

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Setiap tahun banyak mahasiswa yang lulus dari perguruan tinggi negeri maupun swasta yang dapat meningkatkan kualitas sumber daya manusia di Indonesia. Hal ini harusnya dapat memberikan keuntungan besar untuk perekonomian di Indonesia. Namun, masih banyak pengangguran di Indonesia yang dikarenakan dunia kerja tidak mampu menampung seluruh calon tenaga kerja yang ada. Pengangguran itu bukanlah hasil dari sebuah pilihan untuk tidak bekerja, melainkan akibat dari semakin sulitnya mendapatkan pekerjaan, terutama di kota-kota besar.

Data dari Badan Pusat Statistik (BPS) menyatakan pada tahun 2017 terjadi kenaikan jumlah pengangguran di Indonesia menjadi 10.000 orang menjadi 7,04 juta orang pada Agustus 2017 dari Agustus 2016 sejumlah 7,03 juta orang. Kepala BPS Kecuk Suhariyanto mengatakan, “pertambahan jumlah pengangguran tersebut disebabkan oleh peningkatan jumlah angkatan kerja di Indonesia”

Tabel 1.1

Tingkat Pengangguran Terbuka (2016-2017)

Tahun	Jumlah Pengangguran
Agustus 2016	7,03 juta penduduk
Agustus 2017	7,04 juta penduduk

Sumber : <https://bps.go.id>

Kecilnya minat berwirausaha pada penduduk Indonesia sangat disayangkan. Terutama pada mahasiswa yang seharusnya lebih memahami bahwa lapangan pekerjaan tidak mungkin menyerap semua lulusan.

Kewirausahaan dapat diterapkan diberbagai bidang pekerjaan dan kehidupan. Kewirausahaan juga sangat berguna untuk masa depan dan dapat menyelamatkan mahasiswa dari pengangguran ketika lulus nanti.

Salah satu cara untuk mengatasi pengangguran di Indonesia adalah dengan kewirausahaan. Menurut Iwan “Tanpa ada wirausaha, perekonomian Indonesia tidak akan maju sebab, jika dibandingkan dengan rasio jumlah penduduknya, Indonesia sangat kekurangan wirausahawan”.Faisal “Indonesia minimal harus memiliki 2% wirausahawan dari total populasi. Saat ini penduduk Indonesia yang berani mengambil resiko menjadi wirausahawan tidak lebih dari 0,18%”

Dari pernyataan diatas, penulis melakukan observasi awal dengan menyebar angket secara acak kepada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan yang memiliki usaha sendiri dengan pertanyaan “Saya seorang wirausahawan” dengan pilihan jawaban YA atau TIDAK. Dari 1324 mahasiswa yang mengisi angket, jumlah mahasiswa yang memiliki usaha sendiri atau bisnis sendiri berjumlah 60 orang mahasiswa.

Tabel 1.2
Jumlah Mahasiswa yang Memiliki Usaha Sendiri

Prodi	Jlh Mahasiswa	Jlh Mahasiswa yang Minat Berwirausaha
Pendidikan Ekonomi	481	17
Pendidikan Bisnis	390	12
Pendidikan Akuntansi	453	18
Pend. Adm. Perkantoran	395	13
Jumlah	1719	60

Sumber : hasil penelitian awal oleh peneliti

Dari hasil penelitian awal peneliti dapat diketahui bahwa dari 1719 mahasiswa program pendidikan di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan,

terdapat sebanyak 60 mahasiswa yang memiliki usaha. Akan tetapi, jumlah mahasiswa tersebut belum diketahui tentang berhasil atau tidaknya usaha mereka dan apa saja yang menjadi faktor keberhasilan dari bisnis mereka tersebut. salah satu karakteristik wirausaha yang berhasil menurut Steinhoff dan Burgess ialah mau bekerja keras sesuai dengan urgensinya. Seseorang yang hendak menjalankan wirausaha harus memiliki sifat kerja keras dan kerja keras timbul dikarenakan memiliki minat yang tinggi terhadap suatu wirausaha. Sesuai yang dijelaskan oleh , Fuadi, dkk (2009:93) menyatakan bahwa minat berwirausaha adalah keinginan, ketertarikan serta ketersediaan individu melalui ide-ide yang dimiliki untuk bekerja keras atau berkemauan keras untuk berusaha memenuhi kebutuhan hidupnya, tanpa ada rasa takut dengan resiko yang akan terjadi, dapat menerima tantangan, percaya diri, kreatif, dan inovatif serta mempunyai kemampuan dan keterampilan dalam memenuhi kebutuhan.

Menurut Walgito (dalam Ismail 2014:2) mahasiswa harus memiliki minat berwirausaha yang tinggi terhadap pembukaan usaha bisnis yang baru. Minat merupakan faktor pendorong yang menjadikan seseorang lebih giat bekerja, tekun, dan memanfaatkan setiap peluang yang ada dengan mengoptimalkan potensi yang tersedia demi keberhasilan sebuah usaha. Minat tidak muncul begitu saja tetapi tumbuh dan berkembang sesuai dengan faktor-faktor yang mempengaruhinya.

Dari pernyataan diatas, penulis melakukan observasi awal dengan menyebar angket kepada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan

yang memiliki usaha sendiri dengan pertanyaan “Saya sangat tertarik sebagai seorang wirausahawan” dengan pilihan jawaban YA atau TIDAK.

Tabel 1.3
Tabel Minat Berwirausaha Mahasiswa

Prodi	Jlh Mahasiswa yang Berwirausaha	Jlh Mahasiswa yang Minat Berwirausaha
Pendidikan Ekonomi	17	17
Pendidikan Bisnis	12	12
Pendidikan Akuntansi	18	18
Pend. Adm. Perkantoran	13	13
Jumlah	60	60

Sumber : hasil penelitian awal oleh peneliti

Dari data diatas dapat disimpulkan bahwa dari 60 mahasiswa yang memiliki usaha, hanya terdapat 60 mahasiswa yang memiliki minat dalam menjalankan usahannya tersebut. Lalu akan timbul pertanyaan, apa saja faktor yang mempengaruhi minat berwirausaha seseorang?

Menurut Indarti (dalam Ismail 2014:3) 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 predictor 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 perkembangan teknologi seperti media komputer dan internet memberikan pengaruh yang cukup besar dalam menumbuhkan minat berwirausaha.

Bukan hanya minat berwirausaha saja yang mempengaruhi keberhasilan usaha, akan tetapi di zaman teknologi yang canggih ini, internet juga dapat mendukung keberhasilan seseorang dalam menjalankan usahanya khususnya sosial media. Sosial media merupakan alat komunikasi dan alat kolaborasi yang memungkinkan terjadinya interaksi. Menurut Sutanto (2011:30) menjelaskan salah satu faktor yang mempengaruhi keberhasilan usaha salah satunya adalah faktor komunikasi. Komunikasi menjadi faktor penting dalam menunjang keberhasilan berwirausaha tentang dalam pemasaran dan juga promosi.

Banyaknya orang yang lebih mengutamakan memasarkan produk melalui sosial media dibandingkan dengan menggunakan media cetak, selain tidak memerlukan biaya yang cukup besar, sosial media dapat memperluas segmentasi pasar. Walaupun tidak bisa bertatap wajah saat transaksi jual beli, tetapi konsumen dan pelaku usaha dapat melakukan transaksi melalui sosial media dan biasanya melakukan sistem pembayaran melalui *e-banking*. Dalam hal ini sosial media sangat membantu pengusaha/wirausahawan dalam memasarkan produknya ke berbagai segmentasi pasar.

Tabel 1.4
Tabel Penggunaan Sosial Media Terhadap Wirausaha

Prodi	Jlh Mahasiswa yang Berwirausaha	Jlh Mahasiswa yang Minat Berwirausaha
Pendidikan Ekonomi	17	17
Pendidikan Bisnis	12	12
Pendidikan Akuntansi	18	18
Pend. Adm. Perkantoran	13	13
Jumlah	60	60

Sumber : hasil penelitian awal oleh peneliti

Dari hasil observasi awal peneliti didapatkan dari 60 mahasiswa yang berwirausaha, terdapat 60 mahasiswa yang menggunakan sosial media untuk menjalankan bisnis mereka. Seperti yang dijelaskan oleh Iman, dkk (2015: 4) adanya peranan media sosial kaitannya untuk pemasaran yaitu sebagai penelitian pemasaran dalam usaha mencari informasi mengenai kebutuhan konsumen dan dapat dijadikan sebagai penghubung komunikasi antara pemasar dengan konsumen, hal ini bertujuan untuk mempertahankan hubungan dengan konsumen.

Kim dan Ko (dalam Setyaningrum, dkk 2015:394) menyimpulkan bahwa usaha/perusahaan yang tidak memanfaatkan sosial media pada strategi pemasaran *online* , kehilangan keuntungan untuk memperoleh dan menjangkau pelanggan dalam memahami kebutuhan dan keinginan pelanggan yang dapat dipenuhi berdasarkan informasi yang tersedia pada *website* sosial media.

Gabrielle Angriani juga menjelaskan bahwa "media sosial memiliki pengaruh besar dalam pertumbuhan bisnis, khususnya bisnis berbasis online di Indonesia. Konten buatan pengguna (*user generated content*) menjadi semakin penting pada era digital sekarang, yang menyumbang 65% waktu penggunaan media untuk rata-rata konsumen secara global. Selain itu, ulasan konsumen independen menjadi hal kedua terpenting yang dapat mempengaruhi proses pemasaran suatu produk. Mengacu pada Tetra Pak Index 2017, Super Leader -- istilah yang diberikan untuk influencer dengan engagement tinggi-- juga menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi penetrasi brand di pasar.

Dapat disimpulkan bahwa, keberhasilan berwirausaha tidak hanya berpatokan saja dengan modal yang dikeluarkan akan tetapi bagaimana seseorang calon bisnis dapat menekuni tugasnya sebagai seorang pebisnis dan mampu bekerja keras dan juga bagaimana dia memasarkan dan memperkenalkan produknya ke seluruh segmentasi pasar agar mudah dikenal oleh seluruh pelaku konsumen.

Alasan inilah yang kemudian menjadi bahan dan dasar peneliti untuk mengetahui keberhasilan berwirausaha di kalangan mahasiswa, sehingga penulis tertarik dengan memberikan judul **“Pengaruh Minat Berwirausaha dan Penggunaan Sosial Media Terhadap Keberhasilan Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan”**

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, dapat di rumuskan identifikasi masalahnya. Identifikasi masalahnya sebagai berikut :

1. Bagaimana Pengaruh Minat Berwirausaha terhadap Keberhasilan Berwirausaha pada Mahasiswa Pendidikan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan?
2. Bagaimana Pengaruh Penggunaan Sosial Media terhadap Keberhasilan Berwirausaha pada Mahasiswa Pendidikan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan?

3. Bagaimana Pengaruh Minat Berwirausaha dan Penggunaan Media Sosial terhadap Keberhasilan Berwirausaha Mahasiswa Pendidikan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan?

1.3 Batasan Masalah

Untuk menghindari semakin luasnya penelitian ini, maka penulis membatasi permasalahan yang akan diteliti. Adapun batasan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Subjek Penelitian

Subjek penelitian ini adalah Mahasiswa Pendidikan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan.

2. Objek Penelitian

Objek penelitian ini adalah minat berwirausaha, penggunaan media sosial dan keberhasilan berwirausaha pada Mahasiswa Pendidikan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan yaitu seluruh mahasiswa yang memiliki bisnis dan usaha sendiri.

1.4 Perumusan Masalah

Adapun yang menjadi Rumusan Masalah dalam penelitian adalah Apakah ada pengaruh yang positif dan signifikan antara Minat Berwirausaha dan Penggunaan Media Sosial terhadap Keberhasilan Berwirausaha Mahasiswa Pendidikan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dikemukakan tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah apakah ada Pengaruh Minat Berwirausaha dan Penggunaan Media Sosial terhadap Keberhasilan Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan.

1.6 Manfaat Penelitian

1. Teoritis

- a. Jadikan bahan pengembangan ilmu pengetahuan dan penelitian dengan teori-teori kewirausahaan yang relevan sehubungan dengan masalah yang teliti.
- b. Menambah bahan referensi dan bahan masukan bagi penelitian berikutnya.

2. Praktis

- a. Bagi peneliti, memenuhi syarat kelulusan, memperluas wawasan dan pengetahuan tentang faktor dominan apa saja yang dapat meningkatkan minat mahasiswa dalam berwirausaha dan keberhasilan berwirausaha.
- b. Bagi Universitas Negeri Medan penelitian ini diharapkan memberi informasi yang bermanfaat untuk mengambil kebijakan dalam peningkatan minat berwirausaha mahasiswa setelah lulus.
- c. Bagi mahasiswa dapat digunakan sebagai motivasi dan sebagai bahan pertimbangan serta menambah pemahaman akan pentingnya aspek wirausaha sebagai arah masa depan