

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Data yang ditunjukkan oleh BPS.go.id terdapat total pengangguran di Indonesia per Agustus 2022 adalah 8,42 juta jiwa, dimana yang tertinggi merupakan masyarakat dengan tamatan akhir SMK dan SMA sebesar 10.38% dan 8.35%. Jumlah pengangguran ini menjadi bukti ketatnya kompetisi dalam mencari pekerjaan di Indonesia sekaligus titik lemah perekonomian negara ini, sehingga Indonesia perlu membuka lapangan kerja yang lebih banyak demi menurunkan tingkat pengangguran sehingga dapat mendorong ekonomi Indonesia nantinya. Untuk mendapatkan pekerjaan yang layak, masyarakat tidak bisa hanya menunggu namun juga harus berkontribusi dalam memperluas lapangan kerja, salah satunya dengan cara membuat wirausaha. Kewirausahaan sangat penting dalam membatasi pengangguran dalam ekonomi apa pun, dan mempromosikan pengembangan kewirausahaan merupakan salah satu langkah yang dipertimbangkan oleh beberapa negara dalam mengatasi pengangguran (Al-Jubari, 2019; Ozaralli & Riverburgh, 2016; Park, 2017; Sanchez & Carlos, 2017; Sharahiley, 2019; Agu & Nwachukwu, 2020). Wirausaha tidak hanya sebagai kunci pembuka lapangan pekerjaan baru, namun juga sebagai pilar dari perekonomian Indonesia, dimana wirausaha Indonesia berkontribusi setidaknya sebesar 61,97% atau sebesar 8.573,89 triliun rupiah dari total pendapatan Indonesia, artinya sebagian besar pendapatan Indonesia berasal dari wirausaha atau UMKM. Namun, jumlah dari wirausaha yang berada di Indonesia masih belum cukup banyak dibandingkan dengan negara lain di dunia.

Rank	Country	Score
------	---------	-------

1	United states of America	86.8
2	Switzerland	82.2
3	Canada	80.4
4	Denmark	79.3
5	United Kingdom	77.5
75	Indonesia	26.0

Tabel 1.1 Ranking 1-5 GEI Seluruh Dunia

Sumber: The Global Entrepreneurship Index ranking and score 2019

Dalam tabel 1.1 terdapat urutan tingkat skor global entrepreneurship index seluruh dunia pada tahun 2019. Ranking tersebut diduduki oleh ke-5 negara maju yaitu Amerika serikat, Switzerland, Kanada, Denmark, dan Inggris. Dimana rata-rata negara maju memiliki tingkat 12% populasi yang sebagai entrepreneur. Saat ini, Indonesia menduduki peringkat ke-75 sedunia dalam Global Entrepreneur Index dengan skor 26 dan berdasarkan ketua umum BPP HIPMI, hanya terdapat 3,4% dari penduduk Indonesia yang merupakan entrepreneur. Indonesia pun masih dibawahi oleh beberapa negara tetangga di ASEAN seperti Singapura yang berada di ranking 27 dengan score 52.4, Malaysia dengan peringkat 43 dan skor 40.1, Brunei pada peringkat 48 dengan skor 36.5, serta Thailand dengan peringkat 54 dan skor 33.5.

Rank	Country	Score
27	Singapore	52.4
43	Malaysia	40.1

48	Brunei Darussalam	36.5
54	Thailand	33.5
73	Vietnam	26.0
75	Indonesia	26.0

Tabel 1.2 Ranking dan Score Global Entrepreneurial Index (GEI) Negara ASEAN

Sumber: The Global Entrepreneurship Index ranking and score 2019

Untuk menambah data dalam penelitian ini, maka peneliti mencoba melakukan *mini survey* tingkat minat intensi berwirausaha mahasiswa di daerah Tangerang. Peneliti membagikan survey kepada mahasiswa aktif yang berkuliah di berbagai universitas daerah Tangerang, seperti Universitas Multimedia Nusantara, Binus Alam Sutera, Universitas Bunda Mulia, Prasetiya Mulya, Pradita University, dan Atma Jaya Cisauk. Peneliti mendapatkan 32 responden, dimana sebesar 78,1% atau 25 responden menyatakan bahwa mereka tidak memiliki keinginan untuk menjadi entrepreneur. Sedangkan, sebesar 81,3% atau sebanyak 26 responden menyatakan bahwa mereka lebih memilih menjadi Job Seeker dibandingkan Job Creator setelah mereka lulus menjadi Sarjana maupun Diploma. Terakhir, sebesar 84,4% atau sebanyak 27 responden menyatakan bahwa mereka tidak berminat membuka usaha setelah mereka lulus menjadi Sarjana/Diploma. Dari survei kecil ini, mayoritas mahasiswa di Tangerang lebih memilih untuk bekerja di perusahaan dibandingkan membuka usaha dan memperluas lapangan kerja.

Pemerintah melihat potensi Indonesia untuk memiliki peningkatan dalam bidang ekonomi melalui dorongan wirausaha, dengan begitu pemerintah mengeluarkan kebijakan dan sejumlah program seperti peningkatan plafon kredit usaha rakyat (KUR), UU Cipta Kerja, program pemulihan ekonomi nasional atau

disingkat sebagai PEN, serta PatenPreneur (Pahlawan tumpuan ekonomi negeri) di tahun 2022 ini oleh Kementrian Koperasi UKM. Pemerintah menetapkan kredit untuk usaha rakyat berada di sebesar 373,17 triliun rupiah pada tahun 2022 atau sebesar 100 juta rupiah per usaha, dan hingga akhir triwulan pertama tahun 2022, penyaluran KUR telah sebesar 93,94 triliun rupiah dan berkontribusi terhadap PDB negara sebesar 2,08%. Pemerintah optimis dapat mencapai target penyaluran KUR karena dibandingkan pada Juni 2021, penyaluran KUR juni 2022 meningkat secara signifikan hingga sebesar 41%. Kemudian, pemerintah juga menetapkan bunga yang kecil yaitu sebesar 3% untuk pengajuan kreditnya. Selain dari program peningkatan KUR, pemerintah juga memiliki program pemulihan ekonomi nasional (PEN) yang berdasar pada peraturan Pemerintah No. 43 tahun 2020, dimana beberapa isinya mendorong pemulihan UMKM seperti subsidi bunga, jaminan loss limit kredit UMKM, program bantuan presiden produktif usaha mikro, dan lainnya. Untuk program PatenPreneur, pemerintah memberikan fasilitas konsultasi bisnis dan pendampingan usaha bagi para wirausahawan. Serta pengesahan UU Cipta Kerja memberikan dampak positif bagi wirausahawan, salah satunya pada UU Cipta Kerja pasal 48, pemerintah memudahkan proses perizinan dengan memberikan nomor induk berusaha (NIB) dan sertifikasi halal secara gratis sebagai bentuk perlindungan bagi UMKM atau wirausaha baru.

Selain dari pemerintah, terdapat dukungan dari berbagai pihak swasta untuk mendongkrak pertumbuhan UMKM atau wirausaha di Indonesia, salah satunya adalah Astra Start-up Community dari PT. Astra International Tbk dan Hyundai Startup Challenge dari Hyundai Motor Group. Kedua program ini memberikan bimbingan, mentoring, dan inkubasi untuk para generasi muda Indonesia kurang lebih selama periode 6 bulan sampai 1 tahun. Selain dari edukasi dan mentoring yang diberikan, program tersebut juga memberikan pendanaan dan peluang untuk melakukan *pitching* kepada pihak investor. Hyundai Startup Challenge memberikan total hadiah 143.000 USD bagi 15 team teratas. Hasil yang diberikan dari program

Hyundai Startup Challenge merupakan terdapat 25 start up yang telah berjalan salah satunya merupakan Kecipir.com. Dari beberapa program tersebut, kementerian koperasi dan UKM, Teten Masduki memiliki ekspektasi dan target yang ingin dicapai, yaitu Indonesia ingin mendorong GEI hingga dapat menduduki peringkat ke-60 atau sebesar satu juta wirausahawan baru di tahun 2024.

Untuk meningkatkan jumlah wirausahawan harus dipahami lebih dulu faktor yang menyebabkan seseorang menjadi wirausahawan. Intensi merupakan kunci yang sangat penting dalam pengambilan keputusan para pelaku usaha untuk membuat usaha baru (Mensah, Zeng, Luo, Xiao, & Lu, 2021; Costa, Neto, Oliveira, & Martins, 2022). Banyak riset yang telah meneliti 'niat untuk bertindak' sebagai faktor mendasar dalam penciptaan suatu wirausaha karena hal tersebut menjadi pendorong utama dalam proses kewirausahaan (e.g. Karimi et al., 2016; Kautonen et al., 2015; Maresch et al., 2016; Zhao et al., 2010; Hassan et al., 2021). Memahami dan menganalisis intensi wirausaha sangat penting untuk mendapatkan pengetahuan yang lebih dalam tentang proses kewirausahaan (Ozaralli & Rivenburgh, 2016; Hassan et al., 2021).

Negara yang menginginkan generasi mudanya tertarik untuk menjadi wirausahawan, maka harus adanya eksplorasi dimensi untuk memprediksi intensi wirausaha, sehingga negara dapat berinvestasi dalam mengembangkan faktor tersebut dan hasil pengembangan intensi wirausaha menjadi lebih maksimal (Costa, Neto, Oliveira, & Martins, 2022). Untuk mengetahui faktor yang dapat meningkatkan intensi kewirausahaan, terdapat beberapa model yang dapat digunakan dalam pengukuran intensi berwirausaha, salah satunya adalah model yang diajukan oleh Shapero dan Sokol pada tahun 1982 yaitu *Entrepreneurial Event Model* (EEM). Model ini masih diyakinkan menjadi model yang terpercaya untuk mengukur intensi berwirausaha dan sering digunakan secara luas di seluruh dunia sebagai teori dasar studi (Bui et al., 2020). Berdasarkan penelitian terdahulu oleh Bui et al. pada tahun 2020 dengan subjek *undergraduates in university of Vietnam*, terdapat 4 faktor yang

mempengaruhi intensi kewirausahaan yaitu, *Perceived Desirability*, *Entrepreneurial Leadership*, *Entrepreneurial Planning*, dan *Propensity to Act*. Peneliti ingin meneliti apakah faktor yang mempengaruhi intensi kewirausahaan tersebut juga berlaku pada mahasiswa dan mahasiswi di Tangerang. Penelitian ini menggunakan keempat variabel tersebut untuk meneliti mahasiswa di Tangerang yang memiliki minat berwirausaha dengan melakukan pengumpulan data berdasarkan kampus swasta di kawasan Tangerang.

1.2 Rumusan Masalah dan Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang di atas terkait intensi kewirausahaan, maka terdapat pertanyaan ilmiah sebagai berikut:

1. Apakah *Perceived Desirability* memiliki pengaruh positif terhadap *Entrepreneurial Intention*?
2. Apakah *Entrepreneurial Leadership* memiliki pengaruh positif terhadap *Entrepreneurial Intention*?
3. Apakah *Entrepreneurial Planning* memiliki pengaruh positif terhadap *Entrepreneurial Intention*?
4. Apakah *Propensity to Act* memiliki pengaruh positif terhadap *Entrepreneurial Intention*?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah, berikut merupakan tujuan penelitian yang ingin dicapai melalui penelitian ini:

1. Untuk mengetahui pengaruh *Perceived Desirability* terhadap *Entrepreneurial Intention*.

2. Untuk mengetahui pengaruh *Entrepreneurial Leadership* terhadap *Entrepreneurial Intention*.
3. Untuk mengetahui pengaruh *Entrepreneurial Planning* terhadap *Entrepreneurial Intention*.
4. Untuk mengetahui pengaruh *Propensity to Act* terhadap *Entrepreneurial Intention*.

1.4 Manfaat Penelitian

Melalui penelitian ini, besar harapan peneliti untuk memberikan manfaat yang baik bagi para pembaca secara akademis maupun praktis. Berikut merupakan manfaat-manfaat dari penelitian ini:

1.4.1 Manfaat Akademis

Peneliti berharap melalui penelitian ini, terdapat manfaat akademis yang dapat digunakan untuk penelitian selanjutnya sebagai referensi terkait penggabungan model pengaruh variabel *Perceived Desirability*, *Entrepreneurial Leadership*, *Entrepreneurial Planning*, *Propensity to Act* dan *entrepreneurial education* terhadap *Entrepreneurial Intention*.

1.4.2 Manfaat Praktis

Dengan penelitian ini, peneliti berharap dapat memberikan informasi, saran, maupun acuan yang dapat digunakan oleh berbagai pihak instansi untuk meningkatkan intensi wirausaha yang kemudian dapat meningkatkan jumlah wirausaha di Indonesia.

1.5 Batasan Penelitian

Dalam penelitian ini, terdapat batasan-batasan yang telah penulis tetapkan berdasarkan ruang lingkup dan latar belakang sehingga mendapatkan cakupan dan kriteria yang relevan dengan penelitian. Berikut merupakan batasan pada penelitian ini:

1. Penelitian ini menggunakan objek mahasiswa dan mahasiswi yang memiliki minat wirausaha di kawasan Tangerang.
2. Penelitian ini dibatasi dengan 4 variabel independen yang merupakan bagian dari Entrepreneur by Opportunity yaitu: *Perceived Desirability*, *Entrepreneurial Leadership*, *Entrepreneurial Planning*, dan *Propensity to Act* terhadap 1 variabel dependen yaitu *Entrepreneurial Intention*.
3. Penyebaran kuesioner dilakukan secara online menggunakan Google Form yang dilakukan di bulan Oktober 2022 hingga Desember 2022.

1.6 Sistematika Penulisan

Dalam penelitian yang berjudul “Analisa Pengaruh *Perceived Desirability*, *Entrepreneurial Leadership*, *Entrepreneurial Planning*, dan *Propensity to Act* terhadap *Entrepreneurial Intention* pada Mahasiswa di Wilayah Tangerang” terbagi menjadi lima bab yang saling berhubungan. Berikut merupakan sistematika penulisannya:

BAB 1: PENDAHULUAN

Dalam bab I, terdapat latar belakang penelitian yang sedang terjadi dalam kehidupan nyata yang kemudian dirumuskan menjadi rumusan masalah

sehingga mendapatkan tujuan penelitian yang ingin dicapai dengan batasan tertentu dan sistematika yang terurai dengan jelas.

BAB II: LANDASAN TEORI

Pada Bab II, terdapat teori-teori dari definisi, jenis-jenis yang memiliki keterkaitan atau hubungan dengan variabel penelitian ini, seperti *Perceived Desirability*, *Entrepreneurial Leadership*, *Entrepreneurial Planning*, *Propensity to Act* dan *entrepreneurial education*.

BAB III: METODOLOGI PENELITIAN

Dalam bab III, terdapat penjelasan terkait objek penelitian yang diteliti terkait gambaran umum objek penelitian, metode pengumpulan data, operasionalisasi variabel, teknik analisis data dan uji hipotesis untuk menjawab pertanyaan penelitian.

BAB IV: ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Pada bab IV, terdapat hasil analisa yang telah diteliti dan dilengkapi dengan pembahasan hasil dari survei dan data yang didapatkan. Analisa dilakukan menggunakan aplikasi atau program untuk menjawab pertanyaan penelitian yang diajukan.

BAB V: SARAN DAN KESIMPULAN

Dalam bab V, terdapat kesimpulan dari hasil pembahasan yang telah diteliti berdasarkan dari jawaban responden. Kemudian, dari kesimpulan tersebut, maka dapat diperoleh saran yang mungkin dapat berguna bagi para pembaca, baik perusahaan, pemerintah, individu, maupun untuk penelitian selanjutnya.