

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Menurut data Moneter Internasional (IMF) dikutip dari Kompas.com, Indonesia merupakan negara dengan tingkat pengangguran tertinggi di antara enam negara ASEAN, yaitu Indonesia, Filipina, Malaysia, Vietnam, Singapura, dan Thailand, sementara Myanmar dan Kamboja tidak termasuk karena datanya tidak tersedia. Tingkat pengangguran dihitung berdasarkan persentase usia penduduk yang berada di atas 15 tahun yang sedang mencari pekerjaan. Data IMF pada April 2024 menunjukkan bahwa angka pengangguran Indonesia sebesar 5,2%, Malaysia 3,5%, Filipina 5,1%, Singapura 1,9%, Vietnam 2,1%, dan Thailand 1,1%.

Pengangguran merupakan jumlah tenaga kerja yang mencari pekerjaan secara aktif namun belum berhasil mendapatkannya (Sukirno, 2007). Pengangguran dapat disimpulkan sebagai situasi di mana individu tidak bekerja dan tidak produktif, tetapi berusaha mendapatkan pekerjaan. Upaya untuk mengurangi pengangguran meliputi membangkitkan sektor riil agar menciptakan lapangan kerja baru, serta memperbaiki iklim tenaga kerja untuk memberikan dampak positif bagi pengusaha dan tenaga kerja (Hayati, 2021). Hal ini disebabkan oleh ketidakseimbangannya jumlah lapangan kerja yang ada dan orang yang mencari pekerjaan. Menurut Keynes, pengangguran sulit dihilangkan, tetapi dapat dikurangi dengan memperluas kesempatan kerja.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 1.1 Negara dengan Tingkat Pengangguran Tertinggi

Dari Gambar 1.1, terlihat bahwa Indonesia menduduki peringkat ke-11 di dunia berdasarkan tingkat pengangguran. Data tersebut diambil pada Agustus 2023 dari survei Badan Pusat Statistik, menunjukkan bahwa Indonesia memiliki tingkat pengangguran sebesar 5,33%, setara dengan 7,86 juta orang. Tingginya angka pengangguran berarti banyak individu yang tidak bekerja dan tidak memiliki penghasilan, sehingga menyulitkan mereka memenuhi kebutuhan pokok sehari-hari dan berpotensi menyebabkan kemiskinan.

Pengangguran menjadi masalah ekonomi dan sosial yang dapat menurunkan pertumbuhan ekonomi serta mengurangi output. Masalah ini muncul karena jumlah lapangan kerja yang tersedia tidak mencukupi untuk memenuhi pertumbuhan jumlah pencari kerja. Salah satu cara yang dapat dilakukan agar dapat mengurangi pengangguran di Indonesia adalah dengan mendorong *entrepreneur*, yang dapat menciptakan lebih banyak lowongan kerja. *Entrepreneurship* memiliki peran penting untuk mendorong pertumbuhan ekonomi dan menciptakan dampak positif dalam ekonomi (Värlander et al., 2020).

Komposisi Penduduk Indonesia Menurut Generasi

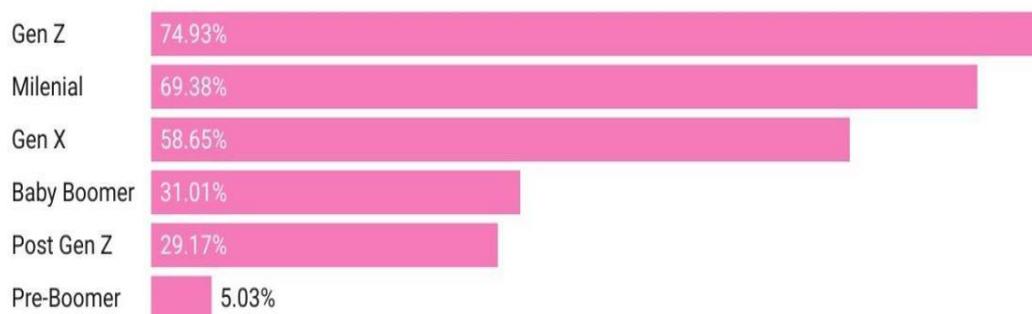


Chart: Tim Riset IDX Channel (Data olahan), Mei 2024 • Source: Sensus Penduduk 2020 BPS • Created with Datawrapper

Gambar 1.2 Generasi Penduduk di Indonesia

Menurut Sensus penduduk pada 2020, Generasi Z yang ada di Indonesia sebanyak 69,38% menduduki generasi peringkat pertama terbanyak di Indonesia. Dikutip dari Wikipedia, Generasi Z yaitu sekelompok individu yang lahir diantara tahun 1997 - 2012 yang saat ini berusia 12 tahun sampai 27 tahun sebagai pemuda di Indonesia diharapkan dapat menjadi seorang *entrepreneur* agar tingkat pengangguran di Indonesia berkurang dengan adanya lowongan kerja yang baru yang dibuka oleh bisnis baru. Menurut data yang diambil dari CEIC bahwa Produktivitas Tenaga Kerja Indonesia menurun, sebelumnya mencapai 2 persen namun di tahun 2023 Desember ini sebesar 1,63%.

Didunia yang menghadapi beberapa masalah global seperti ekonomi, masalah sosial, lingkungan dan politik, Generasi Z mencari *work-life* dengan kesempatan agar bisa membuat pengaruh sebanyak mungkin dan mendapatkan arti yang lebih dalam. Menurut Baron dan Shane (2008), entrepreneur berperan penting untuk membawa perubahan ekonomi dan perkembangan ekonomi negara. Dengan meningkatnya jumlah wirausahawan di Indonesia, tingkat pengangguran juga akan menurun dan ekonomi di Indonesia menjadi lebih bagus. Solusi yang paling sering digunakan untuk masalah pengangguran adalah *entrepreneurship* (Nazri et al, 2016). Pembangkit signifikan di dalam pertumbuhan ekonomi, penciptaan lapangan kerja dan inovasi adalah *entrepreneur* (Badulescu 2013).

Badan Pusat Statistik mendapatkan data bahwa Indonesia menduduki peringkat ke 4 sebagai jumlah penduduk terbanyak di pertengahan tahun 2024 yang jumlahnya mencapai sebesar 281.603.800 jiwa, peringkat ke-4 setelah China, India dan USA. Dengan besarnya jumlah populasi penduduk, Indonesia memiliki potensi yang besar untuk pertumbuhan kewirausahaan. Namun, pertumbuhan jumlah *entrepreneur* dan mengubah *mindset* masyarakat terhadap *entrepreneur* adalah sebuah tantangan yang dihadapi oleh hampir semua negara.

Wirausaha adalah seorang individu atau kelompok yang berani mengambil resiko untuk memulai membangun bisnis yang baru. Pelaku bisnis membuat barang atau jasa yang baru atau berbeda dengan inovasi mereka sendiri, barang atau jasa yang mereka tawarkan juga harus memiliki *value* berguna agar dapat bertahan didalam *market*. Ada banyak pengertian kewirausahaan menurut para ahli, diantaranya; Robbin dan Coulter, menurut mereka kewirausahaan adalah proses individu atau kelompok untuk mencari kesempatan dan menciptakan *value* dengan menggunakan rencana dan usaha yang direncanakan dengan detail. Cara memanfaatkan *opportunities* yang ada disaat itu juga untuk melewati masalah yang ada dengan kreativitas dan inovasi merupakan suatu bentuk kewirausahaan (Thomas W. Zimmerer). *Entrepreneurship* adalah mengenai developing skills dan mindsets yang akan membantu *entrepreneur* dalam mencapai kesuksesan jangka panjang (Azmi & Hashim,2018). Berdasarkan Perpres No. 2 Tahun 2022,

Wirausaha berdasarkan Perpres No.2 Tahun 2022 merupakan orang yang menciptakan, menjalankan atau mengembangkan suatu usaha.

Berdasarkan Keputusan Menteri Koperasi dan Pembinaan Pengusaha Kecil Nomor 961/KEP/MX/1995, dalam lampiran mengenai wirausaha dijelaskan seperti dibawah ini:

1. Wirausaha merupakan individu yang memiliki perilaku, sikap, semangat, dan keterampilan dalam bidang *entrepreneur*.
2. Kewirausahaan merupakan perilaku, sikap, semangat, dan keterampilan seseorang dalam mengelola usaha yang bertujuan untuk mencari, membuat, dan menerapkan produk baru serta metode kerja atau teknologi yang dapat meningkatkan efisiensi guna menghasilkan keuntungan dan memberikan pelayanan yang lebih baik.

Pertama kalinya konsep mengenai kewirausahaan dirumuskan pada abad 17 oleh Richard Cantillon, seorang ekonomi yang berasal dari Irlandia yang menghabiskan sisa hidupnya di negara Prancis. Ia memiliki pendapat bahwa kewirausahaan merupakan kegiatan organisasi yang dilakukan oleh pelaku ekonomi dan berani untuk bertanggung jawab terhadap resiko yang muncul dari usaha agar mendapatkan keuntungan atau yang disebut dengan *profit*. Hal ini dapat disimpulkan bahwa seseorang individu yang berani mengambil resiko yaitu kerugian disebut sebagai wirausahawan.

Menurut Purnomo (2019), Thohir et al (2017) bahwa kesadaran dan pemahaman literasi ekonomi yang baik akan membuat seseorang bertahan hidup melalui masalah ekonomi seperti mengidentifikasi sumber alam, uang dan konsep *demand* untuk *supply*, harga, *market* dan masih banyak lagi agar mereka dapat mengambil kesempatan ekonomi yang baik yang akan memotivasi dan meningkatkan *entrepreneurial intention* seseorang.



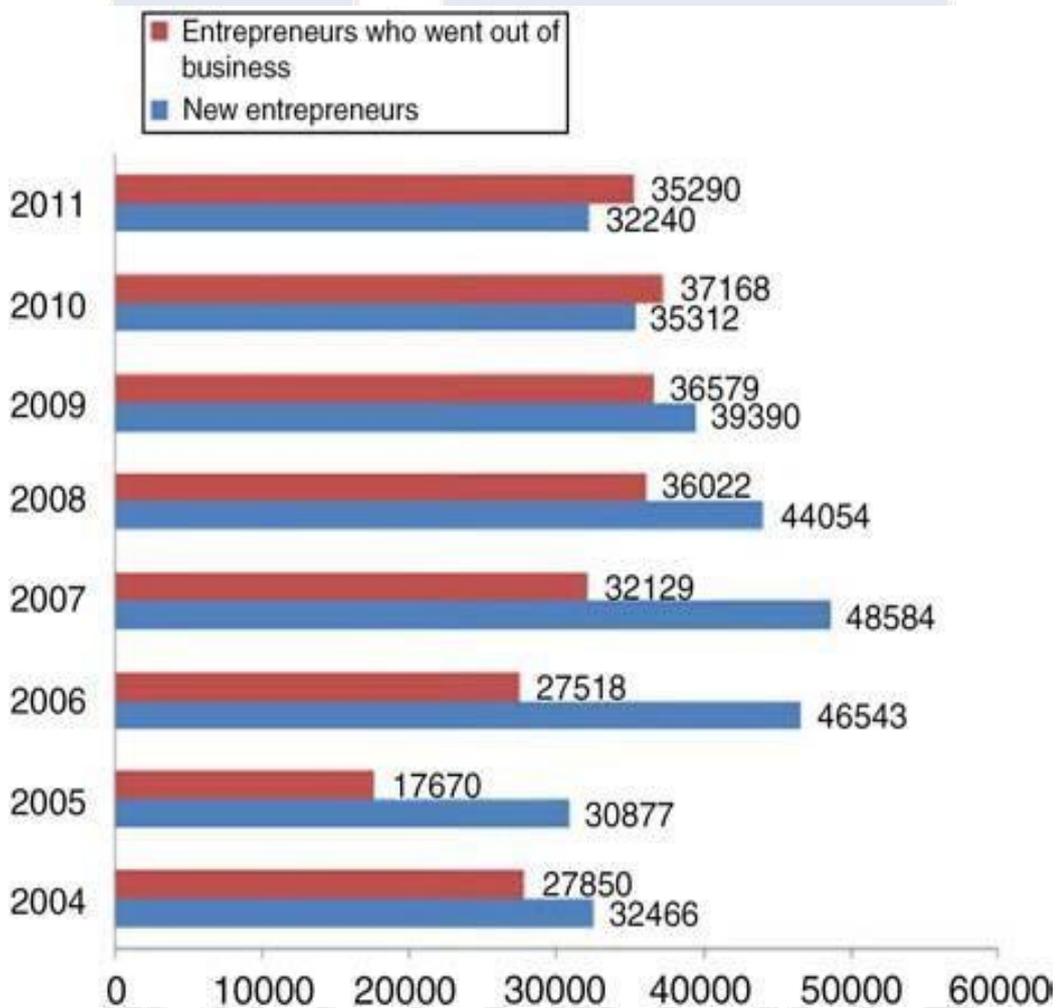
Gambar 1.3 Rasio Wirausaha di Indonesia

Menurut data yang diambil dari Portal Informasi Indonesia, Kewirausahaan Indonesia memiliki rasio sebesar 3,47% sedangkan Malaysia berada di angka 4,7% dan Singapura 8,76%. Menurut Teten Masduki, Menteri Koperasi dan UKM, Indonesia perlu mencapai rasio kewirausahaan sebesar 4 persen agar dapat menjadi negara maju (Portal Informasi Indonesia). Jumlah wirausahawan di Indonesiatermasuk kategori rendah jika dibandingkan dengan negara-negara lain. dikarenakan kebanyakan warga negara Indonesia memiliki kesadaran yang rendah untuk memulai bisnis.

Salah satu penyebab sulitnya entrepreneur berkembang di Indonesia adalah dikarenakan sistem pendidikan yang tidak mengajarkan hal mengenai wirausaha. Sistem pendidikan Indonesia kebanyakan membuat siswa/siswi menerapkan mental untuk menjadi pegawai dibandingkan menjadi wirausaha. Lingkungan pendidikan dan keluarga yang tidak mendukung, memaksa siswa atau anaknya untuk berfokus mencapai nilai yang bagus agar bisa mendapatkan pekerjaan dan juga tidak berdiskusi dengan siswa atau anaknya mengenai masa depan mereka ingin menjadi apa, mendorong keinginan mereka dan menjelaskan

apa peran mereka didalam masyarakat di masa yang akan datang. Indonesia perlu mulai menerapkan kurikulum mengenai kewirausahaan agar dapat menciptakan wirausahaan, kebanyakan *international school* saja yang menerapkan kurikulum entrepreneurship.

Banyak orang lulusan dari perguruan tinggi mencari pekerjaan, bukan menjadi pencipta lapangan kerja. Hal ini dikarenakan sistem pembelajaran yang lebih dominan untuk mencapai output dimana mahasiswa diharapkan lulus dengan cepat dan mendapatkan pekerjaan setelah selesai kuliah, bukan agar mereka menjadi orang yang menciptakan lapangan kerja untuk orang lain.



Gambar 1.4 Data Entrepreneurs who went out of business and new entrepreneurs

Dari data diatas dapat disimpulkan bahwa diawal tahun terdapat *entrepreneur* yang baru dibandingkan *entrepreneur* yang bangkrut, namun di tahun 2010 dan 2011 dapat dilihat *entrepreneur* yang bangkrut telah melebihi jumlah *entrepreneur* yang baru Hal yang penting yang dapat diambil dari data tersebut adalah jumlah *entrepreneur* yang bangkrut terlalu banyak. Kesalahan dari *entrepreneur* sehingga bisnisnya gagal adalah karena bisnis plan yang buruk, produk/jasa yang mereka tawarkan tidak memuaskan *customer*, tidak menganalisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity* dan *Threat*) yang ada atau muncul dalam produk atau jasa yang mereka tawarkan ke dalam market, kurang tepatnya lokasi, tidak memiliki modal yang cukup untuk mempertahankan usaha. Pada umumnya, banyak yang menjadi *entrepreneur* secara mendadak dikarenakan mereka yang ingin mencapai *work-life balance*, berharap dapat bekerja dengan tidak mengorbankan waktu bersama keluarga atau teman.

Sekitar 20% perusahaan baru gagal dalam dua tahun pertama operasinya, 45% dalam 5 tahun pertama, dan 65% dalam 10 tahun pertama, menurut Biro Statistik Tenaga Kerja AS (BLS). Hanya 25% perusahaan baru yang bertahan setidaknya selama 15 tahun. Sejak tahun 1990-an, angka-angka ini sebagian besar stabil dan tidak mengalami perubahan signifikan dari waktu ke waktu.

Hal ini dikarenakan banyaknya tantangan yang perlu dilewati oleh orang agar menjadi seorang wirausahawan. Solusi yang diperlukan dalam meningkatkan *entrepreneurial intention* pemuda Indonesia atau Generasi Z yang berusia 12-27 tahun bahwa dengan menerapkan *Entrepreneurship Education* dan *self-efficacy* nya.

Entrepreneur education berperan sangat penting. Dengan adanya *Entrepreneurship Education* akan membuat mereka mengetahui dan menganalisa kesempatan, trend yang ada disaat itu juga dan cara mereka menyusun strategi untuk menciptakan produk atau jasa yang akan diminati oleh masyarakat. Penelitian oleh Kuswanti & Margunani (2020), mendapatkan hasil positif bahwa niat berwirausaha, pengetahuan berkaitan dengan bisnis dan akuisisi keterampilan berpengaruh terhadap keterlibatan program pendidikan kewirausahaan. Sifat-sifat

kepribadian seperti efikasi diri, pengambilan risiko, keinginan untuk sukses dan minat kewirausahaan untuk masuk ke dalam dunia bisnis didukung oleh *Entrepreneurship Education* yang diteliti oleh Urban (2020). *Entrepreneurship Education* dapat berbentuk berbagai jenis, menurut Zhao et al (2005) bahwa ada 4 hal yang diperlukan oleh seorang *entrepreneur* yaitu mengenali *opportunities* untuk bisnis baru, mengevaluasi *opportunities*, membangun usaha dan *organizational entrepreneurship*. Melalui *Entrepreneurship Education* diharapkan dapat memicu ketertarikan dan meningkatkan minat mereka terhadap *entrepreneur* agar membentuk sikap *entrepreneur*.

Others Entrepreneurship Experience juga berperan penting bagi Generasi Z. Jika mereka sudah memiliki pengalaman dalam dunia kewirausahaan maka mereka dapat belajar dari pengalaman tersebut dan terus berkembang. Hal ini memungkinkan mereka untuk mencari inovasi baru dan mempelajari strategi yang diterapkan oleh *entrepreneur* yang sukses agar mereka dapat meningkatkan minat dan keyakinan diri mereka. Pengalaman terhadap *entrepreneur* baik sukses ataupun tidak memberikan seseorang kesempatan untuk menguasai kemampuan-kemampuan (Minniti dan Bygrave, 2001). Menurut Scherer et al 2005, berinteraksi dengan *role models* yang positif secara langsung dengan *entrepreneur* lain dan pemilik bisnis.

Menurut Delle dan Amadu (2016), individu yang memiliki sifat cenderung mengambil inisiatif dan bertindak untuk mencapai tujuan mereka dan tidak hanya menunggu kesempatan yang ada disebut individu yang memiliki kepribadian proaktif (*proactive personality*). Kepribadian proaktif terkait dengan upaya aktif yang dilakukan oleh individu untuk mempengaruhi perubahan dalam lingkungannya. Mereka percaya dengan tindakan yang mereka lakukan akan mempengaruhi hasil yang diinginkan sehingga kepercayaan diri (*self-efficacy*) mereka meningkat dalam menghadapi tantangan yang ada. Contoh dari *self-efficacy* adalah ketika seseorang menghadapi ulangan yang sangat sulit. Meskipun tantangannya besar, orang tersebut memiliki *self-efficacy* yang tinggi dan mereka menetapkan tujuan untuk mendapatkan nilai tertinggi dengan giat belajar dan

mendedikasikan waktunya. Jika konsep ini diterapkan dalam konsep *entrepreneur*, *self-efficacy* dapat memberikan dampak positif karena dengan meningkatnya pemahaman dan penguasaan strategi terhadap *entrepreneur* akan membuat seorang wirausahawan memiliki peluang lebih besar untuk menjadi sukses.

Menjalankan bisnis dengan resiko yang bervariasi tidak mudah dan seorang *entrepreneur* harus memiliki *self-efficacy* untuk dapat menjalankan bisnis dengan baik. Mustifa dan Ekawati (2017) sependapat bahwa efisiensi akan membantu *entrepreneur* dalam membuat keputusan ditengah ketidakpastian. *Entrepreneurial self-efficacy* merujuk pada penerapan efektivitas dalam penelitian kewirausahaan yang berkaitan dengan seberapa besar keyakinan seorang wirausahawan terhadap kemampuannya agar menyelesaikan berbagai proyek dan tugas kewirausahaan (Chen et al., 1998; Boyd dan Vozikis, 1994). Penelitian oleh Drnovšek et al. (2010) menunjukkan *self-efficacy* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *entrepreneurial intention*, di mana individu yang memiliki *self-efficacy* tinggi pada umumnya memiliki niat kewirausahaan yang lebih kuat. Kemungkinan besar mencapai hasil yang positif dengan menjalankan rencana yang ditentukan dan mereka juga memiliki *intention* yang lebih besar terhadap *entrepreneurship*.

Entrepreneurial Intention adalah keinginan kuat seseorang dalam memulai bisnis atau menjadi seorang wirausahawan. Keinginan kuat ini didorong karena adanya ekspektasi termasuk potensi keuangan ekonomi, kebebasan untuk mengejar ambisi. *Entrepreneur education* dan *entrepreneurial experience* ditemukan bahwa dapat meningkatkan *entrepreneurial intention* berdasarkan beberapa studi seperti (Wilson et al, 2007; Cooper and Lucas, 2006). Kompetensi milenial sekarang akan menentukan masa depan negara. Didalam era modern dengan perkembangan teknologi, milenial perlu lebih kreatif, berinovasi untuk menciptakan pekerjaan di Indonesia.

Berdasarkan penjelasan diatas, peneliti merasa perlunya dilakukan penelitian yang berkaitan dengan *entrepreneurial intention* pada Generasi Z.

Tingkat pengangguran dan perekonomian di Indonesia dapat diselesaikan dengan lapangan kerja yang lebih banyak. Dari variabel-variabel yang dipaparkan sebelumnya yaitu *Entrepreneurship Education*, *Others Entrepreneurship Experience* dan *entrepreneurial knowledge* memiliki dampak yang positif terhadap *entrepreneurial self-efficacy*. Sedangkan *entrepreneurial self-efficacy* berdampak positif terhadap *entrepreneurial intention*. Penelitian ini bertujuan untuk mengukur dampak faktor-faktor tersebut agar dapat menganalisa *entrepreneurial intention* dari Generasi Z di Indonesia.

1.2 Rumusan Masalah dan Pertanyaan Penelitian

Kesimpulan yang dapat diambil dari latar belakang yang dipaparkan bahwa kebanyakan pemuda Indonesia ingin menjadi seorang wirausahawan namun kenyataannya hanya 8% yang berhasil menjadi *entrepreneur*. Hal ini disebabkan karena banyaknya tantangan yang perlu dihadapi agar dapat menjadi *entrepreneur* seperti kurangnya pengetahuan *entrepreneur* atau karakter mereka yang kurang *proactive*.

Berdasarkan penjelasan di latar belakang, masalah yang dihadapi adalah bagaimana meningkatkan minat *entrepreneur* pada Generasi Z, dimana generasi tersebut memiliki potensi yang besar untuk menjadi wirausahawan maka dari itu *Entrepreneurship Education*, *Entrepreneurial Experience* dan *Proactive Personality* ini sangat penting untuk membangun dan meningkatkan *awareness* dan minat mereka terhadap kewirausahaan dengan *Entrepreneurial Self-Efficacy* sebagai mediating variabel.

Terdapat lima variabel yang dapat diukur dalam penelitian ini. Pendidikan kewirausahaan (*Entrepreneurship Education*) memiliki kemampuan untuk meningkatkan sikap kewirausahaan (Dou et al., 2019). Menurut Rahayu (2019), berdasarkan teori sikap, perilaku terencana terhadap suatu perilaku dapat dianggap sebagai *intention*. Pertumbuhan jumlah pengusaha negara tertentu sangat dipengaruhi oleh peran lembaga pendidikan dalam menerapkan sistem

pembelajaran kewirausahaan yang efektif. Dalam penelitian ini, Pendidikan Kewirausahaan diharapkan dapat mempengaruhi *entrepreneurial self-efficacy*. Selanjutnya variabel *Others Entrepreneurship Experience* dimana studi oleh Zhao et al (2005) menunjukkan bahwa pengalaman sebelumnya dalam berwirausaha memprediksi niat di masa akan mendatang, penelitian ini akan menunjukkan bahwa *Others Entrepreneurship Experience* berpengaruh terhadap *entrepreneurial self-efficacy*. Variabel berikutnya adalah *proactive personality*. Seorang peneliti, Crant menemukan bahwa *proactive personality* dapat memprediksi variasi niat kewirausahaan di kalangan 181 mahasiswa, bahkan setelah mempertimbangkan faktor seperti gender, pendidikan, dan orang tua yang merupakan pengusaha. Variabel selanjutnya yaitu *self-efficacy*. Berbagai studi mendefinisikan *self-efficacy* sebagai variabel yang berfungsi sebagai mediator, mengingat posisinya sebagai faktor internal individu. *Self-efficacy* menurut Sukmaningrum & Rahardjo (2017) bahwa faktor internal atau psikologi dimana seseorang merasa percaya diri dan mereka dapat menyelesaikan hal yang mereka targetkan. Penelitian oleh Puni et al. (2018), dan Utomo (2014) menunjukkan bahwa *entrepreneurship education* dapat memengaruhi *entrepreneurial intention* melalui *self-efficacy*, serta dipengaruhi oleh lingkungan keluarga, seperti yang diungkapkan dalam penelitian oleh Agusmiati & Wahyudin (2019), Al Ayyubi et al. (2018), dan Kurniawan et al. (2016).

Maka dari itu, peneliti membuat hipotesis dalam penelitian ini melalui pertanyaan berikut ini:

1. Apakah *Entrepreneurial Education* mempengaruhi secara positif terhadap *Entrepreneurial Self-Efficacy*?
2. Apakah *Others Entrepreneurship Experience* mempengaruhi secara positif terhadap *Entrepreneurial Self-Efficacy*?
3. Apakah *Proactive Personality* mempengaruhi secara positif terhadap *Entrepreneurial Self-Efficacy*?
4. Apakah *Entrepreneurial Self-Efficacy* mempengaruhi secara positif terhadap *Entrepreneurial Intention*?

5. Apakah *Entrepreneurship Education* mempengaruhi secara positif terhadap *Entrepreneurial Intention* dengan *Entrepreneurial Self-efficacy* sebagai *mediating variable*?
6. Apakah *Others Entrepreneurship Experience* mempengaruhi secara positif positif terhadap *Entrepreneurial Intention* dengan *Entrepreneurial Self-efficacy* sebagai *mediating variable*?
7. Apakah *Proactive Personality* mempengaruhi secara positif terhadap *Entrepreneurial Intention* dengan *Entrepreneurial Self-efficacy* sebagai *mediating variable*?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang dijelaskan sebelumnya dalam penelitian ini memiliki tujuan, yaitu:

1. Agar menganalisis dan mengetahui adanya pengaruh positif *Entrepreneurship Education* terhadap *Entrepreneurial Self-efficacy*.
2. Agar menganalisis dan mengetahui pengaruh positif *Others Entrepreneurship Experience* terhadap *Entrepreneurial Self-efficacy*.
3. Agar menganalisis dan mengetahui adanya pengaruh positif *Proactive Personality* terhadap *Entrepreneurial Self-efficacy*.
4. Agar menganalisis dan mengetahui adanya pengaruh positif *Entrepreneurial Self-Efficacy* terhadap *Entrepreneurial Intention*.
5. Agar menganalisis dan mengetahui adanya pengaruh positif *Entrepreneurship Education* terhadap *Entrepreneurial Intention* dengan *Entrepreneurial Self-efficacy* sebagai *mediating variable*.
6. Agar menganalisis dan mengetahui adanya pengaruh positif *Others Entrepreneurship Experience* terhadap *Entrepreneurial Intention* dengan *Entrepreneurial Self-efficacy* sebagai *mediating variable*.

7. Agar menganalisis dan mengetahui adanya pengaruh positif *Proactive Personality* terhadap *Entrepreneurial Intention* dengan *Entrepreneurial Self-efficacy* sebagai *mediating variable*..

1.4 Manfaat Penelitian

Dalam penelitian ini baik dari segi akademis maupun keefektifan, peneliti mengharapkan dapat memberikan ilmu yang bermanfaat. Berdasarkan temuan penelitian ini, berikut adalah manfaat-manfaat yang dapat diperoleh:

1.4.1 Manfaat Akademis

Peneliti berharap hasil dari penelitian ini dapat memberikan dampak yang relevan dengan topik penelitian ini, yaitu kewirausahaan, khususnya dalam membangun minat kewirausahaan di kalangan mahasiswa. Dengan demikian, peneliti di masa depan yang mengkaji hal-hal terkait kewirausahaan dapat menjadikan penelitian ini sebagai sumber referensi dan memperluas pemahaman mereka tentang *entrepreneurial intention* pada Generasi Z, terutama terkait dengan Pendidikan Kewirausahaan, pengetahuan kewirausahaan, kepribadian proaktif, dan *entrepreneurial self-efficacy*.

1.4.2 Manfaat Praktis

Peneliti berharap bahwa temuan dari penelitian ini, yang mencakup saran, solusi, dan informasi yang ada, dapat memberikan kontribusi yang bermanfaat bagi Generasi Z yang tertarik pada kewirausahaan. Di samping itu, penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan mengenai pengaruh Pendidikan Kewirausahaan, Pengalaman Kewirausahaan Lainnya, kepribadian proaktif, dan niat kewirausahaan terhadap *entrepreneurial intention* pada Generasi Z.

1.5 Batasan Penelitian

Penelitian yang dilakukan oleh penulis memiliki beberapa batasan dalam ruang lingkup yang diharapkan dapat memfokuskan perhatian terhadap masalah yang telah diidentifikasi sebelumnya. Dalam penelitian ini, dibawah ini batasan-batasan yang berkaitan dengan permasalahan:

1. Variabel yang digunakan peneliti sebanyak 5 variabel, yaitu : *Entrepreneurship Education, Proactive Personality, Others Entrepreneurship Experience, Entrepreneurial Self-Efficacy* dan *Entrepreneurial Intention*.
2. Responden yang diperoleh merupakan Generasi Z dengan *range* usia 12-27 tahun dan berminat untuk menjadi *entrepreneur*.
3. Peneliti mengambil data dengan menggunakan kuisoner *online* yaitu *google form*.
4. Objek yang diteliti adalah minat *entrepreneur* Generasi Z di Indonesia.
5. Peneliti mengolah data kuesioner dengan menggunakan *software* Smart PLS 4.

1.6 Sistematika Penulisan

Berdasarkan pada struktur penulisan skripsi yang telah ditetapkan oleh UMN mengenai *guideline* pengerjaan skripsi, penelitian ini dibagi menjadi 5 bab. Berikut ini adalah penjelasan mengenai 5 bab mengenai struktur penulisan di dalam skripsi:

BAB 1 PENDAHULUAN

Pada bab 1 ini, peneliti menguraikan latar belakang penelitian, hipotesis penelitian, tujuan penelitian, rumusan masalah, manfaat penelitian, sistematika penulisan penelitian serta batasan penelitian. .

BAB II LANDASAN TEORI

Bab yang menjelaskan mengenai landasan teori yang berkaitan dengan pembuatan penelitian yaitu *entrepreneurial intention*, *Entrepreneurship Education*, *Others Entrepreneurship Experience*, *proactive personality*, *entrepreneurial intention* dan Generasi Z. Hipotesis dan kerangka penelitian terdapat di bab 2 bertujuan menjawab masalah yang telah dijelaskan dilatar belakang.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab 3 berisi mengenai penjelasan gambaran umum, rancangan penelitian, Tabel operasionalisasi variabel, analisa data dan cakupan penelitian terhadap objek penelitian yang diuji.

BAB IV ANALYSIS DAN PEMBAHASAN

Pada bab 4, terdapat penjelasan secara detail mengenai hasil analisis dan penelitian. Peneliti juga akan melampirkan hasil uji yang ia lakukan yang berkaitan dengan uji statistik beserta penjelasan yang *relevant* dengan penelitian yang dilaksanakan oleh penulis.

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

Bab ini merupakan bab yang berisi kesimpulan yang didasarkan pada hasil penelitian yang dilakukan oleh penulis. Penulis juga menyampaikan manfaat yang diharapkan dapat berguna bagi peneliti selanjutnya.