

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Perkembangan young entrepreneur secara global yang diikuti oleh perkembangan teknologi ini diharapkan agar dapat semakin meningkat daripada tahun-tahun sebelumnya. Apalagi, secara makroekonomi, tingkat pengangguran di Negeri kita ini sudah sangat memprihatinkan sehingga perlu adanya usaha-usaha swadaya dari masyarakat untuk membantu meringankan beban pemerintah dalam mengatasi masalah pengangguran. Cara paling cepat dan tepat dalam mengatasi masalah pengangguran ini yaitu dengan cara menjadikan diri kita sendiri sebagai seorang *entrepreneur*.

Seorang entrepreneur adalah seorang yang menciptakan sebuah bisnis baru, dengan menghadapi resiko dan ketidakpastian, dan yang bertujuan untuk mencapai laba serta pertumbuhan melalui pengidentifikasian peluang-peluang melalui kombinasi sumber-sumber daya yang diperlukan untuk mendapatkan manfaatnya (Winardi, *Entrepreneur* dan *Entrepreneurship*, 2003). Dengan bertambahnya entrepreneur baru, sehingga akan dapat tercipta suatu lapangan pekerjaan yang dapat membantu mengurangi masalah pengangguran tersebut.

Dalam lokadata Beritagar.id, menurut data BPS tahun 2018, terdapat sekitar 28 juta penduduk berusia diatas 10 tahun memiliki status pekerjaan berusaha sendiri. Pada provinsi Maluku tercatat memiliki persentase penduduk berusaha sendiri tertinggi sebanyak 13,7% dan persentase terendah berada di provinsi Banten sebanyak 9,4%. BPS mensurvei bahwa ada beberapa alasan seseorang memilih membuka usaha sendiri dan enggan mencari pekerjaan. Dari total penduduk yang berusahan sendiri, sebanyak 72,5% atau mayoritas penduduk beralasan sudah memiliki usaha.

Alasan ini ditujukan pada seseorang yang memiliki pekerjaan dan usaha yang telah disiapkannya sehingga mereka merasa tidak perlu mencari sebuah usaha dan pekerjaan lainnya. Alasan-alasan tersebut misalnya, meneruskan usaha orang tua yang telah dijalankan selama bertahun-tahun, omset yang menjanjikan,

dekat dari rumah, atau jam kerjanya yang lebih fleksibel. Selain itu, bisa jadi karena telah mendapatkan warisan keluarga sehingga telah merasa cukup dengan pendapatan tersebut untuk memenuhi kebutuhan hidupnya.

Menurut SUSENAS (Survei Sosial Ekonomi Nasional) BPS 2018, terdapat 26 sektor lapangan usaha yang digeluti penduduk berusaha sendiri. Namun, hanya 3 sektor yang paling mendominasi di Indonesia, yaitu sektor usaha perdagangan, sektor usaha perkebunan, dan sektor usaha pertanian dan palawija. Hal ini merupakan kecenderungan yang ada pada masyarakat di Indonesia.

Di Indonesia, terbentuknya entrepreneur sangat didorong oleh pemerintah. Apalagi young entrepreneur baru di Indonesia. Menurut data Himpunan Pengusaha Muda Indonesia (HIPMI), dalam artikel berita (Beritagar.id dan Wartaekonomi.co.id), jumlah pengusaha Indonesia masih jauh di bawah rasio total penduduk. Pada tahun 2017, jumlah pengusaha muda di Indonesia mencapai 3,7% dari total penduduk. Jumlah tersebut masih tertinggal jauh jika dibandingkan dengan negara lain seperti Malaysia 5%, Singapura 7%, dan Thailand 4,5%. Untuk itu, perlu dilakukannya pemberdayaan pemuda di bidang ekonomi, yaitu diarahkan dan didukung untuk tidak hanya sebagai pencari kerja, namun juga sebagai pencipta pekerjaan serta menumbuhkan jiwa kewirausahaan kaum muda. Hal ini merupakan suatu upaya untuk mengurangi tingkat pengangguran dan masalah sosial.

Selain itu, para pemuda diharapkan dapat menjadi seorang young entrepreneur yang terdidik dan mampu mengembangkan usahanya sendiri. Karena, entrepreneur ini menjadi salah satu pendukung kemajuan perekonomian masyarakat. Dalam modul yang berjudul “Lingkungan usaha bagi Pengusaha Muda Indonesia” bahwa pengusaha muda diartikan sebagai seorang yang memiliki usaha atau menjalankan usaha yang dimiliki oleh keluarganya, yang terlibat dalam pembuatan keputusan strategis dalam usaha, yang bekerja paling kurang 20 jam per minggu untuk usahanya, dan yang berumur 15 sampai 29 tahun (Aksa, 2011, hal. 6). Apabila seseorang memiliki keinginan dan kemauan untuk berwirausaha, maka seseorang tersebut dapat menciptakan lapangan pekerjaan sendiri tanpa perlu mengandalkan orang lain atau suatu perusahaan untuk

mendapatkan pekerjaan. Untuk itu, para pemuda sangat perlu dibekali keterampilan hidup (*life skille*) untuk dijadikan bekal fundamental dalam menghadapi persaingan global.

Dalam acara WMM Awards (Wirausaha Muda Mandiri Awards) yang merupakan program yang diinisiasi oleh Bank Mandiri. Kegiatan ini dilaksanakan untuk menjaring wirausaha muda yang ada di Indonesia dan Kota Malang mendapat kehormatan menjadi tempat berlangsungnya acara ini yang sukses digelar pada tahun 2018. Tercatat lebih dari 800 entrepreneur yang mendaftarkan diri pada WMM Awards, dan sebanyak 70 entrepreneur tercatat sebagai finalis. Pemenang wirausaha Muda Mandiri ini merupakan contoh potret mahasiswa sekaligus young enrepreneur yang ada di Indonesia dengan beberapa bidang usahanya. pemenang Wirausaha Muda Mandiri 2018 dalam kategori Mahasiswa, sebagai berikut:

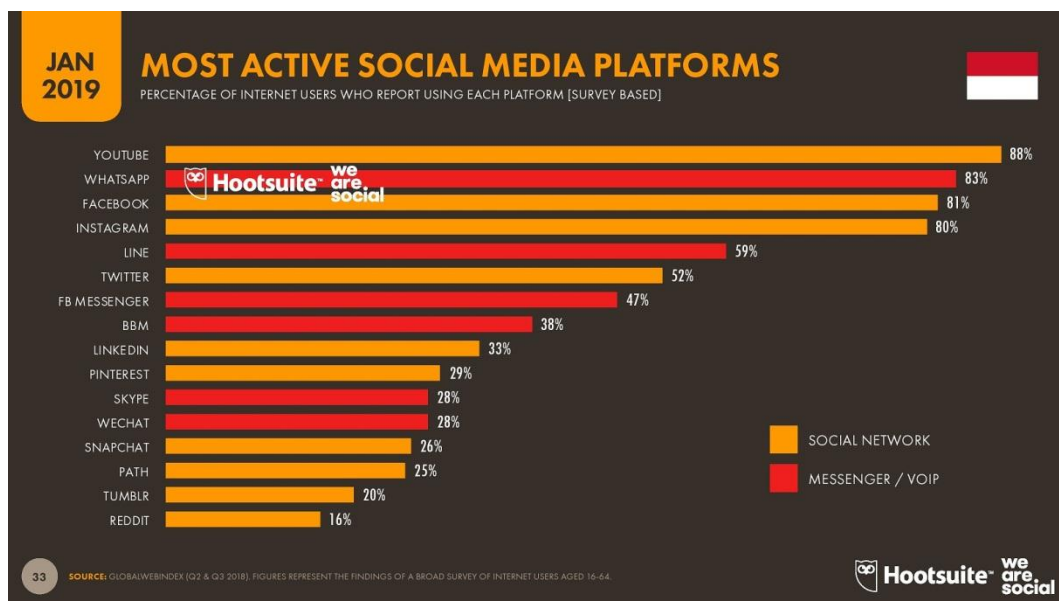
Tabel 1.1

Daftar nama-nama pemenang WMM Awards 2018 Kategori Mahasiswa

No.	Nama	Bidang Usaha	Prestasi
1.	Arnandiza Amirul Khadifa	Industri perdagangan dan jasa, yaitu Balon Kado	Pemenang 1
2.	Agus Wibowo	Industri perdagangan dan jasa, yaitu Agro Lestari Merbabu	Pemenang 2
3.	I Putu Agi Pratama	Boga, yaitu Umah Lokal	Pemenang 1
4.	Sentannah Limmase	Boga, yaitu Fermentation Indonesia	Pemenang 2
5.	Malinda Amalia	Kreatif, yaitu Linean	Pemenang 1
6.	Nabila	Kreatif, yaitu Batik Kenawa	Pemenang 2
7.	Reno Pati	Sosial, yaitu Rumah UPPO/Unit Pengelolaan Pupuk Organik	Pemenang 1
8.	M Zulfkri Al Qowy	Sosial, yaitu <i>Pacoo.com</i>	Pemenang 2
9.	Aditya Pratama ghifary	Taknologi Digital, yaitu media Bimbingan Belajar Gratis berbasis	Pemenang 1

		Website dan Aplikasi	
10.	Rafliansyah Ruslan	Taknologi Digital, yaitu SCOLA / Learning managemnt system	Pemenang 2

Pada saat ini banyak sekali macam-macam jejaring sosial. Diantaranya adalah Facebook, Pinterest, Instagram, Twiter dan lain-lainnya. Situs jejaring sosial mempunyai jumlah pengunjung yang relatif besar dan mempunyai kecenderungan untuk terus meningkat. Hal ini dikarenakan adanya sisi menarik yaitu adanya interaksi soaial yang lebih personal. Pola penggunaan media menarik untuk diteliti saat ini adalah ICT yang saat ini sering digunakan sebagai channel untuk berbisnis, yaitu dalam hal memasarkan atau mempromosikan suatu produk atau jasa melalui suatu media seperti media sosial. Misalnya Instagram, Whatsapp, Line dan lain-lain.



Gambar 1.1 Platforms yang paling sering digunakan
(Riyanto, 2019)

Dalam situs jejaring sosial instagram misalnya, fasilitas yang sering digunakan untuk memasarkan suatu produk adalah Instastory dan Feed Instagram. Sedangkan fasilitas whatsapp, yang sering digunakan untuk memasarkan suatu

produk adalah *Whatsapp story* dan *Group*. *Instastory* dan *Whatsapp story* merupakan fasilitas yang disediakan oleh situs jejaring sosial untuk berbagi cerita tentang kegiatan atau hal apapun yang sedang terjadi.

Group merupakan fasilitas yang disediakan oleh situ jejaring sosial untuk memudahkan sekelompok orang terkoneksi satu sama lainnya dalam ruang khusus. Berbeda halnya dengan fasilitas chatting yang merupakan sarana bagi pengguna situs jejaring sosial untuk berkomunikasi secara *real time* pada ruang pribadi. Hal ini dimanfaatkan para entrepreneur karena banyaknya anak muda yang menggunakan platform atau aplikasi pada *smartphone* atau *gadget* yang dimiliki sehingga para entrepreneur dapat dengan mudah melakukan bisnis yang sedang dijalankannya.

Pada penelitian ini, peneliti akan meneliti mengenai ICT sebagai channel bisnis young entrepreneur. Subjek dalam penelitian ini adalah pemenang dengan kategori mahasiswa dari acara WMM Awards Mandiri 2018 yang bersedia untuk menjadi informan dalam penelitian ini.

1.2.Rumusan Masalah

Berdasarkan pada uraian latar belakang masalah diatas, yang menjadi rumusan masalah pada penelitian ini adalah bagaimana ICT sebagai channel bisnis Young Entrepreneur ?

1.3.Tujuan Penelitian

Mengacu pada latar belakang masalah dan rumusan masalah yang dikemukakan diatas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana ICT sebagai Channel Bisnis pada Young Entrepreneur.

1.4.Manfaat Penelitian

Penelitian ini, bermanfaat untuk beberapa pihak, yaitu sebagai berikut:

1.4.1.Manfaat Teoritis

Dalam penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dan berguna untuk pengembangan dalam bidang keilmuan dan juga diharapkan dapat menjadi

masukan dan referensi untuk pengembangan suatu penelitian ilmu komunikasi yang berkaitan dengan ICT.

1.4.2. Manfaat Praktis

a. Bagi Young Entrepreneur

Dalam penelitian ini, diharapkan agar dapat lebih memahami mengenai ICT yang dapat digunakan sebagai channel bisnis. Selain itu, agar dapat menjalankan dan mengembangkan bisnisnya dengan lebih mudah.

b. Bagi Konsumen

Dalam penelitian ini, diharapkan dapat mempermudah dan memanfaatkan adanya ICT untuk membantu memenuhi kebutuhan hidup masyarakat.