

# **BAB I**

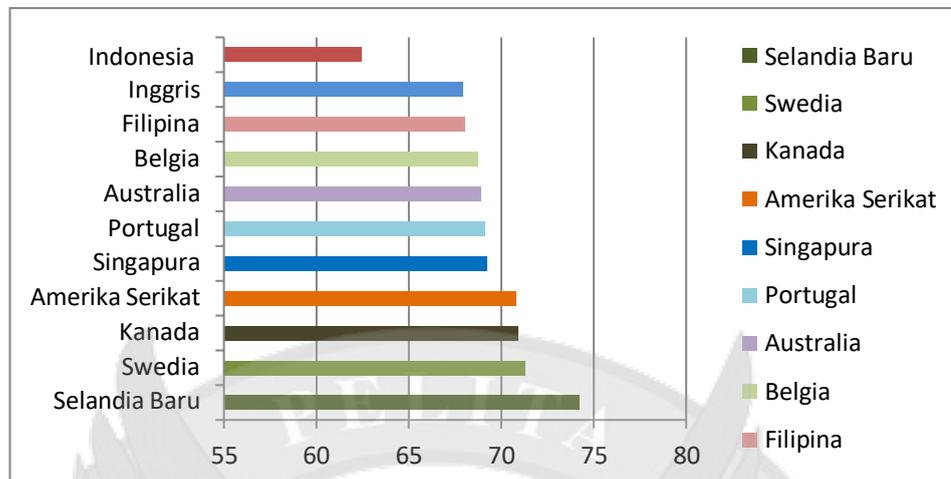
## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Penelitian**

Kewirausahaan pada dasarnya didefinisikan sebagai kemampuan menuangkan kreatifitas dan berinovasi yang digunakan sebagai kiat, dasar, sumber daya, dan proses serta perjuangan untuk menciptakan nilai tambah barang dan jasa yang dilakukan dengan mengambil risiko. Dengan demikian, pengetahuan kewirausahaan adalah apa yang diketahui tentang segala bentuk informasi yang akan olah lalu diproses dalam ranah kognitif berupa ingatan dan pemahaman tentang cara berbisnis sehingga memunculkan keberanian untuk mengambil risiko secara rasional dan logis. (Elistia, 2020). Pada dasarnya, wirausaha tidak terdiskriminasi antara wanita ataupun laki-laki. Namun, pada praktiknya di lapangan, terdapat perbedaan mencolok antara kewirausahaan wanita dan laki-laki.

Di Indonesia dari sekian banyak pelaku bisnis atau wirausaha yang berwirausaha di Indonesia 59,2 jutanya merupakan pelaku UMKM . kontribusi UMKM in lah yang membuat pendapatan nasional bisa menyentuh 61,1 persen . dan jika kita kerucutkan kembali dari jumlah pekalu UMKM tersebut lebih dari 37 jutanya pelaku UMKM merupakan perempuan, Menurut Bank Indonesia lebih dari 60 persen pelaku UMKM di Indonesia adalah wanita namun , kontribusi UMKM yang dikelola wanita hanya memberikan 9,1 persen terhadap PDB , hal ini membuktikan bahwa adanya masalah pada kewiraushaaan wanita di Indonesia Hal ini bisa terjadi karena pemilik bisnis ini tidak memiliki dukungan-dukungan dan tidak memiliki minat untuk berwirausaha, melainkan hanya sebuah paksaan, atau status saja. (Sirclo, 2021)

Selain itu, walaupun di Indonesia, perempuan memiliki persentase tinggi dalam berwirausaha, namun secara global, pelaku bisnis wanita di Indonesia masih terbilang sangat rendah dibandingkan dengan jumlah populasi masyarakat Indonesia yang sangat tinggi. Hal ini dapat dilihat dari bukti berikut:



Gambar 1.1 Indeks Pengusaha Perempuan di Sejumlah Negara

Sumber: KataData (2018)

Dari data di atas, terlihat bahwa memang indeks pengusaha wanita di Indonesia masih sangat rendah dan penduduk Indonesia menempati penduduk terbanyak ke 4 di dunia (DetikTravel, 2022) padahal kesetaraan gender di Indonesia masuk dalam 10 besar di dunia sebagai berikut:

Tabel 1.1 Kesetaraan Gender Global

Peringkat Asia	Peringkat Dunia	Skor (ekonomi)	Skor (pendidikan)	Skor (kesehatan)	Skor (Politik)
1. Filipina	10	0.764	1	0.979	0.416
2. Bangladesh	47	0.465	0.954	0.966	0.493
3. Mongolia	53	0.776	0.993	0.980	0.102
4. Laos	64	0.769	0.993	0.974	0.137
5. Singapura	65	0.752	0.977	0.971	0.110
6. Vietnam	69	0.738	0.972	0.957	0.124
7. Thailand	75	0.767	0.958	0.978	0.072
8. Mynamar	83	0.754	0.975	0.976	0.059
9. Indonesia	84	0.610	0.986	0.976	0.193
10. Kamboja	99	0,698	0,921	0.980	0.104

Sumber: KataData (2018)

Dari data di atas, membuat adanya gap penelitian dimana dengan jumlah masyarakat yang banyak, dengan kesetaraan gender yang baik, namun ternyata peminat wirausaha di Indonesia masih jauh di bawah negara-negara lain. Hal ini membuat adanya gap yang harus diteliti lebih lanjut.

Penelitian ini dijalankan guna mengetahui faktor-faktor yang dapat meningkatkan minat mahasiswi akhir untuk menjadi wirausaha. Niat merupakan salah satu faktor kekuatan dari seorang individu wirausaha. Niat berwirausaha adalah keinginan seseorang untuk mengambil suatu peluang, peluang atau menjalankan suatu usaha dengan menciptakan produk atau jasa baru. Berdasarkan Rasli *et al.* (2014) menyatakan bahwa niat berwirausaha adalah keinginan yang mendorong seseorang untuk menjalankan usaha. Niat berwirausaha mengacu pada kesiapan yang ditunjukkan untuk terlibat dalam perilaku tertentu dalam hal ini berwirausaha. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Anggadwita *et al* (2021) terdapat beberapa faktor yang dapat memengaruhi minat seorang wanita untuk menjadi wirausaha seperti socio-cultural environment dan social perception.

## **1.2 Perumusan Masalah**

Dari beberapa penelitian terdahulu yang ditemukan sebagai dasar acuan penelitian ini, maka penelitian ini akan menganalisa pengaruh dari socio-cultural environment dan social perception terhadap entrepreneurial intention melalui entrepreneurial orientation sebagai variabel mediasi. Selain itu, penelitian ini juga terfokus pada mahasiswi di Indonesia. Hal ini dikarenakan jumlah populasi wanita di Indonesia lebih tinggi, namun belum diketahui secara pasti, bagaimana minat wanita untuk menjadi wirausaha dari sudut pandang mahasiswi, sehingga penelitian ini mencoba menggali faktor- faktor yang dapat meningkatkan minat mahasiswi menjadi wirausaha. Berdasarkan uraian diatas maka rumusan masalah yang akan dijawab adalah bagaimana mempengaruhi minat berwirausaha. Pertanyaan penelitian yang bisa diambil adalah:

1. Apakah *socio-cultural environment* berpengaruh terhadap *entrepreneurial orientation* mahasiswi ?

2. Apakah *social perception* berpengaruh terhadap *entrepreneurial orientation* mahasiswa ?
3. Apakah *entrepreneurial orientation* berpengaruh terhadap minat mahasiswa untuk menjadi wirausaha?
4. Apakah *socio-cultural environment* berpengaruh terhadap minat mahasiswa untuk menjadi wirausaha?
5. Apakah *social perception* berpengaruh terhadap minat mahasiswa untuk menjadi wirausaha?
6. Apakah *entrepreneurial orientation* memediasi pengaruh *socio-cultural environment* terhadap minat mahasiswa untuk menjadi wirausaha?
7. Apakah *entrepreneurial orientation* memediasi pengaruh *social perception* terhadap minat mahasiswa untuk menjadi wirausaha?

### **1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian**

#### **1.3.1 Tujuan Penelitian**

Dari rumusan masalah di atas peneliti membuat tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh *socio-cultural environment* terhadap *entrepreneurial orientation* mahasiswa
2. Untuk mengetahui pengaruh *social perception* terhadap *entrepreneurial orientation* mahasiswa
3. Untuk mengetahui pengaruh *entrepreneurial orientation* terhadap minat mahasiswa untuk menjadi wirausaha
4. Untuk mengetahui pengaruh *socio-cultural environment* terhadap minat mahasiswa untuk menjadi wirausaha
5. Untuk mengetahui pengaruh *social perception* terhadap minat mahasiswa untuk menjadi wirausaha
6. Untuk mengetahui peranan *entrepreneurial orientation* dalam memediasi pengaruh *socio-cultural environment* terhadap minat mahasiswa untuk menjadi wirausaha

7. Untuk mengetahui peranan *entrepreneurial orientation* dalam memediasi pengaruh social perception terhadap minat mahasiswi untuk menjadi wirausaha

### 1.3.2 Kegunaan Penelitian

Bedasarkan tujuan penelitian di atas peneliti juga membuat manfaat penelitian yang nantinya di harapkan untuk bisa berguna untuk kepentingan orang banya, manfaat penelitian ini dibagi menjadi 2 Manfaat yaitu:

- a. Manfaat Praktis

Manfaat praktis dari penelitian ini adalah untuk membantu pihak pendidikan dalam meningkatkan minat mahasiswi menjadi wirausaha.

- b. Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis dari penelitian ini adalah:

- 1) Sebagai pedoman untuk penelitian selanjutnya yang juga meneliti mengenai kewirausahaan paska sarjana.
- 2) Sebagai bahan referensi dalam bidang pendidikan terutama pada kewirausahaan.