merupakan dimensi yang membicarakan tentang waktu, apakah suatu kejadian yang dialami *entrepreneur* tersebut bersifat *permanence* (menetap) atau *temporary* (sementara). *Pervasiveness* merupakan dimensi yang membicarakan tentang ruang lingkup dari suatu kejadian, apakah *universal* (menyeluruh) atau *specific* (khusus). *Personalization* merupakan dimensi terakhir dimana dimensi ini membicarakan mengenai siapa penyebab dari kejadian tersebut, apakah ketika hal – hal baik ataupun buruk terjadi, *entrepreneur* memandang bahwa penyebab dari suatu kejadian tersebut adalah dirinya sendiri (*internalize*) atau disebabkan oleh orang lain atau keadaan (*externalize*).

Dari penjelasan mengenai dimensi – dimensi ini diperoleh hasil yang berbeda pada setiap *entrepreneur*, ada *entrepreneur* yang memiliki *optimism explanatory style*, ada *entrepreneur* yang memiliki *average explanatory style*, dan ada *entrepreneur* yang memiliki *pesimism explanatory style*. Cara *entrepreneur* memandang situasi – situasi yang dialaminya memiliki keterkaitan besar dengan

pola pikirnya dalam berbagai aspek kehidupan. Pola pikir ini akan mempengaruhi bagaimana *entrepreneur* bertindak dan bereaksi, yang akan berpengaruh terhadap perkembangan usaha yang dimilikinya.

Menurut Seligman (Seligman, 1990) *Explanatory Style* pada diri *entrepreneur* dipengaruhi oleh beberapa faktor, yang pertama adalah *explanatory style* dari figur signifikan. Faktor ini menjelaskan bahwa *explanatory style* tidak diturunkan, melainkan dipelajari dari lingkungan, melalui berkomunikasi dengan figur signifikan, memperhatikan setiap isi perkataan, dan lain – lain secara berulang – ulang dan hampir setiap hari. Hal ini akan membentuk *explanatory style* seorang *entrepreneur*. Figur signifikan yang dimaksud disini adalah individu yang dekat dan berpengaruh bagi *entrepreneur* seperti ayah, ibu, saudara, pasangan, sahabat, dan rekan kerja.

Faktor yang kedua adalah *feedback* dari figur signifikan. *Feedback* ini dapat berupa saran, kritik, pujian, dan nasehat yang diberikan oleh individu – individu yang dekat dan berpengaruh bagi *entrepreneur*. *Entrepreneur* yang mau mendengarkan, menerima, dan melakukan apa yang dikatakan oleh figur signifikan akan membuat *entrepreneur* tersebut menjadi lebih yakin terhadap tindakan yang dilakukannya dalam menghadapi suatu kejadian.

Faktor yang terakhir adalah masa krisis *entrepreneur* yang merupakan pengalaman yang mempengaruhi bagaimana terbentuknya keyakinan atau pemahaman *entrepreneur* dalam menghadapi suatu kondisi buruk (*bad situation*). Pengalaman yang dimaksud adalah kejadian di masa lalu pada saat *entrepreneur* menghadapi suatu masalah dan mengalami kesulitan dalam mengambil jalan

keluar. *Entrepreneur* yang di masa lalu dapat menyelesaikan masalahnya akan memperoleh pengalaman keberhasilan, sehingga *entrepreneur* memiliki harapan dan tidak mudah putus asa dalam menghadapi kondisi buruk. Sedangkan *entrepreneur* yang di masa lalu tidak bisa menyelesaikan masalahnya akan mendapatkan pengalaman kegagalan, sehingga *entrepreneur* merasa tidak memiliki harapan (*hopelessness*) yang membuat *entrepreneur* takut dan tidak yakin bisa menyelesaikan setiap masalahnya, termasuk pada saat menghadapi kondisi buruk.

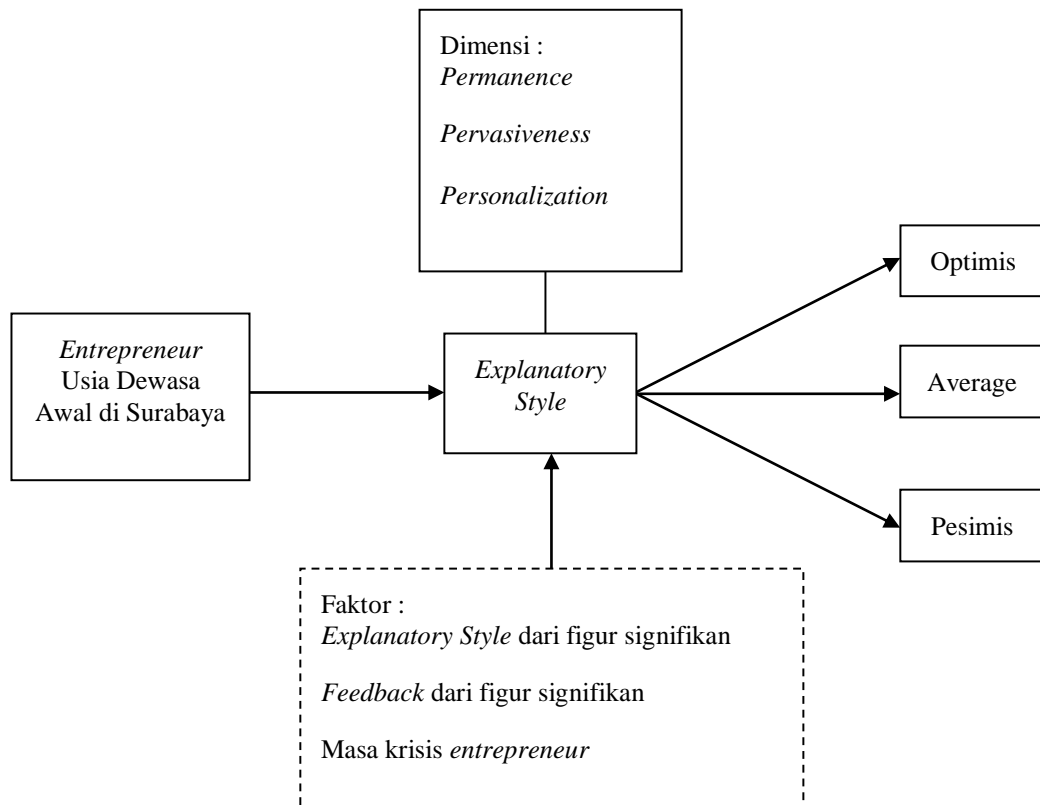
*Entrepreneur* yang optimis yakin bahwa usaha yang dibuatnya selalu memiliki tingkat penjualan yang tinggi (*PmG – permanence*) dan ketika tingkat penjualan menurun, hal tersebut hanya terjadi sementara saja (*PmB – temporary*). *Entrepreneur* memiliki keyakinan bahwa usahanya dapat terus berkembang di tengah persaingan yang cukup ketat (*PvG – universal*) sehingga apabila ada *entrepreneur* lain yang membuka usaha serupa dengan dirinya, ia yakin dengan kekhasan / keunikan usaha yang dimilikinya tidak akan mudah tersaingi (*PvB – specific*). *Entrepreneur* juga yakin kualitas produk / jasa yang dihasilkannya selalu dikontrol sehingga memiliki mutu yang baik (*PsG – internal*) sehingga ketika terjadi penurunan kualitas terhadap produk / jasa yang dihasilkannya, hal tersebut disebabkan oleh terbatasnya sumber daya yang ada (*PsB – external*). Hal tersebut menunjukkan bahwa *entrepreneur* memiliki *Optimism Explanatory Style*.

*Entrepreneur* dengan *average explanatory style* menjelaskan mengenai situasi baik maupun situasi buruk yang dialaminya secara tidak konsisten, terkadang secara optimistis dan terkadang secara pesimistis.

*Entrepreneur* yang pesimis yakin bahwa usaha yang dibuatnya memiliki tingkat penjualan yang tinggi pada saat – saat tertentu saja, seperti ketika hari raya, musim liburan, dll. (*PmG – temporary*) Pada hari biasa tingkat penjualan akan kembali normal (*PmB – permanence*). *Entrepreneur* memiliki keyakinan bahwa meskipun usahanya memiliki kekhasan / keunikan tersendiri sehingga sampai saat ini dapat terus berkembang (*PvG – specific*), namun apabila ada *entrepreneur* lain yang membuka usaha serupa dengan dirinya akan berdampak buruk bagi perkembangan usahanya (*PvB – universal*). *Entrepreneur* juga yakin kualitas yang baik pada produk / jasa yang dihasilkannya bergantung pada sumber daya yang ada (*PsG – external*), dan ia tidak dapat menjamin bahwa produk / jasa yang dihasilkannya memiliki kualitas yang baik (*PsB – internal*). Hal tersebut menunjukkan bahwa *entrepreneur* memiliki *Pesimism Explanatory Style*



### 1.5.1 Bagan Kerangka Pemikiran



Bagan 1.5.1. Kerangka Pikir

### 1.6 Asumsi

1. Salah satu karakteristik *entrepreneur* adalah berani menanggung resiko dari tindakan usahanya.
2. Resiko dari tindakannya memiliki dua kemungkinan, yaitu kegagalan maupun keberhasilan.
3. Resiko kegagalan merupakan suatu situasi buruk yang membutuhkan optimisme.
4. Optimisme merupakan cara berpikir *entrepreneur* dalam menghadapi

kegagalan / situasi buruk dari suatu kejadian.

5. *Entrepreneur* alumni Universitas “X” yang memiliki *Optimism Explanatory Style* menganggap bahwa situasi buruk yang menimpanya bersifat temporer, spesifik, dan disebabkan oleh faktor dari luar dirinya (*eksternal*), sedangkan situasi baik yang menimpanya bersifat permanen, menyeluruh, dan bersumber dari dalam dirinya (*internal*).
6. *Entrepreneur* alumni Universitas “X” dengan *Pesimism Explanatory Style* menganggap bahwa situasi buruk yang menimpanya bersifat permanen, menyeluruh, dan bersumber dari dalam dirinya (*internal*), sedangkan situasi baik yang menimpanya bersifat temporer, spesifik, dan bersumber dari luar dirinya (*eksternal*).
7. *Entrepreneur* alumni Universitas “X” yang memiliki *Average Explanatory Style* memiliki penjelasan mengenai situasi baik maupun situasi buruk yang dialaminya secara tidak konsisten, terkadang secara optimistis dan terkadang secara pesimistis.