

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia merupakan salah satu negara dengan jumlah penduduk yang padat, namun banyaknya jumlah penduduk di Indonesia saat ini tidak selaras dengan ketersediaan lapangan pekerjaan yang ada, sehingga menimbulkan berbagai masalah salah satunya adalah masalah pengangguran. Tingkat pengangguran terbuka (TPT) sendiri merupakan indikator dalam mengukur tidak terserapnya tenaga kerja serta kurangnya pemanfaatan tenaga kerja di Indonesia. Menurut Badan Pusat Statistika (BPS), nilai Tingkat Pengangguran Terbuka (TPT) Februari 2023 sebesar 5,45 persen, turun sebesar 0,38 persen poin dibandingkan dengan Februari, nilai ini dinilai masih tinggi, terlebih lagi dengan adanya kenaikan angkatan kerja di Indonesia, dimana jumlah angkatan kerja 146,62 juta orang, naik 2,61 juta orang dibanding Februari 2022 (Badan Pusat Statistik, 2022)

Wirausaha merupakan salah satu motor penggerak perekonomian suatu negara, karena melalui usaha yang dilakukan oleh para wirausaha, terciptalah lapangan kerja yang dapat mendukung terjadinya pertumbuhan ekonomi dan mengurangi jumlah pengangguran. Bidang kewirausahaan mengalami kemajuan pesat dan saat ini peminatnya cukup besar di kalangan masyarakat karena dianggap sebagai salah satu karir yang menjanjikan. Pentingnya kewirausahaan dalam penciptaan lapangan kerja dan pembangunan ekonomi diakui di seluruh dunia (Malebana & Swanepol, 2019). Berdasarkan Global Laporan Indeks Kewirausahaan (GEI) 2019, Indonesia berada di peringkat 75 dari 137 negara. Data ini menunjukkan bahwa Indonesia masih memiliki tingkat kewirausahaan yang rendah dibandingkan dengan negara lain (GEI, 2019).

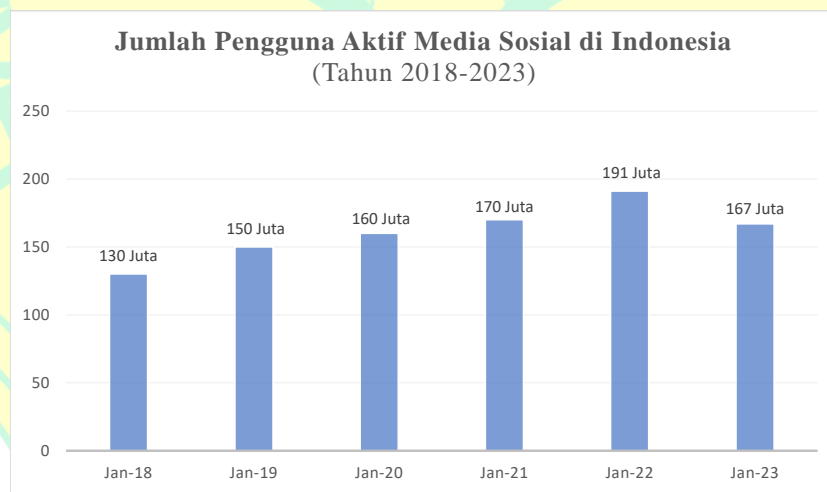
Pengetahuan berwirausaha sangat penting untuk dimiliki oleh seseorang wirausaha karena membantu seseorang untuk memahami dan mengembangkan

keterampilan yang diperlukan untuk memulai dan mengelola bisnis dengan sukses. Pengetahuan kewirausahaan dianggap sebagai bahan utama dalam kegiatan kewirausahaan dan mendirikan bisnis baru karena dampaknya yang tinggi pada niat kewirausahaan menuju keberhasilan individu, organisasi, dan bangsa melalui keberlanjutan (Hussain, Abbas, & Zia, 2021). Pengetahuan berwirausaha meliputi berbagai aspek, seperti pemahaman tentang pasar, manajemen keuangan, pemasaran, manajemen sumber daya manusia, dan keterampilan kepemimpinan. Pengetahuan berwirausaha juga membantu seseorang untuk dapat mengambil risiko dengan bijak dalam bisnis yang dijalankan. Risiko menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari berwirausaha, namun risiko tersebut dapat dikurangi dan dikelola dengan baik apabila seseorang memiliki pengetahuan yang baik dan mampu diimplementasikan secara baik ketika menjalani kegiatan berwirausaha.

Dalam era digital saat ini, pengetahuan berwirausaha juga berkembang dengan pesat karena teknologi memungkinkan terciptanya peluang bisnis baru dan model bisnis yang lebih inovatif. Oleh karena itu, dengan adanya pengetahuan berwirausaha yang baik juga dapat membantu seseorang untuk memanfaatkan teknologi dalam memulai dan mengembangkan bisnis. Pemerintah juga memiliki peran penting dalam memajukan pengetahuan berwirausaha dengan memberikan pendidikan dan pelatihan bagi masyarakat tentang bagaimana memulai dan mengelola bisnis, serta memberikan insentif untuk para wirausaha. Dengan pengetahuan dan dukungan yang tepat, diharapkan dapat menumbuhkan semangat berwirausaha di kalangan masyarakat dan membantu meningkatkan pertumbuhan ekonomi negara.

Faktor lain yang mempengaruhi intensi berwirausaha adalah penggunaan media sosial. Beberapa jenis media sosial yang dapat digunakan yaitu, Facebook, Twitter, Path, dan Instagram. *Social media* atau media sosial adalah platform *online* yang memungkinkan pengguna untuk berinteraksi, berbagi konten, dan terhubung dengan orang lain di seluruh dunia (Firman & Putra, 2020). Media Sosial telah menjadi bagian penting dari kehidupan sehari-hari bagi jutaan orang

di seluruh dunia. Penggunaan media sosial telah mengalami pertumbuhan yang signifikan dalam beberapa tahun terakhir, terutama sejak munculnya Facebook pada tahun 2004. Saat ini, ada banyak jenis media sosial yang berbeda, termasuk Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn, Snapchat, dan masih banyak lagi. Alasan utama orang menggunakan media sosial bervariasi, mulai dari mencari hiburan dan mengisi waktu luang, hingga mempromosikan bisnis atau membangun jaringan profesional. Menurut “Digital in 2017 Global Tinjauan” laporan yang diterbitkan oleh “*We Are Social and Hootsuite*”; sekitar 2,8 miliar orang di sekitar dunia menggunakan media sosial setidaknya sebulan sekali dan lebih dari 91% dari mereka melakukannya dengan perangkat seluler. Ini menunjukkan bahwa rata-rata pengguna media sosial menghabiskan 2 jam 19 menit setiap hari dalam menggunakan platform media sosial (*We Are Social, 2022*). Statistik tersebut menunjukkan bahwa penggunaan media sosial telah mencapai besaran yang signifikan di seluruh dunia. Tidak dapat dipungkiri bahwa peluang yang ditawarkan oleh ini perkembangan dinilai secara hati-hati oleh pengusaha.



Gambar 1.1 Jumlah Pengguna Aktif Media Sosial di Indonesia

Sumber: We Are Social (2022)

Dapat dilihat pada tabel di atas, bahwa jumlah pengguna aktif media sosial di Indonesia terus mengalami peningkatan tiap tahunnya. Pada bulan Januari 2023 jumlah pengguna media sosial aktif di Indonesia sudah menyentuh angka 167 Juta pengguna. Dengan banyaknya pengguna media sosial dapat dijadikan salah satu akses yang dapat membuka jalan bagi para wirausaha baru untuk menggali pengetahuan baru mengenai dunia kewirausahaan. Selain itu, media sosial dapat juga menumbuhkan adanya intensi berwirausaha seseorang karena semakin banyaknya juga para pengguna media sosial yang menggunakan platform media sosial untuk membuka usahanya secara daring.

Penggunaan media sosial dalam dunia kewirausahaan cukup penting, media sosial dapat digunakan untuk memahami pandangan atau umpan balik pelanggan terhadap produk maupun jasa. Media sosial digunakan untuk mendistribusikan informasi yang dapat dibuat oleh pemilik akun itu sendiri dan memiliki dasar sebagai portal untuk membuat jaringan teman virtual dan media untuk berbagi data, seperti audio atau video (Dey et al., 2020). Media sosial adalah sarana bagi konsumen untuk berbagi informasi teks, gambar, audio, dan video dengan perusahaan dan sebaliknya. Peran media sosial semakin diakui dalam mendorong kinerja bisnis. Media sosial memungkinkan bisnis kecil mengubah cara mereka berkomunikasi dengan pelanggan, memasarkan produk, dan layanan dan berinteraksi dengan pelanggan untuk membangun hubungan yang baik (Firman & Putra, 2020). Dalam hal berwirausaha, media sosial memainkan peran penting dalam meningkatkan intensi dan kemampuan individu untuk memulai bisnis mereka sendiri.

Dengan akses mudah ke informasi dan jaringan sosial yang luas, media sosial dapat meningkatkan intensi dan kemampuan individu untuk meraih kesuksesan dalam dunia wirausaha. Mengingat tingginya penggunaan media sosial di Indonesia, dapat diasumsikan bahwa penggunaan media sosial untuk berwirausaha cukup signifikan. Banyak pengusaha di Indonesia yang memanfaatkan platform media sosial seperti Instagram, Facebook, dan WhatsApp

untuk mempromosikan produk dan jasa mereka. Beberapa di antaranya bahkan berhasil membangun merek yang sukses dan terkenal melalui media sosial.

Semakin berkembangnya kesempatan untuk memperoleh kemampuan berwirausaha dan bagaimana wirausaha juga mulai menyebar di ranah media sosial, mempengaruhi tumbuhnya faktor Intensi berwirausaha. Intensi berwirausaha merujuk pada keinginan atau niat seseorang untuk memulai usaha atau bisnis. Intensi berwirausaha menjadi faktor penting yang mempengaruhi seseorang untuk mengambil tindakan nyata dalam memulai suatu usahanya sendiri. Niat kewirausahaan (EI) dapat dievaluasi melalui teori direncanakan perilaku (TPB). Menurut TPB Ajzen, intensi berwirausaha dijelaskan oleh tiga faktor: sikap terhadap perilaku kewirausahaan, norma-norma sosial yang dirasakan dan *self-efficacy* (Usman & Yennita, 2019).

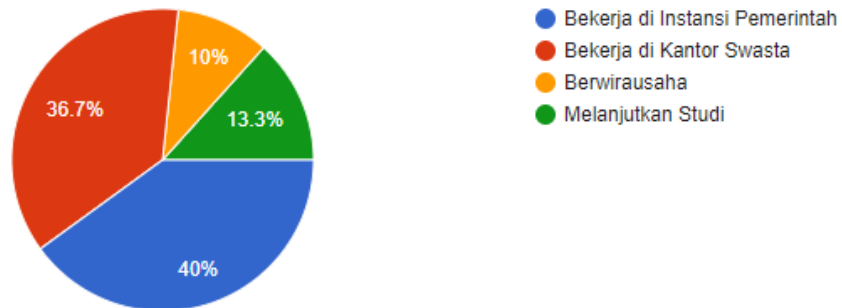
Menurut Global Entrepreneurship Monitor (GEM) Indonesia, tingkat intensi berwirausaha (TEA) di Indonesia pada tahun 2020 mencapai 17,3%. Angka tersebut menggambarkan bahwa jumlah wirausaha di Indonesia masih minim. Kementerian koperasi dan usaha kecil menengah (Kemenkopukm) menilai jumlah wirausahawan di Indonesia masih sedikit, dengan rasio kewirausahaan sebesar 3,47% dari jumlah penduduk, persentase ini dinilai masih kecil dan memerlukan peningkatan guna meningkatkan penyerapan tenaga kerja (Kemenkopum, 2022).

Dengan meningkatnya angka pengangguran, pendidikan tinggi universitas adalah institusi yang diharapkan mampu membantu siswa untuk menjadi calon pengusaha. Hal ini karena dengan menanamkan ketertarikan dalam kewirausahaan melalui kursus kewirausahaan pada siswa, diharapkan dapat meningkatkan pengetahuan kewirausahaan dapat mendorong mahasiswa untuk lebih tertarik berwirausaha dan menghasilkan produk atau ide bisnis yang dapat diciptakan dan dipasarkan (Lestari et al., 2020). Sehubungan dengan pengetahuan tentang wirausaha, salah satu faktor yang mempengaruhi minat berwirausaha adalah lingkungan kampus itu sendiri, Lingkungan kampus dapat memperkuat dan memperlemah pengaruh ilmu kewirausahaan (Firman & Putra, 2020)

Intensi berwirausaha pada mahasiswa mengarah pada keinginan atau minat mahasiswa untuk memulai dan menjalankan bisnis atau usaha mereka sendiri di masa depan. Intensi ini biasanya didorong oleh berbagai faktor, seperti karir dan finansial. Pendidikan kewirausahaan yang diterapkan pada institusi pendidikan dapat membantu mahasiswa untuk mengembangkan pengetahuan kewirausahaan yang akan berpengaruh juga pada tumbuhnya niat kewirausahaan (Liu et al., 2019). Namun, intensi berwirausaha pada mahasiswa belum tentu berarti bahwa mereka akan benar-benar mulai menjalankan suatu usaha, oleh karena itu, adanya dorongan intensi berwirausaha pada mahasiswa penting untuk dilakukan. Institusi pendidikan perlu untuk membentuk lingkungan yang mendukung dan memotivasi mahasiswa untuk memulai usaha mereka sendiri.

Intensi berwirausaha adalah determinan strategis kecenderungan individu untuk memulai dan mengoperasikan suatu usaha. Jika seseorang tidak tertarik dalam kewirausahaan, semua hal yang berhubungan dengan proses bisnis akan tampak lebih berat (Anjum et al., 2021). Berwirausaha tidaklah mudah, dan membutuhkan tekad yang kuat dan motivasi yang tinggi untuk melewati tantangan dan rintangan yang ada. Selain itu, intensi berwirausaha juga dapat memengaruhi kesediaan seseorang untuk belajar dan mengembangkan keterampilan yang diperlukan dalam menjalankan usaha. Seorang pengusaha yang memiliki intensi yang kuat untuk sukses akan cenderung lebih terbuka untuk belajar dan mencari informasi mengenai strategi dan keterampilan yang dibutuhkan untuk mengembangkan usaha mereka. Dengan demikian, intensi berwirausaha merupakan hal yang sangat penting karena dapat menjadi motivasi, mempengaruhi kesiapan dalam menghadapi risiko dan kegagalan, serta memengaruhi kesediaan untuk belajar dan mengembangkan keterampilan yang diperlukan dalam menjalankan usaha.

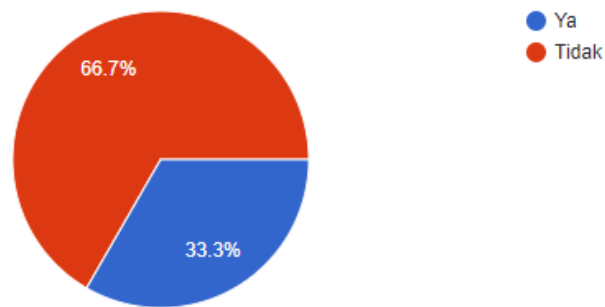
Untuk mengetahui intensi berwirausaha di kalangan mahasiswa, peneliti melakukan pra riset terhadap 30 mahasiswa Universitas Negeri Jakarta. Hasil survey yang diperoleh peneliti dapat dilihat pada gambar 1.2 sebagai berikut:



Gambar 1.2 Persentase Karir Pilihan Mahasiswa Setelah Lulus

Sumber: Data Diolah oleh Peneliti (2023)

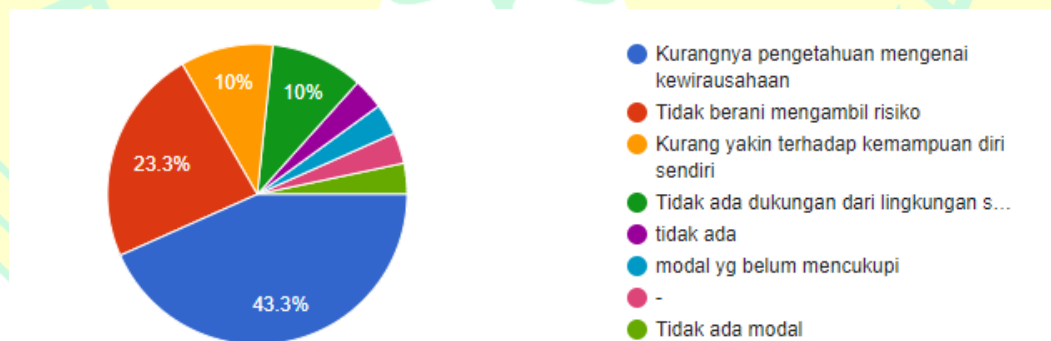
Persentase dari hasil pra riset yang dilakukan oleh peneliti menunjukkan bahwa sebagian besar mahasiswa Universitas Negeri Jakarta memilih pilihan karir untuk bekerja instansi pemerintahan dengan persentase sebesar 40%. Pilihan karir dengan persentase besar selanjutnya diikuti dengan bekerja di kantor swasta dan melanjutkan studi dengan persentase sebesar 36.7% dan 13.3%. Pilihan karir sebagai wirausahawan memiliki persentase terkecil dengan besaran persentase 10%. Dapat disimpulkan bahwa intensi mahasiswa Universitas Negeri Jakarta untuk berwirausaha masih sangat kecil. Untuk lebih memastikan apakah mahasiswa Universitas Negeri Jakarta memiliki intensi untuk menjadi wirausahawan setelah lulus, peneliti melakukan pra riset dengan pertanyaan apakah mahasiswa berniat untuk menjadi wirausahawan setelah lulus sebagai berikut:



Gambar 1.3 Persentase Intensi Mahasiswa Untuk menjadi Wirausahawan

Sumber: Data Diolah oleh Peneliti (2023)

Persentase di atas memperlihatkan bahwa intensi mahasiswa Universitas Negeri Jakarta untuk menjadi wirausahawan setelah lulus lebih sedikit daripada mereka yang berniat untuk menjadi wirausahawan. Sebanyak 20 dari 10 orang responden memilih jawaban tidak berniat untuk menjadi wirausahawan setelah lulus. Lebih lanjut peneliti juga melaksanakan survei mengenai apa saja faktor yang membuat mahasiswa tidak memilih berwirausaha sebagai pilihan karir sebagai berikut:



Gambar 1.4 Persentase Faktor yang Membuat Mahasiswa tidak Memilih Karir sebagai Wirausahawan

Sumber: Data Diolah oleh Peneliti (2023)

Hasil pra riset di atas menunjukkan bahwa faktor dengan persentase paling tinggi yang menyebabkan mahasiswa Universitas Negeri Jakarta tidak memilih wirausaha sebagai pilihan karir adalah karena kurangnya pengetahuan mengenai kewirausahaan. Faktor dengan persentase tertinggi lainnya diikuti dengan tidak beraninya mahasiswa mengambil risiko dan kurang yakinnya mahasiswa terhadap kemampuan diri sendiri dengan persentase sebesar 23.3% dan 10%.

Hasil penelitian terdahulu Mambu, Pangembangan, dan Pandowo (2019), Idoro dan Bose (2015), Hussain, Rehman dan Abbas (2021), dan Alam, Eryanto, Fadillah dan Fadillah (2023) menyebutkan bahwa pengetahuan kewirausahaan (X1) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap intensi berwirausaha (Y). Penelitian Dewi (2021), Laiq (2021), Chaniago dan Sayuti (2022), dan Mallios Zampetakis, dan Moustakis (2023) menyebutkan bahwa media sosial (X2) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap intensi berwirausaha (Y). Terdapat beberapa perbedaan antara penelitian ini dan penelitian terdahulu, diantaranya belum terdapat banyak penelitian yang meneliti pengaruh pengetahuan kewirausahaan dan media sosial secara simultan terhadap intensi berwirausaha, selain itu, terdapat perbedaan dalam pengolahan analisis data penelitian ini dan beberapa penelitian sebelumnya. Penelitian terdahulu sebagian besar menggunakan tools SPSS, sedangkan penelitian ini menggunakan tools Smart PLS untuk menguji data.

Oleh karena itu, peneliti kemudian tertarik untuk meneliti bagaimana pengaruh pengetahuan kewirausahaan dan penggunaan media sosial terhadap intensi berwirausaha yang dimiliki oleh mahasiswa Universitas Negeri Jakarta. Pembahasan pada penelitian ini nantinya akan melihat hubungan dari intensi berwirausaha dengan masing-masing variabel.

1.2 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, maka penelitian ini akan menguji empat pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Apakah Pengetahuan Kewirausahaan berpengaruh secara langsung terhadap Intensi Berwirausaha Mahasiswa Universitas Negeri Jakarta?
2. Apakah Media sosial berpengaruh secara langsung terhadap Intensi Berwirausaha Mahasiswa Universitas Negeri Jakarta?
3. Apakah Pengetahuan Kewirausahaan dan Media Sosial secara simultan berpengaruh terhadap Intensi Berwirausaha Mahasiswa Universitas Negeri Jakarta?
4. Apakah Media Sosial memediasi pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan terhadap Intensi Berwirausaha Mahasiswa Universitas Negeri Jakarta?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pertanyaan penelitian yang sudah dipaparkan, maka tujuan dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis apakah Pengetahuan Kewirausahaan berpengaruh secara langsung terhadap Intensi Berwirausaha Mahasiswa Universitas Negeri Jakarta
2. Untuk mengetahui dan menganalisis apakah Media sosial berpengaruh secara langsung terhadap Intensi Berwirausaha Mahasiswa Universitas Negeri Jakarta
3. Untuk mengetahui dan menganalisis apakah Pengetahuan Kewirausahaan dan Media Sosial berpengaruh secara simultan terhadap Intensi Berwirausaha Mahasiswa Universitas Negeri Jakarta
4. Untuk mengetahui dan menganalisis mediasi Media Sosial terhadap Pengetahuan Kewirausahaan terhadap Intensi Berwirausaha Mahasiswa Universitas Negeri Jakarta

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan penelitian mengenai pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan dan Media sosial terhadap Intensi Berwirausaha Mahasiswa Universitas Negeri Jakarta diharapkan dapat memberikan manfaat baik secara teoritis maupun praktis, serta mendapatkan manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan serta wawasan terbaru referensi ilmiah bidang pendidikan kewirausahaan terkait berkaitan dengan kreativitas dan intensi berwirausaha.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi Objek Penelitian, penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan positif bagi mahasiswa Universitas Negeri Jakarta untuk dapat lebih meningkatkan serta mengembangkan kompetensi para mahasiswa siswa agar memiliki pendidikan, kreativitas, motivasi dan intensi yang tinggi dalam berwirausaha.
- b. Bagi Peneliti, penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan mengenai permasalahan mahasiswa terkait dengan intensi berwirausaha dan menambah persepsi positif tentang faktor yang mempengaruhi mahasiswa untuk memiliki intensi dalam berwirausaha.
- c. Bagi Universitas Negeri Jakarta, penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan referensi untuk perpustakaan Universitas Negeri Jakarta serta dapat menambah informasi dan pengetahuan bagi civitas akademika yang ingin melakukan penelitian mengenai pengetahuan kewirausahaan, media sosial, dan intensi berwirausaha.