

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Kewirausahaan memainkan peran penting dalam pertumbuhan ekonomi dan sangat berkorelasi dengan kemajuan suatu negara. Semakin banyak wirausahawan, semakin tinggi produktivitas dan pertumbuhan ekonomi, semakin banyak peluang kerja yang tersedia, dan semakin meningkat kesejahteraan masyarakat (Lubis & Nawawi, 2023). Saat ini, penting untuk memperkenalkan kewirausahaan baik di negara maju maupun berkembang (Ozaralli & Rivenburgh, 2019).

Menurut David McClelland, sebuah negara dianggap makmur jika memiliki tingkat wirausaha minimal 2% dari total populasinya. Di negara maju seperti Amerika Serikat, diperlukan 2% wirausaha dari populasi untuk mencapai status ini. Di Indonesia, hanya ada 1,5% wirausaha dari sekitar 252 juta penduduk, yang berarti masih diperlukan sekitar 1,7 juta wirausaha lagi untuk mencapai angka 2% (Shafa Ramadlani et al., 2023). Dari perspektif Produk Nasional Bruto (PNB), Indonesia memiliki 9,6 juta penduduk (7,6%), dan 10% di antaranya adalah sarjana. Namun, jumlah wirausaha muda di Indonesia sangat kecil, hanya 0,18% dari total penduduk, jauh di bawah negara maju seperti Amerika Serikat dengan 11,5% dan Singapura dengan 7,2% dari total penduduk (Taufik et al., 2019). Masalah yang sering dihadapi oleh negara berkembang meliputi tingginya tingkat kemiskinan dan pengangguran, serta rendahnya

kesejahteraan dan pengetahuan. Untuk mengatasi masalah-masalah tersebut, diperlukan peran kewirausahaan dalam perekonomian suatu negara.

Fenomena ini disebabkan oleh minat dan motivasi masyarakat Indonesia yang masih rendah. Jika pola pikir masyarakat tidak diubah, Indonesia akan menghadapi banyak masalah. salah satunya adalah lapangan pekerjaan semakin terbatas, banyaknya kesempatan kerja dengan lebih banyak orang yang mencari kerja, sehingga banyak orang yang tidak mendapatkan pekerjaan, yang mengakibatkan peningkatan jumlah pengangguran, terutama pengangguran intelektual, dan berdampak pada ekonomi negara.

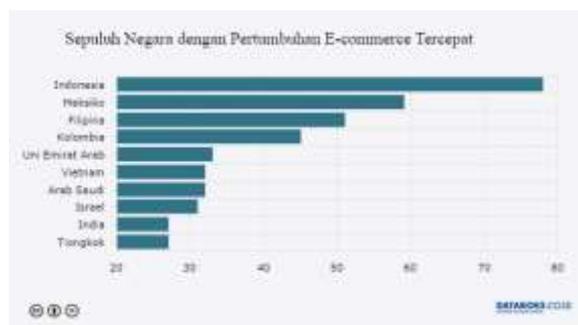
Kewirausahaan memiliki peran krusial dalam kemajuan suatu negara. Banyak bukti yang menunjukkan bahwa wirausahawan yang inovatif, kreatif, cerdas, berani, dan gigih adalah kunci kemakmuran negara. Perkembangan teknologi informasi yang sangat pesat saat ini sangat penting untuk memastikan kelangsungan bisnis. Tanpa sistem informasi, banyak tindakan atau aktivitas tidak dapat dilakukan. Penggunaan teknologi yang tepat dapat menghasilkan informasi yang akurat. Contohnya, perkembangan internet hingga kini telah menyediakan berbagai macam informasi. Sebagian besar kemajuan teknologi saat ini diterapkan di sektor bisnis (Sa'adah et al., 2022)(Sa'adah et al., 2022).

Pertumbuhan internet yang terus meningkat setiap tahun, membuat hidup lebih mudah dengan berbagai inovasi. Salah satunya inovasi yang sering kita rasakan seiring berjalannya waktu adalah *handphone*. selain itu *handphone* ini memungkinkan pengguna mengakses berbagai aplikasi yang berkaitan dengan

kebutuhan karir, pendidikan, dan bahkan di dalam media sosial (Hidayanti et al., 2022).

Berdasarkan laporan terbaru Google, Temasek, dan Bain and Company bertajuk *e-Cornry SEA 2023 E-commers* merupakan sektor penyumbang ekonomi digital terbesar di Indonesia pada 2023. Tertulis, nilai transaksi bruto atau *gross merchandise value* (GMV). Ekonomi digital Indonesia pada sektor *e-commerce* diperkirakan mencapai US\$62 miliar pada 2023. Capaian tersebut berkontribusi sebesar 75,6% terhadap GMV ekonomi digital Indonesia yang sebesar US\$82 miliar tahun ini. Hal ini berarti hampir Sebagian dari masyarakat Indonesia aktif terjun kedalam media sosial. Semakin berkembang internet seperti *website*, situs media sosial, bahkan *smarthphone* maka akan semakin berkembang pada aktivitas jual beli *online*, yaitu *online shop*. Keberadaan *online shop* saat ini memang memberikan kontribusi dalam kemudahan masyarakat dalam berbelanja. Masyarakat tidak harus untuk datang ke toko fisik untuk membeli suatu barang. Masyarakat juga lebih efisien kepada waktu untuk membeli barang (Hidayanti et al., 2022).

Berikut daftar 10 negara yang mempunyai pertumbuhan atau perkembangan *E-Commerce* paling cepat di antara negara-negara berdasarkan badan riset yang berasal dari Inggris. Indonesia memimpin atau pada posisi teratas dengan Tingkat pertumbuhan atau perkembangan 78% Pada tahun 2018. Pemakaian internet di Indonesia sebanyak 100 juta lebih serta dapat menjadi pendorong kemajuan *E-Commerce*.



Gambar 1 1 Negara dengan Perkembangan atau Pertumbuhan *E-Commerce* Paling Cepat

Sumber: Databoks

Pada saat ini, *platform* media sosial menawarkan beragam konten yang lebih seru untuk dikonsumsi dan menarik khalayak yang lebih besar. TikTok kini menjadi primadona konten digital dan industri hiburan virtual yang tumbuh paling pesat. Kenaikan popularitasnya sangat signifikan di tahun 2022, menjadikan Indonesia sebagai negara dengan pengguna TikTok terbesar kedua dunia. Meski belum menyaingi raksasa seperti Google, Facebook, dan Instagram, TikTok telah menjelma menjadi platform terdepan dalam pengalaman berbelanja sosial.

Terdapat Faktor internal yang berasal dari dalam diri wirausahawan dapat berupa sifat-sifat personal, sikap, kemauan dan kemampuan individu yang dapat memberi kekuatan individu untuk berwirausaha. Faktor eksternal berasal dari luar dari pelaku *entrepreneur* yang dapat berupa unsur dari lingkungan sosial dan ekonomi. Ada juga faktor minat berwirausaha adalah pengetahuan kewirausahaan. Peran perguruan tinggi dalam mempromosikan pendidikan kewirausahaan merupakan salah satu faktor yang mendorong pertumbuhan kewirausahaan di suatu negara (Wardhani & Nastiti, 2023). Peran perguruan

tinggi, Menurut Zimmerer, merupakan salah satu faktor yang mendorong kewirausahaan di tanah air. Perguruan tinggi bertanggung jawab untuk mengajarkan tentang pengetahuan berwirausaha dan membangun semangat kewirausahaan bagi mahasiswanya (Rozi Nim, 2019), Kewirausahaan diharapkan mampu mengurangi pengangguran namun pada kenyataannya pengangguran terus bertambah. Perguruan tinggi bertanggung jawab atas pendidikan dan penghargaan siswa. Mereka berani untuk berwirausaha. Sebagai fasilitas kewirausahaan, perguruan tinggi tidak dapat mencapai tujuannya untuk menghasilkan lulusan yang berwirausaha jika tidak disertai dengan minat yang timbul dalam diri mahasiswa. Oleh karena itu, perguruan tinggi harus menemukan cara untuk menumbuhkan minat mahasiswa untuk berwirausaha sehingga mereka dapat memilih karir sebagai wirausahawan setelah lulus.

Sayangnya penggunaan teknologi digital dalam pembelajaran kewirausahaan di perguruan tinggi masih terbatas. Mahasiswa sering kali hanya membuat rencana bisnis (*business plan*) tanpa mempraktikkannya secara langsung. Padahal, sangat penting untuk menghubungkan teori dengan praktik agar mahasiswa dapat belajar secara efektif (Taufik et al., 2019), Persaingan untuk mendapatkan pekerjaan semakin ketat. Oleh karena itu, perguruan tinggi harus mempersiapkan lulusannya agar tidak hanya menjadi pencari kerja, tetapi juga mampu menciptakan lapangan kerja sendiri. Semakin banyak lulusan yang menyadari pentingnya berwirausaha. Untuk itu, perguruan tinggi perlu memberikan pelatihan dan dukungannya yang memadai agar mahasiswa bisa menjadi wirausahawan yang sukses. (Samsul Bahri et al., 2020).

Universitas Negeri Jakarta (UNJ) adalah salah satu perguruan tinggi yang mendukung dalam meningkatkan minat berwirausaha pada mahasiswa dengan pembekalan melalui pendidikan kewirausahaan. Fakultas ekonomi menjadi salah satu fakultas yang menyediakan mata kuliah kewirausahaan yang wajib diikuti oleh seluruh mahasiswanya (Nadhirotul Hamidah & Hermawan, 2024). Dalam pendidikan kewirausahaan diharapkan dapat meningkatkan mahasiswa yang mampu berwirausaha serta meningkatkan jumlah wirausaha di Indonesia. Melalui pendidikan ini nantinya dapat mengembangkan literasi kewirausahaan yang dapat dimanfaatkan setelah lulus nantinya (Nursalim et al., 2024). Proses pendidikan yang kewirausahaannya belum optimal pada akhirnya membuat lulusan tidak memiliki jiwa kewirausahaan dan hanya ingin menjadi pegawai atau pekerja (Dewiwati Pelipa & Marganingsih, 2020).

Tabel 1. 1 Jumlah Alumni Fakultas Ekonomi UNJ Berdasarkan Status Kerja

Status Kerja	Jumlah	Persentase
Bekerja	1098	58%
Wirausaha/Wirausahawan	40	2%
Belum Memungkinkan Bekerja	714	38%
Melanjutkan Pendidikan	46	2%
Total	1898	100%

Sumber : Tracer Study UNJ (2024)

Berdasarkan tabel Tracer Study Universitas Negeri Jakarta menunjukkan status kerja alumni Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta sebanyak 58% berstatus bekerja/karyawan, 2% berstatus wirausaha, 38% berstatus belum memungkinkan bekerja, 2% melanjutkan pendidikan. Data tersebut mendukung pernyataan bahwa minat berwirausaha pada kalangan muda di Indonesia masih

rendah. Terlebih lagi alumni Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta telah mendapatkan mata kuliah kewirausahaan sebagai bekal pengetahuan kewirausahaan.

Tabel 1. 2 Hasil Penelitian Awal Minat Berwirausaha Mahasiswa

Status Kerja	Jumlah	Persentase
Bekerja	15	50%
Wirausaha/Wirausahawan	11	37%
Melanjutkan Pendidikan	4	13%
Lainnya	0	0%
Total	30	100%

Sumber: Data Diolah Oleh Peneliti (2024)

Berdasarkan tabel hasil penelitian awal di atas mengenai rencana setelah lulus kuliah pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta (FE UNJ) dengan jumlah responden 30 mahasiswa menunjukkan bahwa 15 mahasiswa memilih menjadi karyawan dengan persentase 50%. Kemudian menjadi wirausaha sebanyak 11 orang dengan persentase 37%. Kemudian sebanyak 4 orang melanjutkan pendidikan dengan persentase 13%. Dapat disimpulkan bahwa mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta lebih banyak yang ingin menjadi seorang wirausaha atau tidak minat berwirausaha meskipun telah mendapatkan mata kuliah kewirausahaan.

Minat berwirausaha dapat dinilai dari keinginan seseorang untuk melakukan upaya yang diperlukan untuk memajukan usahanya dan toleransinya dalam mengambil risiko yang telah diperhitungkan. Keinginantahuan berwirausaha tidak datang secara alami, sebaliknya ia tumbuh dan berkembang sebagai akibat dari keadaan yang mempengaruhinya. Peneliti melakukan pra penelitian dengan

temuan sebagai berikut untuk mengetahui unsur-unsur yang mempengaruhi minat berwirausaha pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta

Tabel 1. 3 Hasil Penelitian Awal Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Berwirausaha Mahasiswa

Faktor Faktor	Ya (%)	Tidak (%)	Jumlah (%)
Media Sosial	98,9	1,1	100
Pengetahuan Kewirausahaan	95,5	4,5	100
Sikap	92,2	7,8	100
Efikasi Diri	91,1	8,87	100
Lingkungan Keluarga	82,2	17,8	100
Motivasi	81,1	18,9	100

Sumber: Data Diolah Oleh Peneliti (2024)

Dari pra riset yang dilakukan kepada 30 responden mahasiswa FE UNJ, berdasarkan Tabel 1.3 di atas dapat dilihat bahwa faktor yang paling mempengaruhi dalam minat berwirausaha adalah media sosial dengan persentase sebesar 98,9%. Faktor yang banyak dipilih kedua adalah pengetahuan kewirausahaan persentase sebanyak 95,5%. Faktor yang mempengaruhi minat berwirausaha urutan ketiga adalah sikap dengan persentase 92,2%. Kemudian faktor efikasi diri ada di urutan ke empat dengan persentase 91,1%. Urutan ke lima ada lingkungan keluarga dengan persentase 82,2%. Lalu uruta terakhir yaitu urutan ke 6 ada di motivasi dengan persentase 81,1%.

Pengetahuan tentang kewirausahaan sangat penting untuk meningkatkan minat mahasiswa untuk berwirausaha. Mahasiswa dapat mempelajari tentang kewirausahaan dengan mengikuti mata kuliah kewirausahaan. Pendidikan

kewirausahaan dapat berupa pengalaman langsung dalam penjualan atau dalam pengajaran (Tiffani et al., 2024). Namun berdasarkan pra-riset masih banyak mahasiswa yang belum memiliki pengetahuan dan pemahaman dalam berwirausaha sehingga masih kurang dalam bertindak secara inovatif dan kreatif terkait ide-ide dalam berwirausaha. Penyertaan informasi kewirausahaan dalam perkuliahan mata kuliah kewirausahaan diharapkan dapat memberikan gambaran lapangan dan berfungsi sebagai sumber daya yang digunakan mahasiswa untuk mengambil keputusan di masa depan.

Salah satu fenomena terjadi di era digital saat ini adalah banyaknya pengguna internet. Pengguna internet sebagian besar dilakukan oleh remaja, terutama mahasiswa, untuk mengakses media sosial. Hasil penelitian menunjukkan bahwa media sosial memiliki kemampuan untuk mengubah cara mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta berpikir untuk menjadi wirausahawan. Untuk sukses sebagai wirausahawan, mahasiswa perlu memiliki jaringan yang luas dan dapat berkomunikasi dengan orang lain melalui media sosial.

Dalam pra-survey Sebagian besar mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta setuju bahwa menggunakan aplikasi Tik Tok untuk alat komunikasi dengan banyak orang sebanyak 93,3%, dan media sosial Tik Tok juga cocok sebagai media berwirausaha pada saat ini 100%, khususnya untuk memberikan pengalaman agar memahami secara menyeluruh minat mereka dalam berwirausaha, dikarenakan adanya aplikasi Tik Tok dapat melakukan

promosi secara luas 100%. Dengan begitu akan berpengaruh pada proses persepsi yang nantinya akan muncul.

Dari hasil survei ini membuktikan bahwa mahasiswa/I Pendidikan Administrasi Perkantoran dan Pendidikan Bisnis memiliki ilmu dalam berwirausaha. Visi menjadi program studi yang profesional, kompetitif dan berwawasan global dalam bidang pendidikan administrasi perkantoran yang berbasis digital dan menjadikan program studi unggul dan bertaraf internasional di bidang keilmuan pendidikan bisnis yang berfokus pada lingkup pendidikan, kewirausahaan, dan manajemen bisnis yang berbasis teknologi digital yang adaptif dan modern. Sehingga dalam kurikulum program studi Pendidikan Administrasi Perkantoran dan Pendidikan Bisnis terdapat mata kuliah kewirausahaan, *Business Startup/Applied Entrepreneurship*, Manajemen Bisnis Ritel, Bisnis Internasional, dan Etika hukum Bisnis, dan Lain-lain. Dengan adanya mata kuliah tersebut terjadi bukti bahwa pendidikan kewirausahaan sekarang sangat penting untuk diberikan kepada semua mahasiswa/I prodi Pendidikan Administrasi Perkantoran dan Pendidikan Bisnis. Hal ini dapat mendorong mahasiswa/I memilih berwirausaha untuk masa depannya (Febiola et al., 2022).

Hasil pra-riset tersebut menunjukkan bahwa faktor dengan presentase tertinggi yang mempengaruhi minat berwirausaha adalah Pengetahuan Kewirausahaan sebesar 95,5% dan Media Sosial sebesar 98,9%. Berdasarkan hasil pra-riset yang telah dilakukan oleh peneliti, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “**Pengaruh Tik Tok Sebagai Platform**

Online Shop dan Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta”

1.2 Pertanyaan Penelitian

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

1. Apakah terdapat pengaruh antara penggunaan Tiktok sebagai *platform online shop* terhadap minat berwirausaha Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta?
2. Apakah terdapat pengaruh antara pengetahuan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta?
3. Apakah pengaruh Tiktok sebagai *platform online shop* dan pengetahuan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang disebutkan diatas, maka tujuan penelitian ini untuk :

1. Mengetahui dan menganalisis pengaruh antara penggunaan Tiktok shop sebagai *platform online shop* terhadap minat berwirausaha Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta

2. Mengetahui dan menganalisis pengaruh antara pengetahuan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta
3. Mengetahui dan menganalisis pengaruh Tiktok sebagai *platform online shop* dan pengetahuan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian yang dilakukan oleh peneliti diharapkan dapat memberikan wawasan pengetahuan baru dan menambah referensi informasi serta khazanah ilmu dalam bidang pendidikan terkait dengan Tiktok sebagai *platform online shop*, pengetahuan kewirausahaan dan minat berwirausaha pada mahasiswa

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Mahasiswa Fakultas Ekonomi

Hasil penelitian ini dapat membantu remaja dan mahasiswa untuk mengetahui seberapa besar tingkat minat berwirausaha dikalangan remaja masa kini serta memberikan informasi tentang seberapa besar peranan tiktok sebagai *platform online shop* dan pengetahuan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha sehingga diharapkan nantinya mereka mampu mengantisipasi agar perilaku tersebut dapat dikendalikan.

b. Bagi Peneliti

Penelitian ini bermanfaat dalam menambah pengetahuan mengenai permasalahan remaja masa kini khususnya mahasiswa terkait dengan minat berwirausaha.

c. Bagi pihak Universitas

Hasil penelitian ini sebagai sumbangan koleksi berupa bahan Pustaka dan bacaan bagi mahasiswa pendidikan administrasi perkantoran khususnya dan mahasiswa Universitas Negeri Jakarta umumnya. Serta dijadikan pedoman agar lebih memperhatikan remaja dan memberikan perhatian dan bimbingan, khususnya pada remaja yang memiliki minat berwirausaha

