

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Indonesia adalah negara kesatuan yang menganut sistem demokrasi dan menempati posisi keempat sebagai negara dengan populasi terbesar di dunia. Penduduk Indonesia tersebar luas dari Sabang sampai Merauke, sehingga dengan wilayah yang sangat luas tersebut Indonesia memiliki penduduk terbanyak di dunia. Oleh karena itu penduduk di Indonesia sangat beragam dari ras, suku serta budayanya yang sangat variatif. Tidak heran jika di kota besar banyak sekali perantau yang asal-muasalnya dari berbagai daerah di Indonesia. Indonesia terdiri dari 38 provinsi yang terbagi tiga wilayah, yaitu Indonesia barat, tengah dan timur.

Penduduk Indonesia Tembus 282 Juta Orang

Kam, 08 Agu 2024



Gambar 1.1 Penduduk Indonesia Tembus 282 Juta Orang

Sumber: (Media Indonesia, 2024)

Berdasarkan Gambar 1.1 di atas, Indonesia memiliki secara tahunan jumlah penduduk tersebut naik 1.606.562 jiwa dibandingkan semester I-2023. "Jumlah penduduk Indonesia semester satu 2024 (berjumlah) 282.477.584 jiwa," kata Direktur Jenderal Dukcapil Kemendagri Teguh Setyabudi di Jakarta Pusat, Rabu (7/8/2024). Pada tahun 2024, jumlah penduduk Indonesia diperkirakan mencapai

lebih dari 282 juta jiwa, menjadikan negara tersebut sebagai negara dengan populasi terbesar keempat di dunia. Sebaran penduduk semakin terkonsentrasi di wilayah perkotaan, terutama di Pulau Jawa, yang menampung lebih dari setengah populasi nasional. Sementara itu, tantangan terkait kepadatan penduduk, ketimpangan ekonomi, dan distribusi sumber daya menjadi isu penting bagi pembangunan berkelanjutan di Indonesia.

Indonesia belum termasuk dalam peringkat negara dengan jumlah wirausaha terbanyak di dunia. Pada tahun 2023, proporsi kewirausahaan di Indonesia akan mencapai sekitar 3,04% dari total penduduk, lebih rendah dibandingkan proporsi di negara maju yang berjumlah sekitar 12%. Namun, jumlah startup di Indonesia terus bertambah, menduduki peringkat keenam negara dengan jumlah startup terbanyak di dunia. Pemerintah juga berencana meningkatkan angka kewirausahaan menjadi 3,23% pada tahun 2024 sebagai bagian dari upaya mendukung perekonomian nasional (Nurul Aulia Badar, 2024). Maka dari itu pemerintah akan selalu mendukung kegiatan wirausaha agar menciptakan perputaran ekonomi yang stabil dan sejahtera di masa yang akan datang.

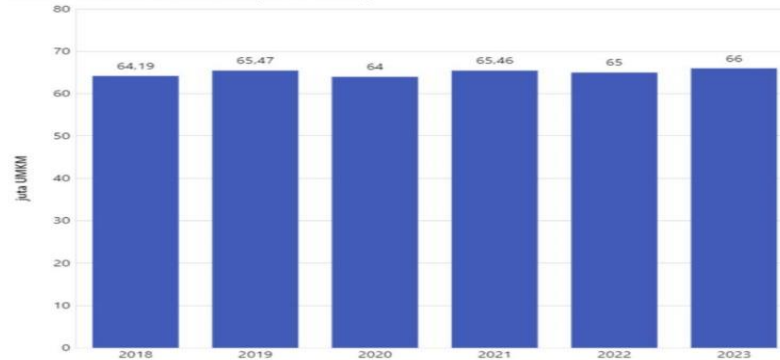
Ketenagakerjaan di Indonesia pada tahun 2023 akan didominasi oleh dua sektor utama yaitu sektor informal dan sektor pertanian. Mayoritas pekerja Indonesia (sekitar 60,12%) bekerja di sektor informal, yang mencakup pekerjaan tanpa perlindungan hukum dan jaminan sosial. Di sisi lain, sektor pertanian, kehutanan, dan perikanan juga mempunyai lapangan kerja terbesar, yaitu sekitar 29,36% penduduk bekerja di sektor ini. Industri penting lainnya meliputi perdagangan (18,93%), industri pengolahan (13,58%), dan jasa akomodasi dan makanan (7,72%) (Herlina Kartika Dewi, 2023). Dominan ketenagakerjaan Indonesia yaitu kebanyakan ialah sektor informal, menunjukkan bahwa pekerja di Indonesia masih belum menemukan titik aman dalam segi ekonomi maupun pribadinya. Sehingga perlu adanya pelatihan dasar dalam menumbuhkan keahlian dari pemerintah seperti berdagang, mengelola sumber daya alam dan mengatur sumber daya manusia.

Pertumbuhan Jumlah UMKM Indonesia sampai 2023

databoks

Adi Ahdiat - 2024/07/10, 03.53 PM

Jumlah UMKM di Indonesia (2018-2023)



Gambar 1.2 *Pertumbuhan Jumlah UMKM Indonesia*

Sumber:(Ahdiat, 2024)

Berdasarkan Gambar 1.2 di atas, Berdasarkan data dari Kamar Dagang dan Industri (Kadin) Indonesia, pada tahun 2023 tercatat sekitar 66 juta usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Indonesia (Ahdiat, 2024). Angka ini meningkat 1,5% dibandingkan tahun 2022 dan menjadi yang tertinggi sejak 2018. Kadin Indonesia juga melaporkan bahwa pada tahun 2023, UMKM berkontribusi sekitar 61% terhadap produk domestik bruto (PDB) Indonesia. Selain itu, UMKM diperkirakan menyerap sekitar 117 juta tenaga kerja atau 97% dari total angkatan kerja nasional. Namun, UMKM masih menghadapi berbagai tantangan, seperti inovasi, teknologi, adopsi budaya digital, produktivitas, legalitas, pembiayaan, serta peningkatan kinerja dan kualitas sumber daya manusia.

Pertumbuhan jumlah UMKM di Indonesia menunjukkan tren yang positif. Namun, sektor ini menunjukkan ketahanan yang luar biasa dengan kembali bertumbuh pada tahun-tahun berikutnya. Dalam mengatasi tantangan-tantangan yang dihadapi UMKM, pemerintah Indonesia telah mengambil beberapa langkah strategis. Salah satu upaya yang dilakukan adalah program digitalisasi UMKM yang dirancang oleh Kementerian Koperasi dan UKM. Program ini bertujuan untuk mendorong penggunaan teknologi digital di kalangan pelaku UMKM, sehingga mereka dapat lebih siap menghadapi tantangan terkait inovasi, teknologi, dan

transformasi budaya digital (Admin koperasi, 2023). Selain itu, untuk mengatasi masalah pembiayaan, Otoritas Jasa Keuangan (OJK) telah mengeluarkan berbagai kebijakan untuk mempermudah akses UMKM terhadap kredit perbankan. Termasuk pelonggaran aturan restrukturisasi kredit dan insentif bagi bank yang menyalurkan kredit ke sektor UMKM. Untuk meningkatkan produktivitas dan kualitas sumber daya manusia, Kementerian Ketenagakerjaan bekerja sama dengan berbagai lembaga pelatihan untuk memberikan pelatihan keterampilan bagi pelaku UMKM (Nuraeni et al., 2022). Program-program ini diharapkan dapat meningkatkan daya saing UMKM di tingkat nasional maupun global. Dengan adanya program dari pemerintah membuat UMKM di Indonesia dapat menjadi pelopor perputaran ekonomi di Indonesia.

Perkembangan UMKM di Indonesia turut didukung oleh berbagai inisiatif baru yang berfokus pada peningkatan daya saing dan keberlanjutan sektor ini. Salah satu aspek yang menjadi perhatian utama adalah penerapan prinsip ekonomi hijau atau *green economy*. Untuk mendorong hal ini, Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan (KLHK) telah meluncurkan program "UMKM Go Green," yang bertujuan mengedukasi dan mendukung pelaku UMKM dalam mengadopsi praktik bisnis berwawasan lingkungan (KLHK, 2018). Program ini tidak hanya berupaya menjaga keberlanjutan ekosistem, tetapi juga memberikan peluang bagi UMKM untuk mengakses pasar produk ramah lingkungan yang semakin diminati konsumen global.

Selain itu, pemerintah juga mendorong kolaborasi antara UMKM dengan startup teknologi untuk menciptakan inovasi dan efisiensi dalam proses bisnis. Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo) telah menginisiasi program "UMKM Go Digital" yang memfasilitasi kemitraan antara UMKM tradisional dengan platform digital dan fintech (Komdigi, 2020). Kolaborasi ini diharapkan dapat mempercepat transformasi digital UMKM dan meningkatkan akses mereka ke pasar yang lebih luas. Dalam upaya meningkatkan ekspor UMKM, Kementerian Perdagangan telah meluncurkan program "UMKM Go Export " yang memberikan pelatihan dan pendampingan bagi UMKM untuk memasuki pasar internasional

(Kementerian Perdagangan RI, 2024). Program ini mencakup pelatihan standarisasi produk, pengemasan yang sesuai dengan pasar tujuan, serta strategi pemasaran digital untuk pasar global. Terakhir, untuk mendukung pemulihan ekonomi pasca pandemi, pemerintah melalui Kementerian Koperasi dan UKM telah meluncurkan program "UMKM Naik Kelas" yang bertujuan untuk meningkatkan kapasitas dan skala usaha UMKM (KEMENKOPUKM, 2024). Program ini menyediakan bantuan permodalan, pelatihan manajemen usaha, dan akses ke teknologi produksi yang lebih modern. Dengan berbagai inisiatif tersebut, diharapkan UMKM Indonesia tidak hanya dapat bertahan menghadapi tantangan, tetapi juga berkembang menjadi motor penggerak ekonomi nasional yang lebih tangguh, inovatif, dan berdaya saing global.

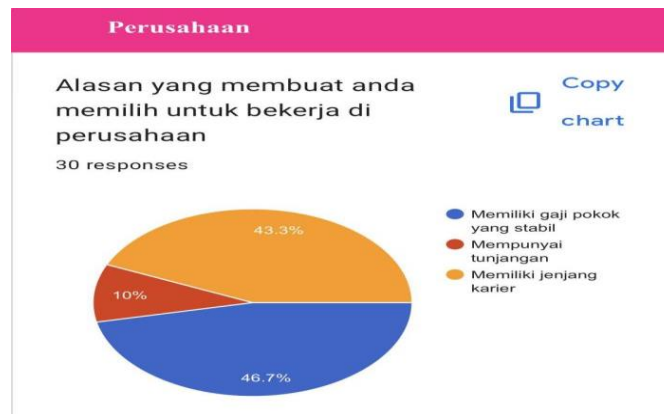


Gambar 1.3 Hasil Survei Mengenai Gen Z Lebih Memilih Bekerja di Perusahaan atau Berwirausaha

Sumber: Hasil Data Penelitian(2024)

Berdasarkan gambar 1.3 diatas, hasil responden menunjukkan bahwa 83.3% dari 36 responden menyatakan bahwa lebih memilih bekerja di sebuah perusahaan dibandingkan berwirausaha. Angka menunjukkan bahwa sebagian generasi Z memilih bekerja di perusahaan, dengan berbagai alasan yang kuat daripada berwirausaha. Sehingga menjadi sebuah masalah untuk penelitian, mengapa banyak sekali generasi Z memilih bekerja di perusahaan dibandingkan berwirausaha. Dengan adanya data konkrit dari sebuah penelitian ini, bisa

menunjukkan bahwa generasi Z lebih memilih kepastian daripada sebuah harapan berwirausaha yang tidak-menentu kapan untungnya.



Gambar 1.4 Hasil Survei Mengenai Alasan Gen Z Lebih Memilih Bekerja di Perusahaan

Sumber: Hasil Data Penelitian(2024)

Berdasarkan gambar 1.4 diatas, menunjukkan sebuah data tentang alasan generasi Z lebih memilih untuk bekerja di perusahaan. Alasan yang paling banyak ialah memiliki gaji pokok yang stabil dengan 46.7%, lalu yang kedua dengan alasan memiliki jenjang karir dengan 43.3%, lalu yang ketiga dengan alasan mempunyai tunjangan dengan 10%. Dalam data ini menjelaskan bahwa generasi Z memilih sebuah kepastian yaitu berupa gaji pokok yang stabil apabila bekerja di sebuah perusahaan. Generasi Z memilih berupa gaji pokok yang stabil dengan alasan untuk mempunyai sebuah tabungan di masa depan, karena mereka menganggap bahwa Generasi Z belum mempunyai kinerja yang baik dalam berwirausaha. Maka dari itu memilih bekerja di perusahaan menjadi pilihan yang utama daripada berwirausaha.



Gambar 1.5 Hasil Survei Mengenai Alasan Gen Z Lebih Memilih Berwirausaha

Sumber: Hasil Data Penelitian(2024)

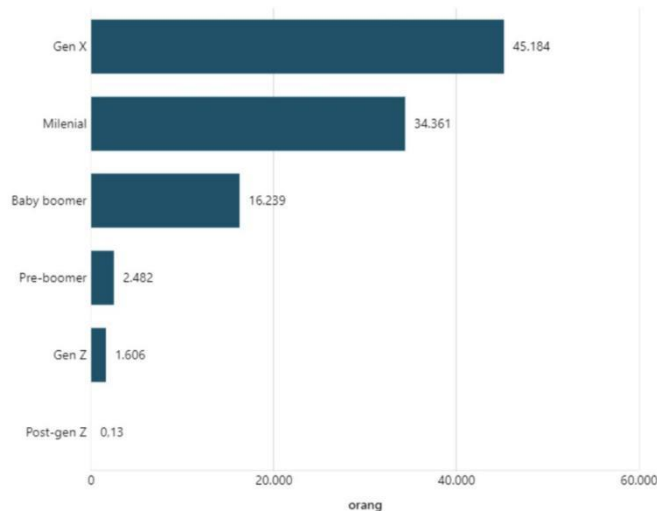
Berdasarkan gambar data 1.5 diatas, menunjukkan bahwa alasan membuat untuk memilih menjadi wirausaha ialah fleksibilitas waktu dan lokasi kerja dengan perolehan 50%. Disusul alasan kedua yaitu kurang tertarik pada pekerjaan kantoran tradisional dengan perolehan 33.3% dan yang terakhir dengan alasan ingin kebebasan finansial dengan perolehan 16.7%. Sebagian generasi Z lebih memilih berwirausaha dengan alasan fleksibelitan dan lokasi kerja bisa dimana saja yang mereka mau. Mereka menganggap apapun usahanya ialah tetap bosnya dengan kendali penuh sesuka mereka. Maka dengan itu data yang disajikan diatas menunjukkan bahwa berwirausaha seorang generasi Z lebih mengutamakan kebebasan atas waktu dan tempat, walaupun usaha akan berjalan atau tidak.

Pengusaha UMKM di Indonesia Didominasi Oleh Gen X



Erlina F. Santika - 2023/02/02, 04.56 PM

Pengusaha UMKM per Kelompok Usia (2022)



Gambar 1.6 Pengusaha UMKM di Indonesia Didominasi Oleh Gen X

Sumber: (Erlina F. Santika, 2023)

Berdasarkan Gambar 1.6 di atas, Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) dijalankan oleh berbagai generasi. Berdasarkan data dari Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah (Kemenkop UKM), Generasi X mendominasi sektor ini dengan jumlah wirausahawan mencapai 45.000 orang. Di posisi kedua adalah generasi milenial dengan 34.000 pelaku usaha. Selanjutnya, generasi baby boomer menempati posisi ketiga dengan 16.000 orang, diikuti oleh *pre-boomer* sebanyak 2.500 pelaku usaha. Generasi Z hanya menempati urutan kelima dengan jumlah 1.600 orang, sementara angka terendah berasal dari generasi Z tahap awal, yakni hanya 128 orang. Meskipun belum ada batasan usia antar generasi yang ditetapkan oleh Kemenkop UKM, klasifikasi ini sejalan dengan pendekatan yang digunakan oleh BPS, yang merujuk pada analisis William H. Frey dari Census Bureau Population Estimates (25 Agustus 2020) (Erlina F. Santika, 2023).

Berdasarkan data Gen X lahir tahun 1961-1980, berusia 43-62 tahun. Mereka tumbuh dewasa selama masa transisi teknologi dan sosial, mengalami perkembangan internet awal dan perubahan nilai-nilai social. Gen Y lahir tahun 1981-1996, berusia 27-42 tahun. Mereka tumbuh dewasa di era digital, mengalami perkembangan teknologi cepat dan perubahan sosial yang signifikan. Dan Gen Z lahir tahun 1997-2012, berusia 11-26 tahun. Mereka tumbuh dewasa di era digital yang sudah matang, dengan akses mudah ke informasi dan teknologi (Jawahir Gustav Rizal, 2021).

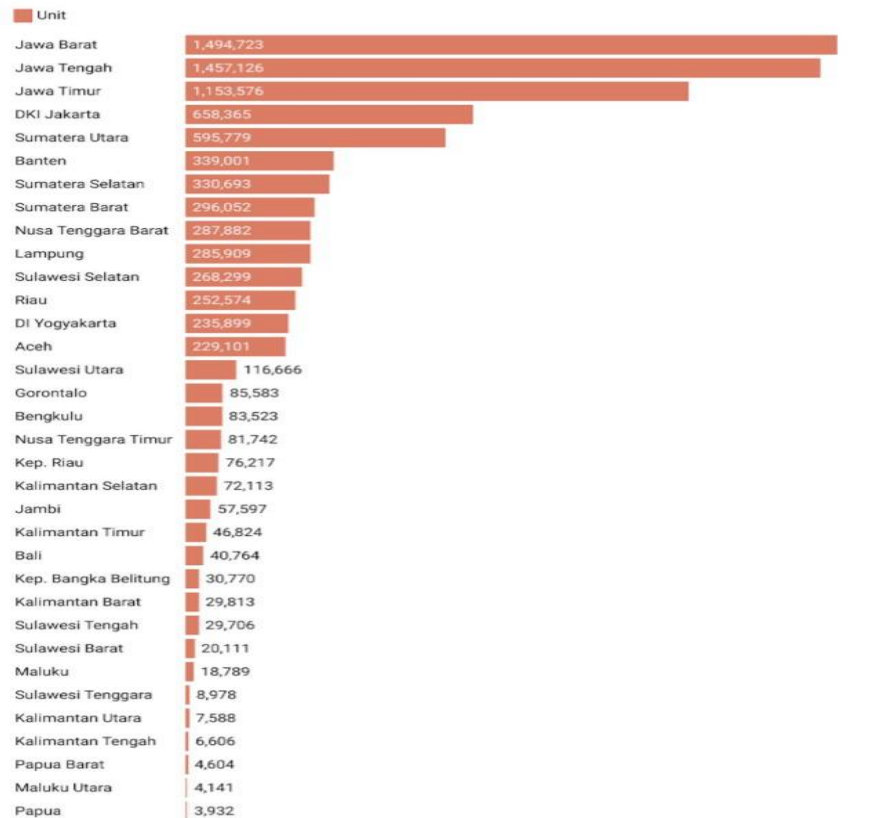
Dominasi Generasi X dalam sektor UMKM di Indonesia mencerminkan peran signifikan mereka dalam perekonomian, terutama karena pengalaman dan jaringan bisnis yang luas. Generasi ini mendominasi UMKM dengan jumlah pengusaha yang signifikan, mencapai lebih dari 45 ribu orang pada tahun 2022, diikuti oleh generasi milenial dengan 34 ribu pelaku usaha (Erlina F. Santika, 2023). Keberhasilan generasi X banyak dikaitkan dengan kemampuan adaptasi mereka terhadap perubahan serta ketangguhan dalam menghadapi tantangan ekonomi tradisional dan digitalisasi bisnis. Namun, generasi milenial, yang tumbuh di era teknologi, juga semakin menunjukkan pengaruh yang besar. Milenial dikenal karena membawa semangat inovasi, kreatifitas, serta pemanfaatan teknologi digital. Generasi ini menjadi motor penggerak untuk "New UMKM," memanfaatkan digitalisasi sebagai sarana memperluas pasar dan meningkatkan efisiensi operasional. Bank Indonesia bahkan menyebut generasi milenial sebagai kunci untuk pertumbuhan UMKM baru di masa depan, terutama karena kemampuan mereka dalam inovasi dan pemasaran digital yang memungkinkan UMKM naik kelas (Erlina F. Santika, 2023).

Kolaborasi antara generasi X dan milenial diharapkan dapat menciptakan sinergi yang lebih kuat. Pengalaman generasi X dapat dikombinasikan dengan inovasi dan teknologi yang dibawa oleh generasi milenial, menghasilkan ekosistem UMKM yang lebih tangguh dan siap beradaptasi terhadap perubahan ekonomi digital di Indonesia. Sinergi ini, jika dikelola dengan baik, bisa menjadi motor

penggerak pertumbuhan ekonomi yang inklusif di masa depan (Bambang Winarso, 2023).

Jumlah UMKM di Indonesia Sepanjang 2022

*Berdasarkan Provinsi



Gambar 1.7 Jumlah UMKM Di Indonesia Sepanjang 2022

Sumber: (Annisa Anastasya, 2023)

Berdasarkan gambar 1.7 di atas, Data kewirausahaan di Provinsi Banten menunjukkan perkembangan yang signifikan khususnya pada sektor usaha mikro, kecil, dan menengah (Annisa Anastasya, 2023). Usaha mikro, kecil dan menengah memainkan peran penting dalam perekonomian Banten, berkontribusi terhadap lapangan kerja dan pertumbuhan pendapatan daerah. Banten berupaya mencetak 1.000 wirausaha muda baru pada tahun 2024 melalui berbagai program, antara lain pelatihan dan pendampingan bagi wirausaha baru. Selain itu, industri besar dan menengah di Banten juga

berkembang pesat. Data Badan Pusat Statistik menunjukkan ribuan unit industri di berbagai kabupaten dan kota terus bertambah. Ini termasuk industri manufaktur, tekstil dan makanan.

Provinsi Banten mempunyai potensi pengembangan usaha kecil, menengah, dan mikro yang sangat besar. Dengan sumber daya alam yang melimpah, letak yang strategis dan dukungan pemerintah yang semakin kuat, UMKM Banten dapat menjadi tulang punggung perekonomian daerah dan nasional. Sektor pariwisata, perikanan, dan kerajinan merupakan beberapa contoh potensi luar biasa yang dapat terus dikembangkan. UMKM di Provinsi Banten masih menghadapi berbagai tantangan, seperti terbatasnya sumber pendanaan, ketatnya persaingan, dan minimnya pengetahuan teknologi digital. Namun dengan tingkat kewirausahaan yang tinggi dan dukungan semua pihak, UMKM Banten mampu bertahan dan terus berinovasi menjawab tantangan tersebut. Pemerintah Provinsi Banten terus berupaya mendorong perkembangan UMKM melalui berbagai program dan kebijakan. Fasilitasi perizinan, pelatihan kewirausahaan dan dukungan akses pasar merupakan beberapa upaya untuk meningkatkan daya saing UMKM Banten. Selain itu, kolaborasi antara pemerintah, dunia usaha, dan akademisi diharapkan dapat memberikan solusi inovatif bagi pengembangan UMKM.

U M W I N
U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A



Gambar 1.8 Jumlah Penduduk Kota Tangerang Selatan Berdasarkan Hasil Registrasi

Sumber: (Dwi Hadya Jayani, 2020)

Berdasarkan gambar 1.8 di atas, Berdasarkan hasil sensus tahun 2020, Kota Tangerang Selatan memiliki jumlah penduduk sebesar 1,3 juta jiwa. Pertumbuhan penduduk dari tahun 2018 hingga 2019 tercatat sebesar 1,33%. Pamulang menjadi wilayah dengan jumlah penduduk tertinggi, yaitu 293,6 ribu jiwa, sedangkan Setu memiliki jumlah penduduk terendah, yakni 79,4 ribu jiwa. Pertumbuhan penduduk tertinggi terjadi di Serpong dengan angka 3,25%, diikuti oleh Setu sebesar 3,02% dan Serpong Utara sebesar 2,18%. Sementara itu, Ciputat Timur mencatat penurunan jumlah penduduk sebesar 0,32% (Dwi Hadya Jayani, 2020).

Kota Tangerang Selatan, Banten Terletak di Provinsi Banten, Kota Tangerang Selatan resmi menjadi kota otonom pada tanggal 26 November 2008. Pemekaran wilayah ini oleh Kabupaten Tangsel dilakukan dengan tujuan untuk meningkatkan efisiensi pemerintahan dan khususnya pelayanan publik. karena strateginya. posisinya sebagai daerah penyangga ibu kota Jakarta. Sejak menjadi kota otonom, Kota Tangerang Selatan mengalami perkembangan pesat di berbagai sektor. Kota Tangerang Selatan Selatan terdiri dari tujuh kecamatan yaitu Ciputat, Ciputat Timur, Pamulang, Pondok Aren, Serpong, Serpong Utara dan Setu. Setiap kecamatan menunjukkan pertumbuhan yang signifikan dalam bidang

perekonomian, pendidikan dan infrastruktur. Sebagai pusat perekonomian, Tangerang Selatan menarik banyak investor dan pengusaha. Beberapa pusat perbelanjaan modern, perkantoran, dan kawasan industri mulai bermunculan menjadikannya salah satu kota ekonomi dengan pertumbuhan tercepat di Indonesia. Infrastruktur yang terus dibangun seperti jalan, jembatan dan fasilitas umum lainnya juga mendukung aktivitas perekonomian yang semakin dinamis. Di bidang pendidikan, Kota Tangerang Selatan juga tidak kalah maju. Beberapa institusi pendidikan ternama mulai dari sekolah dasar hingga universitas hadir di Kota Tangerang Selatan. Hal ini menjadikan Tangerang Selatan sebagai destinasi edukasi yang menarik minat masyarakat dari berbagai daerah. Sektor perumahan juga berkembang pesat seiring dengan pertumbuhan jumlah penduduk. Beberapa apartemen dan apartemen modern terus dibangun untuk memenuhi kebutuhan perumahan penduduk.

Perkembangan pesat ini diimbangi dengan upaya pemerintah kota dalam menjaga keseimbangan lingkungan dengan menyediakan ruang terbuka hijau dan taman kota. Kota Tangerang Selatan tidak hanya berkembang secara fisik, namun juga sosial dan budaya. Berbagai acara seni, budaya, dan olahraga diselenggarakan secara rutin untuk meningkatkan kekompakan dan partisipasi masyarakat. Keberagaman budaya masyarakat Kota Tangerang Selatan menjadi salah satu daya tarik tersendiri yang memperkaya kehidupan kota ini. Keberhasilan pembangunan Kota Tangerang Selatan tidak lepas dari peran saling mendukung antara masyarakat dan pemerintah. Pemerintah Kota Tangerang Selatan terus berupaya meningkatkan kualitas pelayanan publik dan kesejahteraan masyarakat. Melalui program-program inovatif dan kerja sama yang erat, diharapkan Tangerang Selatan menjadi kota yang lebih maju dan menjadi contoh bagi daerah lain di Indonesia. Dengan segala prestasinya, Kota Tangerang Selatan menunjukkan bahwa usia muda bukanlah halangan untuk maju pesat. Kota baru di Indonesia ini terbukti menjadi salah satu kota yang patut dipertimbangkan dalam peta pembangunan nasional. Masa depan cerah nampaknya menanti Kota Tangerang Selatan, serta komitmen semua pihak untuk terus membuat Kota Tangerang Selatan Bersinar.

Tabel 4.4 Data UMKM 2022 Berdasarkan Kecamatan Kota Tangerang Selatan

JENIS UMKM	Data UKM Tahun 2022							JUMLAH
	KECAMATAN							
	Ciputat	Ciputat Timur	Pamulang	Pondok Aren	Serpong	Serpong Utara	Setu	
Otomotif	567	507	978	709	520	340	283	3.904
Akomodasi	1.207	1.708	1.251	2.123	1.316	1.646	521	9.772
Ekspedisi	16	24	25	30	22	33	9	159
Elektronik	189	178	285	240	156	113	109	1.270
Farmasi	67	108	106	105	85	74	34	579
Furniture	187	168	189	205	156	175	58	1.138
Konter Hp	439	384	735	538	408	234	220	2.958
Kreatif	46	86	60	59	47	35	20	353
Kuliner	9.416	7.155	13.330	9.249	6.335	4.742	5.107	55.334
Pendidikan	163	236	279	358	229	186	101	1.552
Perawatan / Kesehatan	453	380	640	686	407	321	172	3.059
Perikanan	183	66	173	86	124	65	58	755
Pertanian	22	9	18	14	22	18	24	127
Sayuran / Buah	831	482	873	851	515	390	258	4.200
Transportasi	474	675	791	481	322	210	318	3.271
Fashion	476	325	677	514	410	319	213	2.934
Konveksi	42	72	116	659	27	41	17	974
Toko Sembako	7.026	4.202	9.136	7.137	4.369	3.218	2.565	37.653
Aksesoris / Craft	302	54	125	65	120	49	44	559
Jasa Lainnya	2.283	2.475	3.406	3.906	2.812	2.662	1.549	19.093
JUMLAH UKM	24.189	19.294	33.193	28.015	18.402	14.871	11.680	149.644

Gambar 1.9 Data UMKM 2022 Berdasarkan Kecamatan Kota Tangerang Selatan

Sumber: (Holiseh, 2023)

Berdasarkan gambar 1.9 di atas, Usaha kecil, menengah, dan mikro yang ada di Kota Tangsel sangatlah banyak, meliputi berbagai jenis usaha kecil, menengah, dan mikro. Jumlah UMKM terbesar terdapat pada industri kuliner sebanyak 55.334 unit memasak; jumlah terkecil pada industri pertanian sebanyak 127 unit pertanian. Kalau kita lihat masing-masing dari 7 divisi ini, jumlah UMKMnya. Terbesar adalah Kecamatan Pamulang dengan jumlah 33.193 unit usaha pada tahun 2022. Sedangkan pertumbuhan wirausaha baru di Kota Tangerang Selatan pada tahun 2020 sebanyak 9.430 pelaku usaha. Hal ini menunjukkan kemajuan yang baik meskipun kondisi di masa pandemi kurang baik. Dinas Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Kota Tangsel masih menemui kendala dalam membina wirausaha baru, antara lain masih adanya usaha mikro yang belum berdaya. Status dan potensi usaha mikro, kecil dan menengah di negara saya Kota Tangerang Selatan belum terdokumentasi sepenuhnya, meskipun demikian untuk meningkatkan jumlah wirausaha baru, pemerintah daerah perlu mengetahuinya. Banyaknya pelaku usaha yang berpotensi untuk diberdayakan sesuai dengan

kebutuhan pembangunannya, seperti masih terdapatnya beberapa usaha mikro yang belum memiliki izin usaha, serta mitra usaha. Permasalahan lain dari meningkatnya jumlah pengusaha UMKM adalah masih banyaknya pengusaha UMKM. Usaha mikro yang belum terfasilitasi untuk naik kelas ke kelas bisnis kecil. Usaha mikro ini perlu memfasilitasi pengembangan produksi dan pengolahan, sekaligus melakukan inovasi dalam pemasaran produk, meningkatkan keahlian sumber daya manusia, dan meningkatkan kualitas desain dan teknis.

Kota Tangerang Selatan yang memiliki banyak penduduk dan akan terus naik jumlah penduduknya membuat Kota Tangerang Selatan memiliki pertumbuhan pesat di ekonomi atau pelaku UMKM nya. Dinas Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah Kota Tangsel (Dinkop UMKM) melaksanakan program Entrepreneur Hub Tangsel, Kepala Dinkop UMKM Tangsel, program Entrepreneur Hub Tangsel merupakan upaya peningkatan kelas UMKM di kota tangerang selatan (Syaiful Adha, 2024). Melalui Entrepreneur Center Tangsel, UMKM mendapatkan manfaat berupa dukungan, pelatihan pemasaran, permodalan dan pendampingan. Melalui cara ini juga diharapkan aktivitas para pelaku UMKM semakin meningkat. Permasalahan yang sering dihadapi UMKM di Tangsel adalah kurangnya pelatihan atau dukungan, seperti terbatasnya pemasaran produk dan sulitnya akses permodalan. Melalui program Entrepreneur Hub Tangsel, kami berharap permasalahan yang dihadapi UMKM dapat teratasi.

Kerjasama antara universitas dan perbankan di Kota Tangerang Selatan bertujuan untuk memperkuat sektor UMKM, terutama melalui peningkatan kelas usaha mereka. Program ini diharapkan mampu menjawab berbagai tantangan yang dihadapi UMKM, yang berperan penting dalam memperkuat ekonomi lokal. Wirausaha muda, khususnya di kalangan Generasi Z, memberikan landasan bagi pertumbuhan UMKM yang berkelanjutan, yang nantinya akan berkontribusi pada penciptaan lapangan kerja, peningkatan ekspor, promosi investasi, dan penurunan angka kemiskinan.

Entrepreneurial Intention (EI) bisa disebut niat kewirausahaan yang berarti mengacu pada sebuah niat untuk melakukan perilaku kewirausahaan.

Kewirausahaan biasanya dianggap sebagai sarana untuk memenuhi kebutuhan dan mencari nafkah tanpa bergantung pada status pekerjaan Satriadi dkk (2022). Selain itu, penelitian terbaru terhadap 390 mahasiswa di Pakistan mengungkapkan bahwa kreativitas memiliki dampak yang signifikan terhadap hubungan antara keinginan berwirausaha dan niat berwirausaha (Duong et al., 2020). Dalam sebuah penelitian yang menggunakan mahasiswa sarjana bisnis untuk menguji hubungan antara kreativitas dan niat berwirausaha, ditemukan bahwa mereka yang memiliki tingkat kreativitas lebih tinggi lebih cenderung menjadi wirausaha Zampetakis (2011)(Duong et al., 2020) Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi *Entrepreneurial Intention*, seperti *Personal attitude*, *self efficacy*, *social capital*, dan *country norms* mempengaruhi terhadap *entrepreneurial intention* (Duong et al., 2020). Pada penelitian ini peneliti hanya meneliti variabel *Personal attitude*, *self efficacy*, *social capital*, dan *country norms* mempengaruhi terhadap *entrepreneurial intention*.

Faktor pertama adalah *Personal Attitude* atau sikap pribadi dalam *entrepreneur* adalah sebuah sikap yang terlibat dalam kegiatan kewirausahaan untuk menunjukkan bahwa seseorang bersedia mengalokasikan usaha dan waktu sebagai seorang wirausahawan jika dia menganggap kegiatan kewirausahaan tersebut positif dan profesional menurut (Duong et al., 2020). Mendefinisikan sikap pribadi sebagai pendirian individu atau pola pikir terhadap suatu masalah tertentu dan mengacu pada sikap untuk menciptakan bisnis dalam kerangka kewirausahaan (Duong et al., 2020). Sikap pribadi menjadi dasar niat berwirausaha, yang bertindak sebagai penilaian seseorang untuk menjalankan dan memiliki bisnis menurut (Duong et al., 2020). Lingkungan memegang peranan penting dalam pembentukan sikap dan perilaku menuju kewirausahaan dengan memberikan informasi yang menjadikan individu berpengetahuan. Karena manusia adalah organisme sosial, mereka selalu berinteraksi dengan lingkungan dan menghadapi berbagai elemen yang membentuk lingkungan tersebut, termasuk budaya, sosial, ekonomi, politik, teknis, dan demografi. Mereka berbagi dan menerima informasi dan menggunakannya untuk keperluan pribadi (Hussain et al., 2021). Maka setiap

individu harus memiliki Personal attitude yang baik untuk menunjang sebuah kegiatan kewirausahaan (Duong et al., 2020).

Berdasarkan aksi nyata pemerintah dalam membangun *personal attitude* Gen Z yaitu Fahira Idris dalam artikel, menyoroti pentingnya pemberdayaan generasi Z (Gen Z) melalui program R1do yang dirancang untuk membantu mereka mengembangkan usaha dan karier. Program ini bertujuan memberikan peluang kepada anak muda untuk lebih mandiri secara finansial, dengan menyediakan pelatihan keterampilan, akses permodalan, dan bimbingan yang dibutuhkan untuk memulai usaha. Fahira berharap dengan adanya R1do, Gen Z dapat lebih siap menghadapi tantangan dunia kerja dan menciptakan lapangan pekerjaan bagi diri mereka sendiri serta Masyarakat (Yakob Arfin Tyas Sasongko, Sheila Respati, 2024).

Sikap pribadi juga menunjukkan sejauh mana sikap seseorang evaluasi positif atau negatifnya terhadap perilaku kewirausahaan (Duong et al., 2020). Sejalan dengan penelitian (Duong et al., 2020) yang menjelaskan bahwa *personal attitude* berpengaruh terhadap *entrepreneurial intention*. Dan penelitian (Anggadwita & Dhewanto, 2016) *personal attitude* berpengaruh positif terhadap *entrepreneurial intention*.

Faktor kedua adalah *Self Efficacy* bisa diartikan dengan efikasi diri adalah penilaian individu terhadap kemampuannya dalam melaksanakan perilaku yang ditargetkan. Dalam literatur kewirausahaan, terdapat penekanan yang semakin besar pada pentingnya efikasi diri wirausaha dalam penelitian terbaru, seperti preferensi karir wirausaha, intensi, perilaku, kinerja wirausaha, dan kewirausahaan sosial (Hand et al., n.d. 2020). Sejalan dengan penelitian (Duong et al., 2020) yang menjelaskan bahwa *personal attitude* berpengaruh terhadap *entrepreneurial intention*. Dan Jalil et al., (2023) *self efficacy* memiliki pengaruh yang positif terhadap *entrepreneurial intention*.

Berdasarkan aksi nyata pemerintah dalam membangun *self-efficacy* Gen Z yaitu Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) Universitas Gadjah Mada (UGM)

menggelar pelatihan digitalisasi bisnis untuk UMKM guna membantu pelaku usaha kecil dan menengah memanfaatkan teknologi digital dalam mengembangkan bisnis mereka. Pelatihan ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman dan keterampilan UMKM dalam menggunakan platform digital, seperti media sosial dan e-commerce, agar dapat memperluas pasar dan meningkatkan daya saing. Program ini diharapkan dapat mendukung UMKM dalam beradaptasi dengan tren digitalisasi yang semakin penting di era ekonomi modern (Shofi, 2024).

Faktor Ketiga adalah *Social Capital* Modal sosial dapat didefinisikan sebagai totalitas sumber daya pendukung aktual dan potensial yang ditanamkan di dalam diri, yang tersedia dan didorong dari jaringan dan hubungan sosial. modal sosial merupakan produk dari hubungan sosial, khususnya faktor-faktor seperti kepercayaan diri, kepercayaan, keamanan, loyalitas yang dikembangkan oleh remaja dari keikutsertaan dalam berbagai kelompok di keluarga, sekolah, dan organisasi lainnya. Selain itu, beberapa peneliti mengungkapkan hubungan antara pencapaian pendidikan dan pengembangan berbagai dimensi modal di kalangan individu (Duong et al., 2020). Bentuk modal sosial yang ditemukan berbeda dengan yang ditemukan di daerah yang lebih makmur, dengan prevalensi modal sosial yang terikat sebagai fasilitator utama kewirausahaan, yang mungkin membantu pada tahap awal pengembangan usaha, namun seiring berjalannya waktu dapat menjadi kendala (Williams et al., 2019). Faktor-faktor yang berkaitan dengan kondisi ekonomi dan legitimasi, terutama yang menyangkut peraturan kewirausahaan dan ketersediaan modal sosial dalam bentuk jaringan berbasis kepercayaan merupakan faktor penting yang menentukan keberhasilan perusahaan. (Williams et al., 2019).

Berdasarkan aksi nyata pemerintah dalam membangun *social capital* Gen Z yaitu Bank BUMN berencana memberikan pinjaman mudah kepada generasi Z (Gen Z) melalui program yang dirancang untuk mempermudah akses keuangan bagi kalangan muda. Program ini bertujuan untuk mendukung Gen Z dalam memulai usaha atau mengembangkan potensi mereka, dengan syarat yang lebih ringan dan proses yang cepat. Langkah ini diharapkan dapat mendorong

kewirausahaan di kalangan generasi muda dan meningkatkan inklusi keuangan di Indonesia (Romys Binekasri, 2023).

Sejalan dengan penelitian (Jalil et al., 2023) *social capital* memiliki pengaruh yang positif terhadap *entrepreneurial intention*. Dan penelitian (Salamzadeh et al., 2022) *social capital* berpengaruh positif terhadap *entrepreneurial intention*.

Faktor keempat adalah *Country Norms* Pentingnya keyakinan normatif dalam menentukan sikap dan niat kewirausahaan telah diakui. Dengan kata lain, beberapa faktor dalam lingkungan institusional seperti hukum, peraturan, dan budaya dapat memberikan pengaruh yang signifikan terhadap intensi kewirausahaan. Membuktikan adanya hubungan antara institusi normatif, terutama pada tingkat kekaguman terhadap wirausahawan dan kegiatan wirausaha yang dilakukan oleh anggota masyarakat, dengan intensi kewirausahaan (Duong et al., 2020). Selain itu, Persepsi kewirausahaan dipengaruhi oleh karakteristik bawaan seseorang, namun sifat-sifat kewirausahaan harus dikembangkan melalui lingkungan eksternal. Para ahli sepakat bahwa faktor kontekstual dapat signifikan dalam membentuk niat kewirausahaan dan perilaku bisnis. Henderson dan Robertson serta Turker & Selcuk adalah beberapa ahli yang mengemukakan pandangan tentang pengaruh lingkungan terhadap kewirausahaan. Kruja-Demneri (2020) (Doanh, 2021) menyoroti pentingnya faktor-faktor lingkungan dalam membentuk perilaku usaha bisnis.

Berdasarkan aksi nyata pemerintah dalam membangun *country norms* Gen Z yaitu Sahrul Gunawan berencana meluncurkan program Super Gen Z yang bertujuan untuk mengajak generasi muda menjadi lebih produktif melalui berbagai pelatihan dan pengembangan diri. Program ini akan mencakup pembinaan bagi hingga 1.000 influencer muda, dengan fokus pada peningkatan keterampilan, kreativitas, dan pemberdayaan ekonomi. Sahrul berharap inisiatif ini dapat membantu Gen Z memanfaatkan potensi mereka di era digital, sekaligus berperan aktif dalam menciptakan dampak positif bagi Masyarakat (Putri Puspita Nilawati,

2024). Serta penelitian (Duong et al., 2020) yang menjelaskan bahwa *country norms* berpengaruh terhadap *entrepreneurial intention*.

Berdasarkan fenomena di atas, penelitian ini bertujuan untuk melihat apakah pengaruh sikap pribadi (*Personal Attitude*), Efikasi diri (*self-efficacy*), modal sosial (*Social Capital*), dan norma negara (*Country Norms*) terhadap niat berwirausaha pada Generasi Z di Tangerang Selatan. Berdasarkan data yang diperoleh, meskipun Generasi Z memiliki niat untuk berwirausaha, sebagian besar memilih untuk bekerja terlebih dahulu guna memperoleh pengalaman dan stabilitas sebelum memulai bisnis. Permasalahan utama yang diteliti adalah alasan di balik keputusan Generasi Z yang memiliki niat berwirausaha namun lebih memilih pekerjaan formal pada tahap awal karier mereka. Penelitian ini juga menggarisbawahi kekhawatiran bahwa meskipun terdapat minat terhadap kewirausahaan, faktor-faktor seperti rendahnya kepercayaan diri, minimnya dukungan sosial, serta norma yang lebih mengutamakan pekerjaan formal dapat menghambat realisasi potensi kewirausahaan generasi ini secara optimal. Data sampel yang dikumpulkan melalui media kuesioner mampu menjadi tolak ukur penulis dalam pengembangan metode yang ditingkatkan.

1.2 Rumusan Masalah dan Pertanyaan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana empat faktor utama yaitu *Personal attitude*, *self efficacy*, *social capital*, dan *country norms* mempengaruhi terhadap *entrepreneurial intention* di kalangan Generasi Z di Tangerang Selatan.

Berdasarkan latar belakang di atas, rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Apakah *Personal Attitude* berpengaruh positif terhadap *Entrepreneurial Intention*?
2. Apakah *Self Efficacy* berpengaruh positif terhadap *Entrepreneurial Intention*?

3. Apakah *Social Capital* berpengaruh positif terhadap *Entrepreneurial Intention*?
4. Apakah *Country Norms* berpengaruh positif terhadap *Entrepreneurial Intention*?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah, tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh positif *Personal Attitude* terhadap *Entrepreneurial Intention*.
2. Untuk menganalisis pengaruh positif *Self Efficacy* terhadap *Entrepreneurial Intention*.
3. Untuk menganalisis pengaruh positif *Social Capital* terhadap *Entrepreneurial Intention*.
4. Untuk menganalisis pengaruh positif *Country Norms* terhadap *Entrepreneurial Intention*.

1.4 Manfaat Penelitian

Penulis berharap hasil penelitian ini dapat bermanfaat bagi pembaca di kalangan akademis maupun praktisi yang dijabarkan sebagai berikut:

1.4.1 Manfaat Akademis

Penulis berharap hasil penelitian ini dapat bermanfaat dalam bentuk pendidikan dan pengetahuan yang dapat membantu Gen Z Merancang dan mengembangkan perusahaannya sendiri.

1.4.2 Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi yang berguna bagi para peneliti yang tertarik dengan topik tersebut, dan penelitian ini dapat memberikan informasi dan wawasan penting yang dapat digunakan untuk pengaruh *Personal attitude, self efficacy, social capital, dan country norms* terhadap *entrepreneurial intention*. Penulis berharap hasil penelitian ini dapat memberikan kontribusi pada upaya meningkatkan minat berwirausaha di kalangan Gen z di Indonesia agar tidak hanya sekedar niat tetapi dapat terwujud.

1.5 Batasan Penelitian

1. penelitian ini dibatasi pada Variabel Independen *Individual Characteristics* (Karakteristik Individu) yang terdiri dari *Personal Attitude* dan *Self-Efficacy*. *Environmental Characteristics* (Karakteristik Lingkungan) yang terdiri dari *Social Capital* dan *Country Norms*. Dan Variabel Dependen berupa *Entrepreneurial Intention*.
2. Responden dalam penelitian ini merupakan Gen Z yang berada di Tangerang Selatan.
3. Pengumpulan data dalam penelitian ini disebar dengan kuesioner secara *online* menggunakan *Google form*.

1.6 Sistematika Penulisan

Penelitian ini didasari sistematika penulisan sehingga laporan penelitian ini berfokus dengan sistematis yaitu:

BAB I: PENDAHULUAN

Bab I berisikan latar belakang dengan fenomena yang terjadi yang dirumuskan oleh masalah dan pertanyaan penelitian. Menetapkan tujuan penelitian, secara praktis, akademis dan dengan Batasan penelitian.

BAB II: LANDASAN TEORI

Bab II berisi teori-teori seputar topik dari variabel *Personal attitude*, *self efficacy*, *social capital*, dan *country norms* terhadap *entrepreneurial intention*.

BAB III: METODOLOGI PENELITIAN

Bab III berisikan tentang gambaran objek umum dari penelitian, desain penelitian, populasi dan sampel penelitian, Teknik pengumpulan data, operasional variable, analisis data dan uji hipotesis yang digunakan sebagai analisis data penelitian.

BAB IV: ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Bab IV berisikan tentang analisis data berdasarkan rumusan masalah, metode dan Teknik yang diuraikan pada bab II serta pembahasan dan hasil analisis data penelitian.

BAB V: KESIMPULAN DAN SARAN

Bab V berisikan kesimpulan dan saran berdasarkan hasil analisis serta penulis juga menuliskan masukan-masukan atau saran untuk peningkatan penelitian lainnya dalam mengembangkan mahasiswa dalam minat berwirausaha.