

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang**

Salah satu tantangan yang sedang dihadapi dalam pembangunan negara Indonesia adalah masalah pengangguran. Data dari BAPPENAS (Badan Perencanaan Nasional) menunjukkan angka pengangguran di Indonesia masih sangat tinggi yakni sebesar 6,25% pengangguran dari 118,19 juta penduduk Indonesia yang termasuk angkatan kerja pada tahun 2013. Tingginya tingkat pengangguran ini didominasi oleh diploma dan sarjana (Sakernas, 2013), padahal mereka merupakan generasi penerus yang diharapkan dapat membangun Negara kearah yang lebih maju. Para lulusan diploma dan sarjana tidak akan menjadi pengangguran bahkan justru dapat mengatasi masalah pengangguran jika saja mereka memiliki jiwa wirausaha sehingga dapat menciptakan lapangan pekerjaan.

Selama beberapa tahun terakhir, pertumbuhan jumlah wirausaha di Indonesia menunjukkan laju pertumbuhan yang cepat dari 0,18% pada tahun 2010, 0,56% pada tahun 2011 dan pada tahun 2017 meningkat drastis menjadi 3,1% (Kementrian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia, 2017). Berdasarkan hasil survey bertajuk “Accelerating Pathways” yang diluncurkan Citi Foundation dengan The Economist Intelligence Unit (EIU) pada tahun 2015, hampir 80% anak muda di kawasan Asia Pasifik termasuk Jakarta, menunjukkan ketertarikan yang besar untuk berwirausaha. Generasi muda

mulai aktif berwirausaha yang ditandai dengan banyaknya bisnis start-up yang tumbuh di tanah air saat ini. Selain itu juga banyak ditemukan bisnis berbasis online atau yang biasa dikenal dengan sebutan *Online Shop* yang ternyata dimiliki oleh generasi muda yang masih duduk di bangku sekolah maupun perkuliahan.

Media sosial menyediakan berbagai cara bagi penggunanya untuk dapat berinteraksi dengan banyak orang. Kecanggihan media social memungkinkan tiap individu saling bertukar informasi. Selain itu, media sosial juga dapat digunakan sebagai sarana promosi yang efektif dan rendah biaya. Media social memberikan terobosan untuk merubah pola pikir generasi muda untuk memiliki jiwa wirausaha dengan memperkecil resiko untuk gagal dan mempermudah pemasaran produk secara luas dengan biaya rendah.

Salah satu media sosial yang kini sedang marak digunakan oleh kalangan generasi muda yakni Instagram. Dikutip dari siaran pers yang diterima CNNIndonesia.com (2016) berikut ini :

*“Instagram sendiri memiliki 22 juta pengguna aktif bulanan di Indonesia. Angka tersebut diyakini akan terus meningkat. Lebih lanjut, instagram mengungkapkan bahwa 500 juta user dari seluruh dunia terdiri dari 80% user yang berasal dari luar Amerika Serikat. Tergolong cepat, sebab pada September 2015 pengguna instagram masih berjumlah 400 juta user”*

Selain daripada perkembangan pengguna media sosial Instagram, perkembangan bisnis online atau toko online pun sudah menjamur, bahkan sangat dikenal. Survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) menunjukkan bahwa pengguna internet di Indonesia mencapai 63 juta pengguna dan dari jumlah tersebut, 22.8% melakukan belanja online (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, 2013).

Universitas Matana mempunyai beberapa program studi antara lain Manajemen yang mempunyai misi salah satunya adalah membentuk budaya dan jiwa wirausaha. Dengan misi tersebut, diharapkan minat untuk berwirausaha pada mahasiswa dapat tumbuh. Meskipun Universitas Matana terbilang universitas baru yakni berdiri pada tahun 2014, namun universitas ini dapat dikatakan sangat cepat beradaptasi dan berkembang bersama teknologi. Hal ini dibuktikan dengan adanya penjurusan *Digital Marketing Management* yang masih terbilang jarang ditemui di Universitas lainnya.

Berdasarkan hal tersebut, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul ***“Analisis Pengaruh Sosial Media Instagram terhadap Minat Berwirausaha di Kalangan Mahasiswa (Studi Kasus : Mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Matana)”***.

## **1.2 Perumusan Masalah**

Adapun yang menjadi rumusan masalah dari penelitian ini adalah :  
Bagaimana Media Sosial Instagram mempengaruhi minat berwirausaha di kalangan mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Matana?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang dipaparkan di atas dan agar penelitian ini nantinya lebih terarah, maka perlu ditetapkan tujuan penelitian. Maka dari itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh media sosial terhadap minat mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Matana dalam berwirausaha.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

### **1. Bagi penulis**

Penulis dapat memaksimalkan media sosial sebagai media promosi untuk memulai bisnis dan menjadi agent of change bagi rekan-rekan lain yang ingin atau akan berwirausaha serta memperkaya wawasan dan pola pikir yang inovatif dalam berbisnis dan berwirausaha.

### **2. Manfaat Akademisi**

Penelitian ini dapat memberikan kontribusi sebagai temuan baru tentang peran penggunaan media sosial untuk membangun minat berwirausaha

mahasiswa, penelitian ini juga dapat bermanfaat sebagai bahan rujukan untuk penelitian selanjutnya yang sejenis sekaligus bahan referensi dalam kegiatan belajar mengajar.

### 3. Manfaat Praktisi

Hasil penelitian ini dapat memberikan pemahaman secara menyeluruh mengenai peran media sosial. Sehingga orang dapat mencontoh dan menggunakan strategi menggunakan media sosial untuk membangun bisnisnya sendiri.

#### **1.5 Pembatasan Masalah**

Agar penelitian ini tidak menyimpang dan mengambang dari tujuan yang semula direncanakan sehingga mempermudah mendapatkan data dan informasi yang diperlukan, maka penulis membatasi permasalahan hanya mengenai “pengaruh media sosial Instagram terhadap minat berwirausaha di kalangan mahasiswa Program Studi Manajemen di Universitas Matana”.

#### **1.6 Sistematika Penulisan**

Untuk memahami lebih jelas, maka materi-materi yang tertera pada penelitian ini dikelompokkan menjadi beberapa sub bab dengan sistematika penyampaian sebagai berikut :

## BAB I PENDAHULUAN

Berisi tentang latar belakang, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, pembatasan masalah dan sistematika penulisan.

## BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini berisikan teori yang berupa pengertian dan definisi yang diambil dari kutipan buku yang berkaitan dengan penyusunan proposal serta beberapa literature review yang berhubungan dengan penelitian.

## BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisikan populasi dan sampel penelitian, teknik pengumpulan data dan operasionalisasi variable serta analisis data.

## BAB IV

Bab ini berisikan karakteristik data, uji kualitas data, uji normalitas, uji asumsi klasik, uji pengaruh dan pembahasan dari hasil penelitian.

## BAB V

Bab ini berisikan kesimpulan dan saran.

## DAFTAR PUSTAKA

## LAMPIRAN