

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kemajuan teknologi pada saat ini cukup pesat salah satunya dalam teknologi komunikasi dan informasi, yaitu dengan adanya internet memberikan kemudahan dalam menjalankan aktivitas sehari-hari dan membuat masyarakat sangat bergantung dengan kehadiran internet. Hal ini dikarenakan dengan mengakses menggunakan internet berbagai informasi digital secara global dapat mudah didapatkan untuk menunjang kegiatan yang dilakukan (Yadewani & Wijaya, 2017). Terdapat berbagai kegiatan yang dapat dilakukan dengan adanya internet.

Perkembangan internet saat ini membuat konsep baru dimasyarakat dalam kegiatan jual-beli, penyajian informasi suatu produk maupun toko dapat diakses melalui internet yang disebut sebagai *Elektronik Commerce (E-commerce)* (Muhazir dkk., 2021). Masyarakat dapat membuka toko elektronik dengan memanfaatkan *website, platform* untuk melakukan kegiatan seperti penjualan, pengiriman, pembayaran suatu produk secara *online*.

Pada masa pandemi ini perekonomian sebagian masyarakat terhambat dikarenakan untuk mengurangi penyebaran Covid 19 masyarakat diharapkan melakukan aktivitasnya dari rumah. Dengan melalui sistem elektronik, masyarakat tidak perlu lagi keluar rumah untuk

membeli produk dikarenakan proses transaksi dilakukan secara *online*. Penggunaan media elektronik dapat digunakan untuk memulai bisnis atau usaha di masa pandemi dengan berupaya untuk mencukupi kebutuhan hidup yang lebih baik.

Di era saat ini, dengan adanya penerapan teknologi *E-commerce* merupakan salah satu faktor yang penting untuk menunjang keberhasilan suatu produk dari sebuah perusahaan. Untuk mempercepat dan meningkatkan penjualan cepat maka dengan melihat perkembangan teknologi informasi yang sangat pesat tersebut kita dapat memanfaatkan suatu layanan secara *online* yang berupa *E-commerce*.

Selama ini, sistem penjualan dari pelanggan yang digunakan oleh perusahaan hanya bersifat secara tertulis dan manual, yang tidak jarang cenderung menyedihkan. Dengan adanya layanan jasa berupa *E-commerce* yang dapat secara cepat dapat dinikmati oleh pelanggan maupun perusahaan sendiri maka segala layanan yang diinginkan oleh para pelanggan dapat segera ditindak lanjuti dengan secepat mungkin, sehingga seorang wirausahawan tersebut akan mampu memberikan pelayanan yang terbaik dan tercepat bagi para pelanggan (Irmawati, 2011).

Suriadinata dalam (Margareta & Setiawati, 2019) juga mengemukakan bahwa sebagai media informasi dan promosi, situs web sebagai salah satu bentuknya *E-commerce* adalah media dengan daya jangkau luas serta paling murah. Hal ini dikarenakan situs web adalah media informasi yang dapat diakses dari segala penjuru dunia atau seluruh

negara selama jaringan internet tersedia. Oleh karena itu bagi dunia usaha kecil dan menengah situs web adalah media promosi yang paling tepat.

Mudahnya akses internet baik melalui *wifi* ataupun perangkat gadget memudahkan masyarakat untuk memberikan informasi mengenai suatu produk atau jasa yang dicari. Maka dari itu, dengan modal yang relatif rendah *E-commerce* merupakan salah satu solusi yang dapat digunakan untuk membantu dalam kegiatan jual-beli barang maupun jasa. Kegiatan bisnis yang semakin berpusat pada manusia (*human centered business*), menyebabkan individu menjadi faktor terpenting dalam proses perubahan dunia bisnis. Oleh karena itu, pengembangan individu merupakan suatu hal yang penting untuk dilakukan, agar organisasi mampu bersaing dalam era perubahan saat ini

Dalam perubahan dari era konvensional menjadi era digital membuat pemerintah mencantumkan sebuah peraturan yang terdapat pada Peraturan Presiden (Perpres) Nomor 74 tahun 2017 untuk mengoptimalkan pemanfaatan potensi ekonomi digital dan pengembangan *E-commerce*. *E-commerce* memberikan cara baru memanfaatkan teknologi dalam kegiatan suatu usaha, sehingga siapa saja bisa memanfaatkan media tersebut untuk menjadi wirausahawan dan menciptakan lapangan pekerjaan. Di Indonesia sumber daya manusia yang termasuk dalam golongan angkatan kerja sangat bergantung kepada lapangan pekerjaan yang tersedia. Namun lapangan pekerjaan yang tersedia dan memadai oleh

pemerintah maupun perusahaan swasta masih terbatas (Sari & Rahayu, 2020).

Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) pada Februari 2021 tercatat jumlah pengangguran terbuka di Indonesia melampaui 8,7 juta orang yaitu meningkat 26,3% dibanding periode di tahun lalu. Berdasarkan hasil penelitian (Anjarwati & Juliprijanto, 2021) pengangguran terdidik meningkat sebesar 0,15% di 6 Provinsi di Pulau Jawa. Hal ini disebabkan oleh peningkatan jumlah lulusan tamatan pendidikan tinggi dari tahun ke tahun namun tidak diimbangi dengan peningkatan jumlah lapangan pekerjaan yang tersedia.



Sumber: Badan Pusat Statistik

Grafik 1.1 Histogram Jumlah Pengangguran Lulusan Perguruan Tinggi di Pulau Jawa Tahun 2015-2019

Data dari Badan Pusat Statistik tercatat bahwa jumlah pengangguran lulusan terbanyak terdapat di Jawa Barat. Namun di wilayah DKI Jakarta masih terbilang cukup tinggi. Salah satu solusi yang dilakukan pemerintah

dengan mendorong mahasiswa untuk terjun dalam berwirausaha guna mengurangi pertumbuhan dan pengangguran di Indonesia dari kalangan universitas (Gultom, 2021).

Dalam menunjang kegiatan kewirausahaan atau *entrepreneurship* guna memberikan pembekalan maupun pengetahuan dalam kegiatan usaha, dalam dunia pendidikan terdapat kurikulum mengenai kewirausahaan. Sehingga dalam penelitian ini mata kuliah kewirausahaan sebagai mata kuliah wajib yang diikuti oleh mahasiswa.

Mahasiswa yang sudah mengambil mata kuliah kewirausahaan, diharapkan nantinya mampu menganalisis suatu kegiatan bisnis yang akan dikelola melalui jaringan internet dan memiliki *skill* dalam teknologi yang dibutuhkan ketika proses implementasi dari kegiatan *E-commerce* tersebut. Sementara bagi mahasiswa yang sudah memulai berwirausaha bisa secara langsung menerapkan ilmu yang sudah diperoleh tentang kewirausahaan sehingga lebih mampu bersaing dengan memanfaatkan *E-commerce*.

Menurut (Sari & Rahayu, 2017) bahwa pendidikan, kursus pelatihan, seminar, dan penyebaran informasi kewiraswastaan melalui internet menjadi penunjang generasi muda untuk menciptakan bisnis atau usaha berbasis internet. Minat menjadi peranan penting dalam memulai suatu pekerjaan. Minat berwirausaha muncul karena adanya motivasi, ketertarikan, mempunyai perasaan senang dan mempunyai keinginan untuk terlibat dalam kegiatan menjalankan suatu usaha.

Menurut Latifah Nurmalasari kurikulum kewirausahaan telah dimasukkan menjadi mata kuliah wajib di Indonesia. Pendidikan kewirausahaan juga membentuk sikap, perilaku, dan pola pikir (*mindset*) menjadi seorang wirausahawan (*entrepreneur*) (Trihudyatmanto, 2019).

Dalam pendidikan IPS, mahasiswa perlu menguasai pengetahuan yang berguna dalam kecakapan teknologi dan informasi serta pengetahuan kewirausahaan dalam masyarakat. Keterampilan dalam dimensi pendidikan IPS meliputi: keterampilan dan kemampuan untuk meneliti, keterampilan dan kemampuan untuk bersosialisasi dan berpartisipasi sosial, terampil dan ahli dalam berpikir, terampil dalam berkomunikasi (Sapriya, 2012).

Terdapat kompetensi yang harus dimiliki dalam era revolusi industri 4.0, yaitu: (1). Kompetensi pribadi, kompetensi seseorang dalam pengembangan kognitif dan sistem nilai, memiliki sikap kritis dan adaptif terhadap perkembangan teknologi. (2) Kompetensi sosial, kompetensi yang dibutuhkan meliputi: kemampuan komunikasi, koneksi sosial, bekerja sama, dan membangun struktur sosial dengan individu dan kelompok lainnya (Mulyadi G. A., 2021). Pendidikan IPS berupaya dalam mengembangkan keterampilan dan kompetensi mahasiswa agar dapat membantu menerapkan penguasaan teknologi di dalam pembelajaran.

Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk meneliti mengenai “Pengaruh Pemahaman *E-commerce* dan Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Jakarta Angkatan 2019”

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian dari latar belakang masalah di atas , terdapat beberapa masalah yang perlu diidentifikasi sebagai berikut:

1. Tahun 2019 pengangguran terdidik meningkat 0,15% di pulau Jawa.
2. Jumlah wirausahawan di Indonesia yang sangat rendah.
3. Tingkat pemahaman mahasiswa dalam *E-commerce* pada mata kuliah kewirausahaan.

C. Pembatasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah yang diperoleh, adapun batasan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut.

1. Subjek yang diteliti adalah Mahasiswa Aktif Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Jakarta Angkatan 2019
2. Mahasiswa yang telah mendapatkan mata kuliah Kewirausahaan
3. Mahasiswa yang pernah menggunakan *E-commerce* dalam bertransaksi.

D. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang sudah diuraikan di atas maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah “Apakah terdapat Pengaruh Pemahaman *E-commerce* dan Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Jakarta Angkatan 2019?”.

E. Kegunaan Penelitian

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat sebagai berikut:

1. Kegunaan Teoritis

- a. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengembangan ilmu pengetahuan dengan teori-teori yang relevan dengan masalah yang diteliti.
- b. Dari hasil penelitian ini nantinya diharapkan dapat menjadi sumbangan pemikiran dan dijadikan referensi atau bukti tambahan untuk penelitian-penelitian selanjutnya yang akan meneliti topik yang sama.

2. Kegunaan Praktis

Secara praktis, penelitian ini memiliki kegunaan sebagai berikut:

- a. Bagi mahasiswa, penelitian ini diharapkan mampu menjadi bahan sebagai motivasi dan sebagai bahan pertimbangan serta menambah pemahaman akan pentingnya aspek wirausaha sebagai arah masa depan.
- b. Bagi peneliti, penelitian ini sangat bermanfaat untuk menambah wawasan peneliti dalam bidang sosial ekonomi khususnya dalam pengaruh pemahaman *E-commerce* dan pengetahuan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha serta menambah pengalaman dalam penulisan karya ilmiah.