

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan globalisasi memberikan dampak signifikan terhadap berbagai aspek sosial dan ekonomi suatu negara. Di Indonesia, salah satu tantangan terbesar yang dihadapi adalah ketidakseimbangan antara meningkatnya jumlah pencari kerja dan terbatasnya lapangan pekerjaan yang tersedia. Kondisi ini menyebabkan banyak masyarakat kesulitan memperoleh pendapatan yang memadai untuk mencukupi keperluan hidup tiap hari. Dampak lebih lanjut yang sering muncul adalah meningkatnya angka pengangguran, yang berpotensi menyebabkan krisis ekonomi. Berdasarkan data *Trading Economics*, Indonesia tercatat sebagai negara dengan tingkat pengangguran tertinggi ketiga di Asia Tenggara, setelah Malaysia, dengan angka pengangguran mencapai 7,28% atau sekitar 68,7 juta orang pada Februari 2025 (Yitawati, 2023)

Menurut Badan Pusat Statistik (BPS) Indonesia pada tahun 2025, terdapat 153,05 juta Angkatan Kerja, sebanyak 145,77 Juta Pekerja dan 7,28 Juta Pengangguran dengan data Tingkat Pengangguran Terbuka (TPT) pada Februari 2024 sebesar 4,82 persen, kemudian pada Agustus 2024 naik menjadi 4,91 % dan kini, pada Februari 2025 Tingkat Pengangguran Terbuka (TPT) sebesar 4,76% turun 0,15 % poin dibanding Agustus 2024 (BPS, 2025). Berdasarkan Sensus Ekonomi 2026 Jumlah Angkatan Kerja pada tahun 2025 sebanyak 153,05 Juta Orang, sekitar 15,22%, merupakan lulusan D4, S1, S2, dan S3. Namun Tingkat Pengangguran Terbuka berdasarkan Pendidikan menunjukkan bahwa hanya 4,83% Lulusan Diploma I/II/III dan 5,25% Lulusan Universitas yang bekerja. Bahkan angka ini lebih tinggi dibandingkan dengan tingkat pengangguran pada lulusan SD atau yang tidak pernah sekolah, yang hanya mencapai 2,32%. (BPS, 2025). Fakta ini menunjukkan bahwa pendidikan tinggi tidak selalu menjamin kesiapan kerja, sehingga menumbuhkan semangat berwirausaha menjadi salah satu alternatif solusinya.

Meskipun kewirausahaan dapat menjadi solusi terhadap tantangan ekonomi. Namun, banyak individu yang menghadapi kesulitan dalam mengembangkan minat untuk berwirausaha. Hal ini bisa disebabkan oleh berbagai faktor, seperti kurangnya pengetahuan praktis, rasa takut gagal, atau keterbatasan modal. Oleh karena itu, penting untuk memahami lebih dalam faktor-faktor yang mempengaruhi minat berwirausaha, terutama dikalangan mahasiswa (Aghniya & Subroto, 2021). Minat berwirausaha mahasiswa dipengaruhi oleh banyak faktor, termasuk faktor internal dan lingkungan sekitar. Secara umum, sifat pribadi seperti kepercayaan diri, keberanian mengambil risiko, dan keinginan untuk mandiri secara finansial dapat menyebabkan peningkatan minat ini. Lingkungan keluarga juga penting, terutama jika orang tua atau anggota keluarga lain bekerja, menjadi teladan bagi mahasiswa untuk mengikuti. Selain itu, pendidikan juga memiliki peran yang signifikan, terutama melalui pelatihan kewirausahaan, kursus bisnis, Dorongan moral dan kerja sama dapat mendorong mahasiswa untuk melakukan sesuatu (Ruswati, 2018). Namun, minat mahasiswa untuk berwirausaha mulai bergeser dari bentuk konvensional (offline) ke digital (*online*) seiring dengan kemajuan teknologi informasi.

Diera digitalisasi seperti saat ini teknologi digital sangat dibutuhkan dari berbagai kalangan hal tersebut dibuktikan pada hasil data pengguna internet di Indonesia.

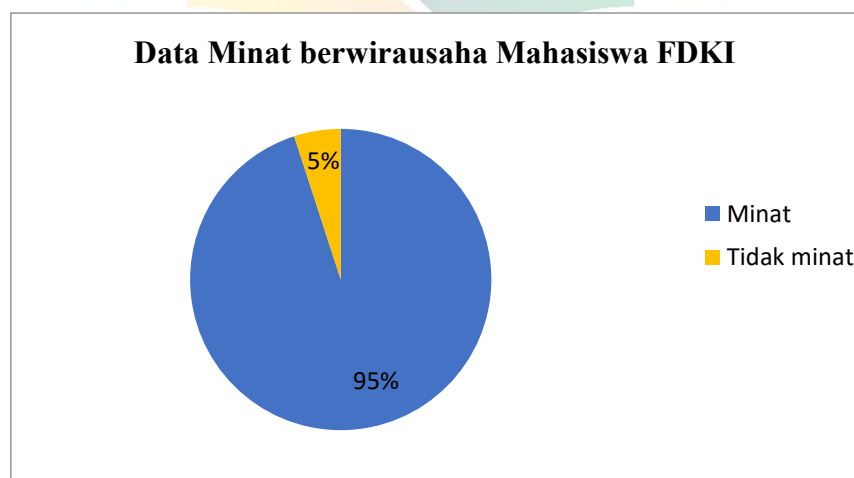


Gambar 1.1 Pengguna Internet 2024

Sumber Hootsuite, we are social, datareportal.com

Berdasarkan Laporan *We Are Social* yang dikutip dari Hootsuite menunjukkan bahwa pada tahun 2024, total pengguna internet di Indonesia 185.3 juta orang, atau sekitar 66.5%. Pengguna *smartphone* mendominasi, dengan sekitar 139 juta orang aktif menggunakan media sosial. Kondisi ini menciptakan peluang besar bagi generasi muda, khususnya mahasiswa, untuk memanfaatkan teknologi digital dalam membangun usaha secara mandiri. Mahasiswa sebagai bagian dari agen perubahan diharapkan tidak hanya siap menjadi pencari kerja, tetapi juga mampu menjadi pencipta lapangan kerja.

Mahasiswa Fakultas Dakwah Komunikasi Islam UIN Siber Syekh Nurjati Cirebon (SSC) sebagai merupakan bagian dari generasi digital yang memiliki potensi besar untuk menjadi pelaku wirausaha. Untuk melihat sejauh mana minat mereka dalam berwirausaha. Berikut ini merupakan data hasil survei mengenai minat berwirausaha pada mahasiswa FDKI UIN Siber Syekh Nurjati Cirebon:



Gambar 1.2 Minat Berwirausaha mahasiswa

Gambar 1.2 memperlihatkan bahwa sebanyak 95% mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi Islam UIN Siber Syekh Nurjati Cirebon (SSC) memiliki minat dalam berwirausaha. faktor-faktor yang memengaruhi minat tersebut antara lain biaya yang relatif terjangkau serta kemampuan produk untuk menjangkau pasar yang luas dan membangun citra merek (*branding*) dengan cepat. Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa FDKI memiliki potensi besar untuk mengembangkan minat berwirausaha secara digital. Namun

fenomena yang terjadi banyak mahasiswa yang belum memiliki pemahaman yang memadai mengenai pemanfaatan teknologi digital, seperti literasi digital, media sosial, dan *e-commerce* dalam membangun usaha. Keterbatasan ini menjadi salah satu faktor penghambat mereka dalam merealisasikan minat berwirausaha. Tingginya minat mahasiswa dalam berwirausaha perlu dibarengi dengan pemahaman yang baik mengenai makna dan proses kewirausahaan itu sendiri.

Kewirausahaan bukan sekadar kegiatan usaha, melainkan sebuah proses aktif dan bergerak yang mendorong, terciptanya kemakmuran serta nilai tambah dari barang maupun jasa yang dihasilkan. Proses ini mencerminkan kemampuan seseorang untuk menciptakan hal-hal baru yang berbeda dari yang sudah ada, baik dari segi ide, cara kerja, maupun hasil akhirnya. Peter F. Drucker (1994). Menurut Thomas W. Zimmerer Kemampuan tersebut mencerminkan jiwa kewirausahaan, di mana seseorang mampu menggabungkan kreativitas dan inovasi dalam menghadapi permasalahan dan memanfaatkan peluang yang ada dalam kehidupan sehari-hari. Inilah yang menjadi inti dari aktivitas kewirausahaan, karena setiap langkahnya melibatkan pemikiran kritis dan keberanian untuk mengambil keputusan yang tidak selalu mudah (Martini dkk, 2023).

Literasi digital merupakan bagian penting dalam berwirausaha melalui digital seperti mencari informasi produk, mengembangkan inovasi, serta meningkatkan nilai dan kualitas produk yang sudah ada. Menurut Nurhayati dkk.(2020), literasi digital merujuk pada kemampuan untuk mengevaluasi, kemampuan ini sangat membantu wirausahawan dalam menghadapi, mengoptimalkan, dan memanfaatkan peluang yang muncul di era digital (Rizaldi dkk,2020). Dengan adanya kemampuan literasi digital masyarakat dapat mengakses, memilih serta memahami berbagai jenis informasi yang dapat digunakan untuk meningkatkan kualitas hidup. literasi digital membuat seseorang dapat menyaring informasi di lingkungannya dengan baik. Sehingga ia dapat berpartisipasi dalam kehidupan sosial dengan lebih baik. Oleh karenanya literasi digital perlu terus dikembangkan agar pengguna internet

selalu bertanggung jawab atas informasi yang mereka peroleh, termasuk di dalamnya menjaga keamanan data dan privasi mereka di internet.

Wirausahaan kini banyak memanfaatkan media sosial dan platform *e-commerce* sebagai alat utama untuk memasarkan produk serta mengembangkan usaha. Seiring dengan pesatnya perkembangan teknologi dan informasi, media sosial berperan besar dalam mendukung aktivitas pemasaran. Penggunaan media sosial memudahkan pelaku usaha untuk menjangkau target pasar secara lebih luas dan efisien. Selain itu, media sosial dan *e-commerce* telah menjadi sarana penting dalam memperluas jangkauan pasar serta membangun citra merek (branding), tanpa harus mengeluarkan biaya besar. Hal ini menunjukkan bahwa teknologi memberikan akses terhadap peluang bisnis yang dapat dijalankan dengan cara yang lebih cepat, praktis, dan terjangkau. (Fernando, 2022).

Berdasarkan fenomena tersebut, terdapat beberapa faktor yang diduga memengaruhi minat mahasiswa dalam berwirausaha, khususnya di era digital. Di antaranya adalah literasi digital, yang mencerminkan kemampuan mahasiswa dalam memahami dan memanfaatkan teknologi informasi, penggunaan media sosial sebagai sarana komunikasi dan pemasaran, serta pemanfaatan *e-commerce* sebagai platform transaksi bisnis. Ketiga faktor ini dinilai sangat relevan dalam mendorong minat mahasiswa untuk memulai usaha secara mandiri di tengah tantangan ketatnya dunia kerja saat ini.

Searah dengan penelitian yang dilakukan oleh Fernando dan Handoyo (2022), literasi digital terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha. Namun, media sosial dan *e-commerce* tidak selalu menunjukkan pengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha. Sebaliknya, penelitian oleh Yadewani & Wijaya (2017) dan Listiawati (2020) menunjukkan bahwa pemanfaatan *e-commerce* dan media sosial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha. Sama halnya dengan penelitian yang dilakukan oleh Agus, dkk (2023) juga menunjukkan bahwa penggunaan media sosial dan *e-commerce* berpengaruh positif signifikan terhadap Minat berwirausaha mahasiswa. Akan tetapi, menurut penelitian yang dilakukan oleh hidayati, dkk (2023) menyatakan bahwa literasi

digital tidak memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha. Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh Agus marimin, dkk (2024) menunjukkan bahwa media sosial tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat berwirausaha. Perbedaan hasil inilah yang mendorong perlunya dilakukan penelitian lebih lanjut dalam konteks mahasiswa FDKI UIN Siber Syekh Nurjati Cirebon.

Oleh karena itu diharapkan penelitian ini dapat memberikan kontribusi dalam mengembangkan program kewirausahaan yang lebih efektif bagi mahasiswa serta memberikan wawasan praktis bagi mereka dalam mengatasi tantangan yang ada. Dari uraian latar belakang di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT MAHASISWA DALAM BERWIRAUSAHA”**.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas terdapat masalah yang dapat diidentifikasi dalam penelitian ini adalah:

1. Tingginya angka pengangguran di Indonesia, termasuk di kalangan lulusan perguruan tinggi, menunjukkan adanya ketidaksesuaian antara pendidikan dan kesiapan kerja, yang berdampak pada sulitnya memperoleh pekerjaan formal. Membuat mahasiswa lebih berminat memulai usaha.
2. Minat berwirausaha di kalangan mahasiswa, khususnya mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi Islam (FDKI) UIN Siber Syekh Nurjati Cirebon, sudah tergolong tinggi, namun belum sepenuhnya diimbangi dengan kemampuan praktis dalam memanfaatkan teknologi digital untuk mendukung kegiatan usaha.
3. Pemahaman dan keterampilan mahasiswa dalam literasi digital, penggunaan media sosial, dan pemanfaatan *e-commerce* masih terbatas, sehingga menjadi salah satu hambatan utama dalam merealisasikan minat berwirausaha secara optimal.
4. Adanya perbedaan hasil temuan penelitian sebelumnya.

C. Pembatasan Masalah

Penelitian ini dibatasi pada mahasiswa Fakultas Ilmu Dakwah Komunikasi Islam (FDKI) UIN Siber Syekh Cirebon. Fokus penelitian ini adalah pada analisis pengaruh literasi digital, media sosial dan *e-commerce* terhadap minat mahasiswa dalam berwirausaha.

D. Perumusan masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas, maka rumusan masalah yang dijadikan bahan penelitian yaitu sebagai berikut :

1. Bagaimana pemanfaatan literasi digital berpengaruh terhadap minat mahasiswa dalam berwirausaha pada mahasiswa FDKI UIN SSC?
2. Bagaimana media sosial berpengaruh terhadap minat mahasiswa dalam berwirausaha pada mahasiswa FDKI UIN SSC?
3. Bagaimana pemanfaatan *e-commerce* berpengaruh terhadap minat mahasiswa dalam berwirausaha pada mahasiswa FDKI UIN SSC?
4. Bagaimana pemanfaatan literasi digital, media sosial dan *e-commerce* berpengaruh terhadap minat mahasiswa dalam berwirausaha pada mahasiswa FDKI UIN SSC?

E. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengukur dan menganalisis pengaruh pemanfaatan literasi digital terhadap minat mahasiswa dalam berwirausaha pada mahasiswa FDKI UIN SSC.
2. Untuk mengukur dan menganalisis pengaruh pemanfaatan media sosial terhadap minat mahasiswa dalam berwirausaha pada mahasiswa FDKI UIN SSC.
3. Untuk mengukur dan menganalisis pengaruh pemanfaatan *e-commerce* terhadap minat mahasiswa dalam berwirausaha pada mahasiswa FDKI UIN SSC.
4. Untuk mengukur dan menganalisis pengaruh pemanfaatan literasi digital, media sosial dan *e-commerce* terhadap minat mahasiswa dalam berwirausaha pada mahasiswa FDKI UIN SSC.

F. Manfaat Penelitian

Berdasarkan hasil kesimpulan dari tujuan penelitian maka terdapat sebuah manfaat yang diperoleh dalam penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

1. Manfaat secara teoretis

Kegunaan secara teoritis Hasil dari penelitian ini di harapkan bisa di gunakan dan bermanfaat khusus nya mengenai minat dalam berwirausaha.

2. Manfaat secara praktis

- a. Bagi mahasiswa, memberikan wawasan tentang pentingnya literasi digital, media sosial dan *e-commerce* dalam meningkatkan minat berwirausaha.
- b. Bagi masyarakat atau akademis, diharapkan dengan adanya penelitian ini mampu memberikan informasi tambahan yang dapat meningkatkan pengetahuan masyarakat terkait layanan internet dan faktor-faktor yang mempengaruhi minat dalam berwirausaha.
- c. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan dengan adanya penelitian ini bisa menjadi bahan referensi yang relevan untuk melakukan penelitian berikutnya mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi minat berwirausaha di kalangan generasi muda.

G. Sistematika penulisan

Sistematika kepenulisan pada penelitian ini akan dijelaskan dibawah ini. Adanya sistematika kepenulisan bertujuan agar penelitian ini dapat mempermudah pembaca untuk memahami penelitian ini. Berikut dijelaskan bagaimana sistematika penelitian yang digunakan ialah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Yaitu pemaparan atas gambaran umum dari topik yang dipilih yang nantinya akan dibahas pada penelitian ini. Latar belakang, identifikasi masalah, tujuan dan manfaat penelitian yang dipaparkan pada bab ini.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini dipaparkan penjelasan dari teori-teori yang diambil sebagai topik pembahasan pada penelitian ini yang meliputi literasi digital, media sosial, *e-commerce* dan minat berwirausaha.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Merupakan bab mengenai penguraian cara atau proses penelitian yang dilakukan. Isi dari bab ini terdiri dari pendekatan peneliti, jenis dan sumber data, populasi dan sampel, Operasional variabel, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data.

BAB IV HASIL dan PEMBAHASAN

Berisi mengenai hasil penelitian dan juga pembahasan. Tujuan adanya bab ini untuk penyajian hasil analisis, Perbandingan dan pembahasan-pembahasan temuan yang sudah dilakukan oleh peneliti.

BAB V PENUTUP

Dalam bab ini berisi kesimpulan dari penelitian yang sudah dilakukan dan juga saran yang bertujuan untuk meringkas hasil Penelitian yang sudah dikerjakan secara rinci, singkat, dan jelas. Serta Diberikan saran untuk penelitian selanjutnya sebagai bahan referensi atau Sebagai bahan pengembangan yang praktis.