

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pertumbuhan teknologi di Indonesia bahkan di seluruh dunia saat ini berkembang sangat pesat. Setiap negara berlomba-lomba menyalurkan inovasi dan kreativitas dalam mengembangkan teknologi, sehingga muncul cara baru dalam berkomunikasi. Menurut Lararenjana dalam unggahannya di Merdeka Jatim : Kamis, 2 September 2021 sejarah perkembangan teknologi dari masa ke masa, tingkatan taraf hidup manusia bahwa kemajuan perkembangan teknologi saat ini dapat memudahkan banyak kalangan dari masyarakat umum hingga suatu organisasi atau perusahaan untuk mencapai tujuannya. Dengan bantuan teknologi, berbagai aspek kehidupan sehari-hari mulai dari bekerja, berbelanja, belajar, hingga mencari informasi semua bisa dilakukan. Akan tetapi, kemajuan teknologi dapat membuat batasan komunikasi massa dan komunikasi interpersonal menjadi semu. Seperti fungsi telepon genggam yang awalnya hanya berfungsi untuk mengirim pesan atau menelepon seseorang, kini telah berkembang jauh dengan adanya smartphone yang dapat bertatap muka melalui telepon dan laptop yang mudah dibawa kemana-mana dilengkapi dengan fasilitas sosial dengan fitur media yang dapat diakses dengan mudah. Media sosial sendiri dapat menciptakan ketergantungan sosial karena seseorang cenderung memilih untuk berinteraksi melalui dunia maya daripada berinteraksi secara langsung.

Namun, kemajuan teknologi telah membawa dampak yang sangat positif dalam berbagai aspek. Aspek tersebut meliputi sektor ekonomi dan sosial. Munculnya media sosial di jaringan internet dirancang untuk memfasilitasi komunikasi di seluruh belahan dunia untuk berkumpul dan berinteraksi tanpa batasan waktu dan geografi.

Menurut Umam dalam Gramedia blog pengertian media sosial, sejarah, fungsi, jenis, manfaat, dan perkembangannya, <https://www.gramedia.com/literasi/pengertian-media-sosial/> menyatakan bahwa media sosial atau yang lebih akrab disebut dengan medsos bukan hanya tempat untuk berkumpul tetapi seseorang dapat membangun citra di mata banyak orang dalam sebuah perkumpulan yang biasa disebut dengan Branding, dengan caranya sendiri untuk menarik perhatian pengguna media sosial lainnya. Jika media sosial telah berhasil memberikan wadah komunikasi dan branding, maka dengan berkembangnya media sosial dapat memberikan harapan dan peluang bagi setiap pengguna untuk membangun atau mengembangkan bisnis dalam jaringan atau online yang dapat diakses 24 jam dari rumah tanpa harus memberikan biaya tambahan untuk menyewa kios atau bangunan. tempat untuk memulai usaha atau bisnis. Hal ini tentu sangat memudahkan pengguna untuk membangun bisnis virtual karena banyak potensi yang bisa menjangkau lebih banyak orang dibandingkan bisnis yang hanya mengandalkan dunia nyata.

Joseph Schumpeter (1934) merupakan salah satu ekonom pengagas teori pertumbuhan ekonomi. Ekonomi suatu negara dapat

meningkat jika pengusaha menciptakan inovasi dan membuat kombinasi baru terkait proses produksi hingga investasi bisnisnya. Dunia usaha yang dibangun oleh entrepreneur akan mendorong perkembangan sektor-sektor produktif. Semakin banyak suatu negara memiliki entrepreneur, maka pertumbuhan ekonomi negara tersebut akan lebih tinggi. Pelaku usaha saat ini telah banyak bermunculan, terutama dari kalangan anak muda. Tidak ada lagi ketakutan untuk memulai usaha, para pelaku usaha muda saat ini mengandalkan ide mereka, relasi serta sentuhan kreativitas untuk menjalankan usahanya. Minat berwirausaha muncul karena beberapa faktor pendorong seperti latar belakang keluarga, kebutuhan pendapatan, dan waktu yang harus fleksibel. Pesatnya perkembangan teknologi berpengaruh besar terhadap kegiatan wirausaha. Misalnya platform media sosial digital memberikan kemudahan dengan mengakses internet, jual beli online untuk pemasaran atau marketing dengan jangkauan yang sangat luas dan biaya yang cukup terjangkau. Dengan memasarkan suatu produk yang akan dipasarkan, maka perlu menampilkan karya mereka dalam bentuk konten seperti video, tulisan dan foto yang diunggah di akun media sosial mereka. Semakin menarik pemasaran yang dipromosikan maka akan semakin banyak keuntungan yang akan didapatkan. Oleh karena itu, diperlukan adanya pengetahuan, pemahaman serta keterampilan dalam mengelola usaha secara online.

Pengusaha muda perlu memahami media digital untuk menggunakannya agar mendapatkan umpan balik yang baik untuk bisnis

mereka. Namun tidak semua pelaku usaha muda yang memiliki minat berwirausaha memahami tentang media sosial dan marketplace yang mempengaruhi kegiatan pemasaran yang dilakukan, namun tidak sedikit pelaku usaha muda yang memiliki minat berwirausaha mengandalkan pemahaman menggunakan media digital yang dapat membantu anak muda atau yang disebut dengan generasi milenial maupun pelaku usaha atau mereka yang memiliki minat berwirausaha ini lebih mudah dalam memasarkan produk yang ditawarkan. Subandono dalam Rahmadi (2007), mengemukakan bahwa minat berwirausaha adalah kecenderungan hati pada subjek untuk tertarik menciptakan suatu usaha yang kemudian menata, mengatur, mengambil resiko dan mengembangkan usaha yang diciptakannya. Kemudahan dalam mengakses internet merupakan peluang besar bagi munculnya wirausahawan generasi millennial yang dapat memulai berbisnis di usia muda di era globalisasi. Memasuki era globalisasi, generasi milenial dituntut untuk siap menghadapi perubahan di era digital. Semakin tinggi tingkat penggunaan digital maka semakin tinggi pula persaingan global yang menjadi tantangan bagi masyarakat Indonesia khususnya generasi milenial. Hal yang dapat dilakukan untuk generasi milenial adalah mempersiapkan diri dalam menghadapi persaingan, memiliki pemikiran yang lebih inovatif, kreatif dan kritis. Tumbuhnya generasi milenial sendiri di Indonesia menjadi sumber kekuatan dan harapan bagi kemajuan Indonesia dari sektor ekonomi dan teknologi.

Generasi Millennial memiliki kepercayaan diri tingkat optimisme yang tinggi lebih besar, ekspresif, bebas, dan menyukai tantangan. Generasi Millennial memiliki pikiran terbuka untuk hal-hal baru dan selalu ingin tampil beda dari yang lain. Mereka menggunakan kreativitas untuk menciptakan sesuatu yang baru. Generasi ini berada dalam suasana kerja yang santai dan mampu melakukan beberapa hal secara bersamaan (*multi-tasking*). Diantaranya peduli dengan gaya (*style*) dan cepat beradaptasi dengan teknologi. Di era digital ini, umumnya manusia memiliki gaya hidup baru yang tidak dapat dipisahkan dari perangkat elektronik, teknologi adalah alat yang paling bisa membantu kebutuhan manusia karena teknologi dianggap mampu membuat semua pekerjaan terasa lebih mudah dan cepat selesai. Generasi milenial atau generasi Y merupakan generasi yang lahir pada tahun 1980-2000 an. Generasi yang dinilai tidak lepas dari internet, gadget maupun sosial media dalam kehidupan sehari - harinya. Maka dari itu, Generasi millennial lebih unggul dari pada generasi yang sebelumnya, hal ini dikarenakan Generasi Y lebih melekat dan banyak menghabiskan waktunya dengan menggunakan internet di kehidupan sehari-harinya. Teknologi digunakan sebagai media untuk belajar. Memberikan pembekalan dan ilmu-ilmu TIK (Teknik Informasi dan Komunikasi) juga didapatkan semasa di bangku sekolah. Hal ini tentu saja membuat generasi Y lebih unggul dari generasi sebelumnya. Maraknya pemanfaatan Medsos pada usia muda bisa membuka pola pikir, wawasan dan kreativitas. Maraknya mengakses internet dengan kapasitas tinggi dapat membuka peluang usaha online melalui jejaring

sosial media yang marak jadi perbincangan di banyak kalangan seperti facebook, instagram, whatsapp, twitter, shopyy, lazada, tokped dan toko online lainnya yang dapat mengakses layanan sesuai dengan kebutuhan.

Mencoba peluang bisnis diusia muda bukan menjadi kendala yang besar. Umur juga tidak menjamin layak atau tidaknya menjadi wirausahawan membangun bisnis yang sukses karena dengan adanya teknologi yang semakin canggih dapat mempermudah pelaku wirausaha untuk mengakses internet sebagai media untuk promosi, bisnis maupun pemasaran. Cara berfikir generasi milenial yang luas mampu menjadi trendsetter yang menciptakan tren dikalangan anak muda yang notabennya sebagai pengamat medsos untuk menunjang gaya hidup atau style yang lebih fasioneble mengikuti perkembangan untuk menunjukkan jati diri. Menjadi wirausaha tentu tidak mudah walaupun teknologi sangat mendukung akan tetapi ketersediaan modal dapat menjadi masalah apalagi adanya persaingan pasar yang menjadi pertimbangan wirausaha dalam memulai bisnis nya. Untuk menjadi wirusaha yang tangguh perlu membangun mental yang kuat dan siap menghadapi kosekuensi baik buruknya dalam dunia bisnis. Wirausaha dengan kreativitas yang tinggi, mampu melihat dalam sebuah usaha. Menurut Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kemenkominfo) jakarta :7 november 2013 dalam <https://www.kominfo.go.id> mengungkapkan pengguna internet di Indonesia saat ini mencapai 63 juta orang. Dari jumlah tersebut 95 persen menggunakan internet untuk mengakses jejaring sosial. Menurut data dari Webershandwick, perusahaan hubungan masyarakat dan

penyedia layanan komunikasi, ada sekitar 65 juta pengguna aktif Facebook di Indonesia. Sebanyak 33 juta pengguna aktif per hari, 55 juta pengguna aktif yang menggunakan perangkat seluler dalam aksesnya per bulan dan sekitar 28 juta pengguna aktif yang menggunakan perangkat seluler per hari. Pengguna Twitter, berdasarkan data PT Bakrie Telecom, memiliki 19,5 juta pengguna di Indonesia dari total 500 juta pengguna global. Twitter merupakan salah satu jejaring sosial terbesar di dunia, sehingga bisa meraup untung USD 145 juta. Produser di jejaring sosial adalah orang yang telah menghasilkan sesuatu, baik menulis di Blog, foto di Instagram, atau mengunggah video di Youtube. Sebagian besar pengguna Twitter di Indonesia adalah konsumen yaitu mereka yang tidak memiliki blog atau belum pernah mengunggah video di Youtube tetapi sering mengupdate statusnya di Twitter dan Facebook. Selain Twitter, jejaring sosial lain yang dikenal di Indonesia adalah Path dengan 700.000 pengguna di Indonesia. Line memiliki 10 juta pengguna, Google+ memiliki 3,4 juta pengguna dan LinkedIn memiliki 1 juta pengguna.

Minat generasi milenial di Tanah Air untuk menjadi pengusaha sangat tinggi. Hal ini dibuktikan dalam <https://lifepod.id/generasi-z-dan-milenial-bercita-cita-ingin-jadi-pengusaha> unggahan pada tanggal 27 Agustus 2021 yang melibatkan responden dari negara-negara di Asia Pasifik termasuk Indonesia. Disebutkan bahwa mayoritas responden di Indonesia atau sekitar 66 persen bercita-cita untuk memulai atau membuka usaha sendiri. Jombang sendiri merupakan kota yang bisa dikatakan memiliki

potensi untuk menciptakan komunitas wirausaha. **JOMBANG, KabarJombang.com** 22 September 2022 dalam *Innovation Festival* merupakan *event* yang diselenggarakan oleh Ruang Inovasi Jombang yang merupakan sebuah forum *creative* millennial yang hadir untuk mengedukasi, merealisasikan cita dan mendorong ide kreatif, inovatif generasi millennial di Kabupaten Jombang. Menurut Novy Setia Yunas selaku *Founder* Ruang Inovasi mengungkapkan, bahwa saat ini generasi millennial tidak lagi hidup pada kekakuan informasi, ide yang terbatas dan ekosistem yang *stagnan*. "Mereka hidup dalam akselerasi global yang dinamis, revolusi teknologi yang berkembang pesat dan digitalisasi ekonomi yang membutuhkan ide kreatif serta inovatif," dengan harapan dapat banyak mengundang kemanfaatan bagi masyarakat Jombang secara keseluruhan. Tentunya potensi wirausaha juga akan lebih mudah dikembangkan bagi generasi muda di Jombang, mengingat potensi tersebut juga dapat tumbuh secara alami di masyarakat. Namun bisa dikatakan merata atau belum, jumlah anak muda yang sadar teknologi karena Jombang bukan kota besar sehingga masih banyak anak muda yang tinggal di pedesaan. Berdasarkan uraian diatas maka Penulis tertarik untuk mengambil judul **“Pengaruh Penggunaan Online Shop Terhadap Minat Berwirausaha Melalui Pengetahuan dan Motivasi di Kalangan Millennial”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan, beberapa masalah dapat diidentifikasi yaitu :

1. Apakah Online Shop berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha ?
2. Apakah Pengetahuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha ?
3. Apakah Motivasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha ?
4. Apakah Online shop, Pengetahuan, dan Motivasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha ?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh Online Shop terhadap minat berwirausaha.
2. Untuk mengetahui Pengaruh Pengetahuan terhadap minat berwirausaha.
3. Untuk mengetahui Pengaruh Motivasi terhadap minat berwirausaha.
4. Untuk mengetahui Pengaruh Online shop, Pengetahuan, Motivasi terhadap minat berwirausaha.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Praktis

Penelitian ini dapat berguna bagi kalangan millennial yang menggunakan media sosial (medsos) sebagai wadah untuk berwirausaha online shop yang merupakan sebuah peluang bisnis yang menjanjikan apabila dilihat dari peningkatan jumlah pengguna internet dan minat orang yang berbelanja lebih praktis melalui media internet.

2. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian diharapkan dapat menambah wawasan maupun pengetahuan penulis dan dapat menjadi bahan referensi ataupun acuan untuk penelitian selanjutnya terutama berkaitan tentang bisnis online shop di kalangan millennial.