

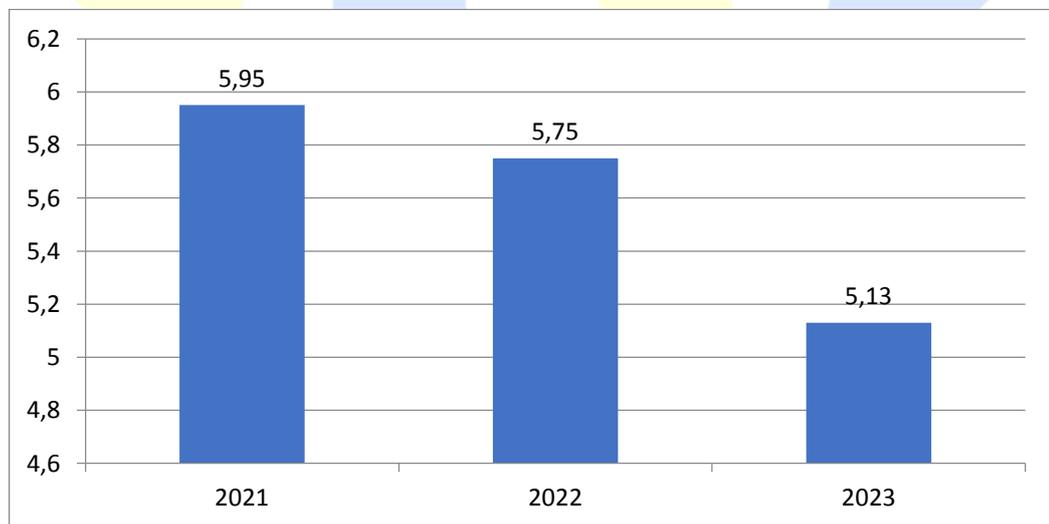
BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang

Salah satu tantangan utama yang dihadapi negara-negara berkembang seperti Indonesia adalah masalah ketenagakerjaan. Setiap tahun, populasi terus bertambah namun kesempatan kerja tidak mengikuti laju pertumbuhan tersebut, sehingga menyebabkan meningkatnya tingkat pengangguran secara luas. Di Indonesia, tingkat pengangguran masih belum bisa diatasi dengan baik. Tidak peduli tingkat pendidikan yang mereka miliki, setiap individu yang mencari pekerjaan harus bersaing dalam pasar kerja yang terbatas (Gustina et al., 2022).

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



Sumber : Badan Pusat Statistik (2023)

Gambar 1. 1
Tingkat Pengangguran Terbuka Jawa Tengah Periode 2021- 2023 (persen)

Berdasarkan data diatas, dapat diketahui bahwa tingkat pengangguran di Jawa Tengah menurun. Hal ini dibuktikan dengan tingkat pengangguran yang

tahun 2021, 2022 dan 2023 berturut-turut yaitu 5.95%, 5.57% dan 5.13%. Meskipun mengalami penurunan, namun angka pengangguran tersebut masih tergolong tinggi. Hal ini menandakan bahwa meskipun terdapat perbaikan, masih diperlukan upaya lebih lanjut untuk mengatasi masalah ketenagakerjaan di Jawa Tengah.

Dilihat dari sisi tingkat pendidikan, ternyata tingkat pengangguran yang masih tinggi ini didominasi oleh kalangan yang memiliki latar belakang pendidikan di tingkat universitas. Meskipun telah menempuh pendidikan tinggi, banyak lulusan universitas yang masih mengalami kesulitan dalam memperoleh pekerjaan yang sesuai dengan kualifikasi mereka (Adriyanto et al., 2020).

Tabel 1. 1
Jumlah Pengangguran Berdasarkan Tingkat Pendidikan Universitas (Sarjana) yang ditamatkan

Tahun	Jumlah Pengangguran (orang)
Februari 2022	884.769
Agustus 2022	673.485
Februari 2023	753.732
Agustus 2023	787.973

Sumber : Badan Pusat Statistik (2023)

Berdasarkan tabel 1.1 dapat diketahui bahwa jumlah pengangguran masih didominasi oleh kalangan yang telah menyelesaikan pendidikan di tingkat universitas. Hal ini terbukti dari tahun ke tahun, terjadi peningkatan jumlah pengangguran kalangan sarjana. Pada Februari 2022 jumlah pengangguran mencapai 884.769 orang, kemudian pada Agustus 2022 menurun menjadi 673.485 orang, pada Februari 2023 meningkat menjadi 753.732 orang dan pada Agustus 2023 juga meningkat menjadi 787.973 orang. Hal ini menandakan bahwa masih

terdapat kesenjangan antara kualifikasi pendidikan dengan tuntutan pasar kerja, serta masih kurangnya ketersediaan pekerjaan yang sesuai dengan latar belakang pendidikan para lulusan universitas. Hal ini dapat diketahui bahwa lulusan yang memiliki pendidikan tinggi tidak menjamin memiliki pekerjaan.

Tabel 1. 2

Jumlah Pengangguran Terbuka (TPT) di Kabupaten Kudus Tahun 2020-2023

Tahun	Jumlah Pengangguran (%)
2020	5,53
2021	3,77
2022	3,21
2023	3,25

Sumber : Badan Pusat Statistik Jawa Tengah (2024)

Berdasarkan tabel 1.2 terlihat jika jumlah pengangguran di Kabupaten Kudus masih cukup tinggi. Meskipun pada tahun 2020-2022 terlihat adanya penurunan, namun pada tahun 2023 kembali terjadi peningkatan pada jumlah pengangguran terbuka di Kabupaten Kudus. Hal ini dapat terjadi karena tingginya jumlah tenaga kerja namun tidak diimbangi dengan jumlah lowongan pekerjaan yang memadai. Realita yang ada pun menunjukkan bahwa sebagian besar pengangguran masih lebih memilih pekerjaan yang aman dan berisiko rendah dibandingkn dengan berwirausaha (Dewi, 2017:33).

Tabel 1.3
Data Populasi Mahasiswa di Kabupaten Kudus

No	Nama Universitas	Jumlah Progdi (S1)	Jumlah Fakultas (S1)	Jumlah Mahasiswa Angkatan 2020
1	UMK	16	6	12.020
2	UMKU	14	3	1.642
3	UIN Sunan Kudus	26	5	12.891
Jumlah Mahasiswa				26.553

Sumber : Ppdikti(2024).

Berdasarkan tabel 1.3, terlihat jumlah mahasiswa di beberapa perguruan tinggi terbaik di Kabupaten Kudus. Data yang ada menunjukkan jumlah mahasiswa terbanyak ada di UIN Sunan Kudus, kemudian UMK, dan terakhir UMKU. Hal ini menunjukkan banyaknya jumlah angkatan kerja berpendidikan di Kabupaten Kudus sangat tinggi.

Menurut Brilianti et al. (2023) minat berwirausaha merupakan pemusatan perhatian pada wirausaha karena adanya rasa suka dan disertai keinginan mempelajari, mengetahui dan membuktikan lebih lanjut terhadap wirausaha. Minat berwirausaha adalah dorongan atau keinginan individu untuk terlibat dalam kegiatan bisnis dengan menggunakan keterampilan yang dimilikinya serta kemampuan untuk mengidentifikasi dan mengembangkan peluang usaha. Minat berwirausaha tidak hanya berasal dari pengetahuan yang diperoleh, tetapi juga didorong oleh kepuasan pribadi terhadap aktivitas tersebut. Individu yang memiliki minat yang kuat dalam dunia bisnis cenderung memiliki potensi yang lebih besar untuk mendirikan usaha sendiri di masa depan (Putra & Sakti, 2023).

Fenomena yang terjadi terkait dengan minat wirausaha yaitu masih kurangnya minat dan masih terdapat keraguan masyarakat, khususnya para mahasiswa untuk memulai sebuah usaha. Hal ini dikarenakan masih banyak

mahasiswa yang takut gagal dalam membangun sebuah usaha. Banyak mahasiswa yang merasa terbebani dengan risiko kegagalan dalam menjalankan usaha mereka, sehingga lebih memilih untuk mencari pekerjaan yang lebih konvensional dan aman.

Terdapat beberapa faktor yang dapat mempengaruhi minat berwirausaha, salah satunya adalah pendidikan kewirausahaan. Pendidikan kewirausahaan adalah proses pembelajaran yang bertujuan untuk mengembangkan pengetahuan, keterampilan, dan sikap yang diperlukan untuk menjadi seorang wirausahawan yang sukses (Jassin & Dewi, 2023). Melalui pendidikan kewirausahaan, individu dipersiapkan untuk mengidentifikasi, mengembangkan, dan mengelola peluang bisnis dengan cara yang inovatif dan efektif. Pendidikan kewirausahaan juga bertujuan untuk membentuk sikap yang proaktif, mandiri, dan kreatif dalam menghadapi tantangan dalam dunia bisnis (Yanti, 2019). Saat ini telah banyak universitas-universitas yang telah membekali mahasiswanya dengan pendidikan kewirausahaan di seluruh jurusan ataupun program studi dan menjadikannya sebagai mata kuliah yang wajib diikuti (Dewi, 2017:35). Mata kuliah kewirausahaan tidak hanya dianggap sebagai kewajiban dalam pengelolaan kurikulum akademik, tetapi juga dipandang sebagai strategi yang memiliki dampak sosial dan ekonomi yang penting. Pendekatan sosialnya menekankan bahwa lulusan dapat berperan dalam menciptakan peluang kerja bagi masyarakat setelah menyelesaikan studinya. Sementara itu, pendekatan ekonominya menyoroti bahwa wirausaha tidak hanya menghasilkan pendapatan bagi diri mereka sendiri, tetapi juga bagi orang lain dan pemerintah (Afrianty, 2020).

Fenomena yang terjadi terkait dengan pendidikan kewirausahaan ini yaitu mahasiswa hanya memperoleh pendidikan kewirausahaan secara teori saja dan kurang adanya praktek lapangan secara langsung. Hal ini mengakibatkan kesenjangan antara teori yang dipelajari di dalam kelas dan realitas yang dihadapi di lapangan. Meskipun mahasiswa belajar tentang konsep-konsep bisnis dan strategi kewirausahaan di kelas, mereka seringkali kesulitan mengaplikasikan pengetahuan tersebut dalam situasi nyata (Wardani et al., 2024). Kurangnya pengalaman praktis dalam memulai dan mengelola bisnis dapat menjadi hambatan bagi mahasiswa untuk benar-benar memahami proses dan tantangan yang terlibat dalam berwirausaha (Putri & Wahyuni, 2023).

Penggunaan media sosial juga sebuah faktor yang dapat mempengaruhi minat berwirausaha. Penggunaan media sosial merujuk pada aktivitas yang melibatkan interaksi, berbagi konten, dan berkomunikasi melalui *platform-platform* digital yang memungkinkan pengguna untuk terhubung dengan orang lain secara *online* (Zen & Sitanggang, 2023). *Platform-platform* ini mencakup berbagai jenis situs web dan aplikasi, seperti Facebook, Twitter, Instagram, dan lain sebagainya. Penggunaan media sosial dapat meliputi berbagai aktivitas, seperti berbagi foto dan video, mengirim pesan teks atau suara, membuat postingan, mengomentari, serta berpartisipasi dalam kelompok atau komunitas *online* (Prasetio, 2020). Permasalahan dalam variabel media sosial ini adalah dimana mayoritas mahasiswa saat ini masih banyak yang belum memanfaatkan sosial media secara optimal dalam kegiatan berwirausaha pada era digital saat ini. Mayoritas mahasiswa menggunakan sosial media hanya untuk melihat isu terbaru,

game edukasi, serta dapat memudahkan orang lain berkomunikasi (Sahroh, 2018). Mahasiswa sebagai *agent of change* merupakan kelompok yang paling rentan memiliki ketergantungan terhadap internet dibandingkan segmen masyarakat yang lain (Simanjuntak et al., 2024).

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 menumbuhkan 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 (Afiyati & Santoso, 2022). Namun, dalam hal ini masih banyak mahasiswa yang belum memiliki keyakinan penuh atas potensi yang dimiliki dalam dirinya. Selain itu, mahasiswa masih belum memiliki keyakinan untuk memulai sebuah usaha maupun menghadapi resiko yang kemungkinan terjadi dalam menjalankan sebuah usaha.

Terdapat beberapa *research gap* penelitian ini, diantaranya terkait dengan pendidikan kewirausahaan, penelitian Lelliezza (2019) menunjukkan bahwa pendidikan kewirausahaan berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha.

Berbeda dengan hasil penelitian Jassin & Dewi (2023) yang menunjukkan bahwa pendidikan kewirausahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha.

Begitupun pada variabel penggunaan media sosial, terdapat beberapa *research gap* yaitu pada penelitian Satrio Nugroho (2020) penggunaan media sosial berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa. Berbeda dengan hasil penelitian Susilawaty (2022) yang menunjukkan bahwa penggunaan media sosial tidak berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha.

Pada penelitian Afiyati dan Santoso (2021) menyatakan bahwa pengetahuan kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap *self efficacy*. Namun, pada hasil penelitian Lestari & Sukirman (2023) menunjukkan hasil penelitian bahwa pendidikan kewirausahaan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap *self efficacy*.

Hasil penelitian Afiyati dan Santoso (2021) menyatakan bahwa penggunaan media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap *self efficacy*. Sedangkan pada hasil penelitian Badawi et.al (2022), penggunaan media sosial berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap *self efficacy*.

Terkait dengan *self efficacy*, pada penelitian Safitri & Ridho (2024) menyatakan bahwa *self efficacy* berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha. Berbeda dengan hasil penelitian dari Putry et al. (2020) yang menunjukkan bahwa *self efficacy* tidak berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha.

Mahasiswa dijadikan sebagai subjek penelitian dikarenakan mahasiswa merupakan kelompok yang penting dalam konteks pendidikan kewirausahaan dan penggunaan media sosial. Sebagai calon pemimpin dan penggerak ekonomi masa depan, minat berwirausaha mereka memiliki dampak yang signifikan terhadap pembangunan ekonomi lokal dan nasional. Selain itu, mahasiswa sering kali merupakan pengguna aktif media sosial, sehingga pengaruhnya terhadap minat berwirausaha dapat lebih dipahami melalui penelitian ini. Pendidikan kewirausahaan dipilih karena menjadi faktor penting dalam membentuk pengetahuan, keterampilan, dan sikap yang diperlukan untuk menjadi wirausahawan yang sukses. Sementara penggunaan media sosial dipertimbangkan karena peranannya yang semakin dominan dalam mempengaruhi perilaku dan pola pikir generasi muda, termasuk dalam konteks minat berwirausaha. Selain itu, *self efficacy* dipilih sebagai variabel intervening karena keyakinan individu terhadap kemampuan mereka sendiri diyakini memengaruhi seberapa besar pengaruh pendidikan kewirausahaan dan penggunaan media sosial terhadap minat berwirausaha.

Melihat kondisi hasil penelitian terdahulu yang masih memiliki perbedaan hasil penelitian dan gambaran keadaan minat berwirausaha oleh mahasiswa, maka peneliti akan melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan dan Penggunaan Media Sosial Terhadap Minat Berwirausaha Dengan *Self Efficacy* Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Mahasiswa Kabupaten Kudus)”**.

1.2 Ruang Lingkup

Penelitian membatasi permasalahan yang akan diteliti secara garis besar membahas mengenai pengaruh pendidikan kewirausahaan dan penggunaan media sosial terhadap minat berwirausaha dengan *self efficacy* sebagai variabel intervening. Ruang lingkup yang akan dibahas dalam penelitian ini mengenai:

1. Variabel dalam penelitian ini adalah:
 - a. Variabel eksogen: Pendidikan Kewirausahaan (X1) dan Penggunaan Media Sosial (X2)
 - b. Variabel endogen: Minat Berwirausaha (Y)
 - c. Variabel intervening: *Self Efficacy* (Z)
2. Subjek yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah mahasiswa di Kabupaten Kudus yang meliputi Universitas Muria Kudus, UIN Sunan Kudus, Universitas Muhamadiyah Kudus.
3. Responden penelitian ini adalah mahasiswa minimal semester 6 yang telah mengikuti mata kuliah kewirausahaan.
4. Waktu penelitian dilakukan selama 1 bulan setelah proposal disetujui.

1.3 Perumusan Masalah

Penjelasan di atas, maka yang menjadi pokok permasalahan dalam penelitian ini adalah:

1. Terkait dengan pendidikan kewirausahaan, permasalahan/fenomenanya yaitu mahasiswa belum paham secara nyata tentang konsep berwirausaha, hal ini dikarenakan mahasiswa hanya memperoleh

pendidikan kewirausahaan secara teori saja dan kurang adanya praktek lapangan secara langsung

2. Mayoritas mahasiswa saat ini masih banyak yang belum memanfaatkan sosial media dalam kegiatan berwirausaha pada era digital saat ini.
3. Masih banyak mahasiswa yang belum yakin untuk memulai usaha, karena cenderung memilih pekerjaan yang aman dan berisiko rendah dibandingkan dengan berwirausaha.

Berdasarkan identifikasi permasalahan tersebut maka pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh pendidikan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha mahasiswa di Kabupaten Kudus?
2. Bagaimana pengaruh penggunaan media sosial terhadap minat berwirausaha mahasiswa di Kabupaten Kudus?
3. Bagaimana pengaruh pendidikan kewirausahaan terhadap *self efficacy* mahasiswa di Kabupaten Kudus?
4. Bagaimana pengaruh penggunaan media sosial terhadap *self efficacy* mahasiswa di Kabupaten Kudus?
5. Bagaimana pengaruh pendidikan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha melalui *self efficacy* mahasiswa di Kabupaten Kudus?
6. Bagaimana pengaruh penggunaan media sosial terhadap minat berwirausaha melalui *self efficacy* mahasiswa di Kabupaten Kudus?

1.4 Tujuan Penelitian

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

1. Menganalisis pengaruh pendidikan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha mahasiswa di Kabupaten Kudus.
2. Menganalisis pengaruh penggunaan media sosial terhadap minat berwirausaha mahasiswa di Kabupaten Kudus.
3. Menganalisis pengaruh pendidikan kewirausahaan terhadap *self efficacy* mahasiswa di Kabupaten Kudus.
4. Menganalisis pengaruh penggunaan media sosial terhadap *self efficacy* mahasiswa di Kabupaten Kudus.
5. Menganalisis pengaruh *self efficacy* terhadap minat berwirausaha mahasiswa di Kabupaten Kudus.
6. Menganalisis pengaruh pendidikan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha melalui *self efficacy* mahasiswa di Kabupaten Kudus.
7. Menganalisis pengaruh penggunaan media sosial terhadap minat berwirausaha melalui *self efficacy* mahasiswa di Kabupaten Kudus.

1.5 Manfaat Penelitian

Terkait dengan tujuan penelitian, maka penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini dapat menyumbangkan pemahaman yang lebih dalam tentang faktor-faktor yang memengaruhi minat berwirausaha di kalangan mahasiswa, dengan memperhitungkan peran pendidikan kewirausahaan,

penggunaan media sosial, dan *self efficacy*. Memberikan kontribusi terhadap pengembangan teori tentang hubungan antara variabel-variabel yang diteliti, seperti pendidikan kewirausahaan, penggunaan media sosial, *self efficacy*, dan minat berwirausaha, serta peran *self efficacy* sebagai variabel intervening. Menawarkan wawasan baru dalam bidang pendidikan kewirausahaan dan psikologi, dengan menggali lebih dalam tentang faktor-faktor psikologis yang memengaruhi minat dan kesiapan individu untuk berwirausaha.

2. Manfaat praktis

Memberikan pemahaman yang lebih baik tentang pentingnya pendidikan kewirausahaan dan penggunaan media sosial dalam mengembangkan minat berwirausaha. Mendorong mahasiswa untuk meningkatkan *self efficacy* mereka, sehingga dapat mempersiapkan mereka secara lebih baik untuk menghadapi tantangan dalam berwirausaha di masa depan. Memberikan inspirasi dan motivasi bagi mahasiswa untuk mengeksplorasi peluang-peluang bisnis dan mengembangkan potensi kewirausahaan mereka sendiri.