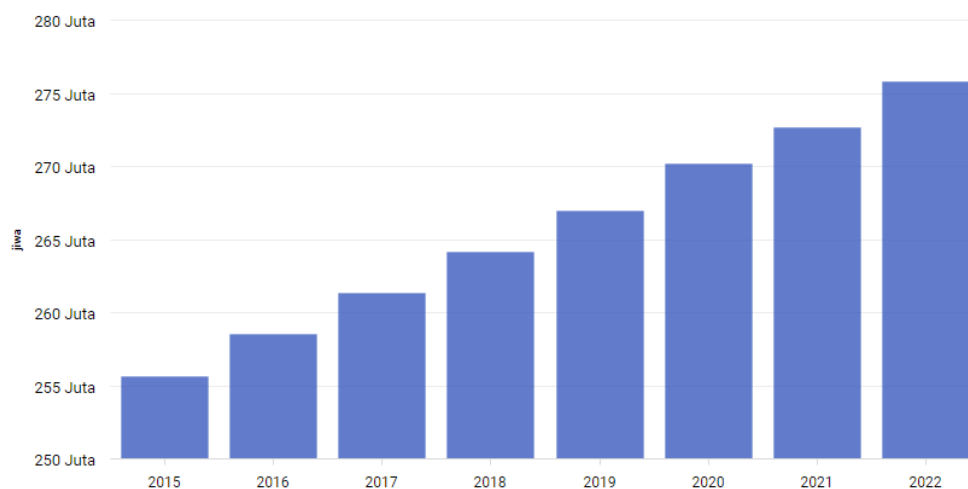


BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

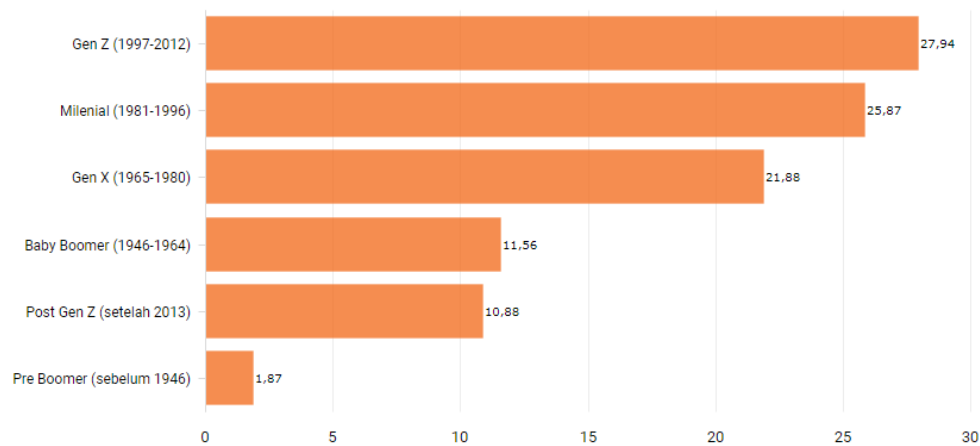
Tingkat pertumbuhan penduduk Indonesia secara konsisten menunjukkan peningkatan setiap tahunnya, seperti yang tergambar dalam data yang diperoleh dari Databoks.:



Gambar 1. 1 Jumlah Penduduk Indonesia

Sumber: Annur (2022)

Berdasarkan gambar di atas, terlihat bahwa populasi Indonesia mengalami pertumbuhan yang berkesinambungan. Pada pertengahan tahun 2015, jumlah penduduk Indonesia tercatat sekitar 255,58 juta jiwa. Setahun berikutnya, pada pertengahan tahun 2016, populasi meningkat menjadi sekitar 258,49 juta orang. Demikian pula, pada tahun-tahun berikutnya terjadi peningkatan populasi, seperti pada pertengahan tahun 2017 yang mencapai 261,355 juta penduduk, serta pada pertengahan tahun 2018 yang mencapai 264,16 juta jiwa. Jumlah penduduk terus bertambah setiap tahunnya, seperti yang terjadi pada pertengahan tahun 2019 yang mencapai 266,91 juta orang, dan pada pertengahan tahun 2020 yang menunjukkan peningkatan menjadi 270,20 juta penduduk. Pertumbuhan ini terus meningkat hingga pada pertengahan tahun 2022, di mana jumlah penduduk Indonesia mencapai 275,77 juta jiwa (Annur, 2022).



Gambar 1. 2 Jumlah penduduk berdasarkan generasi

Sumber : Katadata

Menurut hasil Sensus Penduduk 2020, jumlah generasi Z di Indonesia mencapai 75,49 juta jiwa, setara dengan 27,94 persen dari total populasi. Generasi milenial merupakan kelompok kedua terbesar dengan jumlah 69,38 juta jiwa atau sekitar 25,87 persen. Sementara itu, generasi X (lahir antara 1965-1980) memiliki populasi sebesar 21,88 persen. Jumlah penduduk generasi Baby Boomer mencapai 11,56 persen, sementara generasi Pre-Boomer atau yang lahir sebelum 1945 hanya sekitar 1,87 persen. Generasi Post-Gen Z atau kelahiran setelah 2013 mencapai 10,88 persen. Fakta ini menggambarkan pentingnya peran Generasi Z dalam pertumbuhan dan perubahan di Indonesia saat ini maupun di masa depan.

Mayoritas Generasi Milenial dan sebagian besar Generasi Z (kelahiran 1997-2012) termasuk dalam kategori usia kerja. Usia kerja merujuk pada masyarakat Indonesia yang berusia 15 tahun ke atas. Menurut laporan Badan Pusat Statistik pada Agustus 2022, jumlah penduduk usia kerja di Indonesia mencapai 209,42 juta jiwa. Dari jumlah tersebut, sekitar 143,72 juta jiwa merupakan anggota angkatan kerja yang tidak sedang bersekolah, mengurus rumah tangga, atau melakukan kegiatan lainnya selain urusan pribadi. Artinya, mereka merupakan bagian dari angkatan kerja yang berusia 15 tahun ke atas dan dapat bekerja, atau memiliki pekerjaan, tetapi sementara tidak bekerja. Namun, hanya sekitar 135,3 juta jiwa dari angkatan kerja tersebut yang benar-benar bekerja. Dengan demikian, terdapat sekitar 8,43 juta jiwa dari angkatan kerja yang mengalami pengangguran (Kusnandar, 2022).

Dari karakteristik tingkat pengangguran terbuka (TPT) mayoritas pengangguran di Indonesia didominasi oleh Generasi Z (Gen Z). Penduduk usia dengan rata-rata 15-24 tahun itu menyumbang 19,40 persen dari total pengangguran 7,86 juta orang. Sementara penduduk

usia 25-59 tahun mencapai 3,07 persen dan 60 tahun ke atas 1,28 persen. Survei Angkatan Kerja Nasional (Sakernas) BPS mencatat jumlah pengangguran di Indonesia pada Agustus 2023 mencapai 7,86 juta orang dari total angkatan kerja sebanyak 147,71 orang. Angka tersebut relatif turun 6,77 persen atau sekitar 560.000 orang jika dibandingkan pada periode sama tahun sebelumnya yang tercatat sebanyak 8,42 juta orang.(Dwi Aditya Putra, 2023)

Menurut data Badan Pusat Statistik (BPS) pada Agustus 2022, Jawa Barat menjadi provinsi dengan tingkat pengangguran terbuka (TPT) tertinggi di Indonesia, yaitu sebesar 8,31 persen. Provinsi-provinsi lain dengan TPT tinggi adalah Kepulauan Riau (8,23 persen), Banten (8,09 persen), DKI Jakarta (7,18 persen), dan Maluku (6,88 persen). Provinsi-provinsi dengan TPT rendah adalah Kalimantan Timur (5,71 persen), Aceh (6,17 persen), Sumatra Utara (6,16 persen), dan Sulawesi Utara (6,61 persen). Posisi Sumatra Barat dalam daftar provinsi dengan TPT tertinggi di Indonesia berada di urutan ketujuh.(CNN Indonesia, 2023)



Gambar 1.3 Jumlah Pengangguran Tertinggi di Sumatera

Sumber : GoodStats

Berdasarkan gambar Kota Padang berada pada posisi pertama untuk kota dengan jumlah pengangguran tertinggi di Pulau Sumatra. Menurut data Badan Pusat Statistik tahun 2022, Kota Padang mencatatkan tingkat pengangguran terbuka tertinggi di Sumatera Barat, yakni sebesar 11,69%, menunjukkan penurunan dari tahun 2021 yang sebelumnya mencapai 13,37%.

Dalam upaya menanggulangi masalah pengangguran dan rendahnya tingkat kewirausahaan, Presiden Jokowi bersama pemerintah menginisiasi percepatan pembangunan UMKM sebagai salah satu solusi pemulihan ekonomi (Media Indonesia, 2021). Peran wirausaha memiliki dampak positif yang signifikan bagi masyarakat dan negara, termasuk penciptaan lapangan kerja, pertumbuhan ekonomi, peningkatan kesejahteraan masyarakat, peningkatan produktivitas, dan penggerak aktivitas ekonomi (Nasution, 2019). Keberadaan wirausaha diyakini mampu mengurangi angka pengangguran dan memberikan kontribusi positif bagi perekonomian Indonesia. Namun, meskipun memiliki potensi, pada tahun 2022, kewirausahaan masih bukan pilihan utama bagi generasi muda di Indonesia. Data dari penelitian "Mind the Gap" menunjukkan bahwa 48% generasi muda masih bercita-cita untuk bekerja di sektor pemerintahan, BUMN, atau menjadi PNS. Minat menjadi wirausahawan menempati posisi kedua dengan 35% generasi muda memilih jalur kewirausahaan (Kasih, 2022).

Menurut Deputi Bidang Kewirausahaan Kementerian Koperasi, Indonesia saat ini memiliki angka partisipasi wirausaha (APW) sebesar 3,47% (Respati, 2022). Angka ini menunjukkan bahwa tingkat kewirausahaan di Indonesia jauh lebih rendah dibandingkan dengan negara-negara ASEAN lainnya seperti Singapura (8,76%), Malaysia, dan Thailand yang memiliki APW di atas 4% (Herman, 2021). Keterbatasan ini berpotensi menjadi faktor peningkatan tingkat pengangguran di Indonesia. Kewirausahaan memiliki peran krusial dalam perekonomian nasional dengan fungsi utamanya sebagai penyedia lapangan kerja (Pangesti, 2022).

Untuk mendorong minat kewirausahaan pada generasi muda, diperlukan dukungan dari berbagai sektor seperti pemerintah, lembaga pendidikan, dan sektor keuangan. Dukungan ini diharapkan dapat mendorong dan memotivasi individu, terutama generasi muda, untuk menjadi lebih terampil dalam berbisnis (Julianto, 2017). Meskipun ada faktor-faktor yang dapat mempengaruhi minat seseorang untuk menjadi wirausahawan, memberikan pendidikan tentang kewirausahaan di menjadi salah satu cara yang efektif untuk mewujudkan minat tersebut. Faktor-faktor tersebut meliputi rendahnya kerjasama, minimnya penetrasi pasar karena kurangnya pemanfaatan teknologi, kompleksitas prosedur bisnis dan perizinan, masalah finansial, dan kurangnya tenaga kerja terlatih (Aliandu, 2018). Meski demikian, pendidikan kewirausahaan yang berkualitas dapat memberikan dorongan bagi generasi muda untuk mengembangkan inovasi dalam membangun bisnis. Selain itu, pendidikan tentang kewirausahaan juga berperan dalam meningkatkan intensitas berwirausaha dengan

memberikan pemahaman yang tepat terkait dengan konsep kewirausahaan (Higgins & Refai, 2017).

Kewirausahaan, yang sering disebut sebagai *Entrepreneur*, adalah sebuah bidang studi yang menggambarkan nilai, kapasitas, dan perilaku individu dalam menghadapi tantangan hidup melalui penggunaan peluang bisnis yang membawa risiko yang perlu dihadapi (Suryana, 2014). Seorang wirausahawan atau entrepreneur adalah individu yang memiliki kemampuan untuk mengorganisir dan menjalankan suatu bisnis, serta bersedia menanggung risiko finansial yang lebih besar dalam menjalankan usaha tersebut. Untuk memahami kewirausahaan dengan lebih baik, penting untuk memperhatikan konsep dari entrepreneurial intention (Ajzen, 1991). *Entrepreneurial Intention* dijelaskan sebagai kondisi mental seseorang ketika mempertimbangkan keputusan untuk menciptakan atau mengembangkan sebuah bisnis atau aktivitas bisnis (Shiri, Mohammadi, & Hossein, 2012). Dalam konteks ini, entrepreneurial intention berperan sebagai prediktor perilaku dan kegiatan berwirausaha seseorang yang menggambarkan niat individu tersebut untuk terlibat dalam perilaku berisiko dalam dunia bisnis (Shiri et al., 2012). Intensi atau keinginan untuk menjadi wirausahawan adalah faktor yang memotivasi individu untuk mengubah minat kewirausahaan menjadi rencana nyata dalam berbisnis. Keinginan ini tidak muncul secara tiba-tiba atau tanpa alasan. Terdapat faktor-faktor yang mempengaruhi pertumbuhan atau peningkatan minat tersebut. Faktor-faktor ini tercermin dalam Theory of Planned Behavior (TPB). Teori ini menjelaskan bagaimana individu menyelesaikan masalah yang dihadapi, apakah individu tersebut memutuskan untuk bertindak atau tidak (Ajzen, 1991).

Menurut Fishbein yang dikutip oleh Syamsul Gultom et al. (2020), *Subjective Norm* merujuk pada persepsi seseorang tentang pentingnya suatu tindakan atau perilaku bagi dirinya dan apa yang seharusnya dilakukannya. Dalam konteks kewirausahaan, memiliki *Subjective Norm* penting karena dapat memengaruhi niat seseorang untuk melakukan atau tidak melakukan suatu tindakan. Norma subjektif, sebagaimana dijelaskan oleh Palmer et al. (2019), adalah ekspektasi yang dirasakan dari kelompok sosial seperti orang tua, teman, atau sesama mahasiswa mengenai keterlibatan individu dalam perilaku kewirausahaan.

Perceived Behavioral Control, seperti yang dijelaskan oleh Ajzen & Madden dalam Patiro dan Budiyantri (2016), adalah hasil dari keyakinan individu mengenai kontrol dan fasilitasi yang dirasakan. merujuk pada persepsi individu mengenai ketersediaan sumber daya dan kesempatan yang diperlukan untuk melakukan suatu perilaku. Dalam konteks niat

berwirausaha, *Perceived Behavioral Control* dianggap sebagai salah satu faktor kuat yang memengaruhi niat untuk terlibat dalam perilaku wirausaha (Luc, 2018).

Self-efficacy atau efikasi diri, merupakan keyakinan individu terhadap kemampuannya dalam mencapai tujuan penting. Ini melibatkan pemahaman akan tugas yang harus dijalankan dan kemampuan emosional untuk menyelesaikan tugas tersebut. *Self-efficacy* menjadi unsur kognitif yang signifikan dalam memengaruhi minat seseorang untuk menjadi seorang pengusaha (Hassan et al., 2020).

Berdasarkan pemaparan di atas, peneliti berkeinginan untuk melanjutkan penelitian untuk mengidentifikasi minat berwirausaha di kalangan Generasi Z yang berdomisili di Kota Padang. dengan judul Pengaruh *Subjective Norm, Perceived Behavioural Control, Self Efficacy, dan Entrepreneur Education* terhadap *Entrepreneurial Intention* pada Generasi Z di Kota Padang.

1.2 Rumusan Masalah dan Pertanyaan Penelitian

Banyaknya pengangguran yang ada di Padang menjadi masalah utama karena tidak dibarengi dengan lapangan kerja yang meningkat. Hal ini menjadi masalah yang sudah lama dan harus segera diselesaikan serius oleh Pemerintah. Cara untuk dapat mengurangi jumlah pengangguran yang banyak di Indonesia adalah dengan cara membuka lapangan kerja sehingga angka pengangguran bisa menurun. Tapi untuk memulai bisa membuka lapangan pekerjaan yang baru diperlukan untuk menanamkan dan meningkatkan jiwa atau minat kewirausahaan di generasi muda saat ini. Dengan minat kewirausahaan generasi Z yang terdorong dan juga naik hal ini akan sangat baik untuk dapat membuka lapangan pekerjaan yang ada

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan serta rumusan masalah yang disajikan, maka penelitian ini akan menjawab pertanyaan-pertanyaan berikut:

1. Apakah *Subjective Norm* berpengaruh terhadap *Entrepreneurial Intention*?
2. Apakah *Perceived Behavioral Control* berpengaruh terhadap *Entrepreneurial Intention*?
3. Apakah *Self Efficacy* berpengaruh terhadap *Entrepreneurial Intention*?
4. Apakah *Entrepreneurship Education* berpengaruh terhadap *Entrepreneurial Intention* ?

1.3 Tujuan Penelitian

Untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan penelitian yang telah diajukan pada subbab sebelumnya, tujuan utama dari penelitian ini adalah:

1. Memahami pengaruh dari *Subjective Norm* terhadap *Entrepreneurial Intention*.
2. Memahami pengaruh dari *Perceived Behavioral Control* terhadap *Entrepreneurial Intention*.
3. Memahami pengaruh dari *Self Efficacy* terhadap *Entrepreneurial Intention*.
4. Memahami pengaruh dari *Entrepreneurship Education* terhadap *Entrepreneurial Intention*.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat akademis

Manfaat akademis dari penelitian ini yaitu untuk melihat penggabungan antara model yang mempunyai tujuan untuk memahami pengaruh dari variabel *Subjective Norm, Perceive Behavioral Control, Self efficacy, dan Entrepreneur Education*. Dengan begitu besar harapan peneliti agar hasil penelitian ini mempunyai manfaat berupa informasi secara pengetahuan dalam bidang Pendidikan serta dapat dijadikan referensi.

1.4.2 Manfaat Praktis

Dengan adanya penelitian ini peneliti berharap hasil yang sudah dapat digunakan oleh pihak atau instansi terkait sebagai acuan dalam melakukan riset atau penelitian ini dapat mengimplementasikan hal yang berkaitan dengan *Subjective norm, Perceive Behavioral Control, Self efficacy, dan Entrepreneur Education*. Sehingga dengan pemahaman terkait variabel terkait dapat meningkatkan entrepreneurial intention. Dengan adanya kebijakan memperluas lapangan kerja sengan demikian juga dapat mengembangkan sumber daya agar mau untuk mendirikan usaha dalam rangka menyambut bonus demografi yang akan di dapat oleh Indonesia.

1.5 Batasan Penelitian

Untuk mengarahkan penelitian dengan lebih spesifik dan terfokus, peneliti telah menetapkan sejumlah batasan yang menjadi panduan dalam menjalankan penelitian ini. Berikut adalah batasan-batasan penelitian yang telah ditetapkan:

1. Penelitian ini difokuskan secara khusus pada Generasi Z yang tinggal di Kota Padang.
2. Kuesioner penelitian akan disusun dalam format Google Form dan akan disebar kepada sejumlah sampel penelitian Generasi Z yang berdomisili di Kota Padang dan pernah mendapatkan Pendidikan kewirausahaan.
3. Penelitian ini memperhatikan lima variabel utama, yakni *Subjective Norm, Perceived Behavioral Control, Self-Efficacy, Entrepreneur Education, dan Entrepreneurial Intention*.

1.6 Sistematika Penulisan

Penelitian ini akan terstruktur dalam lima bab yang saling terhubung untuk menyajikan informasi yang komprehensif. Berikut adalah sistematika penulisan yang dijelaskan oleh penulis:

Bab I: PENDAHULUAN

Pada bagian awal penelitian, terdapat uraian mengenai latar belakang peneliti, yang menjelaskan alasan dalam melakukan penelitian. Kemudian, terdapat rumusan masalah yang menjabarkan permasalahan yang akan diselesaikan dalam penelitian, serta beberapa pertanyaan yang akan dijawab. Selanjutnya, tujuan penelitian digambarkan untuk mengilustrasikan hasil yang diharapkan dari penelitian tersebut, disertai dengan manfaatnya terhadap masyarakat atau dunia akademik.

Bab II: LANDASAN TEORI

Bab ini memuat landasan teori yang digunakan sebagai dasar dalam penelitian. Penulis memberikan definisi dan penjelasan mengenai konsep-konsep penting, seperti *Subjective Norm*, *Perceived Behavioural Control*, *Self-Efficacy*, *Entrepreneurship Education*, dan *Entrepreneurial Intention*. Bab ini juga mencakup pendapat dan teori dari para ahli yang diperoleh dari jurnal-jurnal relevan untuk memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang konsep-konsep tersebut dan hubungannya dengan variabel-variabel lain dalam penelitian.

Bab III: METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini memberikan gambaran mengenai objek penelitian, serta menjelaskan proses pengumpulan, pengambilan, dan pengolahan data. Penjelasan teknik dan alat yang digunakan untuk mengumpulkan data dari responden, seperti kuesioner atau wawancara, disertai dengan penjelasan tentang jumlah dan proses pemilihan sampel.

Bab IV: ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Bab ini akan membahas data kuesioner, profil responden, dan hasil analisis data yang terhubung dengan teori yang telah dijelaskan. Penjelasan meliputi profil responden, seperti usia, jenis kelamin, pendidikan, dan pekerjaan, serta analisis data kuesioner dengan menggunakan teknik yang telah dijabarkan sebelumnya.

Bab V: KESIMPULAN DAN SARAN

Bab terakhir akan memuat kesimpulan dari hasil penelitian beserta saran yang ditujukan kepada pemerintah, universitas, dan peneliti selanjutnya untuk meningkatkan minat wirausaha di kalangan mahasiswa.



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA