

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Wirausaha yakni seseorang yang berani mengambil resiko dengan menciptakan sebuah bisnis yang diharapkan dapat memperoleh profit yang besar dengan memanfaatkan sumber daya yang tersedia. Kewirausahaan bertujuan agar dapat meningkatkan jumlah wirausaha yang berkualitas sehingga dapat memajukan dan menyejahterakan masyarakat dengan kemampuan berwirausaha yang kompeten. Dengan berwirausaha diharapkan dapat memotivasi dan menumbuhkan kesadaran masyarakat terhadap orientasi kewirausahaan yang kuat (Jamaaluddin & Fernando, 2018).

Minat adalah kecenderungan terus-menerus seseorang untuk tertarik pada kegiatan tertentu yang mendorong mereka untuk mengambil bagian dalam kegiatan tersebut. Minat muncul pada diri seseorang tanpa paksaan, lahir dengan kemauan dan tergantung pada bakat dan lingkungan (Tangkeallo & Tangdialla, 2021). Modal utama dalam memulai sebuah usaha adalah adanya minat yang harus dimiliki oleh calon wirausahawan. Minat bertujuan untuk memunculkan motivasi untuk mendorong seseorang untuk berwirausaha (Basalamah, 2021).

Tujuan dari minat berwirausaha adalah untuk mendorong seseorang mempelajari dan mengembangkan berbagai jenis keterampilan berwirausaha sehingga memiliki keberanian untuk memulai usaha dalam berbagai kesempatan (Zai, 2020). Minat berwirausaha seseorang untuk memulai usaha dapat ditentukan oleh seberapa bersemangatnya mereka untuk melakukan upaya yang diperlukan dan seberapa bersedia mereka mengambil risiko apapun yang diperlukan untuk melakukannya (Rahayu & Laela, 2018).

Menciptakan lapangan kerja merupakan salah satu fungsi kewirausahaan dalam perekonomian nasional. Melimpahnya kesempatan kerja akan membantu menurunkan angka pengangguran, dan diharapkan dapat

meningkatkan pendapatan perkapita negara Indonesia sehingga dapat menunjang kehidupan sosial individu yang lebih percaya diri (Pangesti, 2022). Wirausahawan pada rentang usia 15 - 39 tahun diharapkan mampu memberi pengaruh positif bagi dunia kewirausahaan. Hal yang melatarbelakangi generasi muda memiliki keinginan untuk mulai berwirausaha yaitu keberagaman inovasi dan kreativitas yang tinggi serta rasa ketidakpuasan dengan hal - hal yang tidak sesuai dengan harapannya. Hadirnya para wirausahawan muda diharapkan mampu menciptakan lapangan kerja bagi para pengangguran khususnya pengangguran terdidik (Ardiyanti & Mora, 2019).

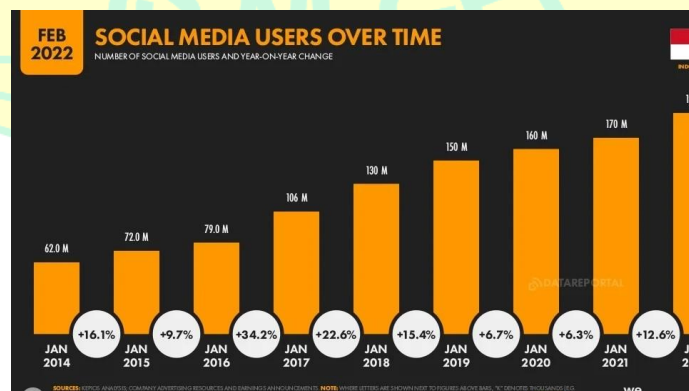
Dibandingkan dengan negara lain yang masih berada di Asia Tenggara, Indonesia masih memiliki tingkat kewirausahaan yang rendah. Bapak Pahala Nugraha Mansury, Wakil Menteri Badan Usaha Milik Negara (BUMN) dan Ketua VI Pengurus Pusat Masyarakat Ekonomi Islam (MES) mengatakan melalui Tribunnews, Indonesia masih memiliki proporsi pengusaha muda yang relatif rendah. Di Indonesia, jumlah wirausahawan masih sekitar 3,47% dari seluruh populasi penduduk Indonesia (Ismoyo, 2022).

Sejak masa pandemi *Covid-19* mulai masuk ke Indonesia, memberikan tanggungjawab yang berat bagi pemerintah untuk dapat lebih berfokus dalam memikirkan kondisi perekonomian di Indonesia. Laju perekonomian Indonesia mengalami penurunan, kondisi pasar yang lesu serta produktivitas dan omzet yang menurun dikarekan daya beli masyarakat yang melemah. Tentu hal ini bukanlah kondisi yang mudah untuk tetap bertahan menjalankan usaha di tengah situasi yang penuh ketidakpastian (Saragih & Elisabeth, 2020). Pada kondisi pandemi *Covid-19*, kurang memungkinkan masyarakat untuk memperoleh pendapatan yang stabil. Masyarakat harus dapat mencari peluang dengan cara lain dalam upaya memenuhi kebutuhan sehari – harinya. Kesadaran masyarakat untuk mulai tergerak mengembangkan sebuah usaha dengan memanfaatkan teknologi dan internet yang bertujuan untuk mencari sebuah peluang usaha baru di tengah masa pandemi *Covid-19*. Karena seiring berjalannya waktu, semua sudah mulai beralih kearah digital. Situasi saat ini

tentunya menuntut masyarakat untuk memprioritaskan pengelolaan yang lebih baik dengan lebih memanfaatkan media tatap maya melalui internet (Kusasih et al., 2020).

Kemajuan teknologi saat ini memiliki dampak yang signifikan dalam kehidupan manusia. Hal ini dikarenakan tersedianya banyak media sosial yang dapat mempermudah aktivitas sehari-hari. Sosial media adalah *platform* yang memungkinkan komunikasi dengan orang lain. Selain itu, sosial media dapat digunakan untuk bertukar data, foto, dan video yang dapat diakses secara global (Rahayu & Laela, 2018). Kehadiran sosial media ini sangat mengubah gaya hidup dan cara pandang masyarakat. Dalam bidang kewirausahaan kehadiran sosial media sangat menunjang para wirausahawan dalam mengembangkan promosi dan penjual secara online. Kemudahan yang ditawarkan oleh sosial media memberikan motivasi bagi seseorang untuk dapat memanfaatkannya menjadi sebuah peluang usaha yang diharapkan dapat menghasilkan keuntungan yang lebih besar dengan penggunaan sosial media secara optimal.

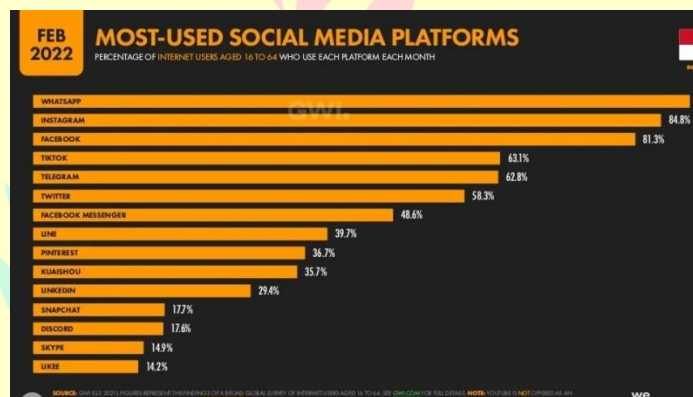
Di masa sekarang sosial media telah banyak digunakan oleh semua kalangan khususnya di kalangan anak muda seperti mahasiswa. Mahasiswa adalah kalangan yang sangat kritis akan segala hal. Sosial media digunakan sebagai sarana untuk berkomunikasi dan sumber mencari informasi. Di Indonesia sendiri penggunaan sosial media selalu meningkat dari tahun ke tahun.



### Gambar 1. 1 Data Pengguna Media Sosial di Indonesia Tahun 2022

Sumber : (Riyanto, 2022) 23 Maret 2022

Berdasarkan data yang di kutip dari website *We Are Social* dalam (Riyanto, 2022) pada tanggal 23 Maret 2022, dapat dilihat pada grafik diatas bahwa tingkat penggunaan sosial media di Indonesia sejak tahun 2014 sampai 2022 selalu mengalami peningkatan jumlah penggunanya. Jumlah pengguna media sosial meningkat dari 62 juta pada 2014 menjadi 72 juta pada 2015, 79 juta pada 2016, 106 juta pada 2017, 130 juta pada 2018, 150 juta pada 2019, 160 juta pada 2020, 170 juta pada 2021, dan 191 juta pada tahun 2022.



Gambar 1. 2 *Platforms* Sosial Media yang Banyak digunakan di Indonesia Tahun 2022

Sumber : (Riyanto, 2022) 23 Maret 2022

Menurut data dari *We Are Social* berikut adalah daftar peringkat *platforms* sosial media yang banyak digunakan di Indonesia. Diurutan teratas ada *Whatsapp* sebanyak 88,7%, lalu ada *Instagram* 84,8%, selanjutnya *Facebook* sebanyak 81,3% dan diurutan keempat ada *Tiktok* yang sedang meningkat pesat dengan 63,1% (Riyanto, 2022).

Media sosial kini berperan signifikan dalam mempengaruhi minat berwirausaha. Penggunaan media sosial merupakan segala perilaku yang dilakukan seseorang dalam menggunakan media sosial untuk berbagi informasi, berinteraksi, dan berkolaborasi melalui layanan internet yang tersedia melalui *gadget* atau *smartphone* (Muhiba, 2020).

Untuk mengatasi permasalahan yang ada, para pelaku UMKM harus dapat menyesuaikan diri dan mulai menggunakan sosial media untuk menunjang pengembangan usahanya seperti memperkenalkan produk, meningkatkan promosi penjualan sehingga dapat menghasilkan keuntungan dan mendapatkan laba yang maksimal (Putri & Ie, 2020). Dalam bidang kewirausahaan, media sosial sangat penting. Seorang wirausahawan dapat mengembangkan pasar mereka secara internasional dan meningkatkan pertumbuhan konsumen baru. Melalui penggunaan media sosial, transaksi domestik dan internasional antara penjual dan pelanggan akan terus dilakukan melalui perangkat pesan media sosial (Sahroh, 2018).

Sekarang ini, sosial media dapat meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap suatu *brand* atau produk. Dengan menghadirkan media untuk berpromosi secara online melalui sosial media, masyarakat dapat lebih mudah mengenali keberadaan produk yang kita miliki. Sosial media juga menawarkan kemudahan untuk dapat menerapkan strategi pemasaran secara online, seperti membuat *content* atau iklan, penggunaan foto produk yang menarik, dan lainnya. Manfaat lainnya, dengan adanya sosial media para wirausahawan dapat berinteraksi dengan pelanggan secara tidak langsung. Melalui sosial media, para wirausahawan dapat tetap menjaga hubungan baik dengan pelanggan dengan cara menarik perhatian mereka untuk membuat komentar, membuat ajakan untuk para pengguna sosial media lainnya memberikan ide untuk produk kita dan memberikan ulasan tentang produk kita (Rizkyansyah, 2022).

Kinerja bisnis dan merek sangat didukung oleh media sosial. Pemanfaatannya tergantung bagaimana para wirausahawan dapat menggunakan sosial media secara efektif. Pemahaman seseorang terhadap sektor kewirausahaan dan kemampuannya dalam menggunakan media sosial secara efektif akan berdampak baik pada peningkatan minat berwirausaha secara keseluruhan (Basalamah, 2021). Hal ini sejalan dengan yang disampaikan oleh Nabilla seorang mahasiswa yang memiliki usaha dibidang

kuliner yaitu “*mentai cake*” melalui Kumparan, ia mengatakan memanfaatkan media promosi di sosial media sebagai wadah usaha merupakan keuntungan dari kemajuan teknologi. Dalam hal pemasaran, ia aktif mempromosikan produk *mentai cake* miliknya melalui berbagai sosial media seperti *Instagram*, *WhatsApp*, *Go Food* dan *Shopee Food* (Kumparan.com, 2022).

Selain sosial media, motivasi juga berperan penting dalam menumbuhkan minat berwirausaha. Motivasi adalah seluruh proses menentukan apakah akan terlibat dalam suatu kegiatan tertentu untuk mencapai tujuan, baik untuk memenuhi kebutuhan atau menemukan kepuasan diri (Mahanani & Sari, 2018). Motivasi yang pertama tumbuh untuk mengembangkan suatu usaha adalah rasa percaya diri. Kepercayaan diri ini lalu memunculkan rasa keingintahuan tentang segala informasi yang berkaitan dengan peluang pengembangan usaha agar mengetahui bagaimana cara untuk dapat memanfaatkan peluang usaha tersebut dan mencapai keberhasilan usaha. Hal ini sependapat dengan apa yang dikatakan oleh Agung & Sumaryanto (2018) bahwa motivasi berwirausaha adalah dorongan dari dalam atau dari orang lain untuk memulai usaha sendiri. Hal ini dapat menginspirasi pemikiran kreatif untuk menghasilkan ide-ide yang dapat menghasilkan keuntungan. Memiliki motivasi berwirausaha dalam jumlah yang tepat akan meningkatkan peran individu dalam berwirausaha, sedangkan motivasi yang terlalu banyak akan merugikan keberhasilan usaha (Sri et al., 2020). Untuk dapat memotivasi dalam berwirausaha di kalangan mahasiswa adalah dengan menumbuhkan karakter sebagai wirausahawan sejati yang dapat menumbuhkan semangat usaha untuk terus maju dan pantang menyerah. Salah satu strategi untuk mencapai ini adalah teknik pelatihan dan stimulasi (Phutry Lelliezza et al., 2019).

Penelitian terdahulu yang relevan telah dilakukan oleh Jeklin (2016) mengenai pengaruh sosial media terhadap minat berwirausaha. *Instagram* merupakan *platform* media sosial yang berdampak pada minat berwirausaha. Penelitian yang telah dilakukan oleh Chabib & Sulistyowati (2021) dan

Dhitara & Ardiansyah (n.d.) ditemukan hasil positif dan signifikan antara penggunaan sosial media secara terhadap minat berwirausaha. Penelitian mengenai pengaruh motivasi terhadap minat berwirausaha yang telah dilakukan oleh Hariyani & Wibowo (2020) terdapat pengaruh positif antara motivasi dengan minat berwirausaha. Penelitian yang telah dilakukan oleh Inayati (2018) dan Dhitara & Ardiansyah (n.d.) menunjukkan hubungan antara motivasi dengan minat berwirausaha memiliki pengaruh positif.

Namun, beberapa penelitian terdahulu mengenai pengaruh sosial media terhadap minat berwirausaha ditemukan kesenjangan penelitian (*research gap*). Seperti, penelitian yang sudah dilakukan oleh Destari (2019) dan Hariyani & Wibowo (2020) memperlihatkan bahwa faktor media sosial tidak berdampak secara signifikan terhadap minat berwirausaha. Terdapat hasil penelitian yang berbeda pula mengenai pengaruh motivasi terhadap minat berwirausaha yang dilakukan oleh Nugrahaningsih & Muslim (2016) dan Azmi & Sri (2022) memperlihatkan bahwa hubungan antara motivasi dengan minat berwirausaha tidak memiliki pengaruh secara signifikan.

Berdasarkan latar belakang dan ditemukannya kesenjangan dari hasil penelitian sebelumnya, maka peneliti ingin mengkaji lebih lanjut mengenai “Pengaruh Sosial Media dan Motivasi terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Universitas Negeri Jakarta”.

## **1.2 Pertanyaan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka permasalahan dalam penelitian dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh yang positif dan signifikan sosial media terhadap motivasi berwirausaha?
2. Apakah terdapat pengaruh yang positif dan signifikan sosial media terhadap minat berwirausaha?

3. Apakah terdapat pengaruh yang positif dan signifikan motivasi berwirausaha terhadap minat berwirausaha?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan masalah yang telah dirumuskan, maka tujuan dilakukannya penelitian ini adalah:

1. Untuk menguji apakah sosial media memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap motivasi berwirausaha mahasiswa Universitas Negeri Jakarta.
2. Untuk menguji apakah sosial media memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa Universitas Negeri Jakarta.
3. Untuk menguji apakah motivasi berwirausaha memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa Universitas Negeri Jakarta.

### **1.4 Manfaat Penelitian**

Berdasarkan penelitian mengenai pengaruh sosial media dan motivasi terhadap minat berwirausaha diharapkan dapat bermanfaat dan berguna baik secara teoritis maupun secara praktis.

1. Teoritis  
Hasil penelitian ini diharapkan dapat mengembangkan pengetahuan dan wawasan terbaru dalam referensi ilmiah bidang kewirausahaan yang berkaitan dengan minat berwirausaha, sosial media, dan motivasi dalam berwirausaha.
2. Praktis
  - a. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat memperluas pengetahuan dan wawasan bagi peneliti mengenai kewirausahaan yang berkaitan dengan minat berwirausaha, sosial media, dan motivasi dalam berwirausaha.



b. Universitas Negeri Jakarta

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan referensi untuk perpustakaan fakultas ekonomi dan perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, serta dapat menambah informasi dan pengetahuan bagi mahasiswa yang ingin melakukan penelitian mengenai kewirausahaan yang berkaitan dengan minat berwirausaha, sosial media, dan motivasi dalam berwirausaha.

c. Bagi Pembaca

Penelitian ini diharapkan dapat dimanfaatkan sebagai bahan referensi yang bermanfaat dan relevan bagi penelitian selanjutnya mengenai bidang kewirausahaan.

