

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

Pada bab pertama dari makalah penelitian ini, penulis akan menguraikan latar belakang seluruh penelitian, bersama dengan masalah yang terjadi, yang mengarah ke manfaat penelitian. Bagian ini ditutup dengan tujuan penelitian dan juga sistematika penulisan.

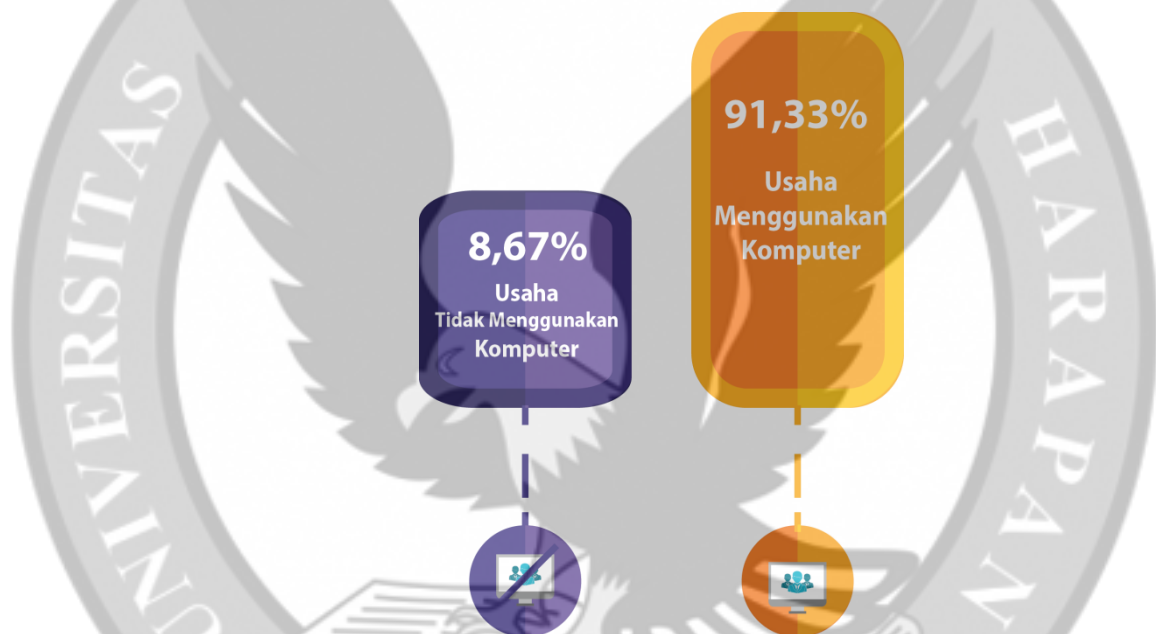
### **1.1 Latar belakang masalah**

#### **1.1.1 Masalah Lingkungan dan Sosial di Indonesia**

Indonesia merupakan negara pengimpor minyak, karena sejak tahun 2004, Indonesia telah menjadi negara net importir minyak. Kebutuhan bahan bakar minyak mencapai 1,6 juta barel per hari sedangkan kapasitas produksi hanya 800.000 barel per hari. Peningkatan konsumsi energi didorong oleh pertumbuhan ekonomi dan penduduk, penggunaan energi yang tidak efisien dan subsidi pemerintah untuk konsumsi energi. Potensi energi fosil menunjukkan bahwa cadangan minyak bumi tinggal 12 tahun, gas alam 33 tahun, batubara 82 tahun. Ketergantungan pada energi fosil membawa implikasi pada kerawanan energi, dampak lingkungan dan sosial, serta pemanasan global dan perubahan iklim (Hadi et al., 2018). Untuk itu perlu dilakukan perubahan perilaku dalam mengkonsumsi energi baik individu (rumah tangga, perilaku masyarakat) dan kelembagaan (industri, pemerintah, swasta). Sehingga muncullah ide-ide sosial, mengidentifikasi peluang dan solusi untuk pembangunan sosial yang

berkelanjutan. Menciptakan nilai sosial atau memecahkan masalah sosial melalui solusi inovatif adalah tujuan utama kewirausahaan sosial (Tan et al., 2019).

Di era teknologi digital, wirausaha muda juga dituntut mengoptimalkan digital dalam usahanya. Sebanyak 91,33 persen usaha dengan skala UMB di Indonesia telah menggunakan komputer. Lapangan usaha dengan tingkat penggunaan komputer tertinggi yaitu kegiatan aktivitas kesehatan manusia dan aktivitas sosial, sebesar 99,73 persen, sedangkan terendah yaitu kegiatan industri pengolahan, sebesar 78,37 persen, seperti yang ditunjukkan pada gambar berikut.



Gambar 1.1 Persentase Usaha Menurut Penggunaan Komputer

Sumber: BPS, (2020)

Gambar di atas menunjukkan bahwa penggunaan komputer tersebut terindikasi melakukan efisiensi dalam kegiatan usahanya serta berpeluang untuk bertahan terhadap globalisasi.

### 1.1.2 Kewirausahaan Sosial

Kewirausahaan telah menjadi salah satu topik pertumbuhan terbesar dalam beberapa dekade terakhir (Ko & Kim, 2020). Terdapat alasan mengapa

memahami kewirausahaan menjadi sangat penting, yaitu secara praktis, ketika sistem ekonomi berada pada saat terjadi resesi (periode saat terjadi penurunan roda perekonomian) khususnya bagi generasi Z menjadi kelompok usia dengan potensi wirausaha dan potensi pasar yang sangat besar. Mereka cenderung memuji kewirausahaan sebagai kendaraan untuk memberikan solusi untuk menghadapi kesengsaraan ekonomi, kemudian menekankan perhatian kewirausahaan untuk mengambil produk atau layanan ke pasar dan menghasilkan nilai.

Selain itu, selama dekade terakhir pemerintah, akademisi dan praktisi telah mulai menempatkan penekanan yang lebih besar pada kewirausahaan sosial. Kegiatan ini menyiratkan bahwa produk, layanan dan hasil dari proses inovatif kewirausahaan memiliki nilai sosial di luar efek langsung pada pihak transaksional. Secara teoritis, ada kebutuhan untuk mengembangkan tentang bagaimana inisiatif dan proses tersebut dapat berfungsi, bagaimana mereka dapat didukung untuk bekerja lebih efektif, dan untuk mengidentifikasi faktor-faktor penghambat utama (Chell et al., 2016).

Gagasan kewirausahaan sosial telah ada sejak 1950-an, namun dalam dekade terakhir ini kewirausahaan sosial telah menjadi aliran sastra besar dan berpengaruh serta telah diidentifikasi sebagai mekanisme yang kuat untuk menghadapi kemiskinan (Saebi et al., 2018). Meskipun menurut Choi & Majumdar (2013), konsep kewirausahaan sosial sendiri masih diperdebatkan karena sangat sulit untuk menemukan definisi universal kewirausahaan sosial, sehingga hal tersebut mendorong makna yang berbeda di antara berbagai pihak. Akibatnya, bahkan setelah lebih dari dua dekade, penelitian tentang konsep ini

dianggap masih dalam masa pertumbuhan dengan kemajuan minimal dalam pengembangan teori.

Di Indonesia sendiri, kegiatan-kegiatan kewirausahaan sosial adalah suatu bentuk usaha yang tidak mencari keuntungan, namun hanya membutuhkan dukungan operasional. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Komisi Ekonomi dan Sosial Perserikatan Bangsa-Bangsa (UN-ESCAP) dan British Council pada tahun 2018, kewirausahaan sosial di Indonesia dapat menjadi sarana pokok di dalam membangun sektor ekonomi kreatif dan inklusif. Hal ini terbukti dari sekitar 340.000 wirausaha sosial yang ada di Indonesia, sektor yang paling diminati ialah sektor industri kreatif dengan persentase 22% dari total keseluruhan. Tidak hanya itu, kewirausahaan sosial juga telah berkontribusi di dalam meningkatkan Pendapatan Domestik Bruto (PDB) sebanyak 1,9 persen. Setidaknya terdapat beberapa kewirausahaan sosial yang ada di Indonesia, seperti (Majalah CSR, 2019):

#### 1. Pandawa Agri Indonesia

Pandawa Agri Indonesia adalah perusahaan berbasis *life science* pertama dari Indonesia dan saat ini satu-satunya perusahaan yang memiliki inovasi dalam pengembangan produk pengurangan pestisida (pestisida reductant). Berawal dari inovasi tersebut, Pandawa Agri Indonesia berkomitmen membantu pelaku usaha pertanian untuk menciptakan praktik pertanian yang berkelanjutan, ramah lingkungan, aman bagi pengguna, dan juga hemat biaya.



Gambar 1.2 Pandawa Agri Indonesia

Sumber: Pandawa Agri Indonesia (2021)

## 2. Peek.Me Naturals

Peek.Me Naturals adalah penyedia produk dan jasa konsultasi di bidang aromaterapi. Wirausahawan sosial di Jakarta memiliki visi untuk meningkatkan kesadaran masyarakat Indonesia akan pencegahan kesehatan secara keseluruhan, meningkatkan kualitas hidup masyarakat dan menerapkan nilai-nilai mengenai kesehatan kepada generasi berikutnya. Peek.Me Naturals juga menawarkan akses yang mudah untuk kebutuhan kesehatan keluarga, dari *personal care* sampai *natural remedy*, hingga menyediakan konsultasi kesehatan gratis untuk kebutuhan kesehatan khususnya untuk anak-anak.





Gambar 1.3 Peek.Me Naturals

Sumber: Peek.Me Naturals (2021)

### 3. Waste4Change

Waste4Change (W4C) adalah wirausaha sosial yang didirikan pada tahun 2014 dengan misi untuk menyediakan Indonesia bebas sampah dengan layanan pengelolaan sampah yang ramah lingkungan dan bertanggung jawab. Layanan pembuangan komprehensif yang terdiri dari sarana untuk lingkungan yang berkelanjutan, kerja kampanye, pengumpulan dan pembuatan produk daur ulang.



Gambar 1.4 Waste4Change

Sumber: Waste4Change (2021)

#### 4. Mahoni Edukasi Digital

Pengembang aplikasi yang ingin memberikan pendidikan digital gratis menyediakan lebih dari 2.000 ebook untuk SD, SMP, SMU, dan SMK. Pendidikan Digital Mahoni membuat pendidikan terjangkau mudah diakses melalui satu aplikasi. Mahoni Digital Education bertujuan untuk meningkatkan kualitas pendidikan yang mudah diakses masyarakat melalui program Buku Sekolah Digital (BSD).



Gambar 1.5 Mahoni Edukasi Digital

Sumber: Mahoni Edukasi Digital (2021)

#### 1.1.3 Generation Z

Keempat pengusaha yang telah dijelaskan di atas adalah generasi Z yang tertarik untuk melakukan kegiatan kewirausahaan sosial. Kini pengusaha dari generasi Z mulai kreatif untuk melampaui keuntungan dan berkembang, tidak hanya menjadi individu yang bertanggung jawab secara sosial tetapi juga untuk menanamkan nilai-nilai sosial ke dalam organisasi mereka. Generasi Z adalah generasi yang lahir sekitar tahun 1997 hingga tahun 2000-an. Generasi Z kadang disebut igen karena masih muda dan belum sadar akan hidup tanpa teknologi. Gen

Z dianggap sangat ingin tahu, ambisius, cerdas secara digital, percaya diri, bertanya kepada pihak berwenang, banyak menggunakan bahasa gaul, menghabiskan lebih banyak waktu sendirian, dan sangat ingin tahu (Utami, 2021).

Banyak generasi Z memiliki preferensi untuk memulai bisnis mereka sendiri atau melakukan pekerjaan kontrak (Powers, 2018). Generasi Z adalah generasi pragmatis, *self-starter*, dan wirausahawan. Dengan demikian, jika misalnya, peluang tidak ada, generasi Z terdorong untuk menciptakan dan membangun peluang tersebut sendiri. Generasi Z mempertimbangkan pilihan mereka dalam hal jalur karier yang andal sambil menghindari jebakan utang. Berbekal semangat kewirausahaan generasi milenial, tetapi dengan sedikit lebih hati-hati dan pemikiran ke depan, generasi Z akan membuka jalan menuju kesuksesan tanpa mengikuti aturan orang lain (Purnomo et al., 2019).

Generasi Z lebih terhubung secara digital daripada generasi sebelumnya selama tahun-tahun pembentukan mereka, jadi mungkin tidak mengherankan jika responden survei mengatakan bahwa mereka merasa mahir secara teknologi, dengan tingkat kemandirian yang tinggi. Lanskap pendidikan yang digerakkan secara digital saat ini berarti bahwa Gen Z mendapatkan paparan pemberdayaan kewirausahaan sejak usia sangat dini, dan mereka dapat mulai menerapkan keterampilan tersebut segera (Lindzon, 2021). Beberapa alasan generasi Z memilih jalur wirausaha adalah tak mau dibatasi, kuliah bukan jaminan sukses, situs layanan *freelance* dan *peer-to-peer*, media sosial dimana-mana, akses berlimpah, dan mentor (Purnomo et al., 2019).

Beberapa pengusaha dari generasi Z terlibat dalam kegiatan aktif sosial yang sangat tertanam dalam kegiatan kewirausahaan mereka dan dikenal sebagai



kewirausahaan sosial. Kegiatan tersebut biasanya dilihat sebagai individu dan organisasi yang menggunakan logika bisnis dengan cara baru yaitu fokus pada niat kewirausahaan sosial. Hal tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ko & Kim (2020) menyebutkan bahwa kewirausahaan sosial tingkat individu berfokus pada niat kewirausahaan sosial. Niat itu sendiri muncul ketika ada motif, mengingat bahwa usaha kewirausahaan membutuhkan motivasi untuk berkomitmen dalam waktu yang lama, sehingga dianggap penting untuk memahami sifat berorientasi diri dari dorongan manusia dalam kewirausahaan sosial. Untuk itu penting untuk memperhatikan identitas peran pengusaha.

Penelitian yang dilakukan oleh Murnieks et al. (2014) menemukan bahwa sentralitas identitas kewirausahaan meningkatkan gairah kewirausahaan yang ditujukan bagi pengusaha untuk mendirikan dan mengoperasikan usaha baru. Dengan memiliki identitas, setiap individu yang terlibat dalam kegiatan kewirausahaan memiliki alasan yang berbeda dan dengan motivasi yang berbeda dan dapat mengembangkan identitas kewirausahaan yang berbeda (Alsos et al., 2016). Akan sangat bermanfaat untuk penyelidikan lebih lanjut dalam konteks memahami faktor-faktor yang mempengaruhi niat seseorang untuk menjadi pengusaha sosial yaitu dengan meneliti identitas sosial mereka. Terdapat tiga jenis identitas kewirausahaan murni: *Darwinians*, *Communitarians* dan *Missionaries*. *Darwinians* mengidentifikasi dengan pembentukan perusahaan yang kuat dan menguntungkan, *Communitarians* mengidentifikasi dengan produk yang mereka tawarkan dan pengguna produk tersebut. Tipe ketiga, *Missionaries*, mengidentifikasi dengan tujuan atau sebab sosial dan percaya bahwa perusahaan dapat menjadi agen perubahan dalam masyarakat. Pengusaha dapat berhubungan

dengan salah satu jenis identitas murni ini atau kombinasi dari mereka (Alsos et al., 2016).

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Brändle et al. (2018) bahwa pengusaha yang memiliki identitas tipe *Darwinians* yang mementingkan diri sendiri lebih cenderung merasa kompeten, sementara pengusaha yang memiliki identitas *Missionaries* yang mencoba untuk memajukan penyebab yang berlaku bagi masyarakat luas tidak menunjukkan tingkat *self-efficacy* kewirausahaan yang tinggi. Sementara penelitian yang dilakukan oleh Ko & Kim (2020) menemukan bahwa terdapat hubungan positif antara identitas sosial *Missionaries* dengan niat kewirausahaan sosial dan identitas sosial *Darwinians* memiliki dampak negatif pada niat kewirausahaan sosial.

Dari penelitian di atas, dapat dikatakan bahwa identitas sosial pengusaha sangat penting untuk menjelaskan perilaku dan sikapnya dalam pengambilan niat kewirausahaan sosial khususnya generasi milenial. Untuk itu, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut dengan judul “Pengaruh Identitas Sosial Terhadap Niat Kewirausahaan Sosial Pada Generasi Z Di Indonesia”.

## **1.2 Masalah Penelitian**

Kewirausahaan sosial telah muncul sebagai cara untuk membantu pemerintah mengatasi masalah sosial seperti kemiskinan, penyakit, kematian dan kualitas hidup yang buruk yang disebabkan oleh ketidakmampuan manusia. Konsep ini sesuai dengan situasi masyarakat Indonesia yang banyak terjadi masalah sosial.

Namun, pemerintah dan sektor swasta tampaknya memiliki jalan yang berbeda satu sama lain dalam mengatasi masalah khususnya apa yang dilakukan oleh generasi Z, dimana generasi Z dikenal karena kemampuan kolektif mereka untuk membuka jalan mereka sendiri, menciptakan solusi baru untuk masalah lama dan memajukan isu-isu yang mereka sukai untuk mendorong dampak yang berarti pada skala yang belum pernah kita lihat sebelumnya.

Dengan kata lain, koordinasi antara pemerintah dan sektor swasta khususnya generasi Z untuk mitigasi masalah sosial berbeda jalan. Oleh karena itu, ada kebutuhan untuk memetakan kehadiran perusahaan sosial di Indonesia, bersama dengan misi, karakteristik, jenis dan aspek operasional mereka untuk lebih memahami keadaan entrepreneurship sosial. Selain itu, penting untuk mengidentifikasi identitas sosial yang dimiliki pengusaha sosial dan mengevaluasi individu mana dengan tiga jenis identitas sosial pengusaha sosial yang berbeda (*Darwinians*, *Communitarians* dan *Missionaries*) akan lebih cenderung memiliki niat kewirausahaan sosial.

### **1.3 Tujuan penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian yang akan dicapai dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui adanya pengaruh identitas sosial *darwinians* terhadap niat kewirausahaan sosial.
2. Untuk mengetahui adanya pengaruh identitas sosial *communitarians* terhadap niat kewirausahaan sosial.

3. Untuk mengetahui adanya pengaruh identitas sosial *missionaries* terhadap niat kewirausahaan sosial.

#### **1.4 Pertanyaan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, dapat dirumuskan masalah sebagai berikut:

1. Apakah identitas sosial *darwinians* memiliki pengaruh negatif yang signifikan terhadap niat kewirausahaan sosial?
2. Apakah identitas sosial *communitarians* memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap niat kewirausahaan sosial?
3. Apakah identitas sosial *missionaries* memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap niat kewirausahaan sosial?

#### **1.5 Pembatasan Penelitian**

Penelitian ini di batasi oleh beberapa kondisi, sebagai berikut:

1. Penelitian ini mengambil sampel generasi Z, yaitu mahasiswa/I universitas yang berada di provinsi di DKI Jakarta dan sekitarnya.
2. Variabel penelitian yang diteliti terdiri dari: identitas sosial *darwinians*, *communitarians*, *missionaries* dan niat kewirausahaan sosial.

#### **1.6 Manfaat penelitian**

Diharapkan penelitian ini dapat memberikan manfaat untuk akademis dan praktisi, penjabarannya sebagai berikut:

1. Manfaat Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah ilmu pengetahuan dalam bidang kewirausahaan. Serta diharapkan dapat merangsang dilakukannya penelitian lain yang lebih mendalam dan terhadap persoalan mengenai pengaruh identitas sosial terhadap niat kewirausahaan sosial.

## 2. Manfaat praktisi

### a. Bagi Wirausaha Sosial

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan dalam rangka mengetahui pengaruh identitas sosial terhadap niat kewirausahaan social, sehingga nantinya dapat diketahui langkah-langkah apa saja yang dapat digunakan sebagai seorang wirausaha.

### b. Bagi peneliti

Menyelesaikan tugas akhir, serta memberikan wawasan yang lebih luas dari penerapan ilmu-ilmu yang sudah diperoleh dalam perkuliahan dan media referensi bagi peneliti selanjutnya yang nantinya menggunakan konsep dan dasar penelitian yang sama.

## 1.7 Sistematika penulisan

Penelitian ini dibagi kedalam beberapa tahapan sistematika penulisan diantaranya sebagai berikut:

### **BAB I PENDAHULUAN**

Pada bab ini penulis akan membahas mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.



## **BAB II LANDASAN TEORI**

Pada landasan teori dibahas mengenai teori-teori yang telah dikemukakan oleh para ahli melalui jurnal-jurnal untuk digunakan dalam menyusun penelitian ini.

## **BAB III METODE PENELITIAN**

Pada bab metode penelitian yang membahas tentang teknik pengumpulan data, analisis pengumpulan data dalam pendekatan kuantitatif, menentukan objek dan subjek yang diteliti, memilih lokasi penelitian, serta melakukan uji validitas dan reliabilitas.

## **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Pada bab ini penulis akan memberikan hasil dari penelitian yang telah dilakukan dan hasil pengujian berdasarkan data-data yang telah dikumpulkan. Bab ini sangat penting karena berisi pemaparan dari analisis yang dilakukan oleh peneliti untuk menjawab permasalahan penelitian.

## **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

Pada bab ini penulis akan memberikan kesimpulan dari hasil penelitian, keterbatasan penelitian dan implikasi teoritis dan managerial. Penulis akan memaparkan batasan masalah penelitian yang dihadapi dan memberikan saran yang dapat digunakan untuk penelitian selanjutnya.