

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang ada saat ini sangat berdampak dalam kemajuan berbagai bidang dunia bisnis yang mengakibatkan ketatnya persaingan bisnis. Dalam penggunaan teknologi informasi dan komunikasi yang sangat populer saat ini adalah internet selama bertahun-tahun terakhir saat ini perkembangan internet memungkinkan adanya berbagai teknologi yang membantu banyak hal publikasi informasi yang dalam bentuk elektronik yaitu *E-Commerce*.

Internet merupakan salah satu kemajuan dibidang teknologi informasi dan komunikasi yang tumbuh sangat cepatnya dan memberikan banyak berbagai kemudahan dalam menjalankan aktivitas sehari-hari. Dengan kemudahan yang diperoleh tersebut membuat masyarakat saat ini sangat beruntung. Dalam kehadiran internet saat ini dan melalui internet setiap orang sudah sangat bisa mengakses segalanya untuk mendapatkan berbagai informasi untuk menunjang segala kegiatan yang akan dilakukan. Aplikasi yang dapat memudahkan kegiatan dunia perdagangan dikenal dengan *Electronic Commerce (E-Commerce)*.

Pada awalnya *E-Commerce* penggunaan internet hanya sebatas menampilkan produk, untuk transaksi pembayaran antara penjual dan konsumen harus bertemu. Namun, pada perkembangannya, fokus pada perdagangan *E-Commerce* melalui sarana internet bergeser mendekati konsumen-konsumen individual. Untuk saat ini *E-Commerce* tidak hanya saja menggunakan *website* saja namun juga dapat

melalui sosial media, seperti *facebook*, *whatsapp*, *instagram*, *twiter* dan lainnya. Saat ini tekanan komunikasi bisnis ialah melibatkan produsen dan konsumen individual dalam perdagangan *E-Commerce*. Namun *E-Commerce* tidak hanya untuk perusahaan-perusahaan akan tetapi juga dilakukan oleh pembisnis individual.

Menurut data kementerian kependudukan republik Indonesia semester I 2020 jumlah total penduduk indonseia per 30 juni sebanyak 268.583.016 jiwa menurut kementerian badan usaha milik Negara (BUMN) sekitar 3,47 persen penduduk Indonesia menjadi wirausaha (*kompas.com*). Selain lapangan pekerjaan yang akan dihasilkan sehingga mengurangi jumlah pengangguran, bertambahnya wirausaha juga akan meningkatkan pendapatan masyarakat secara egerat.

Namun sebagian besar *mindset* masyarakat lebih baik bekerja dengan orang lain bukan menghasilkan lapangan perkerja sendiri, maka demikian harus ada perubahan *mindset* dalam masyarakat agar dapat terbentuknya kemandirian. Cara untuk menngubah *mindset* tersebut dengan menumbuhkan jiwa wirausaha daam diri masyarakat. Dengan dimilikinya jiwa wirausaha dalam masyarakat yang diharapkan terbentuknya jiwa pemimpin dalam masyarakat tersebut. Sangat diharapkan pula tumbuhnya jiwa wirausaha dalam masyarakat dapat membentuk lingkungan masyarakat yang dapat mampu mendorong masyarakat lainnya untuk berwirausaha.

Dengan minat berwirausaha inilah yang sangat penting agar industri- industri semakin tumbuh dan semakin berkembang dan pengangguran semakin terkikis. Namun dalam membangun jiwa wirausaha masyarakat banyak menemui kendala

seperti kesulitan modal yang dikarenakan banyaknya masyarakat masih berpikir bahwa saat membuka usaha atau ingin berwirausaha harus memiliki banyak modal yang dikeluarkan buat membuka sebuah usaha.

Usaha yang menggunakan *E-Commerce* diindonesia menjadi usaha yang cukup menjanjikan dikarenakan di era globalisasi ini hampir semua orang tidak dapat lepas dari gawai, kapanpun dan dimanapun gawai sudah menjadi kebutuhan utama yang harus dibawa, dikarenakan semua informasi dapat diperoleh melalui gawai berbasis jaringan. Maka masyarakat Indonesia harus bisa melawan rasa takut untuk memulai berwirausaha karena sekecil apapun usaha jika ditekuni akan mendatangkan manfaat yang cukup besar.

Para wirausaha yang sudah menggunakan *E-Commerce* sebagai media atau alat untuk menjual produk yang cukup banyak. *E-Commerce* dapat diakses masyarakat yang melalui beberapa aplikasi yang sudah tersedia dalam gawai, seperti melalui *facebook*, *instagram*, *twitter*, *whatsapp* dan lain-lain. Masyarakat juga dapat melalui aplikasi *shoppee*, *bukalapak*, *tokopedia*, *lazada*, maupun aplikasi lain yang dapat mengakses *E-Commerce*.

Berdasarkan hasil prasarvei dan wawancara yang dilaksanakan oleh peneliti dimana data yang sudah diperoleh minatnya masyarakat pada lingkungan XX tanjung mulia ditemukan bahwa banyaknya minat berwirausaha pada masyarakat tersebut dari tahun ketahun mengalami peningkatan minat berwirausaha. Berikut data yang diperoleh:

Tabel 1.1
Data masyarakat yang minat Berwirausaha

No	Tahun	Jumlah masyarakat	Penambahan	Masyarakat yang berminat
1	2017	378	-	378 perkepala keluarga
2	2018	-	3	381 perkepala keluarga
3	2019	-	9	390 perkepala keluarga
4	2020	-	38	428 perkepala keluarga
5	2021	-	40	458 perkepala keluarga

Sumber: Hasil Olah Data, 2021

Maka *E-Commerce* akan semakin memberikan peluang, kepercayaan diri serta minat masyarakat untuk berwirausaha *online* sesuai dengan bekal pengetahuan dan kemajuan teknologi informasi dan komunikasi, *E-Commerce* juga diharapkan dapat menjadi peluang besar bagi masyarakat dapat memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi. Berdasarkan uraian diatas penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“PENGARUH *E-COMMERCE* DAN PENGETAHUAN KEWIRAUSAHAAN TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA MASYARAKAT LINGKUNGAN XX TANJUNG MULIA.”**

1.2 Identifikasi Masalah

Pada latar belakang yang telah diuraikan di atas, disinyalir identifikasi masalah sebagai berikut:

1. Masih banyak masyarakat pada lingkungan XX tanjung mulia yang kurang berminat dalam berwirausaha sendiri di karenakan masih banyak masyarakat yang kurang mengetahui teknologi sekarang.

2. Masyarakat masih belum mengenal berwirausaha melalui *E-Commerce* dikarenakan kurangnya pengetahuan akan teknologi.

1.3 Batasan Masalah

Oleh karena itu keterbatasan pengetahuan, minat berwirausaha, maka penulis membatasi masalah hanya pada ruang lingkup antara variabel *E-Commerce* (X_1) dan Pengetahuan kewirausahaan (X_2) terhadap Minat Berwirausaha (Y). Objek penelitian ini adalah Masyarakat Lingkungan XX Tanjung Mulia.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas serta pentingnya *E-Commerce* serta Pengetahuan kewirausahaan saat ini, maka penelitian merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh pemanfaatan *E-Commerce* oleh Masyarakat Lingkungan XX Tanjung Mulia.
2. Bagaimana pengaruh pengetahuan kewirausahaan oleh Masyarakat Lingkungan XX Tanjung Mulia.
3. Pengaruh Seberapa besar pemanfaatan *E-Commerce* dan Pengetahuan kewirausahaan terhadap Minat Berwirausaha bagi Masyarakat Lingkungan XX Tanjung Mulia.

1.5 Tujuan Penelitian

Adapun yang menjadi tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengaruh *E-Commerce* dan Pengetahuan kewirausahaan terhadap Minat Berwirausaha bagi Masyarakat Lingkungan XX Tanjung Mulia.

1.6 Manfaat Penelitian

Terdapat dua manfaat pada penelitian ini yang didasarkan atas latar belakang, rumusan masalah, dan manfaat penelitian tersebut. Kedua manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Hasil dari penelitian ini di harapkan dapat menjadi pengetahuan maupun wawasan ilmiah, serta di harapkan dapat dijadikan rujukan, referensi informasi, dan masukan kepada penelitian dan juga pembaca mengenai pengaruh *E-Commerce* dan Pengetahuan kewirausahaan terhadap Minat Berwirausaha bagi Masyarakat Lingkungan XX Tanjung Mulia.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat kepada semua pihak

a. Bagi Masyarakat Lingkungan XX Tanjung Mulia.

Hasil penelitian ini dapat dijadikan gambaran atau masukan informasi terkait perilaku berwirausaha dikalangan masyarakat lingkungan XX Tanjung Mulia. Diharapkan kedepannya masyarakat dapat memiliki minat dalam Berwirausaha.

b. Bagi Peneliti

Peneliti diharapkan dapat mengetahui lebih dalam mengenai persepsi pengaruh *E-Commerce* dan Pengetahuan kewirausahaan terhadap Minat Berwirausaha Masyarakat Lingkungan XX Tanjung Mulia.