

## BAB 1

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang

Masalah ketenagakerjaan adalah salah satu masalah pokok yang harus dihadapi oleh negara-negara berkembang seperti halnya Indonesia. Jumlah penduduk yang terus meningkat tanpa diikuti penambahan lapangan pekerjaan selalu menjadi pemicu menjamurnya pengangguran. Pengangguran di Indonesia semakin hari semakin meningkat jumlahnya seiring dengan berjalannya waktu. Para pencari kerja baik yang mempunyai gelar sarjana ataupun tidak harus bersaing untuk mendapatkan pekerjaan pada lapangan kerja yang terbatas. Pengangguran Terbuka Menurut Pendidikan Tertinggi yang Ditamatkan 2004 – 2013 berdasarkan data dari BPS (Badan Pusat Statistik) adalah sebagai Berikut:

**Tabel 1.1: Jumlah Pengangguran Terbuka  
2011-2013 (Februari-Agustus)**

| No. | Pendidikan Tertinggi Yang Ditamatkan | 2011             |                  | 2012             |                  | 2013             |                  |
|-----|--------------------------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
|     |                                      | Februari         | Agustus          | Februari         | Agustus          | Februari         | Agustus          |
| 1   | Tidak/belum pernah sekolah           | 92 142           | 190 370          | 123 213          | 82 411           | 109 865          | 77 450           |
| 2   | Belum/tidak tamat SD                 | 552 939          | 686 895          | 590 719          | 503 379          | 513 534          | 477 156          |
| 3   | SD                                   | 1 275 890        | 1 120 090        | 1 415 111        | 1 449 508        | 1 421 653        | 1 339 072        |
| 4   | SLTP                                 | 1 803 009        | 1 890 755        | 1 716 450        | 1 701 294        | 1 822 395        | 1 681 945        |
| 5   | SLTA Umum                            | 2 264 376        | 2 042 629        | 1 983 591        | 1 832 109        | 1 841 545        | 1 925 563        |
| 6   | SLTA Kejuruan                        | 1 082 101        | 1 032 317        | 990 325          | 1 041 265        | 847 052          | 1 259 444        |
| 7   | Diploma I,II,III/Akademi             | 434 457          | 244 687          | 252 877          | 196 780          | 192 762          | 187 059          |
| 8   | Universitas                          | 612 717          | 492 343          | 541 955          | 438 210          | 421 717          | 441 048          |
|     | <b>Total</b>                         | <b>8 117 631</b> | <b>7 700 086</b> | <b>7 614 241</b> | <b>7 244 956</b> | <b>7 170 523</b> | <b>7 388 737</b> |

Sumber: [www.bps.go.id](http://www.bps.go.id)

Adapun penyebab masalah pengangguran terdidik adalah banyaknya sarjana bertujuan hanya mencari pekerjaan, bukan menciptakan lapangan

pekerjaan. Menjadi seorang wirausaha (*entrepreneur*) adalah alternatif yang bijaksana, selain dapat menciptakan lapangan kerja sendiri, juga dapat membantu orang lain. Dan bila usahanya maju dapat menyerap semakin banyak tenaga kerja sehingga dapat membantu lebih banyak orang.

Yusril Rosyid Kurniawan (Dalam Bambang Sad Kurnianto dan Sulistya Ika Putra 2012) dalam penelitian yang pernah dilakukan terkait minat berwirausaha bagi para mahasiswa berpendapat bahwa salah satu cara untuk menumbuh kembangkan minat berwirausaha dapat dimulai dari bangku kuliah. Dalam penelitian tersebut mereka mempunyai kesimpulan bahwa perguruan tinggi memainkan peran fungsional dalam mempromosikan pendidikan kewirausahaan karena perguruan tinggi dianggap sebagai lembaga yang ideal dalam membentuk budaya dan aspirasi kewirausahaan dikalangan mahasiswa. Hal ini dimungkinkan karena dalam perguruan tinggi para mahasiswa diajarkan cara berpikir dan berperilaku sebagai wirausaha.

Mahasiswa harus memiliki minat yang tinggi terhadap pembukaan unit usaha yang baru. Minat merupakan faktor pendorong yang menjadikan seseorang lebih giat bekerja dan memanfaatkan setiap peluang yang ada dengan mengoptimalkan potensi yang tersedia. Minat tidak muncul begitu saja tetapi tumbuh dan berkembang sesuai dengan faktor-faktor yang mempengaruhinya (Walgito, 2003:148).

Minat berwirausaha dipengaruhi oleh beberapa faktor diantaranya karakteristik kepribadian, faktor demografi, karakteristik lingkungan dan perkembangan teknologi. Karakteristik kepribadian seperti efikasi diri dan

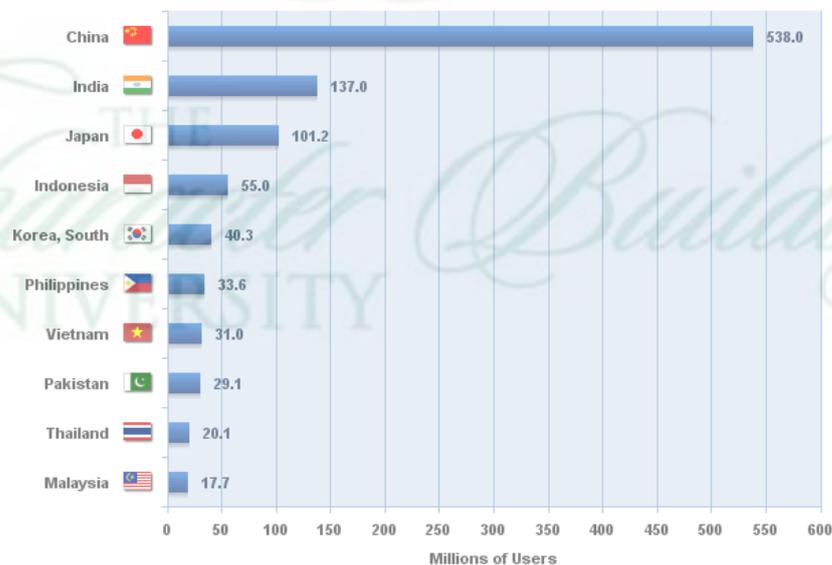
kebutuhan akan prestasi merupakan prediktor yang signifikan minat berwirausaha, faktor demografi seperti umur, jenis kelamin, latar belakang pendidikan dan pengalaman bekerja seseorang diperhitungkan sebagai penentu bagi minat berwirausaha, faktor lingkungan seperti hubungan sosial, infrastruktur fisik dan institusional serta faktor budaya dapat mempengaruhi minat berwirausaha, dan perkembangan teknologi seperti media komputer dan internet memberikan pengaruh yang cukup besar dalam menumbuhkan minat berwirausaha (Indarti, 2008).

Saat ini diperkirakan pengguna internet di dunia mencapai 2 milyar pengguna pada tahun 2012 dan diperkirakan akan terus bertambah seiring berkembangnya waktu. Pengguna internet di Indonesia sendiri menempati urutan keempat di Asia setelah China, India dan Jepang.

([www.internetworldstats.com.2014](http://www.internetworldstats.com.2014))

**Tabel 1.2: Grafik Pengguna Internet Di Wilayah Asia Pada Bulan Juni 2012**

**Asia Top Internet Countries  
June 30, 2012**



Source: Internet World Stats - [www.internetworldstats.com/stats3.htm](http://www.internetworldstats.com/stats3.htm)  
2,405,518,376 Internet users in the World estimated for June 30, 2012  
Copyright © 2012, Miniwatts Marketing Group

Perkembangan Internet telah memengaruhi berbagai sektor salah satunya adalah perkembangan ekonomi. Berbagai transaksi jual beli yang sebelumnya hanya bisa dilakukan dengan cara tatap muka (dan sebagian sangat kecil melalui pos atau telepon), kini sangat mudah dan sering dilakukan melalui Internet. Transaksi melalui Internet ini dikenal dengan nama *e-commerce*.

di era serba praktis ini, orang semakin berkurang untuk pergi ke pusat perbelanjaan ataupun ke toko-toko hanya untuk sekedar mencari informasi produk apa yg di jual, fitur, harga, spesifikasi, dll. Semua dilakukan melalui mesin pencari, forum komunitas, toko online, ataupun jejaring sosial.

Para *Marketer Online* mulai dari murid SMP, SMA bahkan sampai Perusahaan besar banyak yang sudah mengambil kesempatan ini untuk menambah penghasilan mereka dengan cara memasarkan produk mereka melalui situs komunitas, jejaring social, bahkan sampai grup seperti *Blackberry*.

Banyak sekali keuntungan dari sisi pembeli, dimana pembeli dapat melakukan perbandingan harga dan dapat mencari informasi sebanyak-banyaknya sebelum membeli, bandingkan dengan jika kita berkunjung ke toko, dan hanya mendapatkan penjelasan seadanya dan tentu sangat melelahkan jika kita harus berpindah dari toko A ke toko toko lainnya untuk mendapatkan apa yg kita inginkan.

Setelah mengetahui perilaku belanja masyarakat yang mulai berubah, Perusahaan atau Para Pelaku bisnis sebagai penyedia produk harus memanfaatkan kesempatan ini untuk menambah profit sekaligus melakukan inovasi mengikuti perkembangan internet. Transaksi belanja online saat ini mencapai miliaran

rupiah, mulai dari produk mainan anak, baju, hingga mobil ataupun rumah dapat kita temukan di internet.

Ada beberapa jalur promosi yang dapat di gunakan untuk melakukan pemasaran, misalnya :

1. Website resmi
2. Penyedia Promosi
3. Website Komunitas
4. Sosial Media

Pesatnya pertumbuhan Sosial Media menjadi suatu optimisme bagi para pelaku pemasar internet atau biasa dikenal dengan istilah *Internet Marketers*.

Bahwa sosial media kini bukan hanya situs internet semata, namun lebih dari pada itu. Sosial media saat ini sudah menjadi ruang publik. Ratusan juta orang mengaksesnya setiap hari. Industri ini bahkan terus melahirkan inovasi-inovasi platform sosial media baru lainnya seperti *Instagram, Pinterest, LinkedIn, dan Path*. Pesatnya kemajuan teknologi mobile dan didukung oleh fasilitas untuk mengakses internet yang semakin mumpuni, maka semakin menjanjikan pula industri ini untuk berkembang di masa depan. Jaya (23 April 2014)

Mahasiswa sebagai intelektual muda yang sebagian besar sudah *melek* Informasi dan Teknologi (TI), harusnya dapat memanfaatkan peluang ini menjadi nyata. Internet bukan hal baru dimata mahasiswa modern saat ini. Saat butuh referensi atau literature guna mengerjakan tugas dari dosen, tidak bisa dipungkiri bahwa rujukan awalnya adalah mencari melalui internet.

Banyak sekali fasilitas yang disediakan oleh pihak universitas untuk menunjang kebutuhan internet. Di universitas-universitas besar seperti Universitas Negeri Medan (UNIMED), telah tersedia *hotspot area / wi-fi* di masing-masing unit gedung, misalnya di perpustakaan, ruang kuliah bahkan di kantin pun ada.

Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan mempunyai beberapa prodi antara lain prodi Pendidikan Tata Niaga yang mempunyai misi salah satunya adalah membentuk budaya wirausaha. Kata wirausaha disini berarti bahwa mahasiswa lulusan prodi pendidikan tata niaga tidak hanya terfokus pada ilmu dibidang pendidikan saja tetapi juga mampu menguasai ilmu tentang kewirausahaan. Dan dengan misi tersebut diharapkan minat untuk berwirausaha pada mahasiswa sedikit demi sedikit akan tumbuh.

Berdasarkan hal tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Sosial Media Terhadap Minat Mahasiswa Untuk Berwirausaha”**

### **Identifikasi Masalah**

- a. Bagaimana Penggunaan Sosial Media di Fakultas Ekonomi Program Studi Pendidikan Tata Niaga Stambuk 2010 Universitas Negeri Medan?
- b. Bagaimana Minat Berwirausaha di Fakultas Ekonomi Program Studi Pendidikan Tata Niaga Stambuk 2010 Universitas Negeri Medan?
- c. Apakah ada Pengaruh Sosial Media Terhadap Minat Mahasiswa Untuk Berwirausaha di Fakultas Ekonomi Program Studi Pendidikan Tata Niaga Stambuk 2010 Universitas Negeri Medan?

### **1.3 Pembatasan Masalah**

Untuk menghindari dari penafsiran yang salah tentang judul penelitian ini dan karena banyaknya faktor-faktor yang mempengaruhi minat berwirausaha serta luasnya subjek penelitian maka penulis membatasi permasalahan hanya mengenai “Pengaruh Sosial Media Terhadap Minat Mahasiswa untuk Berwirausaha di Fakultas Ekonomi Program Studi Pendidikan Tata Niaga Stambuk 2010 Universitas Negeri Medan”

### **1.4 Perumusan Masalah**

Adapaun yang menjadi Rumusan Masalah dalam penelitian adalah Apakah ada pengaruh yang positif dan signifikan antara Sosial Media terhadap Minat Mahasiswa untuk Berwirausaha di Fakultas Ekonomi Program Studi Pendidikan Tata Niaga Stambuk 2010 Universitas Negeri Medan?

## 1.5 Tujuan Penelitian

Dari rumusan masalah yang dikemukakan tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah apakah ada Pengaruh Sosial Media terhadap Minat Mahasiswa untuk Berwirausaha di Fakultas Ekonomi Program Studi Pendidikan Tata Niaga Stambuk 2010 Universitas Negeri Medan.

## 1.6 Manfaat Penelitian

### 1. Bagi Peneliti

Peneliti Dapat memaksimalkan Sosial Media sebagai media promosi untuk memulai bisnis kecil dan menengah dan menjadi *agent of change* bagi mahasiswa lain yang akan atau ingin memulai berwirausaha dan dapat menerapkan salah satu peran sosial media sebagai media komunikasi untuk memulai bisnis dalam realitas kehidupan sehingga dapat menambah wawasan dan mengembangkan pola pikir yang lebih inovatif dalam berbisnis dan berwirausaha

### 2. Bagi Universitas Negeri Medan

Sebagai bahan referensi yang nantinya melakukan penelitian yang mendekati sama dengan penelitian ini untuk dapat dibandingkan pada masa yang akan datang.

### 3. Bagi Masyarakat Luas

Sebagai wacana dan pengetahuan tentang pemahaman mengenai internet dan sosial media sebagai media untuk memotivasi mahasiswa agar berkeinginan menjadi *entrepreneur*



THE  
*Character Building*  
UNIVERSITY