

# **BAB I**

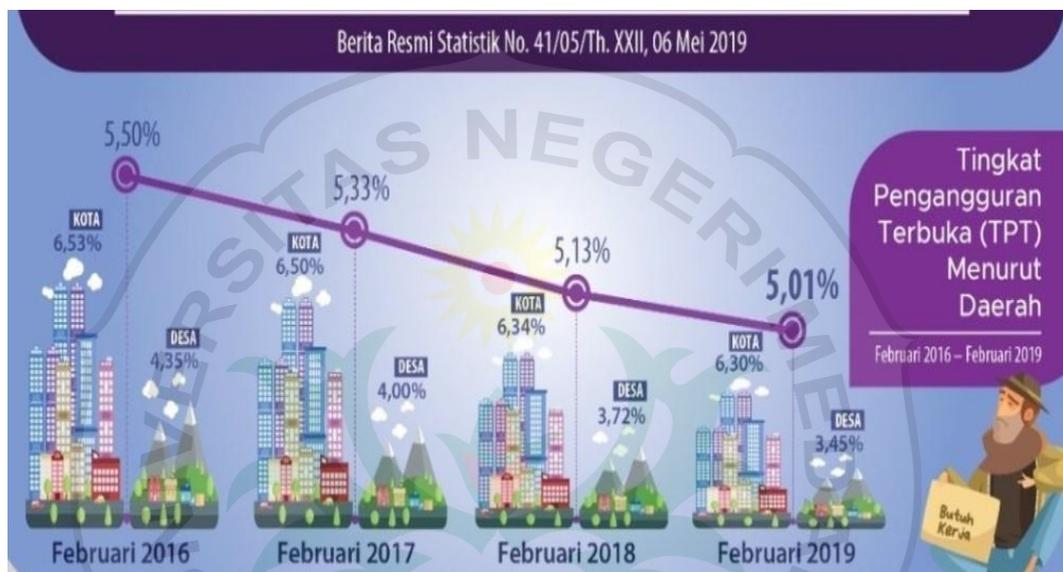
## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Indonesia merupakan negara yang besar dengan jumlah penduduk lebih dari 250 juta jiwa. Nasir, (26 Oktober 2018), berdasarkan data Perserikatan Bangsa-Bangsa (PBB) tahun 2018, jumlah penduduk Indonesia sudah mencapai 266,97 juta jiwa. Badan Pusat Statistik (BPS) 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 (BPS)

Berdasarkan data pada gambar diatas, dapat dilihat bahwasanya Tingkat Pengangguran Terbuka di Indonesia terus menurun setiap tahunnya. Hingga pada tahun 2019 Tingkat Pengangguran Terbuka di Indonesia mencapai 5,01%. Angka ini masih dianggap cukup besar mengingat banyaknya jumlah penduduk di Indonesia. Hal ini merupakan suatu permasalahan bagi negara Indonesia karena setiap tahunnya ada ratusan bahkan jutaan tenaga kerja yang bersaing untuk mendapatkan pekerjaan. Namun jumlah lowongan kerja tidak sebanding dengan jumlah pencari kerja.

Suatu negara dapat dikatakan maju ataupun berkembang dilihat dari jumlah pengusahanya. Kuwado (5 April 2018), Presiden mengatakan bahwasanya rata-rata 14% penduduk negara maju merupakan entrepreneur. Dapat diartikan pula bahwa syarat untuk menjadi negara maju ialah jumlah pelaku entrepreneur

harus mencapai 14% dari rasio penduduknya. Sementara di Indonesia, berdasarkan data dari BPS pelaku entrepreneur baru mencapai 3,1 persen.

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 (2017:265), yang dalam penelitiannya ia mendefinisikan 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.

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 sebagai *agen of change*, 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.

Berdasarkan observasi awal yang dilakukan pada Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Stambuk 2017 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 2017**

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

2017 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 2017 Universitas Negeri Medan memiliki minat berwirausaha yang rendah dan lebih tertarik untuk bekerja di perusahaan maupun menjadi PNS.

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.

Dalam penelitian Pramiswari (2017:262), 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 (2007:326) 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 2017 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan dengan mengajukan beberapa pertanyaan yang terkait dengan hal tersebut. Maka diperoleh data sebagai berikut

**Tabel 1.2**

**Penggunaan *E-commerce* di Kalangan Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Stambuk 2017**

NO	Pernyataan	Ya	Tidak
1	Memiliki Aplikasi <i>E-commerce</i> (misal: Olx, Lazada, Tokopedia, Shopee, Bukalapak, dll)	90%	10%
2	Memiliki toko di salah satu aplikasi <i>E-commerce</i>	8%	92%
3	Menjadi reseller di salah satu aplikasi <i>E-commerce</i>	20%	80%
4	Menggunakan aplikasi <i>E-commerce</i> hanya untuk membeli barang (konsumsi)	90%	10%

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 8% 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 reseller dari aplikasi *e-commerce* adalah mahasiswa yang sudah memiliki usaha sendiri khususnya bisnis online.

Menurut Kartajaya (2008:172) media sosial dapat mendorong kinerja dalam dunia bisnis sehingga seseorang yang mengetahui peran media sosial dalam dunia bisnis dapat menambah minat berwirausaha dalam diri seseorang tersebut. Untuk menjadi wirausaha yang sukses mahasiswa harus bisa memperluas jaringan yang luas untuk lebih berkomunikasi dengan yang lain dengan cara menggunakan internet.

Ditengah maraknya pengguna sosial media dari tahun ke tahun, semakin banyak pula bisnis yang telah dirilis melalui media sosial. Entah itu melalui *Blog, twitter, Instagram, Kaskus, Facebook, Whatshaap* ataupun fitur-fitur *Smartphone* seperti *Blackberry Messegger (BBM)* hal ini tertentu memberikan kesempatan bagi pemasaran elektronik (sebagai fenomena di dunia pemasaran) untuk bertumbuh secara dinamis. Hal ini bisa dijadikan sebagai peluang yang bagus bagi wirausaha kedepanya guna menggali potensi berwirausaha melalui media sosial.

Saat ini bermain media sosial sudah menjadi keseharian masyarakat Indonesia khususnya para Mahasiswa. Bahkan dapat dikatakan bahwa saat ini sudah tidak ada lagi Mahasiswa yang tidak menggunakan media sosial. Hal ini tentu saja dapat dijadikan sebagai peluang bagi para pelaku bisnis online untuk memasarkan produk atau barang dagangannya.

Berdasarkan hal tersebut peneliti akan melihat berapa persen media sosial mempengaruhi minat berwirausaha Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Stambuk 2017 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 2017**

NO	Pernyataan	Ya	Tidak
1	Menggunakan media sosial setiap hari	92%	8%
2	Menggunakan media sosial sebagai media promosi	36%	64%
3	Menggunakan media sosial sebagai sarana berkomunikasi	100%	0%
4	Menggunakan media sosial sebagai media hiburan	90%	10%

Sumber : Diolah Sendiri

Dari data tersebut maka dapat diketahui bahwasanya hampir semua mahasiswa menggunakan media sosial setiap hari. Namun kebanyakan dari mereka hanya menggunakannya sebagai sarana berkomunikasi dan juga sebagai media hiburan. Hanya ada 36% yang menggunakannya sebagai media promosi. Yang menggunakannya sebagai media promosi adalah mahasiswa yang memiliki bisnis

online dan juga mahasiswa yang ingin mempromosikan produk atau dagangannya agar lebih banyak yang melihat.

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 *e-commerce* dan juga media sosial namun belum menjadikannya sebagai peluang usaha. Dengan demikian, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian terkait “pengaruh *e-commerce* dan media sosial terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa Pendidikan Ekonomi Stambuk 2017 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan”.

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah di uraikan, peneliti mengidentifikasi masalah sebagai berikut :

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 disebabkan banyak masyarakat yang cenderung ingin bekerja di perusahaan.
4. Banyak Mahasiswa yang belum memiliki usaha.
5. Kurangnya memanfaatkan *e-commerce* dan media sosial sebagai peluang untuk berwirausaha.

### 1.3 Batasan Masalah

Karena terlalu luasnya masalah yang teridentifikasi dan untuk memberi arah yang jelas dalam proses penelitian, maka dalam hal ini perlu diadakan pembatasan masalah. Adapun pembatasan masalah dalam penelitian ini yaitu:

1. *E-commerce* yang diteliti adalah penggunaan *e-commerce* oleh mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Stambuk 2017 Universitas Negeri Medan
2. Media sosial yang diteliti adalah penggunaan media sosial oleh mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Stambuk 2017 Universitas Negeri Medan.
3. Minat berwirausaha yang diteliti adalah minat berwirausaha pada mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Stambuk 2017 Universitas Negeri Medan.

#### 1.4 Rumusan Masalah

Adapun yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah terdapat pengaruh *e-commerce* terhadap minat berwirausaha mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Stambuk 2017 Universitas Negeri Medan?
1. Apakah terdapat pengaruh sosial media terhadap minat berwirausaha mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Stambuk 2017 Universitas Negeri Medan?
2. Apakah terdapat pengaruh *e-commerce* dan media sosial terhadap minat berwirausaha mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Stambuk 2017 Universitas Negeri Medan?

#### 1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka yang menjadi tujuan dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh *e-commerce* terhadap minat berwirausaha mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Stambuk 2017 Universitas Negeri Medan.
2. Untuk mengetahui pengaruh sosial media terhadap minat berwirausaha mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Stambuk 2017 Universitas Negeri Medan.

3. Untuk mengetahui pengaruh *e-commerce* dan media sosial terhadap minat berwirausaha mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Stambuk 2017 Universitas Negeri Medan.

#### **1.6 Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat bagi beberapa pihak, yaitu sebagai berikut:

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 Universitas Negeri Medan, hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan referensi dan juga sumber informasi terkait pengaruh *e-commerce* dan media sosial terhadap minat berwirausaha.
3. Bagi peneliti selanjutnya, hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai referensi dan juga memberikan sumbangan bagi pengembangan ilmu pengetahuan khususnya yang terkait dengan pengaruh *e-commerce* dan media sosial terhadap minat berwirausaha.