

## **Bab 1 Pendahuluan**

### **Latar Belakang Masalah**

Pengangguran menjadi salah satu masalah yang terjadi di Indonesia. Pada tahun 2021, berdasarkan catatan Badan Pusat Statistik (BPS) pengangguran terbesar meningkat ditemukan di kelompok anak muda usia 20-29 tahun. Pada rentang usia 20-24 tahun pengangguran meningkat 3,36 persen, yang awalnya di februari 2020 sekitar 14,3 persen menjadi 17,66 persen pada Februari 2021. Kemudian pada usia 25-29 tahun meningkat 2,26 persen yang pada awalnya di Februari 2020 sekitar 7,01 persen menjadi 9,27 persen di februari 2021.

Berdasarkan Badan Pusat Statistik (BPS) di februari tahun 2022 jumlah pengangguran dari jumlah keseluruhan penduduk usia kerja sebesar 5,83 persen. Jumlah keseluruhan usia kerja sebanyak 208,54 juta orang dan sebanyak 35,2 juta orang atau 14 persen dari angka pengangguran itu berasal dari lulusan jenjang diploma dan sarjana (S1). Sekjen kementerian ketenagakerjaan Anwar Sanusi menyatakan pengangguran terbuka sebanyak 6,97 persen ditemukan pada lulusan universitas dan 6,61 persen lulusan diploma.

Pengangguran ialah orang yang tidak memiliki pekerjaan atau juga yang dalam keadaan mencari pekerjaan. Untuk mengatasi masalah pengangguran, banyak cara yang sudah diupayakan oleh pemerintah dengan mengeluarkan bermacam macam kebijakan yang dapat meminimalisir terjadinya pengangguran. Kementerian Koperasi dan UKM terus memberikan motivasi kepada kaum muda seperti mahasiswa supaya mempunyai semangat dan keinginan berwirausaha, mahasiswa harus mengubah pola pikir dari yang biasanya ingin mencari kerja menjadi pencipta kerja, karena semakin banyaknya wirausaha di kalangan anak muda diharapkan bisa menjadi alternatif untuk mengurangi jumlah pengangguran di Indonesia.

Terkait dengan kegiatan wirausaha, di era saat ini yang sering dikenal dengan era masyarakat kekinian ataupun modern, pada setiap aktivitas manusia erat kaitannya dengan penggunaan teknologi, salah satunya kegiatan wirausaha. Dalam hal bisnis, pemerintah terus mendorong dan mendukung mahasiswa untuk mengembangkan usaha digital, karena hal ini dapat mengembangkan ekonomi nasional.

Pada saat ini fenomena bisnis online sudah banyak ditemukan di kalangan mahasiswa, bisnis yang mereka dirikan didukung oleh kemajuan teknologi dan kemudahan mendapatkan

informasi. Berdasarkan studi awal yang telah dilakukan kepada 31 mahasiswa yang tersebar di berbagai universitas dan jurusan yang berada di Bandung diantaranya dari Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung, Universitas Terbuka, Universitas Pendidikan Indonesia, Universitas Padjajaran, dan Universitas Pasundan, mahasiswa melakukan bisnis online melalui Instagram, Whatsaap, Facebook, Twitter, Shopee, Tokopedia, OLX. Dengan adanya keinginan berwirausaha dikalangan mahasiswa dapat menjadikan sumber lahirnya wirausaha-wirausaha di masa yang akan datang (Kourilsky dan Walstad, 1998). Menurut (Newman, 2019) saat awal awal mendirikan usaha merupakan proses yang melibatkan berbagai hal, seperti keinginan, evaluasi terhadap resiko, ketidakpastian, kegigihan dan semangat. Berdasarkan studi awal, mahasiswa yang memiliki bisnis online menurut mereka karena dalam diri mereka memang terdapat keinginan untuk mendirikan bisnis online, dengan mendirikan bisnis online mereka ingin mandiri secara ekonomi agar tidak bergantung kepada orang lain, agar bakat menciptakan suatu produk dapat menghasilkan uang, dan untuk membantu perekonomian keluarga.

Keinginan bahasa lainnya adalah intensi, menurut (Wijaya, 2007) intensi adalah seseorang bersungguh seungguh memiliki keinginan untuk melakukan perbuatan. Namun jika dikaitkan dengan intensi bisnis online maka artinya seberapa kuat keinginan seseorang menampilkan suatu perilaku dengan penilaian subjektif maksudnya apakah dia akan melakukan tindakan atau tidak melakukan tindakan tersebut (Ajzen, 2005). Keinginan seseorang dan kesediaan untuk bekerja keras agar kebutuhan hidup terpenuhi melalui mendirikan bisnis, tidak takut pada resiko yang akan terjadi, serta kegagalan dalam berwirausaha dapat dijadikan sebagai pelajaran (Suci Wulandari, 2013).

Menurut (Sudrajad, 2011) seorang wirausaha haruslah memiliki sifat sifat sebagai berikut *self efficacy*, keberanian dalam mengambil resiko, kreatif serta inovatif, memiliki kemampuan personal. Berdasarkan studi awal, 30 orang mahasiswa yang berkuliah di universitas yang berada di Bandung diantaranya dari Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung, Universitas Terbuka, Universitas Pendidikan Indonesia, Universitas Padjajaran, dan Universitas Pasundan. Mereka menyatakan bahwa keinginan mendirikan bisnis online karena berawal dari keyakinan mereka terhadap kemampuan yang mereka miliki, hal ini sering dikatakan sebagai *self efficacy*. Sedangkan 1 orang nya mendirikan bisnis online bukan berawal dari keyakinan terhadap kemampuan yang dimiliki. Pada 30 responden tersebut, mereka memiliki keyakinan terhadap kemampuan diri sendiri dalam menawarkan barang dagangan, yakin dapat menjalankan bisnis

hingga sukses, yakin terhadap kemampuan diri sendiri bahwa bisa meyakinkan konsumen dengan *statement* dan informasi yang kuat yang berhubungan dengan produk yang akan dijual, keyakinan terhadap kemampuan diri sendiri bahwa bisa menghadapi berbagai rintangan dalam berbisnis online, keyakinan terhadap kemampuan diri dalam membuat produk.

Kemudian menurut mereka, *self efficacy* ini memang penting dimiliki oleh seseorang yang berkeinginan untuk mendirikan bisnis karena dengan itu dapat menjadikan seseorang memiliki dorongan untuk bekerja keras, berusaha semaksimal mungkin kemudian menjadikan seseorang tidak mudah menyerah ketika bisnisnya tidak berjalan dengan baik sehingga orang tersebut tetap konsisten menjalankan bisnisnya. Mereka pun menyebutkan bahwa dalam keinginannya untuk mendirikan bisnis online, seseorang penting memiliki sifat-sifat diantaranya *self efficacy*, berani, konsisten, pantang menyerah, jujur, ramah, bisa menanggung resiko, kreatif, inovatif, dan tidak mudah bosan. Sedangkan 1 orang mahasiswa menyatakan bahwa keinginan mendirikan bisnis online bukan karena memiliki keyakinan terhadap kemampuan yang dimiliki.

Materi tentang *self efficacy*, Albert Bandura ialah yang pertama kali mengemukakan. Menurut (Carr dan Sequeira, 2007) *self efficacy* merupakan pendorong yang paling kuat bagi mahasiswa untuk berwirausaha. *Self Efficacy* menurut (Bandura, 1986) diartikan sebagai keyakinan seseorang pada kemampuan yang dimiliki untuk sukses dalam melakukan sesuatu. *Self Efficacy* ialah keadaan seseorang merasa yakin dengan kemampuan yang dimilikinya sehingga dapat mewujudkan yang ingin dia lakukan (Salkind, 2009). Menurut (Caecilia Vemmy, 2012) kebutuhan akan prestasi, kreativitas, kemandirian, keberanian mengambil risiko, orang tua dan *self efficacy* mempunyai peranan penting bagi keinginan berwirausaha.

Menurut (Wulandari, 2013) terdapat karakteristik kepribadian yang berhubungan dengan intensi kewirausahaan diantaranya *self efficacy*, *risk taking*, kreativitas, inovasi, *locus of control*, serta berbagai kecerdasan seperti *intelectual quotient (iq)*, *emotional quotient (eq)*, *spritual quotient (sq)* dan *adversity quotient (aq)*. Penelitian yang dilakukan (Hapsah dan Savira, 2015), mengenai hubungan *self efficacy* dan kreativitas dengan intensi berwirausaha pada mahasiswa psikologi, (Karyaningsih dan wibowo, 2017) mengenai hubungan kreatifitas, efikasi diri dengan intensi berwirausaha pada mahasiswa, (Charles Pramudama, 2018) mengenai hubungan hope, *self efficacy*, resilience dan optimis terhadap intensi berwirausaha mahasiswa fakultas ekonomi hasilnya ditemukan terdapat hubungan antara *self efficacy* dengan intensi berwirasuaaha.

## **Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah peneliti uraikan diatas, maka rumusan masalah yang akan diangkat dalam penelitian ini adalah :

“Apakah terdapat hubungan antara *self efficacy* dengan intensi bisnis online pada mahasiswa”

## **Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dikemukakan diatas maka tujuan yang ingin dicapai oleh peneliti dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan antara *self efficacy* dengan intensi bisnis online pada mahasiswa

## **Kegunaan Penelitian**

### **Kegunaan Teoritis**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pada ranah ilmu psikologi terutama pada psikologi kewirausahaan

### **Kegunaan Praktis**

Diharapkan penelitian ini dapat menjadi acuan khususnya bagi orang-orang yang memiliki bisnis online atau ingin memiliki bisnis online baik mahasiswa ataupun bukan dari kalangan mahasiswa