

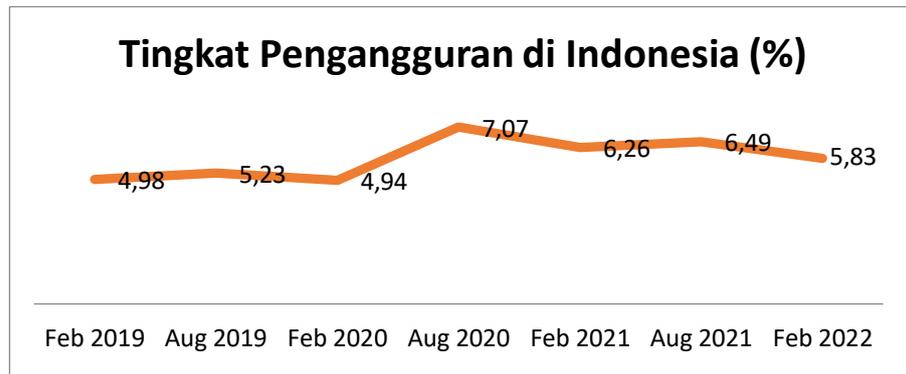
BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Pengangguran merupakan orang-orang yang berada dalam usia produktif dan memenuhi syarat sebagai pencari kerja namun tidak dalam status bekerja sama sekali atau sedang mencari kerja. Keterbatasan lowongan pekerjaan yang tersedia bagi masyarakat Indonesia mengakibatkan tingginya angka pengangguran di Indonesia jika dibandingkan dengan negara lain. Tingkat pengangguran yang tinggi memang sudah lama terjadi di Indonesia. Indonesia terus berusaha mengatasi masalah pengangguran dari tahun ke tahun namun masalah terkait tingginya tingkat pengangguran di Indonesia masih sulit untuk diatasi.

Data perekonomian global menunjukkan bahwa Indonesia menempati urutan 15 besar negara dengan tingkat pengangguran tertinggi di dunia. Data tersebut juga mengklaim bahwa Indonesia merupakan satu-satunya negara di Asia Tenggara yang masuk dalam urutan angka pengangguran tertinggi di dunia dengan persentase sebesar 6,49% pada tahun 2021 (<https://id.tradingeconomics.com/>).



Gambar 1.1 Tingkat Pengangguran di Indonesia

Sumber: Badan Pusat Statistik

Terlebih dengan adanya pandemi COVID-19 yang menimbulkan permasalahan pada berbagai aspek, mulai dari kesehatan hingga perekonomian di dunia sehingga menyebabkan banyak perusahaan terancam gulung tikar. Akibatnya banyak perusahaan memutuskan untuk melakukan PHK terhadap karyawannya dalam rangka mengurangi biaya pengeluaran agar perusahaan tersebut dapat tetap beroperasi. Sehingga wajar jika pada saat maraknya COVID-19, terjadi peningkatan tingkat pengangguran dalam skala besar.

Merujuk pada data Badan Pusat Statistik, Tingkat Pengangguran di Indonesia per bulan Februari 2022 mengalami penurunan dibandingkan tahun 2021. Pada tahun Agustus 2021 Tingkat Pengangguran di Indonesia masih berada di kisaran 6,4% turun menjadi 5,83% pada bulan Februari 2022. Walaupun jumlah angkatan kerja pada tahun 2022 sebanyak 144,01 juta orang, naik 4,20 juta orang dibandingkan dengan bulan Februari 2021, namun

disertai dengan naiknya penduduk yang bekerja sebanyak 4,55 juta orang dibandingkan bulan Februari 2021.

Banyak usaha yang dilakukan oleh berbagai pihak agar tidak terpuruk selama COVID-19. Banyak orang yang memutuskan berwirausaha untuk melanjutkan hidupnya akibat pengurangan karyawan di berbagai perusahaan. Ada pula orang yang melihat peluang wirausaha karena berbagai keterbatasan aktivitas selama pandemi COVID-19. Dapat kita lihat pada saat ini banyak kasus dimana karyawan “banting stir” menjadi wirausahawan atau UMKM yang baru merintis usahanya selama pandemi.

Seiring dengan pulihnya COVID-19 dan banyaknya wirausahawan yang baru bergabung dalam dunia usaha, memberikan dampak positif salah satunya dengan menyediakan lowongan pekerjaan yang dibutuhkan oleh para perintis wirausaha. Hal tersebut tentunya berdampak pada pengurangan tingkat pengangguran di Indonesia.

Meskipun sudah merasakan dampak positif dari kewirausahaan, nyatanya tingkat kewirausahaan di Indonesia masih sangat rendah. Kementerian Perindustrian melalui Direktorat Jenderal Industri Kecil, Menengah, dan Aneka (IKMA) menyatakan bahwa tingkat kewirausahaan Indonesia saat ini masih berkisar 3,47% dari total keseluruhan penduduk di Indonesia. Masih diperlukan 1,5 juta wirausaha baru untuk mencapai target 3,95% per tahun 2024.

Dalam rangka mencapai target tersebut, Pemerintah mencanangkan berbagai program untuk mendukung tumbuhnya wirausaha baru di kalangan

generasi muda. Dikarenakan penyumbang persentase pengangguran terbesar adalah kalangan muda pada lingkup usia 15-19 tahun sebanyak 23,91%, usia 20-24 tahun sebanyak 17,73% dan usia 25-29 tahun sebanyak 9,26%.

Pada dasarnya banyak generasi muda yang berminat untuk melakukan kegiatan wirausaha, walaupun banyak pula yang hanya menganggap berwirausaha merupakan pekerjaan sampingan yang hanya sekedar investasi untuk masa depan. Kenyataannya kita masih terpaku untuk menjadi seorang karyawan dengan penghasilan tetap. Karena itu minat untuk melakukan kegiatan berwirausaha seringkali kita abaikan.

Walaupun banyak bisnis baru yang dirintis, faktanya banyak pula perusahaan dan toko-toko yang tutup akibat dari mewabahnya COVID-19 ini. Alasannya adalah karena di masa pandemi dimana orang-orang tidak dapat keluar rumah karena takut terjangkit COVID-19, sehingga penjualan mereka turun drastis daripada saat sebelum pandemi. Penurunan pendapatan disertai pengeluaran biaya yang tetap tinggi mengakibatkan banyak perusahaan dan toko tidak sanggup melanjutkan usaha mereka.

Namun jika kita lihat, pandemi COVID-19 sebenarnya memberi kita pengaruh yang lebih besar dari yang kita kira. Sejak terjadinya pandemi COVID-19, kita lebih senang untuk melakukan segala sesuatunya secara online. Karena selain menghemat waktu dan tenaga, kita juga dapat lebih menghemat biaya. Oleh karena itu, pekerjaan yang bersifat mobile hingga proses jual-beli secara online lebih digemari saat ini. Kondisi tersebut akhirnya membuka peluang berwirausaha baru. Dimana kita dapat melakukan

bisnis tanpa perlu membuka atau menyewa “lapak” seperti sebelumnya. Bahkan banyak pula departemen store yang akhirnya menutup gerai-gerai mereka dan beralih menjadi online store.

Kemudian dapat kita sadari bahwa *internet user* bukan hanya orang dewasa saja, tetapi semua kalangan mulai dari anak-anak bahkan lansia. Dan penggunaan internet pun tidak terbatas untuk melakukan pekerjaan online maupun online shopping saja, tetapi beragam hal yang dapat diakses di internet, salah satunya adalah media sosial.

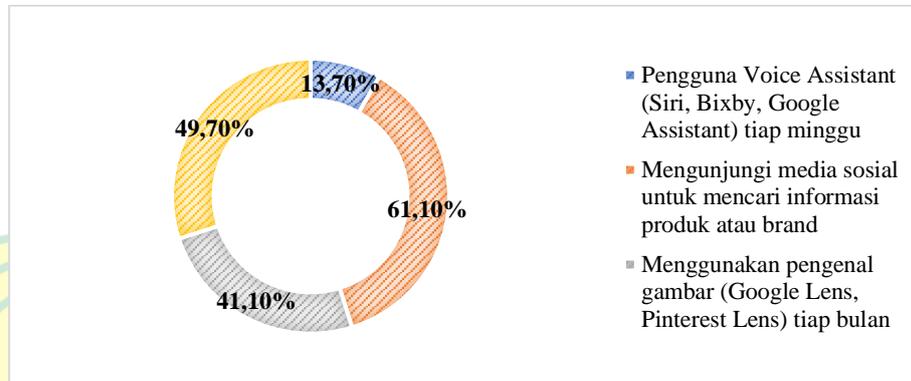


Gambar 1.2 Jumlah Pengguna Aktif Sosial Media di Indonesia

Sumber: <https://dataindonesia.id>

Dari gambar 1.2, dapat dilihat bahwa terjadi peningkatan yang signifikan terhadap pengguna media sosial aktif setiap tahunnya. Tercatat bahwa media sosial yang paling banyak digunakan oleh masyarakat di Indonesia adalah Whatsapp, yaitu mencapai 88,7% dari keseluruhan penduduk di Indonesia. Media sosial Instagram dan Facebook dengan persentase masing-masing

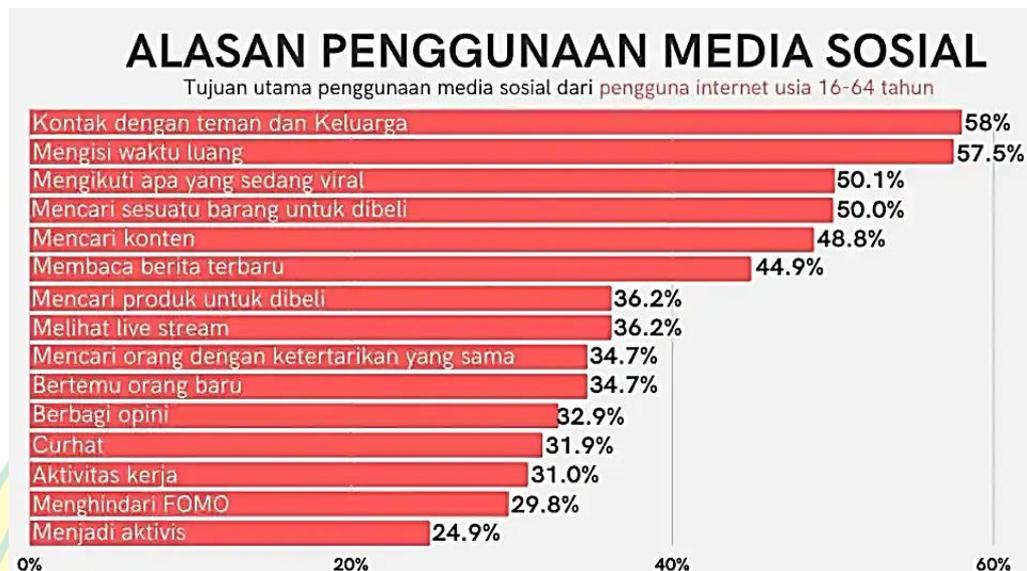
sebesar 84,8% dan 81,3%. Dan persentase pengguna TikTok dan Telegram berturut-turut sebesar 63,1% dan 62,8%.



Gambar 1.3 Akses Informasi Online Indonesia Tahun 2022

Sumber: www.grahanurdian.com

Hal ini dapat dilihat pada gambar 1.3 yang menunjukkan data akses informasi online di Indonesia. Media sosial memiliki persentase tertinggi yaitu sebesar 61,1% dari keseluruhan penduduk di Indonesia. Berdasarkan survei alasan masyarakat Indonesia menggunakan media sosial dapat dilihat pada gambar 1.4 berikut. Dapat dilihat bahwa online shopping menjadi salah satu alasan masyarakat menggunakan media sosialnya.



Gambar 1.4 Alasan Penggunaan Media Sosial

Sumber: www.grahanurdian.com

Berwirausaha menjadi salah satu profesi ketika lulus dari perguruan tinggi dan mempermudah untuk memasarkan produk lebih luas tanpa biaya yang sangat tinggi. Untuk menjadi wirausaha yang sukses mahasiswa harus bisa memperluas jaringan yang luas untuk lebih berkomunikasi dengan yang lainnya itu menggunakan internet (Prasetio & Hariyani, 2020).

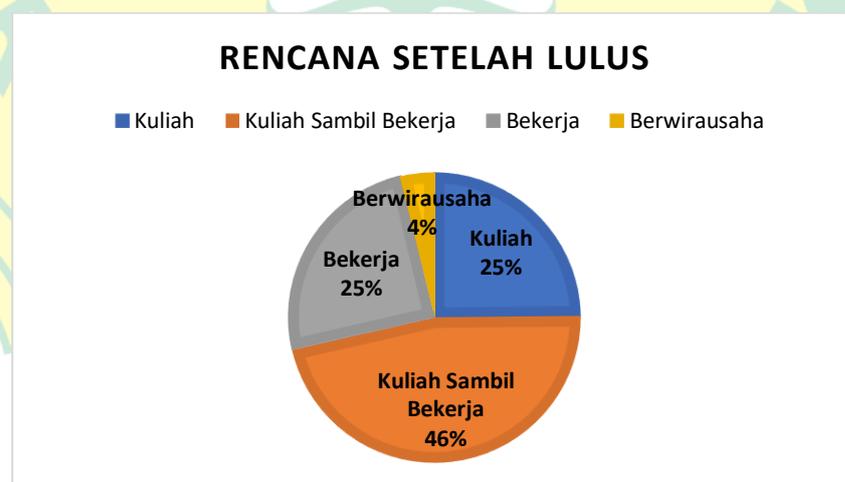
Faktor kewirausahaan dapat berasal dari sumber internal maupun eksternal. Faktor internal muncul dari dalam diri seseorang, seperti karakter, pemikiran, motivasi, perilaku, komitmen, dan kemampuan batin. Faktor eksternal minat berwirausaha dapat berupa pendidikan, lingkungan, dukungan dari keluarga dan masyarakat sekitar, serta kebijakan yang ditetapkan oleh pemerintah. (Wardani & Nugraha, 2021).

Peran pendidikan kewirausahaan adalah membekali mahasiswa dengan pengetahuan dan keterampilan kewirausahaan sehingga dapat mendorong

kewirausahaan. Demikian pula dengan perkembangan teknologi informasi yang meliputi media sosial memperluas isu kewirausahaan mahasiswa sehingga dapat memicu terciptanya lapangan kerja baru untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

Hal ini didukung dengan penelitian terdahulu yang diantaranya oleh Essia R.A, et. al (2019); Ramadhani, I. S, et. al (2022); dan Lv, Y., et. al (2021) yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara pendidikan kewirausahaan dan media sosial terhadap intensi berwirausaha.

Pada hasil Pra Riset yang telah peneliti lakukan pada 30 orang siswa SMKN 48 Jakarta sebagai responden kuesioner terkait Intensi Berwirausaha ditemukan bahwa sebanyak 46% siswa SMKN 48 Jakarta memilih Kuliah sambil Bekerja sebagai rencana masa depan mereka setelah lulus. Kemudian disusul dengan pilihan hanya Kuliah dan hanya Bekerja masing-masing sebesar 25% serta pilihan Berwirausaha sebesar 4%.



Gambar 1.5 Rencana Siswa Setelah Lulus

Sumber: Data diolah oleh Peneliti (2022)

Namun ketika diberikan pertanyaan lebih lanjut terkait Intensi Berwirausaha, sebagian besar responden yaitu sebanyak 78% menyatakan berniat untuk melakukan kegiatan wirausaha. Walaupun perkiraan waktu untuk mereka mengimplementasikan wirausaha tersebut berbeda-beda tergantung pada kondisi setiap anak. Banyak yang siswa yang memilih untuk berwirausaha nanti saat sudah lulus atau sudah matang secara finansial sehingga ketika ada resiko atau kejadian tidak terduga selama berwirausaha mereka sudah siap untuk menanganinya.

Beberapa siswa memilih untuk mencoba berwirausaha sebelum lulus sekolah. Karena mereka dapat melakukan kegiatan wirausaha tersebut sebagai bentuk pembelajaran dan pengalaman ataupun sebagai bekal untuk merintis usaha yang lebih besar nantinya di masa depan. Ada pula siswa yang saat ini sedang merintis usahanya sambil bersekolah dan mereka sudah menikmati hasilnya. Sedangkan beberapa siswa lainnya mengklaim tidak berminat sama sekali untuk berwirausaha.



Gambar 1.6 Faktor yang Mempengaruhi Intensi Berwirausaha

Sumber: Data diolah oleh Peneliti (2022)

Dalam kuesioner Pra Riset, peneliti mencantumkan faktor intrinsik dan yang mempengaruhi niat seseorang dalam berwirausaha. Hasilnya menunjukkan bahwa sebagian besar responden memilih pendapatan sebagai faktor utama yang mendorong Intensi Berwirausaha mereka. Sebanyak 49% responden yang memilih pendapatan tersebut mengungkapkan alasannya adalah untuk membantu orang tua dan untuk memenuhi kebutuhan hidup mereka baik sekarang maupun di masa depan.

Sebanyak 26% responden memilih Perasaan Senang sebagai alasan mereka berwirausaha adalah karena merasa senang untuk melakukan bisnis dan menerima hasil dari bisnis tersebut. Faktor harga diri/gengsi dipilih oleh 11% responden, alasannya adalah karena dengan berwirausaha kemudian memperoleh penghasilan sendiri maka mereka akan dipandang lebih baik di mata masyarakat dan dianggap sebagai pribadi mandiri sehingga meningkatkan harga diri mereka.

Selain itu Pendidikan juga menjadi pilihan yang banyak dipilih yaitu oleh 11% responden. Menurut para responden, mata pelajaran Pendidikan Kewirausahaan di sekolah berpengaruh dalam meningkatkan Intensi Berwirausaha mereka dikarenakan selama pembelajaran kewirausahaan selain diberikan teori berwirausaha, para siswa juga difasilitasi untuk melakukan praktik membuat produk dan menjualnya sehingga pengalaman berwirausaha dapat langsung dirasakan oleh para siswa. Sedangkan Lingkungan Keluarga menjadi pilihan yang paling sedikit dipilih yaitu hanya sebanyak 3% dari total responden keseluruhan.

Berdasarkan permasalahan yang telah dijelaskan di atas, dapat disimpulkan bahwa ada banyak faktor yang mempengaruhi niat seseorang untuk berwirausaha, beberapa diantaranya adalah faktor pendapatan, perasaan senang melakukan kegiatan wirausaha, harga diri/gengsi, pendidikan kewirausahaan dan lingkungan keluarga. Dari beberapa faktor yang mempengaruhi Intensi Berwirausaha tersebut, peneliti melakukan pembatasan terhadap faktor-faktor tertentu. Karena itu peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai **“Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan dan Media Sosial terhadap Intensi Berwirausaha Siswa SMKN 48 Jakarta”**.

1.2 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang diatas, maka permasalahan yang dapat dirumuskan pada penelitian ini adalah bagaimana pengaruh Pendidikan Kewirausahaan dan Media Sosial terhadap Intensi Berwirausaha siswa SMKN 48 Jakarta. Rumusan masalah tersebut dapat dibuat menjadi beberapa pertanyaan penelitian yang dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Adakah pengaruh langsung pendidikan kewirausahaan terhadap intensi berwirausaha siswa SMKN 48 Jakarta?
2. Adakah pengaruh langsung media sosial terhadap intensi berwirausaha siswa SMKN 48 Jakarta?
3. Adakah pengaruh langsung pendidikan kewirausahaan dan media sosial secara bersama-sama (simultan) terhadap intensi berwirausaha siswa SMKN 48 Jakarta?

1.3 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah yang telah diuraikan diatas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui, menguji dan menganalisis pengaruh langsung pendidikan kewirausahaan terhadap intensi berwirausaha siswa SMKN 48 Jakarta
2. Mengetahui, menguji dan menganalisis pengaruh langsung media sosial terhadap intensi berwirausaha siswa SMKN 48 Jakarta
3. Mengetahui, menguji dan menganalisis pengaruh langsung pendidikan kewirausahaan dan media sosial secara bersama-sama (simultan) terhadap intensi berwirausaha siswa SMKN 48 Jakarta.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan mampu memberi manfaat baik secara teoritis maupun praktis bagi semua pihak yang terlibat. Manfaat dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Manfaat teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan pengetahuan serta pemahaman tentang pengaruh pendidikan kewirausahaan dan media sosial terhadap intensi berwirausaha.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi pengalaman dalam melakukan penelitian terkait pengaruh pendidikan kewirausahaan dan media sosial terhadap intensi berwirausaha.

b. Bagi Universitas Negeri Jakarta

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pembelajaran berupa kajian literatur dan menambah informasi bagi civitas akademik yang berminat untuk melakukan penelitian terkait pendidikan kewirausahaan, media sosial dan intensi berwirausaha.

c. Bagi SMKN 48 Jakarta

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi dan pertimbangan terhadap kurikulum yang diterapkan di sekolah serta meningkatkan dukungan dan motivasi terhadap intensi berwirausaha siswa SMKN 48 Jakarta.

