

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

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

Melansir data Badan Pusat Statistik (BPS) pada Tahun 2024, Indonesia ialah negara dengan jumlah penduduk lebih dari 281,6 juta jiwa. Data tersebut menunjukkan bahwa sumber daya manusia, dalam hal ini merupakan suatu hal yang baik karena akan membantu percepatan suatu pembangunan, akan tetapi juga bisa menjadi suatu masalah atau kendala jika tidak dimanfaatkan dengan baik. Salah satu masalah yang sering dihadapi oleh negara yaitu meningkatnya jumlah pengangguran dikarenakan banyaknya jumlah usia yang sudah matang/produktif (usia siap kerja) tetapi tidak bekerja.

Disisi lain data Badan Pusat Statistik (BPS) melampirkan data Jumlah penduduk Bukan Angkatan Kerja (BAK) dengan klasifikasi sekolah, mengurus, dan lainnya pada tingkat akademik/diploma dan universitas pada Februari dan Agustus Tahun 2023 sebanyak 7.347.741,00. Kemudian pada Februari dan Agustus Tahun 2024 terjadi peningkatan jumlah BAK pada tingkat akademik/diploma dan universitas sebanyak 7.935.456,00. Terjadinya peningkatan lulusan sekolah tinggi setiap per tahun nya menyebabkan terjadi ketimpangan antara jumlah lulusan dan lapangan kerja. Jumlah lulusan yang dihasilkan lebih banyak dibandingkan ketersediaan lapangan kerja.

Prof. Ir Nizam, MSc, PhD, IPU, ASEAN Eng, Direktur Jendral Tinggi Kementrian Pendidikan Kebudayaan Riset Teknologi (Kemendikbud Ristek) mengatakan “kondisi tersebut menjadi tantangan dalam transformasi pendidikan. Kedepannya pendidikan tinggi diharapkan tidak hanya menghasilkan angkatan kerja yang bergantung pada lapangan kerja. Namun, lulusan yang dihasilkan bisa lebih mandiri dan membuka lapangan-lapangan kerja baru”.

Berkembangnya teknologi informasi dan komunikasi adalah suatu *trend* yang tidak bisa dihentikan. Pada era globalisasi ini sudah membawa perkembangan pada setiap sektor kehidupan. Munculnya teknologi informasi maupun komunikasi dengan banyaknya kemudahan serta kecanggihan yang dibawanya bisa membawa manusia pada suatu tatanan yang mempunyai standar dan kualitas hidup yang sangat baik (Yusniah, et al (2023:335). Salah satu bidang teknologi komunikasi seperti adanya *smartphone* dan internet, membuat manusia semakin meningkatkan cara berkomunikasi dan berinteraksi. Dengan adanya kemajuan pada bidang teknologi komunikasi dan informasi kini sudah menjadi kebutuhan bagi masyarakat, yang melahirkan media sosial. Agustin (2023:265) menyatakan ”media sosial merupakan *platform* untuk berbagi informasi antara individu dan dapat digunakan sebagai alat promosi untuk bisnis”.

Berdasarkan penelitian oleh Maritsa, et al (2021:94) menjelaskan "teknologi dan pendidikan dalam kehidupan adalah sebuah bagian yang tidak terpisahkan antara kehidupan manusia dari zaman dahulu sampai akhir zaman". Peneliti menyimpulkan bahwa teknologi membantu meningkatkan kualitas mutu pendidikan, perangkat hingga proses pembelajaran dalam pendidikan. Tidak hanya pada proses pembelajaran, teknologi juga memberikan manfaat besar kepada mahasiswa sebagai pengguna utama teknologi yaitu mengembangkan kesadaran akan pentingnya teknologi, mengurangi kesenjangan digital dengan meningkatkan akses teknologi bagi semua kalangan, serta mengembangkan keterampilan hidup dan karir. Sebaliknya pendidikan juga membawa pengaruh signifikan terhadap teknologi dengan mempersiapkan mahasiswa untuk mengoperasikan teknologi dan menguasai teknologi, serta mendorong kreativitas dan inovasi mahasiswa dalam pengembangan teknologi.

Sejalan dengan itu Dirgantara (2023:15) juga menjelaskan bahwa "Pesatnya perkembangan teknologi informasi dan komunikasi dalam dunia bisnis memberikan peluang bagi para wirausaha untuk membuka bisnis secara elektronik dan hal ini juga dapat memicu masyarakat untuk lebih mudah menjadi wirausaha". Kewirausahaan digital telah menjadi subjek yang semakin menarik bagi mahasiswa di era teknologi saat ini. Kemajuan teknologi yang canggih tidak hanya mempermudah

kehidupan sehari-hari mahasiswa, tetapi membuka pintu bagi mahasiswa untuk mengeksplorasi kewirausahaan dalam konteks online. Peluang mahasiswa untuk memulai bisnis online semakin terbuka lebar menjadi kesempatan mahasiswa dapat melakukan bisnis digital dengan memanfaatkan *platform* digital atau *e-commerce* untuk menjual produk atau jasa.

Melalui akun tiktok *radardepok.id* membagikan kisah sukses mahasiswa bernama Rena Yolanda yang merintis usaha dan berhasil membuka lapangan pekerjaan di umur 22 Tahun. Rena yang berasal dari keluarga sederhana, kini menjadi pemilik pisang mania, usaha kuliner yang kini mulai dikenal di Banda Aceh. Motivasi Rena untuk memulai usaha pisang mania bermula dari keinginan untuk memiliki penghasilan sendiri dan tidak lagi menjadi beban bagi orang tuanya. Sebagai mahasiswa, Rena mengalami kesulitan mendapatkan pekerjaan akibat keterbatasan waktu yang dimiliki saat kuliah. Dengan modal terbatas, Rena memutuskan untuk memulai usaha kecil-kecilan dengan memanfaatkan tiktok sebagai alat promosi penjualan. Pada awalnya pembeli pisang mania Rena adalah rekan sesama mahasiswa, setelah video promosi diunggah pada aplikasi Tiktok pisang mania mulai dikenal lebih luas.

Menurut Pradana, et al (2023:2) konsep *e-commerce* adalah tentang bagaimana menggunakan internet untuk melakukan bisnis dengan lebih

baik dan lebih cepat. *E-commerce* adalah proses jual beli melalui internet, atau melakukan transaksi yang melibatkan transfer kepemilikan atau hak untuk menggunakan barang atau jasa melalui jaringan yang dimediasi oleh komputer tanpa menggunakan dokumen kertas apapun.

Di dalam berwirausaha dibutuhkan minat yang dapat mendorong seseorang untuk mencapai tujuannya. Saputra, et al (2023:44) menyatakan Minat berwirausaha adalah kecenderungan dalam diri seseorang untuk menciptakan suatu usaha. Minat berwirausaha adalah kesenangan, keinginan, dan kecenderungan hati untuk mempunyai suatu usaha atau bisnis dengan melihat peluang, mengorganisir, dan berani mengambil risiko atas usaha yang diciptakan.

Minat berwirausaha terdiri dari dua kata yaitu minat dan berwirausaha. Minat merupakan rasa suka dan ketertarikan pada suatu hal atau aktivitas tanpa ada yang menyuruh. Seseorang yang memiliki minat akan suatu aktivitas akan melakukan dengan rasa senang. Minat berwirausaha merupakan rasa senang dan tertarik dalam melakukan aktivitas berwirausaha (Julindrastuti dan Karyadi, 2022:13). Seseorang yang mempunyai minat dalam berwirausaha akan lebih siap menghadapi risiko yang akan terjadi saat memutuskan untuk mulai berwirausaha.

Berdasarkan pengamatan awal tidak sedikit mahasiswa yang memiliki minat untuk berbisnis atau berwirausaha. Minat awal mahasiswa untuk berwirausaha dikarenakan untuk mendapatkan pendapatan lebih dari pemberian orang tua, yang digunakan untuk keperluan pendidikan, sehari-hari, hingga keperluan pribadi mahasiswa yang semakin banyak, sehingga memunculkan minat berwirausaha mahasiswa. Namun, tidak sedikit juga mahasiswa yang masih takut terjun dibidang wirausaha dikarenakan kesulitan membagi waktu, keraguan dalam pemilihan usaha, tidak kompeten dalam hal manajerial, serta tidak punya pengalaman dan mentor.

Berdasarkan masalah yang dipaparkan diatas, maka penulis memilih penelitian dengan judul “Pengaruh *E-Commerce* dan Media Sosial Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Di STKIP Persada Khatulistiwa Sintang”.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka rumusan masalah penelitian dibagi menjadi dua jenis, yaitu masalah umum dan masalah khusus.

### **1. Masalah Umum**

Apakah terdapat pengaruh *E-commerce* dan media sosial terhadap minat berwirausaha mahasiswa di STKIP Persada Khatulistiwa Sintang?

## 2. Masalah Khusus

Masalah khusus dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Apakah terdapat pengaruh *e-commerce* dan media sosial terhadap minat berwirausaha mahasiswa di STKIP Persada Khatulistiwa Sintang secara parsial?
- b. Apakah terdapat pengaruh *e-commerce* dan media sosial terhadap minat berwirausaha mahasiswa di STKIP Persada Khatulistiwa Sintang secara simultan?

## C. Tujuan Penelitian

### 1. Tujuan Umum

Secara umum penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *e-commerce* dan media sosial terhadap minat berwirausaha mahasiswa STKIP Persada Khatulistiwa Sintang.

### 2. Tujuan Khusus

- a. Untuk mengetahui pengaruh *e-commerce* dan media sosial terhadap minat berwirausaha mahasiswa di STKIP Persada Khatulistiwa Sintang secara parsial.
- b. Untuk mengetahui pengaruh *e-commerce* dan media sosial terhadap minat berwirausaha mahasiswa di STKIP Persada Khatulistiwa Sintang secara simultan.

#### **D. Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik secara teoritis maupun secara praktis. Adapun manfaat dalam penelitian ini antara lain:

##### **a. Manfaat Teoritis**

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan untuk menilai pengaruh *e-commerce* dan media sosial terhadap minat berwirausaha mahasiswa di STKIP Pesada Khatulistiwa Sintang. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk menambah kajian teoritis yang berkaitan dengan *e-commerce* dan media sosial guna mampu meningkatkan minat berwirausaha pada mahasiswa.

##### **b. Manfaat Praktis**

###### **1. Bagi Mahasiswa**

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan untuk menilai pengaruh *e-commerce* dan media sosial dalam pembentukan karakter, jiwa dan minat berwirausaha pada mahasiswa sehingga setelah selesai kuliah mahasiswa tidak hanya berfokus mencari lapangan pekerjaan tetapi juga tertarik untuk berwirausaha dan menciptakan lapangan pekerjaan.

## 2. Bagi Dosen

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan bagi para dosen pengampu mata kuliah kewirausahaan maupun mata kuliah pilihan *e-commerce* untuk membentuk mahasiswa agar memiliki minat dan jiwa berwirausaha yang tinggi serta peningkatan dalam proses pembelajaran kewirausahaan dan *e-commerce* baik praktek, teori, sarana dan prasarana yang mendukung serta kelengkapan isinya.

## 3. Bagi Lembaga STKIP Persada Khatulistiwa Sintang

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi pengetahuan baru bagi lembaga, dan dapat dijadikan sebagai referensi untuk penelitian selanjutnya berkaitan dengan *e-commerce* dan media sosial di kampus STKIP Persada Khatulistiwa Sintang.

## 4. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sarana untuk meningkatkan dan menambah pengetahuan dan wawasan tentang pengaruh *e-commerce* dan media sosial terhadap minat berwirausaha mahasiswa di STKIP Persada Khatulistiwa Sintang.

## E. Definisi Operasional

Definisi operasional untuk menjelaskan variabel-variabel yang ada pada desain riset dan landasan teori. Tujuannya untuk memperjelas maksud dari penulis dan menghindari adanya penafsiran yang berbeda antara pembaca dan penulis.

### 1. *E-Commerce*

Laudon dan Traver dalam buku Pengantar *E-Commerce* Dan Platform Digital menggambarkan *e-commerce* sebagai penggunaan internet dan teknologi jaringan digital lainnya untuk mendukung setiap aspek proses bisnis, termasuk pengumpulan informasi, perencanaan, produksi, distribusi, dan pelayanan pelanggan (Juhana, dkk, 2024:6). Konsep *e-commerce* adalah tentang bagaimana menggunakan internet untuk melakukan bisnis dengan lebih baik dan cepat. *E-commerce* adalah proses jual beli melalui internet, melakukan transaksi yang melibatkan transfer kepemilikan atau hak untuk menggunakan barang atau jasa melalui jaringan yang dimediasi oleh komputer tanpa menggunakan dokumen kertas apapun (Pradana, et al, 2023:2).

*E-commerce* mempunyai tujuan untuk membangun reputasi bisnis, mengembangkan bisnis melalui inovasi, mengembangkan kerja sama dengan mitra, serta meningkatkan dan mengembangkan sumber pendapatan baru.

Jenis *E-commerce* dalam penelitian ini adalah jenis *e-commerce Business-to-Consumer* (B2C) atau penjualan kepada konsumen. *Business to consumer* merupakan *e-commerce* yang terbuka untuk umum, dimana informasi disebarkan ke umum. Pelayanan (*service*) yang diberikan bersifat umum (*generic*) dengan mekanisme yang dapat digunakan oleh khalayak ramai. Dalam B2C layanan diberikan berdasarkan permohonan (*on demand*), dimana *consumer* melakukan inisiatif dan produser harus siap memberikan respon sesuai dengan permohonan (Rehatalanit, 2021:64).

Indikator *e-commerce* yang digunakan dalam penelitian ini adalah indikator *e-commerce* menurut Nuray Terzi dalam Aphik (2023:11) yang diyakini dapat mempengaruhi perkembangan usaha yaitu akses internet, kemudahan informasi, kemampuan SDM, tanggung jawab manajerial.

## 2. Media Sosial

Menurut Kaplan dan Haenlein dalam Rafiq (2020:19) mendefinisikan media sosial sebagai sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang membangun diatas dasar ideologi dan teknologi Web. 2.0, dan yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran *user-generated content*. Media sosial dapat dipahami

sebagai suatu *platform* digital yang menyediakan fasilitas untuk melakukan aktivitas sosial bagi setiap penggunanya. Beberapa aktivitas yang dapat dilakukan di media sosial, misalnya yaitu melakukan komunikasi atau berinteraksi hingga memberikan informasi atau konten berupa tulisan, foto dan video (Alam, et al, 2023:1). Nilai pada media sosial dapat diukur dengan menggunakan beberapa indikator. Diantaranya indikator tentang tingkat penggunaan media sosial menurut Kurniawan dalam Susilawaty (2021:4) dibagi menjadi 3 yaitu meliputi sarana komunikasi, akses, dan pemanfaatan media sosial.

### 3. Minat Berwirausaha

Menurut wulandari minat berwirausaha adalah pemusatan perhatian, keinginan, ketertarikan, serta kesediaan individu pada bidang wirausaha untuk bekerja keras atau berkemauan keras untuk berusaha memenuhi kebutuhan hidupnya tanpa merasa takut dengan resiko yang akan terjadi, serta berkemauan keras untuk belajar dari kegagalan (Agustina,2021:19). Minat berwirausaha didefinisikan sebagai keinginan kuat seseorang untuk bekerja mandiri (*self employed*) atau menjalankan usahanya sendiri sebagai bentuk tindak lanjut dari motivasi dalam diri seseorang. Beberapa indikator yang digunakan untuk mengukur minat berwirausaha pada mahasiswa (Fitriani, 2023:30) adalah:

ketertarikan terhadap kewirausahaan, melihat peluang untuk berwirausaha, perasaan senang terhadap kewirausahaan, keinginan dan harapan dalam berwirausaha.