

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Kewirausahaan merupakan salah satu kegiatan yang dapat memperbaiki taraf hidup seseorang dan meningkatkan perekonomian negara. Dengan meningkatkan jumlah wirausaha yang ada di Indonesia maka dapat menciptakan lapangan pekerjaan yang lebih banyak sehingga mampu menyerap para pencari kerja dan mengurangi jumlah pengangguran. Hal ini dikarenakan setiap wirausaha tentunya memerlukan tenaga kerja seperti *staff* ataupun karyawan untuk menjalankan operasional perusahaannya. Pengembangan kewirausahaan yang terarah dan terpadu tidak hanya menjadi tanggung jawab pemerintah, diperlukan keterlibatan berbagai komponen masyarakat. Paling tidak harus didukung oleh empat pilar utama yaitu pemerintah, perguruan tinggi, dunia usaha (swasta), dan masyarakat. Perguruan tinggi memiliki potensi yang besar dalam meningkatkan wirausaha saat ini, dengan cara mewadahi dan mendidik mahasiswa dalam berwirausaha.

Mahasiswa sebagai *agent of change* dan generasi milenial sangat berpeluang besar untuk menciptakan lapangan pekerjaan melalui wirausaha karena mahasiswa memiliki kepekaan terhadap trend pasar dan mampu melihat apa yang saat ini sedang disukai atau dibutuhkan oleh masyarakat. Adanya terobosan-terobosan baru dari mahasiswa melalui ide-ide kreatif dan inovatif untuk

menciptakan produk atau menawarkan jasa dapat menjadi ladang bisnis untuk menghasilkan uang. Dengan dibantu oleh kemajuan teknologi seperti social media yang banyak digunakan untuk pemasaran dapat memperluas jangkauan target pasar dan mengembangkan skala usaha sehingga dapat menciptakan lapangan pekerjaan.

Sangat banyak manfaat yang bisa diperoleh mahasiswa dalam berwirausaha yaitu dapat melatih individu untuk memanfaatkan peluang, memberikan kebebasan untuk menentukan nasib sendiri, melatih untuk mengatur manajemen dengan bijak, memaksimalkan potensi diri, menumbukan jiwa pemimpin dan memperluas relasi hingga mampu turut serta dalam menyejahterakan masyarakat sekitarnya. Melihat besarnya peluang terciptanya wirausaha di perguruan tinggi, maka penting dilakukan penelitian terkait dengan faktor-faktor yang memiliki pengaruh terhadap minat mahasiswa berwirausaha. Dari beberapa universitas di Indonesia, Universitas Udayana dan Universitas Pendidikan Ganesha turut berperan aktif dalam mengembangkan jiwa kewirausahaan mahasiswanya. Universitas Udayana memiliki UKM Kewirausahaan untuk mewadahi minat dan bakat mahasiswanya dalam bentuk kewirausahaan. Sedangkan Universitas Pendidikan Ganesha memiliki laboratorium kewirausahaan untuk mewadahi mahasiswanya yang sudah memiliki usaha ataupun berminat pada bidang ini dan melakukan diskusi serta seminar seputar kewirausahaan.

Kewirausahaan di perguruan tinggi dapat diberikan melalui edukasi pendidikan kewirausahaan, selain itu perguruan tinggi (kampus) juga turut memfasilitasi pengembangan wirausaha muda dikalangan mahasiswa. Universitas

Udayana memiliki beberapa program yang dapat memfasilitasi mahasiswa dalam bidang kewirausahaan ini. Perlombaan *business plan*, perlombaan PKM yang termasuk di dalamnya adalah PKM-Kewirausahaan, dan dibentuknya UKM Kewirausahaan. Sedangkan pada Universitas Pendidikan Ganesha juga memiliki program yang serupa dalam memfasilitasi mahasiswa untuk berwirausaha yaitu dengan perlombaan *business plan*, perlombaan PKM yang termasuk di dalamnya adalah PKM-Kewirausahaan, dan dibentuknya Laboratorium Kewirausahaan Fakultas Ekonomi, Universitas Pendidikan Ganesha.

Survei awal pada penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan kuesioner pada sampel penelitian yaitu mahasiswa Prodi Akuntansi, Universitas Pendidikan Ganesha dan Universitas Udayana. Adapun 127 responden yang mengisi kuesioner, dari hasil survey awal yang telah dilakukan diperoleh data sebanyak 41 mahasiswa atau 32,3 % yang telah memiliki usaha. Rata-rata usaha yang dimiliki mahasiswa ini adalah usaha yang berbasis online dan menggunakan social media seperti instagram untuk melakukan pemasarannya. Alasan bagi mahasiswa yang belum memiliki usaha yaitu belum memiliki modal yang cukup, tidak mengetahui bagaimana cara mengelola usaha yang tepat, tidak percaya diri karena takut untuk bersaing dengan *competitor* yang telah memiliki brand besar, takut untuk mengambil risiko dan masih terkendala dengan manajemen waktu antara kuliah dan berwirausaha.

Pendidikan kewirausahaan memberikan edukasi pada mahasiswa untuk menjalankan suatu usaha. Hal ini sesuai dengan survey awal yang telah dilakukan, dan ditemukan masih banyak mahasiswa yang tidak berminat atau belum memulai usaha karena masih bingung harus memulai dari mana dan tidak paham dengan

tahapan berwirausaha. Melalui pendidikan kewirausahaan akan mendorong para pelajar dan mahasiswa agar memulai dan memahami bagaimana cara untuk membuka usaha baru atau berwirausaha. Menurut Saroni (dalam Wahyudiono 2017), pendidikan kewirausahaan adalah program pendidikan yang menggarap aspek kewirausahaan sebagai bagian penting dalam pembekalan kompetensi anak didik. Pendidikan kewirausahaan dirancang untuk menanamkan kompetensi, keterampilan dan nilai-nilai yang diperlukan dalam mengenali peluang bisnis, mengatur dan memulai usaha baru. Hal ini juga didukung oleh Lestari dan Wijaya (dalam Wibowo & Pramudana, 2016) pendidikan kewirausahaan tidak hanya memberikan landasan teoritis mengenai konsep kewirausahaan tetapi membentuk sikap, perilaku dan pola pikir (*mindset*) seorang wirausahawan (*entrepreneur*). Ini dimaksud agar dapat mengubah pola pikir yang selalu berpikir menjadi karyawan diputar menjadi orientasi mencari karyawan. Sehingga akan terbentuk karakter dan perilaku untuk berwirausaha demi menjamin masa depan yang lebih baik.

Khususnya Mahasiswa Fakultas Ekonomi yang memperoleh mata kuliah kewirausahaan guna memperdalam pemahaman mengenai pengetahuan kewirausahaan. Namun saat di era pandemi *Covid-19* menyebabkan semua pembelajaran diperguruan tinggi dilakukan secara daring sehingga mahasiswa hanya memperoleh pendidikan kewirausahaan secara teori saja dan kurang adanya praktek lapangan secara langsung. Implementasi teori kewirausahaan yang dilakukan oleh mahasiswa saat ini dapat dikembangkan dengan membuat suatu *business plan* ataupun Program Mahasiswa Wirausaha (PMW). Kurang adanya praktek berwirausaha menyebabkan mahasiswa tidak mengetahui bagaimana situasi ataupun kondisi yang akan dialami ketika berwirausaha dan bagaimana

pengimplementasian teori kewirausahaan yang telah diperoleh dalam praktek berwirausaha. Ditambah dengan kondisi pandemi saat ini yang masih belum stabil sehingga akan banyak permasalahan yang muncul ketika pengimplementasian teori kewirausahaan tersebut.

Kegiatan berwirausaha saat ini juga telah dimudahkan dengan kemajuan teknologi. Semenjak adanya pandemi *Covid-19* perkembangan teknologi semakin pesat, berbagai kegiatan dapat dilakukan secara *online*/daring termasuk juga dalam bisnis berwirausaha. Pesatnya perkembangan teknologi seperti penggunaan social media sudah banyak digunakan diperguruan tinggi baik untuk mempermudah penyebaran informasi ataupun untuk menunjang proses belajar mengajar. Hampir setiap mahasiswa memiliki akun social media yang seharusnya dapat menjadi faktor pendorong dan bahan pertimbangan bagi mahasiswa yang memiliki minat untuk berwirausaha. Penggunaan sosial media dapat mempermudah kegiatan berwirausaha seperti menjalankan bisnis *online*, melakukan pemasaran melalui social media, penerimaan pesanan dan mempermudah interaksi dengan konsumen. Pada survey awal yang telah dilakukan beberapa mahasiswa yang sudah berwirausaha menjalankan *online shop* sehingga memudahkan mahasiswa untuk berwirausaha sambil menempuh perkuliahan.

Banyaknya orang tua ataupun kerabat yang terkena dampak pandemi *Covid-19* seperti Pemutusan Hubungan Kerja (PHK), menurunnya pendapatan hingga sulitnya mencari lapangan pekerjaan menyebabkan kondisi keuangan yang kurang stabil. Hal ini dapat menjadi motivasi mahasiswa untuk menghasilkan uang dan menumbuhkan rasa cinta terhadap uang. Sikap ini akan berorientasi

pada uang dan salah satu cara untuk memperoleh hal tersebut dengan menciptakan peluang kerja dan menambah penghasilan melalui kegiatan berwirausaha. Dalam kegiatan berwirausaha juga didorong dengan sikap pribadi masing-masing mahasiswa yang memiliki kecintaan terhadap uang (*love of money*). Sikap *love of money* merupakan suatu sikap kecintaan terhadap uang, yaitu bagaimana seseorang mengelola uang, memperlakukan uang serta keinginan seseorang untuk mempunyai uang. Hal ini berkaitan dengan literasi keuangan yang sudah menjadi *life skill* bagi masing-masing individu agar mereka dapat merencanakan dan mengelola keuangan dengan baik untuk mencapai kesejahteraan. Seperti memperhitungkan modal, harga jual dan keuntungan yang ingin dicapai agar tidak mengalami kerugian.

Peran sikap *self efficacy* dari masing masing mahasiswa juga menjadi faktor penentu dalam mulai melakukan kegiatan wirausaha. *Self efficacy* merupakan keyakinan atau kepercayaan seseorang pada kemampuannya dalam menguasai situasi tertentu untuk menghasilkan sesuatu yang menguntungkan. *Self Efficacy* juga meliputi keyakinan seseorang untuk berhasil atau sukses dalam melakukan suatu hal. Berdasarkan survey awal yang telah dilakukan sikap inilah yang kebanyakan belum dimiliki oleh mahasiswa yang memiliki minat berwirausaha namun tidak yakin pada diri sendiri dan menganggap diri tidak mampu untuk bersaing dengan kompetitor yang telah memiliki brand terkenal. Sehingga permasalahan yang ditemui pada mahasiswa untuk memulai berwirausaha yaitu kurangnya keberanian mengambil risiko dan kurangnya rasa percaya diri. Dalam berwirausaha menuntut keberanian dalam mengambil risiko karena faktor kegagalan tampaknya menjadi sebuah hal yang akrab bagi

wirausahawan sehingga kemampuan untuk mengatasi kegagalan tersebut menjadi faktor penentu keberhasilan wirausahawan.

Teori mendasar atau *grand theory* pada penelitian ini adalah teori atribusi. Teori atribusi merupakan teori yang menjelaskan tentang bagaimana perilaku seseorang. Menurut Luthans (dalam Inayati, 2018) teori ini mengacu tentang bagaimana seseorang menjelaskan perilaku orang lain atau dirinya sendiri melalui dua faktor, yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Sama seperti penelitian ini yang mengkaji mengenai faktor yang mempengaruhi minat mahasiswa dalam berwirausaha. Tentunya dalam hal ini ada dua faktor yang mempengaruhi yaitu dari faktor lingkungan (eksternal) seperti pendidikan kewirausahaan, kondisi pandemic *Covid-19* dan kemajuan teknologi dengan maraknya penggunaan sosial media yang mempengaruhi berbagai aspek kehidupan. Selain itu dari faktor internal tentunya berasal dari diri mahasiswa itu sendiri, bisa berupa sikap, karakter, motivasi diri dan kemampuan untuk berwirausaha seperti sikap *love of money* dan *self efficacy*.

Adapun *grand theory* selain teori atribusi yaitu *Theory of Planned Behavior* (TPB) atau biasanya disebut teori perilaku. *Theory of Planned Behavior* merupakan teori yang menjelaskan permasalahan apa yang membuat seseorang melakukan tindakan tertentu. Biasanya dalam teori ini menjelaskan bagaimana niat atau minat seseorang dan perilakunya. Teori ini sesuai untuk menjelaskan bagaimana perilaku seseorang untuk berani mengambil risiko dalam menjalankan wirausaha atau untuk memulai berwirausaha, hal ini didukung penelitian yang dilakukan oleh Ajzen (dalam Inayati 2018), bahwa *Theory of Planned Behavior is suitable to explain any behavior which requires planning, such as*

entrepreneurship yang diterjemahkan sebagai teori perilaku yang direncanakan itu cocok untuk menjelaskan perilaku yang memerlukan perencanaan, seperti kewirausahaan.

Keterbaruan dalam penelitian ini yaitu dengan ditambahkan variable baru yaitu penggunaan social media dan *self efficacy* (efikasi diri) sebagai variable bebas. Penambahan indicator baru ini terkait dengan observasi awal yang telah dilakukan. Dimana banyak mahasiswa yang merasa tidak percaya dengan kemampuan diri sendiri untuk mengembangkan usaha, takut untuk mengambil risiko dan takut untuk bersaing dengan kompetitor. Terlebih lagi penelitian-penelitian terdahulu mengkaji *self efficacy* hanya dengan menekankan rasa tidak percaya pada kemampuan diri karena kurang pengetahuan mengenai dunia wirausaha. Selain itu penggunaan sosial media bisa digunakan sebagai bisnis online mulai dari pemesanan hingga proses transaksi. Terlebih lagi penelitian terdahulu hanya menekankan social media sebagai pemasaran produk dan penyebarluasan informasi. Oleh karena itu diperlukan faktor spesifik lain dalam *self efficacy* dan penggunaan social media.

Adanya perbedaan kesimpulan antar peneliti yang menyatakan bahwa pendidikan kewirausahaan memiliki peluang yang tinggi untuk mendorong minat mahasiswa berwirausaha, hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Yanti, 2019), (Cahyaningrum & Susanti, 2021) dan (Kristianti, 2021) namun bertolak belakang dengan hasil dari penelitian (Zulianto et al., 2013) dan (Suharbayu, 2017) menyatakan bahwa pendidikan kewirausahaan yang diperoleh mahasiswa tidak sesuai dengan pembentukan karakter dan kemampuan

berwirausaha pada diri mahasiswa sehingga tidak mempengaruhi minat mahasiswa untuk berwirausaha.

Penggunaan sosial media juga berpengaruh saat ini untuk menjalankan wirausaha. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Alfaruk, 2016), (Cahyaningrum & Susanti, 2021) dan (Paulina, 2021) namun bertolak belakang dengan hasil dari penelitian (Prasetyo, 2020) dan (Agustina, 2021) menyatakan bahwa sosial media tidak berpengaruh pada minat mahasiswa berwirausaha. Diperlukannya rasa percaya diri dan yakin pada kemampuan diri (*self efficacy*) juga memegang peranan penting untuk mendorong seseorang berwirausaha, hal ini sesuai dengan penelitian yang telah dilakukan oleh (Yanti, 2019), (Paulina, 2021) dan (Nengseh, 2021) dan bertolak belakang dengan penelitian (Qoyyimah, 2016), (Putro, 2021).

Adanya perdebatan empiris ini memberikan peluang untuk menguji faktor-faktor yang patut untuk diteliti kembali, yaitu pendidikan kewirausahaan, penggunaan sosial media, *love of money* dan *self efficacy*. Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan diatas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan mengangkat judul **“Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan, Penggunaan Sosial Media, *Love Of Money* dan *Self Efficacy* Terhadap Minat Mahasiswa Dalam Berwirausaha”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah disajikan, maka dapat diidentifikasi permasalahan sebagai berikut :

1. Mata kuliah kewirausahaan yang diberikan kepada mahasiswa Fakultas Ekonomi, Universitas Pendidikan Ganesha dan Universitas Udayana hanya

sebatas teori dan pembuatan *business plan* ataupun Program Mahasiswa Wirausaha (PMW) dan kurang adanya praktek langsung karena terhambat pandemic *Covid-19*.

2. Begitu pesatnya perkembangan sosial media yang mempermudah bisnis saat ini dan penggunaan sosial media dikalangan mahasiswa Fakultas Ekonomi, Universitas Pendidikan Ganesha dan Universitas Udayana seharusnya dapat mendorong minat mahasiswa dalam berwirausaha
3. Keyakinan dan kepercayaan terhadap kemampuan diri sendiri (*self efficacy*) dalam melakukan suatu hal hingga mencapai kesuksesan seharusnya dapat menjadi fondasi dalam diri mahasiswa untuk berani memulai dalam berwirausaha dan berani mengambil risiko. Sebaliknya jika rasa percaya pada kemampuan diri sendiri rendah maka mahasiswa tidak akan mampu berkembang menjadi wirausaha.

1.3 Pembatasan Masalah

Dari masalah yang sudah diidentifikasi, maka diperlukan adanya batasan yang digunakan untuk membatasi masalah agar dapat terfokus dan lebih terarah sesuai dengan topik yang diangkat. Minat mahasiswa dalam berwirausaha dapat dipengaruhi oleh faktor internal dan juga faktor eksternal. Dalam penelitian ini peneliti tertarik untuk lebih berfokus pada faktor pendidikan kewirausahaan, penggunaan sosial media, *love of money* dan *self efficacy*.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian mengenai latar belakang penelitian, maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut

1. Apakah pendidikan kewirausahaan berpengaruh terhadap minat berwirausaha mahasiswa Prodi Akuntansi Fakultas Ekonomi, Universitas Pendidikan Ganesha dan mahasiswa Prodi Akuntansi Fakultas Ekonomi, Universitas Udayana?
2. Apakah penggunaan sosial media berpengaruh terhadap minat berwirausaha mahasiswa Prodi Akuntansi Fakultas Ekonomi, Universitas Pendidikan Ganesha dan mahasiswa Prodi Akuntansi Fakultas Ekonomi, Universitas Udayana?
3. Apakah *love of money* berpengaruh terhadap minat berwirausaha mahasiswa Prodi Akuntansi Fakultas Ekonomi, Universitas Pendidikan Ganesha dan mahasiswa Prodi Akuntansi Fakultas Ekonomi, Universitas Udayana?
4. Apakah *Self Efficacy* berpengaruh terhadap minat berwirausaha mahasiswa Prodi Akuntansi Fakultas Ekonomi, Universitas Pendidikan Ganesha dan mahasiswa Prodi Akuntansi Fakultas Ekonomi, Universitas Udayana?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka dapat diketahui tujuan penelitian ini yaitu

1. Untuk menganalisis pengaruh pendidikan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha mahasiswa Prodi Akuntansi Fakultas Ekonomi, Universitas Pendidikan Ganesha dan mahasiswa Prodi Akuntansi Fakultas Ekonomi, Universitas Udayana.
2. Untuk menganalisis pengaruh penggunaan sosial media terhadap minat berwirausaha mahasiswa Prodi Akuntansi Fakultas Ekonomi, Universitas

Pendidikan Ganesha dan mahasiswa Prodi Akuntansi Fakultas Ekonomi, Universitas Udayana.

3. Untuk menganalisis pengaruh *love of money* terhadap minat berwirausaha mahasiswa Prodi Akuntansi Fakultas Ekonomi, Universitas Pendidikan Ganesha dan mahasiswa Prodi Akuntansi Fakultas Ekonomi, Universitas Udayana.
4. Untuk menganalisis pengaruh *self efficacy* terhadap minat berwirausaha mahasiswa Prodi Akuntansi Fakultas Ekonomi, Universitas Pendidikan Ganesha dan mahasiswa Prodi Akuntansi Fakultas Ekonomi, Universitas Udayana.

1.6 Manfaat Hasil Penelitian

1.6.1 Manfaat Teoritis

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini ialah sebagai suatu referensi bagi penelitian atau riset selanjutnya yang menggunakan teori atribusi dan *Theory of Planned Behavior* (TPB) sebagai dasar dari teori penelitian mengenai faktor-faktor yang dapat mempengaruhi minat mahasiswa dalam berwirausaha.

1.6.2 Manfaat Praktis

Harapan kedepannya dari riset ini dapat memperluas wawasan, tambahan ilmu pengetahuan serta informasi bagi penulis maupun pihak terkait, khususnya mengenai pengembangan minat mahasiswa dalam berwirausaha dan pemilihan karir mahasiswa setelah selesai menempuh pendidikan di perguruan tinggi. Bagi pihak perguruan tinggi dapat membantu pengembangan Laboratorium Kewirausahaan ataupun UKM Kewirausahaan menjadi lebih baik.