

BAB I

PENDAHULUAN

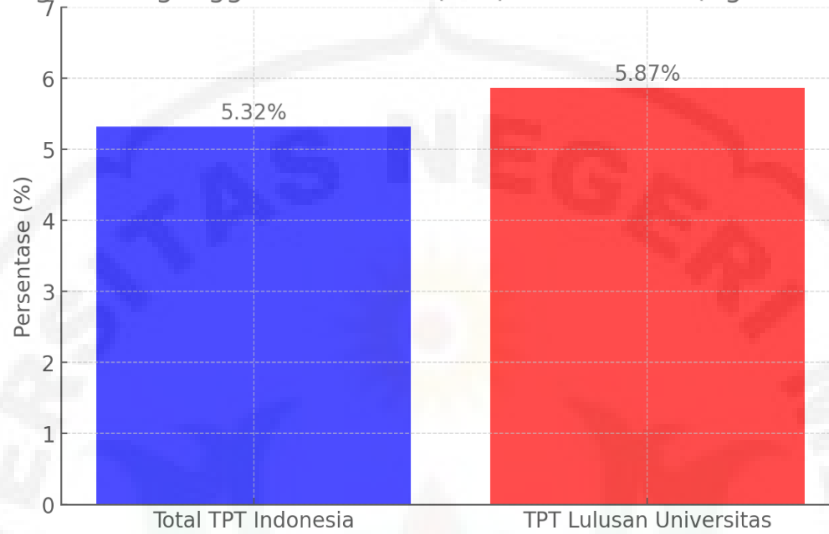
1.1 Latar Belakang Masalah

Dewasa ini Indonesia menghadapi tantangan serius dalam mengatasi pengangguran, terutama di kalangan lulusan perguruan tinggi. Pengangguran merupakan salah satu indikator utama dalam menilai kondisi ekonomi suatu negara. Semakin tinggi tingkat pengangguran, semakin besar tekanan terhadap perekonomian, baik dalam aspek sosial maupun kesejahteraan masyarakat. Salah satu solusi yang telah banyak dikembangkan di berbagai negara untuk mengurangi pengangguran adalah melalui penguatan sektor kewirausahaan.

Pendidikan memiliki peran krusial dalam meningkatkan kualitas sumber daya manusia agar dapat bersaing di era globalisasi. Rendahnya mutu pendidikan menjadi salah satu penyebab kurangnya kesiapan tenaga kerja dalam menghadapi dinamika dunia industri. Seiring dengan perkembangan zaman yang semakin pesat, pertumbuhan ekonomi sangat bergantung pada kualitas sumber daya manusia yang mampu bersinergi dengan kebutuhan pasar tenaga kerja. Oleh karena itu, kemajuan ekonomi tidak hanya bergantung pada modal finansial yang besar, tetapi juga pada ketersediaan tenaga kerja yang kompeten dan terampil.

Menurut (GEM, 2022) negara dengan tingkat kewirausahaan yang tinggi cenderung memiliki ekonomi yang lebih stabil. Wirausaha dapat menciptakan lapangan kerja baru, meningkatkan pendapatan masyarakat, serta mendorong pemanfaatan sumber daya yang lebih optimal tinggi dibandingkan dengan tingkat pendidikan lainnya.

Tingkat Pengangguran Terbuka (TPT) di Indonesia (Agustus 2023)



Gambar 1. 1 Tingkat Pengangguran Terbuka (TPT) di Indonesia (Agustus 2023)

Sumber: Data Badan Pusat Statistik (BPS, 2023)

Tingginya TPT di kalangan lulusan perguruan tinggi ini mengindikasikan perlunya upaya lebih dalam mendorong minat berwirausaha di kalangan mahasiswa. Dengan demikian, mereka dapat menciptakan lapangan kerja sendiri dan berkontribusi dalam mengurangi angka pengangguran di Indonesia. Tingginya angka ini mengindikasikan bahwa pasar kerja belum mampu menyerap seluruh lulusan perguruan tinggi, yang sebagian besar masih mengandalkan pekerjaan di sektor formal. Permasalahan ini menunjukkan bahwa peluang kerja di sektor formal tidak mampu menampung seluruh lulusan setiap tahunnya.

Di Indonesia, minat mahasiswa untuk berwirausaha masih relatif rendah karena adanya persepsi bahwa bekerja di sektor formal lebih menjamin kestabilan finansial dibandingkan menjadi wirausahawan. Meskipun berbagai program kewirausahaan telah diperkenalkan di perguruan tinggi, banyak mahasiswa masih lebih tertarik untuk menjadi pegawai daripada memulai bisnis sendiri. Padahal,

kewirausahaan dapat menjadi solusi strategis untuk menciptakan lapangan kerja mandiri dan mengurangi ketergantungan terhadap peluang kerja yang semakin terbatas.

Menurut (Aghniya & Subroto, 2021), menemukan bahwa manfaat bisnis adalah tren jantung dalam topik yang menarik dalam menciptakan organisasi, penyesuaian, dukungan, dukungan risiko dan pengembangan perusahaan yang diciptakannya. Beberapa faktor yang mempengaruhi rendahnya minat mahasiswa dalam berwirausaha antara lain ketidakpastian pendapatan dalam berwirausaha, kurangnya akses terhadap modal dan dukungan bisnis, serta minimnya kepercayaan diri dalam menghadapi tantangan bisnis. Mahasiswa cenderung memilih jalur karier yang lebih pasti, seperti menjadi pegawai negeri atau bekerja di perusahaan swasta dengan penghasilan tetap.

Tabel 1.1
Angket Observasi Awal Minat Berwirausaha

No.	Pernyataan	Frekuensi Jawaban			
		Ya	Pers%	Tidak	Pers%
1.	Setelah Lulus dari Perguruan Tinggi memilih kerja	52	91,23	5	8,77
2.	Merasa tertarik untuk memulai peluang atau kesempatan baru dalam membuka usaha sendiri	45	78,95	12	21,05
3.	Merasa berani mengambil risiko dalam menjalankan usaha sendiri	28	49,12	29	50,88
4.	Merasa antusias saat mendengar tentang peluang atau kesempatan baru dalam dunia usaha	50	87,72	7	12,28
5.	Memiliki rancangan sikap kreatif dan inovatif untuk	37	64,91	20	35,09

No.	Pernyataan	Frekuensi Jawaban			
		Ya	Pers%	Tidak	Pers%
	memulai usaha ke depannya				
Nilai Rata Rata		212	371,93	73	128,07

Sumber: Data Diolah 2025

Dalam survei di atas, 57 siswa terbuka, dengan lebih dari 90% pelebaran, tetapi lebih dari 90% pelebaran, yang dapat melebihi lebih dari itu, tetapi dapat melakukan lebih banyak pekerjaan, kita dapat menyimpulkan bahwa survei di atas masih rendah. Jadi, jika masih ada banyak orang yang tidak memiliki desain untuk menemukan perusahaan, mereka merasa antusias ketika mereka belajar tentang peluang dan peluang baru di dunia bisnis. Berdasarkan hal tersebut dapat disimpulkan bahwa minat berwirausaha mahasiswa masih rendah.

Faktor utama yang menjadi kendala antara lain adalah kurangnya rasa percaya diri, minimnya keterampilan digital, serta ketidakpastian dalam menghadapi risiko bisnis. *Self-efficacy* merupakan faktor psikologis yang berpengaruh terhadap keputusan seseorang dalam memulai usaha. *Self-efficacy* merujuk pada keyakinan individu terhadap kemampuannya dalam menyelesaikan tugas atau mencapai tujuan tertentu.

Tabel 1.2
Angket Observasi Awal Efikasi Diri (*Self Efficacy*)

No.	Pernyataan	Ya	Pers%	Tidak	Pers%
1.	Yakin akan keberhasilan dalam setiap usaha?	35	58,33	25	41,67
2.	Yakin memiliki Keterampilan yang dibutuhkan untuk berwirausaha ?	40	66,67	20	33,33

No.	Pernyataan	Ya	Pers%	Tidak	Pers%
3.	Yakin mampu mengendalikan sumber daya yang dimiliki?	41	68,33	19	31,67
4.	Yakin memiliki pengetahuan yang cukup tentang berwirausaha?	46	76,67	14	23,33
5.	Yakin menghadapi setiap risiko yang menghadang dalam berwirausaha?	44	73,33	16	26,67
Jumlah Rata Rata		206	343,33	94	156,67

Sumber: Data Diolah 2025

Menurut data pra penelitian di atas, 60 siswa kelas A dan B Pendidikan Administrasi Perkantoran menunjukkan tingkat efikasi diri yang rendah dalam berwirausaha. Hal ini disebabkan oleh keyakinan siswa bahwa seorang wirausaha akan menghadapi situasi yang tidak pasti, membutuhkan banyak modal, penghasilan yang tidak tetap, dan banyak resiko lainnya. Anggapan-anggapan ini dapat menyebabkan ketakutan untuk gagal dan ketakutan untuk menjadi wirausahawan yang sukses. Selain itu, kurangnya kompetensi mahasiswa menyebabkan mereka kurang berminat dalam berwirausaha. Akibatnya, banyak mahasiswa tidak percaya diri untuk memulai usaha sendiri.

Seiring dengan pesatnya perkembangan teknologi digital, *e-commerce* telah membuka peluang besar bagi mahasiswa untuk terjun ke dunia bisnis dengan modal yang relatif kecil.



Gambar 1. 2. Perkembangan Nilai Transaksi *E-Commerce* di Indonesia

Sumber: Bank Indonesia, 2023

Beberapa keunggulan *e-commerce* yang dapat dimanfaatkan mahasiswa dalam berwirausaha antara lain akses pasar yang luas, modal awal yang lebih rendah dibandingkan bisnis konvensional, kemudahan pemasaran digital melalui media sosial dan *platform marketplace*, serta fleksibilitas waktu yang memungkinkan mahasiswa tetap fokus pada studi mereka. Dengan berbagai kemudahan ini, *e-commerce* menjadi peluang yang sangat menarik bagi mahasiswa untuk memulai bisnis. Meskipun *e-commerce* menawarkan peluang yang besar, tidak semua mahasiswa memiliki kesiapan dan keyakinan untuk memulai bisnis berbasis digital. Faktor *self-efficacy* menjadi aspek krusial dalam menentukan apakah seorang mahasiswa akan memanfaatkan peluang *e-commerce* atau tidak. Oleh karena itu, perlu dilakukan penelitian untuk mengetahui sejauh mana *self-efficacy* dan peluang *e-commerce* dapat mempengaruhi minat mahasiswa dalam berwirausaha.

Tabel 1.3
Angket Observasi Awal E Commerce

No.	Pernyataan	Ya	Pers%	Tidak	Pers%
1.	Mengetahui itu <i>e-commerce</i> dan apa manfaatnya?	46	76,67	14	23,33
2.	Memiliki aplikasi <i>e-commerce</i> (seperti: Shopee, Toko Pedia, Lazada, Buka Lapak, dll)?	53	88,33	7	11,67
3.	Merasa puas dengan penggunaan salah satu platform <i>e-commerce</i> ?	37	61,67	23	38,33
4.	Menjadikan salah satu <i>e-commerce</i> sebagai peluang bisnis dan Sudah membuka usaha sendiri?	19	31,67	41	68,33
Jumlah Rata Rata		155	258,34	85	141,66

Sumber: Data Diolah 2025

Menurut data di atas, kesimpulan bahwa dari 60 siswa kelas A dan B dari Kelas A dan B, apa yang digunakan oleh *e-commerce* dan menggunakan *e-commerce*. Tetapi pada kenyataannya, siswa tidak mengubah *e-commerce* menjadi peluang untuk memulai bisnis oleh sejumlah kecil siswa yang belum membuka perusahaan mereka sendiri di salah satu *e-commerce*. Penggunaan *E-Commerce* yang rendah sebagai kesempatan bagi semangat bisnis di antara siswa telah membuat siswa kurang tertarik pada semangat bisnis. Faktor-faktor seperti modal awal yang terbatas, ketakutan akan penipuan, ketidakpastian pasar, kurangnya dukungan dan nasihat, ketakutan akan kegagalan, dan kurangnya hubungan dengan mitra bisnis dapat menyebabkan hal ini. Dalam *e-commerce*, ini bukan hanya masalah menyediakan produk dari produk yang diinginkan konsumen, tetapi juga masalah memberikan layanan yang baik kepada konsumen.

Studi sebelumnya telah menyelidiki hubungan antara e-commerce, minat berwirausaha, dan *self-efficacy*. Menurut (Putri, et al., 2024) menyelidiki bagaimana tiga faktor, *self-efficacy*, *e-commerce*, dan sistem informasi akuntansi, memengaruhi keinginan siswa untuk berwirausaha. Hasil menunjukkan bahwa *self-efficacy* berpengaruh secara signifikan, tetapi *e-commerce* tidak mempengaruhi minat mahasiswa akuntansi Politeknik Negeri untuk berwirausaha. Studi ini menunjukkan bagaimana faktor internal seperti kepercayaan diri dapat mempengaruhi keputusan untuk berwirausaha.

Menurut (Yesela, et al., 2020) mengkaji dampak *self-efficacy* terhadap intensi berwirausaha di kalangan mahasiswa manajemen. Studi ini menemukan bahwa *self-efficacy* berperan penting dalam membentuk niat kewirausahaan, tetapi faktor eksternal seperti akses permodalan dan dukungan sosial juga memainkan peran signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun individu memiliki keyakinan diri yang tinggi, lingkungan eksternal juga dapat mempengaruhi keputusan untuk memulai bisnis.

Pada penelitian (Mel, 2024), meneliti peran *e-commerce* sebagai katalis pertumbuhan bisnis. Studi ini menemukan bahwa *e-commerce* membantu mahasiswa dalam mengembangkan bisnis mereka, tetapi keberhasilan sangat bergantung pada literasi digital dan strategi pemasaran online yang diterapkan. Menurut penelitian oleh (Haidar & Patrikha, 2023), keterampilan digital dan kepercayaan diri mahasiswa dalam menggunakan teknologi *e-commerce* berkontribusi secara signifikan terhadap minat mereka untuk memulai usaha sendiri.

Dengan kata lain, keberhasilan dalam *e-commerce* tidak hanya bergantung

pada peluang yang ada tetapi juga pada kemampuan individu dalam memanfaatkannya secara efektif. Kemudahan yang diberikan *e-commerce* dapat mendorong minat seseorang untuk menjadi seorang wirausahaan. Berbagai penelitian telah mengkaji peran *self-efficacy* dan *e-commerce* dalam kewirausahaan mahasiswa, tetapi masih terdapat kesenjangan yang perlu diteliti lebih lanjut.

Kesenjangan ini menunjukkan bahwa ada faktor-faktor psikologis dan struktural yang perlu diatasi agar mahasiswa lebih siap untuk menjadi wirausaha. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi lebih lanjut bagaimana *self-efficacy* dan *e-commerce* dapat mendorong minat mahasiswa dalam berwirausaha. Peningkatan wirausaha di kalangan mahasiswa menjadi topik yang semakin penting seiring dengan berkembangnya dunia bisnis dan teknologi, khususnya *e-commerce*. Dalam konteks ini, mahasiswa diharapkan dapat memanfaatkan berbagai peluang yang ada untuk mengembangkan minat berwirausaha mereka. Salah satu faktor yang berperan penting dalam menciptakan minat berwirausaha adalah *self-efficacy* atau keyakinan diri. Selain itu, kemajuan teknologi yang memfasilitasi transaksi bisnis secara daring melalui *e-commerce* turut memberikan kemudahan bagi mahasiswa untuk terjun ke dunia wirausaha.

Oleh karena itu penulis tertarik untuk meneliti dan melakukan penetapan judul **"Pengaruh *Self Efficacy* Dan *E-Commerce* Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Prodi Pendidikan Administrasi Perkantoran Fakultas Ekonomi Unimed Stambuk 2022"**.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan penjelasan latar belakang yang termaktub di atas, maka dapat

diidentifikasi beberapa permasalahan pada penelitian ini, yaitu:

1. Rendahnya minat berwirausaha mahasiswa pendidikan administrasi perkantoran setelah lulus dari perguruan tinggi lebih memilih langsung bekerja. Hal ini terlihat dari data pra penelitian awal minat berwirausaha.
2. Mahasiswa pendidikan administrasi perkantoran mengenali apa itu *e-commerce* namun tidak menjadikannya sebagai peluang membuka usaha.
3. Kurangnya efikasi diri mahasiswa pendidikan administrasi perkantoran akan kemampuannya dalam memulai usaha.

1.3 Pembatasan Masalah

Untuk menjaga agar permasalahan dalam penelitian ini tidak menyimpang dan cakupannya menjadi luas, maka dalam penelitian ini penulis membatasi permasalahan yang hendak diteliti, diantaranya:

1. Penelitian ini hanya dilakukan pada mahasiswa Prodi Pendidikan Administrasi Perkantoran Fakultas Ekonomi Unimed tahun ajaran 2022.
2. Variabel yang diteliti terbatas pada pengaruh *self-efficacy* dan *e-commerce* terhadap minat berwirausaha dan data yang digunakan adalah data kuantitatif yang diperoleh dari kuesioner yang dibagikan kepada responden
3. *E-commerce* yang dibahas terbatas pada *platform-platform* yang sudah dikenal dan digunakan oleh mahasiswa, seperti Tokopedia, Bukalapak, Shopee, dan lainnya.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan pada pembatasan permasalahan yang telah termaktub di atas, maka adapun masalah yang dapat dirumuskan pada penelitian ini, yaitu:

1. Apakah terdapat pengaruh *self-efficacy* terhadap minat berwirausaha mahasiswa prodi pendidikan administrasi perkantoran fakultas ekonomi unimed stambuk 2022?
2. Apakah terdapat pengaruh *e-commerce* terhadap minat berwirausaha mahasiswa prodi pendidikan administrasi perkantoran unimed stambuk 2022?
3. Seberapa besar pengaruh *self-efficacy* dan *e-commerce* terhadap minat berwirausaha mahasiswa prodi pendidikan administrasi perkantoran unimed stambuk 2022 ?

1.5 Tujuan Penelitian

Adapun yang menjadi tujuan dari penelitian ini, yakni:

1. Dapat menganalisis pengaruh *self-efficacy* akan minat berwirausaha mahasiswa Prodi Pendidikan Administrasi Perkantoran Fakultas Ekonomi Unimed Stambuk 2022.
2. Untuk menganalisis pengaruh *e-commerce* akan minat berwirausaha mahasiswa Prodi Pendidikan Administrasi Perkantoran Fakultas Ekonomi Unimed Stambuk 2022.
3. Dalam menganalisis pengaruh simultan antara *self-efficacy* dan *e-commerce* terhadap minat berwirausaha mahasiswa Prodi Pendidikan Administrasi Perkantoran Fakultas Ekonomi Unimed Stambuk 2022.

1.6 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis
 - a. Menambah wawasan dalam bidang psikologi pendidikan dan

kewirausahaan, serta memperkaya literatur tentang pengaruh *self-efficacy* dan *e-commerce* akan minat berwirausaha.

- b. Memberikan peluang dan referensi tambahan agar melakukan penelitian lebih lanjut tentang hal sejenis dengan menggunakan landasan teori-teori lain atau yang lebih mutakhir.

2. Manfaat Praktis

Bagi Universitas, dapat memberikan informasi bagi pihak Universitas Negeri Medan, khususnya Prodi Pendidikan Administrasi Perkantoran, untuk yang mendukung peningkatan minat berwirausaha mahasiswa. Selain itu, dapat meningkatkan keyakinan diri dan memanfaatkan *e-commerce* sebagai sarana untuk berwirausaha.