

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Indonesia adalah salah satu negara yang jumlah populasinya besar yaitu berada pada urutan keempat dari negara – negara didunia yaitu pertama yaitu india, Tiongkok, Amerika Serikat dan keempat yaitu Indonesia. Menurut data dari Badan Pusat Statistik (BPS) jumlah penduduk Negara Indonesia yaitu 281.603,8 ribu jiwa. Badan Pusat Statistik (BPS) mencatat jumlah pengangguran terbuka di Indonesia sebesar 4,91 persen pada Agustus 2024 dan mengalami penurunan sebesar 0,41 persen dibanding Agustus 2023 sebesar 5,32 persen. Jumlah pengangguran terbuka berdasarkan pendidikan tertinggi yang di tamatkan pada Februari 2024 sebagai berikut:

**Tabel 1. 1 Pengangguran Terbuka Menurut pendidikan Tertinggi yang Ditamatkan di Indonesia Februari 2024**

<b>Pendidikan yang ditamatkan</b>	<b>Pengangguran Terbuka Menurut pendidikan (orang)</b>	<b>Pengangguran terbuka menurut pendidikan (persen)</b>
Tidak / Belum pernah sekolah	13.598	0,18%
Tidak / Belum tamat SD	394.364	5,48%
SD	857.486	11,92%
SLTP / SMP	1.154.255	16,04%
SLTA Umum/ SMA	2.107.781	29,30%
SLTA Kejuruan/ SMK	1.621.672	22,54%
Akademi/ Diploma	173.846	2,42%
Universitas	871.860	12,12%
<b>Total</b>	<b>7.194.862</b>	<b>100%</b>

Sumber: <https://www.bps.go.id>

Note: Pengangguran terbuka adalah persentase penduduk yang tidak memiliki pekerjaan, dan sedang mencari pekerjaan.

Pada tabel diatas dapat diketahui terdapat empat pendidikan yang tingkat penganggurannya tinggi yaitu SLTA Umum/SMA sebesar 29,30%, SLTA Kejuruan/SMK 22,54%, SLTP/SMP 16,04%, merupakan termasuk tingkat sekolah menengah. Sedangkan untuk tingkat perguruan tinggi, pengangguran terbuka paling tinggi di jenjang Universitas (12,12%) dibandingkan dengan Akademi/diploma (2,42%).

Di Indonesia terdapat 38 Provinsi, salah satunya adalah Sumatera Barat. Dimana provinsi ini dikatakan provinsi dengan tingkat pendidikan tinggi. Namun dengan tingkat pendidikan tinggi masih banyak terdapat pengangguran terbuka, hal ini terlihat dari data Badan Pusat Statistik (BPS) berikut ini :

**Tabel 1. 2 Tingkat Pengangguran Terbuka (TPT) Sumatera Barat Menurut Pendidikan Tertinggi yang Ditamatkan 2024 (Persen)**

Pendidikan Terteinggi yang Ditamatkan	Tingkat Pengangguran Terbuka (TPT) Sumatera Barat Menurut Pendidikan Tertinggi yang Ditamatkan 2024	
	Februari	Agustus
SD Kebawah	3,57	3,01
SLTP	5,58	3,70
SLTA	7,89	8,07
SMK	7,99	9,18
Diploma I/II/III	6,23	7,60
Universitas	5,10	6,73

Sumber: <https://sumbar.bps.go.id>

Berdasarkan data diatas terlihat bahwa tingkat Pengangguran Terbuka Sumatera Barat dari jenjang sekolah menengah dan jenjang perguruan tinggi terjadi kenaikan. Pada sekolah menengah keatas SLTA mengalami kenaikan dari bulan Februari hingga Agustus sebesar 0,18%, SMK mengalami kenaikan hingga

1,19%. Dari data diatas terlihat bahwa untuk tingkat perguruan tinggi cukup besar terjadi peningkatan pengangguran terbuka, di jenjang diploma mengalami kenaikan hingga 1,37%, dan untuk jenjang Universitas 1,63%. Jumlah mahasiswa yang lulus dari perguruan tinggi meningkat setiap tahun, hal ini menyebabkan meningkatnya jumlah pengangguran lulusan universitas / diploma. (Widyawati et al., 2022).

Terutama di Indonesia, Perguruan tinggi adalah lembaga yang diharapkan dapat menghasilkan lulusan yang berkontribusi positif dalam lapangan kerja. Lulusan tersebut dianggap memiliki kemampuan untuk menerapkan dan mengembangkan pengetahuan yang telah mereka kuasai dalam bidang kerja mereka (Aisyah et al., 2023).

Salah satu langkah yang dapat diambil pemerintah dalam mengurangi pengangguran di Indonesia dari kalangan mahasiswa adalah mendorong mereka untuk berwirausaha. Menjadi pengusaha merupakan salah satu cara untuk bekerja dan menata karir dimasa depan adalah menjadi pengusaha (Gultom, 2021). Di Sumatera Barat terdapat 124 Universitas, khususnya dikota padang terdapat 60 universitas Negeri maupun Swasta. Dari jumlah tersebut Universitas Dharma Andalas berada pada urutan ke 7 yang merupakan salah satu Universitas terbaik dikota Padang dan juga memiliki peran penting untuk menghasilkan lulusan yang dapat menciptakan suatu usaha serta mampu membuka lapangan kerja bagi yang membutuhkan.

Lulusan perguruan tinggi masih masih kurang minatnya dalam melakukan wirausaha. (Gultom, 2021). Hal ini disebabkan oleh Pemahaman yang kurang

bagi mahasiswa tentang kewirausahaan. Mahasiswa juga belum bisa memahami pentingnya inovasi di dalam pengertian kewirausahaan. Ini memperlihatkan bahwa pelaksanaan matakuliah kewirausahaan sebagai bagian dari *entrepreneurial education* belum efektif memberikan pemahaman yang optimal kepada mahasiswa (Chairoel et al., 2023).

Minat berwirausaha terdiri dari dua kata yaitu “minat” dan “berwirausaha”. Menurut Maisan (2021) Minat adalah suatu rasa suka dan ketertarikan terhadap suatu kegiatan atau aktivitas tanpa ada paksaan dari orang lain ataupun suruhan orang lain. Minat berwirausaha sendiri merupakan suatu keinginan untuk membuka peluang usaha, ketertarikan dan kesediaan diri sendiri untuk memulai membuka peluang usaha untuk memenuhi kebutuhan yang ada dalam kehidupan tanpa rasa takut dengan resiko yang akan terjadi (Maisan & Nuringsih, 2021). Oleh sebab itu, mahasiswa merupakan target pertama untuk mengembangkan minat berwirausaha di Indonesia (Aisyah et al., 2023).

Memiliki jiwa wirausaha dapat membantu mahasiswa untuk membuka lapangan pekerjaan bagi orang lain di masa depan dan dapat mengurangi angka pengangguran di Indonesia. Menjadi seorang mahasiswa wirausaha juga merupakan salah satu cara untuk mendapatkan uang tambahan dan dapat membantu untuk memenuhi kebutuhan yang diperlukan nantinya. Menurut Sari (2024) kewirausahaan adalah suatu kegiatan usaha atau bisnis mandiri dimana pelaku usaha menggunakan sumber daya dan upaya ditanggung untuk menemukan ide untuk produk baru, menentukan proses produksi, membuat strategi untuk memasarkan dan mengatur permodalan usaha yang dibangun.

Perekonomian suatu negara dapat ditingkatkan oleh Kegiatan wirausaha yang dapat menciptakan lapangan kerja dan meningkatkan pendapatan negara. Pelaku usaha, terutama wirausahawan muda, sangat penting untuk kemajuan negara. Dalam hal ini mahasiswa di Indonesia adalah target utama untuk meningkatkan minat berwirausaha.

Peneliti telah melakukan survey awal dengan melakukan wawancara dan mengajukan pertanyaan kepada mahasiswa secara acak. Berdasarkan hasil survey awal peneliti melakukan wawancara dengan 20 mahasiswa Universitas Dharma Andalas.

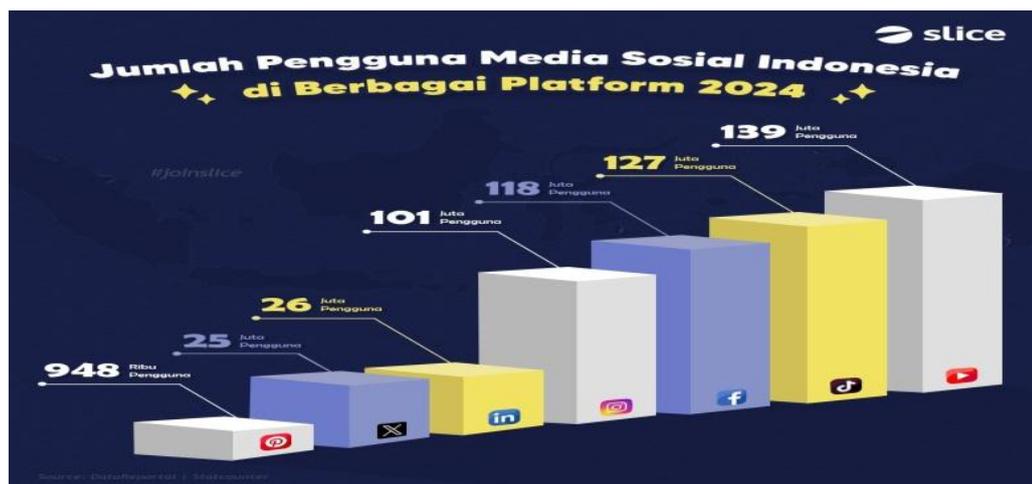
**Tabel 1. 3 Minat Berwirausaha Mahasiswa Universitas Dharma Andalas**

Pertanyaan	Setuju	Tidak setuju
Media sosial diminati untuk berwirausaha	70%	30%
Dengan adanya <i>E-commerce</i> shoppe, tokopedia, lazada menyebabkan adanya minat berwirausaha	55%	45%
Trand korea saat ini dapat menyebabkan adanya untuk minat berwirausaha	60%	40%

*Sumber: survey awal, 2024*

Tabel diatas menjelaskan, mahasiswa mengatakan perlunya media sosial untuk berwirausaha sebesar (70%), kemudian perlunya ada *E-commerce* seperti shoppe, tokopedia, lazada yang menyebabkan adanya minat berwirausaha sebesar (55%), disamping itu terdapat tren yang sangat disukai mahasiswa yaitu korea sebesar (60%). Kondisi ini merupakan peluang bagi mahasiswa untuk melakukan usaha. Menumbuhkan minat untuk memulai berwirausaha tentunya di dukung dengan teknologi informasi, wirausaha dapat memanfaatkan teknologi yang ada saat ini untuk memulai usaha (Mahadewi & Sari Widhiyani, 2023).

Banyak informasi tentang wirausaha yang diakses melalui media sosial. Memanfaatkan media sosial dengan baik adalah salah satu langkah agar menemukan ide dan inovasi baru bagi wirausahawan. Media sosial yaitu saluran atau sarana untuk pergaulan sosial yang dilakukan secara online melalui jejaring internet seperti *facebook*, Twitter, Instagram, Tiktok (Tosepu, 2018). Menurut Cahayani (2022) media sosial merupakan media online, dimana penggunanya dapat dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan membuat konten termasuk blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual. Mahasiswa bisa menyakini dirinya untuk melatih berwirausaha secara online dengan mempromosikan melalui facebook, instagram, tiktok dan media sosia lainnya. Saat ini, media sosial semakin dikenal keberadaannya karena dapat memudahkan kegiatan bisnis karena menggunakan koneksi internet sehingga dapat diakses oleh siapa saja serta dimana saja (Widyawati et al., 2022). Hal ini di dukung oleh data media sosial yang digunakan di Indonesia sebagai berikut:



Sumber: <https://www.slice.id/>

**Gambar 1. 1 Jumlah Pengguna Media Sosial di Indonesia 2024**

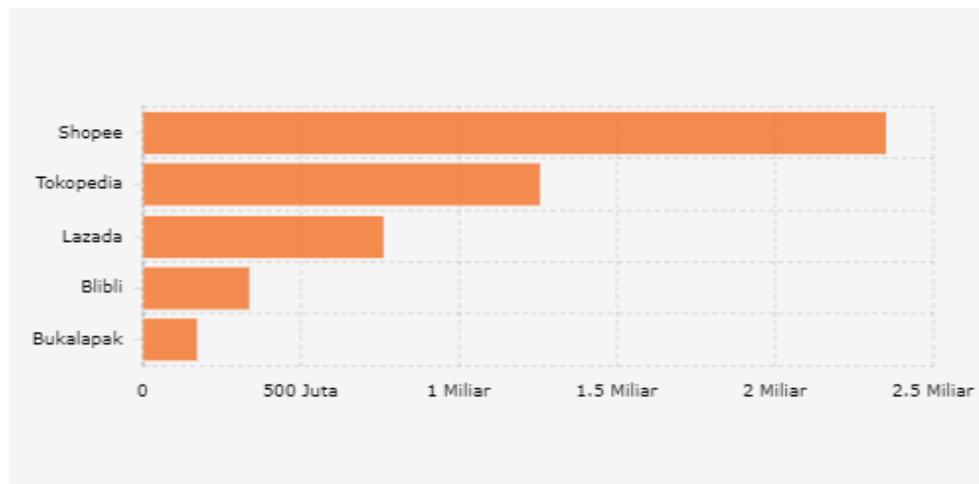
Dari gambar diatas dapat dilihat bahwa terdapat empat media sosial dengan jumlah pengguna terbanyak di Indonesia yaitu youtube sebanyak 139 juta pengguna, kedua Tiktok sebanyak 127 juta pengguna, Facebook 118 juta pengguna, dan terakhir Instagram 101 Juta Pengguna.

Hal tersebut di dukung oleh pernyataan Cahayani (2022); Sukoningtiyas (2023); Widyawati (2022) penggunaan media sosial berpengaruh terhadap minat berwirausaha karena, jika penggunaan media sosial secara tepat dapat meningkatkan minat berwirausaha mahasiswa.

Selain media sosial yang dapat mempengaruhi minat berwirausaha mahasiswa yaitu *E-commerce* , seperti dapat dilihat hasil survey (Tabel 1.3) Minat Berwirausaha mahasiswa Universitas Dharma Andalas menunjukkan bahwa sebanyak 55% mahasiswa setuju bahwa *E-commerce* mempengaruhi minat berwirausaha dan sebanyak 45% tidak setuju *E-commerce* mempengaruhi minat berwirausaha. Platform *E-commerce* dapat berguna bagi wirausaha untuk menarik perhatian pelanggan dengan melakukan interaksi yang mendalam terhadap konsumen serta semakin meningkat pemahaman *E-commerce* maka semakin tinggi minat mahasiswa untuk berwirausaha (Mahadewi & Sari Widhiyani, 2023). *E- Commerce* merupakan proses pemasaran dan penjualan yang dapat memberikan daya saing dan pertumbuhan ekonomi dalam jangka panjang, terutama pada era globalisasi saat ini. Menurut Trisianto (2020) *E- Commerce* adalah penyebaran, pembelian, penjualan, pemesanan barang dan jasa melalui sistem elektronik seperti internet, www, dan jaringan lainnya. *E- Commerce* tersebut seperti Shoppe, Tokopedia, Bukalapak dll. *E-commerce* adalah platform

digital yang digunakan untuk membeli dan menjual barang atau jasa melalui internet (Mahadewi & Sari Widhiyani, 2023).

Adapun *E-commerce* dengan pengunjung terbanyak pada tahun 2024 dapat dilihat pada gambar berikut ini:



Sumber: <https://databoks.katadata.co.id/>

### **Gambar 1. 2 pengunjung E-commerce terbanyak di Indonesia tahun 2024**

Pada gambar diatas dapat dilihat bahwa terdapat 3 *E-commerce* dengan kunjungan terbanyak yaitu dimana aplikasi Shoppe memiliki pengunjung kurang lebih 2,4 milyar. Posisi kedua yaitu Tokopedia sebanyak kurang lebih 1,3 milyar pengunjung dan posisi ketiga lazada kurang lebih 800 juta orang yang telah berkunjung ke aplikasi lazada.

Berdasarkan pernyataan diatas hal ini di dukung oleh Mahadewi (2023) dan Fidhyallah (2021) bahwa *E-commerce* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha karena semakin meningkat pengetahuan

mengenai *E-commerce* maka semakin meningkat minat mahasiswa untuk berwirausaha.

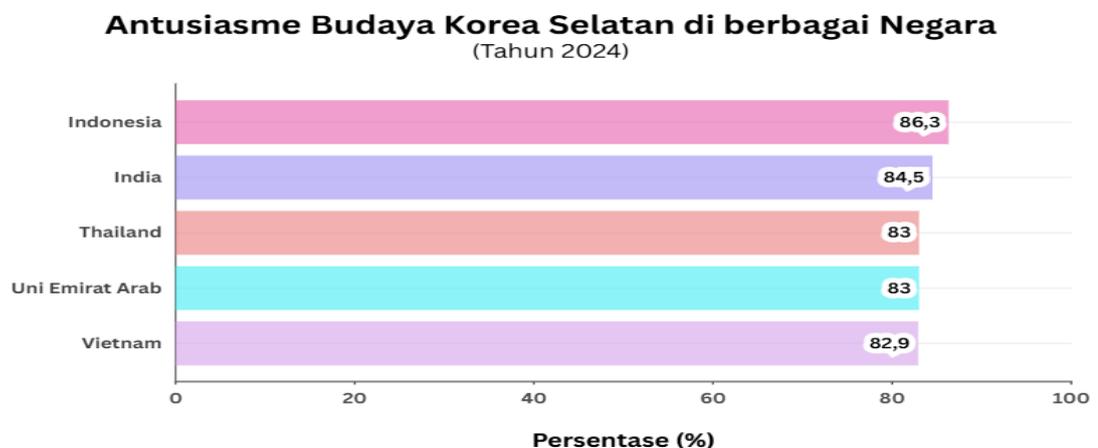
Berdasarkan data survey diatas pada tabel 1.3 Minat berwirausaha Mahasiswa Universitas Dharma Andalas menunjukkan selain penggunaan media sosial dan *E-commerce* yang dapat mempengaruhi minat berwirausaha terdapat juga faktor lain yaitu *Korean wave*. sebanyak 60 % mahasiswa setuju bahwa *Korean wave* dapat mempengaruhi minat berwirausaha, karena dapat mendorong mahasiswa untuk berusaha dan dengan gaya hidup Korea seperti pada Kecantikan, merchandise, makanan korea, fashion korea, yang dapat menjadi peluang untuk usaha. Dan sebanyak 40% diantaranya tidak setuju *Korean wave* dapat mempengaruhi minat berwirausaha karena tidak tertarik dengan budaya korea ataupun produk – produk yang berkaitan dengan dengannya serta paluang pembeli yang terbatas.

Dalam Beberapa tahun terakhir kecanduan Korea atau *Korean wave* merambah pasar industri di Indonesia dengan sangat cepat. Terdapat beberapa hal dalam *korean wave* yaitu K-pop, Drama Korea, Korean Food, Korean Fashion, selain selain itu makanan korea paling diminati (Anggarini, 2021). Saat ini makanan korea sering dijumpai dimana pun, sehingga produk makanan korea dapat diterima dengan baik oleh konsumen. Minat masyarakat terhadap *korean wave* membuka peluang bisnis yang menjanjikan sehingga semakin banyak orang tertarik untuk mengembangkan usaha.

Menurut Masturah (2021) *Korean wave* adalah istilah yang disebut gelombang korea, istilah tersebut yang diberikan untuk tersebarnya budaya korea

secara global diberbagai negara di dunia dan merupakan popularitas sebuah budaya populer dari Korea Selatan di negara – negara Asia lainnya.

Antusiasme Budaya Korea Selatan diberbagai negara tahun 2024 , negara yang memiliki persentase tertinggi yaitu Indonesia. Data tersebut dapat dilihat sebagai berikut:



Sumber: The Ministry of Culture, Sports and Tourism Korea

GoodStats

### Gambar 1. 3 Antusiasme Budaya Korea di Berbagai Negara tahun 2024

Dari gambar diatas dapat dilihat bahwa Indonesia menempati posisi pertama sebagai negara yang tertinggi mencapai 86,3%. Selanjutnya diikuti oleh India (84,5%), Thailand dan Uni Emirat Arab (83,0%), serta Vietnam (82,9%). Negara Indonesia berada pada posisi pertama, hal ini merupakan suatu peluang pasar dibidang *Korean wave* sehingga diharapkan adanya minat berwirausaha.

Berdasarkan pernyataan diatas hal ini di dukung oleh Masturah (2021) dan Isnainy (2024) Secara tidak langsung *Korean wave* dapat mempengaruhi minat berwirausaha mahasiswa.

Berdasarkan latar belakang yang ada kemudian didukung dengan hasil survey awal. Maka peneliti ini ingin mengetahui lebih lanjut pentingnya

penggunaan media sosial, *E-commerce*, dan *Korean wave* yang mempengaruhi minat berwirausaha mahasiswa Universitas Dharma Andalas. Penelitian ini diharuskan dapat memberikan kontribusi praktis dalam menumbuhkan minat berwirausaha mahasiswa Universitas Dharma Andalas.

## **1.2. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Bagaimana Penggunaan Media sosial berpengaruh terhadap minat berwirausaha mahasiswa Universitas Dahrma Andalas ?
2. Bagaimana *E- commerce* berpengaruh terhadap minat berwirausaha mahasiswa Universitas Dahrma Andalas?
3. Bagaimana *korean wave* berpengaruh terhadap minat berwirausaha mahasiswa Universitas Dahrma Andalas?
4. Bagaimana penggunaan media sosial, *E- commerce*, dan *korean wave* berpengaruh secara bersamaan terhadap minat berwirausaha mahasiswa Universitas Dahrma Andalas?

## **1.3. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan penelitian dari penelitian ini yaitu :

1. Untuk mengetahui pengaruh penggunaan media sosial terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa Universitas Dahrma Andalas
2. Untuk mengetahui pengaruh *E- commerce* terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa Universitas Dahrma Andalas

3. Untuk mengetahui pengaruh *korean wave* terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa Universitas Dahrma Andalas
4. Untuk mengetahui pengaruh penggunaan media sosial, *E-commerce* , *Korean wave* terhadap minat berwirausaha mahasiswa Universitas Dharma Andalas

#### **1.4. Manfaat Penelitian**

Dalam penelitian ini adapun manfaatnya terbagi menjadi dua yaitu manfaat secara teoritis serta manfaat secara praktis. Berikut manfaat dari penelitian ini:

1. Manfaat secara teoritis

Penelitian ini diharapkan untuk menambah ilmu pengetahuan yang diharapkan dapat memberi sebuah kontribusi pemikiran dan ikut memperluas wacana keilmuaan mengenai pengaruh penggunaan media sosial, *E-commerce*, dan *korean wave* terhadap minat wirausaha pada mahasiswa Universitas Dahrma Andalas

2. Manfaat praktis

Manfaat penelitian dilihat dari segi praktik, diharapkan dapat bermanfaat bagi pihak – pihak yang membutuhkannya, diantaranya :

- a. Bagi penulis

Hasil penelitian ini diharapkan mampu menambah wawasan ilmu pengetahuan dibidang penddikan, khususnya tentang penggunaan media sosial, *e-commerce* , *korean wave* dan minat berwirausaha.

- b. Bagi Mahasiswa

Hasil penelitian ini diharapkan mampu menjadi motivasi bagi mahasiswa untuk memulai berwirausaha, dan menggunakan media sosial sebaik mungkin serta dapat mengikuti perkembangan yang ada untuk menjadi peluang usaha.

c. Bagi Jurusan

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai tambahan informasi dan referensi perpustakaan.

### **1.5. Batasan Masalah**

Berdasarkan penjabaran latar belakang dan identifikasi masalah di atas, dan agar penulisan tugas akhir ini lebih terarah, maka penulis membatasi penulisan ini difokuskan pada yaitu, variabel Penggunaan Media Sosial, variabel *E - Commerce* dan variabel *Korean wave* terhadap variabel Minat Berwirausaha dengan responden mahasiswa Universitas Dharma Andalas.