

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Globalisasi saat ini tidak dapat dihindari, mau tidak mau kita harus mengikuti perkembangan dari globalisasi. Salah satu dari perkembangannya adalah penggunaan internet. Hal ini ditunjukkan dengan hasil survei yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) bahwa pada survei tahun 2017 menunjukkan pengguna internet di Indonesia sekitar 143,26 juta orang dari total populasi penduduk Indonesia 262 juta orang atau sekitar 54,68% dari total jumlah penduduk di Indonesia. Dan angka ini meningkat menjadi 171,17 juta orang dari total populasi penduduk Indonesia 264,16 juta orang atau sekitar 64,8% dari total jumlah penduduk di Indonesia pada tahun 2018 (APJII, 2018).

Dengan semakin banyaknya pengguna internet, hal ini tidak menutup kemungkinan rakyat Indonesia menggunakan internet untuk melakukan transaksi jual beli atau biasa kita sebut dengan e-commerce. Hal ini didukung dengan laporan e-Conomy SEA 2018, yang dimana didalam laporan itu tertulis bahwa pertumbuhan e-commerce di Indonesia mencapai US\$27 milyar atau sekitar Rp391 triliun pada tahun 2018 dan diperkirakan akan dapat tumbuh mencapai sekitar US\$100 milyar pada tahun 2025, dimana menjadikan Indonesia berada pada kedudukan pertama didalam pasar ecommerce untuk kawasan Asia Tenggara dengan kontribusi sebesar 49 persen (Google & TEMASEK, 2018). Dari hasil survei yang dilakukan Hootsuite pada ecommerce di Indonesia pada Januari 2019, jumlah orang yang membeli barang melalui e-commerce sekitar 107 juta orang (We Are Social, 2019).

Perkembangan dari e-commerce ini ditunjukkan dengan bertumbuhnya jumlah startup e-commerce buatan anak bangsa, yaitu: Tokopedia, Bukalapak, Blibli. Adapula e-commerce dari luar yang mengekspansi perusahaannya ke Indonesia, sebagai contoh: Shopee, Lazada, JD ID, Zalora, dan lain lain. Hal ini didorong oleh revolusi industri 4.0, yang dimana pada penelitian oleh Prasetyo dan Sutopo (2017) revolusi terjadi karena adanya perkembangan teknologi sensor, interkoneksi, dan analisis data. Dan pada penelitian tersebut menjelaskan bahwa revolusi Industri 4.0 menurut Kanselir

Angkatan kerja sebagai sumber daya manusia di Indonesia masih sangat tergantung kepada lapangan pekerjaan yang disediakan. Di sisi lain ketersediaan lapangan pekerjaan yang ada terbatas, baik yang disediakan oleh pemerintah maupun perusahaan-perusahaan swasta. Hal ini mendorong naiknya tingkat pengangguran di Indonesia. Data Badan Pusat Statistik (2018), jumlah pengangguran pada Februari 2018 sebanyak 6,87 juta jiwa dan bertambah sebanyak 130 ribu jiwa menjadi 7 juta jiwa pada Agustus 2018. Tingkat Pengangguran Terbuka (TPT) di Indonesia mayoritas disumbang oleh tenaga terdidik yaitu lulusan SMA/SMK, diploma maupun sarjana-sarjana lulusan universitas di Indonesia.

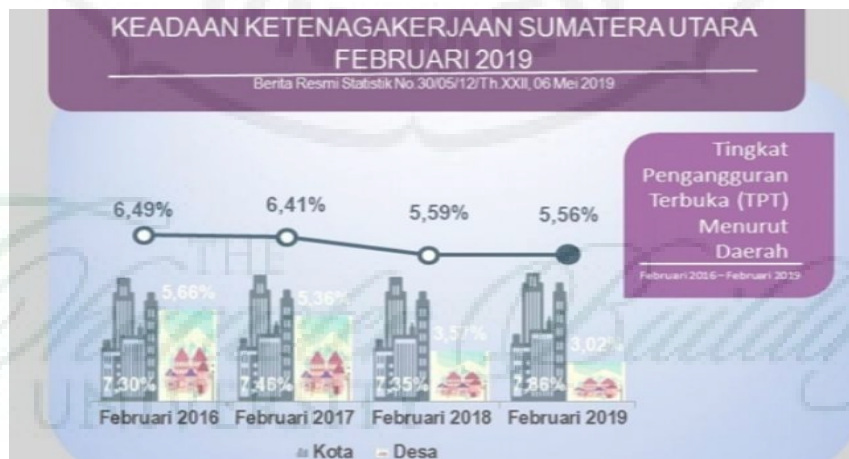
Indonesia merupakan negara yang besar dengan jumlah penduduk lebih dari 250 juta jiwa. Berdasarkan data Perserikatan Bangsa-Bangsa (PBB) tahun 2018, jumlah penduduk Indonesia sudah mencapai 266,97 juta jiwa. Menurut Badan Pusat Statistik (2018) memprediksi bahwa Indonesia akan terus memiliki bonus demografi dan akan berakhir pada tahun 2036. Memasuki rentang waktu dari 2020-

2035 adalah sebuah peluang dan tantangan bonus demografi yang sangat besar dikarenakan ada 64% penduduk Indonesia berada pada usia produktif.

Jumlah tersebut dapat membawa hal yang positif bagi Indonesia dikarenakan dapat melakukan percepatan pembangunan dengan banyaknya Sumber Daya Manusia (SDM) yang produktif. Namun sebaliknya dapat menjadi masalah bagi suatu bangsa apabila tidak ditangani dengan cepat. Artinya semakin banyak jumlah usia produktif suatu negara, maka tidak menutup kemungkinan akan terjadi masalah ketenagakerjaan, salah satunya yaitu bertambahnya jumlah pengangguran. Hal ini disebabkan tidak sebandingnya jumlah angkatan kerja dengan jumlah kesempatan kerja yang tersedia. Dengan terbatasnya jumlah kesempatan kerja maka tidak menutup kemungkinan akan bertambah jumlah pengangguran.

Gambar 1.1

Tingkat Pengangguran Terbuka (TPT) Menurut Daerah



Sumber : Badan Pusat Statistik (2019)

Berdasarkan Badan Pusat Statistik (2019) dapat dilihat bahwasanya Tingkat Pengangguran Terbuka di Sumatera Utara terus menurun setiap tahunnya. Pada

februari 2016 tingkat pengangguran terbuka Sumatera Utara adalah sebesar 6,49% dimana terjadinya penurunan ditahun 2017 yaitu pada bulan februari yaitu sebesar 6,41%, dapat dilihat kembali terjadi penurunan di februari 2018 yaitu sebesar 5,59%, hingga pada tahun 2019 tingkat pengangguran terbuka di Indonesia mencapai 5,56%. Angka ini masih dianggap cukup besar karena tidak terjadi penurunan drastis yang signifikan diantara februari 2018 hingga februari 2019 , Hal ini merupakan suatu permasalahan bagi Sumatera Utara karena setiap tahunnya ada ratusan bahkan jutaan tenaga kerja yang bersaing untuk mendapatkan pekerjaan. Namun jumlah lowongan kerja tidak sebanding dengan jumlah pencari kerja.

Salah satu solusi atau upaya untuk mengurangi angka pengangguran adalah dengan menciptakan lapangan pekerjaan. Cara menciptakan lapangan pekerjaan adalah dengan menjadi seorang entrepreneur. Dengan begitu akan banyak tenaga kerja yang terserap sehingga dapat mengurangi angka pengangguran. Entrepreneur atau wirausahawan adalah orang yang melakukan aktivitas wirausaha yang dalam proses pengerjaannya atau dalam proses menghasilkan produknya membutuhkan tenaga kerja sehingga ia mampu membuka lapangan pekerjaan dan memperoleh penghasilan.

Untuk dapat menjadi seorang wirausaha diperlukan adanya minat untuk berwirausaha agar seseorang mampu membuat suatu usaha dan menjalankannya. Hal ini sejalan dengan pendapat Pramiswari (2017), yang dalam penelitiannya ia mendefiniksikan minat berwirausaha sebagai ketertarikan dalam hati atau kecenderungan dalam diri seseorang membuat suatu usaha dan mengatur, mengorganisir sampai dengan berani menanggung resiko dan mengembangkan

usaha yang dibuatnya sendiri. Dapat diartikan pula munculnya suatu kegiatan bisnis dapat berasal dari keinginan seseorang untuk berwirausaha

Rendahnya minat para sarjana menjadi pengusaha atau berwirausaha karena sistem pendidikan dan kurikulum yang diterapkan di berbagai perguruan tinggi di Indonesia saat ini lebih mengedepankan mahasiswa menjadi seorang pekerja atau karyawan daripada menjadi pengusaha yang menciptakan lapangan pekerjaan Mahanani (2017). Menurut Sari (2019) menyatakan bahwa minat untuk berwirausaha di kalangan generasi muda dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor, diantaranya adalah: (1) Lingkungan keluarga dan masyarakat, semakin kondusif lingkungan keluarga dan masyarakat di sekitarnya maka akan semakin mendorong seseorang untuk menjadi seorang wirausaha (2) Pendidikan, jika pendidikan kewirausahaan memadai maka seseorang akan siap untuk menjadi seorang wirausaha dan (3) Ketersediaan layanan internet, seseorang akan tertarik untuk menjadi wirausaha karena tersedianya infrastruktur internet yang baik dan murah Perkembangan internet di Indonesia yang cukup pesat memberikan peluang pula untuk mengatasi pengangguran melalui penyelenggaraan bisnis-bisnis online atau berwirausaha dengan menggunakan internet.

Di Sumatera Utara, ada banyak sekali Perguruan Tinggi yang setiap tahunnya meluluskan ribuan Mahasiswa. Salah satunya adalah Universitas Negeri Medan yang memiliki jumlah Mahasiswa yang sangat banyak. Mahasiswa diharapkan mampu membuat perubahan-perubahan yang positif terkait dengan kesejahteraan masyarakat. Untuk itu sangat diperlukan menanamkan minat

berwirausaha pada diri Mahasiswa agar nantinya mampu menciptakan sebuah usaha yang dapat menyerap tenaga kerja dan mengurangi tingkat pengangguran.

Dengan demikian, peneliti sangat tertarik untuk melakukan penelitian terkait minat berwirausaha pada Mahasiswa Universitas Negeri Medan khususnya Mahasiswa Fakultas Ekonomi. terkait dengan kesejahteraan masyarakat.

Berdasarkan observasi awal yang dilakukan pada Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Stambuk 2018 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan dengan membagikan angket kepada 50 Mahasiswa yang dipilih secara acak, diperoleh data terkait berapa persen mahasiswa yang memiliki minat berwirausaha yaitu sebagai berikut.

Tabel 1.1
Minat Berwirausaha Pada
Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Stambuk 2018

No	Pernyataan	Ya	Tidak
1	Tertarik berwirausaha dan sedang menjalankan bisnis sendiri	38%	62%
2	Ingin bekerja di instansi/perusahaan	76%	24%
3	Lebih tertarik untuk menjadi PNS	70%	30%

Sumber : Diolah Sendiri

Berdasarkan data tersebut dapat dilihat bahwasanya hanya ada 38% mahasiswa yang minat berwirausaha dan sedang menjalankan bisnis sendiri. Artinya minat berwirausaha mahasiswa Pendidikan Ekonomi Stambuk 2018 Universitas Negeri Medan masih tergolong rendah. Hal ini dapat juga dilihat dari persentase mahasiswa yang ingin bekerja di instansi atau perusahaan dengan persentase 76%, selain itu mahasiswa juga lebih tertarik untuk menjadi PNS dengan jumlah persentase 70%. Maka dapat dikatakan bahwa mahasiswa Pendidikan Ekonomi Stambuk 2018 Universitas Negeri Medan memiliki minat berwirausaha yang rendah dan lebih tertarik untuk bekerja di perusahaan maupun menjadi PNS.

Mahasiswa pendidikan ekonomi Universitas Negeri Medan tidak hanya belajar bagaimana cara menjadi seorang guru yang baik melainkan bagaimana bisa mengembangkan dan menciptakan lapangan pekerjaan seperti menjadi seorang wirausahaan, hal tersebut didukung dari mata kuliah yang dipelajari yaitu bukan hanya mata kuliah pendidikan melainkan mata kuliah mengenai kewirausahaan, selain itu banyak juga lulusan pendidikan ekonomi yang memilih membuka usaha (wirausaha) baik itu secara langsung ataupun melalui media sosial karena mereka mendapatkan hasil atau penghasilan yang lebih banyak daripada menjadi seseorang guru. Terdapat alasan lain mengapa lulusan pendidikan ekonomi Universitas Negeri Medan memilih menjadi seorang wirausaha karena ingin menciptakan lapangan pekerjaan lain dibandingkan menjadi guru, maka dari itu banyak lulusan yang sangat terbantu dengan mata kuliah kewirausahaan dan mata kuliah nondik karena dapat diterapkan dalam bisnisnya. Selain itu banyak juga lulusan Pendidikan ekonomi yang menjadi guru juga membuka usaha sampingan, karena sekarang ini gaji guru

belum mencukupi untuk kebutuhan, dengan membuka usaha yang lain dapat membantu perekonomian agar lebih berkembang, maka dari itu mata kuliah tentang wirausaha dan mata kuliah nondik lainnya sangat membantuh mahasiswa dalam mengembangkan bisnisnya.

Dengan perkembangan teknologi informasi saat ini, semakin banyak jenis dan peluang bisnis yang dapat dilakukan. Perkembangan teknologi informasi ini semakin mempermudah para pebisnis atau wirausahawan untuk melakukan bisnisnya dikarenakan adanya penggunaan internet yang dapat melakukan kegiatan jual beli secara elektronik. Salah satunya adalah perkembangan penggunaan media sosial karena hampir semua orang mempunyai akun media sosial sendiri yang berupa *whatsapp*, *instagram*, *facebook*, *twitter* dan akun media sosial lainnya yang dapat menghubungkan mereka dengan temannya di dunia maya. Namun tidak banyak yang memanfaatkan media sosial sebagai sara mencari pemasukan tambahan, dengan berwirausaha. Menurut Hermawan (2018) Media Sosial memberikan terobosan untuk mengubah pola pikir mahasiswa untuk berwirausaha, karena dengan berwirausaha di media sosial dapat memperkecil risiko gagal dan mempermudah memasarkan produk lebih luas dan biaya yang tidak terlalu besar. Untuk menjadi wirausaha yang sukses, mahasiswa harus bisa memperluas jaringan untuk berkomunikasi dengan yang lain dengan menggunakan internet.

Berdasarkan hal tersebut peneliti akan melakukan observasi awal tentang penggunaan media sosial mempengaruhi minat berwirausaha Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Stambuk 2018 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan

dengan mengajukan beberapa pernyataan yang terkait dengan hal tersebut. Maka diperoleh data sebagai berikut

Tabel 1.3
Penggunaan Media Sosial di Kalangan Mahasiswa Pendidikan Ekonomi
Stambuk 2018

No.	Pernyataan	Ya	Tidak
1	Menggunakan media sosial setiap hari untuk mencari barang yang dibutuhkan atau yang diinginkan.	97%	3%
2	Menggunakan media sosial untuk berwirausaha dan mengembangkan bisnis.	30%	70%
3	Menggunakan media sosial sebagai media promosi	40%	60%
4	Menggunakan media sosial sebagai sarana untuk mencari inspirasi usaha yang sedang tren atau yang sedang naik daun/kekinian.	35%	65%

Sumber : Diolah Sendiri

Dari data tersebut maka dapat diketahui bahwasanya hampir semua mahasiswa menggunakan media sosial setiap hari. Namun mahasiswa hanya menggunakan media sosial sebagai tempat untuk mencari sesuatu yang sedang

dibutuhkan atau diinginkan, tidak banyak yang menjadikan media sosial sebagai media untuk mengembangkan usaha atau bisnis, untuk mahasiswa yang mengembangkan usaha di media sosial hanya sebesar 30% saja sedangkan hanya ada 40% mahasiswa yang menggunakan media sosial sebagai alat untuk melakukan promosi sedangkan untuk mahasiswa yang menggunakan media sosial sebagai sarana mencari inspirasi usaha yang sedang tren atau kekinian hanya ada 35%. Yang menggunakan media sosial sebagai alat atau media untuk mengembangkan bisnis dan melakukan promosi adalah mahasiswa yang memiliki online shop atau bisnis online, mereka ingin mengembangkan bisnis mereka lebih maju dan menjadikan promosi di media sosial untuk mempromosikan usaha mereka agar lebih terkenal dan diketahui banyak orang, ini adalah presentase yang sangat rendah untuk penggunaan media sosial sebagai alat atau media dalam mengembangkan bisnis atau usaha dan sebagai media dalam melakukan promosi.

Secara komersial, media sosial ini dimanfaatkan oleh sejumlah orang untuk memasarkan dan menjual produk atau jasa. Hal ini biasa disebut dengan “*online shop*” berjualan di media sosial dengan sistem online lebih mudah dijalankan dibandingkan membuka toko secara *offline* dikarenakan tidak memerlukan biaya yang cukup banyak, hanya menggunakan foto produk yang menarik serta akses internet untuk menjalankannya.

Dalam penelitian Pramiswari (2017) , dikatakan bahwa perkembangan teknologi informasi belakangan ini sangat membantu perjalanan usaha para wirausaha, teknologi informasi memberikan informasi secara cepat, tepat dan akurat sehingga memberikan kemudahan dalam bertransaksi. Salah satu bentuk

teknologi informasi yang sedang berkembang saat ini yaitu bisnis melalui sistem elektronik seperti internet, televisi atau jaringan komputer (*e-commerce*) dalam proses pembelian, penjualan, penyebaran, maupun pemasaran barang dan jasa.

Menurut Mantri (2007) pada dasarnya *e-commerce* mempengaruhi minat berwirausaha seseorang karena ketika seseorang mempunyai pengetahuan tentang manfaat *e-commerce* dapat meningkatkan minat mereka untuk melakukan suatu bisnis atau berwirausaha. *E-commerce* merupakan dampak dari berkembangnya teknologi informasi dan telekomunikasi, sehingga secara signifikan merubah cara manusia melakukan interaksi dengan lingkungan sekitarnya, yang dalam hal ini terkait dengan perdagangan. Adapun yang termasuk ke dalam bisnis *e-commerce* yaitu beberapa aplikasi online seperti Lazada, OLX, Tokopedia, Shopee, Bukalapak, Blibli, JD Indonesia, Zalora dan lain-lain.

Atas dasar tersebut, peneliti melakukan observasi awal terkait berapa persen *e-commerce* mempengaruhi minat berwirausaha Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Stambuk 2018 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan dengan mengajukan beberapa pertanyaan yang terkait dengan hal tersebut. Maka diperoleh data sebagai berikut

Tabel 1.4

**Penggunaan E-commerce di Kalangan Mahasiswa Pendidikan Ekonomi
Stambuk 2018**

No.	Pernyataan	Ya	Tidak
1	Memiliki Aplikasi E-commerce (misal: Olx, Lazada, Tokopedia, Shopee, Bukalapak, dll)	97%	3%
2	Memiliki toko di salah satu aplikasi E-commerce	5%	95%
3	Menjadi reseller di salah satu aplikasi E-commerce	20%	80%
4	Menggunakan aplikasi E-commerce hanya untuk membeli barang (konsumsi)	80%	20%

Sumber : Diolah Sendiri

Dari data tersebut dapat dilihat bahwasanya banyak mahasiswa yang menggunakan *e-commerce*, namun hanya sedikit yang memanfaatkannya untuk dijadikan sebagai peluang berwirausaha. Hanya ada 5 % yang memiliki toko atau menjual barang di salah satu aplikasi *e-commerce* dan hanya ada 20% yang menjadi reseller dari beberapa toko di aplikasi tersebut. Kebanyakan dari mereka hanya menggunakan *e-commerce* untuk kebutuhan konsumsi saja. Dari semua yang memiliki toko maupun yang menjadi dari aplikasi *e-commerce* adalah mahasiswa yang sudah memiliki usaha sendiri khususnya bisnis online.

Dari observasi awal yang dilakukan dapat dilihat bahwa semua mahasiswa menggunakan media sosial sebagai media dalam berkomunikasi dan bertukar informasi dan menggunakan *e-commerce* sebagai platform dalam mencari barang yang diperlukan baik untuk konsumsi setiap harinya atau sebagai pemenuhan keinginan mereka, namun dari presentase yang dapat dilihat dari data bahwa hanya sedikit mahasiswa yang menggunakan media sosial dan *e-commerce* sebagai alat atau media dalam berwirausaha, hanya 5% mahasiswa yang menggunakan media sosial dan 40% untuk *e-commerce* sebagai media promosi, sehingga tidak memaksimalkan penggunaan aplikasi tersebut untuk berwirausaha, beberapa mahasiswa yang menggunakan media sosial dan *e-commerce* sebagai media promosi hanyalah mahasiswa yang memiliki online shop atau sebagai reseller, selain daripada itu penggunaan media sosial dan *e-commerce* hanyalah sebagai media hiburan atau media dalam mencari barang yang diinginkan, padahal jika dilihat dalam penggunaan media sosial dan *e-commerce* lebih maksimal mahasiswa dapat menghasilkan uang tambahan dengan membuka usaha sendiri serta memunculkan minat berwirausaha dengan menjadikan media sosial dan *e-commerce* sebagai platform dalam menjual barang dan mempromosikan barang tersebut ke orang banyak.

Dikutip dari penelitian Primandaru (2017) bahwa pada era globalisasi ini memperkenalkan ilmu kewirausahaan menjadi sesuatu yang sangat penting di kedua jenis negara, yaitu negara maju dan negara berkembang. Dengan memperkenalkan kewirausahaan ini sejak dini orang dapat mengalami dorongan atau rasa penasaran untuk mengetahui wirausaha. Dan dengan adanya rasa

penasaran itu maka akan timbul minat untuk melakukan wirausaha. Pada penelitian Yadewani (2017) menjelaskan bahwa minat pada dasarnya adalah perasaan tertarik terhadap suatu hal atau suatu aktivitas tanpa ada yang menyuruh atau meminta. Wirausaha dapat diartikan sebagai orang yang memiliki karakteristik yang kreatif, inovatif dan proaktif, berani mengambil resiko, memiliki visi dan misi yang jelas, memiliki kebutuhan berprestasi tinggi, tekun dan memiliki rasa tanggung jawab, percaya diri, serta bersemangat dan penuh antusias.

Dengan demikian minat berwirausaha merupakan sebuah keinginan atau ketertarikan serta kesediaan individu melalui ide-ide yang dimiliki untuk mempelajari dan membuktikan lebih lanjut dalam wirausaha. Penelitian terdahulu mengenai pengaruh e-commerce terhadap minat berwirausaha diteliti oleh Yadewani dan Wijaya dilakukan karena adanya matakuliah wajib “ECommerce” di AMIK Jayanusa Padang, dengan adanya matakuliah ini mahasiswa diharapkan mampu menganalisis dan mengambil peluang dari bisnis yang ada melalui internet. Berdasarkan uraian di atas maka penulis mengamati adanya permasalahan mengenai ketenagakerjaan yang dalam hal ini banyaknya pengangguran yang disebabkan oleh tidak seimbangnya jumlah pencari kerja dengan lowongan kerja, serta kurangnya minat para pekerja untuk membuka usaha sendiri bahkan menciptakan lowongan pekerjaan. Seharusnya dengan teknologi informasi yang semakin canggih, dapat dijadikan sebagai peluang untuk membuka usaha khususnya usaha online dengan adanya *e-commerce* serta media sosial guna mempermudah kegiatan usaha. Namun berdasarkan observasi awal yang dilakukan, peneliti menemukan ketidaksesuaian dikarenakan masih banyak mahasiswa yang

menggunakan media social dan juga *e-commerce* namun belum menjadikannya sebagai peluang usaha.

Dengan demikian, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian terkait **“Pengaruh media sosial dan *e-commerce* terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa Pendidikan Ekonomi Stambuk 2018 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, penulis mengidentifikasi beberapa masalah yang dihadapi, antara lain :

1. Banyak pengangguran yang disebabkan jumlah pencari kerja lebih banyak dibanding dengan jumlah lowongan pekerjaan.
2. Jumlah *entrepreneur* yang masih sedikit sehingga belum memenuhi persyaratan untuk menjadi negara maju.
3. Kurangnya minat berwirausaha yang masih rendah disebabkan banyak masyarakat yang cenderung ingin bekerja di perusahaan dan menjadi Pegawai Negeri Sipil (PNS) dibandingkan dengan membuka usaha sendiri.
4. Banyak Mahasiswa yang belum memiliki usaha dan masih bingung dalam memulai usaha karena kurangnya pengetahuan kewirausahaan sehingga penerapannya belum maksimal.
5. Media sosial hanya dijadikan sebagai saran dalam meningkatkan eksistensi diri dibandingkan dengan memanfaatkannya untuk hal positif lain yaitu salah satunya adalah berwirausaha.

6. Kurangnya memanfaatkan *e-commerce* dan media sosial sebagai peluang untuk berwirausaha.

1.3 Pembatasan Masalah

Untuk menghindari pembahasan yang terlalu meluas dalam penulisan, maka pembatasan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Media sosial yang diteliti adalah penggunaan media sosial oleh mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Stambuk 2018 Universitas Negeri Medan
2. *E-commerce* yang diteliti adalah penggunaan *e-commerce* oleh mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Stambuk 2018 Universitas Negeri Medan
3. Minat berwirausaha yang diteliti adalah minat berwirausaha pada mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Stambuk 2018 Universitas Negeri Medan

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan pembatasan masalah di atas, maka yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah terdapat pengaruh sosial media terhadap minat berwirausaha mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Stambuk 2018 Universitas Negeri Medan?
2. Apakah terdapat pengaruh *e-commerce* terhadap minat berwirausaha mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Stambuk 2018 Universitas Negeri Medan?
3. Apakah terdapat pengaruh media sosial dan *e-commerce* terhadap minat berwirausaha mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Stambuk 2018 Universitas Negeri Medan?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh sosial media terhadap minat berwirausaha mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Stambuk 2018 Universitas Negeri Medan.
2. Untuk mengetahui pengaruh *e-commerce* terhadap minat berwirausaha mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Stambuk 2018 Universitas Negeri Medan.
3. Untuk mengetahui pengaruh media sosial dan *e-commerce* terhadap minat berwirausaha mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Stambuk 2018 Universitas Negeri Medan.

1.6 Manfaat Penelitian

Suatu penelitian diharapkan dapat memberikan manfaat bagi penulis maupun bagi orang lain. Adapun manfaat penelitian ini adalah :

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini bermanfaat untuk mengembangkan ilmu pengetahuan melalui kegiatan penelitian serta menambah wawasan penulis agar berpikir secara kritis dan sistematis dalam menghadapi permasalahan yang berkaitan dengan ekonomi, teknologi dan dunia usaha. Penelitian ini juga bermanfaat untuk melatih kemampuan penulis dalam hal menulis karya ilmiah.

2. Bagi Perguruan tinggi

Sebagai bahan referensi bagi civitas Universitas Negeri Medan dan pihak lain yang ingin mengadakan penelitian terkait pengaruh pengaruh media sosial dan *e-commerce* terhadap minat berwirausaha.

3. Bagi Mahasiswa

Sebagai bahan masukan dan referensi ilmiah bagi peneliti lain yang ingin melaksanakan penelitian yang sama.

