

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Menurut (Prince et al., 2021), definisi kewirausahaan memiliki keterkaitan dengan bisnis dan organisasi, ketidakpastian, inovasi, penciptaan nilai serta penciptaan dan pengenalan akan peluang. Wirausahawan terkadang dipandang lebih penting dibandingkan petahana karena potensi mereka menghasilkan pendapatan melalui bisnis baru, lapangan kerja, dan perubahan sosial, terutama di negara-negara berkembang (Kadarusman, 2020). Strategi pemerintah Indonesia untuk menghilangkan pengangguran dan kemiskinan adalah dengan meningkatkan jumlah wirausaha baru (Purwana et al., 2018).

Meskipun seperti itu, pada tahun 2022 jumlah wirausaha masih belum banyak di Indonesia, tercatat bahwa jumlah persentase wirausaha di Indonesia masih terbilang cukup sedikit yaitu masih sebesar 3,47% dari jumlah rata rata penduduk di Indonesia (MNC Media, 2022) atau bisa dikatakan hanya berjumlah sebesar 9 juta orang dari seluruh penduduk di Indonesia yang dimana sebesar 275,77 juta jiwa pada tahun tersebut. Yang dimana dalam segi persentase masih tergolong lebih rendah dari negara tetangga seperti Singapura mencapai sebesar 8,5%, serta Thailand dan Malaysia yang masing masing telah mencapai sebesar 4,5% dari jumlah penduduk mereka pada tahun yang sama.

Akan tetapi jika dibandingkan dari beberapa tahun sebelumnya, persentase pertumbuhan jumlah wirausaha di Indonesia bisa dikatakan mengalami kenaikan meskipun secara perlahan. Pada tahun 2016, tercatat sebesar 3.1% jumlah wirausaha di Indonesia (MNC Media, 2022) serta pada tahun 2019 tercatat sebesar 3.3% yang menjadikan wirausaha di Indonesia sebesar 8.2 juta jiwa pada tahun tersebut (Indonesia.go.id, 2022).

Kota Bitung merupakan kota yang terletak di posisi paling timur Sulawesi Utara, Indonesia dengan total penduduk terakhir tercatat sebesar 229.795 jiwa pada tahun 2022 (Badan Pusat Statistik, 2023). Kota Bitung sendiri dikenal dengan julukan Kota Lima Dimensi (mencakup pelabuhan, industri, perdagangan, pariwisata, dan pemerintahan) yang pada akhirnya berubah menjadi Kota Serbadimensi. Selain itu, Kota Bitung dikenal sebagai salah satu penghasil ikan terbesar di Indonesia serta penghasil ikan cakalang terbesar di Indonesia. Dengan kota yang memiliki lokasi yang strategis untuk usaha maka tidak heran jika Kota Bitung memiliki jumlah pengusaha yang cukup banyak, sebesar kurang lebih 31.248 pengusaha pada tahun 2021 di Kota Bitung (Badan Pusat Statistik, 2022).

Karena keterbukaan mereka terhadap risiko dan perubahan baru, serta kapasitas mereka untuk menyerap ide dan konsep baru, media, pemerintah, dan peneliti semakin fokus pada kewirausahaan generasi muda (Piecuch et al., 2019). Kewirausahaan di kalangan anak muda memiliki potensi untuk secara langsung memotivasi mereka sementara juga mempengaruhi generasi dan komunitas di mana mereka berfungsi serta mempromosikan kewirausahaan yang merupakan komponen penting untuk

memastikan pertumbuhan ekonomi nasional dan daerah (Egorov et al., 2019). Oleh karena itu demi meningkatkan pertumbuhan wirausaha terutama di kalangan anak muda, pada tahun 2022 terdapat beberapa organisasi yang bekerja sama dengan pemerintah Kota Bitung untuk membuat perencanaan berbagai program salah satunya *workshop* yang bertujuan untuk mengedukasi terutama para anak muda untuk berwirausaha serta untuk pengusaha muda agar dapat mengembangkan UMKM mereka beberapa diantara mereka adalah Himpunan Pengusaha Muda Indonesia (HIPMI) dan Ikatan Wanita Pengusaha Indonesia (IWAPI).

Berdasarkan Badan Perencanaan dan Pembangunan Daerah kota Bitung, BAPPEDA kota Bitung (2021) pada Rancangan Pembangunan Jangka Menengah Daerah (RPJMD) angka persentase wirausaha muda pada tahun 2021 tercatat sebesar 13% dari jumlah pemuda yang berdomisili di Kota Bitung, yang dimana pada tahun 2021 tercatat sebesar 56.556 jiwa , usia 15-30 tahun (Badan Pusat Statistik, 2022), menjadikan pada tahun tersebut terdapat sebesar 7.353 pemuda yang memilih untuk berwirausaha. Namun jika dibandingkan dengan jumlah pengusaha secara keseluruhan di Kota Bitung, pada tahun 2021 tercatat sebanyak 31.248 pengusaha (Badan Pusat Statistik, 2022), yang dimana sebesar 23,53% dari total jumlah pengusaha di Kota Bitung adalah pengusaha muda.

Dibandingkan dengan generasi lain, generasi Z dibedakan oleh kemampuan kewirausahaan yang kuat dan preferensi untuk melakukan banyak pekerjaan secara bersamaan, baik sebagai pekerja lepas, di rumah atau di kantor, dengan jam kerja yang fleksibel (Rahayu et al., 2023). Menurut penelitian (Purnomo et al., 2019) , 50% dari

Generasi Z tertarik berwirausaha sebagai jalur profesional, mereka memiliki keinginan kuat untuk mandiri dan rasa percaya diri yang tinggi. Mereka berpikir bahwa dengan mengambil tindakan, mereka dapat mempengaruhi perubahan di dunia. Pengalaman mereka menghadapi pandemi, respons alami terhadap *lockdown*, karantina, dan penutupan sekolah/bisnis, serta tingginya tingkat pengangguran, telah menciptakan kesadaran kolektif bagi generasi Z dan membentuk perspektif dunia mereka terhadap kewirausahaan (Saiyed & Srivastava, 2022). Dengan menjadi wirausaha, generasi Z dapat berkontribusi pada tujuan yang mereka pedulikan dan menjadi bagian penting dalam perekonomian global (Irawanto & Novianti, 2021). Di Kota Bitung jika berdasarkan data Badan Pusat Statistik (2022), pada tahun 2021 terdapat sebanyak 56.812 kaum generasi z (kelahiran 1997-2012) di Kota Bitung. Namun meskipun tidak ada data yang menunjukkan jumlah generasi z yang memilih untuk berwirausaha di Kota Bitung, akan tetapi dapat dilihat dari angka wirausaha muda di Kota Bitung yang mencakup dari umur 15-30 tahun, jumlah wirausaha muda termasuk generasi z didalamnya masih terbilang cukup sedikit.

Selama ini, pemerintah Indonesia telah mempromosikan sejumlah inisiatif untuk meningkatkan jumlah pengusaha dengan meningkatkan pendidikan kewirausahaan di semua tingkat pendidikan (Saptono et al., 2020). Menurut data RPJMD kota Bitung, jumlah tenaga kerja yang mendapatkan pelatihan kewirausahaan pada tahun 2021 terdapat sebanyak 25. Akan tetapi, untuk jumlah pemuda yang mendapatkan pelatihan kewirausahaan pada tahun 2021 masih belum ada. Dalam survei yang dilakukan secara terbuka pada anak muda yang berdomisili di kota Bitung yang terdiri dari beberapa

pelajar dari SMA Negeri 1 Bitung hingga mahasiswa dan lulusan S1 menanyakan “Apa mereka memiliki minat dalam berwirausaha?”, terdapat sebanyak 18 dari 23 orang yang memiliki minat dalam berwirausaha dan tiga diantaranya sudah memiliki usaha sendiri.

**Tabel 1.1 Indikator Kinerja Utama Perangkat Daerah Kota Bitung Tahun 2022-2026**

**Sumber: BAPPEDA Kota Bitung (2021)**

No.	Indikator	Satuan	2021
1.	Besaran Tenaga Kerja yang mendapatkan pelatihan kewirausahaan.	orang	25
2.	Cakupan pemuda yang mendapatkan pelatihan kewirausahaan	orang	0
3.	Persentase wirausaha muda	persentase	13

Menurut (Kong et al. 2020), niat wirausaha didefinisikan sebagai keyakinan yang diakui sendiri oleh orang-orang bahwa mereka bertujuan untuk mengembangkan usaha bisnis baru di masa depan. Anak muda lebih memungkinkan untuk memulai bisnis baru daripada orang tua dan kaum muda memiliki posisi yang baik untuk memanfaatkan sumber daya yang ada agar dapat memulai bisnis baru (Haris et al., 2018). Tentunya agar dapat mengetahui secara mendalam akan bagaimana para anak muda mendapatkan motivasi untuk niat berwirausaha, kita harus memiliki pemahaman akan apa yang mempengaruhi niat dalam berwirausaha. Kontribusi dari psikologi dan sosiologi mendominasi niat kewirausahaan, dengan penekanan pada ciri-ciri kepribadian tertentu dari seorang pengusaha (Utama et al., 2021).

*Personal values/ basic individual values* dipandang sebagai jendela menuju tindakan potensial dan keinginan mereka, mempengaruhi sikap dan perilaku, dan

memainkan peran utama dalam keputusan dan tindakan (Karimi & Makreer, 2020). *10 basic individual values* yang dicetuskan oleh Schwartz terdiri dari *Self-direction, Stimulation, Hedonism, Achievement, Power, Security, Comformity, Tradition, Benevolence, dan Universalism*. Nilai menentukan tujuan motivasi seseorang, dan orang individualistis lebih menekankan nilai-nilai seperti *self-direction, stimulation, hedonism, achievement, dan power*, sedangkan kolektivis menekankan kualitas seperti *benevolence, tradition, dan conformity* (Belic et al., 2022). Nilai individualistis merupakan motivator luas yang dapat membentuk fondasi tujuan. Terlepas dari kenyataan bahwa hubungan antara nilai individualistis dan kewirausahaan telah lama dikenal, penelitian empiris tentang hubungan antara nilai dan aktivitas kewirausahaan tertentu masih terbatas (Looi, 2019). Dalam hal ini, nilai individualistis merupakan faktor yang berpotensi signifikan pada niat berwirausaha (Morales et al., 2019).

Dalam penelitian ini membahas hubungan nilai individualistis (*Self-direction, Stimulation, Hedonism, Achievement, dan Power*) dengan niat berwirausaha (*Entrepreneurial Intention*). *Power, achievement, hedonism, stimulation, dan self-direction* adalah contoh nilai-nilai individualistis yang ditemukan dalam penelitian sebelumnya sebagai prediksi niat berwirausaha. Penelitian ini merupakan replikasi dari jurnal utama dari Looi (2019) yang berjudul *Undergraduates' motivations for entrepreneurial intentions: The role of individualistic values and ethnicity*. Dengan tujuan apakah model penelitian dari jurnal utama tersebut dapat diaplikasikan pada subjek dan objek penelitian yang dilakukan.

## 1.2 Rumusan Penelitian

Pertanyaan penelitian ini disusun sebagai berikut untuk mencapai tujuan penelitian tersebut di atas.

1. Apakah *self-direction* memiliki pengaruh positif pada niat kaum Gen Z untuk berwirausaha?
2. Apakah *stimulation* memiliki pengaruh positif terhadap niat kaum Gen Z dalam berwirausaha?
3. Apakah hedonisme memiliki pengaruh negatif dalam niat kaum Gen Z untuk berwirausaha?
4. Apakah *achievement* memiliki dampak positif untuk niat kaum Gen Z dalam berwirausaha?
5. Apakah *power* memiliki dampak positif terhadap niat kaum Gen Z untuk berwirausaha?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Dari rumusan masalah diatas, penelitian ini memiliki tujuan yaitu.

1. Untuk mengetahui pengaruh positif dari *self-direction* terhadap niat berwirausaha kaum Gen Z.
2. Untuk mengetahui pengaruh positif *stimulation* pada niat Gen Z untuk berwirausaha.

3. Untuk mengetahui pengaruh negatif hedonism terhadap niat berwirausaha Gen Z.
4. Untuk mengetahui pengaruh positif dari *achievement* kepada niat Gen Z untuk berwirausaha.
5. Untuk mengetahui pengaruh positif *power* terhadap niat berwirausaha kaum Gen Z.

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

Melalui penelitian ini diantisipasi untuk memberikan manfaat teoritis dan praktis, yang dimana sebagai berikut:

##### **1.4.1 Manfaat Teoritis**

Penelitian yang dilakukan diharapkan dapat mengungkap informasi dan penjelasan baru yang sebelumnya tidak diketahui. Selain itu juga diharapkan untuk memberikan pemahaman yang menyeluruh tentang hubungan antar variabel dalam penelitian ini, sekaligus sebagai acuan atau referensi.

##### **1.4.2 Manfaat Praktis**

Selain manfaat teoritis, penelitian ini juga memiliki manfaat praktis. Yang dimana melalui penelitian ini diharapkan untuk dapat memperluas wawasan dan menambah pengetahuan banyak orang tentang faktor-faktor yang mempengaruhi niat berwirausaha mereka. Ini juga akan membantu mereka memahami kewirausahaan dalam perspektif baru.



## **1.5 Ruang Lingkup Penelitian**

Dalam melakukan penelitian ini, peneliti menggunakan *questionnaire* (kuesioner) sebagai alat pengumpulan data melewati tahap *screening* calon responden diharapkan untuk memenuhi kriteria responden yang diperlukan untuk menjawab kuesioner lebih lanjut. Kriteria yang diharapkan adalah generasi z kelahiran 1997-2008 yang berdomisili di kota Bitung. Kuesioner hanya akan dibagikan kepada pemuda pemudi (generasi z) yang berdomisili di kota Bitung, Sulawesi Utara.

## **1.6 Sistematika Penulisan**

Penelitian ini disusun secara berurutan dan sistematis agar dapat memudahkan dalam memahami isi dari penelitian ini.

### **BAB I: PENDAHULUAN**

Bab I terdiri dari latar belakang masalah, rumusan penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, ruang lingkup penelitian dan sistematika penulisan.

### **BAB II: TINJAUAN LITERATUR**

Landasan teori yang digunakan dijelaskan sepenuhnya dalam bab ini. Landasan teoritis disajikan dalam artikel jurnal dan buku. Bab ini juga membahas hubungan antara variabel, hipotesis penelitian, dan model penelitian.

### **BAB III: METODE PENELITIAN**

Dalam bab ini mencakup tentang metode penelitian yang digunakan selama melakukan penelitian mulai dari objek penelitian, subjek penelitian, unit analysis, jenis

penelitian, definisi konseptual dan definisi operasional, dan sumber dan teknik pengumpulan data.

#### **BAB IV: PEMBAHASAN**

Temuan interaksi antara variabel dalam penelitian ini dibahas dalam bab ini, bersama dengan hasil analisis data, uji statistik, dan diskusi yang membantu meringkaskan masalah dan memandu penelitian.

#### **BAB V: KESIMPULAN DAN SARAN**

Bab ini menguraikan temuan analisis dan penelitian yang membantu memecahkan masalah dengan menggunakan data yang dikumpulkan, diolah, dan dihitung dengan menggunakan uji reliabilitas dan validitas.

