

# BAB I PENDAHULUAN

## A. Latar Belakang Masalah

Suatu negara pertumbuhan ekonomi merupakan suatu indikasi penting dalam keberhasilan ataupun keterpurukan pembangunan ekonomi. Saat ini, sebagian negara maju memiliki rasio kewirausahaan di angka 12 persen. Oleh karena itu, untuk mengejar ketertinggalan tersebut Menteri Teten menargetkan peningkatan secara bertahap. "Rata-rata negara maju jumlah wirausahanya sudah 12 persen. Untuk menjadi negara maju minimum 4 persen. Makanya kita terus mengejar. Penguatan kewirausahaan masuk RPJMN untuk memperkuat pertumbuhan ekonomi yang berkualitas. Sedangkan menurut (Pribadiyanto & Amboningtyas, 2017) suatu negara menjadi makmur apabila terdapat entrepreneur sedikitnya 2% dari total jumlah penduduk yang ada di negara tersebut

Tingkat kewirausahaan Indonesia saat ini baru mencapai 3,47%, lebih rendah dari negara negara tetangga, seperti Singapura dengan tingkat kewirausahaan 8,5%, Thailand dan Malaysia 4,5%. Padahal untuk menjadi negara maju setidaknya dibutuhkan minimal 4% dari proporsi jumlah penduduk. Untuk menompang pengendalian perekonomian bangsa indonesia dengan wirausaha. Menurut (Alma, 2013) wirausaha adalah orang yang yang mendobrak sistem ekonomi yang ada dengan memperkenalkan barang atau jasa baru, dengan menciptakan bentuk organisasi baru atau mengelolah bahan baku baru.

Asisten Deputi Pemberdayaan Pemuda Kementerian Koordinator Bidang Pembangunan Manusia dan Kebudayaan (Kemendikbud) Yohan mengatakan, saat ini minat berwirausaha pemuda masih sangat rendah. Berdasarkan sensus yang dilakukan Kemendikbud pada tahun 2020, rasio kewirausahaan pemuda hanya sebesar 3,47 persen. Berwirausaha merupakan inovasi dalam kegiatan ekonomi suatu yang akan terus menerus membuat pembaharuan. Berwirausaha dapat bermanfaat dalam meningkatkan kesejahteraan dan devisa negara. *A nation will progres* bilamana jumlah entrepreneurship paling minim 2% dari total masyarakat. Cara mengurangi angka *unemployment* ialah perlu dikembangkannya semangat entrepreneurship sedini mungkin (Jailani et al., 2017).

Wirausaha merupakan salah satu pendukung yang menentukan maju mundurnya perekonomian, karena bidang wirausaha mempunyai kebebasan untuk berkarya dan mandiri. Jika seseorang mempunyai kemauan dan keinginan serta siap berwirausaha, berarti seseorang itu mampu menciptakan lapangan pekerjaan sendiri dan tidak perlu mengandalkan orang lain maupun pengusaha lain untuk mendapatkan pekerjaan.

Perguruan tinggi mempunyai peran penting dalam menumbuhkan minat berwirausaha dan memperkenalkan pengetahuan tentang kewirausahaan. Beberapa bahkan memasukan mata kuliah tentang kewirausahaan kedalam kurikulum mereka. Mahasiswa dibimbing untuk dan diarahkan untuk memulai bisnis mereka sendiri dengan cara terjun langsung untuk menjual produk yang sudah mereka ciptakan.

Sosial media adalah sebuah media online, dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual. Sedangkan Pemanfaatan Sosial Media merupakan dimana seseorang mampu menggunakan sosial media dengan baik sehingga mampu memberikan timbal balik yg bagus dan memberikan keuntungan terhadap penggunanya. Abad ini dikenal dengan revolusi indsutri 4.0, dimana siapa yang menguasai informasi, maka akan menguasai dunia, Dan derasnya informasi yang ada di dukung dengan lahirnya alat komunikasi pendukungnya yang dikenal dengan smartphone atau Sosial Media..Peran media sosial diakui dapat mendongkrak usaha, hal ini dikarenakan kemudahan dalam mempromosikan usaha. Menurut (Widodo et al., 2018) mahasiswa sebagai agent of change merupakan kelompok yang paling rentang memiliki ketergantungan terhadap internet dibandingkan segmen masyarakat yang lain. Mahasiswa yang bermedia sosial sering dijadikan sasaran pangsa pasar merek-merek lokal, atau jualan online teman-temannya, bagi yang menyadarinya hal ini tentu bisa memberikan motivasi dan minat untuk mendapatkan keuntungan berwirausaha melalui media sosial bukan hanya sebatas menjadi konsumen semata. sosial media dapat memberikan terobosan untuk merubah pola pikir mahasiswa untuk berwirausaha, bisa memperkecil resiko untuk gagal dan mempermudah untuk memasarkan produk lebih luas tanpa biaya yang sangat tinggi. Untuk menjadi wirausaha yang sukses mahasiswa harus bisa memperluas jaringan yang luas untuk lebih berkomunikasi dengan yang lain dengan cara menggunakan internet (Kartajaya, 2008). Menurut

penelitian, (Alfaruk, 2017), (Rahayu & Laela, 2018), (Indraswati, 2021) media sosial berpengaruh pada minat berwirausaha mahasiswa.

Efikasi diri adalah suatu bentuk kepercayaan atau keyakinan terkait kemampuan dirinya sendiri dalam mengatur, melakukan sesuatu guna mencapai suatu tujuan, menghasilkan sesuatu, dan juga mengimplementasikan tindakan agar bisa mencapai suatu bentuk kecakapan tertentu. Berwirausaha tentunya memerlukan efikasi diri, efikasi diri merupakan keyakinan seseorang terhadap kemampuan yang dimiliki. Menurut (Laura, 2010) *self efficacy*/ efikasi diri adalah keyakinan seseorang sehingga dapat menguasai suatu situasi dan menghasilkan berbagai hasil bernilai positif dan bermanfaat. Manusia yang mempunyai efikasi diri tinggi yakin bahwa mereka dapat melakukan sesuatu yang mempunyai potensi untuk dapat mengubah kejadian di lingkungannya, akan lebih mungkin untuk bertindak mungkin menjadi daripada manusia mempunyai efikasi rendah. Sesuai dengan teori (Luthans, 2006) mendefinisikan keyakinan diri sebagai kepercayaan tentang kemampuannya untuk menggerakkan motivasi, sumber daya kognitif, dan cara bertindak yang diperlukan untuk berhasil melaksanakan tugas konteks tertentu. Bersikap positif sangat dibutuhkan pada diri setiap orang ketika menghadapi permasalahan. Hal ini juga terjadi pada keinginan berwirausaha, di mana seseorang yang memutuskan menjadi wirausahawan harus bisa berfikir positif ketika menghadapi berbagai masalah, karena menjadi wirausahawan itu tidak mudah dan banyak sekali tantangan yang harus dihadapi. Tanpa pemikiran yang positif seseorang bisa saja berhenti di tengah proses menjadi wirausahawan. Menurut penelitian yang dilakukan oleh (Marini & Hamidah, 2014), (Mustofa, 2014), (Evaliana, 2015), (Widayoko, 2016), (Permatasari, 2016), (Puspitaningsih, 2014), (Abdi et al., 2021), (Setyanti et al., 2021) variabel *self efficacy*/efikasi diri berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha.

Menurut (Iswandari, 2017) pengetahuan kewirausahaan adalah keseluruhan apa yang diketahui tentang segala bentuk informasi yang diolah dan berproses dalam ranah kognitif berupa ingatan dan pemahaman tentang cara berusaha sehingga menimbulkan keberanian mengambil resiko secara rasional dan logis dalam menangani suatu usaha. Sedangkan menurut (Mustofa, 2014) minat berwirausaha merupakan pemusatan perhatian pada wirausaha karena adanya rasa suka dan disertai keinginan mempelajari, mengetahui dan membuktikan lebih lanjut terhadap wirausaha. Minat untuk berwirausaha muncul karena adanya pengetahuan dan informasi mengenai kewirausahaan, minat

berwirausaha mahasiswa saat ini sebenarnya sudah cukup tinggi namun ada beberapa faktor yang membuat hilangnya niat dan minat untuk berwirausaha seperti, kurangnya modal, ketakutan gagal dan rugi. (Mustofa, 2014) juga menyatakan bahwa Pengetahuan kewirausahaan adalah kemampuan seseorang untuk menghasilkan sesuatu yang baru melalui berpikir kreatif dan bertindak inovatif, sehingga dapat menciptakan ide-ide atau peluang dan dapat dimanfaatkan dengan baik. Pengetahuan kewirausahaan saat ini sangat lah di perlukan di berbagai bidang pendidikan agar semua orang sudah mengenal kewirausahaan sejak dini sehingga ketika lulus kuliah dapat berpeluang untuk berwirausaha. Dari uraian tersebut diatas dapat dilihat bahwa untuk menumbuhkan minat berwirausaha juga memerlukan pengetahuan kewirausahaan, sebab dengan bekal pengetahuan yang cukup mereka akan bisa menjalankan usahanya dengan baik. Dalam penelitian (Aprilianty, 2012), (Aini & Oktafani, 2020),(Jaya, 2021) menyatakan bahwa variabel pengetahuan kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha. Sedangkan menurut (Puspitaningsih, 2014) dan (Alfaruk, 2017) pengetahuan kewirausahaan tidak berpengaruh terhadap minat berwirausaha. Hal ini menjadikan variabel pengetahuan kewirausahaan menarik untuk diteliti karena adanya kontradiksi antara pengetahuan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha.

Universitas Muhammadiyah Metro merupakan salah satu lembaga pendidikan yang memiliki Program Studi S1 Akuntansi dengan akreditasi B dimana pada Prodi Akuntansi mengajarkan kepada mahasiswa tentang mata kuliah kewirausahaan. Adanya mata kuliah Kewirausahaan dimaksudkan untuk menambah wawasan mahasiswa terhadap dunia kewirausahaan serta memotivasi mereka untuk ikut terlibat langsung dalam dunia wirausaha sebagai wirausahawan muda yang tangguh, sehingga mereka dapat ikut berkontribusi dalam meningkatkan perekonomian negara Indonesia. Untuk mengetahui apakah mahasiswa Program Studi S1 Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro memiliki minat dalam berwirausaha, maka dalam penelitian ini, peneliti melakukan penelitian pada mahasiswa S1 Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro. Peneliti melakukan survey sementara untuk kelengkapan data guna untuk memperkuat adanya fenomena minat berwirausaha mahasiswa S1 Akuntansi Universitas Muhammadiyah Metro. Berikut ini hasil pra survey:

**Tabel 1. Hasil Pra Survey**

No	Semester	Jumlah Mahasiswa yang Mepunyai Usaha
1	8	6
2	6	5
3	4	5
4	2	-

**Sumber: Hasil Data Pra Survey diolah**

Berdasarkan hasil pra survey diatas yang dilakukan oleh peneliti kepada mahasiswa prodi S1 Akuntansi menemukan fenomena, dimana hanya terdapat 16 mahasiswa yang memiliki usaha dari keseluruhan mahasiswa akuntansi.

Dari penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa adanya minat berwirausaha terhadap mahasiswa akuntansi, tetapi masih rendah. Hal ini bisa terjadi karena kurang aktifnya mahasiswa dalam mengikuti kegiatan-kegiatan praktik kewirausahaan yang diselenggarakan oleh pihak kampus. Berdasarkan hasil survey usaha yang digeluti oleh para mahasiswa tersebut di antaranya online shop, buket, pulsa, taylor dan skincare. Hal ini juga bisa disebabkan karena mahasiswa masih ragu-ragu dalam hal apakah dirinya mampu untuk mengatasi kesulitan yang akan datang padanya dalam berwirausaha. Banyaknya mahasiswa yang takut akan kegagalan atau kesulitan dalam memulai usaha dan dalam mengembangkan usahanya mengakibatkan banyak lulusan yang menginginkan menjadi karyawan saja yang dimana kehidupannya sudah terjamin dibandingkan dengan membuka lowongan pekerjaan (*job creator*). Pentingnya seseorang memiliki keyakinan terhadap dirinya untuk mampu melakukan hal dengan baik, sehingga dia akan yakin bahwa dia mampu melakukan sesuatu dengan baik dan mampu mengatasi segala kesulitan yang akan dia temui.

Berdasarkan fenomena, *gap research*, dan *gap* teori di atas, pada kesempatan ini peneliti terdorong untuk melakukan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui seberapa besar minat berwirausaha mahasiswa Program Studi S1 Akuntansi. Ada Beberapa variabel yang dianggap mempengaruhi minat mahasiswa berwirausaha, yaitu Pemanfaatan Sosial Media, Efikasi Diri, dan Pengetahuan Kewirausahaan. Berdasarkan latar belakang permasalahan dan teori yang ada peneliti ingin melakukan penelitian dengan judul **"Pengaruh Pemanfaatan Sosial Media, Efikasi Diri, dan Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Program Studi S1 Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro"**.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka yang menjadi rumusan masalah pada penelitian ini adalah :

1. Apakah Pemanfaatan sosial media berpengaruh signifikan terhadap Minat Berwirausaha mahasiswa Program Studi Akuntansi di Universitas Muhammadiyah Metro?
2. Apakah Efikasi Diri berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa program studi akuntansi di Universitas Muhammadiyah Metro?
3. Apakah Pengetahuan Kewirausahaan berpengaruh signifikan terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Program Studi Akuntansi di Universitas Muhammadiyah Metro?
4. Apakah Pemanfaatan Sosial Media, Efikasi Diri, dan Pengetahuan Kewirausahaan berpengaruh signifikan terhadap Minat Berwirausaha mahasiswa Program Studi Akuntansi di Universitas Muhammadiyah Metro?

## **C. Tujuan Penelitian**

Dari rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh Pemanfaatan Sosial Media terhadap Minat Berwirausaha mahasiswa program studi akuntansi di Universitas Muhammadiyah Metro.
2. Untuk mengetahui pengaruh Efikasi Diri terhadap Minat Berwirausaha mahasiswa Program Studi Akuntansi di Universitas Muhammadiyah Metro.
3. Untuk mengetahui pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan terhadap minat berwirausaha mahasiswa Program Studi Akuntansi di Universitas Muhammadiyah Metro.
4. Untuk mengetahui pengaruh Pemanfaatan Sosial Media, Efikasi Diri, dan Pengetahuan Kewirausahaan terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Program Studi Akuntansi di Universitas Muhammadiyah Metro?

#### **D. Kegunaan Penelitian**

##### 1. Kegunaan Teoritis

Penelitian ini diharapkan bermanfaat untuk pengembangan ilmu pengetahuan tentang Kewirausahaan serta penelitian yang berkaitan dengan faktor yang mempengaruhi Minat Berwirausaha.

##### 2. Kegunaan Praktis

- a. Bagi peneliti sebagai tambahan pengetahuan yaitu dengan mengetahui fakta dilapangan secara langsung, sehingga dapat mengaplikasikan teori yang diperoleh serta untuk mengetahui sampai seberapa jauh hubungan antara teori yang diterima dengan prakteknya. Selain itu juga mengetahui faktor dominan apa saja yang dapat meningkatkan minat mahasiswa berwirausaha.
- b. Bagi perguruan tinggi penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan penilaian sejauh mana Pendidikan Kewirausahaan dapat meningkatkan Minat Berwirausaha pada mahasiswa, sehingga kedepannya dapat dilakukan evaluasi baik dari segi sarana dan prasarana terkait dengan adanya Pendidikan Kewirausahaan.
- c. Bagi penelitian selanjutnya penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan referensi dalam penelitian-penelitian selanjutnya.
- d. Bagi mahasiswa penelitian ini dapat dijadikan sebagai motivasi dan bahan pertimbangan akan pentingnya berwirausaha sebagai arah menentukan masa depan.

#### **E. Ruang Lingkup Penelitian**

Adapun ruang lingkup penelitian ini supaya penelitian ini tidak menyimpang jauh dari permasalahan yang diteliti dan untuk menghindari penafsiran yang salah maka peneliti membatasi ruang lingkup penelitian sebagai berikut:

1. Objek dalam penelitian ini adalah:
  - a. Pemanfaatan Sosial Media ( $X_1$ ), Efikasi Diri ( $X_2$ ), dan Pengetahuan Kewirausahaan ( $X_3$ )
  - b. Minat Berwirausaha ( $Y$ )
2. Subjek dalam penelitian ini adalah Mahasiswa aktif Program Studi S1 Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro yang sudah menempuh mata kuliah kewirausahaan.

3. Sifat penelitian ini adalah pengaruh
4. Lokasi penelitian ini adalah Universitas Muhammadiyah Metro
5. Waktu penelitian adalah pada tahun 2022.