

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Pada era digital, perkembangan teknologi informasi telah membawa perubahan besar dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk ekonomi dan dunia usaha. Akses internet dan penggunaan perangkat mobile yang semakin luas memungkinkan berbagai aktivitas dilakukan secara online. Media sosial yang awalnya digunakan untuk komunikasi kini menjadi alat strategis dalam promosi dan transaksi bisnis. Platform seperti Instagram, TikTok, Facebook, dan WhatsApp membantu pelaku usaha menjangkau konsumen secara lebih luas dan efisien melalui fitur iklan, siaran langsung, dan katalog produk. Pergeseran ini menandai perubahan dari toko fisik ke bisnis online yang lebih fleksibel dan menjangkau berbagai wilayah, sekaligus membuka peluang bagi mahasiswa untuk memulai usaha secara mandiri melalui platform digital.

Berdasarkan We Are Social (2024), jumlah pengguna media sosial di Indonesia mencapai 139 juta orang, atau sekitar 49,3% dari total populasi. Platform seperti Instagram, TikTok, dan WhatsApp tidak hanya menjadi ruang interaksi sosial, tetapi juga menjadi media strategis untuk aktivitas bisnis digital, terutama bagi generasi muda yang lebih akrab dengan teknologi. Seiring dengan fenomena tersebut, tren wirausaha digital di kalangan generasi muda, khususnya mahasiswa, semakin meningkat. Hal ini tidak terlepas dari kemudahan akses teknologi, minimnya modal awal untuk memulai bisnis online, serta potensi pasar yang luas.

Namun di sisi lain, kenyataan di lapangan menunjukkan bahwa belum semua pelaku usaha di Indonesia, khususnya sektor mikro, belum mampu memanfaatkan teknologi digital secara optimal. Mengutip dari Ismartini (2025) hasil pendataan Survei usaha E-Commerce 2024, hingga 31 Desember 2023 tercatat bahwa 41,51 persen pelaku usaha telah menjalankan kegiatan usahanya melalui e-commerce. Sementara itu, 58,49 persen lainnya masih beroperasi secara konvensional atau belum memanfaatkan platform digital dalam menjalankan usahanya, beberapa alasan utama mengapa UMKM belum terdigitalisasi antara lain rendahnya literasi digital, terbatasnya akses internet di daerah, keterbatasan modal usaha, kurangnya kepercayaan terhadap sistem transaksi online, serta pola pikir tradisional yang masih bertumpu pada interaksi langsung dengan pelanggan.

Kondisi ini menunjukkan bahwa upaya digitalisasi UMKM masih memerlukan dukungan banyak pihak, termasuk mahasiswa sebagai agen perubahan. Mahasiswa memiliki peran penting dalam mempercepat transformasi digital UMKM melalui kegiatan seperti pendampingan, pelatihan literasi digital, hingga promosi produk lokal di media sosial. Di berbagai universitas, mahasiswa turut berkontribusi membantu pelaku UMKM memperluas jangkauan pasar melalui penggunaan media sosial dan marketplace. Dengan demikian, keterlibatan mahasiswa tidak hanya membantu pemberdayaan ekonomi masyarakat, tetapi juga memperluas pengalaman dan minat berwirausaha digital di kalangan mereka sendiri.

Fenomena ini relevan dengan kondisi ketenagakerjaan di Indonesia. Berdasarkan hasil data dari Badan Pusat Statistik (BPS), menunjukkan jumlah pengangguran terbuka dilihat dari jenjang pendidikan, TPT universitas pada tahun Februari 2023 menempati posisi kelima dengan jumlah 753.732 orang, mengalami peningkatan 118.128 orang pada Februari 2024 menjadi 871.860 orang, yang mengindikasikan perlunya alternatif jalur karier seperti berwirausaha secara online. Pengangguran di kalangan masyarakat terpelajar terjadi karena peningkatannya tidak sebanding dengan jumlah lapangan pekerjaan yang terbuka (Heryanti et al., 2022:75). Dengan demikian, bisnis online menjadi peluang strategis bagi mahasiswa untuk meraih pendapatan sekaligus membangun kemandirian ekonomi sejak dini.

Secara lebih spesifik, di kalangan mahasiswa rumpun ilmu ekonomi Universitas Siliwangi, fenomena penggunaan media sosial sebagai sarana untuk menjalankan aktivitas bisnis online mulai menunjukkan perkembangan yang cukup signifikan. Hal ini terlihat dari maraknya kegiatan jual beli yang dilakukan secara informal oleh mahasiswa, baik secara individu maupun berkelompok. Banyak dari mereka yang memanfaatkan akun media sosial pribadi untuk memasarkan berbagai produk, seperti makanan, minuman, pakaian, aksesoris, hingga jasa, seperti desain grafis atau jastip (jasa titip).

Meskipun peluang untuk memulai bisnis online semakin terbuka luas dengan dukungan teknologi digital yang mudah diakses, kenyataannya tidak semua mahasiswa menunjukkan minat yang tinggi untuk benar-benar menekuni bisnis online secara serius dan berkelanjutan. Bahkan di tengah kemudahan dan peluang yang tersedia. Salah satu faktor yang memiliki pengaruh terhadap minat berbisnis online adalah bagaimana mahasiswa menggunakan media sosial, baik dari segi intensitas maupun tujuannya.

Penggunaan media sosial yang tepat dapat memperluas wawasan, membangun jaringan, serta menjadi sumber inspirasi dalam merintis usaha. Di samping itu, ekspektasi terhadap pendapatan juga menjadi aspek penting. Mahasiswa yang meyakini bahwa bisnis online dapat memberikan penghasilan yang memadai, atau bahkan lebih menjanjikan dibanding pekerjaan formal, umumnya akan lebih terdorong untuk mencoba dan menekuni bisnis tersebut. Namun demikian, ekspektasi yang terlalu tinggi tanpa dibarengi dengan hasil nyata justru bisa memicu rasa kecewa, yang pada akhirnya melemahkan semangat dan motivasi untuk melanjutkan usaha yang telah dirintis.

Masalah utama yang dihadapi saat ini adalah kesenjangan antara peluang bisnis online yang terbuka luas dengan kenyataan bahwa tidak semua mahasiswa memanfaatkannya secara optimal. Meski mereka aktif menggunakan media sosial, banyak yang hanya memanfaatkannya untuk hiburan atau konsumsi informasi pasif, bukan sebagai sarana pengembangan bisnis. Selain itu, ekspektasi pendapatan yang tinggi tidak selalu diimbangi dengan pemahaman yang cukup tentang risiko, strategi pemasaran, atau konsistensi dalam menjalankan usaha. Hal ini menunjukkan adanya gap antara potensi dan kenyataan, serta pentingnya memahami faktor-faktor psikologis dan sosial yang membentuk minat berbisnis.

Penulis memilih topik ini karena melihat langsung fenomena tersebut di lingkungan kampus. Banyak mahasiswa yang ingin memiliki penghasilan sendiri, namun belum memiliki dorongan kuat untuk memulai atau mempertahankan usaha online. Secara pribadi, penulis tertarik untuk mengkaji faktor-faktor yang memengaruhi keputusan mahasiswa dalam berwirausaha secara digital, terutama mengingat latar belakang akademik di bidang ekonomi. Secara akademik, penelitian ini penting untuk memberikan pemahaman lebih dalam tentang peran media sosial dan ekspektasi pendapatan dalam pembentukan minat berwirausaha digital.

Minat berwirausaha dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti penggunaan media sosial, motivasi, efikasi diri, dan pengetahuan kewirausahaan, yang semuanya berperan penting dalam membentuk karakteristik wirausahawan modern (Wardani et al., 2023). Terdapat beberapa faktor yang dapat mempengaruhi minat dalam berwirausaha, yaitu penggunaan media sosial (Gustina et al., 2022:134). Media sosial menurut M. Hasym (2016) (dalam Prasetyo, 2020:37) merupakan sarana bagi konsumen untuk berbagi informasi, teks, gambar, audio, dan video dengan satu sama lain dengan perusahaan dan

sebaliknya. Selain penggunaan media sosial, faktor lain yang mempengaruhi minat berwirausaha yaitu ekspektasi pendapatan. Ekspektasi pendapatan merupakan harapan untuk meraih penghasilan yang lebih besar, sehingga dengan ekspektasi pendapatan yang tinggi, minat berwirausaha di kalangan mahasiswa akan semakin bertambah (Mahadewi & Sari Widhiyani, 2023:1601).

Beberapa hasil studi sebelumnya tentang faktor-faktor yang mempengaruhi minat berwirausaha menunjukkan perbedaan hasil atau *research gap*. Hasil penelitian (Hikmatullila & Dewi, 2024) penggunaan media sosial dan ekspektasi pendapatan berpengaruh positif dapat meningkatkan minat berwirausaha mahasiswa. Hasil penelitian (Hilmania et al., 2024) secara parsial variabel ekspektasi pendapatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha. Hasil penelitian (Tryazi Putra et al., 2021) bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara ekspektasi pendapatan terhadap minat berbisnis online. Hasil penelitian (Cahayani et al., 2022) variabel penggunaan media sosial berpengaruh terhadap minat berwirausaha mahasiswa. Hasil penelitian (Prasetio, 2020) penggunaan media sosial tidak berpengaruh secara signifikan dan memiliki hubungan korelasi yang positif terhadap minat berwirausaha mahasiswa. Hasil Penelitian (Widianingsih, 2021) variabel Ekspektasi Pendapatan tidak berpengaruh terhadap minat berwirausaha. Oleh karena itu, diperlukan penelitian lanjutan yang menggabungkan dua variabel tersebut dalam konteks minat berbisnis online di kalangan mahasiswa ekonomi.

Berdasarkan pra penelitian menunjukkan minat berbisnis online pada mahasiswa program Studi Rumpun Ilmu Ekonomi Universitas Siliwangi. Dapat disimpulkan bahwa 68% mahasiswa tidak memiliki keinginan untuk memulai bisnis online, sebesar 32% nya memiliki keinginan untuk memulai bisnis online. Selanjutnya, 25% mahasiswa merasa percaya diri untuk memulai bisnis online dan 75% lainnya tidak merasa percaya diri. Selain itu, hanya 48% mahasiswa memiliki keinginan untuk mempunyai penghasilan tambahan melalui bisnis online, namun 52% lainnya tidak memiliki keinginan. Selanjutnya, 34% mahasiswa merasa bisnis online dapat menjadi alternative karir setelah lulus kuliah, dan 66% lainnya tidak merasa bisnis online dapat menjadi alternative karir setelah lulus kuliah. Selain itu, sebesar 56% mahasiswa pernah terlibat dalam kegiatan wirausaha, dan 44% lainnya tidak pernah terlibat.

Berdasarkan latar belakang dan *research gap* tersebut, peneliti ingin menelusuri apakah penggunaan media sosial dan ekspektasi pendapatan dapat mempengaruhi minat berbisnis online di kalangan mahasiswa program studi Rumpun Ilmu Ekonomi Universitas Siliwangi. Dengan Demikian, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “ **Pengaruh Penggunaan Media Sosial dan Ekspektasi Pendapatan terhadap Minat berbisnis *online* pada Mahasiswa (Survei pada Mahasiswa program Studi Rumpun Ilmu Ekonomi Universitas Siliwangi)**”.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Sesuai dengan latar belakang masalah yang diuraikan, penulis memutuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana Pengaruh Penggunaan Media Sosial terhadap Minat berbisnis online pada Mahasiswa program Studi Rumpun Ilmu Ekonomi Universitas Siliwangi?
2. Bagaimana Pengaruh Ekspektasi Pendapatan terhadap Minat berbisnis online pada Mahasiswa program Studi Rumpun Ilmu Ekonomi Universitas Siliwangi?
3. Bagaimana Pengaruh Penggunaan Media dan Ekspektasi Pendapatan terhadap Minat berbisnis online pada Mahasiswa program Studi Rumpun Ilmu Ekonomi Universitas Siliwangi?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah tersebut maka tujuan yang akan dicapai dalam penelitian ini adalah :

1. Mengetahui pengaruh Penggunaan Media Sosial terhadap Minat berbisnis online pada Mahasiswa program Studi Rumpun Ilmu Ekonomi Universitas Siliwangi.
2. Mengetahui Pengaruh Ekspektasi Pendapatan terhadap Minat berbisnis online pada Mahasiswa program Studi Rumpun Ilmu Ekonomi Universitas Siliwangi.
3. Mengetahui Pengaruh Penggunaan Media Sosial dan Ekspektasi Pendapatan terhadap Minat berbisnis online pada Mahasiswa program Studi Rumpun Ilmu Ekonomi Universitas Siliwangi.

## **1.4 Kegunaan Penelitian**

### **1.4.2 Manfaat Teoritis**

Dengan adanya penelitian ini, mampu memberikan pengetahuan dan pemahaman terkait apa yang diteliti khususnya memberikan informasi tentang pengaruh

penggunaan sosial media dan ekspektasi pendapatan terhadap minat berbisnis online pada mahasiswa program studi rumpun ilmu ekonomi universitas siliwangi.

#### **1.4.2 Manfaat Praktis**

##### **1.4.2.1 Bagi Peneliti**

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai wadah penerapan ilmu yang diperoleh dan dapat menambah ilmu pengetahuan dari permasalahan yang diteliti, sehingga menjadi bekal untuk kehidupan masa depan, menambah wawasan, pengalaman, dan pengetahuan mengenai penggunaan sosial media dan Ekspektasi Pendapatan terhadap minat berbisnis online pada mahasiswa.

##### **1.4.2.2 Bagi Lembaga Pendidikan**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan kualitas pendidikan, khususnya berkaitan dengan penegembangan Penggunaan Media Sosial, Ekspektasi Pendapatan terhadap Minat Berbisnis Online di kalangan Mahasiswa Program Studi Rumpun Ilmu Ekonomi Universitas Siliwangi.

##### **1.4.2.3 Bagi Mahasiswa**

Hasil penelitian ini menjadi pertimbangan untuk mahasiswa agar dapat menambah sumber referensi ilmu pengetahuan dan literatur serta dijadikan bahan informasi khususnya bagi mahasiswa Universitas Siliwangi.