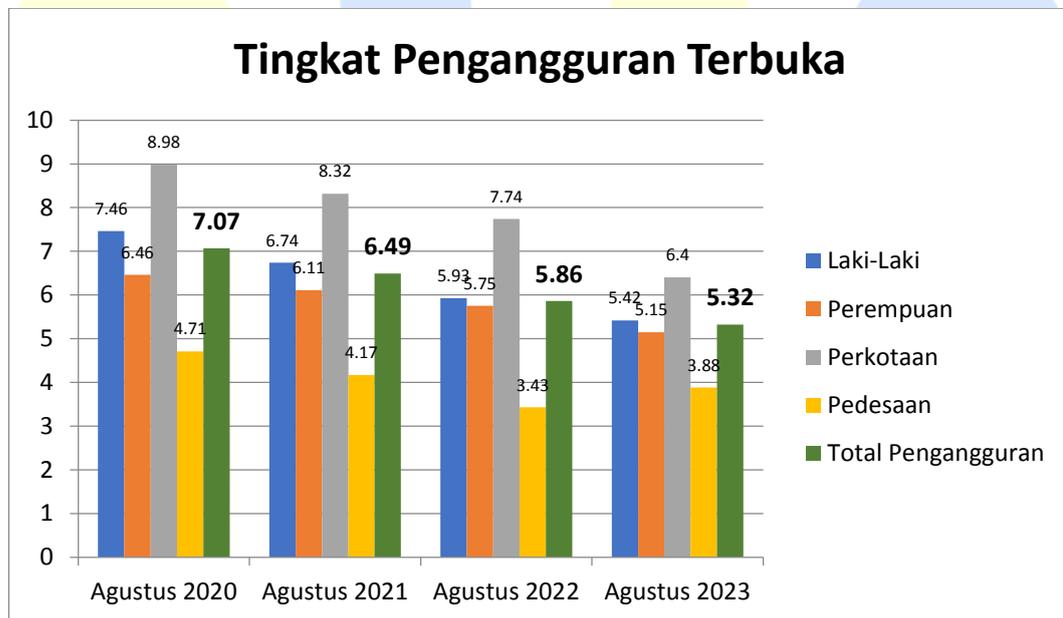


BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pertumbuhan penduduk di Indonesia semakin meningkat dari tahun ke tahun. Meningkatnya jumlah penduduk di Indonesia, menyebabkan semakin sempitnya lapangan pekerjaan. Sempitnya lapangan pekerjaan ini menyebabkan beberapa penduduk belum mendapatkan pekerjaan (menganggur). Di Indonesia, tingkat pengangguran masih tergolong tinggi dan masih belum teratasi (Dhitara & Ardiansyah, 2022). Hal ini dibuktikan dengan adanya data dari BPS mengenai tingkat pengangguran.



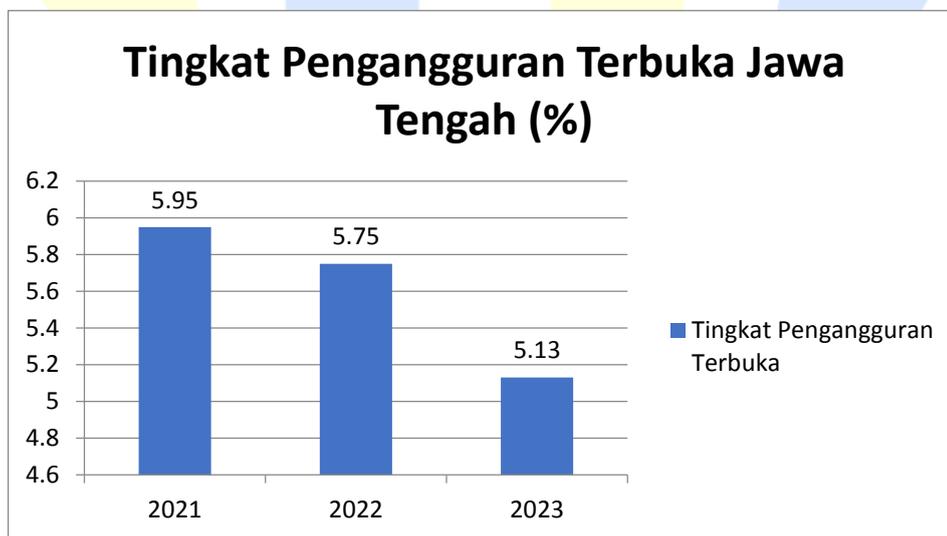
Sumber: Badan Pusat Statistik (2023)

Gambar 1. 1

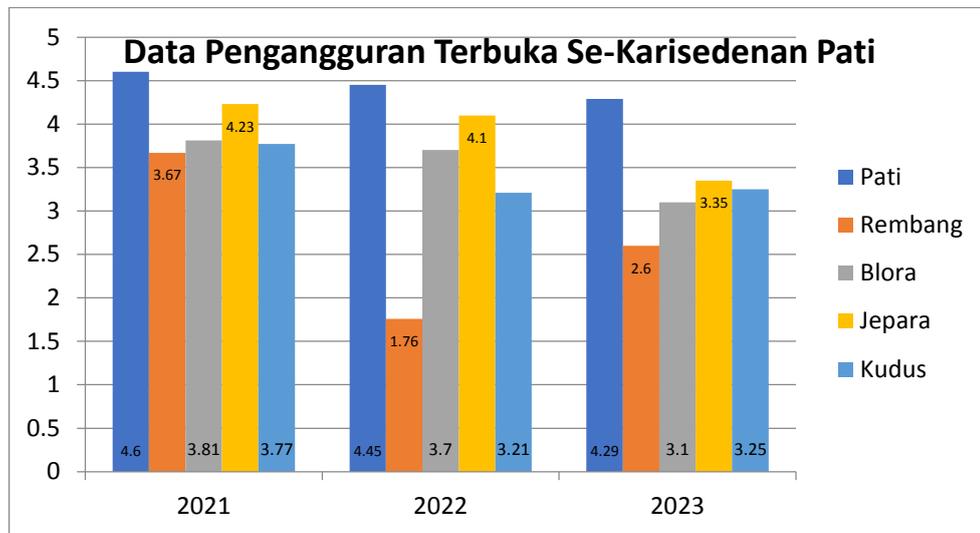
Tingkat Pengangguran Terbuka Agustus 2020-Agustus 2023 (persen)

Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik tahun 2023, dapat diketahui bahwa jumlah pengangguran di Indonesia cenderung menurun. Hal ini dapat dilihat bahwa pada tahun 2020 tingkat pengangguran mencapai 7.07%, di tahun 2021 turun menjadi 6.49% dan mengalami penurunan lagi pada tahun 2022 menjadi 5.86% dengan jumlah pengangguran sebanyak 8.4 juta orang serta pada periode Agustus 2023 tingkat pengangguran di Indonesia mengalami penurunan menjadi 5.32% dengan jumlah pengangguran sebanyak 7.86 juta. Jumlah pengangguran di Indonesia cenderung menurun dalam tiga tahun terakhir, semenjak mencapai puncak tertinggi di awal pandemi covid-19.

Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik, tingkat pengangguran terbuka di Jawa Tengah dan Karisedanan Pati cenderung fluktuatif. Hal ini dapat dilihat pada data dibawah ini:



Sumber: Badan Pusat Statistik (2023)



Sumber : Badan Pusat Statistik (2023)

Gambar 1. 2

Tingkat Pengangguran Terbuka Jawa Tengah Periode 2021- 2023 (persen)

Berdasarkan data diatas, dapat diketahui bahwa tingkat pengangguran di Jawa Tengah menurun. Berkurangnya angka pengangguran juga dapat diketahui dari data jumlah pengangguran yang terjadi di Kota, khususnya Kota Kudus. Data ini menunjukkan bahwa angka pengangguran di Kota Kudus menurun karena terdapat penurunan tentang data pencari kerja terdaftar di Kabupaten Kudus. Berikut ini merupakan detail datanya.



Sumber: Disnaker Kudus (2023)

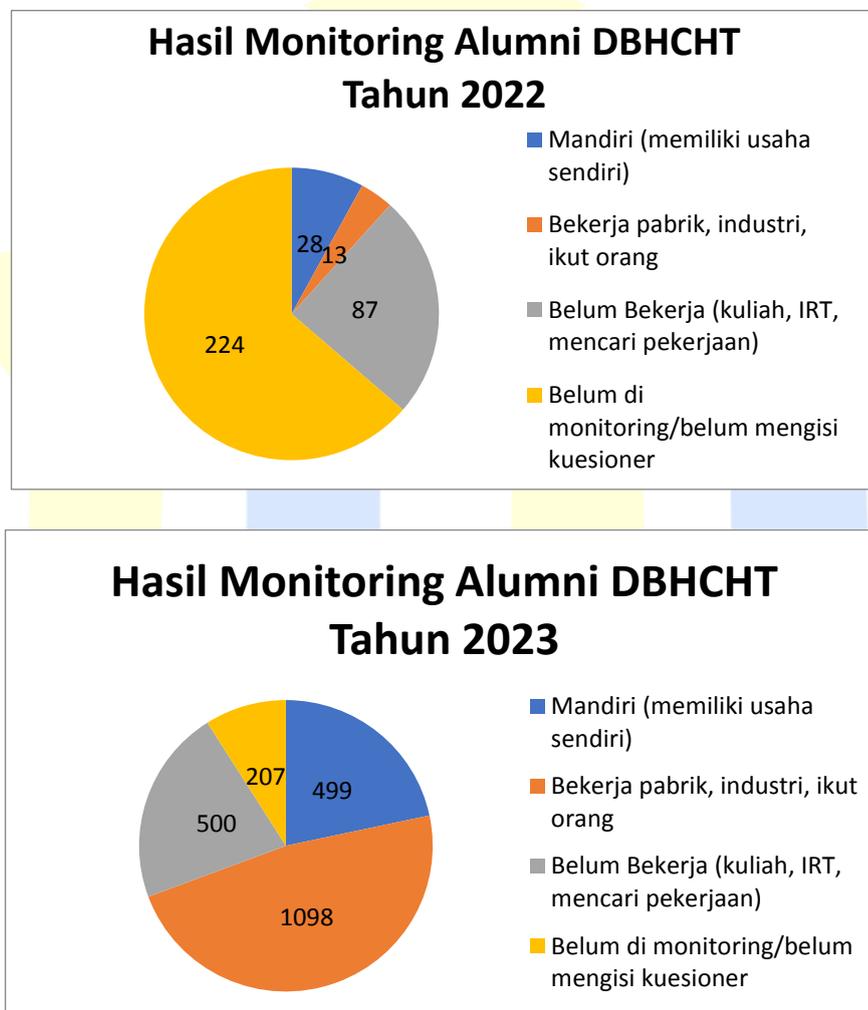
Gambar 1.3

Jumlah Pencari Kerja Terdaftar Kabupaten Kudus Tahun 2023

Berdasarkan gambar 1.3, dapat diketahui bahwa jumlah pencari kerja di Kabupaten Kudus cenderung fluktuatif. Namun pada bulan November ke Desember jumlah pencari kerja mengalami penurunan walaupun tidak signifikan. Hal ini menandakan bahwa terjadinya penurunan orang yang mencari kerja ini diduga dikarenakan beberapa orang telah bekerja, baik itu bekerja sebagai karyawan/pegawai ataupun menjalankan bisnis/usaha sendiri.

Data yang telah diungkapkan diatas juga didukung oleh data hasil monitoring alumni pelatihan BLK. BLK merupakan upaya pemerintah dalam meningkatkan sebaran lembaga pelatihan kerja, serta mendekatkan akses pelatihan kepada masyarakat atau komunitas. Dengan adanya BLK diharapkan masyarakat memiliki ketrampilan yang mampu terserap oleh dunia usaha dan industry. Pada tahun 2022 dan tahun 2023 Balai Latih Kerja di Kabupaten Kudus

menunjukkan bahwa di wilayah Kudus masih didominasi oleh masyarakat yang belum bekerja, meskipun telah ada beberapa masyarakat yang telah bekerja sebagai pegawai dan ada yang membuka bisnis/usaha sendiri. Hal tersebut dapat dilihat dari hasil monitoring yang dilakukan oleh BLK untuk mengetahui para lulusan BLK yang sudah bekerja, yang belum bekerja, yang berwirausaha dan yang meneruskan kuliah. Untuk lebih jelasnya, berikut ini merupakan data monitoring tersebut.



Sumber: Balai Latihan Kerja (BLK) Kudus (2023)

Gambar 1. 4

Hasil Monitoring Alumni DBHCHT Tahun 2022-2023

Berdasarkan gambar 1.4 diatas, dapat diketahui bahwa tingkat pengangguran di Kabupaten Kudus masih dalam kategori tinggi. Terlepas dari hal tersebut, jumlah masyarakat yang bekerja sebagai pegawai ataupun bekerja sebagai pebisnis meningkat cukup signifikan. Pada konteks ini, akan difokuskan pada jumlah wirausahawan yang meningkat drastis. Pada tahun 2022, jumlah masyarakat yang memiliki bisnis sendiri yaitu sebanyak 28 orang dan meningkat pada tahun 2023 menjadi 499 orang (BLK Kudus). Hal tersebut menandakan bahwa minat masyarakat Kudus untuk menjadi seorang wirausahawan meningkat. Fenomena ini mencerminkan perubahan paradigma dalam pandangan masyarakat terhadap peluang usaha dan kemandirian ekonomi.

Di tengah tingginya tingkat pengangguran, menjadi wirausaha seharusnya bisa menjadi alternatif yang menarik bagi banyak individu untuk menciptakan peluang kerja sendiri dan mengurangi ketergantungan pada lapangan kerja formal. Namun pada kenyataannya, sebagian besar lulusan perguruan tinggi masih lebih memilih pekerjaan yang aman dan berisiko rendah, seperti di pemerintahan atau industri swasta. Hal ini lebih sering terjadi karena pengaruh citra di masyarakat yang menyatakan bahwa salah satu rangkaian kegiatan setelah lulus perguruan tinggi adalah mencari pekerjaan (Satrionugroho & Tomo, 2020). Mereka yang memutuskan untuk mencari pekerjaan mempercayai bahwa menjadi karyawan atau pegawai adalah keputusan yang lebih mudah daripada memulai bisnis atau start-up baru yang berisiko sehingga minat berwirausaha mereka rendah. Melihat kenyataan yang dihadapi tersebut, maka perlu adanya arah pembentukan

mahasiswa sebagai individu yang mampu menciptakan lapangan pekerjaan bukan lagi sebagai pencari pekerjaan, melainkan berwirausaha. Kegiatan berwirausaha seharusnya sudah bukan hal yang asing lagi bagi mahasiswa Indonesia saat ini. Berwirausaha dapat dijadikan salah satu profesi ketika lulus dari perguruan tinggi. Selain itu, berwirausaha juga dapat membantu dalam meningkatkan kesejahteraan bagi keluarga dan kemandirian untuk membiayai hidup mahasiswa itu sendiri.

Cara untuk meningkatkan kesadaran berwirausaha antara lain dengan meningkatkan minat berwirausaha (Indriyani & Subowo, 2019). Minat berwirausaha merupakan niat seseorang dalam menciptakan usaha baru serta berani mengambil resiko ketika memulai suatu usaha (Kurniati, 2018:17). Apabila seseorang mempunyai minat yang kuat untuk berwirausaha maka dia dapat menjalankan suatu usaha yang dengan begitu tentu saja usaha yang dijalankan akan lebih fokus dan lebih terarah, sebab minat adalah hal pertama yang menentukan keberlangsungan suatu usaha (Hapuk et al., 2020).

Tabel 1. 1

Minat Berwirausaha Mahasiswa Manajemen Angkatan 2020 Universitas

Muria Kudus

No	Keterangan	Jumlah Konsistensi Mahasiswa Memiliki Minat Berwirausaha	
		Pernah	Tidak Pernah
1.	Tertarik menjadi wirausahawan di usaha sendiri daripada menjadi karyawan Perusahaan.	21 (70%)	10 (32%)
2.	Mengevaluasi keberhasilan suatu ide bisnis dengan melihat peluang di era saat ini.	26 (84%)	5 (16%)
3.	Memilih untuk menjadi wirausahawan dan menekuni bisnis/usaha untuk masa depan.	25 (81%)	6 (20%)
4.	Memanfaatkan potensi yang ada dalam diri untuk memulai suatu usaha.	22 (71%)	9 (29%)
5.	Berkeinginan mewujudkan cita - cita untuk usaha/bisnis di masa depan.	27 (88%)	4 (13%)
TOTAL		121 (394%)	34 (110%)
RATA - RATA		24 (78,8%)	7 (22%)

Sumber: Data Pra Observasi yang Diolah (2024)

Berdasarkan data observasi diatas, dari 31 responden ditemukan bahwa mahasiswa memiliki minat dalam berwirausaha namun adanya ketidak konsistenan yang membuat mereka berfikir ulang atau ragu untuk memulai sebuah usaha. Hal ini dikarenakan mungkin karena adanya faktor lain yang diluar kendali peneliti.

Faktor-faktor yang mempengaruhi minat berwirausaha yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal yang berasal dari dalam diri wirausaha dapat berupa karakteristik pribadi, sikap dan kepribadian, motivasi, dorongan, keterampilan pribadi, dan lain-lain, yang mendorong individu untuk menjadi wirausaha. Faktor eksternal berasal dari luar diri wirausahawan dan dapat berupa unsur lingkungan seperti media sosial, pengetahuan tentang usaha, lingkungan keluarga, lingkungan usaha, lingkungan fisik, dan lingkungan sosial ekonomi (Basrowi, 2014:23).

Media sosial dinilai menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi minat berwirausaha. Media sosial adalah sebuah media online, dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring social, forum dan dunia virtual. Media sosial memberikan peluang untuk mengubah sikap mahasiswa terhadap kewirausahaan, karena dapat mengurangi risiko kegagalan dan memfasilitasi pemasaran dalam pengembangan bisnis (Santoso & Afiyati, 2022). Minat berwirausaha di era 4.0 muncul dari kecanggihan perkembangan teknologi untuk kemudahan akses internet sehingga seluruh kebutuhan manusia terpenuhi melalui pemanfaatan media sosial. Kecanggihan teknologi dapat menciptakan produk yang memuaskan menjadi semakin menarik dan mudah ditemukan sehingga mendorong para wirausaha untuk terus mencari pemuasan kebutuhan tersebut (Anggraeni et al., 2018). Mahasiswa sebagai *agent of change* merupakan kelompok yang paling rentan memiliki ketergantungan terhadap internet dibandingkan segmen masyarakat yang lain (Widodo et al., 2020). Hal ini dikarenakan mahasiswa merupakan salah satu

pengguna media sosial yang sangat aktif. Oleh karena itu, media sosial dapat dijadikan terobosan dengan merubah pola pikir di lingkungan mahasiswa untuk menjadi seorang wirausaha. Untuk menjadi wirausaha yang sukses mahasiswa harus bisa memperluas jaringan yang luas untuk lebih berkomunikasi dengan yang lainnya itu menggunakan internet (Prasetio & Hariyani, 2020). Berdasarkan pengamatan peneliti, menunjukkan adanya permasalahan dalam variabel media sosial yaitu mayoritas mahasiswa saat ini masih banyak yang belum memanfaatkan sosial media secara optimal dalam kegiatan berwirausaha pada era digital. Mayoritas mahasiswa menggunakan sosial media hanya untuk melihat isu terbaru, game, serta digunakan untuk sarana komunikasi.

Pengetahuan kewirausahaan menjadi faktor lain yang dapat menumbuhkan minat seorang dalam berwirausaha. Salah satu pendorong tumbuhnya kewirausahaan di negeri ini adalah peran perguruan tinggi dalam menyelenggarakan pembelajaran tentang kewirausahaan sehingga dapat menambah pengetahuan kewirausahaan. Pengetahuan kewirausahaan adalah kemampuan individu untuk menciptakan ide-ide atau peluang baru melalui pemikiran kreatif dan tindakan inovatif, yang nantinya dapat dimanfaatkan secara efektif (Sulistiowati et al., 2024). Seorang wirausahawan tidak akan berhasil apabila tidak memiliki pengetahuan. Sehingga untuk menjadi wirausaha yang sukses diperlukan perencanaan bisnis yang matang dan berani untuk mengambil risiko yang akan terjadi dalam menjalankan bisnis tersebut (Prasetio & Hariyani, 2020). Dengan pembelajaran tentang kewirausahaan yang didapat semasa kuliah diharapkan dapat digunakan oleh mahasiswa untuk memulai sebuah usaha.

Namun, berdasarkan pengamatan peneliti, mahasiswa masih minim pengetahuan tentang kewirausahaan. Ilmu kewirausahaan yang didapatkan mahasiswa semasa kuliah belum dimanfaatkan secara maksimal dimana mahasiswa belum membahas wirausaha secara mendalam dan ilmu kewirausahaan yang didapatkan juga belum dipraktekkan untuk menjalankan sebuah usaha.

Self efficacy juga menjadi salah satu faktor yang dapat mempengaruhi minat berwirausaha. *Self efficacy* merupakan tentang kemampuan dan keyakinan seseorang dalam dirinya untuk menjalankan kegiatan dan tanggung jawabnya dalam melakukan suatu usaha yang dibutuhkan untuk memperoleh hasil yang sudah ditetapkan sebelumnya (Karlina et al., 2023). *Self efficacy* memiliki peranan penting dalam menumbuh kembangkan minat berwirausaha seseorang, karena dengan seseorang memiliki keyakinan yang kuat akan keberhasilan dari tujuan yang akan dicapainya maka semakin besar pula minat seseorang untuk melakukan suatu tindakan. Seorang wirausahawan mempunyai efikasi diri yang besar, maka akan memberikan dorongan secara tidak langsung untuk meningkatkan keberanian, percaya diri, inisiatif, kreatif, serta ketekunan dalam berwirausaha (Santoso & Afiyati, 2022). Namun, berdasarkan wawancara dengan beberapa mahasiswa manajemen angkatan 2020, masih banyak mahasiswa yang belum memiliki keyakinan penuh atas potensi yang dimiliki dalam diri. Mahasiswa lebih memilih bekerja di sebuah instansi dibandingkan untuk memulai sebuah usaha. Hal ini dikarenakan, mereka masih belum memiliki keyakinan penuh untuk memulai sebuah usaha maupun menghadapi resiko yang kemungkinan terjadi dalam menjalankan sebuah usaha.

Universitas Muria Kudus merupakan salah satu perguruan tinggi di Jawa Tengah dengan 6 fakultas, salah satu diantaranya adalah Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Pembelajaran dengan mata kuliah kewirausahaan telah menjadi bagian pembelajaran yang mewajibkan mahasiswa dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis menjalani mata kuliah keterampilan kewirausahaan dengan materi serta bahan ajar yang mendukung untuk perkembangan dalam wirausaha. Bisa disimpulkan semua mahasiswa sudah memiliki bekal sebagai *entrepreneur*. Hal ini tentu berpeluang baik dan positif bagi para mahasiswa untuk membuka wawasan tentang minatnya untuk melakukan wirausaha.

Research gap dalam penelitian ini yaitu; penelitian yang dilakukan oleh Indriyani & Subowo (2019), menunjukkan hasil bahwa adanya pengaruh signifikan pengetahuan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha. Sedangkan menurut penelitian Sundari & Nugroho (2022), menunjukkan bahwa pengetahuan kewirausahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha.

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Sahroh (2019), menemukan bahwa tingkat penggunaan media sosial memiliki pengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha. Akan tetapi hal tersebut bertolak belakang dengan hasil penelitian dari Jumadi & Mustofa (2022) menunjukkan bahwa media sosial tidak berpengaruh signifikan terhadap minat usaha.

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Mahmud & Sa'adah (2019) menyatakan bahwa *self efficacy* berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha. Sedangkan pada penelitian Putry et al. (2020) menunjukkan bahwa *self efficacy* tidak berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha.

Atas dasar temuan di atas, penelitian minat berwirausaha dengan menghadirkan *self-efficacy* sebagai variabel intervening, karena pengaruh media sosial dan pengetahuan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha usaha masih inkonsisten, kadang berpengaruh bahkan tidak berpengaruh sama sekali. Dengan demikian, pengaruh media sosial dan pengetahuan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha dengan mempertimbangkan variabel intervening *self efficacy* menjadi hal yang menarik untuk diteliti kembali. Adapun judul penelitian yang akan peneliti angkat adalah **“Pengaruh Media Sosial, Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Melalui *Self-Efficacy* pada Mahasiswa Manajemen Universitas Muria Kudus Angkatan 2020”**.

1.2 Ruang Lingkup

Ruang lingkup permasalahan adalah sebagai berikut:

1. Objek penelitian adalah seluruh mahasiswa manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus Angkatan tahun 2020 yaitu 532.
2. Variabel eksogen dalam penelitian ini adalah media sosial (X1) dan pengetahuan kewirausahaan (X2).
3. Variabel endogen dalam penelitian ini adalah minat berwirausaha (Y)
4. Penelitian ini menggunakan variabel intervening yaitu *self efficacy* (Z)
5. Jangka waktu dalam penelitian adalah 2 bulan setelah proposal disetujui.
6. Responden penelitian ini adalah mahasiswa yang telah menempuh mata kuliah keterampilan wajib kewirausahaan.

1.3 Perumusan Masalah

1. Media sosial hanya dijadikan sarana komunikasi oleh mahasiswa dan belum dimanfaatkan untuk kegiatan berwirausaha.
2. Masih minimnya pengetahuan mahasiswa tentang kewirausahaan dan belum dimanfaatkan secara maksimal oleh mahasiswa dalam memulai sebuah usaha.
3. Adanya ketidak konsistenan minat berwirausaha dalam diri mahasiswa.
4. Masih banyak mahasiswa yang belum memiliki keyakinan penuh atas potensi yang dimiliki dalam diri. Selain itu, mahasiswa masih belum memiliki efikasi diri yang tinggi untuk memulai sebuah usaha maupun menghadapi resiko yang kemungkinan terjadi dalam menjalankan sebuah usaha.

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan diatas, maka pertanyaan penelitian adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh media sosial terhadap minat berwirausaha mahasiswa manajemen Universitas Muria Kudus Angkatan 2020?
2. Bagaimana pengaruh pengetahuan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha mahasiswa manajemen Universitas Muria Kudus Angkatan 2020?
3. Bagaimana pengaruh media sosial terhadap *self efficacy* mahasiswa manajemen Universitas Muria Kudus Angkatan 2020?
4. Bagaimana pengaruh pengetahuan kewirausahaan terhadap *self efficacy* mahasiswa manajemen Universitas Muria Kudus Angkatan 2020?

5. Bagaimana pengaruh *self efficacy* terhadap minat berwirausaha mahasiswa manajemen Universitas Muria Kudus Angkatan 2020?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah penelitian diatas, maka tujuan dari penelitian ini yaitu:

1. Untuk menganalisis pengaruh media sosial terhadap minat berwirausaha mahasiswa manajemen Universitas Muria Kudus Angkatan 2020.
2. Untuk menganalisis pengaruh pengetahuan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha mahasiswa manajemen Universitas Muria Kudus Angkatan 2020.
3. Untuk menganalisis pengaruh media sosial terhadap *self efficacy* mahasiswa manajemen Universitas Muria Kudus Angkatan 2020.
4. Untuk menganalisis pengaruh pengetahuan kewirausahaan terhadap *self efficacy* mahasiswa manajemen Universitas Muria Kudus Angkatan 2020.
5. Untuk menganalisis pengaruh *self efficacy* terhadap minat berwirausaha mahasiswa manajemen Universitas Muria Kudus Angkatan 2020.

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Secara Teoritis

Penelitian ini dilakukan untuk membuktikan secara teoritis di lapangan terkait pengaruh media sosial dan pengetahuan kewirausahaan

melalui *self efficacy* terhadap minat usaha mahasiswa dan dapat digunakan sebagai bahan acuan dibidang penelitian yang sejenis.

b. Secara Praktis

Penelitian ini dilakukan untuk memberikan gambaran tentang praktek terkait pengaruh media sosial dan pengetahuan kewirausahaan melalui *self efficacy* terhadap minat usaha mahasiswa.

