

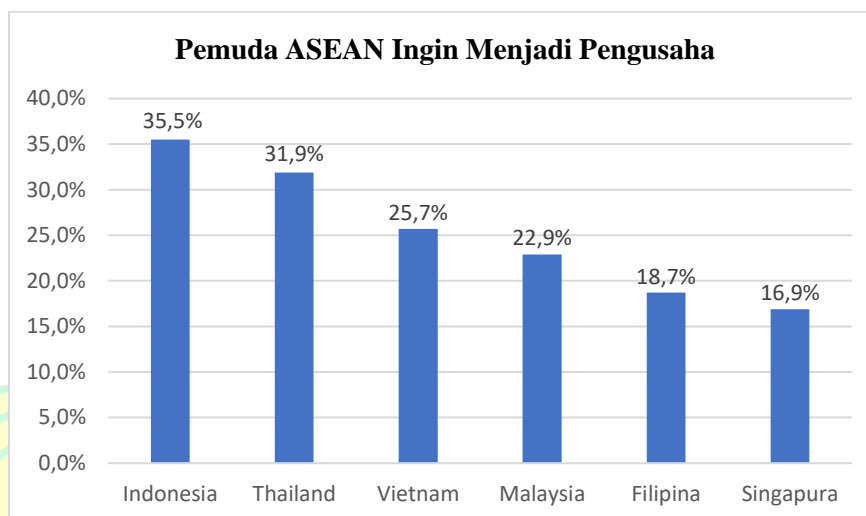
BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kehadiran wirausahawan memegang peranan penting dalam perekonomian suatu negara. Wirausahawan mempunyai perubahan besar dalam pengembalian perekonomian diwujudkan melalui penciptaan sebuah inovasi, pembuka lapangan kerja dan menuntun kesejahteraan. Perkembangan usaha yang dibuat para wirausahawan akan mendorong perkembangan sektor-sektor produktif. Menurut Khamimah (2021) apabila suatu negara mempunyai wirausahawan, maka perekonomian negara tersebut akan optimal dan meningkat. Kegiatan berwirausaha merupakan sebuah solusi baru dalam perbaikan pembangunan nasional. Sesuai yang dikatakan oleh Nuraini & Andrianto (2021) suatu negara dikatakan makmur, jika sebagian besar penduduk berkembang menjadi pengusaha yang mandiri alhasil, kehadiran wirausahawan dapat menciptakan lapangan kerja baru, yang pada akhirnya akan bermuara pada perekonomian yang sehat.

Merekahnya potensi sumber daya alam Indonesia mampu bersaing dalam kancah perekonomian internasional. Berlimpahnya minyak bumi, palawija, rotan, dan hasil bumi lainnya menjadi sumber bahan baku untuk menyokong kegiatan produksi. Wirausahawan hadir untuk mendayagunakan sumber daya alam tersebut dengan menciptakan sebuah peluang dan ide kreasi, bertujuan meningkatkan aktivitas yang akan memberikan manfaat kepada setiap orang. Hasil kekayaan sumber daya alam dapat diolah menjadi produk bermutu hasil tangan kreatif anak bangsa. Tahun 2045 Indonesia diperkirakan akan menghadapi era emas. Menteri Perencanaan Pembangunan, Bambang Brodjonegoro dalam orasi ilmiah bertema “Visi Indonesia 2045” terlampir di (Bappenas, 2017). Beliau mengajak para mahasiswa ikut andil dalam menciptakan lapangan pekerjaan baru, mahasiswa tidak harus selalu menjadi pegawai.

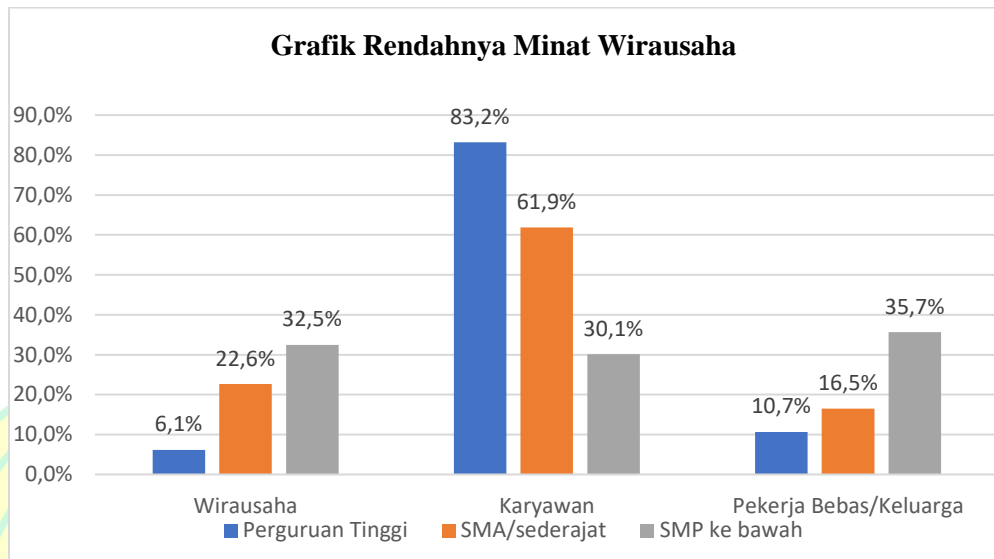


Gambar 1. 1 Pemuda ASEAN Ingin Menjadi Pengusaha

Sumber: World Economic Forum (2019) 9 Maret 2022

Persiapan menuju Indonesia emas dilakukan kepada jiwa pemuda, salah satunya persiapan menjadi seorang wirausahawan. Pada Juli 2019, *World Economic Forum* bersama dengan *Sea Group* melakukan penelitian terkait pemuda Asia Tenggara yang ingin menjadi pengusaha. Survei *online* ini mendapatkan 56 ribu responden pemuda ASEAN. Hasil riset yang dilakukan oleh *World Economic Forum* (2019) diperoleh bahwa sebanyak 35,5 pemuda asal Indonesia tertarik menjadi wirausahawan di masa yang akan datang.

Ketertarikan tersebut hadir karena diprakasai oleh pemuda Indonesia yang berhasil membangun perusahaan *start-up* seperti Nadiem Makarim selaku pendiri Gojek. Jailani et al., (2017) dengan mengamati seseorang yang telah mencapai kesuksesan dalam berwirausaha, seseorang dapat memperoleh minat di dalamnya dan menumbuhkan rasa ingin tahu untuk memulai perusahaan mereka sendiri. Dapat dikatakan peran para wirausahawan sangat penting untuk memberikan kontribusi penggerak dalam membangun minat berwirausaha pada mahasiswa.



Gambar 1. 2 Grafik Rendahnya Jiwa Wirausaha

Sumber: Laporan Kinerja Kemenpora (2021) 12 Maret 2022

Namun data yang dihimpun terkait grafik rendahnya minat wirausaha dalam Laporan Kinerja Kemenpora (2021) ditemukan bahwa rendahnya minat berwirausaha pada lulusan perguruan tinggi, grafik tersebut menjelaskan bahwa lulusan perguruan tinggi memiliki minat untuk berkerja sebagai karyawan bukan sebagai wirausahawan. Dalam memupuk rasa minat berwirausaha dalam jiwa mahasiswa, dilakukan pembelajaran kewirausahaan dan penggunaan kemampuan mahasiswa dalam memecahkan sebuah masalah yang nantinya akan menemukan ketertarikan dan penciptaan sebuah inovasi dalam berwirausaha.

Menurut Suratno et al (2020) berwirausaha menjadikan seseorang giat menemukan potensi yang nantinya dapat memanfaatkan peluang usaha demi tercapainya kesejahteraan individu dan masyarakat. Perjalanan menemukan peluang dan menggali kemampuan dalam menciptakan sebuah terobosan usaha baru, wirausahawan kerap kali menemukan sebuah kendala. Perlunya mencari celah dan ide yang nantinya menjadi solusi terbaik dalam keberlangsungan sebuah usaha. Berwirausaha dengan memanfaatkan media sosial menjadi salah satu solusi terbaik. Dilansir Alika, dalam artikel (katadata.co.id, 2020) diakses

pada 11 maret 2022. Survei yang dilakukan *Sea Group*, sebanyak 54% pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) beralih dan bertahap beradaptasi dalam melakukan pemanfaatan menggunakan media sosial. Pelaku UMKM beralih menggunakan media sosial untuk menata kembali kegiatan perekonomian dengan melakukan sebuah strategi pemasaran baru dalam meningkatkan keuntungan penjualan. Pemanfaatan media sosial memberikan kemudahan pada generasi muda untuk mencetak sebuah produk dari inovasi baru. Fitur media sosial yang dinamis dan mengalami perubahan sehingga memberikan kemudahan dalam mengetahui minat konsumen, penggunaan fitur mudah di akses dalam memasarkan produk, menjual produk hingga dikenalnya produk tersebut.

Menumbuhkan minat berwirausaha mahasiswa salah satunya dengan mengetahui pemanfaatan fitur yang terdapat dalam media sosial sehingga memberikan potensi berkembangnya kreativitas dan tentunya pemahaman mahasiswa dalam mengembangkan diri untuk menjadi seorang wirausaha. Dapat dilihat pemanfaatan media sosial dapat mengenal diri sendiri yang nantinya memberikan kemudahan dalam berkomunikasi dan berhubungan dengan pihak luar terkait pengembangan sebuah produk. Memanfaatkan fitur media sosial secara efektif dapat membantu pengusaha memperluas pasar mereka dan menarik pelanggan baru. Dengan hanya mengandalkan media sosial, penjual dan calon pelanggan dapat terhubung melalui transaksi obrolan di jejaring sosial (Sahroh, 2018). Media sosial menjadi solusi praktis dan cepat dalam dunia wirausaha. Pemanfaatan fitur media sosial dengan tepat serta didukung oleh keahlian seorang wirausahawan dalam berkomunikasi dan bersosialisasi, dipastikan produk yang dipasarkan dapat diketahui oleh khalayak luas.

Kehadiran media sosial tentunya erat kaitannya dengan mahasiswa, media sosial memberikan akses yang mudah dalam dunia perkuliahan. Ketika seorang mahasiswa ingin menambah uang saku, maka berwirausaha menjadi pilihan yang tepat. Begitupun dengan mahasiswa yang sudah memiliki usaha,

media sosial mempermudah dalam memasarkan produknya. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Prasetio (2020) media sosial menjadi jembatan penghubung terbaru dalam memodifikasi pola pikir mahasiswa dalam melakukan kegiatan wirausaha, dikarenakan dapat mempermudah mahasiswa dalam memasarkan produk secara lebih luas tanpa menimbulkan biaya mendalam.

Dalam jenjang dunia pendidikan kegiatan kreativitas sudah dipupuk sejak dini. Pembuatan sebuah rancangan produk nyata merupakan wujud dari sebuah kreativitas. Dalam kegiatan berwirausaha, kreativitas bermain peran dalam merancang sebuah ide untuk memulai sebuah usaha. Kreativitas adalah kemampuan seseorang untuk menemukan sebuah peluang yang ada dan mengembangkan ide-ide baru dalam memecahkan suatu masalah yang ada maupun yang belum ada agar meminimalisir kegagalan dalam melakukan pekerjaannya (Rimadani & Murniawaty, 2019).

Kreativitas mahasiswa mampu mendistribusikan sebuah ide dan inovasi cemerlang yang dibutuhkan konsumennya dengan memanfaatkan fitur pada media sosial. Penelitian yang dilakukan oleh Arifah (2019) menyatakan bahwa kreativitas adalah kepekaan dalam diri individu untuk mempersepsikan situasi di lingkungan dan memadukannya dengan kapasitas yang dimiliki untuk dapat memunculkan inovasi terbaru. TikTok sebagai media sosial, memberikan fitur yang unik dalam memasarkan produk, seperti menggunakan fitur musik menarik di dalamnya. Kreativitas ikut bermain, melakukan *review* produk dengan animasi yang unik tentunya dapat menarik perhatian. Banyaknya mahasiswa yang memiliki kemampuan kreativitas menggambar animasi, membuat kue dan merajut pakaian dapat menarik perhatian pengguna Tiktok untuk membeli hasil kreativitas mereka.

Program Kreativitas Mahasiswa (PKM) yang tiap tahun dipastikan hadir dalam dunia kampus menjadi wadah mahasiswa dalam mengasah kemampuan nalar dan kreativitas dalam merumuskan sebuah rancangan produk yang dibutuhkan masyarakat. Melalui kegiatan tersebut menjadi salah

satu cara dalam menumbuhkan minat berwirausaha mahasiswa sekaligus dapat menambah pemasukan mahasiswa. Program Kreativitas Mahasiswa yang dilakukan oleh Putri et al (2020) tujuan mereka untuk mengikuti PKM Kewirausahaan sebagai keikutsertaan dalam mengasah kemampuan kreativitas dan memotivasi masyarakat berminat dalam wirausaha. Melalui PKM Kewirausahaan ini sebagai momentum dalam meningkatkan minat berwirausaha dan mengajak mahasiswa lainnya agar ikut serta dalam mengasah kreativitas dalam mengembangkan suatu produk.

Selain pemanfaatan media sosial dan kreativitas, peran kecerdasan emosional bermain didalam diri wirausahawan. Segala penjuror cekaman pesaing, potensi bahaya usaha hingga beragamnya desakan permintaan konsumen. Perlunya kemampuan kecerdasan emosional agar seorang wirausahawan mampu memiliki pandangan yang jelas dan dapat mengenali kemungkinan-kemungkinan bisnis yang ada di sekitarnya. Perlunya kemampuan kecerdasan emosional agar seorang wirausahawan mampu memiliki pandangan yang jelas dan dapat mengenali kemungkinan-kemungkinan bisnis yang ada di sekitarnya. Menurut Aban & Tanusi (2020) jika mahasiswa memiliki tingkat kecerdasan emosional tertinggi lebih mungkin untuk mencapai tujuan mereka dan melihat krisis sebagai peluang. Bahwa setiap mahasiswa mampu mengelola, mengendalikan, dan mengevaluasi emosi mereka sendiri maka mereka akan dengan mudah berhubungan dengan orang lain.

Sangat penting bagi pengusaha untuk memainkan emosi mereka karena mereka dapat meningkatkan kreativitas, produktivitas, dan kemampuan untuk melihat peluang. Beberapa pebisnis tidak menyadari betapa pentingnya emosi. Terkadang berurusan dengan emosi itu lemah dan tidak boleh dilakukan dalam situasi kerja. Menurut Adha & Hendrati (2018) emosi merupakan sumber energi bahan bakar. Menurut Balik (2020) adanya kecerdasan emosional dalam kegiatan berwirausaha dalam memperkenalkan bisnis kepada investor, *banker*, konsumen baru dan juga mempertahankan pelanggan setia, kecerdasan

emosional juga dipakai dalam hal negosiasi, mencari karyawan dan kolega bisnis. Pembinaan mahasiswa secara intensif dan konsisten perlu dilakukan dalam upaya memupuk minat berwirausaha. Hal ini guna dilakukan sebagai bekal mahasiswa setelah lulus dalam perkuliahan. Memiliki akademik yang tinggi dan kemampuan berwirausaha tentunya dapat membantu mahasiswa terjun membuka terobosan lapangan pekerjaan.

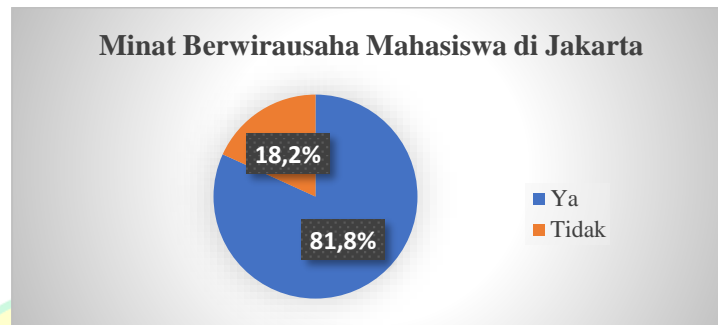
Penelitian terdahulu mengenai variabel yang mempengaruhi minat berwirausaha mahasiswa, menunjukkan hasil yang berbeda (*research gap*). Hasil studi yang telah dilakukan oleh Do et al, (2020) pada hipotesis ke 4 yaitu penggunaan media sosial berpengaruh terhadap niat berwirausaha, ditemukan bahwa hipotesa tersebut berpengaruh positif. Selanjutnya hasil studi Suratno et al (2020), Listiawati et al (2020), Gustina et al (2021), Murni & Sudarsana (2021) dan Kusumadewi (2020) hasil pengujian secara statistik menunjukkan bahwa penggunaan media sosial memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa. Namun hasil penelitian yang dilakukan oleh Hariyani & Wibowo (2020) memberikan hasil yang bertolak belakang, dengan variabel pemanfaatan media sosial memperoleh hasil sebesar 0,379, lebih besar dari 0,05, hal ini menunjukkan bahwa variabel minat berwirausaha tidak dipengaruhi secara signifikan oleh variabel pemanfaatan media sosial secara parsial.

Penelitian terdahulu Mylonas et al (2017) kreativitas memiliki pengaruh terhadap minat berwirausaha mahasiswa yang telah lulus, pada penelitian ini menggunakan 233 wanita muda yang baru lulus kuliah dan telah menamatkan mata kuliah kewirausahaan di Aristotle University of Thessaloniki. Selanjutnya Dewi et al (2019) Tasidjawa et al (2021) Imambachri & Arifin (2020) Ernawati (2021) dan Fatihi (2018) menunjukkan bahwa hasil pengujian secara statistik menunjukkan bahwa kreativitas memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa. Namun penelitian Cahyo (2019) memaparkan hasil yang bertolak belakang kreativitas tidak berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap

minat berwirausaha mahasiswa, dikarenakan pada penelitian tersebut ditemukan bahwa mahasiswa lebih memilih memulai bisnis *franchise* atau mengelola bisnis yang sudah ada.

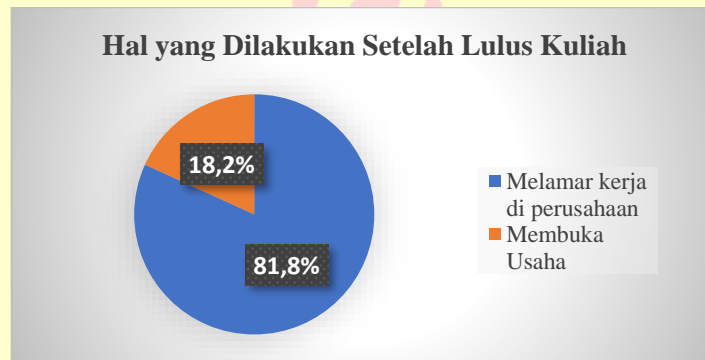
Hasil penelitian yang dilakukan oleh Miao et al (2018) kecerdasan emosional memiliki hubungan yang positif terhadap minat berwirausaha dan memiliki jangka waktu yang lama terhadap minat berwirausaha. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Nugrahaningsih (2018) menunjukkan bahwa variabel kecerdasan emosional memiliki pengaruh yang positif terhadap minat berwirausaha mahasiswa Universitas 17 Agustus 1945 Jakarta. Selanjutnya Risanti (2019), Athaya & Hasbi (2019), Halimah et al (2018) dan Aban & Tanusi (2020) memaparkan hasil bahwa kecerdasan emosional berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa. Namun penelitian Rodrigues et al (2019) mengungkapkan hasil yang bertolak belakang, kecerdasan emosional tidak secara langsung mempengaruhi minat berwirausaha.

Peneliti telah melakukan observasi pra riset penelitian dengan menyebarkan kuesioner daring terkait minat berwirausaha kepada mahasiswa aktif yang letak kampus dan berdomisili di Jakarta diperoleh 33 responden. Berdasarkan hasil observasi pra riset penelitian minat berwirausaha mahasiswa di Jakarta tersebut, ditemukan bahwa 27 orang mahasiswa memiliki kecenderungan memiliki minat berwirausaha sedangkan 6 orang mahasiswa lainnya tidak memiliki minat menjadi seorang wirausaha maupun berwirausaha. Untuk mengetahui secara detail hasil observasi pra riset penelitian minat berwirausaha mahasiswa di Jakarta, dapat dilihat pada data dibawah ini:



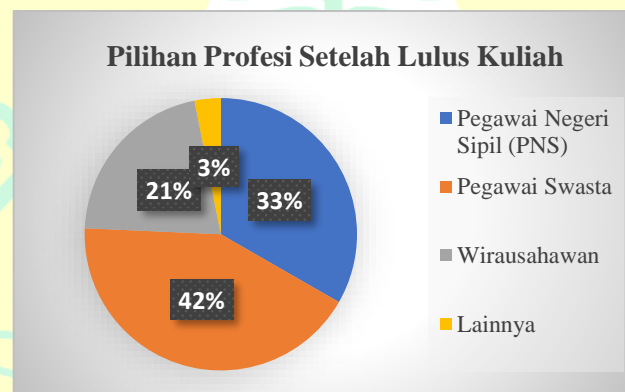
Gambar 1. 3 Pra Riset Minat Berwirausaha

Sumber: Data diolah oleh Peneliti (2022) 19 April 2022



Gambar 1. 4 Pra Riset Hal yang Akan Dilakukan

Sumber: Data diolah oleh Peneliti (2022) 19 April 2022



Gambar 1. 5 Pra Riset Pilihan Profesi Setelah Lulus Kuliah

Sumber: Data diolah Oleh Peneliti (2022) 19 April 2022

Berdasarkan pra riset penelitian minat berwirausaha ditemukan bahwa setelah lulus kuliah hal yang dilakukan para responden adalah melamar kerja

di sebuah perusahaan daripada membuka usaha. Didukung oleh hasil riset profesi yang responden setelah lulus kuliah, terlihat profesi menjadi seorang wirausahawan hanya 21% dikatakan rendah jika dibandingkan dengan pilihan profesi Pegawai Swasata sebanyak 42%, Pegawai Negeri Sipil (PNS) 33% dan pilihan lainnya menjadi seorang *Human Resource* (HR) 3%.

Menarik kesimpulan dari pra riset penelitian minat berwirausaha mahasiswa di Jakarta dengan responden berjumlah 33 orang, diketahui para responden memiliki minat dalam berwirausaha namun setelah lulus kuliah mereka memilih melamar kerja di sebuah perusahaan daripada membuka usaha. Didukung dengan hasil pilihan karir responden adalah menjadi seorang Pegawai Swasta dan Pegawai Negeri Sipil daripada menjadi seorang wirausahawan. Dengan hasil riset tersebut peneliti ingin mengangkat topik minat berwirausaha lebih mendalam dengan menggunakan variabel pemanfaatan media sosial, kreativitas, dan kecerdasan emosional serta mengumpulkan lebih banyak responden yaitu para mahasiswa aktif yang letak kampus di Jakarta dan telah mengikuti mata kuliah kewirausahaan.

Berkaitan pemaparan hasil peneliti terdahulu dengan didukung data pra riset, maka peneliti ingin melakukan penelitian tentang keterkaitan antara media sosial, kreativitas, dan kecerdasan emosional terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa di Jakarta. Dalam studi ini memilih mahasiswa dengan letak lokasi kampus di Jakarta dan telah mengikuti mata kuliah kewirausahaan sebagai objek penelitian. Peneliti memilih lokasi di Jakarta mengacu pada data yang dihimpun dari Kemkominfo (2019) hasil survei penggunaan teknologi, informasi, dan komunikasi (TIK) di DKI Jakarta. Ditemukan data mengejutkan bahwa aktivitas jual beli online masyarakat Jakarta, selama menggunakan internet menjadi kegiatan dengan presentasi terendah, yaitu hanya 5,56%. Perlu perhatian besar bahwa aktivitas jual beli online belum tersebar dilakukan oleh berbagai lapisan masyarakat DKI Jakarta. Sangat diketahui bahwa kegiatan tersebut menjadi salah satu aktivitas dalam kegiatan berwirausaha. Maka dari itu, dalam memupuk minat berwirausaha

dengan mengajak dan menyebarluaskan pemanfaatan media sosial dimana fitur didalamnya terdapat kegiatan aktivitas jual beli online. Sehubungan dengan adanya latar belakang diatas dengan didukung oleh beberapa data, maka peneliti ingin mengetahui lebih lanjut dan menuangkannya dalam tugas akhir skripsi yang berjudul: **“Pengaruh Pemanfaatan Media Sosial, Kreativitas, dan Kecerdasan Emosional Terhadap Minat Berwirausaha pada Mahasiswa di Jakarta”**.

1.2 Pertanyaan Penelitian

Adapun pertanyaan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah pemanfaatan media sosial akan berpengaruh terhadap minat berwirausaha mahasiswa di Jakarta?
2. Apakah kreativitas akan berpengaruh terhadap minat berwirausaha mahasiswa di Jakarta?
3. Apakah kecerdasan emosional akan berpengaruh terhadap minat berwirausaha mahasiswa di Jakarta?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh pemanfaatan media sosial terhadap minat berwirausaha mahasiswa di Jakarta
2. Untuk mengetahui pengaruh kreativitas terhadap minat berwirausaha mahasiswa di Jakarta
3. Untuk mengetahui pengaruh kecerdasan emosional terhadap minat berwirausaha mahasiswa di Jakarta

1.4 Manfaat Penelitian

1. Bagi Peneliti

Sebagai sarana dalam meningkatkan wawasan dan pengetahuan yang menyeluruh terkait pengaruh pemanfaatan media sosial dan kreativitas terhadap minat berwirausaha.

2. Bagi Universitas Negeri Jakarta

Diharapkan hasil penelitian ini akan menjadi sarana pengembangan teori ilmiah dan dapat dijadikan referensi karya ilmiah untuk perpustakaan fakultas ekonomi maupun Universitas Negeri Jakarta.

3. Bagi Pembaca

Hasil penelitian ini dapat menjadi acuan kegiatan kewirausahaan dan bermanfaat sebagai bahan pertimbangan dalam menemukan solusi alternatif menemukan minat berwirausaha.

