

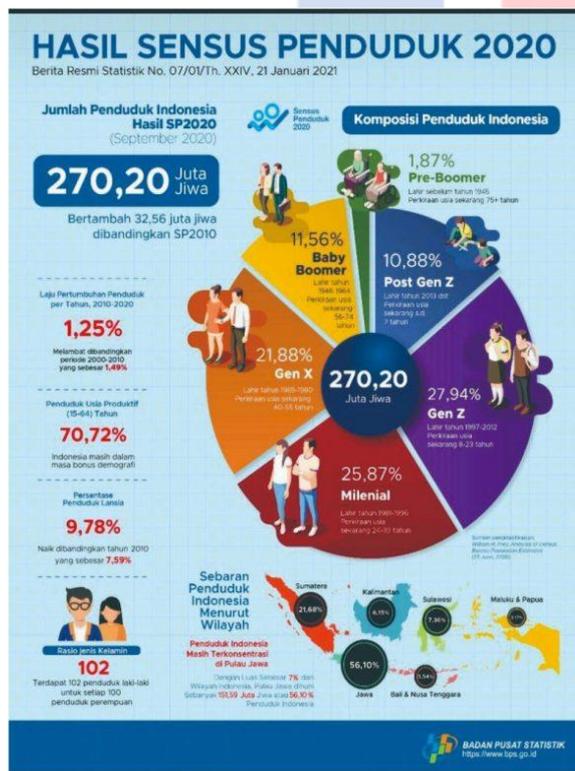
BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

1.1.1 Pertumbuhan Generasi Z dan Kewirausahaan di Indonesia

Generasi Z, yang mencakup individu yang lahir antara pertengahan 1990-an hingga awal 2010-an, telah menjadi fokus utama dalam perbincangan global seiring dengan pesatnya perkembangan teknologi dan digitalisasi. Di Indonesia, populasi Generasi Z secara signifikan menyumbang kepada struktur demografis, yang tercermin dalam berbagai aspek kehidupan sosial, budaya, dan ekonomi. Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (BPS) dan Kementerian Pemuda dan Olahraga Republik Indonesia, Generasi Z merupakan salah satu segmen terbesar dari populasi Indonesia saat ini.



Gambar 1.1 Jumlah Komposisi Penduduk Indonesia Berdasarkan Generasi (Badan Pusat Statistik (BPS), 2021)

Seiring dengan kemajuan teknologi dan akses mudah terhadap informasi melalui internet dan media sosial, Generasi Z memiliki pola perilaku, nilai-nilai, dan preferensi yang berbeda dibandingkan dengan generasi sebelumnya. Mereka tumbuh dan terbentuk dalam era yang dikenal sebagai Era Digital, yang telah membawa dampak signifikan terhadap cara mereka berkomunikasi, berinteraksi, dan memperoleh pengetahuan. Faktor-faktor ini telah mengarah pada munculnya minat berwirausaha yang kuat di kalangan Generasi Z di Indonesia.

Perkembangan teknologi dan akses mudah terhadap informasi telah membuka peluang baru dalam dunia bisnis, memfasilitasi terciptanya model bisnis inovatif, termasuk bisnis skala kecil dan startup. Hal ini memiliki implikasi signifikan terhadap kewirausahaan, di mana Generasi Z muncul sebagai agen perubahan dengan potensi besar untuk menciptakan dampak positif dalam ekonomi dan masyarakat. Namun, meskipun minat berwirausaha yang kuat terlihat jelas, terdapat tantangan dalam mentransformasikan minat tersebut menjadi tindakan nyata dalam memulai dan mengelola bisnis. Oleh karena itu, diperlukan pemahaman yang lebih mendalam terhadap faktor yang mempengaruhi keputusan berwirausaha pada Generasi Z di Indonesia.

1.1.2 Minat Berwirausaha pada Generasi Z

Generasi Z, yang telah tumbuh dan terbentuk dalam era digital, ditandai oleh minat berwirausaha yang kuat dan pemahaman mendalam tentang teknologi. Berdasarkan survei dari MarkPlus Insight (2021), Generasi Z di Indonesia menunjukkan minat yang signifikan terhadap dunia kewirausahaan. Ketersediaan akses digital dan kemudahan untuk berinteraksi melalui platform media sosial dan online telah memungkinkan mereka untuk mengakses informasi, belajar dari contoh sukses, dan bahkan mengembangkan keterampilan kewirausahaan mereka secara mandiri.

Hasil survei tersebut mengungkapkan bahwa sebagian besar Generasi Z memiliki pandangan positif terhadap kewirausahaan. Mereka melihatnya sebagai peluang untuk menggabungkan minat pribadi dengan pengembangan karier, kreativitas, dan dampak sosial. Selain itu, minat berwirausaha juga tercermin dalam

minat mereka untuk membangun merek pribadi di platform digital, memulai bisnis kecil secara online, atau terlibat dalam berbagai proyek kreatif.

Selain minat berwirausaha yang kuat, Generasi Z juga menunjukkan antusiasme untuk berinovasi dan mengadopsi teknologi baru. Mereka cenderung lebih terbuka terhadap perubahan, mencari peluang baru, dan memiliki kapasitas untuk beradaptasi dengan cepat terhadap tren dan perkembangan bisnis yang terus berubah.

Namun, sementara minat berwirausaha yang kuat telah menjadi ciri khas Generasi Z, tantangan terletak pada transformasi minat ini menjadi tindakan nyata dalam memulai dan mengelola bisnis. Dalam konteks ini, penting untuk memahami faktor-faktor yang dapat mempengaruhi atau menghambat mereka untuk melangkah dari minat ke tahap tindakan nyata dalam memulai usaha.

1.1.3 Tantangan Transformasi Minat Menjadi Tindakan

Meskipun Generasi Z di Indonesia menunjukkan minat berwirausaha yang kuat dan antusiasme terhadap inovasi serta teknologi, terdapat tantangan dalam mengubah minat ini menjadi tindakan nyata dalam memulai dan mengelola bisnis. Salah satu tantangan utama adalah kesenjangan antara minat dan komitmen untuk memulai bisnis yang sebenarnya.

Faktor-faktor seperti persepsi terhadap risiko, keterbatasan pengetahuan praktis tentang memulai bisnis, serta ketidakpastian mengenai stabilitas dan keberlanjutan bisnis dapat menghambat langkah konkret dalam mengambil risiko untuk memulai usaha. Walaupun Generasi Z memiliki wawasan yang luas mengenai teknologi, pemahaman mengenai aspek-aspek operasional bisnis yang lebih klasik, seperti manajemen keuangan atau strategi pemasaran, mungkin kurang mereka pelajari.

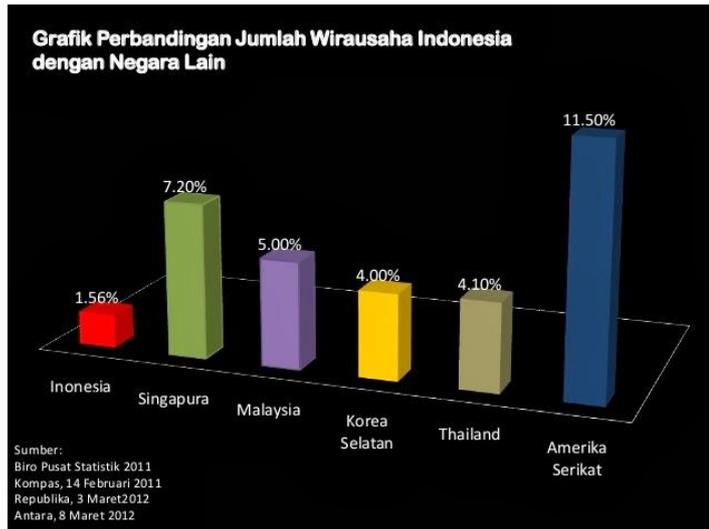
Selain itu, adanya tekanan sosial dan ekspektasi dari lingkungan sekitar seperti keluarga, teman sebaya, atau masyarakat juga dapat memengaruhi bagaimana Generasi Z memutuskan untuk melangkah dalam dunia kewirausahaan. Tekanan untuk mengikuti jalur pendidikan konvensional atau memilih bekerja di perusahaan seringkali lebih dipilih oleh Generasi Z ini, meskipun minat dan potensi berwirausaha begitu kuat. Menilai upah bekerja sebagai fresh graduate saat ini

cukup tinggi untuk mereka. Saat ini di Jakarta, upah minimum yang diterima oleh mereka minimal 4,9 juta dan juga diimbangi oleh beberapa tunjangan dari perusahaan. Hal ini menyebabkan banyak dari Generasi Z memilih untuk bekerja secara konvensional daripada berwirausaha, karena hasil yang pasti dan tidak memiliki resiko untuk kehilangan materi.

Dalam rangka mengatasi tantangan-tantangan ini, penting untuk memahami lebih dalam bagaimana faktor-faktor psikologis, lingkungan, dan sosial berinteraksi dan saling mempengaruhi dalam konteks keputusan berwirausaha Generasi Z di Indonesia. Dengan demikian, penelitian ini akan mengambil peran dalam membuka wawasan baru tentang cara mengatasi kesenjangan antara minat dan tindakan dalam berwirausaha.

1.1.4. Kondisi Kewirausahaan di Indonesia

Indonesia telah mengalami lonjakan pesat dalam ekosistem kewirausahaan, dengan pertumbuhan startup sebesar 12% pada tahun 2020 (BKPM, 2021). Ini mencerminkan dukungan pemerintah yang kuat terhadap inovasi dan kewirausahaan. Pada tahun yang sama, sekitar 40% dari para pendiri startup di Indonesia berasal dari Generasi Z (MarkPlus Insight, 2021). Pada Agustus tahun 2022, menurut Teten Masduki, Menteri Koperasi dan UKM menyebutkan bahwa angka pengusaha yang ada di Indonesia pada tahun 2023 hanya mencapai 3,47 % orang dari total penduduk Indonesia yang pada tahun 2023 berjumlah 278,7 juta nyawa. Angka tersebut masih tidak sebanding dengan angka masyarakat yang membutuhkan pekerjaan. Menurut Menteri Koperasi dan UKM tersebut, untuk tetap bertumbuh sebuah negara minimal harus mempunyai rasio 4% total wirausahawan dari jumlah penduduk. Beliau berseru bahwa rata-rata negara maju memiliki rasio wirausahawan sebesar 12% dari jumlah penduduknya.



Gambar 1.2 Grafik Perbandingan Jumlah Wirausaha di Indonesia dengan Negara Lain (Badan Pusat Statistik (BPS), 2011)

Generasi Z telah memainkan peran penting dalam mengembangkan ekosistem kewirausahaan. Mereka menggabungkan kreativitas dan kemampuan teknologi mereka untuk menciptakan inovasi yang berdampak. Lebih dari 60% dari Generasi Z aktif berpartisipasi dalam komunitas startup dan acara-acara terkait kewirausahaan (MarkPlus Insight, 2021). Ini mencerminkan semangat kolaboratif dan niat untuk terlibat dalam perkembangan ekosistem.

Namun, meskipun kontribusi positif ini, hanya sekitar 20% dari Generasi Z yang memiliki akses terhadap pendanaan yang memadai untuk mengembangkan bisnis mereka (MarkPlus Insight, 2021). Ini mengindikasikan adanya tantangan dalam mengatasi hambatan finansial yang sering dihadapi oleh para wirausaha muda. Oleh karena itu, pemahaman mendalam tentang faktor-faktor yang mempengaruhi kemampuan Generasi Z dalam menghadapi tantangan seperti ini menjadi sangat penting dalam mengembangkan ekosistem kewirausahaan yang berkelanjutan.

1.1.5. Peran Generasi Z Dalam Mengatasi Kemiskinan

Indonesia adalah negara yang kaya akan sumber daya alam dan berpotensi besar dalam sektor ekonomi. Meskipun telah mencapai kemajuan ekonomi yang signifikan dalam beberapa dekade terakhir, tantangan angka kemiskinan tetap menjadi realitas yang kompleks dan memerlukan solusi yang komprehensif. Pada

Maret 2023 angka kemiskinan di Indonesia berasio 9,36% dari total populasi, yang setara dengan sekitar 25 juta penduduk yang hidup di bawah garis kemiskinan. Ini adalah masalah yang tidak dapat diabaikan dan memerlukan perhatian serius dari berbagai pihak. Badan Pusat Statistik (BPS), 2023



Gambar 1.3 Grafik Angka Kemiskinan Maret 2023
(Badan Pusat Statistik (BPS), 2023)

Dalam menghadapi tantangan ini, salah satu aset berharga yang dapat dimobilisasi adalah Generasi Z, kelompok muda yang lahir sekitar tahun 1997 hingga 2012. Generasi Z adalah generasi yang tumbuh dalam era digital dan memiliki akses yang belum pernah terjadi sebelumnya ke teknologi dan informasi. Mereka dikenal sebagai generasi yang kreatif, inovatif, dan penuh semangat untuk membuat perubahan. Saat ini karena globalisasi teknologi dapat diakses oleh semua orang, karena hal ini Generasi Z lah yang paling diuntungkan. Generasi Z dapat

dengan mudah mengakses teknologi tersebut dan fasih menggunakannya, sehingga teknologi sangat berperan dalam kehidupan Generasi Z. Saat ini bisnis online atau bisnis digital sedang merajalela. Toko-toko offline kehilangan pelanggan akibat persaingan harga yang ketat dengan bisnis digital. Dalam bisnis digital Generasi Z lah yang paling diuntungkan karena sudah mengenal teknologi sejak lahir dan sudah cukup dewasa dalam melakukan bisnis. Dalam konteks ini, penelitian ini akan menggali lebih dalam peran Generasi Z sebagai potensi agen perubahan dalam mengentaskan kemiskinan di Indonesia.

1.2 Identifikasi Masalah

Angka pengangguran di Indonesia yang masih terbilang tinggi menyebabkan pemerataan penduduk tidak rata dan sering kali menciptakan masalah sosial di beberapa daerah padat penduduk contohnya seperti di Jakarta. Padahal pemerintah sudah memberikan dana bantuan kepada masyarakat untuk berwirausaha dan menciptakan lebih banyak lapangan pekerjaan kepada masyarakat lainnya. Beberapa masyarakat menilai tidak berani untuk mengambil langkah untuk berwirausaha karena merasa tidak memiliki ilmu atau pengalaman yang cukup dan tetap teguh pada pendiriannya mencari pekerjaan. Angka pencari pekerjaan yang tidak diimbangi dengan lapangan pekerjaan, menyebabkan upah buruh yang rendah yang tidak sesuai dengan nilai untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Maka dari itu masalah dari penelitian ini adalah :

1. Pengangguran dan Peningkatan Kewirausahaan: Indonesia memiliki jumlah penduduk muda yang besar, termasuk Generasi Z. Meningkatkan tingkat kewirausahaan di kalangan generasi ini dapat menjadi solusi bagi masalah pengangguran, terutama mengingat persaingan ketat di pasar kerja tradisional.
2. Tingkat Kewirausahaan yang Rendah: Meskipun ada potensi besar untuk tumbuhnya pertumbuhan wirausaha di Indonesia, tingkat kewirausahaan di Indonesia masih jauh lebih rendah dibandingkan dengan negara lain. Perlunya pemahaman untuk memahami faktor-faktor yang mempengaruhi niat Generasi Z untuk berwirausaha.

3. Pendidikan Kewirausahaan: Kurangnya akses pendidikan kewirausahaan seringkali menjadi hambatan bagi Generasi Z yang ingin memasuki dunia wirausaha. Mempelajari sejauh mana pendidikan kewirausahaan akademis mempengaruhi keputusan berwirausaha mereka adalah penting.
4. Ketidaknyamanan Terhadap Risiko: Generasi Z cenderung merasa tidak nyaman atau berani dalam mengambil resiko. Hal ini dapat mempengaruhi keputusan mereka untuk berwirausaha, karena mereka cenderung menginginkan stabilitas finansial dan jenjang karir yang didapatkan dalam pekerjaan konvensional.

1.3 Rumusan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan berwirausaha di kalangan Generasi Z di Indonesia. Faktor-faktor yang akan diteliti meliputi latar belakang orang tua, pendidikan kewirausahaan akademis, dan ketidaknyamanan terhadap resiko. Penelitian ini juga akan mempertimbangkan jenis kelamin, etnis, dan akses terhadap keuangan sebagai moderasi. Rumusan penelitian ini dapat dinyatakan sebagai berikut:

"Bagaimana latar belakang orang tua, pendidikan kewirausahaan akademis, dan tingkat ketidaknyamanan terhadap resiko mempengaruhi niat berwirausaha Generasi Z di Indonesia? Apakah jenis kelamin, etnis, dan akses terhadap keuangan seseorang berperan sebagai faktor moderasi dalam hubungan antara variabel-variabel tersebut dan niat berwirausaha?"

Dengan rumusan penelitian ini, penelitian akan lebih terfokus pada tujuan utama untuk menganalisis dampak faktor-faktor tertentu terhadap niat berwirausaha Generasi Z, sambil mempertimbangkan variabel-variabel moderasi yang relevan. Rumusan penelitian ini akan menjadi panduan dalam merancang metodologi penelitian, mengumpulkan data, dan menganalisis hasil penelitian Anda.

1.4 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan penelitian yang telah disampaikan, maka penelitian ini memiliki beberapa tujuan seperti :

1. Menjelaskan sejauh mana pengaruh latar belakang orang tua terhadap keputusan berwirausaha
2. Memahami pengaruh pendidikan akademis kewirausahaan terhadap keputusan berwirausaha
3. Memahami apakah ketidaknyamanan terhadap resiko mempengaruhi keputusan berwirausaha seseorang

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat teoritis:

1. Kontribusi pada Pemahaman Proses Keputusan Berwirausaha
2. Pengembangan Konsep ketidaknyamanan terhadap resiko dalam Kewirausahaan
3. Pemahaman tentang Peran Latar Belakang Orang Tua dan Pendidikan Kewirausahaan

Manfaat Praktis:

1. Panduan bagi Pendidikan dan Pelatihan
2. Dukungan bagi Kebijakan Pemerintah
3. Pemahaman yang Lebih Baik bagi Pemilik Bisnis

1.6 Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini memuat dan menjelaskan tentang uraian latar belakang yang menjelaskan latar belakang dari status ekonomi Indonesia saat ini yang masih memiliki masalah pengangguran dan Generasi Z yang dapat mengatasi hal tersebut, serta faktor faktor yang mempengaruhi Generasi Z dalam berwirausaha

BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA KONSEPTUAL

Bab ini berisi teori-teori yang mendasari faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi keputusan berwirausaha terhadap gen z, karakteristik gen z itu sendiri dan juga penelitian terdahulu yang pernah dilakukan serta model konseptual dari penelitian.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini menjelaskan tentang desain penelitian yang digunakan, variabel dan definisinya, populasi dan sampel yang digunakan di dalam penelitian, metode pengumpulan data yang digunakan, lokasi penelitian ini dilakukan, penjelasan terhadap metode penelitian yang digunakan dan juga penjelasan dan langkah dari SEM yang digunakan dalam penelitian ini.

BAB IV HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang hasil dan interpretasi dari penelitian yang sudah dilakukan yang disertai dengan hitungan dan bukti dari aplikasi yang digunakan.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini menguraikan dan menjelaskan tentang kesimpulan dari penelitian yang sudah digunakan dan juga saran untuk meningkatkan keputusan berwirausaha pada generasi Z.

