

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Salah satu masalah utama yang dihadapi negara berkembang seperti Indonesia adalah masalah ketenagakerjaan. Populasi terus bertambah setiap tahun tetapi tidak diikuti oleh peningkatan pekerjaan, yang merupakan penyebab pengangguran yang meluas. Jumlah pengangguran di Indonesia terus meningkat. Terlepas dari tingkat pendidikan terakhir, setiap pencari kerja harus bersaing untuk pekerjaan dalam kesempatan kerja yang terbatas.

Menurut Biro Pusat Statistik, populasi pekerja adalah 131,03 juta orang, meningkat 1,67 juta orang dari Februari 2020. Sementara jumlah pengangguran di Indonesia mencapai 6,88 juta orang dengan peningkatan 60 ribu orang pada Februari 2020. Dilihat dari jenjang pendidikan, Tingkat Pengangguran Terbuka (TPT) Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) masih menempati posisi tertinggi di antara jenjang pendidikan lainnya, yaitu sebesar 8,49 persen. Sekolah Menengah Atas (SMA) TPT menempati peringkat kedua dengan persentase 6,77 persen, TPT Diploma I,II, dan III berada di peringkat ketiga dengan persentase 6,76 persen. TPT Universitas menempati posisi keempat dengan persentase 5,73 persen. Berdasarkan data tersebut, tingkat pengangguran terdidik tergolong sangat tinggi. Lulusan sekolah tidak menjamin kemudahan mendapatkan pekerjaan.

Permasalahan pengangguran terdidik ini disebabkan banyaknya sarjana atau lulusan sekolah yang tidak sesuai dengan jumlah lapangan kerja yang ada, berusaha mencari pekerjaan tetapi tidak berani menyediakan atau menciptakan lapangan kerja.

Mahasiswa yang nantinya lulus dari perguruan tinggi memiliki peran penting dalam membantu menyediakan lapangan pekerjaan yang dapat menurunkan angka pengangguran di Indonesia. Mahasiswa harus memiliki minat yang besar untuk membuka unit bisnis baru.

Dengan minat yang besar dalam berwirausaha akan membantu mahasiswa untuk berani melakukan sesuatu yang mereka sukai seperti menciptakan lapangan kerja sesuai dengan latar belakang pendidikan mereka.

Perkembangan teknologi memudahkan banyak orang untuk mengakses media sosial. Menurut Hootsuite pada Januari 2020, diperkirakan pengguna internet di Indonesia mencapai 175,4 juta orang dan pengguna media sosial mencapai 160 juta pengguna dengan penetrasi 59% yang tersebar di seluruh wilayah. Jumlah pengguna media sosial di Indonesia meningkat sebesar 12 juta (8,1 persen) antara April 2019 dan Januari 2020. Perkembangan internet telah mempengaruhi berbagai sektor, salah satunya pembangunan ekonomi. Di masa lalu, berbagai transaksi perdagangan yang sebelumnya hanya dilakukan secara tatap muka dan beberapa cara lain seperti mengirim postingan atau telepon, kini dapat dilakukan melalui internet dengan akses yang paling

mudah dan efisien. Transaksi melalui internet dikenal sebagai e-commerce. Penjual memasarkan produknya melalui jejaring media sosial seperti Instagram, Facebook, Tiktok bahkan hingga percakapan grup seperti Whatsapp.

Bukan hanya penjual, para pembeli juga merasa diuntungkan melalui kemudahan menggunakan media sosial ini. Mereka dapat membandingkan harga dan mencari informasi sebanyak mungkin sebelum membeli barang atau produk di mana pun mereka berada. Jauh lebih efisien jika dibandingkan dengan harus pergi ke toko. Selain itu, kita harus berpindah dari satu toko ke toko lain hanya untuk membandingkan harga barang yang ingin dibeli.

Setelah mengetahui perilaku belanja masyarakat yang telah berubah, banyak para pelaku bisnis atau perusahaan menggunakan kesempatan ini untuk menambah keuntungan serta melakukan perubahan mengikuti perkembangan internet.

Pesatnya kemajuan teknologi dan peran globalisasi didukung oleh fasilitas yang mumpuni dalam mengakses internet, juga akan semakin menjanjikan industri yang menggunakan media sosial untuk berkembang di masa depan. Mahasiswa sebagai intelektual muda yang sebagian besar akrab dengan dan memahami Informasi dan Teknologi (IT) harus dapat memanfaatkan kesempatan ini untuk menjadi peluang besar dan nyata. Internet bukan hal baru bagi siswa saat ini. Ketika melakukan tugas atau mencari informasi, kami membutuhkan referensi untuk melakukannya

dan itu diperoleh melalui internet. Apalagi ada banyak fasilitas yang disediakan universitas untuk menunjang kebutuhan internet mahasiswa maupun Universitas Negeri Jakarta (UNJ), terdapat *flash lounge* dan *wi-fi* di setiap unit gedung, misalnya di ruang kuliah, perpustakaan, dan setiap tempat di kampus yang terhubung dengan *wi-fi* yang disediakan oleh kampus. Selain itu mahasiswa Fakultas Ekonomi juga telah menggunakan media sosial dalam Program Pengembangan Manajemen dan Bisnis (PPMB) yang diikutinya untuk memasarkan produk yang dijual agar lebih efisien dan informasi produk tersebut dapat tersebar secara meluas dan cepat. Menurut data yang diambil dari situs daring Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta peserta yang mengikuti Program Mahasiswa Wirausaha FE UNJ tidak mencapai target yang seharusnya. Dari 200 orang yang ditargetkan hanya 110 orang yang mengikuti Program Mahasiswa Wirausaha tersebut. Berdasarkan data tersebut menunjukkan kurangnya minat mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta untuk terlibat dalam kegiatan kewirausahaan.

Selain penggunaan media sosial, faktor lain yang mempengaruhi minat berwirausaha adalah faktor lingkungan keluarga. Bila diperhatikan banyak dari kalangan wirausaha memiliki latar belakang keluarga yang sudah terlebih dahulu terjun dalam dunia kewirausahaan. Hal ini mengindikasikan bahwa faktor lingkungan keluarga sangat berperan dalam mendorong minat berwirausaha.

Beberapa hasil studi sebelumnya tentang faktor-faktor yang

mempengaruhi minat berwirausaha menunjukkan perbedaan hasil (*research gap*). Hasil penelitian I Komang Sumerta, Ni Komang Redianingsih, I Made Baji Pranawa, dan Desak Nyoman Tri Indahyani (2020) penggunaan media sosial berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap minat berwirausaha. Hasil penelitian Brian Kumara (2020) menyatakan media sosial secara signifikan berpengaruh positif terhadap berwirausaha. Hasil penelitian Suratno, Farida Kohar, Rosmiati dan Ari Kurniawan (2020) mengungkapkan media sosial memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha. Sedangkan penelitian yang dilakukan Kurniawan dan Harti (2013) menyatakan penggunaan media sosial memiliki pengaruh dengan tingkat yang sangat rendah terhadap minat berwirausaha. Hasil penelitian Reni Haryanti dan Arief Wibowo (2020) juga menyatakan variabel pemanfaatan media sosial secara parsial tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat berwirausaha.

Hasil penelitian Lisa Indriyani dan Margunani (2018) menunjukkan lingkungan keluarga memiliki pengaruh signifikan yang tinggi terhadap minat berwirausaha. Hasil penelitian Didin Syarifudin, Iis Iskandar dan Lukmanul Hakim (2017) menunjukkan lingkungan keluarga memiliki pengaruh yang positif terhadap minat berwirausaha, semakin tinggi intensitas pergaulan di lingkungannya, maka semakin tinggi peluang bagi mahasiswa untuk mendapatkan informasi, motivasi dan dorongan untuk berwirausaha. Hasil penelitian Anita Wiani, Eeng Ahman dan Amir

Machmud (2018) menyatakan pengaruh lingkungan keluarga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat berwirausaha. Sedangkan hasil penelitian yang dilakukan Siti Na'fiah Nurhadifah dan Sukanti (2018) menunjukkan terdapat pengaruh positif lingkungan keluarga tetapi dengan tingkat yang sangat rendah terhadap minat berwirausaha. Hasil penelitian Rahmadi dan Heryanto (2016) mengungkapkan hasil yang berbeda bahwa lingkungan sosial dan keluarga tidak memiliki pengaruh yang signifikan.

Berdasarkan *research gap* yang diuraikan diatas, perbedaan hasil penelitian membuat penulis tertarik untuk melakukan penelitian pada dua faktor yang mempengaruhi minat berwirausaha yaitu penggunaan media sosial dan lingkungan keluarga. Penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “Pengaruh Penggunaan Media Sosial dan Lingkungan Keluarga terhadap Minat Berwirausaha”

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan permasalahan diatas maka rumusan masalah dalam penelitian ini dijabarkan dalam rumusan pertanyaan sebagai berikut :

- a. Apakah terdapat pengaruh penggunaan media sosial terhadap minat berwirausaha?
- b. Apakah terdapat pengaruh lingkungan keluarga terhadap minat berwirausaha?
- c. Apakah terdapat pengaruh penggunaan media sosial dan lingkungan keluarga terhadap minat berwirausaha?

## **C. Kegunaan Penelitian**

Kegunaan dari penelitian ini adalah, sebagai berikut:

1. Kegunaan teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan ilmu pengetahuan terbaru khususnya yang berkaitan dengan penggunaan media sosial, lingkungan keluarga dan minat berwirausaha.

2. Kegunaan Praktis

Diharapkan dengan adanya penelitian ini, dapat bermanfaat bagi khalayak umum, serta diharapkan dapat memecahkan masalah bagi berbagai pihak:

a. Bagi Pemerintah

Menjadi bahan evaluasi untuk mengetahui seberapa besar dampak penggunaan media sosial dalam menarik minat berwirausaha dan menentukan kebijakan yang harus dibuat guna meningkatkan kualitas dan kemampuan dalam berwirausaha guna memperluas lapangan pekerjaan.

b. Bagi Mahasiswa

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai referensi untuk penelitian selanjutnya dan referensi perpustakaan Universitas Negeri Jakarta tentang pentingnya pengaruh penggunaan media sosial dan lingkungan keluarga terhadap minat berwirausaha. Bagi Fakultas Ekonomi khususnya Konsentrasi Akuntansi Penelitian ini dapat menjadi bahan masukan dan mendorong mahasiswa untuk berwirausaha.

c. Bagi Masyarakat

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan pengetahuan terhadap pemahaman mengenai penggunaan media sosial dan lingkungan keluarga untuk meningkatkan minat mahasiswa berwirausaha.

**D. Kebaruan Penelitian**

Dalam penelitian yang berjudul Pengaruh Penggunaan Media Sosial dan Lingkungan Keluarga terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta, terdapat kebaruan penelitian yang dapat dilihat dari penambahan variabel penelitian yaitu penggunaan media sosial dan subjek penelitian, penelitian sebelumnya dilakukan pada sekolah menengah kejuruan dan yang peneliti lakukan pada subjek perguruan tinggi yaitu mahasiswa.

