

# BAB I

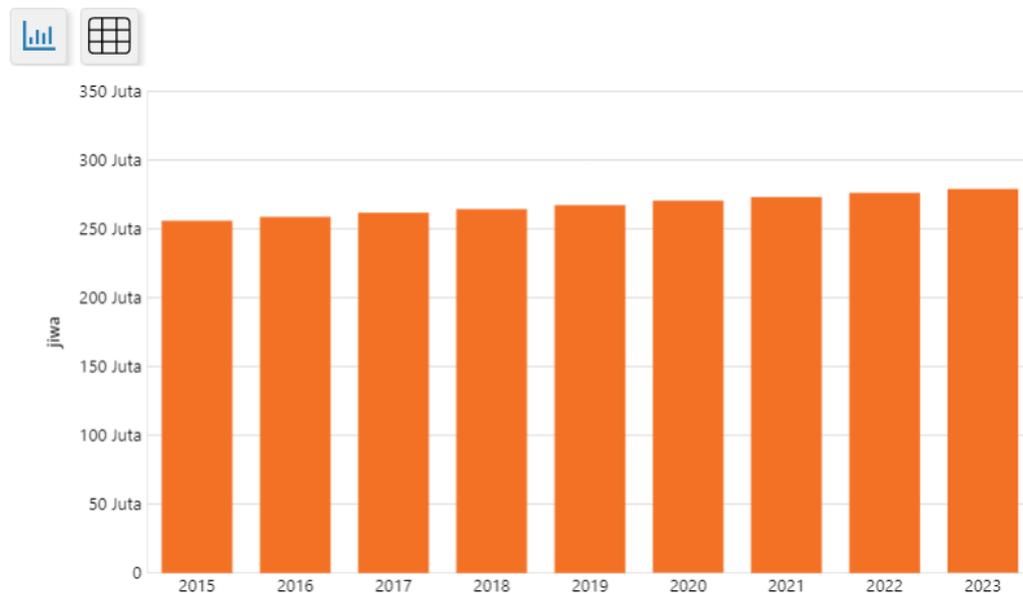
## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Penelitian

Salah satu dari negara-negara dengan jumlah penduduk terbesar di dunia adalah Indonesia. Berdasarkan data yang diterbitkan oleh katadata pada bulan Februari 2024, Indonesia menempati peringkat keempat dengan populasi sekitar 279 juta orang. Pada peringkat pertama, Tiongkok yang memiliki jumlah penduduk sekitar 1,4376 miliar orang (Fadhlurrahman, 2024).

Jumlah Penduduk Indonesia di Pertengahan Tahun (2015-2023)





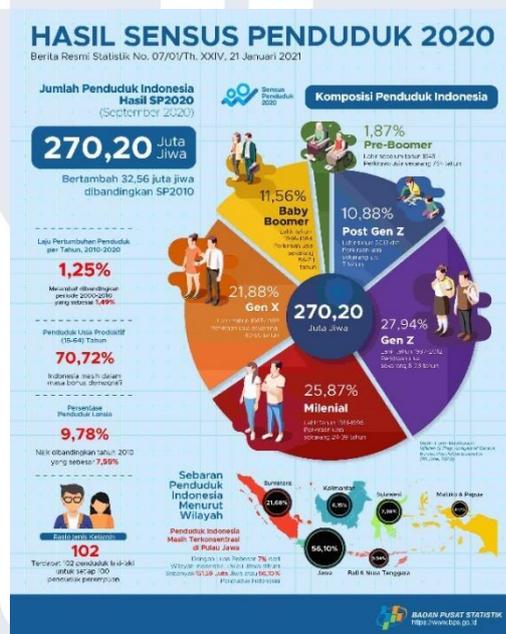
**Gambar 1.1 Jumlah Penduduk Indonesia**

Sumber: Databoks (2023)

Gambar 1.1 menunjukkan tren pertumbuhan populasi di Indonesia yang terus meningkat setiap tahunnya. Menurut data yang dirilis oleh Badan Pusat Statistik (BPS), Indonesia mengalami peningkatan signifikan dalam jumlah penduduk dalam beberapa tahun terakhir. Pada pertengahan tahun 2023, populasi mencapai 278,69 juta jiwa, meningkat sebesar 1,05 persen dibandingkan dengan pertengahan tahun 2022, yang sebelumnya mencapai 275,77 juta jiwa (Annur,

2023). Penyebab utama dari pertumbuhan populasi yang meningkat di Indonesia adalah tingginya tingkat kelahiran (fertilitas atau metalitas) dan rendahnya angka kematian, sehingga menyebabkan peningkatan kepadatan penduduk di negara ini (Utami, 2023).

Generasi Z, yang merupakan kelompok Masyarakat yang lahir antara pertengahan 1990-an hingga awal 2010-an. Populasi Generasi z yang dominan saat ini menjadikan mereka fokus perhatian dalam berbagai bidang kehidupan, termasuk minat mereka dalam memulai bisnis. Berdasarkan hasil sensus penduduk yang dilakukan oleh



**Gambar 1.2 Komposisi Penduduk Indonesia tahun 2020**

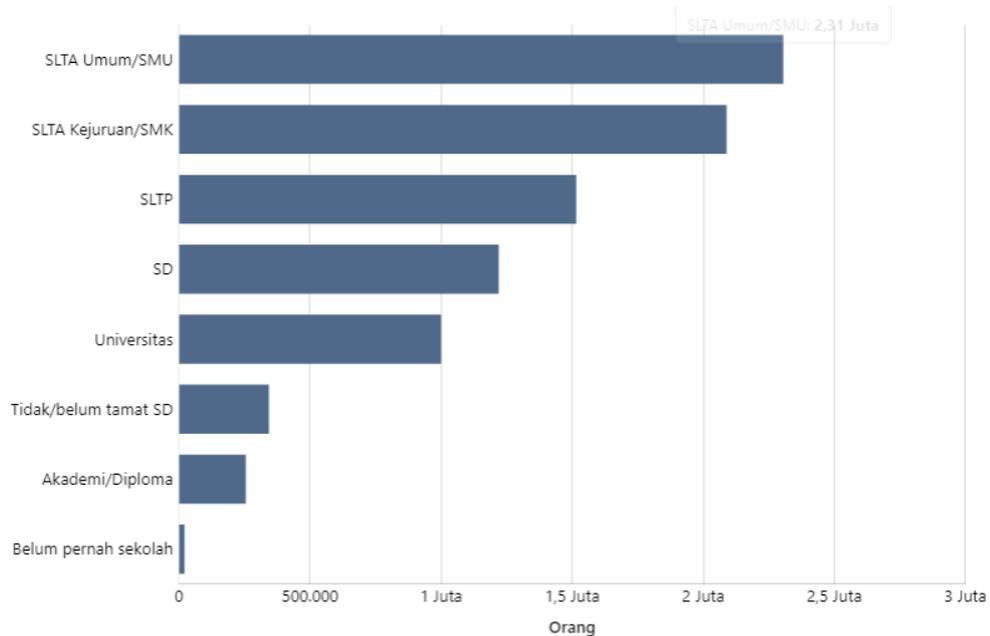
Sumber: Kemendikbud (2021)

Berdasarkan Badan Pusat Statistik pada tahun 2020, menunjukkan bahwa Generasi Z merupakan golongan generasi dengan jumlah populasi terbanyak sebanyak 27.94% dari 270,20 Juta Jiwa, diikuti golongan milenial dengan 25,87%, disusul Generasi X sebanyak 21,88%, kemudian *Baby Boomer* sebanyak 11,56%, Post Generasi Z sebanyak 10,88% dan *Pre-Boomer* sebanyak 1,87%. Menurut data Organisasi Buruh Internasional (ILO), tingkat pengangguran tertinggi terjadi di

Indonesia pada tahun 2021, terutama pada kalangan usia produktif, yaitu 15-24 tahun, menjadikan Indonesia sebagai negara kedua dengan tingkat pengangguran generasi muda tertinggi di Asia Tenggara (Dihni, 2022).

Pertumbuhan populasi yang sangat cepat di Indonesia telah menyebabkan kesenjangan ekonomi karena kurangnya lapangan pekerjaan yang tersedia bagi angkatan kerja, yang kemudian menyebabkan peningkatan jumlah pengangguran. Mayoritas pengangguran di Indonesia adalah orang-orang muda, berusia antara 15-29 tahun (Kusnandar, 2022). Faktor pertumbuhan populasi yang sangat cepat telah berkontribusi pada peningkatan tingkat pengangguran karena ketidakseimbangan antara jumlah angkatan kerja yang besar dan ketersediaan lapangan kerja yang terbatas. (Pramata, 2021).

Pengangguran Terbuka Menurut Pendidikan yang Ditamatkan (Februari 2021)



**Gambar 1.3 Jumlah Pengangguran Terbuka Menurut Databoks**  
 Sumber: Databoks (2021)

Berdasarkan gambar 1.3, dapat terlihat data yang diperoleh dari Badan Pusat Statistik (BPS), menunjukkan bahwa tingkat pengangguran di Indonesia didominasi oleh generasi muda yang memiliki tingkat pendidikan yang cukup tinggi. Menurut catatan BPS, tingkat pengangguran tertinggi terjadi pada lulusan SMK, mencapai 2,305 juta jiwa, diikuti oleh lulusan SMA sebanyak 2,089 juta jiwa, selain itu, terdapat 999,543 ribu jiwa pengangguran yang memiliki latar belakang pendidikan universitas atau S1 keatas. Fenomena ini terjadi karena bertambahnya tenaga kerja sementara lapangan pekerjaan tidak terjadi perkembangan. Hal ini menggambarkan bahwa tingkat pengangguran di kalangan generasi muda yang telah menyelesaikan pendidikan di Indonesia masih cukup tinggi (Pusparisa, 2021).

**Tabel 1.1 Tingkat Pengangguran Terbuka di Indonesia tahun 2021**

Provinsi	2021	2022	2023
Aceh	6,3	6,17	6,03
Sumatera Utara	6,33	6,16	5,89
Sumatera Barat	6,52	6,28	5,94
Riau	4,42	4,37	4,23
Jambi	5,09	4,59	4,53
Sumatera Selatan	4,98	4,63	4,11
Bengkulu	3,65	3,59	3,42
Lampung	4,69	4,52	4,23
Kep.Bangka Belitung	5,03	4,77	4,56
Kep. Riau	9,91	8,23	6,8
DKI Jakarta	8,5	7,18	6,53
Jawa Barat	9,82	8,31	7,44
Jawa Tengah	5,95	5,57	5,13

DI Yogyakarta	4,56	4,06	3,69
Jawa Timur	5,74	5,49	4,88
Banten	8,98	8,09	7,52
Bali	5,37	4,8	2,69
Nusa Tenggara Barat	3,01	2,89	2,8
Nusa Tenggara Timur	3,77	3,54	3,14
Kalimantan Barat	5,82	5,11	5,05
Kalimantan Tengah	4,53	4,26	4,1
Kalimantan Selatan	4,95	4,74	4,31
Kalimantan Timur	6,83	5,71	5,31
Kalimantan Utara	4,58	4,33	4,01
Sulawesi Utara	7,06	6,61	6,1
Sulawesi Tengah	3,75	3	2,95
Sulawesi Selatan	5,72	4,51	4,33
Sulawesi Tenggara	3,92	3,36	3,15
Gorontalo	3,01	2,58	3,06
Sulawesi Barat	3,13	2,34	2,27
Maluku	6,93	6,88	6,31
Maluku Utara	4,71	3,98	4,31
Papua Barat	5,84	5,37	5,38
Papua	3,33	2,83	2,67

Sumber: BPS (2023)

Berdasarkan Tabel 1.1, terlihat bahwa tingkat pengangguran terbuka di Indonesia yang paling mendominasi berada di Pulau Jawa yang terdiri dari Provinsi

Banten, DKI Jakarta, Jawa Barat, Jawa Tengah, D.I. Yogyakarta, dan Jawa Timur. Dapat terlihat bahwa Banten merupakan provinsi kedua dengan tingkat pengangguran terbuka di pulau Jawa, dengan 7,52% tingkat pengangguran pada tahun 2023. Hal ini mengalami penurunan dari tahun 2021 dan 2022 yang dimana sebanyak 8,98% dan 8,09%. (BPS, 2024)

#### Tingkat Pengangguran Terbuka (TPT) Menurut Kabupaten/Kota di Provinsi Banten (persen), 2021-2023

[← back](#)
[xlsx](#)
  
 Data series subyek **Tenaga Kerja** juga dapat diakses melalui **Fitur Tabel Dinamis**.

Data Series : [2021-2023](#) [2018-2020](#) [2015-2017](#) [2012-2014](#) [2009-2011](#) [2008-2008](#)

Search:

Kabupaten/Kota	Tingkat Pengangguran Terbuka (TPT) Menurut Kabupaten/Kota di Provinsi Banten (persen)		
	2021	2022	2023
Kab Pandeglang	7,70	9,24	9,05
Kab Lebak	7,86	8,55	7,57
Kab Tangerang	9,06	7,88	6,94
Kab Serang	10,58	10,61	9,94
Kota Tangerang	9,07	7,16	6,76
Kota Cilegon	10,13	8,10	7,25
Kota Serang	9,41	8,17	7,45
Kota Tangerang Selatan	8,60	6,59	5,81
Provinsi Banten	8,98	8,09	7,52

Sumber:  
BPS, Survei Angkatan Kerja Nasional (Sakernas) Agustus

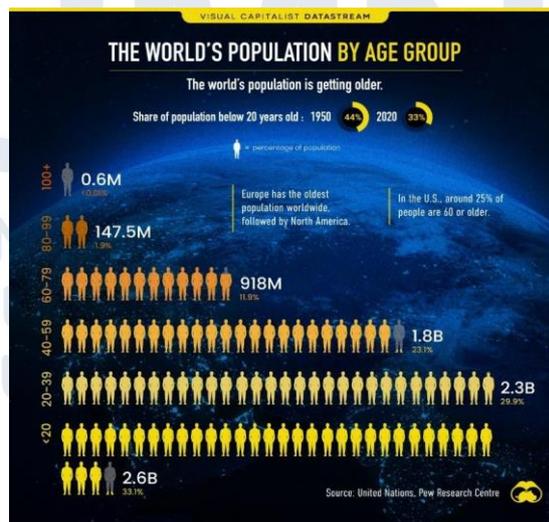
Showing 1 to 9 of 9 entries

**Gambar 1.4 Jumlah Pengangguran Menurut Kabupaten/ Kota Banten**  
Sumber: BPS (2023)

Berdasarkan gambar 1.4, secara administrasi Provinsi Banten memiliki 8 Kabupaten atau Kota. Tingkat Pengangguran Terbuka di Kabupaten Tangerang pada tahun 2021 sebanyak 9,06%, kemudian pada tahun 2022 sebanyak 7,88% dan pada tahun 2023 sebanyak 6,94% (BPS, 2023). Rudi Hartono, yang menjabat sebagai Kepala Dinas Tenaga Kerja (Disnaker) Kabupaten Tangerang, menyampaikan bahwa pada tahun 2021, jumlah pengangguran di Kabupaten Tangerang mencapai 166.798 orang. Pada tahun 2022, terjadi penurunan sebanyak 10.952 orang atau sekitar 7,02%, sehingga jumlah pengangguran pada tahun tersebut turun menjadi 155.846 orang (Ramadhan, 2023).

Menurut data Badan Pusat Statistik (BPS) Kabupaten Tangerang pada tahun 2021, sebanyak 166.798 orang belum memiliki pekerjaan atau menganggur dari total angkatan kerja sebanyak 1.842.000 jiwa. Namun, secara paradoks, meskipun Kabupaten Tangerang dikenal dengan sebutan “1001 industri”, tingkat pengangguran di wilayah ini menempati peringkat ketiga tertinggi di Provinsi Banten. Pemerintah Kabupaten Tangerang berharap dapat memberikan dukungan kepada masyarakat usia produktif untuk lebih mengembangkan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM), industri kecil dan wirausaha rumahan (Gatot, 2022).

Banyaknya jumlah populasi dari Generasi Z ini tidak hanya terjadi di Indonesia saja, melainkan di seluruh dunia. Menurut data dari *Visual Capitalist Datastream* pada tahun 2021, jumlah populasi dunia berdasarkan rentang usia terbanyak adalah golongan usia dibawah 20 tahun sebanyak 33.1% atau setara 2,6 Miliar jiwa disusul dengan rentang usia 20-39 tahun sebanyak 29.9% atau sekitar 2,3 miliar jiwa. Kedua kategori rentang usia tersebut sebagian termasuk ke dalam kategori Generasi Z yang artinya hampir setengah dari populasi di dunia adalah Generasi Z. Dengan Fakta tersebut, secara tidak langsung Generasi Z mengontrol arah perubahan segala gaya hidup, teknologi hingga industri.



**Gambar 1.5 Jumlah Populasi di Dunia Berdasarkan Rentang Usia**

Sumber: *Visual Capitalist* (2021)

Di sisi lain, banyaknya jumlah populasi Generasi Z saat ini juga secara tidak langsung memberikan dampak yang positif kepada Indonesia di masa yang akan datang dikarenakan jumlah usia produktif yang melimpah. Menjadi golongan mayoritas di kategori kalangan usia membuat Generasi Z menjadi pusat hampir segala kehidupan manusia. Sebagai contohnya, mayoritas industri atau perusahaan yang menghasilkan suatu produk atau layanan kini harus menyesuaikan diri dengan minat Generasi Z hingga melakukan pendekatan dengan cara mereka sehingga produk atau layanan yang dijual dapat mendapatkan perhatian Generasi Z.

Teknologi merupakan salah satu bidang yang mendapatkan pengaruh paling besar dari kehadiran Generasi Z. Pada era di mana teknologi digital telah menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan sehari-hari, Generasi Z memiliki peran penting dalam mempengaruhi dan membentuk perkembangan teknologi. Keterkaitan antara Generasi Z dan kemajuan teknologi tidak hanya mencerminkan pengaruh timbal balik, tetapi juga mencerminkan perubahan mendasar dalam interaksi manusia dengan teknologi. Salah satu aspek yang menonjol dalam hubungan ini adalah kenyataan bahwa Generasi Z tumbuh dalam lingkungan yang sepenuhnya terhubung secara digital. Mereka merupakan kelompok pertama yang dikenal sebagai "*digital natives*", artinya mereka telah akrab dengan teknologi digital sejak masa kecil mereka. *Smartphone*, internet, media sosial, dan perangkat teknologi lainnya bukanlah hal asing bagi mereka, melainkan telah menjadi bagian yang tak terpisahkan dari kehidupan sehari-hari dan identitas mereka.

Penggunaan teknologi oleh Generasi Z juga mencakup partisipasi aktif dalam media sosial. Mereka menggunakan platform seperti *Instagram*, *Snapchat*, *TikTok*, dan *YouTube* untuk berkomunikasi, berbagi pengalaman, menciptakan konten, dan membangun jejaring dengan sesama generasi mereka. Dalam prosesnya, mereka tidak hanya sebagai konsumen pasif, tetapi juga sebagai produsen dan penggerak utama dalam ekosistem media sosial yang terus berkembang. Selain sebagai konsumen dan pengguna teknologi, Generasi Z juga turut berperan dalam inovasi teknologi. Banyak dari mereka memiliki minat dan

keterampilan dalam bidang seperti coding, pengembangan aplikasi, desain grafis, dan teknologi lainnya. Sebagian di antara mereka bahkan telah menciptakan solusi-solusi inovatif yang merubah cara interaksi dengan dunia digital, membuktikan bahwa mereka bukan hanya pengguna, tetapi juga pengembang teknologi.

Secara keseluruhan, hubungan antara Generasi Z dan perkembangan teknologi adalah hubungan yang saling mempengaruhi. Generasi ini bukan hanya sebagai konsumen besar dalam dunia teknologi, tetapi juga sebagai pengguna aktif, inovator, dan pengubah budaya yang didorong oleh teknologi digital. Dengan peran mereka yang semakin dominan dalam masyarakat, Generasi Z akan terus membentuk dan mempengaruhi arah perkembangan teknologi di masa depan. Oleh karena itu, penting bagi kita untuk memahami peran mereka dalam ekosistem teknologi modern dan memberikan dukungan serta sumber daya yang diperlukan agar mereka dapat mengembangkan potensi mereka secara penuh dalam memajukan dunia teknologi.

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi bagaimana faktor *creativity*, pendidikan, dan *self-efficacy* berinteraksi dan mempengaruhi minat Generasi Z dalam memulai bisnis. Dibesarkan dalam era digital yang dinamis, Generasi Z memiliki akses mudah terhadap informasi dan teknologi, namun juga menghadapi tantangan seperti persaingan kerja yang ketat, perubahan teknologi yang cepat, dan ketidakpastian ekonomi. Sebagai respons terhadap tantangan ini, banyak dari mereka menunjukkan minat yang kuat dalam menciptakan peluang melalui bisnis sendiri.

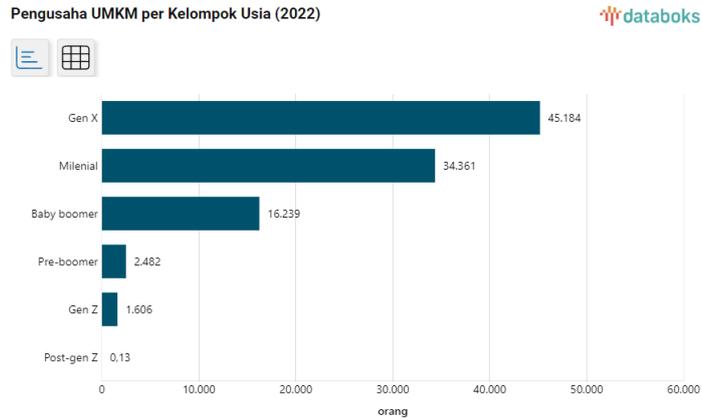
*Creativity*, sebagai kemampuan untuk menghasilkan ide-ide baru dan inovatif, dan minat berwirausaha, yang merupakan keinginan untuk membangun bisnis, saling berhubungan dalam konteks Generasi Z. Generasi ini dikenal sebagai generasi yang kreatif, terutama dalam penggunaan teknologi dan media sosial, yang memungkinkan mereka untuk mengembangkan ide-ide baru dan inovatif. Selain itu, mereka juga cenderung mencari solusi yang kreatif dalam memecahkan masalah yang kompleks, sebuah sifat yang sangat penting dalam dunia bisnis. Minat berwirausaha di kalangan Generasi Z sering kali dipicu oleh dorongan untuk

mengubah ide-ide kreatif menjadi bisnis yang sukses, dengan memanfaatkan peluang pasar yang ada. Mereka juga memiliki pemahaman yang mendalam tentang teknologi dan bagaimana menggunakannya untuk keuntungan bisnis, serta kemampuan untuk beradaptasi dengan perubahan yang cepat dalam lingkungan bisnis. Kombinasi *creativity* dan minat berwirausaha menjadi modal berharga bagi Generasi Z untuk meraih kesuksesan dalam berbagai bidang karir dan bisnis.

Pendidikan juga berperan penting dalam membentuk minat berwirausaha Generasi Z. Sekolah dan perguruan tinggi yang menyediakan pendidikan tentang kewirausahaan dan kesempatan untuk mengembangkan keterampilan bisnis dapat meningkatkan minat mereka. Pendidikan formal yang menekankan *creativity*, inovasi, dan kepemimpinan juga dapat membantu membentuk sikap kewirausahaan di kalangan Generasi Z.

Konsep self-efficacy, yaitu keyakinan individu terhadap kemampuannya untuk berhasil, juga memengaruhi minat berwirausaha Generasi Z. Individu dengan tingkat self-efficacy yang tinggi cenderung lebih percaya diri dalam menghadapi hambatan dan mengambil risiko terkait dengan bisnis. Pengalaman sebelumnya, dukungan sosial, dan pengaruh model yang sukses dapat meningkatkan self-efficacy mereka dalam konteks kewirausahaan.

Ketiga faktor ini saling berinteraksi dalam membentuk minat berwirausaha Generasi Z. Lingkungan yang mendukung dan pendidikan yang memperkuat keterampilan bisnis dapat meningkatkan self-efficacy mereka dalam memulai usaha sendiri, sementara self-efficacy yang tinggi dapat membantu mereka mengatasi hambatan lingkungan dan mengejar peluang bisnis. Memahami interaksi antara ketiga faktor ini penting untuk merancang kebijakan dan program yang efektif dalam mendukung perkembangan kewirausahaan Generasi Z atau mahasiswa. Dengan menciptakan lingkungan yang mendukung, memberikan pendidikan yang relevan, dan memperkuat self-efficacy mereka, kita dapat membantu Generasi Z khususnya mahasiswa/i merealisasikan potensi mereka sebagai pengusaha masa depan yang inovatif dan sukses.

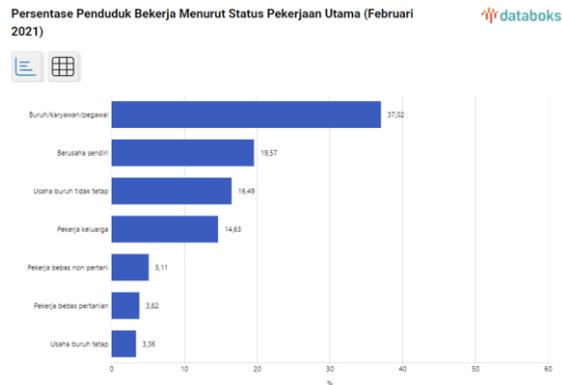


**Gambar 1.6 Jumlah Pengusaha UMKM per Kelompok Usia (2022)**  
Sumber: Databoks (2023)

No.	Nama Data	Nilai
1	Gen X	45.184
2	Milenial	34.361
3	Baby boomer	16.239
4	Pre-boomer	2.482
5	Gen Z	1.606
6	Post-gen Z	0,13

**Gambar 1.7 Jumlah Pengusaha UMKM per Kelompok Usia (2022)**  
Sumber: Databoks (2023)

Ketika semua mata tertuju kepada kalangan Generasi Z yang bisa disebut sebagai penerus bangsa, dalam kenyataannya menurut databoks per tahun 2022 yang ada pada gambar 1.6 dan 1.7, jumlah Generasi Z yang menjadi wirausaha terhitung hanya sebanyak 1.606 orang. Jumlah tersebut bahkan jauh dibawah generasi lain dan menempatkan generasi Z pada peringkat kelima. Hal ini tentu menjadi tanda tanya besar mengingat Generasi Z merupakan generasi yang paling mendominasi indonesia dalam kategori jumlah populasi. Untuk itu pada penelitian ini, penulis juga akan menjawab pertanyaan mengenai mengapa generasi z cenderung untuk menjadi pekerja dibandingkan berwirausaha.



**Gambar 1.8 Persentase Penduduk Bekerja Menurut Status Pekerjaan Utama 2021**

Sumber: Databoks (2021)

## 1.2 Rumusan Masalah dan Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan dasar masalah yang ada, rumusan masalah yang diangkat dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah *Creativity* berpengaruh dalam mengembangkan minat mahasiswa/i dalam mendirikan bisnis?
2. Apakah Pendidikan Kewirausahaan berpengaruh dalam mengembangkan minat mahasiswa/i dalam mendirikan bisnis?
3. Apakah *Self-Efficacy* berpengaruh dalam mengembangkan minat mahasiswa/i dalam mendirikan bisnis?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pernyataan masalah di atas, tujuan dari penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *creativity* terhadap Minat mahasiswa di Kabupaten Tangerang dalam mendirikan bisnis.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *entrepreneurial intention* terhadap Minat mahasiswa di Kabupaten Tangerang Dalam mendirikan bisnis.

3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *Self-Efficacy* terhadap Minat mahasiswa di Kabupaten Tangerang dalam mendirikan bisnis.

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat mendorong kemajuan informasi dan mencapai tujuan penelitian, baik dalam lingkup akademis maupun penelitian dasar.

##### **1. Manfaat Akademis**

- A. Akan memberikan arahan kepada mahasiswa yang akan datang untuk mengeksplorasi berbagai model pendekatan dengan mengatur, mengubah dan memperluas factor-faktor yang diidentifikasi dalam penelitian ini.
- B. Dapat digunakan sebagai sumber informasi, referensi dan dasar penelitian tambahan terutama dalam konteks yang berkaitan dengan minat mendirikan bisnis mahasiswa di Wilayah Kabupaten Tangerang bagi para mahasiswa yang akan datang.

##### **2. Manfaat Praktis**

- A. Sebagai sumber informasi bagi Administrasi Negara Wilayah Tangerang dalam pengembangan yang ditujukan pada sektor membangun kewirausahaan.

#### **1.5 Batasan Penelitian**

Batasan dalam penelitian ini mencakup penyesuaian konsentrasi dan ruang lingkup penelitian. Penelitian ini difokuskan pada Mahasiswa/i yang berkuliah di Universitas yang berada di Wilayah Kabupaten Tangerang. Fokus penelitian ini akan terbatas pada analisis dampak *creativity*, pendidikan kewirausahaan dan *Self-Efficacy* dalam membangun jiwa kewirausahaan. Variabel yang terlibat dalam penelitian ini meliputi, Variabel Independen *creativity*, *entrepreneurial education*, dan *self-efficacy* disertai Variabel Dependen *erntrepreneurial intention*.

## **1.6 Sistematika Penulisan**

Struktur sistematis merujuk pada upaya peneliti dalam menyusun dan mengatur laporan penelitian agar tersusun dengan baik. Berikut adalah deskripsi sistematis dari studi "Pengaruh *creativity*, *entrepreneurial education* dan *self-efficacy* terhadap *entrepreneurial intention* mahasiswa di Wilayah Kabupaten Tangerang":

### **BAB I: PENDAHULUAN**

Bab ini memberikan gambaran latar belakang pemilihan topik penelitian, termasuk kerangka kerja, rancangan penelitian, tujuan penelitian, komitmen penelitian, dan rencana diskusi.

### **BAB II: LANDASAN TEORI**

Bab ini menyajikan hipotesis sebagai dasar untuk menjawab pertanyaan penelitian utama, dengan mempertimbangkan hasil penelitian sebelumnya, asumsi-asumsi yang mendasari, serta model-model yang akan dievaluasi.

### **BAB III: METODE PENELITIAN**

Bagian ini merinci tentang pendekatan penelitian dan langkah-langkahnya, memberikan definisi operasional, teknik pengukuran, strategi penelitian, pengumpulan data, serta metode analisis yang akan digunakan.

### **BAB IV: HASIL DAN PEMBAHASAN**

Bagian ini membahas hasil penelitian dan analisisnya, termasuk temuan yang signifikan, uji keabsahan dan keandalan data, replikasi hasil, serta interpretasi hasil secara lebih mendalam.

### **BAB V: PENUTUP**

Bagian akhir ini berisi kesimpulan dari penelitian, mencakup batasan-batasan yang diakui, serta saran-saran untuk penelitian selanjutnya yang dapat dilakukan.