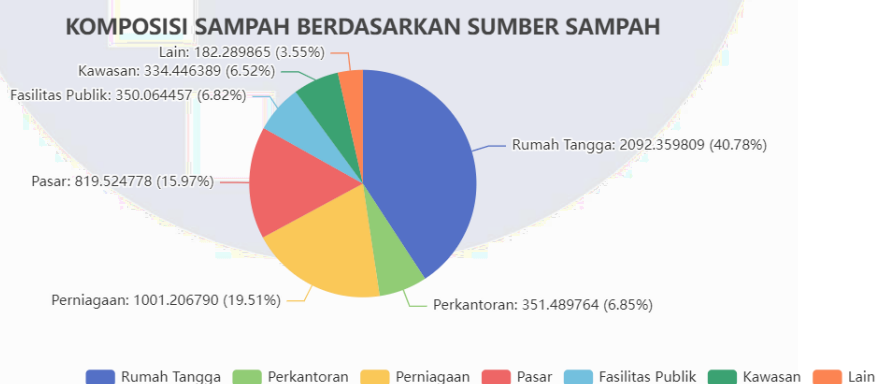


BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Berdasarkan data Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan yang dikutip dari situs resmi Sistem Informasi Pengelolaan Sampah Nasional dijelaskan bahwa tingkat volume sampah di Indonesia mencapai 18,2 juta ton/tahun di tahun 2021. Seperti yang dikutip oleh Pusat Studi Lingkungan Hidup Universitas Gadjah Mada (2022), sampah plastik merupakan salah satu penyumbang pencemaran lingkungan terbesar baik pencemaran tanah maupun laut dan hanya 12% dari total produksi plastik yang dibakar, dan hanya 9% yang di daur ulang.



Gambar 1.1 Komposisi Sampah Berdasarkan Sumber Sampah

Sumber : SIPSN, 2022

Pencemaran ini terjadi karena sampah plastik memiliki sifat yang tidak mudah terurai dimana dibutuhkan waktu sampai 100 tahun baru bisa terurai dan ada yang 200 tahun baru bisa terurai. Beberapa membutuhkan waktu hingga 400 tahun untuk terurai. Bahkan ada yang tidak bisa diurai sama sekali. Dan kita sering menggunakan bahan ini. Pada artikel ini terdapat 7 jenis sampah sangat lama terurai (“Suaramuslim”, 2019):

1. Kemasan karton minuman seperti, kotak teh atau susu, terurai 5 tahun. Limbah jenis ini biasanya dimanfaatkan untuk minuman teh kemasan atau susu. Kemasan yang terbuat dari kayu – kayuan pohon pinus yang diolah secara bertanggung jawab dan bersertifikat *Forest Stewardship Council (FSC)*. Kemasan ini baru bisa terurai setelah 5 tahun di alam.
2. Puntung rokok, terurai 10 tahun
Puntung rokok bisa terurai selama 10 tahun. Pemerintah di Indonesia berupaya untuk mengurangi pengguna rokok, dimaksud agar lebih terkontrol dalam penggunaan rokok dengan cara menaikkan cukai rokok dan menjadikan harga rokok naik secara berkala. Kebijakan itu sudah diterapkan tetapi masyarakat tetap mengonsumsi rokok.
3. Kantong plastik
Jenis sampah kantong plastik dibutuhkan waktu 20 tahun untuk bisa terurai. Namun upaya pengurangan penggunaan plastik di toko swalayan di beberapa daerah sudah mulai diterapkan, dengan cara menggantinya dengan tas kain dengan tambahan biaya tanpa ada kantong plastik.
4. Kemasan mie instan, biskuit, snack, dan sedotan plastik
Kemasan mie instan, biskuit, snack, dan sedotan plastik butuh waktu 100 tahun untuk bisa terurai. Perlu waktu 100 tahun untuk bakteri mengurangi sampah jenis ini. Maka biasakan untuk mengurangi penggunaan yang berhubungan dengan plastik
5. Kaleng minuman
Sampah jenis kaleng minuman membutuhkan waktu hingga 200 tahun untuk bisa terurai. Tetapi jenis sampah ini memiliki kelebihan seperti bisa di daur ulang, namun tetap saja sampah jenis kaleng ini tetap bisa memenuhi bumi.
6. Botol minuman plastik air mineral
Botol kemasan air jenis ini membutuhkan waktu lebih lama lagi untuk bisa terurai, yaitu membutuhkan waktu 450 tahun. Penggunaan sampah jenis ini bisa kita kurangi dengan cara menggantinya dengan botol minuman isi ulang

7. *Styrofoam* atau *foam* wadah makanan

Sampah jenis *foam* ini tidak bisa terurai. Bahkan beberapa pakar menyebut *foam* sebaga sampah abadi. Namun dibalik kemudahan dan manfaatnya, sampah jenis ini tidak bisa terurai di alam. *Styrofoam* akan memenuhi bumi jika penggunaannya tidak dikurangi



Gambar 1.2 Pohon jenis – jenis sampah yang dibuat oleh masyarakat

Sumber : (Dok. Oki Aryono, 2019)

Di Indonesia, plastik masih sering digunakan dalam kehidupan sehari-hari masyarakat sebagai bungkus makanan dan minuman. Hal ini terlihat dari jumlah produk plastik di Indonesia yang terus meningkat. Rata-rata masyarakat hanya menggunakan kantong plastik selama 12 menit sebelum dibuang. Di Indonesia, kantong plastik juga masih menjadi barang konsumsi sehari-hari. Sampah plastik menyumbang sampai 40 persen dari keseluruhan limbah plastik di Indonesia. Per tahunnya, 511.560 ton sampah plastik yang digunakan masyarakat Indonesia berakhir ke laut (Saputra, 2023).

Pembuangan sampah dan limbah yang sembarangan hingga pengelolaan sampah yang tidak tepat menjadi penyebab terjadinya pencemaran lingkungan

mulai dari air, udara, dan tanah. Selain merusak lingkungan kita, pencemaran akibat sampah yang tidak dikelola dengan baik dapat memberikan dampak buruk bagi kesehatan kita dengan timbulnya berbagai penyakit. Pencemaran lingkungan tak hanya berdampak bagi manusia, tetapi juga makhluk hidup lainnya seperti hewan dan tumbuhan. Pencemaran sampah di laut membuat banyak hewan laut menderita bahkan berujung kematian dengan rusaknya habitat. Banyak peristiwa hewan laut dari paus hingga penyu yang mati akibat terkontaminasi sampah seperti sampah plastik yang termakan oleh mereka. Sampah kita membunuh mereka (Paxel, 2023).

Mengutip dari Kompas.com, warga di Kabupaten Tangerang menghasilkan sampah hingga 2.000 ton per hari, menurut Dinas Lingkungan Hidup dan Kebersihan (Wardhana, 2023). Akibat jumlah sampah plastik naik secara signifikan di daerah Tangerang menyebabkan keluhan warga mengenai sampah yang menumpuk di pinggir jalan maupun aliran sungai di beberapa daerah yang ada di Tangerang. Tumpukan sampah yang dikeluhkan warga itu, didominasi sampah rumah tangga, meski terlihat tercemar dan mengeluarkan bau tak sedap, sungai ini masih sering digunakan mandi, dan mencuci pakaian oleh warga sekitar. Menurut Kepala Dinas Lingkungan Hidup dan Kebersihan (DLHK), sampah yang menumpuk di sejumlah wilayah di Tangerang disebabkan oleh pengangkutan sampah di Tangerang belum maksimal dikarenakan jumlah unit pengangkut sampah sangat terbatas dan kondisi armada yang tidak layak pakai (Saleh, 2022).

Dari sisi generasi, kesadaran akan pentingnya mengelola dan mengurangi sampah plastik mulai muncul terutama di kalangan generasi Z. Generasi Z atau Gen Z atau iGen atau *centennials*, setelah generasi milenium atau gen Y. Generasi Z telah dibesarkan oleh internet dan media sosial, sudah menjalani pendidikan tinggi di perguruan tinggi dan sebagian telah menyelesaikannya dan memasuki dunia kerja pada tahun 2020. Dari seluruh pengguna aktif media *social*, generasi Y dan Z mendominasi dengan rentang usia 18 sampai 34 tahun. Generasi Y (1981 – 1996) dengan usia 29 – 35 tahun. Sedangkan Generasi Z (1997 – 2012) dengan usia 19 – 28 tahun.

Adapun beberapa peran Generasi Z terhadap kesadaran lingkungan terutama dalam mengurangi limbah plastik adalah dengan cara mengurangi konsumsi kemasan plastik sekali pakai, meskipun tidak bisa menghindar dari mengonsumsi kemasan plastik sekali pakai, namun dapat menyiasatinya dengan kesadaran akan pentingnya sistem pengolahan dan manajemen sampah plastik (Putri, 2021). Terdapat juga hasil survey yang menunjukkan bahwa terdapat 62% responden generasi Y dan Z menganggap isu masalah lingkungan ini sangat penting (Rizaty, 2021). Berdasarkan penelitian Stillman (2017), generasi Z berbeda dengan generasi Y. Pada bukunya yang berjudul *How the Next Generation Is Transforming the Workplace* dijelaskan salah satu perbedaannya adalah gen Z lebih menguasai teknologi dengan lebih maju, pikiran lebih terbuka dan tidak terlalu peduli dengan norma. Dengan perbedaan ini generasi Z mampu memanfaatkan teknologi dalam kehidupan sehari-hari, contohnya dengan banyaknya bermunculan *influencer* di media sosial seperti *TikTok* yang mengajak generasi Z untuk menerapkan *Zero Waste Lifestyle*.

Generasi muda mempunyai peran dan tanggung jawab yang besar dalam keberlangsungan kehidupan dunia di masa yang akan datang. Apalagi berbagai negara di dunia juga sudah melakukan kerja sama dan berkomitmen dalam gerakan pembangunan global, dimana Indonesia menjadi salah satunya. Oleh sebab itu, diperlukan kesadaran dan peran generasi muda untuk mengurangi plastik dengan memulai dari hal-hal kecil untuk membuat perubahan baik tersebut. Sebagai generasi muda mempunyai tanggung jawab yang besar dalam memberikan aksi dalam upaya untuk mengurangi limbah plastik, dengan cara mengubah kebiasaan mengurangi konsumsi berbahan plastik. Sebagai generasi muda langkah yang dapat dilakukan untuk mengurangi limbah plastik antara lain dengan *zero waste living* atau *3R (Reuse, Recycle, Reduce)*.

Zero waste living merupakan sebuah gerakan untuk menyelamatkan lingkungan dengan cara meminimalisir produksi sampah melalui penerapan *3R (Reuse, Recycle, dan Reduce)* (Farouqi, 2022). Gerakan *Zero waste* mendorong kita

untuk menerapkan gaya hidup baru agar membuat kita lebih peduli terhadap lingkungan. Penerapan gerakan *Zero waste living* antara lain seperti menggunakan tas belanja sendiri ketika belanja ke supermarket, mengganti sedotan plastik sekali pakai dengan sedotan stainless, dan membawa wadah makanan, minuman sendiri ketika membeli makan *take away*.

Menurut Pradita (2021), penerapan *zero waste living* secara tidak langsung mendukung Perpres No. 97 Tahun 2017 terkait kebijakan strategis nasional pengelolaan sampah domestik dan domestik. Berdasarkan jakstranas, pemerintah telah menetapkan target untuk mengurangi 30% sampah rumah tangga dan sejenisnya dan 70% pengelolaan sampah rumah tangga dan sejenisnya pada tahun 2025. Untuk melihat anak muda mempraktekkan gaya hidup *zero waste* di level berapa. Oleh karena itu, penulis melakukan survei sederhana tentang perilaku Zero Waste anak muda usia 20-25 tahun. Survei dilakukan oleh 22 responden yang tinggal di Jakarta. Ada tiga pertanyaan yang diajukan penulis dalam survei tersebut; mengadopsi gaya hidup tanpa limbah, menggunakan produk ramah lingkungan dan membeli dari toko massal. Sebagian besar responden, khususnya 86%, menyatakan telah menerapkan gaya hidup *Zero Waste*. Terdapat 63% responden yang telah mengikuti gaya hidup *Zero-waste* selama lebih dari satu tahun dan 23% responden yang telah menerapkan gaya hidup *Zero-waste* selama lebih dari satu tahun. Sedangkan 14 responden menyatakan belum menerapkan gaya hidup tersebut. Ketika ditanya tentang penggunaan produk ramah lingkungan, 91% responden mengatakan pernah menggunakannya. Namun, intensitas penggunaannya masih jarang. Sedangkan persentase responden menyatakan tidak pernah menggunakan produk ramah lingkungan. Jenis produk ramah lingkungan yang digunakan antara lain sedotan pakai ulang, sikat gigi bambu, tampon pakai ulang dan produk daur ulang lainnya.

Green Entrepreneurship adalah kegiatan untuk memecahkan masalah ekonomi dan lingkungan melalui ide – ide kreatif inovatif yang berdampak positif terhadap lingkungan hidup dan kehidupan sosial masyarakat (Marganingsih et al.,

2023). Edukasi *Greenpreneurship* harus dimulai dari sekarang salah satu yang dapat dilakukan adalah dengan memperkuat penyuluhan dan kampanye *Greenpreneurship*. Beragam cara kewirausahaan telah dilakukan bertujuan untuk menekan angka penumpukan sampah, namun pelaksanaannya dirasa masih berada dibawah tingkat optimal. Kegiatan pengurangan sampah bertujuan agar seluruh lapisan masyarakat, baik individu, pemerintahan, dan pelaku usaha melaksanakan kegiatan pembatasan timbunan sampah, pendauran ulang, atau pemanfaatan kembali sampah (Anisah, 2012). Sedangkan Entrepreneur atau kewirausahaan pada dasarnya merupakan suatu usaha yang dilakukan seseorang untuk menciptakan hal baru dalam rangka memperoleh berbagai keuntungan (Erwin, 2019).

Seorang pemuda berkacamata adalah pendiri *startup Koinpack* bernama Bintang Ekanada, 28 tahun. Baru-baru ini, ia menerima penghargaan Forbes 30 Under 30 Asia sebagai orang muda paling berpengaruh di Asia di bawah 30 tahun dalam hal dampak sosial. Menurut Bintang, ide membuat Koinpack berawal dari adanya jenis sampah plastik yang secara ekonomis sulit untuk didaur ulang, seperti kantong. Jenis sampah ini sering dibuang oleh orang Indonesia. Memang, tingkat daur ulang di Indonesia hanya 10%. Di Koinpack, Bintang menawarkan produk kebutuhan rumah tangga sehari-hari seperti sabun, shampo, detergen *laundry*, cairan pencuci piring, beras dan minyak goreng dari brand yang sudah dikenal masyarakat dalam kemasan yang dapat dikembalikan (*returnable*) dan dapat digunakan kembali (*reuse*). Jenis mitra Koinpack beragam, mulai dari warung, bank sampah, komunitas PKK, bahkan dealer perorangan. Dalam dua tahun sejak awal, Koinpack telah memiliki 50 mitra. Selain ingin ikut menjaga lingkungan, Bintang juga ingin Koinpack memberikan dampak sosial (Haryadi, 2022)

Melalui daur ulang maka sampah kembali memiliki nilai ekonomis, disinilah peran kewirausahaan hijau muncul. Salah satu *Green Entrepreneur* yang ada di Indonesia adalah *Eco Business* Indonesia yang didirikan oleh Edy Fajar Prasetyo sosok pemuda yang lahir di Jakarta pada 17 September 1992, yang berhasil berwirausaha di bidang green entrepreneur. Berawal dari keresahan nya terhadap

sampah di lingkungan sekitar membuat Edy berinisiatif untuk mengubah sampah menjadi produk ekonomis dan berguna bagi banyak orang sekitarnya. Saat itu, Edy menggandeng para ibu rumah tangga di lingkungan sekitarnya untuk mengelola sampah menjadi aneka kerajinan ramah lingkungan seperti tas, dompet, lukisan, dan aneka souvenir. Langkah ini bertujuan untuk memberdayakan mereka agar lebih produktif sehingga bisa memperoleh tambahan penghasilan guna membantu perekonomian keluarga. Walaupun proses awal perintisan yang tidak mudah Edy pantang untuk menyerah meski dipandang sebelah mata oleh masyarakat sekitar lingkungannya karena menganggap apa yang dilakukannya tidak berguna, tapi Edy terus meyakinkan lingkungan sekitarnya bahwa bisnis daur ulang sampah memiliki peluang bisnis yang cerah. Berdasarkan tulisan Ayo Naik Kelas sebagai Media Komunikasi UMKM Muda Indonesia yang dikutip di “Kumparan.com” (2022).

Green Entrepreneur saat ini harus mampu menyelaraskan pencapaian tujuan keuntungan (*profit*) dengan pemenuhan tanggung jawab kepada masyarakat/sosial (*people*) dan lingkungan hidup (*planet*) sehingga membentuk piramida keberhasilan 3P (*triple bottom line of successful business*). Harapan masyarakat terhadap kontribusi perusahaan terhadap lingkungan memunculkan gagasan *triple bottom line*. Sejumlah peristiwa sosial dan lingkungan yang terjadi dalam skala nasional dan internasional merupakan salah satu kebutuhan masyarakat (PROPER, 2019):

1. *People*

People yang dimaksud adalah kegiatan sosial yang berlangsung di lingkungan perusahaan. Perusahaan harus memikul tanggung jawab sosial mereka baik secara internal maupun eksternal bisnis. Dengan menyediakan lingkungan kerja yang menyenangkan, suasana yang sehat, pengembangan keterampilan, kesejahteraan dan perlindungan hak asasi manusia, kewajiban ini mempengaruhi perkembangan usaha. Keterlibatan ini dapat mendorong interaksi yang bermanfaat antara bisnis dan komunitas di luar tembok mereka dengan menciptakan aktivitas yang meningkatkan atau mendukung kehidupan masyarakat organisasi.

2. Profit

Mengejar keuntungan merupakan kewajiban yang harus dipenuhi oleh suatu perusahaan. Profitabilitas adalah kemampuan organisasi untuk secara efektif menggunakan sumber dayanya untuk menghasilkan keuntungan bagi investornya. Karena memberikan dasar untuk mengevaluasi kinerja keuangan perusahaan, profitabilitas dianggap sangat penting. Perusahaan akan memiliki kinerja keuangan yang lebih baik, lebih banyak aset bagi investor dan prospek masa depan yang lebih menarik jika angka laba yang ditampilkan dalam laporan keuangan tinggi (Sastrawan, 2016).

3. Planet

Planet adalah lingkungan fisik perusahaan. Sumber daya alam tentu menguntungkan semua orang. Namun, kerusakan lingkungan saat ini sudah meluas dan disebabkan oleh kelalaian atau kelalaian orang atau perusahaan. Kerusakan lingkungan dapat berupa perubahan iklim, pencemaran air atau pencemaran udara. Bisnis diharapkan untuk mengkonsumsi lebih sedikit sumber daya alam dengan beralih ke teknologi ramah lingkungan untuk memastikan kelestarian lingkungan. Melalui upaya untuk mengurangi akibat lingkungan, sistem manajemen lingkungan menyediakan sarana untuk mencapai dan menunjukkan kinerja lingkungan yang baik. Kinerja lingkungan perusahaan (*environmental performance*) menurut Suranto et al., (2006), merupakan cara yang baik untuk mengolah lingkungan (hijau) yang baik. Peringkat PROPER Departemen Lingkungan Hidup digunakan untuk mengukur kinerja lingkungan. Tujuan penilaian adalah untuk meningkatkan standar kinerja lingkungan perusahaan.

Sayangnya jumlah wirausaha masih kurang secara nasional Rasio penduduk yang menjadi pengusaha di Indonesia lebih rendah dibandingkan dengan negara lain. Menurut (andrea lidwina, 2019) Salah satu faktor rendahnya jumlah pengusaha di Indonesia disebabkan kurangnya individu berketerampilan sangat tinggi. Mengutip laporan yang dirilis oleh lembaga riset SMERU, hanya 0,5 per 100 individu berusia 15 tahun yang memiliki

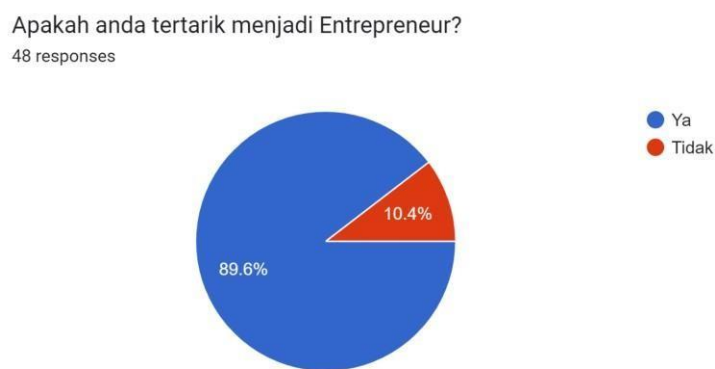
keterampilan sangat tinggi. Rasio jumlah pengusaha terhadap populasi di Indonesia lebih rendah dibandingkan beberapa negara di Asia Tenggara. Rasionya hanya sebesar 3,1 persen, jauh lebih rendah dibandingkan Singapura sebesar persen. Negara - negara lain memiliki hasil yang lebih baik, seperti Amerika Serikat memiliki 6,5 per 100 individu, Thailand 9,4 dan Korea Selatan 18,2. Hal ini lantaran kurikulum pendidikan hanya fokus pada keterampilan teknis, seperti membaca, menghafal, dan berhitung, tetapi belum membiasakan individu berpikir kritis, analitis, dan memecahkan masalah. Keterampilan individu yang masih minim membuat Indonesia sulit mencetak pengusaha baru. Padahal, kewirausahaan penting untuk menciptakan lapangan kerja baru, menyerap tenaga kerja, meningkatkan penerimaan pajak negara, mendorong inovasi masyarakat, dan menjadi indikator daya saing Indonesia di kancah global.



Gambar 1.3 Kegiatan yang dilakukan untuk melestarikan lingkungan

Berdasarkan survey yang dilakukan kepada 40 responden melalui *Google Form*, rata-rata orang di kalangan *Gen Z* memilih untuk membawa tumbler atau tempat makan dan minum pribadi sebagai salah satu cara untuk melestarikan lingkungan. Kafe sebagai salah satu tempat favorit *Gen Z* untuk menghabiskan waktu bersama teman. Beberapa restoran atau kafe di Indonesia saat ini (*Starbucks*) sudah mengizinkan pelanggannya jika ingin membawa tempat minum (tumbler) sendiri dan memberikan diskon bagi pelanggan tersebut. Selain itu, di urutan kedua terbanyak *Gen Z* memilih untuk membawa tas belanja sendiri ketika sedang

berbelanja. Hal ini dikarenakan saat ini beberapa tempat belanja seperti *Alfamart* dan *Indomaret* sudah tidak menyediakan plastik untuk membungkus makanan ataupun minuman yang dibeli konsumen. Di samping itu, *Gen Z* juga lebih memilih membawa tas belanja berbahan kain daripada plastik karena tas belanja berbahan kain lebih awet untuk digunakan berkali-kali daripada tas belanja berbahan plastik.



Gambar 1.4 Gambar Diagram Ketertarikan Gen Z Untuk Menjadi Entrepreneurship

Berdasarkan survey yang dilakukan terhadap 48 responden melalui Google Form, rata - rata orang dikalangan *Gen Z* memilih untuk menjadi *Entrepreneur*, dengan presentasi 89.6% dan yang tidak tertarik menjadi *Entrepreneur*, dengan persentase 10.4%. Dengan banyaknya yang memilih untuk menjadi *Entrepreneur* hal ini dikarenakan setiap orang berkeinginan untuk menghasilkan profit yang lebih besar, dan rata - rata orang yang tertarik menjadi *Entrepreneur* ingin pekerjaan yang santai dan tidak suka diatur. Sedangkan *Gen Z* yang tidak tertarik menjadi *entrepreneur* dikarenakan khawatir akan ketidakpastian dan tetap ingin berada di zona nyaman dibandingkan merintis usaha dari awal, karena menjadi seorang *Entrepreneur* beresiko gagal/bangkrut.

1.2 Rumusan Masalah dan Pertanyaan Penelitian

1. Apakah *Green Entrepreneur Intention* akan berpengaruh positif terhadap *Perceived desirability*?

2. Apakah *Green Entrepreneur Intention* akan berpengaruh positif terhadap *Perceived feasibility*?
3. Apakah *Green Entrepreneur Intention* akan berpengaruh positif terhadap *Seeking opportunities*?
4. Apakah *Green Entrepreneur Intention* akan berpengaruh positif terhadap *Valuing entrepreneurial*?
5. Apakah *Green Entrepreneur Intention* akan berpengaruh positif terhadap *Capability beliefs*?
6. Apakah *Green Entrepreneur Intention* akan berpengaruh positif terhadap *Taking responsibility*?
7. Apakah *Green Entrepreneur Intention* akan berpengaruh positif terhadap *Entrepreneurial fear*?

1.3 Tujuan Penelitian

Ada pun tujuan yang dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh dari *Perceived desirability* terhadap *Green Entrepreneurial Intention* dikalangan Gen Z di Tangerang.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh dari *Perceived feasibility* terhadap *Green Entrepreneurial Intention* dikalangan Gen Z di Tangerang.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh dari *Seeking opportunities* terhadap *Green Entrepreneurial Intention* di kalangan Gen Z di Tangerang.
4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh dari *Valuing entrepreneurial* terhadap *Green Entrepreneurial Intention* dikalangan Gen Z di Tangerang.
5. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh dari *Capability beliefs* terhadap *Green Entrepreneurial Intention* di kalangan Gen Z di Tangerang.
6. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh dari *Taking responsibility* terhadap *Green Entrepreneurial Intention* di kalangan Gen Z di Tangerang.
7. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh dari *Entrepreneurial fear* terhadap *Green Entrepreneurial Intention* di kalangan Gen Z di Tangerang.

1.4 Manfaat Penelitian

Dalam melakukan penelitian ini, peneliti berharap memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Akademis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi ilmu pengetahuan yang baru bagi penulis dan pembaca sehingga dapat meningkatkan wawasan mengenai “Analisis pengaruh *cultural factors* terhadap *green entrepreneurial intention* di kalangan *Gen Z* di Tangerang”

2. Manfaat Praktisi

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan saran yang terkait dengan pengaruh dari ketujuh dimensi dari *cultural factors* yaitu, *Perceived desirability*, *Perceived feasibility*, *Seeking opportunities*, *Valuing entrepreneurial*, *Capability beliefs*, *Taking responsibility*, *Entrepreneurial fear*

3. Manfaat Empiris

Penulis berharap penelitian ini dapat menjadi referensi terhadap penelitian selanjutnya

1.5 Batasan Penelitian

Berdasarkan judul dan latar belakang penelitian diatas, batasan penelitian dan responden yang akan mengikuti survei adalah *Gen Z* usia 17 tahun sampai 26 tahun di Tangerang Selatan, ketentuan sebagai berikut:

1. Responden dari penelitian ini yaitu *Gen Z* di Tangerang Selatan
2. Penyebaran kuisioner ini dilakukan secara online menggunakan Google Form.
3. Penelitian ini dibatasi pada 8 variabel yaitu: *Perceived desirability*, *Perceived feasibility*, *Seeking opportunities*, *Valuing entrepreneurial*, *Capability beliefs*, *Taking responsibility*, *Entrepreneurial fear*, *Entrepreneurial Intention*

1.6 Sistematika Penulisan

Laporan Penelitian Penulisan penelitian ini terdapat 5 bab, dimana terdapat keterkaitan antara 1 bab dengan bab lainnya sehingga penjelasan penelitian ini menjadi terstruktur dan jelas. Adapun sistematika penulisan tersebut sebagai berikut:

BAB I - PENDAHULUAN

Pada bab ini peneliti menguraikan mengenai latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian serta sistematika penulisan laporan penelitian sehingga dapat menjadi gambaran bagi pembaca mengenai penelitian ini

BAB II – TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini penulis menjelaskan teori-teori yang diambil dari jurnal, artikel, buku dan lain-lain sehingga menjadi dasar yang digunakan sebagai tinjauan dalam menganalisa masalah didalam penelitian

BAB III – METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab ini penulis memberikan gambaran mengenai gambaran umum objek penelitian dengan menyertai jenis penelitian, ruang lingkup penelitian, teknik analisis data, uji instrumen, uji model dan hipotesis

BAB IV – ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini penulis menjelaskan hasil dari penelitian berdasarkan hasil kuesioner serta memberikan pembuktian dari penelitian berupa uji validitas dan lainnya.

BAB V – KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini penulis memberikan kesimpulan dari hasil penelitian serta memberikan jawaban dari rumusan masalah, pada bab ini juga penulis memberikan kritik dan saran yang membangun bagi perusahaan