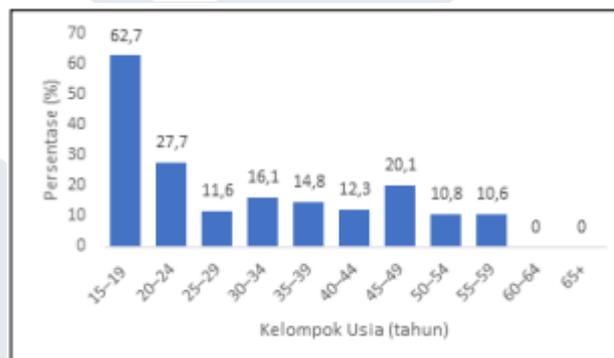


# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Penelitian

Revolusi Industri 4.0 telah membawa berbagai perubahan signifikan dalam lanskap bisnis dan industri, termasuk di Indonesia. Menghadapi dan memanfaatkan peluang yang muncul dalam era ini membutuhkan SDM yang berkualitas dan memiliki keterampilan yang sesuai dengan tuntutan industri 4.0. Salah satu dampak yang signifikan adalah adanya kesenjangan antara keterampilan yang dimiliki oleh SDM saat ini dengan yang dibutuhkan oleh industri dalam era Revolusi Industri 4.0 (Risdianto, 2019). Kesenjangan ini menyebabkan banyak pekerja, terutama pemuda, yang tidak dapat bersaing dan akhirnya terkena PHK. Fenomena ini menunjukkan bahwa peningkatan keterampilan dan pendidikan yang relevan sangat penting untuk mengurangi dominasi pemuda dalam PHK dan meningkatkan daya saing mereka di pasar kerja.



**Gambar 1. 1 Persentase PHK Berdasarkan Kelompok Usia**

Sumber: LIPI, 2020

Pemuda mendominasi penduduk yang menganggur di Indonesia, dengan sekitar 3/4 dari total pengangguran berasal dari kelompok ini, menurut data Survei Angkatan Kerja Nasional (Sakernas) 2019. Pandemi COVID-19 memperburuk situasi ini, dengan tingkat pemutusan hubungan kerja (PHK) pada pemuda lebih tinggi dibandingkan kelompok usia yang lebih tua karena pengalaman kerja yang lebih rendah (LIPI, 2020). Oleh karena itu, penyelesaian masalah pengangguran pemuda menjadi sangat penting dalam penanggulangan pengangguran nasional.

Alasan lainnya, Indonesia saat ini sedang memasuki fase bonus demografi. Menurut laman resmi KOMINFO, Indonesia diperkirakan akan menghadapi era bonus demografi beberapa tahun ke depan, tepatnya pada tahun 2030 hingga 2040. Bonus demografi ini mengacu pada masa ketika penduduk usia produktif (15-64 tahun) akan lebih besar dibanding usia nonproduktif (65 tahun ke atas). Pada periode tersebut, proporsi usia produktif diperkirakan akan melebihi 60% dari total jumlah penduduk Indonesia. Kondisi ini memberikan potensi besar untuk mendorong pertumbuhan ekonomi dan peningkatan produktivitas nasional (Kurniawan, 2019).

Peningkatan jumlah pengangguran dan ketidakseimbangan pasar tenaga kerja dapat terjadi ketika pertumbuhan ekonomi tidak mampu menciptakan cukup lapangan kerja yang sesuai dengan jumlah populasi usia produktif. Risiko *middle-income trap* juga merupakan perhatian serius, hal ini terjadi ketika negara mengalami pertumbuhan ekonomi yang signifikan pada awalnya berkat bonus demografi, tetapi kemudian gagal untuk bergerak ke tahap ekonomi yang lebih maju karena kegagalan dalam meningkatkan produktivitas, inovasi, dan investasi dalam pendidikan dan infrastruktur (Agarwal, 2019). Untuk mengatasi tantangan ini, perlu adanya kebijakan yang tepat untuk meningkatkan keterampilan tenaga kerja, mendorong inovasi dan investasi dalam sektor-sektor yang produktif, serta memastikan adanya kesetaraan kesempatan dalam masyarakat. Selain itu, strategi jangka panjang untuk diversifikasi ekonomi dan meningkatkan daya saing global juga penting untuk mengurangi risiko *middle-income trap*. (Nasution, 2021).

Salah satu peluang untuk mengatasi pengangguran pemuda di Indonesia adalah tingginya minat para pemuda untuk menjadi pengusaha (U-Report Indonesia, 2019). Potensi penumbuhan kewirausahaan di Indonesia besar karena jumlah penduduk yang banyak dan tingginya tingkat konsumsi masyarakat, dengan nilai transaksi e-commerce terbesar di Asia Tenggara pada 2019 serta potensi dalam industri halal (Pusparisa, 2020). Pemuda cenderung memiliki keinginan belajar, inovasi, mobilitas, dan keterbukaan terhadap teknologi yang lebih tinggi dibandingkan penduduk yang lebih tua (OECD, 2001) sehingga

kreativitas dan inovasi mereka perlu dirangsang dan dikembangkan untuk menciptakan peluang ekonomi dan lapangan kerja.

Kewirausahaan memiliki peran penting dalam perekonomian Indonesia, terutama dalam pengurangan pengangguran dan penciptaan lapangan kerja. Menurut Peraturan Presiden (Perpres) No. 2 Tahun 2022, wirausaha didefinisikan sebagai orang yang menjalankan, menciptakan, dan/atau mengembangkan suatu usaha. Peraturan ini membedakan wirausaha menjadi dua jenis: "wirausaha pemula" dan "wirausaha mapan". Wirausaha pemula adalah pelaku usaha yang berusaha sendiri atau dibantu oleh buruh tak tetap atau buruh tak dibayar. Sementara itu, wirausaha mapan adalah pelaku usaha yang dibantu oleh buruh tetap atau buruh dibayar.



**Gambar 1. 2 Jumlah Pelaku Wirausaha di Indonesia Berdasarkan Kelompok Usia dan Status Usaha**

Sumber: Databoks, 2023

Berdasarkan data per Agustus 2023, terdapat sekitar 56,5 juta wirausaha di Indonesia. Dari jumlah tersebut, sekitar 52 juta orang adalah wirausaha pemula, terdiri dari 32,2 juta orang yang berusaha sendiri dan 19,8 juta orang yang berusaha dengan bantuan buruh tak tetap atau buruh tak dibayar. Sementara itu, sekitar 4,5 juta orang tergolong sebagai wirausaha mapan yang berusaha dengan bantuan buruh tetap atau buruh dibayar. Rasio wirausaha pemula terhadap total

angkatan kerja nasional pada Agustus 2023 mencapai 35,21%, sedangkan rasio wirausaha mapan adalah 3,04%. Angka ini menunjukkan bahwa wirausaha pemula mendominasi sektor kewirausahaan di Indonesia, memberikan kontribusi signifikan terhadap perekonomian dengan menciptakan lapangan kerja dan mengurangi tingkat pengangguran.

Meskipun Indonesia memiliki potensi pengembangan usaha yang besar dengan jumlah penduduk yang melimpah, jumlah wirausaha atau entrepreneur di negara ini masih jauh tertinggal dibandingkan dengan negara tetangga seperti Malaysia, Singapura, dan Thailand. Menurut Menteri Koperasi dan Usaha Kecil Menengah (UKM) Teten Masduki, rasio kewirausahaan Indonesia hanya mencapai 3,74 persen. Sementara negara-negara ASEAN lainnya seperti Thailand (4,2 persen), Malaysia (4,7 persen), dan Singapura (8,7 persen) berada di atas angka tersebut (Liputan 6, 2023). Hal ini menunjukkan bahwa Indonesia masih memiliki potensi besar untuk meningkatkan jumlah wirausaha demi mendukung pertumbuhan ekonomi dan mengurangi tingkat pengangguran.

Wirausaha memainkan peran penting dalam menggerakkan perekonomian suatu negara. Meskipun Indonesia memiliki populasi yang besar, tingkat kewirausahaan masih bisa dianggap rendah jika dibandingkan dengan jumlah penduduknya. Oleh karena itu, meningkatkan kesadaran, memberikan pendidikan kewirausahaan yang baik, dan menciptakan lingkungan yang mendukung untuk pengembangan bisnis bisa menjadi langkah-langkah penting dalam meningkatkan jumlah wirausaha di Indonesia (Daniel, 2021). Dengan begitu, Indonesia dapat mengoptimalkan potensi ekonominya, mengurangi pengangguran, dan meningkatkan daya saing di kancah internasional.

Tangerang Raya, sebagai salah satu kawasan strategis di sebelah barat Jakarta, juga menghadapi tantangan serupa dalam konteks kewirausahaan dan demografi. Dengan luas sekitar 1.500 km<sup>2</sup> dan dihuni oleh lebih dari 5 juta penduduk, Tangerang Raya terbagi menjadi tiga daerah otonom: Kabupaten Tangerang, Kota Tangerang, dan Kota Tangerang Selatan. Sama halnya dengan wilayah Indonesia lainnya, Tangerang Raya menghadapi permasalahan yang serupa yakni penduduk usia produktif (15-64 tahun) yang akan lebih besar

dibanding usia nonproduktif (65 tahun ke atas). Kondisi ini menekankan pentingnya upaya peningkatan kewirausahaan di kawasan ini untuk memanfaatkan bonus demografi, menciptakan lapangan kerja, dan mendorong pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan.

**Tabel 1. 1 Jumlah Penduduk menurut Kelompok Umur dan Jenis Kelamin di Kota Tangerang Tahun 2022**

Kelompok Umur	Jenis Kelamin		
	Laki-laki	Perempuan	Jumlah
	2022	2022	2022
0-4	84391	80930	165321
5-9	80518	76579	157097
10-14	77504	73712	151216
15-19	73923	69475	143398
20-24	73555	72436	145991
25-29	79596	79750	159346
30-34	81973	80555	162528
35-39	86522	84014	170536
40-44	81294	79271	160565
45-49	70663	69701	140364
50-54	57896	57655	115551
55-59	46822	48460	95282
60-64	35463	35607	71070
65-69	25941	24697	50638
70+	19648	22005	41653
Total	975709	954847	1930556

Sumber : BPS, 2022

Berdasarkan tabel 1.1 diatas, Berdasarkan data penduduk Kota Tangerang tahun 2022, jumlah penduduk usia produktif (15-64 tahun) mencapai 1.487.245 orang, yang terdiri dari 736.751 laki-laki dan 750.494 perempuan. Sementara itu, jumlah penduduk usia non-produktif (0-14 tahun dan 65+ tahun) adalah 443.311 orang, dengan 169.563 laki-laki dan 273.748 perempuan. Rasio penduduk usia produktif terhadap usia non-produktif adalah sekitar 3,35:1, menunjukkan bahwa setiap orang usia non-produktif didukung oleh lebih dari 3 orang usia produktif. Ini mencerminkan potensi tenaga kerja yang kuat di Kota Tangerang serta tantangan dalam mendukung populasi usia non-produktif yang lebih kecil.

Dengan demikian, perhatian pada kesejahteraan dan penyediaan layanan bagi kelompok usia non-produktif tetap penting di tengah potensi demografis yang menguntungkan ini.

**Tabel 1. 2 Jumlah Penduduk menurut Kelompok Umur dan Jenis Kelamin di Kota Tangerang Selatan Tahun 2022**

Kelompok Umur	Jenis Kelamin		
	Laki-Laki	Perempuan	Jumlah
0-4	52,253	49,926	102,179
5-9	56,390	53,904	110,294
10-14	56,740	53,238	109,978
15-19	53,654	50,724	104,378
20-24	53,072	52,344	105,416
25-29	54,044	54,660	108,704
30-34	53,744	56,102	109,846
35-39	56,967	58,178	115,145
40-44	55,033	55,733	110,766
45-49	51,389	53,024	104,413
50-54	44,555	45,081	89,636
55-59	37,091	39,161	76,252
60-64	27,658	28,593	56,251
65-69	20,444	19,972	40,416
70-74	9,815	9,644	19,459
75+	6,648	8,685	15,333

Sumber : BPS, 2022

Berdasarkan data penduduk Kota Tangerang Selatan tahun 2022, jumlah penduduk usia produktif (15-64 tahun) mencapai 771.225 orang, yang terdiri dari 377.392 laki-laki dan 393.833 perempuan. Sementara itu, jumlah penduduk usia non-produktif (0-14 tahun dan 65+ tahun) adalah 231.417 orang, dengan 116.031 laki-laki dan 115.386 perempuan. Rasio penduduk usia produktif terhadap usia non-produktif adalah sekitar 3,33:1, menunjukkan bahwa setiap orang usia non-produktif didukung oleh lebih dari tiga orang usia produktif. Ini menunjukkan potensi tenaga kerja yang besar di Kota Tangerang Selatan, yang bisa menjadi faktor penting dalam pertumbuhan ekonomi daerah tersebut. Namun, perhatian khusus perlu diberikan pada penyediaan layanan dan dukungan bagi penduduk usia non-produktif untuk memastikan kesejahteraan mereka.

**Tabel 1. 3 Jumlah Penduduk menurut Kelompok Umur dan Jenis Kelamin di Kab. Tangerang Tahun 2022**

<b>Kelompok Usia</b>	<b>Laki-Laki</b>	<b>Perempuan</b>	<b>Jumlah</b>
(1)	(2)	(3)	(4)
0-4 Tahun	100.728	92.617	193.345
5-9 Tahun	158.742	147.235	305.977
10-14 Tahun	154.566	143.979	298.545
15-19 Tahun	122.934	118.240	241.174
20-24 Tahun	140.892	137.524	278.416
25-29 Tahun	142.274	138.572	280.846
30-34 Tahun	150.293	145.058	295.351
35-39 Tahun	140.297	133.889	274.186
40-44 Tahun	136.098	139.019	275.117
45-49 Tahun	117.731	126.040	243.771
50-54 Tahun	107.555	102.122	209.677
55-59 Tahun	76.626	70.880	147.506
60-64 Tahun	51.806	47.761	99.567
65-69 Tahun	32.086	28.940	61.026
70-74 Tahun	18.323	16.945	35.268
>75 Tahun	15.288	18.261	33.549
<b>Total</b>	<b>1.666.239</b>	<b>1.607.082</b>	<b>3.273.321</b>

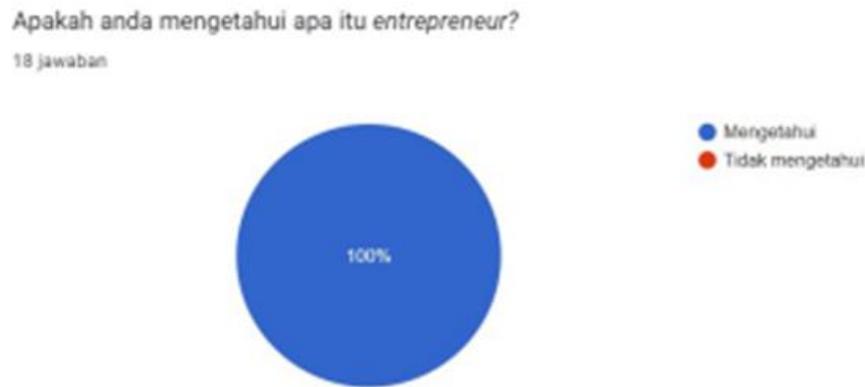
Sumber : DKB Semester II Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kabupaten Tangerang Tahun 2022

Sumber : Dinas kependudukan, 2022

Berdasarkan data penduduk Kabupaten Tangerang tahun 2022, jumlah penduduk usia produktif (15-64 tahun) mencapai 2.269.635 orang, yang terdiri dari 1.108.414 laki-laki dan 1.161.221 perempuan. Sementara itu, jumlah penduduk usia non-produktif (0-14 tahun dan 65+ tahun) adalah 1.003.686 orang, dengan 557.825 laki-laki dan 445.861 perempuan. Rasio penduduk usia produktif terhadap usia non-produktif adalah sekitar 2,26:1, menunjukkan bahwa setiap orang usia non-produktif didukung oleh lebih dari dua orang usia produktif. Rasio ini mencerminkan kapasitas tenaga kerja yang cukup besar di Kabupaten Tangerang, yang dapat mendorong pertumbuhan ekonomi dan pembangunan daerah.

Kondisi ini menekankan pentingnya peningkatan kewirausahaan untuk memanfaatkan bonus demografi, menciptakan lapangan kerja, dan mendorong pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan. Untuk memahami lebih dalam tentang

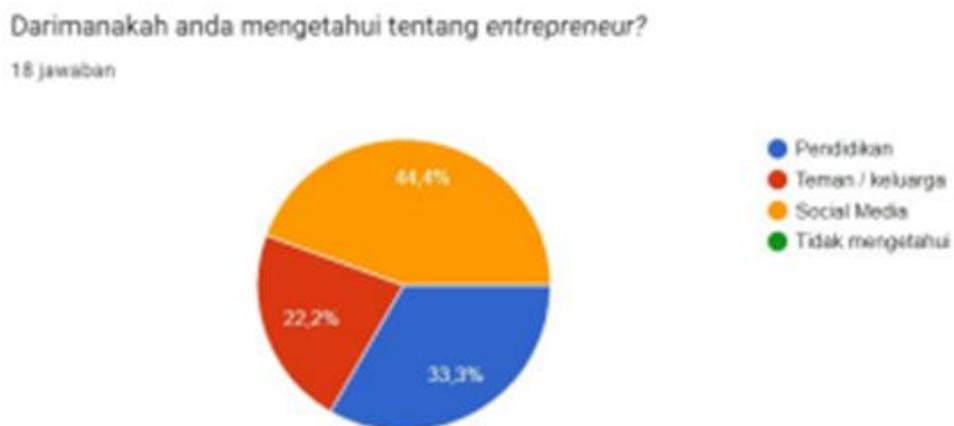
kesiapan dan pengetahuan umum masyarakat dalam konteks kewirausahaan, peneliti melakukan mini survei yang hasilnya akan dijelaskan berikut ini.



**Gambar 1. 3 Jawaban Responden Mengenai Apa itu Entrepreneur**

Sumber: Hasil Olah Data Peneliti (2024)

Berdasarkan hasil mini survey pada pertanyaan “Apakah anda mengetahui tentang *entrepreneur*?” menunjukkan hasil 100 persen menjawab “Mengetahui”. Maka dapat disimpulkan bahwa responden mengetahui informasi mengenai *entrepreneurship*.



**Gambar 1. 4 Jawaban Responden Mengenai Mengetahui Entrepreneur**

Sumber: Hasil Olah Data Peneliti (2024)

Berdasarkan hasil mini survey pada pertanyaan “Dari Manakah anda mengetahui tentang *entrepreneur*?” menunjukkan hasil 44.4 persen menjawab

“Sosial Media”, 33.3 persen menjawab “pendidikan” dan “Berminat” serta 22.2 persen menjawab “Teman atau Keluarga”. Maka dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden mengetahui informasi mengenai *entrepreneur* berasal dari sosial media.



**Gambar 1. 5 Jawaban Responden Mengenai Seberapa Besar Minat Untuk Memulai Bisnis Sendiri**

Sumber: Hasil Olah Data Peneliti (2024)

Berdasarkan hasil mini survey pada pertanyaan “Seberapa Besar Untuk Memulai Bisnis Sendiri?” menunjukkan hasil 56.6 persen menjawab “Tidak Berminat”, 16.7 persen menjawab “Sangat Tidak Berminat” dan “Berminat” serta 11.1 persen menjawab “Sangat Berminat”. Maka dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden tidak memiliki minat untuk berwirausaha dimasa depan.

Dari jawaban kuesioner di atas menunjukkan bahwa generasi Z kurang berminat untuk berwirausaha. Perbandingan antara sampel yang berminat dan tidak berminat cukup jauh. Hal ini menunjukkan intensi generasi Z untuk berwirausaha masih rendah dan perlu ditingkatkan, khususnya pada area Tangerang Raya yang merupakan lokasi sampel penelitian ini. Padahal, wirausaha dapat menjadi alternatif untuk mengatasi pengangguran. Karena dengan menjadi wirausaha akan membuka lebih banyak lapangan pekerjaan, baik untuk diri

sendiri ataupun orang lain. Ketika intensi wirausaha saat ini tinggi, kemungkinan besar jumlah wirausaha di masa yang akan datang akan meningkat.

Intensi berwirausaha adalah kecenderungan atau keinginan yang dimiliki oleh seseorang untuk terlibat dalam kegiatan kewirausahaan. Ini mencakup kemauan dan niat individu untuk memulai, mengembangkan, dan menjalankan usaha bisnis. Intensi berwirausaha sering kali dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk faktor internal seperti minat, keterampilan, dan nilai-nilai pribadi, serta faktor eksternal seperti kondisi ekonomi, budaya, dan dukungan dari lingkungan sekitar (Daniel, 2021).

Intensitas berwirausaha adalah faktor kunci dalam mendorong pertumbuhan wirausaha. Ini melibatkan keberanian dan kemauan untuk mengambil risiko dalam mengeksplorasi peluang-peluang yang ada untuk menciptakan bisnis baru. Individu yang memiliki intensitas wirausaha tinggi cenderung memiliki sifat-sifat seperti kreativitas, inovasi, ketekunan, dan kemauan untuk belajar dari kegagalan. Mereka melihat tantangan sebagai peluang dan bersedia berjuang untuk mewujudkan visi mereka. Dengan adanya intensitas berwirausaha yang tinggi dalam suatu masyarakat, dapat diciptakan lingkungan yang kondusif bagi pertumbuhan ekonomi dan inovasi. (Manurung, 2020)

Faktor-faktor yang mempengaruhi intensi berwirausaha pada individu adanya alasan yang bermacam-macam. Faktor tersebut antara lain, *attitudes toward behavior*, *subjective norm*, dan *perceived behavioral control* (Manurung, 2020) kepribadian (Daniel, 2021), kreativitas (Kardila, 2022), kepemimpinan (Bramaputri, 2023), *self-efficacy* (Kuswadi, 2023). Dalam penelitian ini, faktor yang menjadi *independent variable* adalah *subjective norm*, *perceived behavioral control*, *self efficacy* dan *entreprenurship education* sebagai *dependent variable*. Hal ini berdasarkan pada saran penelitian Felya agar menggunakan model lengkap dari teori *planned behavior* dalam mengukur intensi berwirausaha (Felya, 2020).

Hal ini menunjukkan bahwa keyakinan individu terhadap kemampuan mereka dalam menghadapi tantangan bisnis dapat memengaruhi sejauh mana mereka cenderung untuk terlibat dalam aktivitas wirausaha. Selanjutnya, penelitian lebih lanjut mungkin diperlukan untuk menjelaskan mengapa ada

perbedaan dalam pengaruh *self efficacy* terhadap intensi berwirausaha. Faktor-faktor kontekstual seperti budaya, lingkungan sosial, dan pengalaman pribadi mungkin memainkan peran dalam memoderasi hubungan antara *self efficacy* dan intensi berwirausaha pada generasi Z (Bandura, 2019)

Gen Z memiliki karakteristik yang unik, termasuk keterampilan digital yang kuat, semangat kewirausahaan, dan keinginan untuk menciptakan dampak positif dalam masyarakat. Oleh karena itu, penelitian ini bisa membantu dalam memahami faktor-faktor yang memengaruhi intensi berwirausaha pada generasi ini, serta bagaimana kita dapat memperkuat motivasi dan kesiapan mereka untuk memasuki dunia kewirausahaan (Septiana, 2019).

Dengan pemahaman yang lebih baik tentang intensi berwirausaha pada Gen Z, kita dapat mengembangkan program-program pendidikan dan pelatihan yang relevan, menciptakan lingkungan yang mendukung pertumbuhan bisnis mereka, dan menyediakan sumberdaya yang diperlukan untuk membantu mereka meraih kesuksesan dalam berwirausaha.

Dalam (Septiana, 2019), menyebutkan mengenai pentingnya intensi berwirausaha dalam memulai usaha baru, yang sepenuhnya benar. Intensi berwirausaha adalah kecenderungan atau keinginan seseorang untuk terlibat dalam aktivitas kewirausahaan, seperti memulai bisnis baru. Penelitian telah menunjukkan bahwa intensi berwirausaha merupakan prediktor penting dari perilaku berwirausaha aktual, seperti memulai dan mengembangkan bisnis.

Faktanya, dalam beberapa dekade terakhir, kewirausahaan telah menjadi semakin penting karena berbagai alasan. Pertama, persaingan global yang semakin ketat mendorong individu untuk menemukan cara baru untuk bersaing dan berinovasi. Kewirausahaan memberikan wadah bagi orang-orang untuk mengekspresikan ide-ide kreatif mereka dan mengubahnya menjadi produk atau layanan yang bernilai. (Septiana, 2019).

Menurut Teori Perilaku Terencana (TPB), sikap pribadi merupakan salah satu faktor penting dalam membentuk intensi seseorang untuk melakukan suatu perilaku. TPB menyatakan bahwa sikap individu, norma subjektif (persepsi individu tentang norma-norma sosial yang relevan), dan kendali perilaku yang

dirasakan (keyakinan individu tentang kemampuannya untuk melakukan perilaku tersebut) mempengaruhi intensi seseorang untuk melakukan suatu perilaku. (Calicchio, 2023).

Dalam konteks berwirausaha, sikap pribadi yang positif terhadap wirausaha, seperti memiliki keberanian untuk mengambil risiko, memiliki motivasi intrinsik yang kuat, dan memiliki keyakinan akan kemampuan diri sendiri untuk berhasil dalam bisnis, dapat meningkatkan intensi seseorang untuk menjadi wirausahawan. Ketika seseorang memiliki sikap yang positif terhadap wirausaha, mereka cenderung lebih mungkin untuk memiliki niat atau intensi untuk memulai usaha sendiri. Jadi, dapat disimpulkan bahwa sikap pribadi yang positif terhadap wirausaha berkontribusi secara signifikan dalam membentuk intensi berwirausaha seseorang, yang pada gilirannya mempengaruhi kemungkinan mereka untuk benar-benar memulai dan menjalankan usaha bisnis. (Calicchio, 2023).

Dalam budaya kolektivistik, nilai-nilai seperti kesesuaian sosial dan persetujuan dari orang lain memiliki dampak yang signifikan terhadap individu (Loria, 2020) . Jadi, ketika seseorang merasa bahwa keputusan mereka untuk menjadi seorang pengusaha akan disetujui oleh orang-orang yang mereka anggap sebagai "orang referensi", hal itu dapat mempengaruhi sikap dan intensi mereka terhadap berwirausaha. *Perceived behavioral control* mengacu pada persepsi individu terhadap kemampuannya untuk mengontrol perilaku tertentu (Hansfel, 2020). Dalam hal ini, kemampuan individu untuk mengontrol perilaku kewirausahaan mereka dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti keyakinan diri, pengetahuan, keterampilan, dan dukungan yang mereka rasakan dari lingkungan sekitar. Dengan demikian, dalam konteks budaya kolektivistik, faktor-faktor seperti tekanan sosial dan *perceived behavioral control* memainkan peran penting dalam membentuk intensi dan perilaku berwirausaha individu. (Sherli, 2023).

Berdasarkan latar belakang di atas, maka peneliti memiliki ketertarikan dalam melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh *Subjective Norm*, *Perceived Behavioural Control*, *Self Efficacy* dan *Entrepreneurship Education* Terhadap

*Entrepreneurship Intention* Pada Generasi Z di Tangerang”. Hal ini karena Generasi Z yang saat ini dan beberapa tahun kedepan merupakan generasi yang mendominasi angkatan kerja. Di mana angkatan kerja semakin meningkat yang jika tidak diiringi dengan ketersediaan tenaga kerja akan menyebabkan pengangguran yang tinggi, sehingga membutuhkan peningkatan wirausaha sebagai salah satu solusi untuk mengatasi pengangguran. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk meneliti faktor-faktor yang mempengaruhi *Entrepreneurship Intention* yang diharapkan penelitian ini dapat berkontribusi sebagai acuan untuk mendorong peningkatan *Entrepreneurship Intention* generasi Z, khususnya di Tangerang. Dipilihnya area Tangerang karena memiliki kedekatan demografi dengan peneliti. Selain itu, Tangerang memiliki pertumbuhan bisnis yang baik dengan lokasi yang strategis, sehingga sangat cocok untuk mendorong wirausaha dan meneliti faktor-faktor yang mempengaruhi *Entrepreneurship Intention* di daerah ini.

## **1.2 Rumusan Masalah dan Pertanyaan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dijelaskan diatas, maka Fokus Penelitian adalah dari fenomena yang telah dijelaskan di atas disertai dengan preliminary test menunjukkan bahwa minat generasi Z untuk berwirausaha masih rendah.

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Setelah mengetahui penjelasan dari perumusan masalah tersebut, maka berikut adalah tujuan dari penelitian yang hendak penulis capai:

1. Menganalisa dan memahami *Subjective norm* terhadap *entrepreneurial intention* Gen Z di wilayah Tangerang.
2. Menganalisa dan memahami *Perceived behavioral control* terhadap *entrepreneurial intention* Gen Z di wilayah Tangerang.
3. Menganalisa dan memahami *self-efficacy* terhadap *entrepreneurial intention* Gen Z di wilayah Tangerang.

4. Menganalisa dan memahami *entrepreneurial education* terhadap *entrepreneurial intention* Gen Z di wilayah Tangerang.

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

Penulis harap dari penelitian ini, dapat memberikan dampak positif untuk para pembaca dan juga penulis lainnya. Adapun harapan penulis berkenaan dengan penelitian ini:

##### **1.4.1 Kegunaan Akademis**

Penulis berharap bahwa pengkajian ini bisa memberikan kontribusi yang bermanfaat dan panduan untuk pengelolaan bisnis, khususnya dalam domain kewirausahaan yang membahas mengenai keinginan GenZ untuk berwirausaha dan kaitannya dengan *variable Subjective Norm, Perceived Behavioural Control, Self Efficacy* dan *Entrepreneurship Education* Terhadap *Entrepreneurship Intention* Pada Generasi Z di Tangerang.

##### **1.4.2 Kegunaan Praktis**

- a. Melalui penelitian ini, penulis berharap bahwa penelitian ini dapat menjadi sumber informasi yang bermanfaat bagi pembaca, khususnya Generasi Z di kalangan mahasiswa, dalam membentuk usaha atau berwirausaha.
- b. Melalui penelitian ini, penulis berharap agar kampus dapat menyediakan kurikulum akademik yang terintegrasi dengan kewirausahaan, serta fasilitas seperti inkubator bisnis dan akselerator start-up untuk memberikan mentoring kepada mahasiswa dalam bidang kewirausahaan. Selain itu, diharapkan kampus juga dapat menyediakan program pendanaan dan beasiswa untuk pengembangan ide bisnis mahasiswa

#### **1.5 Batasan Penelitian**

Penulis sadar bahwa pada penelitian ini, ada pembatasan yang diterapkan penulis untuk mempersempit ruang lingkup agar sesuai dengan variabel penelitian yang diperlukan. Hal ini bertujuan agar capaian dari penelitian

dapat lebih terarah dan terfokus pada kendala yang menjadi fokus utama penelitian ini. Berikut adalah batasan yang diimplementasikan oleh peneliti:

1. Subjek yang akan diteliti oleh penulis dalam penelitian ini adalah Generasi Z atau individu yang berusia 15-24 tahun dan bertempat tinggal di wilayah Tangerang
2. Subjek penelitian adalah individu yang belum pernah melakukan atau memulai bisnis.
3. Penelitian ini hanya berfokus pada variabel *Subjective Norm*, *Perceived Behavioural Control*, *Self Efficacy* dan *Entrepreneurship Education* Terhadap *Entrepreneurship Intention* Pada Generasi Z di Tangerang.
4. Dalam proses pengumpulan data untuk kuesioner menggunakan *Google Form* dan disebar secara daring.

## **1.6 Sistematika Penulisan**

Sistematis susunan terbagi menjadi lima bab pada skripsi ini berjudul "Pengaruh *Subjective Norm*, *Perceived Behavioural Control*, *Self Efficacy* dan *Entrepreneurship Education* Terhadap *Entrepreneurship Intention* Pada Generasi Z di Tangerang " sesuai dengan ini:

### **BAB I: PENDAHULUAN**

Bab pendahuluan memaparkan informasi dari konteks dan peristiwa yang mendorong penulis untuk melanjutkan penelitian serta merumuskan permasalahan penelitian. Selain itu, bagian ini membicarakan tujuan yang ada pada penelitian, batasan yang ada, serta struktur dari penulisan.

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

Bab dasar teoretis memaparkan banyak teori serta penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan kendala atau masalah yang telah dirumuskan oleh penulis. Teori yang digunakan meliputi *Subjective Norm*, *Perceived Behavioural Control*, *Self Efficacy* dan *Entrepreneurship Education* Terhadap *Entrepreneurship Intention* Pada Generasi Z di Tangerang.

### **BAB III: METODOLOGI PENELITIAN**

Pada metodologi penelitian ini memberikan penjelasan umum mengenai objek serta metode penelitian, uji variabel, teknik dalam mengumpulkan data, teknik dalam mengambil *sample*, dan teknik dalam menganalisis data.

#### **BAB IV: ANALISIS DAN PEMBAHASAN**

Bab analisis dan pembahasan membahas hasil dari analisis data penelitian yang mendasar pada variabel dan indikator yang sudah dijelaskan sebelumnya.

#### **BAB V: KESIMPULAN DAN SARAN**

Bab rangkuman dan usulan berisi rangkuman hasil dari penulis melakukan penelitian serta memberikan rekomendasi atau panduan bagi GenZ, peneliti berikutnya, serta pembaca.

