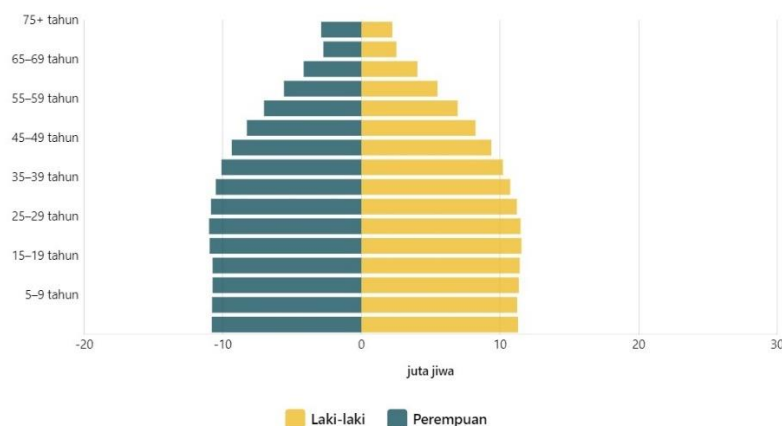


BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Indonesia menduduki salah satu negara dengan populasi penduduk terbanyak dunia di peringkat keempat sebesar 277,7 juta jiwa pada pertengahan tahun 2023 (Katadata, 2023). Jumlah penduduk tersebut mengalami kenaikan sebesar 1,05% dibandingkan pada tahun 2022 dalam jangka periode yang sama dan diperkirakan akan terus bertambah di setiap tahunnya (Katadata, 2023). Berdasarkan data yang dipublikasikan oleh Badan Pusat Statistik (BPS) dan diolah oleh (Katadata, 2023) pada gambar di bawah ini, proyeksi populasi Indonesia mencapai 275,77 juta jiwa pada tahun 2022. Dari jumlah tersebut, sekitar 190,98 juta jiwa atau setara dengan 69,25% di klasifikasikan sebagai usia produktif, yang berkisar antara 15 hingga 64 tahun. Sementara itu, sekitar 84,8 juta jiwa atau setara dengan 30,75% termasuk dalam kelompok usia yang tidak produktif yang berkisar antara 0-14 tahun (Katadata, 2022). Data tersebut menunjukkan adanya kesempatan yang besar dalam meningkatkan perkembangan ekonomi di Indonesia dengan memanfaatkan produktivitas serta kemampuan masyarakat dengan usia produktif.



Sumber:
Badan Pusat Statistik (BPS)

Informasi Lain:

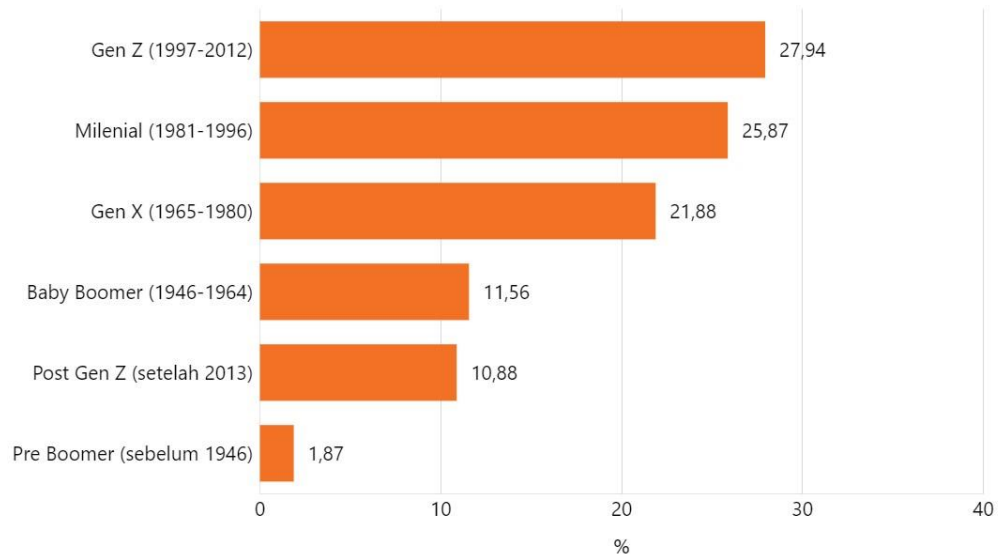
Gambar 1. 1 Jumlah Penduduk Indonesia Berdasarkan Kelompok Usia dan Jenis Kelamin

Sumber : Databoks (2022)

Indonesia akan mengalami Peristiwa Bonus Demografi atau yang sering disebut sebagai Ledakan Penduduk puncaknya di tahun 2020-2035. Dalam hal ini Bonus Demografi menggambarkan situasi di mana kelompok penduduk yang mampu berkontribusi secara ekonomi dan sosial, yaitu usia produktif, memiliki jumlah yang signifikan lebih banyak dibandingkan dengan kelompok penduduk yang tidak lagi aktif secara produktif (Achmad Nur Sutikno 2020).

Populasi dapat dikelompokkan ke dalam beberapa generasi, seperti Generasi Pre-Baby Boomer atau Tradisionalis, Baby Boomer, Generasi X, Generasi Y atau Millennial, Generasi Z, dan Generasi Post-Z atau Generasi Alpha. Istilah-istilah generasi ini digunakan untuk mengklasifikasikan orang yang lahir dalam rentang tahun yang berdekatan berdasarkan kondisi lingkungan yang sama. Selain itu, pengelompokan generasi ini juga dapat mengklasifikasikan kemampuan mereka dalam memanfaatkan dan memperoleh teknologi dan informasi. Oleh karena itu, akan jauh lebih mudah memahami seperti apa perkembangan manusia dari dulu hingga sekarang, serta memahami perilaku setiap generasi dalam memanfaatkan dan memperoleh teknologi dan informasi. Berdasarkan data dari Databoks di bawah ini, menyatakan bahwa populasi penduduk di Indonesia 2020 terdiri dari generasi Pre Boomer, Baby Boomer, Gen X, Millennial, Pre Boomer dimana populasi terbanyak didominasi oleh Gen Z dengan presentase 27,94% yang merupakan usia produktif dengan kisaran usia 15-64 tahun dan Generasi Z termasuk didalamnya yaitu dengan usia 19-24 tahun.

Persentase Penduduk Indonesia Menurut Generasi, 2020



Sumber:
Badan Pusat Statistik (BPS)

Informasi Lain:

Gambar 1. 2 Jumlah Presentase Penduduk Indonesia Menurut Generasi

Sumber : Databoks (2020)

Berdasarkan data dari Databoks di atas, menyatakan bahwa populasi penduduk di Indonesia 2020 terdiri dari generasi Pre Boomer, Baby Boomer, Gen X, Millennial, Pre Boomer dimana populasi terbanyak didominasi oleh Gen Z dengan presentase 27,94% yang merupakan usia produktif dengan kisaran usia 15-64 tahun dan Generasi Z termasuk didalam nya yaitu dengan usia 19-24 tahun.

Peningkatan teknologi informasi dan internet saat ini melahirkan Generasi Baby Boomer yaitu generasi yang pertama kali menyaksikan kelahirannya sebuah teknologi baru, yaitu telepon dan televisi. Generasi ini disebut juga sebagai generasi “digital immigrants”, hal ini dikarenakan kehadiran teknologi baru yang mana teknologi ini memberikan “bahasa” tambahan di dalam kamus Baby Boomers dan generasi tersebut harus mempelajari hal tersebut untuk berkomunikasi dengan “Digital Natives” (Prensky, 2011) dalam (Lase dan Daeli 2020).

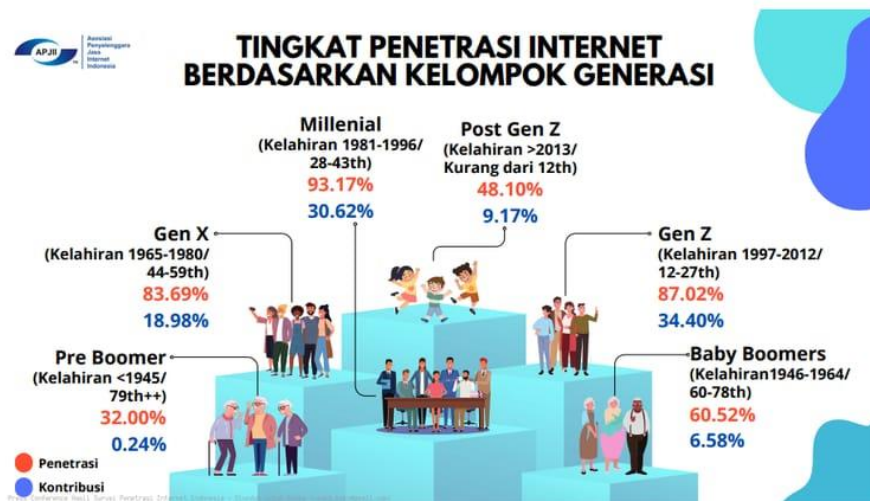
Selanjutnya ada juga Generasi X yang lahir dari tahun 1966 – 1976 memiliki struktur kepentingan yang tidak beda jauh dari Baby Boomers, hal ini dikarenakan adanya kemungkinan bahwa Generasi X melihat generasi sebelumnya, dengan mereka mengikuti segala aturan-aturan perusahaan yang ada akan membantu mereka meningkatkan karier mereka (Gursoy et al., 2008). Gen X lebih memilih dimana mereka mendapatkan kenyamanan di segala aspek kehidupan mereka, terutama keseimbangan kerja-hidup. Keseimbangan kerja-hidup yang dimaksud adalah keseimbangan dimana Gen X masih bisa fleksibel antara keluarga, kehidupan, dan pekerjaan (Gursoy et al., 2008) dalam (Lase dan Daeli 2020)

Lalu pada tahun 1980 hingga tahun 2000 lahirlah Generasi Y yang dikenal sebagai generasi millennial (Howe & Strauss, 2000). Gen Y ini adalah salah satu generasi “Digital Natives” dikarenakan mereka adalah generasi yang hidup pada saat teknologi jauh lebih pesat dibandingkan Gen X dan Baby Boomers. Gen Y ini hidup di periode yang memiliki tingkat akses terhadap informasi jauh lebih besar berkat lahirnya Internet dan evolusi teknologi yang lebih maju, seperti munculnya Personal Computer atau PC (Prensky, 2001) dalam (Lase dan Daeli 2020)

Generasi Z timbul setelah dan tidak berbeda jauh dengan Gen Y dikarenakan mereka hidup di dimensi teknologi yang cukup sama, namun Gen Z memiliki lebih sedikit keunggulan dari segi teknologi. Berkat evolusi internet yang semakin pesat, Gen Z dapat beradaptasi dengan mudah dalam setiap kondisi, hal ini memudahkan mereka bila suatu perubahan terjadi, mereka akan menggunakan internet sebagai sumber mencari solusi informasi bagaimana cara mereka akan mengatasi setiap permasalahan yang mereka hadapi (Tari, 2011) dalam (Lase dan Daeli 2020)

Klasifikasi Generasi ini juga mencerminkan bagaimana generasi tersebut menikmati dan mendapatkan keuntungan dari adanya perkembangan teknologi dan informasi. Berdasarkan data yang dipublikasikan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) di bawah ini, dapat diinterpretasikan bahwa Gen Z mendominasi tingkat kontribusi melebihi generasi Millennial dan kedua terbesar dalam penetrasi internet, yang berarti Gen Z memiliki daya yang cukup signifikan

untuk menangkap bagaimana generasi ini dapat mengenal internet dan inovasi teknologi yang canggih.



Gambar 1. 2 Tingkat Penetrasi Internet Berdasarkan Kelompok Generasi

Sumber : Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (2024)

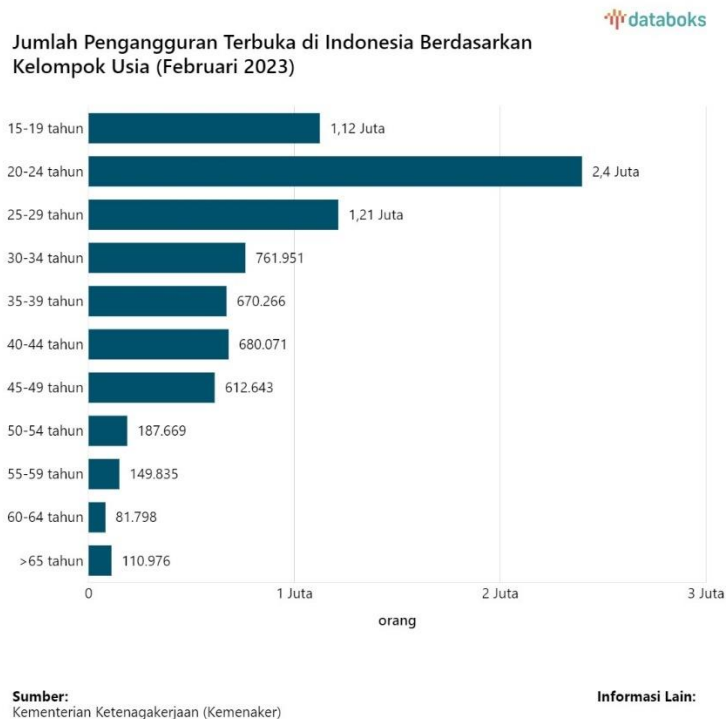
Gen Z merupakan kategori generasi yang berumur 12 hingga 27 tahun, yang berarti Gen Z ini masih bisa mencakup banyak informasi mengenai internet dan teknologi serta memiliki semangat dan rasa penasaran yang dapat dijadikan faktor pendorong minat berwirausaha. Gen Z dapat mendapatkan informasi terkait kewirausahaan dengan mudah dari perkembangan internet saat ini dibanding dengan generasi lainnya. Dengan tingkat penetrasi internet yang tinggi ini, dapat menginterpretasikan bagaimana Gen Z dapat menggunakan hal tersebut untuk memberikan manfaat dalam minat dan menunjang untuk berwirausaha yang menjadi salah satu alternatif untuk membuka peluang ketersediaan tenaga kerja di masa mendatang.

Saat ini, generasi muda di Indonesia diharapkan untuk dapat memberikan inspirasi dalam menciptakan lapangan kerja baru melalui usaha-usaha inspiratif mereka dan menjadi masa depan ekonomi global (Hinduan et al., 2020 dalam M.

Hasan et al. 2021). Generasi Z diharapkan memiliki kompetensi untuk berinovasi, berpikir kritis, berkomunikasi, dan berkolaborasi, yang merupakan keterampilan yang diharapkan dapat membantu generasi Z untuk menciptakan karir mereka sendiri (Magano et al., 2020 dalam M. Hasan et al. 2021). Hal ini didukung dengan pemahaman yang disampaikan oleh (Smirnov et al. 2023) bahwa generasi muda merupakan generasi yang mampu mengurangi tingkat pengangguran yang terjadi ketika peningkatan usia produktif tidak diiringi dengan peningkatan lapangan pekerjaan dengan meningkatkan kemampuan atau minatnya dalam melaksanakan wirausaha.

Pengangguran di Indonesia saat ini telah menjadi masalah utama dan perlu usaha Bersama untuk mengatasinya, pengangguran di Indonesia harus segera diatasi karena sangat mempengaruhi pertumbuhan dan pembangunan ekonomi (Sejati 2020). Pengangguran adalah kondisi dimana seseorang yang sudah berusia kerja namun tidak memiliki pendapatan atau tidak bekerja, pengangguran merupakan penduduk yang tidak bekerja namun sedang mencari atau mempersiapkan suatu usaha baru atau penduduk yang berhenti bekerja karena sudah diterima bekerja namun belum memulai pekerjaannya (Sejati 2020).





Gambar 1. 3 Jumlah Pengangguran Terbuka di Indonesia Berdasarkan Kelompok Usia

Sumber : Databoks (2023)

Dari informasi Databoks diatas menyatakan bahwa umur produktif yang ber usia 15 - 29 tahun memiliki tingkat pengangguran yang cukup tinggi, bila di totalkan mencapai 4,73 juta penduduk. Fenomena ini menunjukkan adanya ketidakseimbangan antara jumlah angkatan kerja yang ada dengan kesempatan kerja yang menipis sehingga menyebabkan peningkatan jumlah pengangguran di Indonesia, hal ini menjadi masalah yang terjadi di Indonesia dengan terdapatnya populasi Gen Z yang mendominasi tetapi angka pengangguran tertinggi juga didominasi oleh Gen Z. Permasalahan yang muncul akibat adanya pengangguran di Indonesia tentunya dapat diperbaiki dengan beberapa kegiatan perekonomian seperti kewirausahaan yang mampu dilaksanakan oleh tiap-tiap individu yang menganggur (Idris et al. 2023).

Peningkatan jumlah wirausahawan tentunya diperlukan dalam meningkatkan perekonomian di Indonesia (Schumpeter, dalam Bina Nusantara, 2019). Hal ini berkaitan dengan perkembangan inovasi, menciptakan lapangan pekerjaan, serta kesejahteraan masyarakat. Dalam meningkatkan jumlah wirausahawan di Indonesia, terdapat beberapa faktor yang dapat mempengaruhi peningkatan kemauan individu dalam berwirausaha, salah satunya adalah kemampuan dalam diri individu dalam memanfaatkan sebuah peluang yang ada melalui kreativitas dan inovasi yang dimiliki (Mukrodi et al. 2021).



Gambar 1. 4 Jumlah Wirausaha di Indonesia Berdasarkan Kategori

Sumber : Databoks (2023)

Databoks diatas merupakan pengumpulan kolektif data dari bulan Agustus tahun 2013 hingga Agustus tahun 2023 dan dibagi menjadi 2 kategori, yaitu Wirausaha pemula, yang berarti wirausaha atau bisnis yang masih dijalankan sendiri atau dengan karyawan tak tetap atau tidak biaya (volunteer), dan Wirausaha Mapan yang berarti wirausaha atau bisnis nya sudah memiliki karyawan tetap atau dibayar. Dari

data diatas dapat dilihat bahwa wirausaha pemula semakin tahun semakin meningkat secara keseluruhan, dari 39 juta jiwa hingga ke 52 juta jiwa per Agustus 2023, meskipun masih dalam kategori wirausaha pemula, ini dapat dicerminkan bahwa keinginan dan niat untuk menjadi seorang pebisnis atau wirausaha itu semakin meningkat. Dari perhitungan satu dekade tersebut, dapat dilihat pertumbuhannya yang mencapai 31.8% meningkat sejak awal tahun 2013 hingga Agustus 2023.



Sumber:
Badan Pusat Statistik (BPS)

Informasi Lain:

Gambar 1. 5 Jumlah Pelaku Wirausaha di Indonesia Berdasarkan Kelompok Usia dan Status Usaha

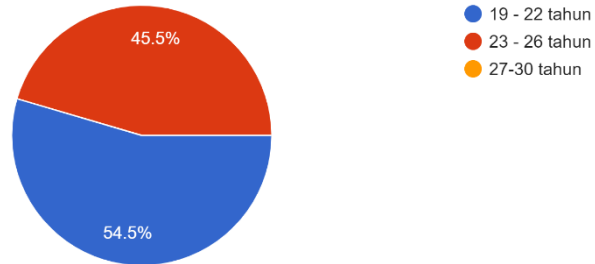
Sumber : Databoks (2023)

Berdasarkan data dari Databoks ini dijabarkan menjadi 3 kelompok berbeda yaitu kelompok Berusaha Sendiri, kelompok Dibantu Buruh Tak Tetap/Tak dibayar, dan kelompok Dibantu Buruh Tetap/di Bayar. Berdasarkan dengan dasar penelitian yang di fokuskan dengan generasi Gen Z, dari ketiga kelompok tersebut, dapat

dilihat pada umur 15-19 tahun dan 20-29 tahun bila di akumulasikan kurang lebih berjumlah 3 juta lebih penduduk. hal ini mencerminkan bahwa nilai kewirausahaan per Agustus 2023 di kedua kategori umur tersebut sudah bermunculan, yang berarti pada kedua kategori umur tersebut, yaitu umur produktif, adanya kesadaran dalam melakukan dan membuka kewirausahaan, dan hal ini memberikan dampak positif terhadap entrepreneur intention yang bisa dijadikan sebagai data konkrit mengenai kesadaran untuk membangun kewirausahaan atau bisnis pada saat umur produktif 15 – 29 tahun. Pandangan Gen Z tentang pilihan kerja mereka yang diharapkan dapat meningkatkan kehidupan mereka yaitu dengan menjadi wirausaha. (Febiana et al. 2023).

Entrepreneurship menjadi suatu fenomena yang berkembang pesat di berbagai negara termasuk Indonesia. Era digital yang semakin berkembang, didorong dengan kemajuan teknologi tentunya menciptakan perubahan sosial yang pesat serta model bisnis yang berevolusi secara signifikan. Gen Z disebut-sebut sebagai generasi yang paling potensial menjadi entrepreneur. Generasi Z lebih gemar berinteraksi dan bersosialisasi melalui platform online. Sejak dini, mereka sudah terpapar teknologi dan terbiasa menggunakan smartphone, menjadikan mereka generasi yang digital native dan inovatif (Adhella, 2021). Generasi Z terbiasa mencari informasi dan solusi secara online, mendorong mereka untuk mengeksplorasi ide-ide baru dan inovatif untuk menjalankan bisnis. Generasi Z terbiasa mencari informasi dan solusi secara online, mendorong mereka untuk mengeksplorasi ide-ide baru dan inovatif untuk mampu menjalankan bisnis. Akan tetapi, pada kenyataannya survei yang dilakukan oleh peneliti menunjukkan bahwa masih sedikit Gen Z yang memiliki minat untuk menjadi wirausaha.

Usia
22 responses

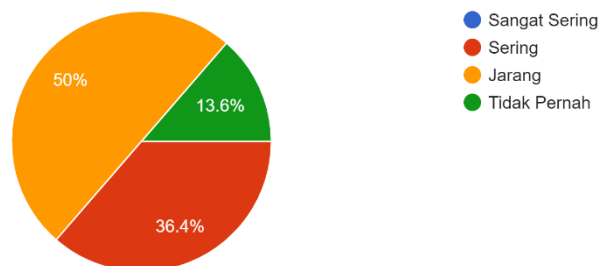


Gambar 1. 6 Klasifikasi Usia Responden

Sumber: Hasil Olah Data Peneliti (2023)

Berdasarkan gambar 1.7 menunjukkan bahwa dari 22 responden sebesar 45,5 % persen atau setara dengan 10 responden berkisaran usia 23-26 tahun dan 54,5 % persen atau setara dengan 12 responden berkisaran usia 19-22 tahun, maka dapat disimpulkan mayoritas dari responden merupakan individu yang berusia 19-22 tahun.

Seberapa sering Anda membaca atau mengikuti informasi tentang wirausaha?
22 responses



Gambar 1. 7 Jawaban Responden Mengenai Seberapa sering Anda membaca atau mengikuti informasi tentang wirausaha

Sumber: Hasil Olah Data Peneliti (2023)

Berdasarkan gambar 1.8 menunjukkan bahwa dari 22 responden sebesar 50 % persen atau 11 responden menjawab “Jarang” dan 36,4 % persen atau setara

dengan 8 responden menjawab “Sering” lalu yang terakhir menunjukkan bahwa sebesar 13,6 % persen atau setara dengan 3 responden menjawab “Tidak Pernah” dengan pertanyaan “ Seberapa sering anda membaca atau mengikuti informasi tentang wirausaha? ” maka dapat disimpulkan bahwa responden mayoritas Jarang membaca atau mengikuti informasi mengenai wirausaha.



Gambar 1. 8 Jawaban Responden Mengenai Apakah Anda tertarik untuk menjadi wirausaha di masa depan

Sumber: Hasil Olah Data Peneliti (2023)

Berdasarkan gambar 1.9 menunjukkan bahwa dari 22 responden sebesar 31,8 % persen atau setara dengan 8 responden menjawab “Yes” dan 68,2 % persen atau setara dengan 15 responden menjawab “No” dengan pertanyaan “ Apakah anda tertarik untuk menjadi wirausaha di masa depan ? ” maka dapat disimpulkan bahwa responden mayoritas tidak tertarik atau tidak memiliki minat untuk menjadi wirausaha di masa depan.

Tabel 1. 1 Jumlah Data Mahasiswa dari Kampus Tujuan Populasi

Kampus	Jumlah Mahasiswa
Universitas Multimedia Nusantara (UMN)	1.512 Mahasiswa
Universitas Bina Nusantara (BINUS)	10.065 Mahasiswa
Universitas Pelita Harapan (UPH)	1.627 Mahasiswa

Sumber: PDDikti dan Data Internal UPH (2023)

Berdasarkan table 1.9 mengenai jumlah data mahasiswa dari kampus tujuan populasi yaitu Universitas Multimedia Nusantara (UMN) Angkatan 2023 dengan jumlah 1.512 mahasiswa, lalu Universitas Bina Nusantara Alam Sutera (BINUS) Angkatan 2023 dengan jumlah 10.065 mahasiswa jurusan management yang berada diseluruh cabang BINUS, lalu Universitas Pelita Harapan (UPH) Angkatan 2023 dengan jumlah 1.627 mahasiswa, yang terakhir merupakan Universitas Prasetiya Mulya Angkatan 2023 dengan jumlah 781 mahasiswa. Ke empat kampus ini akan menjadi tujuan populasi penulis dengan spesifikasi gen z yang berusia 19-23 tahun. Dari jumlah populasi tersebut, dilakukan *stratified random sampling*, sehingga mendapatkan sampel sejumlah 167 mahasiswa dari keempat kampus tersebut.

Entrepreneurial Intention (EI) dapat dipahami sebagai intensitas yang dimiliki oleh seseorang dalam membangun suatu organisasi atau perusahaan untuk menjadi *entrepreneur* (Kong, dalam Ingsih, dkk. 2024). EI berkaitan dengan perilaku seseorang serta keinginannya dalam melakukan perawatan, manajemen serta pengembangan bisnis yang dilakukan. EI menjadi tahapan awal dalam pengembangan diri di lingkup entrepreneurship, serta bersentuhan langsung dengan motivasi, determinasi, serta tujuan dalam diri individu untuk berwirausaha. Ingsih (2019) menambahkan bahwa esensi yang didapatkan oleh seseorang yang mulai berwirausaha adalah keinginan untuk menghadapi risiko, berinovasi, serta mencari peluang di dalam dunia bisnis. EI dianggap semakin kuat apabila seseorang mampu mencoba untuk mengambil keputusan secara langsung melalui perilaku dan melakukan manajemen bisnis.

Tentunya dalam mencapai peluang bisnis yang efektif dan sukses, individu perlu mempertimbangkan beberapa aspek seperti attitudes, subjective norms,

perceived behavioural, educational support, dan compitability. Hal ini dijelaskan melalui salah satu teori yang disampaikan oleh (Wellington dalam Noormalita Primandaru & Bianka Adriyani, n.d.), yaitu theory of planned behavior merupakan salah satu teori yang dianggap mampu mempertimbangkan bagaimana individu mampu memiliki kepercayaan dalam mengontrol segala sesuatu hal sehingga mampu untuk merencanakan hasil, berbagi perilaku terhadap orang lain. Ajzen & Fishbein (1975) menyebutkan terdapat tiga aspek utama yang perlu dimiliki individu melalui EI yaitu *attitudes*, *subjective norms*, dan *perceived behavior*.

Attitudes merupakan pola pikir yang dimiliki oleh seseorang, yang direfleksikan dalam perilaku, serta memiliki penilaian positif yang mampu mendorong penilaian negatif yang menghambat perkembangan individu. Dalam artian bahwa *attitudes* merupakan perilaku individu yang mampu menggerakkan diri untuk berjalan sesuai dengan pola pikir yang juga dipengaruhi oleh kemampuan diri maupun hal-hal yang berasal dari luar diri individu (Muchtamim 2021).

Subjective norm dapat dijelaskan sebagai pengaruh sosial yang diterima oleh individu dari keluarga, teman, kerabat, atau figur penting dalam hidup mereka. Pengaruh ini dapat berupa ekspektasi, dukungan, atau bahkan ketidaksetujuan terhadap pelaksanaan perilaku kewirausahaan. Norma subjektif menciptakan tekanan sosial yang memengaruhi keputusan individu apakah akan mengadopsi atau menolak perilaku kewirausahaan di masa depan (Farooq dkk., 2018 dalam Thuy et al. 2022).

Perceived Behavioiral, sebagaimana dijelaskan oleh Wach dan Wojciechowski (2016), mengacu pada pandangan individu terhadap tingkat kemudahan atau kesulitan pelaksanaan suatu tindakan. Penilaian ini tercermin dari pengalaman masa lalu yang memengaruhi persepsi terhadap kesiapan atau hambatan yang mungkin dihadapi dalam konteks masa depan (Thuy et al. 2022). Ketika individu percaya bahwa mereka memiliki kendali yang cukup atas tindakan mereka dalam lingkungan bisnis, minat untuk memasuki dunia wirausaha cenderung meningkat.

Educational support menjadi salah satu faktor yang mampu meningkatkan penyesuaian dalam berwirausaha. Hal ini berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan akan pengetahuan, informasi penting, pelatihan, seminar, maupun hal-hal yang berkaitan dengan pemahaman mengenai *entrepreneur*. Aspek ini menjadi salah satu aspek yang penting dalam meningkatkan kemampuan individu yang ingin berwirausaha dengan pengembangan kapabilitas melalui aktivitas yang meningkatkan kesempatan dalam berwirausaha (Bataraoa et al. 2020).

Compatibility dimana kompatibilitas sebagai ukuran sejauh mana suatu inovasi sesuai dengan kepribadian pengadopsi. Menurutnya, semakin konsisten suatu inovasi dengan karakteristik individu yang akan mengadopsinya, semakin tinggi kemungkinan adopsi inovasi tersebut (Rogers, 2003 dalam Ezeh, Nkamnebe, dan Omodafe 2020).

1.2 Rumusan Masalah dan Pertanyaan Penelitian

Dari kuisisioner yang disebarakan kepada 22 responden di kalangan Gen Z, menghasilkan presentase sebesar 31,8 % atau setara dengan 8 orang memiliki minat untuk menjadi *entrepreneur*, sedangkan sebanyak 68,2 % tidak memiliki minat untuk menjadi *entrepreneur*. Sehingga dapat disimpulkan bahwa minat Gen Z di kalangan mahasiswa menjadi *entrepreneur* dapat dikatakan sedikit atau rendah.

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka berikut adalah beberapa tujuan dari penelitian ini, yaitu:

1. Untuk menganalisis pengaruh *Attitude* terhadap *entrepreneurial intention* pada generasi Z di wilayah Tangerang
2. Untuk menganalisis pengaruh *Subjective norm* terhadap *entrepreneurial intention* pada generasi Z di wilayah Tangerang
3. Untuk menganalisis pengaruh *Perceived Behavioral* terhadap *entrepreneurial intention* pada generasi Z di wilayah Tangerang.
4. Untuk menganalisis pengaruh *Compatibility* terhadap *entrepreneurial intention* pada generasi Z di wilayah Tangerang

5. Untuk menganalisis pengaruh *Educational Support* terhadap *entrepreneurial intention* pada generasi Z di wilayah Tangerang

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan penyusunan penelitian ini, maka berikut adalah manfaat penelitian yang diharapkan oleh penulis:

1.4.2 Manfaat Praktis

- a. Mahasiswa, melalui penelitian ini, maka penulis berharap agar penelitian ini mampu menjadi sumber informasi dan memberikan manfaat kepada pembaca terutama kepada Gen Z pada kalangan mahasiswa dalam membentuk usaha atau kewirausahaan.
- b. Kampus, melalui penelitian ini, maka penulis berharap kampus dapat menyediakan kurikulum akademik terintegrasi kewirausahaan, inkubator bisnis dan akselator start-up untuk memberikan mentoring kewirausahaan, dan menyediakan program pendaan dan beasiswa untuk pengembangan ide bisnis mahasiswa.

1.4.3 Manfaat Akademis

Melalui penyusunan penelitian ini, penulis berharap agar penelitian ini mampu memperkaya dan menambah teori serta pengetahuan dari gen z pada kalangan mahasiswa yang telah di himpun oleh penulis terutama pada bidang kewirausahaan, sehingga dapat dijadikan sumber pemahaman bagi peneliti selanjutnya.

1.5 Batasan Penelitian

Berikut adalah batasan penelitian yang ditentukan oleh peneliti, sehingga penelitian yang akan dilaksanakan mampu berjalan selaras dengan acuan maupun teori yang telah ditentukan:

1. Subjek yang akan diangkat oleh penulis dalam penelitian ini adalah Generasi Z atau individu yang berusia 19-27 tahun dan bertempat tinggal di wilayah Jakarta Selatan

2. Subjek penelitian yang akan dianalisis adalah individu yang belum pernah melakukan atau memulai bisnis.
3. Proses pengambilan data akan dilaksanakan melalui *Google Form* yang akan disusun oleh penulis
4. Penelitian ini akan dibatasi oleh beberapa variabel yang telah diangkat serta menggunakan dasar teori yang telah ditentukan. Variabel terikat yang berkaitan dalam penelitian ini adalah: (a) *attitude*, (b) *social norm*, (c) *perceived behavioral*, (d) *compatibility*, dan (e) *educational support*. Sedangkan variabel bebas dalam penelitian ini adalah *entrepreneurial intentions*.

1.6 Sistematika Penulisan

Berdasarkan kerangka penelitian yang telah dirancang oleh penulis, maka penelitian ini akan tersusun berdasarkan lima bab yang saling berhubungan satu sama lain. Berikut adalah sistematika penulisan skripsi dalam penelitian ini:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berfokus pada latar belakang dari permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini serta berisi rumusan masalah dan pertanyaan penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, keterbatasan penelitian serta sistematika penelitian.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini berfokus pada landasan teori yang digunakan berdasarkan variabel yang telah ditentukan seperti *attitude*, *social norm*, *perceived behavior*, *compatibility*, dan *educational support*. Serta variabel bebas yang digunakan adalah *entrepreneurial intention*. Kemudian dalam bab ini juga membahas mengenai hipotesis penelitian dan kerangka penelitian yang membahas fenomena dari latar belakang penelitian.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berfokus pada pengumpulan serta analisis data dari permasalahan yang diangkat. Selain itu penulis juga memaparkan mengenai objek penelitian,

desain penelitian, lingkungan penelitian, tabel operasional variabel, serta teknik analisis data yang akan digunakan.

BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Bab ini berfokus pada pemaparan atau deskripsi dari hasil data yang telah dihimpun di bab sebelumnya. Bab ini menyajikan hasil pengujian dari data yang telah dihimpun dalam bentuk statistik dan penjelasan mengenai konsep penelitian yang dilakukan oleh peneliti.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berfokus pada pemaparan kesimpulan dari hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti pada bab sebelumnya, serta membuat saran yang bermanfaat bagi peneliti selanjutnya.

