

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia merupakan salah satu negara dengan jumlah penduduk terbanyak sekaligus terpadat di dunia pada saat ini dengan menempati posisi ke-4 dunia dibawah Amerika Serikat dan diatas Pakistan dengan total jumlah penduduk per November 2022 mencapai 280,5 juta jiwa. (Annur, C. M., databoks.kata.co.id, 2022). Dengan fakta tersebut, tentu dapat menimbulkan dampak-dampak sosial dalam berkehidupan di Indonesia yang muncul secara alami dan tidak dapat dihindarkan, khususnya pada bidang ekonomi Indonesia. Dampak-dampak yang muncul pada sektor ekonomi tersebut pun dapat dibagi menjadi dua macam, yaitu dampak positif yang dapat membangun tingkat ekonomi di Indonesia, dan juga dampak negatif yang dapat menghambat laju perkembangan ekonomi di Indonesia saat ini.

Salah satu dampak positif bagi sektor perekonomian dari banyaknya jumlah penduduk di Indonesia adalah berlimpahnya jumlah penduduk usia produktif yang siap bekerja. Penduduk usia produktif sendiri merupakan penduduk yang memiliki rentan usia antara 15-64 tahun. (Badan Pusat Statistik, 2018). Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS), per Februari 2022, jumlah penduduk usia produktif di Indonesia mencapai lebih dari 208 juta jiwa. Jumlah tersebut naik sekitar 3 juta jiwa dibandingkan dengan setahun sebelumnya, yaitu pada Februari 2021 yang mencapai sekitar 205 juta jiwa sebagaimana terdapat pada tabel di bawah ini.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

Golongan Umur	Jumlah Penduduk Usia 15 tahun ke Atas Menurut Golongan Umur					
	2021			2022		
	Februari	Agustus	Tahunan	Februari	Agustus	Tahunan
15-19	22 140 124	22 119 160	-	22 176 543	-	-
20-24	21 953 565	21 946 727	-	22 520 014	-	-
25-29	21 709 247	21 701 824	-	22 436 965	-	-
30-34	21 333 009	21 333 724	-	22 036 720	-	-
35-39	20 854 336	20 941 858	-	21 181 181	-	-
40-44	19 676 523	19 799 144	-	20 236 988	-	-
45-49	18 331 384	18 455 721	-	18 603 136	-	-
50-54	16 196 200	16 412 807	-	16 370 096	-	-
55-59	13 593 920	13 779 004	-	13 816 982	-	-
60+	29 572 128	30 218 330	-	29 165 461	-	-
Total	205 360 436	206 708 299	-	208 544 086	-	-

Gambar 1.1 Jumlah Penduduk Usia Produktif Indonesia per Februari 2021-Februari 2022
Sumber: Badan Pusat Statistik (BPS) (2022)

Dengan banyaknya jumlah penduduk yang berusia produktif di Indonesia, hal ini seharusnya dapat mendorong perekonomian Indonesia menuju ke arah yang lebih baik lagi kedepannya. Saat ini, jumlah penduduk produktif di Indonesia mencapai lebih dari 60% dari total jumlah penduduk Indonesia secara keseluruhan, jumlah ini jauh lebih banyak dibandingkan dengan jumlah penduduk yang non-produktif (penduduk berusia diatas 65 tahun). Fenomena dimana jumlah penduduk produktif di Indonesia lebih banyak dibandingkan dengan jumlah penduduk non-produktif saat ini dinamakan dengan fenomena bonus demografi (Kominfo, 2020) dengan diperkirakan puncak dari bonus demografi di Indonesia sendiri akan terjadi di tahun 2030-2045 mendatang.

Dengan adanya bonus demografi yang terjadi di Indonesia ini, pemerintah tengah berusaha maksimal untuk memanfaatkan fenomena ini untuk dapat merealisasikan visi Indonesia emas yang diperkirakan akan terjadi di tahun 2045. Menurut Menteri Koordinator Bidang Pembangunan Manusia dan Kebudayaan, Bapak Muhadjir Effendy, pemerintah saat ini tengah menyiapkan beberapa program untuk dapat memanfaatkan fenomena bonus demografi yang saat ini sedang terjadi di Indonesia, program-program tersebut diantaranya, membuka lapangan kerja sebanyak-banyaknya untuk para penduduk Indonesia sesuai dengan kemampuan yang dimiliki. Akan sangat disayangkan apabila ada banyak penduduk Indonesia yang kompeten, memiliki *skill* yang mumpuni, dapat bekerja dan

berkontribusi dengan baik, namun tidak mempunyai wadah untuk menyalurkan kemampuan yang dimilikinya tersebut dengan baik. Maka dari itu, salah satu fokus utama pemerintah saat ini adalah berusaha semaksimal mungkin untuk dapat memberikan wadah untuk para penduduk Indonesia agar dapat menyalurkan kemampuan atau *skill* yang dimilikinya sehingga dapat membantu membangun perekonomian Indonesia menuju ke arah yang lebih baik lagi kedepannya.

Strategi lanjutan lain yang dicanangkan oleh pemerintah dalam memanfaatkan fenomena bonus demografi yang sedang terjadi di Indonesia pada saat ini untuk mendukung terbukanya banyak lapangan pekerjaan di Indonesia, pemerintah tidak hanya bekerja sama dengan para pengusaha di dalam negeri, namun pemerintah juga menjalin kerjasama dengan para investor asing agar mau berinvestasi di Indonesia. Investasi asing atau *Foreign Direct Investment* (FDI) itu sendiri adalah ketika perusahaan dari negara asing melakukan investasi ke negara tuan rumah dengan berbagai cara, diantaranya, pembelian saham, membangun perusahaan baru di negara tuan rumah, ataupun mengembangkan bisnis di negara tuan rumah. (Nugroho, R. S., Idxchannel.com, 2023). Strategi ini ditujukan untuk nantinya juga dapat membuka banyak lapangan pekerjaan baru dari perusahaan-perusahaan asing yang mau berinvestasi dengan mendirikan perusahaan cabangnya di Indonesia dengan memanfaatkan sumber daya manusia dari Indonesia sehingga para pekerja dari Indonesia bisa mendapatkan pengalaman dan pembelajaran yang berharga dari perusahaan-perusahaan besar yang membuka cabang di Indonesia dengan tentunya dibantu oleh kebijakan-kebijakan yang telah dibuat oleh pemerintah Indonesia. Hal tersebut didukung oleh fenomena pandemi COVID-19 yang terjadi dimana banyak perusahaan multinasional yang melakukan relokasi industrinya dari Tiongkok yang telah membatasi kegiatan *global supply chain* mereka untuk menekan angka penyebaran COVID-19 ke negara-negara Asia Tenggara, salah satunya ke Indonesia. Berdasarkan data dari Badan Koordinasi Penanaman Modal (BKPM) pada tahun 2020, terdapat sekitar 143 perusahaan multinasional yang berencana merelokasi perusahaan mereka ke Indonesia, diantaranya dari negara Amerika Serikat, Taiwan, Tiongkok, Jepang, Korea Selatan, dan Hongkong dengan potensi untuk penyerapan tenaga kerja sebesar

300.000 orang. Dengan begitu, diharapkan akan lahirnya sebuah transformasi ekonomi yang dapat menyebabkan Indonesia keluar dari negara dengan kategori pendapatan menengah dan dapat mencapai Indonesia maju pada tahun 2045, seperti yang dikatakan oleh Menteri Koordinator Bidang Perekonomian, Bapak Airlangga Hartarto.



Gambar 1.2 Negara dengan Investasi Terbesar di Indonesia Tahun 2022 Sumber: GoodStats, 2023

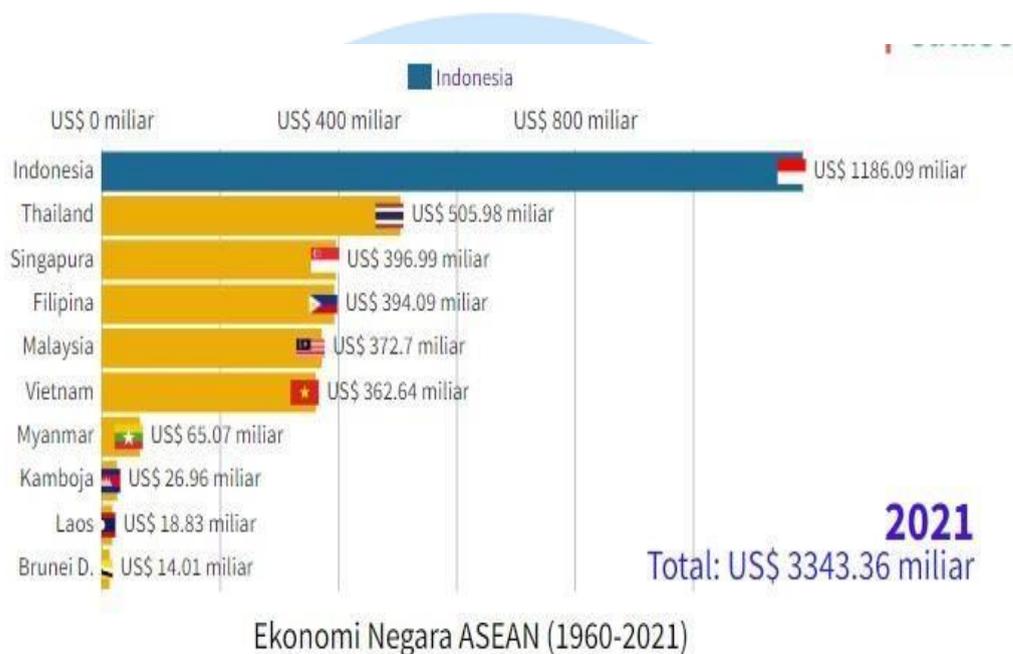
Berdasarkan gambar 1.2, dapat dilihat bahwasannya terdapat tujuh negara terbesar yang telah memberikan kepercayaannya dengan melakukan investasi di

Indonesia pada sepanjang tahun 2022. Negara tetangga dari Indonesia sendiri, Singapura memberikan investasi terbesar terhadap Indonesia dengan jumlahnya mencapai US \$13,28 miliar, diikuti oleh negara Tiongkok di peringkat ke-2 dengan jumlah investasi sebesar US\$8,23 miliar, kemudian ada negara Hongkong yang memberikan investasi sebesar US\$5,51 miliar, selanjutnya di peringkat ke 4-6 ada Jepang, Malaysia dan juga Amerika Serikat yang telah berinvestasi sebanyak kurang lebih US\$3 miliar, dan yang terakhir di peringkat ke-7 ada negara Korea Selatan dengan total investasi ke Indonesia sebesar US\$2,3 miliar. Dengan jumlah investasi terbesar, Singapura juga memiliki proyek terbanyak di Indonesia dengan memiliki 6.796 proyek dari total lebih dari sekitar 26 ribu proyek PMA di Indonesia pada tahun 2022, kemudian diikuti oleh Jepang dengan 3.659 proyek, dan Korea Selatan yang memiliki 2.444 proyek di Indonesia. (Annur, C. M., Databoks.katadata.co.id, 2023). Namun, dari ketujuh negara terbesar yang berinvestasi di Indonesia pada tahun 2022, hanya ada satu negara yang berada di luar Benua Asia, yaitu negara Amerika Serikat. Hal tersebut tentu menjadi tugas tersendiri untuk pemerintah agar dapat lebih banyak lagi menarik investor dari negara-negara diluar negara Asia.

Tidak hanya dengan mengandalkan berbagai macam program yang dibentuk oleh pemerintah saja, masyarakat Indonesia pun dapat langsung turut serta memanfaatkan fenomena bonus demografi ini dengan cara mereka sendiri, salah satunya adalah dengan cara menjadi wirausaha. Wirausaha sendiri merupakan seseorang yang mengerjakan kegiatan usaha dengan ditandai oleh kecerdikan dalam mengidentifikasi suatu produk baru, menentukan cara produksi, mengatur cara pembelian produk, memasarkan produk, dan mengelola modal produksi. (Hendrik, 2020). Dengan menjadi wirausaha, masyarakat Indonesia tentu dapat membantu khususnya dirinya sendiri, dan umumnya dapat membantu orang lain dan perekonomian negara. Didukung oleh teknologi yang saat ini semakin berkembang dari waktu ke waktu, masyarakat Indonesia dapat dengan mudah mencari berbagai macam informasi yang mereka butuhkan terkait dengan hal-hal yang menyangkut kegiatan wirausaha. Mulai dari tren berwirausaha di Indonesia saat ini sedang condong ke sektor apa saja, bagaimana cara mencari pangsa pasar untuk produk dan

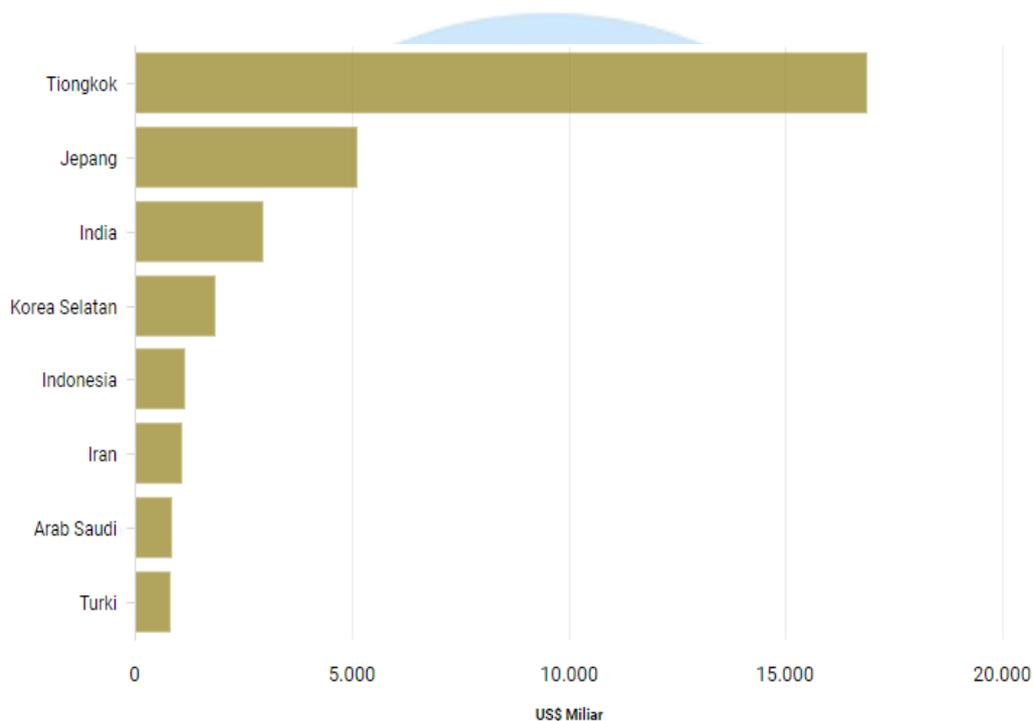
jasa yang ingin ditawarkan, mencari celah dari kompetitor lain yang sudah terjun di dalam sektor bisnis yang ingin dilakukan, bagaimana cara memasarkan produk dan jasa tersebut, dan tahapan lainnya yang dapat dicari dengan mudah dengan memanfaatkan teknologi saat ini. Tidak hanya digunakan untuk menyusun strategi pada saat sebelum memulai menjadi wirausaha, teknologi juga dapat digunakan masyarakat Indonesia untuk membantu ketika sudah melakukan proses bisnisnya, sebagai contoh, penggunaan aplikasi pembukuan untuk membantu pencatatan arus kas keuangan bisnis, fitur *chat* untuk menanyakan kepuasan pelanggan terhadap barang atau jasa yang telah diberikan, dan sebagainya. Ketika seseorang menjadi wirausaha, tujuannya tentu untuk mendapatkan penghasilan tambahan yang dapat ia gunakan untuk melanjutkan kehidupannya sehari-hari. Namun, seiring berjalannya waktu, ketika usaha yang dibangun tersebut sudah mulai berkembang karena munculnya respon positif dari pangsa pasar yang dituju, maka tidak mungkin tidak membutuhkan orang lain untuk membantu usahanya tersebut. Oleh sebab itu, sang wirausaha pun membuka lapangan pekerjaan. Dengan membuka lapangan pekerjaan, seorang wirausaha dapat membantu perekonomian orang lain, dan secara tidak langsung ikut membangun perekonomian Indonesia ke arah yang lebih positif. Selain membuka lapangan pekerjaan, dengan berwirausaha juga dapat membantu program pemerintah lainnya, yaitu menarik perhatian para investor asing untuk bisa berinvestasi di Indonesia secara berkelanjutan.

Dengan terus bekerja samanya masyarakat Indonesia dengan pemerintah dalam memanfaatkan fenomena bonus demografi yang terjadi di Indonesia sekarang ini, bukan tidak mungkin perekonomian di Indonesia terus meningkat dan berjalan ke arah yang lebih baik. Bukan tidak mungkin, jika terus terjalin kerjasama antara masyarakat dan pemerintah Indonesia dalam memanfaatkan bonus demografi, Indonesia dapat terus menjadi raja perekonomian di kawasan Asia Tenggara, atau bahkan dapat bersaing di seluruh kawasan Asia, bahkan dunia.



Gambar 1.3 Ekonomi Negara ASEAN dari tahun 1960-2021
 Sumber: Databoks, 2022

Berdasarkan gambar 1.3, Indonesia menjadi negara dengan perekonomian terbesar di kawasan Asia Tenggara sampai dengan tahun 2021. Berdasarkan data yang diperoleh dari bank dunia, Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia pada tahun 2021 mencapai US\$ 1186,09 miliar, lebih dari dua kali lipat PDB dari negara Thailand yang berada pada posisi ke-2 dengan nilai PDB sebesar US\$ 505,98 miliar pada tahun 2021, sementara itu di posisi ke-3 ada Singapura yang memiliki PDB sebesar US\$ 396,99 miliar. Hal ini menunjukkan bahwa aktivitas ekonomi di Indonesia merupakan yang terbesar di kawasan Asia Tenggara dalam kurun waktu beberapa tahun dan merupakan hal yang patut untuk dipertahankan mengingat hal tersebut dapat menjadi modal untuk menarik perhatian negara-negara lain, khususnya negara di luar kawasan Asia untuk berinvestasi di Indonesia.



Gambar 1.4 Daftar Negara dengan PDB Terbesar di Asia Tahun 2021
Sumber: Databoks, 2022

Berdasarkan data yang terdapat pada gambar 1.4 yang diambil dari *International Monetary Fund* (IMF) pada tahun 2021, menunjukkan bahwa Tiongkok masih memimpin sebagai negara dengan ekonomi terbesar di Benua Asia berdasarkan jumlah Produk Domestik Bruto (PDB) yang mencapai US\$ 16,86 triliun, diikuti oleh negara dari Asia Timur lainnya, yaitu Jepang yang berada di peringkat ke-2 dengan besaran PDB sebesar US\$ 5 triliun, kemudian di peringkat ke-3 terdapat negara India dengan angka PDB sebesar US\$ 2,9 triliun, Korea Selatan berada di peringkat ke-4 dengan PDB sebesar US\$ 1,8 triliun, dan Indonesia berada pada posisi ke-5 dengan memiliki PDB sebesar US\$ 1,1 triliun. Berdasarkan data di atas, menunjukkan bahwa negara-negara di kawasan Asia Timur masih merajai sektor ekonomi di Asia dengan mengirimkan tiga negara mereka pada kategori negara-negara Asia dengan ekonomi terbesar walaupun jumlah penduduk di negara Jepang dan Korea Selatan tidak terlalu banyak jika dibandingkan Indonesia. Hal itu dapat dijadikan pelajaran bagi pemerintah Indonesia untuk terus dapat meningkatkan jumlah PDB Indonesia dengan membuat berbagai macam kebijakan-kebijakan dan memanfaatkan fenomena bonus demografi yang sedang

terjadi di Indonesia ini sehingga dapat menjadikan Indonesia setidaknya masuk ke jajaran tiga besar sebagai negara yang memiliki ekonomi terbesar di kawasan Asia.

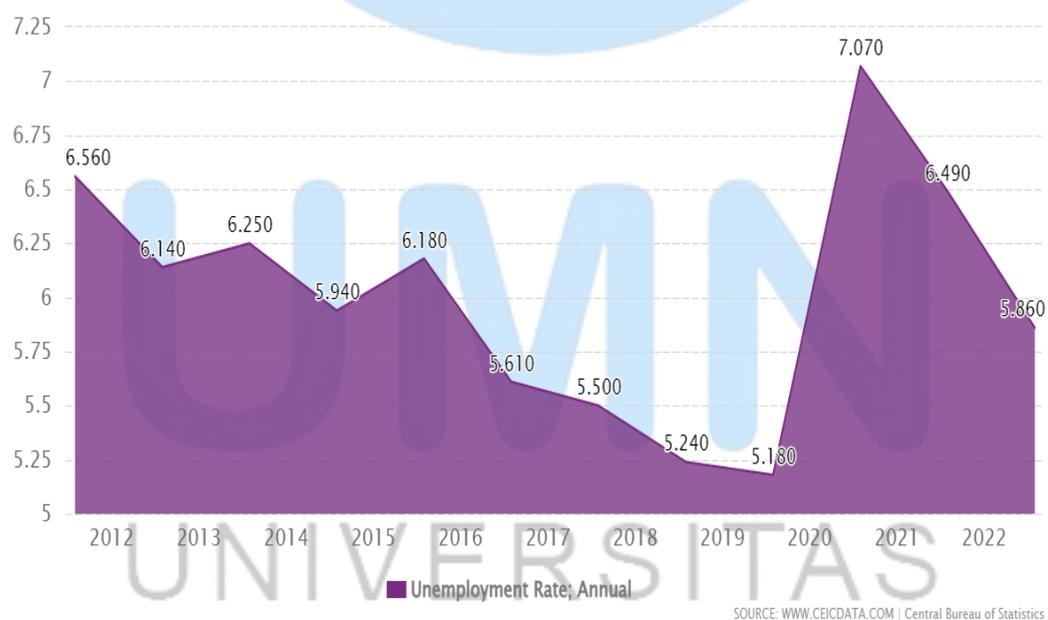
Dengan banyaknya jumlah penduduk di Indonesia pada saat ini, bukan hanya hal positif yang muncul, Indonesia tidak hanya mendapatkan hal positif dari adanya fenomena bonus demografi yang sedang terjadi saat ini di Indonesia, tentu akan ada hal negatif yang muncul dari fenomena bonus demografi di Indonesia. Jika pemerintah tidak benar-benar bisa memanfaatkan fenomena bonus demografi ini dengan baik menggunakan segala macam kebijakan yang dibuat, maka bonus demografi ini malah akan menjadi bumerang untuk Indonesia, khususnya pada sektor ekonomi di Indonesia. Dampak terburuk yang akan hadir jika tidak bisa mempersiapkan fenomena bonus demografi dengan baik di Indonesia adalah semakin meningkatnya jumlah pengangguran di Indonesia, dan semakin tingginya tingkat kemiskinan di Indonesia. Pengangguran dapat menjadi masalah serius untuk Indonesia, sebab dengan tidak adanya pemasukan dapat menjadikan alasan seseorang melakukan suatu tindak kejahatan dan juga dapat menghambat pembangunan suatu daerah yang nantinya dapat menjadi masalah sosial lain lagi bagi Indonesia (Yesohua *et al.*, 2019)

Pengangguran secara definisi dikutip dari Buku Sosiologi dari Ruang Kelas (2021) merupakan keadaan dimana seseorang yang termasuk dalam kategori angkatan kerja, tetapi tidak memiliki pekerjaan dan secara aktif juga tidak sedang mencari pekerjaan. Seseorang yang sudah termasuk ke dalam kategori angkatan kerja, tetapi ia aktif dalam mencari pekerjaan, maka orang tersebut juga dapat dikatakan sebagai pengangguran. Berdasarkan pengertian dari Badan Pusat Statistik (BPS), angkatan kerja sendiri merupakan penduduk yang sudah berusia minimal 15 tahun sampai dengan usia 64 tahun. *International Labor Organization* (ILO) menyampaikan bahwasannya pengangguran dapat dikategorikan menjadi dua jenis, yaitu pengangguran terbuka dan setengah pengangguran terpaksa. Pengangguran terbuka sendiri merupakan orang yang sudah termasuk ke dalam kategori angkatan kerja namun tidak bekerja dalam periode tertentu tetapi bersedia untuk bekerja dan aktif untuk mencari pekerjaan. Sementara pengertian untuk setengah pengangguran terpaksa adalah orang yang sudah bekerja sebagai buruh karyawan dan pekerja

mandiri yang selama periode tertentu terpaksa bekerja dibawah jam kerja normal, contohnya pekerja bangunan yang tidak bekerja setiap hari dan juga para pekerja *part time* yang biasanya bekerja di suatu restoran ataupun pusat-pusat perbelanjaan. Penyebab dari tingginya angka pengangguran di Indonesia dapat bermacam-macam, menurut Rosa *et al.* (2019) penyebab pengangguran sendiri dapat dibedakan menjadi empat kategori, yaitu pengangguran friksional, pengangguran struktural, pengangguran musiman, dan juga pengangguran siklikal. Pengangguran friksional sendiri adalah pengangguran yang disebabkan oleh adanya tenggat waktu yang dibutuhkan oleh perusahaan untuk menerima karyawan baru. Sementara itu, pengangguran struktural adalah pengangguran yang disebabkan oleh terjadinya perubahan bentuk ekonomi yang terjadi di suatu wilayah atau negara, atau dalam kata lain tenaga kerja tidak lagi dapat memenuhi keinginan dari pasar suatu wilayah dan harus digantikan dengan tenaga kerja lainnya atau bahkan tergantikan oleh teknologi. (Sisma, A. F., katadata.co.id, 2023). Menurut Fatoni (2016), pengangguran musiman sendiri adalah kondisi non-produktif akibat terjadinya fluktuasi kegiatan ekonomi dalam jangka pendek sebagai faktor seseorang menganggur. Sebagai contohnya adalah petani yang belum bisa melanjutkan panen tanamannya karena musim panen belum tiba. Mengutip dari kompas.com, pengangguran siklikal merupakan jenis pengangguran yang disebabkan oleh tidak stabilnya keadaan ekonomi suatu negara karena adanya resesi maupun depresi yang menyebabkan turunnya angka kemampuan pembelian masyarakat, kemudian semakin menurunnya pendapatan suatu perusahaan, dan terjadilah pemutusan hubungan kerja (PHK) karena hal-hal tersebut.

Pandemi COVID-19 yang menimpa hampir seluruh belahan dunia pun juga menjadi penyebab semakin banyaknya pengangguran, bukan hanya di negara berkembang seperti Indonesia, namun juga masalah ini melanda negara-negara maju lainnya yang mengakibatkan terganggunya ekonomi mereka karena adanya aturan tentang pembatasan kegiatan yang dibuat oleh pemerintah. Di Indonesia sendiri, pemerintah menetapkan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) untuk membatasi kegiatan-kegiatan masyarakat, dampaknya sendiri terhadap ekonomi di Indonesia mengakibatkan turunnya perekonomian di Indonesia pada triwulan II dan

triwulan III tahun 2020 yang bernilai negatif. (Kementerian Koordinator Perekonomian Republik Indonesia, 2021). Dengan turunnya tingkat perekonomian ini, memaksa para pelaku usaha untuk melakukan efisiensi guna menekan agar mereka tidak mendapatkan kerugian yang terlalu dalam, salah satunya dengan merumahkan para pekerja mereka, atau biasa disebut dengan istilah Pemutusan Hubungan Kerja (PHK) yang mengakibatkan semakin meningkatnya jumlah pengangguran di Indonesia pada saat pandemi COVID-19. Berdasarkan hasil survei yang dilakukan oleh Badan Pusat Statistik (BPS) pada Juli tahun 2020, sebanyak 35,6% perusahaan di Indonesia mengambil kebijakan dengan mengurangi jumlah pekerja mereka untuk menekan kerugian yang terjadi akibat terbatasnya kegiatan ekonomi pada saat pandemi COVID-19. Jumlah tersebut cukup besar mengingat tingginya pula angka usia produktif penduduk di Indonesia pada tahun tersebut.



Gambar 1.5 Tingkat Pengangguran di Indonesia dari tahun 2012 sampai 2022
 Sumber: Central Bureau of Statistics (2022)

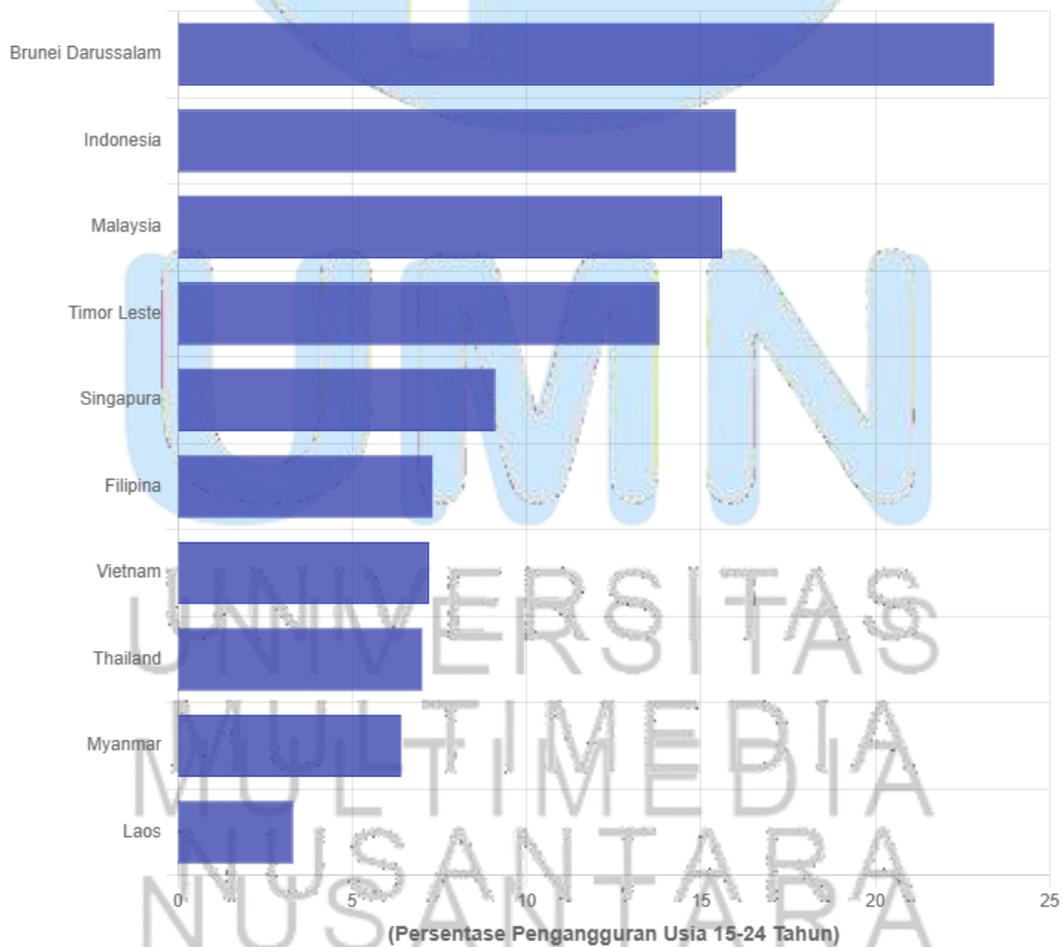
Dapat dilihat di gambar 1.5 yang menunjukkan data perubahan tingkat pengangguran di Indonesia dari tahun 2012 sampai dengan 2022, tingkat pengangguran di Indonesia cukup fluktuatif dari tahun 2012 hingga tahun 2016. Jumlah pengangguran di Indonesia sempat naik dan turun pada kurun waktu tersebut yang menggambarkan belum stabilnya tingkat ekonomi di Indonesia

dari waktu ke waktu dengan angka terendah berada pada tahun 2015 yaitu sebanyak 5.940. Namun demikian, setelah tahun 2016 hingga ke tahun 2019, tingkat pengangguran di Indonesia semakin berkurang setiap tahunnya. Hal ini tentu menimbulkan harapan bahwa ekonomi di Indonesia akan semakin bertumbuh ke arah yang lebih baik lagi kedepannya dengan diharapkan tingkat pengangguran di Indonesia akan semakin turun dari tahun ke tahun. Namun harapan tersebut seolah sirna ketika pandemi COVID-19 mulai melanda dunia, termasuk di Indonesia. Dapat dilihat pada tahun 2020, tingkat pengangguran di Indonesia langsung meroket kembali ke angka 7.070 setelah sebelumnya semakin berkurang di angka 5.180. Dari hal tersebut dapat tergambar bagaimana pandemi COVID-19 sangat berpengaruh terhadap perekonomian di Indonesia, khususnya tingkat penganggurannya dengan langsung menyebabkan angka tingkat pengangguran tertinggi di Indonesia selama 10 tahun terakhir jika dilihat dari data tersebut. Namun demikian, pemerintah dengan dibantu oleh masyarakat tidak tinggal diam menyikapi hal tersebut. Dengan aturan-aturan yang dibuat oleh pemerintah selama masa pandemi untuk menyikapi masalah sosial pada bidang ekonomi tersebut, dan juga kerjasama yang baik dari masyarakat, tingkat pengangguran di Indonesia pada tahun 2021 dapat kembali ditekan sehingga dapat menyuntuh angka 6.490. Tidak hanya pada tahun 2021, di tahun 2022 pun angka pengangguran di Indonesia dapat menurun kembali ke angka 5.860. Jika dapat disimpulkan, memang penurunan angka pengangguran di Indonesia lebih sering terjadi dibandingkan dengan tingkat kenaikannya, namun bisa dibilang angka penurunan tersebut masih belum terlalu signifikan jumlahnya. Hal ini tentu masih menjadi pekerjaan rumah bagi pemerintah Indonesia, khususnya pada bidang perekonomian dan pembangunan manusia untuk terus dapat membuat kebijakan-kebijakan yang diperuntukkan menekan kembali tingkat pengangguran di Indonesia agar jumlah pengangguran di Indonesia dapat ditekan dan berkurang secara signifikan. Menurut Menteri Koordinator Pembangunan Manusia dan Kebudayaan, Bapak Muhadjir Effendy, pemerintah saat ini telah meluncurkan berbagai macam strategi untuk terus menekan tingkat pengangguran di Indonesia, strategi-strategi tersebut diantaranya dengan terus berkolaborasi dengan para pihak swasta untuk dapat membuka

memfokuskan untuk memberikan layanan pendidikan gratis untuk masyarakat di Indonesia dari mulai sekolah dasar (SD) hingga ke sekolah menengah atas/kejuruan (SMA/SMK) yang bertujuan untuk membangun generasi Indonesia yang lebih berkualitas dengan *skill* yang mereka miliki, tidak hanya pada satu bidang keahlian, yang nantinya dapat digunakan untuk bersaing dalam mencari pekerjaan nantinya. Hal ini difokuskan untuk menekan tingkat pengangguran, khususnya pengangguran struktural yang jumlahnya cukup tinggi di Indonesia.

10 Negara dengan Tingkat Pengangguran Anak Muda Tertinggi di Asia Tenggara

Sumber: Organisasi Buruh Internasional



Gambar 1.6 Negara ASEAN dengan Tingkat Pengangguran Anak Muda Tertinggi
Sumber: data.goodstats.id (2023)

Dapat dilihat pada gambar 1.6 bahwasannya Indonesia menempati peringkat ke-2 sebagai negara dengan tingkat pengangguran anak muda tertinggi di ASEAN, tepat di bawah negara tetangga, Brunei Darussalam dengan tingkat pengangguran anak mudanya yang berusia 15-24 tahun yaitu sebesar 23,4%. Sementara itu, Indonesia yang menempati posisi ke-2 memiliki besaran persentase pengangguran anak mudanya yaitu sebesar 16%, berbeda tipis dengan Malaysia di peringkat ke-3 yang memiliki persentase pengangguran anak mudanya yaitu sebesar 15,6%. Hal ini merupakan salah satu dasar pemerintah Indonesia, khususnya Kementerian Koordinator Pembangunan Manusia dan Kebudayaan merumuskan kebijakan pemberian pendidikan gratis untuk para anak muda di Indonesia agar mereka dapat berkembang dengan memiliki *skill* yang dapat mereka gunakan untuk mencari pekerjaan nantinya, sehingga angka pengangguran, khususnya pengangguran anak muda di Indonesia dapat berkurang dan Indonesia dapat keluar dari salah satu negara ASEAN dengan tingkat pengangguran anak muda terbesar.

Masalah pengangguran mustahil rasanya dapat terselesaikan jika hanya ada pemerintah di dalamnya yang berusaha sendirian untuk menekan angka jumlah pengangguran di Indonesia. Oleh sebab itu, peran masyarakat untuk membantu pemerintah menekan angka pengangguran di Indonesia sangatlah krusial dan harus mulai untuk dilakukan. Salah satu cara yang dapat dilakukan masyarakat untuk membantu menekan masalah pengangguran yang terjadi di Indonesia adalah dengan menjadi pelaku usaha itu sendiri. Seperti yang dikatakan oleh Deputi Bidang Koordinasi Peningkatan Kualitas Anak, Perempuan, dan Pemuda Kementerian Koordinator Bidang Pembangunan Manusia dan Kebudayaan (Kemenko PMK) Femmy Eka Kartika Putri, bahwasannya perlu adanya usaha untuk mendorong pengangguran untuk beralih menjadi pelaku usaha, sehingga masyarakat yang menganggur tidak hanya bergantung dengan lapangan pekerjaan yang memiliki persaingan yang ketat, namun masyarakat juga dapat menjadi sang pencipta lapangan pekerjaan itu sendiri dan membantu perekonomian orang lain, bahkan negara.

Masyarakat Indonesia dapat menjadi pelaku usaha dengan menjalankan bisnis dengan kategori UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) dengan sektor industri yang beragam dan variatif sesuai dengan kemampuan ataupun minat yang dimiliki. UMKM sendiri memiliki peranan yang amat penting dalam menopang perekonomian di Indonesia, UMKM sendiri dapat bertahan ditengah terjadinya krisis di Indonesia, seperti krisis moneter pada tahun 1998, dan juga ketika terjadi pandemi COVID-19 pada tahun 2020 silam. Berdasarkan Data Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah (Kementerian KUKM) pada tahun 2021, UMKM menyumbang Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia sebesar 61,07%, dengan total nilai sekitar Rp. 8,574 triliun.

Tabel 1.1 Penyerapan Tenaga Kerja dari Unit Usaha di Indonesia Tahun 2019

No	Nama	Nilai / Orang
1	Usaha Mikro	109.842.384
2	Usaha Kecil	5.930.317
3	Usaha Menengah	3.790.142
4	Usaha Besar	3.805.829

Sumber: databoks.katadata.co.id (2021)

Berdasarkan tabel 1.1, dapat tergambar bahwa sektor UMKM juga memberikan andil yang amat sangat penting dalam penyerapan tenaga kerja di Indonesia pada tahun 2019. Dengan jumlah total sebanyak 119,6 juta orang atau 96,92% dari total tenaga kerja di Indonesia bekerja pada UMKM, sementara tenaga kerja Indonesia yang bekerja pada usaha besar hanya sebanyak 3,8 juta orang, atau sekitar 3,08% saja dari total tenaga kerja Indonesia. Dengan sangat besarnya daya serap tenaga kerja yang dapat dihasilkan dari unit usaha UMKM, menjadi pelaku usaha UMKM merupakan langkah yang sangat tepat untuk mengurangi jumlah tingkat pengangguran di Indonesia untuk saat ini.

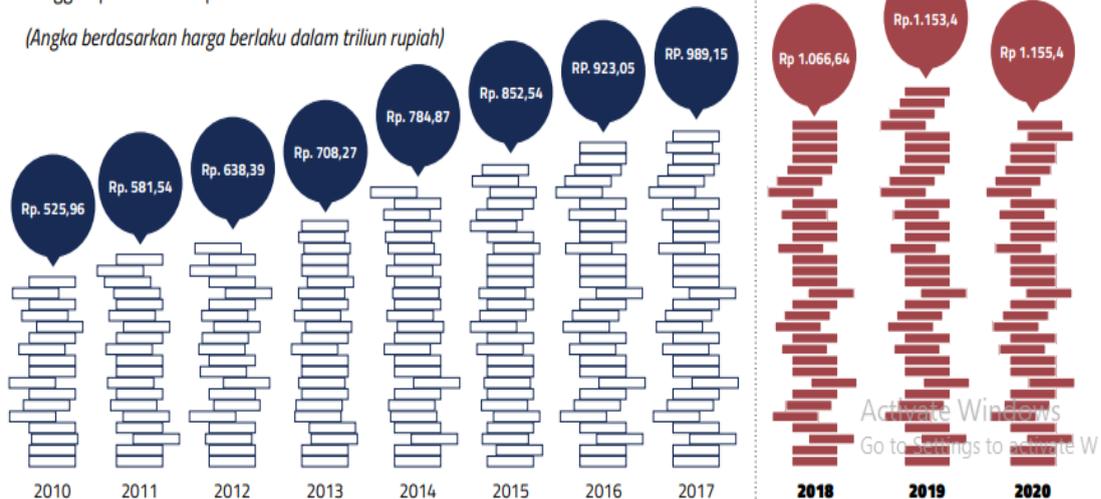
Dalam praktiknya, UMKM sendiri dapat dibagi menjadi beberapa jenis usaha,

diantaranya, UMKM kuliner dan UMKM fesyen. Kuliner dan fesyen sendiri termasuk ke dalam sub-sektor ekonomi kreatif. Ekonomi kreatif adalah suatu keadaan terlaksananya sebuah era baru dimana kreativitas dan informasi selalu diprioritaskan dengan ide manusia sebagai faktor produksi yang paling utama dalam berkegiatan ekonomi (Sari *et al.*, 2020). Sebagaimana yang tercantum pada website KEMENPAREKRAF, subsektor dari ekonomi kreatif sendiri berjumlah 17 macam, yaitu, fesyen, kuliner, seni kriya, pengembang permainan, desain interior, desain produk, seni rupa, musik, film/animasi/video, fotografi, desain komunikasi visual, televisi/radio, arsitektur, periklanan, seni pertunjukan, penerbitan, dan aplikasi. Indonesia sendiri merupakan negara yang menjadikan ekonomi kreatif sebagai basis kegiatan ekonomi.

TREN POSITIF KONTRIBUSI EKRAF TERHADAP PDB NASIONAL

Sepanjang 2010-2017, angka PDB sektor ekonomi kreatif terus meningkat seiring dengan tren kontribusinya terhadap perekonomian nasional yang juga positif. Dari Rp. 526 triliun pada 2010, PDB ekonomi kreatif dan kontribusinya meningkat hingga Rp. 989 triliun pada 2017.

(Angka berdasarkan harga berlaku dalam triliun rupiah)



Secara estimasi, PDB ADHB nominal ekonomi kreatif Tahun 2018-2020 mengalami tren positif. Namun, secara pertumbuhan PDB ADHK di Tahun 2020 mengalami pertumbuhan -2,39%.

Gambar 1.7 PDB Sektor Ekonomi Kreatif Tahun 2010 – 2020

Sumber: bankdata.kememparekraf.go.id (2022)

Dengan memiliki jumlah 8,2 juta usaha kreatif di Indonesia, berdasarkan publikasi gambar di atas, pada tahun 2019 industri ekonomi kreatif

menyumbang PDB sebesar Rp 1.153,4 triliun atau 7,3% dari total PDB nasional, dan meningkat ke angka Rp 1.155,4 triliun pada tahun 2020.

Di Banten sendiri, berdasarkan data yang dikeluarkan BPS pada tahun 2020, industri kreatif berkontribusi sebesar 5,8% terhadap PDRB pada 2014 dan meningkat 10% pada tahun 2019. Selain itu, berdasarkan data dari *Opus Creative Economy Outlook 2020*, Provinsi Banten menjadi salah satu provinsi pengekspor terbesar dengan total nilai ekspor ekonomi kreatif sebesar US\$ 3,04 miliar atau 15,66% dari total ekspor nasional dengan melakukan ekspor ke negara-negara di Benua Asia lainnya, Amerika, dan juga Eropa.

Menjadi pelaku usaha ekonomi kreatif memang bisa menjadi salah satu cara untuk menekan angka pengangguran di Indonesia, namun, ketika menjalankan suatu bisnis, akan selalu ada tantangan yang muncul pada prosesnya, bahkan sebelum seseorang menjadi pelaku usaha tantangan tersebut bisa saja hadir. Contoh tantangan-tantangan dalam menjadi pelaku usaha, khususnya pada sektor ekonomi kreatif adalah:

1. Pemasaran dan Promosi Online. Saat melaksanakan proses ekonomi kreatif, pemasaran dan promosi secara online tentu merupakan aspek yang sangat penting. Seorang pelaku usaha harus mampu menggunakan platform digital seperti sosial media, *website*, maupun *marketplace* guna mempromosikan produk maupun jasa yang mereka tawarkan.

2. Distribusi dan Penjualan Online Saat ini, pada era digital, pelanggan cenderung mencari dan membeli produk maupun jasa secara online. Maka dari itu, seorang pelaku usaha ekonomi kreatif harus mampu mengelola platform digitalnya, memahami proses pengiriman dan logistik, serta membangun sistem distribusi yang efisien yang sekiranya sesuai dengan praktek bisnis mereka.

3. Kreativitas Digital. Ketika menjadi pelaku ekonomi kreatif, kreativitas, khususnya kreativitas digital menjadi sesuatu yang sangat penting. Pelaku usaha dituntut harus bisa menggunakan *software* untuk keperluan desain, editing video, atau sejenisnya guna mempromosikan produk atau jasanya dalam bentuk konten yang menarik serta berkualitas.

4. Perubahan Perilaku Konsumen. Seiring berjalannya waktu, perilaku konsumen akan selalu berubah karena perubahan preferensi maupun nilai. Pelaku

usaha ekonomi kreatif harus dapat memahami dan merespons perubahan ini dengan salah satu caranya adalah menciptakan produk atau jasa yang sesuai dengan kebutuhan serta kemauan konsumen. Pemahaman atau kemampuan atas model *business sustainability* dapat membantu pelaku usaha untuk mengintegrasikan aspek sosial, ekonomi, serta lingkungan dalam implementasi strategi bisnis yang dibuat.

5. Pengelolaan Sumber Daya yang Berkelanjutan. Dalam ekonomi kreatif, mengelola segala sesuatu sumber daya yang digunakan secara berkelanjutan sangatlah penting untuk dilakukan. Hal ini bertujuan untuk dapat mengurangi limbah, serta mempertimbangkan siklus hidup produk atau jasa yang mereka tawarkan.

6. Peningkatan Tanggung Jawab Sosial. Pelaku usaha harus senantiasa menjalankan tanggung jawab sosial mereka dengan berkontribusi pada pembangunan sosial dan ekonomi lingkungan sekitarnya.

7. Persaingan yang Ketat. Tidak dapat dipungkiri, persaingan di dalam sektor ekonomi kreatif Indonesia sangatlah ketat. Oleh sebab itu, seorang pelaku usaha dituntut harus memiliki sifat kompetitif, inovatif, dan tentunya kreatif agar dapat bersaing dengan pelaku usaha lain.

8. Keterbatasan Modal. Dalam prakteknya, modal seringkali menjadi permasalahan besar bagi pelaku usaha ekonomi kreatif. Maka dari itu, seorang pelaku usaha harus bisa mencari sumber pendanaan alternatif dan mengelola keuangan bisnis secara bijak.

Berdasarkan tantangan-tantangan tersebut di atas, dapat disimpulkan secara garis besar ada tiga hal yang dapat mempengaruhi kompetensi pelaku ekonomi kreatif, yaitu, literasi digital, pemahaman terhadap model bisnis berkelanjutan, dan juga sifat kewirausahaan. Literasi digital merupakan kemampuan dan kepekaan seseorang dalam mengaplikasikan teknologi digital saat ini untuk mengerjakan sesuatu dengan bijak (Liew *et al.*, 2010) dalam (Luwi *et al.*, 2023) Kemampuan literasi digital dibutuhkan seorang pelaku usaha ekonomi kreatif untuk menyelesaikan tantangan-tantangan dalam pemasaran/promosi online, distribusi/penjualan online, serta kreativitas online. Selanjutnya, pemahaman terhadap model bisnis berkelanjutan dibutuhkan pelaku ekonomi kreatif untuk dapat

menyelesaikan tantangan-tantangan berupa perubahan perilaku konsumen, pengelolaan sumber daya berkelanjutan, dan peningkatan tanggung jawab sosial. Dan sifat kewirausahaan yang memiliki pengertian suatu kecenderungan atas respon dan menanggapi secara positif akan segala peluang yang menghampiri untuk meraih keuntungan yang didalamnya terkandung banyak manfaat dengan sifat kreatif dan inovatif dalam menjalankan usaha (Rolland *et al.*, 2021) dapat menyelesaikan tantangan-tantangan berupa persaingan yang ketat dan keterbatasan modal.

Maka dari itu, mahasiswa, khususnya mahasiswa tingkat akhir cocok untuk menjadi pelaku usaha ekonomi kreatif. Selain karena bisa mengurangi tingkat pengangguran anak muda, alasan lain mengapa mahasiswa tingkat akhir cocok untuk menjadi pelaku usaha ekonomi kreatif adalah karena mahasiswa memiliki kemampuan-kemampuan sebagai berikut:

1. Penguasaan Teknologi. Berdasarkan data dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), kelompok usia 19-34 tahun memiliki penetrasi internet sebanyak 98,64%. Hal ini menandakan bahwasannya mahasiswa tingkat akhir yang berada pada kelompok umur tersebut memiliki pemahaman yang baik terhadap teknologi dan dunia digital. Mereka sudah terbiasa untuk memakai aplikasi dan platform digital, serta memiliki kemampuan adaptasi yang baik terhadap perkembangan teknologi. Kemampuan ini sangat penting dalam ekonomi kreatif, di mana keberhasilan suatu bisnis sering kali bergantung pada kemampuan dalam memanfaatkan teknologi digital secara efektif.

2. Kreativitas dalam Konten Digital. Mahasiswa cenderung memiliki kemampuan kreatif dalam menciptakan konten digital yang menarik dan berkualitas. Sebab mereka terbiasa menggunakan platform media sosial dengan berbagai macam konten yang ada di dalamnya yang dapat dijadikan referensi sehingga dapat memiliki pemahaman yang baik tentang bagaimana cara menyampaikan pesan secara menarik.

3. Inovatif. Mahasiswa seringkali memiliki pemikiran kritis untuk berpikir secara kreatif dan inovatif dalam menciptakan solusi yang berkelanjutan. Mereka dapat mengembangkan produk atau jasa yang ramah lingkungan, memanfaatkan bahan baku yang terbarukan, serta mengurangi limbah produk.

4. Kemampuan Beradaptasi. Mahasiswa seringkali memiliki kemampuan cepat beradaptasi terhadap perubahan dan tantangan yang ada. Mereka terbiasa dengan lingkungan yang dinamis dan terus belajar untuk mengikuti perkembangan terbaru.

5. Jiwa Kewirausahaan. Sebagai seorang mahasiswa, semangat dan keberanian dalam mengambil resiko dalam menjalankan usaha senantiasa ada. Dengan jiwa yang membara, mereka memiliki tekad kuat untuk menciptakan sesuatu yang baru dan berinovasi. Kemampuan ini tentu sangat penting dalam ekonomi kreatif, dimana seorang pelaku usaha harus berani keluar dari zona nyaman dan menciptakan nilai tambah yang unik. Dengan bekal ilmu pengetahuan yang didapat selama kuliah, dan juga koneksi pertemanan yang dimiliki selama berkuliah, dapat dijadikan faktor-faktor pendukung seorang mahasiswa semester akhir membangun suatu usaha sendiri maupun membangunnya bersama teman-temannya. Sudah banyak contoh sukses para pengusaha-pengusaha di Indonesia yang memulai bisnisnya ketika mereka menjadi mahasiswa tingkat akhir, contohnya seperti Andanu Prasetyo (*founder* dari Kopi Tuku), dan juga Aisyah Hafiza (*founder* dari Wakacao). Keduanya memulai bisnis mereka berawal dari tugas akhir mereka yang mengharuskan mereka membuat sebuah ide bisnis, berawal dari ide bisnis tersebut, usaha mereka dapat terus berkembang dan tetap bisa bertahan sampai saat ini. Hal ini menunjukkan bahwa seseorang tidak perlu menunggu untuk mendapatkan pengalaman yang banyak terlebih dahulu untuk memulai suatu bisnis, berbekal dengan ilmu pengetahuan dan dukungan dari teman-teman terdekat, mereka dapat membangun suatu bisnis yang tidak hanya diperuntukkan sebagai tugas akhir mereka, tetapi juga dapat *sustain* dari waktu ke waktu.

Oleh sebab itu, peneliti tertarik untuk mengkaji pengaruh literasi digital, pemahaman model bisnis berkelanjutan, dan sifat kewirausahaan terhadap kompetensi pelaku ekonomi kreatif, pada penelitian ini pelaku ekonomi kreatif berupa para mahasiswa tingkat akhir di Tangerang. Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor apa yang paling mempengaruhi dan bagaimana cara meningkatkannya agar semakin banyak para mahasiswa tingkat akhir yang kompeten dan mau terjun menjadi pelaku usaha ekonomi kreatif. Dengan demikian, permasalahan pengangguran dapat ditekan angkanya karena banyak yang beralih menjadi pelaku usaha ekonomi kreatif dan membuka lapangan pekerjaan sebanyak-

banyaknya, mengingat saat ini Indonesia sedang mengalami bonus demografi dimana penduduk usia produktifnya mendominasi jumlah penduduk keseluruhan.

1.2 Masalah dan Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan fenomena-fenomena yang sudah peneliti tuliskan di atas, berikut rumusan masalah dan pertanyaan penelitian yang dapat menjadi acuan dalam merumuskan hipotesis penelitian:

1. Apakah *Digital Literacy* memiliki pengaruh positif terhadap *Entrepreneurial Attitude*?
2. Apakah *Business Sustainability* memiliki pengaruh positif terhadap *Entrepreneurial Attitude*?
3. Apakah *Digital Literacy* memiliki pengaruh positif terhadap *Creative Economy Context Competencies*?
4. Apakah *Business Sustainability* memiliki pengaruh positif terhadap *Creative Economy Context Competencies*?
5. Apakah *Entrepreneurial Attitude* memiliki pengaruh positif terhadap *Creative Economy Context Competencies*?
6. Apakah terdapat hubungan antara *Digital Literacy* dan *Creative Economy Context Competencies* akan dimediasi oleh *Entrepreneurial Attitude*?
7. Apakah terdapat hubungan antara *Business Sustainability* dan *Creative Economy Context Competencies* akan dimediasi oleh *Entrepreneurial Attitude*?

1.3 Tujuan Penelitian

Berikut merupakan tujuan diadakannya penelitian ini berdasarkan rumusan masalah dan pertanyaan penelitian yang sudah dituliskan diatas:

1. Untuk mengetahui pengaruh *Digital Literacy* terhadap *Entrepreneurial Attitude*
2. Untuk mengetahui pengaruh *Business Sustainability* terhadap *Entrepreneurial Attitude*
3. Untuk mengetahui pengaruh *Digital Literacy* terhadap *Creative*

Economy Context Competencies

4. Untuk mengetahui pengaruh *Business Sustainability* terhadap *Creative Economy Context Competencies*
5. Untuk mengetahui pengaruh *Entrepreneurial Attitude* terhadap *Creative Economy Context Competencies*
6. Untuk mengetahui hubungan antara *Digital Literacy* dan *Creative Economy Context Competencies* akan dimediasi oleh *Entrepreneurial Attitude*
7. Untuk mengetahui hubungan antara *Business Sustainability* dan *Creative Economy Context Competencies* akan dimediasi oleh *Entrepreneurial Attitude*

1.4 Manfaat Penelitian

Dengan adanya penelitian ini, peneliti berharap maksud dan tujuan dari dibuatnya penelitian ini dapat tersampaikan dengan baik kepada para pembaca maupun peneliti lainnya. Untuk itu, peneliti berharap penelitian ini dapat memberikan manfaat terhadap:

1.4.1 Manfaat Akademis

Dengan adanya penelitian ini, peneliti berharap penelitian ini dapat memberikan manfaat dalam bentuk informasi-informasi yang dibutuhkan nantinya bagi para pembaca maupun peneliti lainnya yang ingin membahas mengenai *entrepreneur intention* dan menggunakan variabel-variabel *digital literacy*, *entrepreneurial attitude*, *business sustainability*, dan juga *creative economy context competencies*

1.4.2. Manfaat Praktis

Peneliti berharap dengan adanya penelitian ini dapat memberikan wawasan, informasi, maupun gambaran terhadap masyarakat, khususnya para mahasiswa tingkat akhir agar lebih bisa terpacu untuk bisa menjadi para pelaku usaha dan terus meningkatkan jumlah pelaku usaha di Indonesia dari waktu ke waktu.

1.5 Batasan Penelitian

Pada penelitian ini, peneliti memberikan batasan penelitian dengan kriteria dan variabel yang sudah peneliti tetapkan agar hasil dari penelitian ini dapat lebih akurat dan sesuai dengan permasalahan yang peneliti sedang teliti. Batasan

penelitian tersebut terdiri dari:

1. Responden merupakan para mahasiswa tingkat akhir yang berkuliah di Tangerang dan pernah atau masih menjadi pelaku ekonomi kreatif
2. Responden penelitian akan terbatas dengan beberapa variabel, yaitu *Digital Literacy, Entrepreneurial Attitude, Business Sustainability, dan Creative Economy Context Competencies*.
3. Survei pengumpulan data akan dilakukan secara digital menggunakan *Google Form* untuk penyebaran kuesioner

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penelitian ini akan terdiri dari 5 bab, bab-bab tersebut adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini terdapat latar belakang yang mendorong peneliti melakukan penelitian ini dan juga berisikan fenomena-fenomena yang dilengkapi dengan berbagai macam data yang dapat memperkuat isi dari penelitian ini. Selain itu terdapat pula rumusan masalah dan pertanyaan penelitian, tujuan peneliti melakukan penelitian ini, manfaat penelitian yang peneliti harapkan, batasan penelitian, dan juga sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Berisikan landasan-landasan teori mengenai variabel-variabel terkait topik yang sedang peneliti bahas, dan juga terdapat penelitian terdahulu yang berhubungan dengan permasalahan yang diangkat oleh peneliti.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisikan gambaran umum dari objek penelitian, metode penelitian yang digunakan peneliti untuk menguji hipotesis antar variabel, dan juga teknik-teknik yang digunakan untuk menguji pengumpulan data, pengambilan sampel, dan menganalisa data.

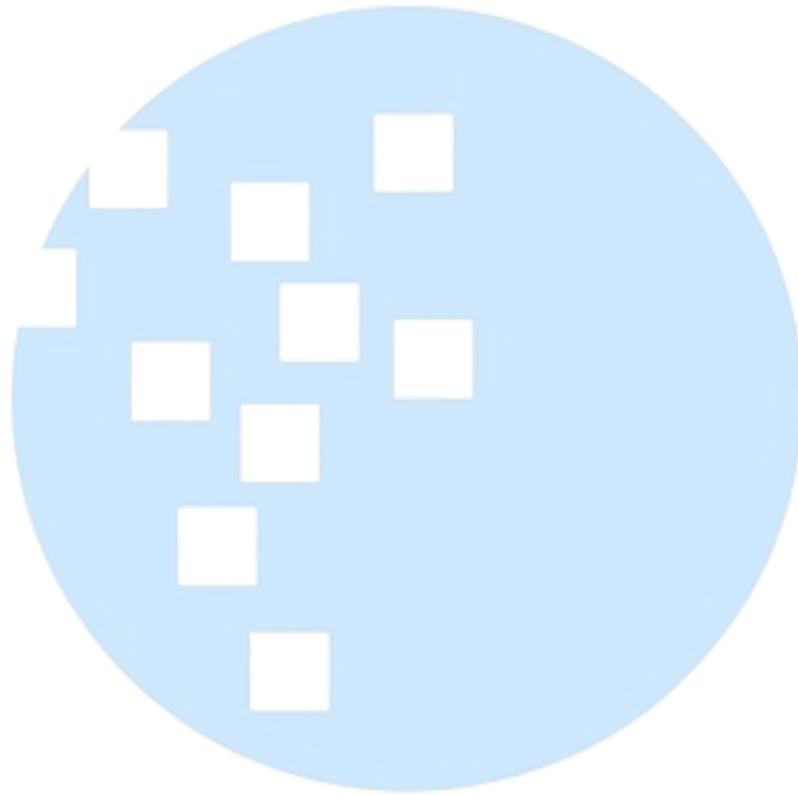
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini berisikan hasil dari penelitian berdasarkan data yang sudah dikumpulkan yang ditentukan dengan variabel dan indikator terkait permasalahan penelitian.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Berisikan kesimpulan dari keseluruhan penelitian dan juga saran yang

ditujukan untuk para pembaca, peneliti selanjutnya, maupun mahasiswa tingkat akhir



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA