

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Sumber Daya Manusia (SDM) adalah istilah yang merujuk pada individu-individu yang berperan penting dalam organisasi atau masyarakat. Mereka memberikan kontribusi yang signifikan berdasarkan kemampuan, kompetensi, pengetahuan dan kemampuan mereka. Sumber daya manusia mencakup berbagai aspek keterampilan manusia yang digunakan untuk mencapai tujuan organisasi dan masyarakat luas. Sumber daya manusia menjadi sangat penting dalam ekonomi. Sumber daya manusia adalah sumber dari semua pembangunan, menurut Van Huong et al. (2018). Mereka mempersiapkan layanan untuk masyarakat setiap hari dengan tujuan meningkatkan kualitas sumber daya manusia dalam menciptakan tujuan pembangunan sosial ekonomi. Sumber daya manusia juga merupakan faktor utama yang mendorong inovasi, produktivitas dan pertumbuhan ekonomi negara.

Sumber Daya Manusia (SDM) yang terampil dan berpengetahuan berperan penting dalam menciptakan nilai tambah bagi perusahaan dan masyarakat, serta dalam menciptakan lapangan kerja dan meningkatkan kesejahteraan secara keseluruhan. Pendapat Brata, (2002) mengemukakan bahwa terdapat hubungan timbal balik antara pembangunan manusia dengan pembangunan perekonomian daerah di Indonesia, termasuk pada masa krisis

yang ditunjukkan dengan pembangunan manusia yang berkualitas mendukung pembangunan ekonomi dan sebaliknya kinerja perekonomian yang baik mendukung pembangunan manusia. Ditengah persaingan global yang semakin ketat, kualitas sumber daya manusia menjadi faktor penentu dalam keberhasilan ekonomi suatu negara. Negara yang memiliki sumber daya manusia yang terlatih, terampil dan berinovasi akan lebih mampu bersaing di pasar global, menarik investasi asing dan menciptakan pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan. Sumber daya manusia menjadi fondasi utama untuk kesuksesan sebuah usaha dalam rangka meningkatkan pertumbuhan ekonomi. Mereka membawa keahlian, bakat dan visi yang diperlukan untuk menciptakan, mengelola dan mengembangkan bisnis. Kreativitas, inovasi, dan keterampilan manajerial sumber daya manusia membantu dalam mengatasi tantangan, merespon perubahan pasar dan mengidentifikasi peluang baru untuk pertumbuhan bisnis. Sumber daya manusia tidak hanya merupakan biaya bagi perusahaan, tetapi juga merupakan investasi yang strategis untuk mencapai tujuan jangka panjang.

Salah satu upaya untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi daerah ialah menciptakan lapangan pekerjaan bagi masyarakat yang disesuaikan dengan keterampilan dan kemampuan masyarakat lokal adalah salah satu upaya untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi suatu daerah (Blakley, 2010). Semakin berkembangnya lapangan pekerjaan bagi masyarakat, semakin meningkat pula kesejahteraan masyarakat. Menurut Basrowi, (2011) menyatakan untuk meningkatkan perekonomian suatu daerah adalah dengan

meningkatkan sumber daya manusia, menciptakan lapangan kerja baru dan menumbuhkan usaha wiraswasta. Minat seseorang untuk berwirausaha merupakan faktor terdepan untuk menciptakan lapangan pekerjaan bagi masyarakat dalam upaya membantu meningkatkan perekonomian suatu daerah. Sehingga pemerintah diharuskan memperhatikan faktor-faktor yang dapat berpengaruh dalam membentuk minat berwirausaha, salah satunya adalah efikasi diri (Nugroho & Sulistyowati, 2020).

Keberhasilan dalam tugas atau pekerjaan tertentu seperti berwirausaha sangat bergantung pada efikasi diri. Efikasi diri adalah keyakinan bahwa seseorang memiliki kemampuan untuk mencapai tujuan mereka (Meirani & Lestari, 2022). Efikasi diri memungkinkan peningkatan keyakinan diri seseorang sehingga mereka dapat melakukan aktivitasnya tanpa hambatan atau halangan. Rasa percayaan diri sangat diperlukan dalam melakukan suatu usaha karena jika seseorang yakin terhadap kemampuan yang dimilikinya maka usaha tersebut dapat mudah berhasil dibandingkan dengan individu yang tidak memiliki keyakinan terhadap kemampuan yang miliki, kesuksesan akan sangat kecil bahkan bisa saja mengalami kegagalan.

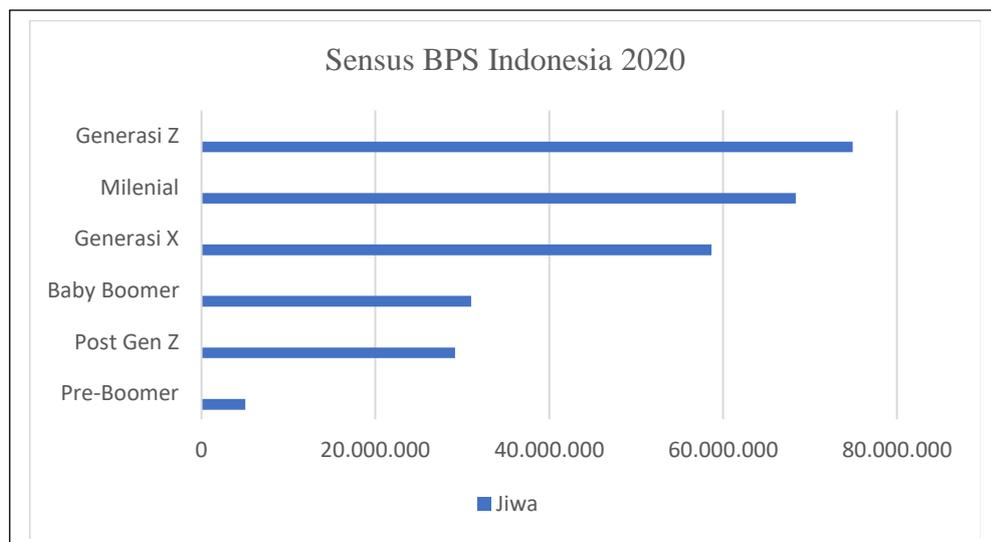
Menurut penelitian yang dilakukan oleh Riska Amelia Kamil, (2018) minat berwirausaha dipengaruhi secara signifikan oleh efikasi diri. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Khaitunnisa & Qonia Jihan, (2021); Yurita & Sari, (2023); dan Dewi Purwaningsih et al., (2023) yang menemukan bahwa efikasi diri berdampak positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha. Berbeda dengan penelitian Felicia & Herlina (2019)

yang menemukan bahwa efikasi diri tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha.

Selain efikasi diri, faktor dukungan keluarga sangat penting untuk menumbuhkan minat berwirausaha khususnya orang tua yang memiliki peran penting dalam memotivasi anak-anak mereka untuk terlibat dalam wirausaha, tidak peduli apakah orang tua mereka adalah pengusaha atau tidak (Apriliyanti, 2012). Menurut Alma (2016) menyatakan bahwa tingkat perhatian orang tua terhadap kehidupan anak dapat menunjukkan dukungan keluarga. Oleh karena itu lingkungan keluarga sangat berpengaruh dalam menumbuhkan minat untuk berwirausaha. Sesuai dengan teori Darpujiyanto (2010) bahwa minat berwirausaha akan muncul dalam diri seseorang jika orang tua mendukungnya. Menurut teori ini, aktivitas sesama anggota keluarga akan berdampak baik secara langsung maupun tidak langsung pada individu tersebut.

Penelitian Taufik Naufal, (2023) menemukan bahwa dukungan keluarga secara signifikan mempengaruhi minat anak dalam berwirausaha. Sejalan dengan penelitian Aryana & Muhammadi Ade, (2023); Nur Audina, (2022); dan Aprilia Periera et al., (2017) bahwa dukungan keluarga berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha anak. Berbeda dengan penelitian Tri Kartika Putri & Ahyanuardi, (2021) yang menemukan bahwa dukungan keluarga tidak berpengaruh terhadap minat anak dalam berwirausaha.

Fokus objek pada penelitian ini adalah generasi Z, karena memiliki jumlah yang mendominasi dari pada generasi yang lainnya pada saat ini. Hal ini didukung dengan data Badan Pusat Statistik (BPS) yang merilis data statistik komposisi penduduk Indonesia berdasarkan kelompok umur yang dapat dilihat pada gambar di bawah ini :



Sumber : Data BPS tahun 2020

Gambar 1.1 Komposisi Penduduk Indonesia Berdasarkan Kelompok Umur

Gambar tersebut adalah data hasil rilisan dari Sensus Penduduk 2020 yang memberikan penjelasan tentang struktur generasi Indonesia di masa depan. Data yang dirilis tersebut menunjukkan generasi Z yang lahir antara tahun 1997 sampai 2012 memiliki jumlah yang mendominasi sekitar 74,93 juta jiwa, atau 27,94% populasi. Jumlah yang mendominasi ini memberikan harapan besar terhadap potensi kemajuan dan perubahan di masa depan. Generasi Milenial yang lahir antara tahun 1981 hingga 1996, menyusul dengan jumlah sekitar 69,38 juta jiwa. Generasi Milenial menjadi urutan

kedua dengan presentase 25,87%. Generasi X yang lahir pada tahun 1965 hingga 1980, menempati urutan ke- 3 yang berkisar 58,65 juta jiwa. selanjutnya kelompok usia yang lebih tua, *Baby Boomer* yang lahir antara tahun 1946 hingga 1964 memiliki jumlah berkisar 31,01 juta jiwa. Post Generasi Z dan Pre-Boomer, masing-masing dengan jumlah sekitar 29,17 juta jiwa dan 5,03 juta jiwa. Sedangkan Badan Pusat Statistik (BPS) (2022) menunjukkan bahwa jumlah pemuda yang tergolong generasi Z dan Millenials mencapai 67,13 juta penduduk, atau sekitar 24,3% dari total jumlah penduduk Indonesia yang telah mencapai 275,77 juta penduduk. Peran generasi Z di Indonesia pada saat ini memiliki kontribusi yang cukup besar dalam memajukan Negara Indonesia. Kemenko PMK (2023) menyatakan bahwa generasi Z Indonesia memiliki potensi kontribusi yang besar dalam memajukan Negara Indonesia.

Generasi Z menurut Stillman, (2017) adalah generasi kerja terbaru yang lahir antara tahun 1997 sampai 2012, disebut juga generasi *net* atau generasi internet. Generasi Z adalah generasi *digital native's* yang lekat dengan penggunaan teknologi, hal tersebut seperti sudah tertanam dalam diri mereka sejak lahir (Prensky, 2001). Generasi Z juga memiliki karakteristik dimana selalu berkeinginan terhubung dengan internet setiap saat untuk membuat dan membagikan konten kesehariannya kepada orang lain yang membuat mereka sangat aktif menggunakan media sosial. Pada setiap aktivitasnya generasi Z banyak menghabiskan waktu dengan teknologi sehingga membuat mereka seperti masyarakat digital yang sebenarnya. Generasi Z juga tetap memiliki

perbedaan dengan generasi sebelumnya yaitu Generasi X yang tumbuh dan berkembang pada saat teknologi baru saja ditemukan. Generasi X memiliki akses internet yang terbatas karena internet baru digunakan oleh masyarakat, sedangkan Generasi Milenial sudah memiliki akses yang lebih luas dan sudah melewati masa awal mula perkembangan teknologi.

Selain perbedaan antar Generasi X dan Generasi Millenials, perbedaan antara Generasi Millenials dan Generasi Z juga tidak jauh dari perkembangan dunia teknologi yang sudah dimulai sejak generasi orang tua mereka, yakni Generasi X. Generasi Millenials bukan tergolong dalam generasi yang seutuhnya bergantung pada teknologi dan informasi secara 100% karena mereka beranggapan bahwa update kehidupan sehari-hari bukanlah hal yang wajib dilakukan. Berbeda dengan Generasi Z yang sangat “*addict*” dalam memperoleh atau mencari informasi terkait berita terkini. Mereka justru akan merasa khawatir jika tidak *update* informasi terbaru. Menurut David Stillman & Jonah Stillman, (2017) generasi Z sangat cocok digambarkan dengan adanya *Fear of Missing Out* (FOMO). Karakter FOMO atau takut ketinggalan sesuatu merupakan salah satu ciri generasi Z. Rasa ingin tahu yang besar dan kemudahan dalam mencari informasi memotivasi anak untuk selalu mencari informasi dari berbagai sumber. Hal tersebut dikarenakan akrabnya Generasi Z dengan teknologi sejak mereka masih kecil yang membuat mereka terbiasa berinteraksi dengan orang lain melalui media sosial, sehingga mereka tidak terlalu mahir bersosialisasi secara langsung dengan orang lain. Generasi Z

juga menyukai hal-hal yang instan seperti berbelanja online yang memiliki sifat cepat dan mudah (Santoso & Triwijayanti, 2018).

Fenomena yang terjadi berdasarkan Survei *World Economic Forum* (2019) sebanyak 35,5 % generasi Z di Indonesia memiliki keinginan menjadi pengusaha. Berdasarkan nilai tersebut termasuk yang tertinggi dibandingkan negara-negara ASEAN lainnya. Terdapat beberapa alasan generasi Z berkeinginan untuk berwirausaha. Alasan yang pertama ialah generasi ini tidak ingin dibatasi, sebuah survey yang dilakukan oleh Universum Global terhadap 50.000 siswa kelompok generasi Z menunjukkan bahwa 36% dari generasi Z takut akan terjebak dalam karier yang tidak memungkinkan mereka mengembangkan peluang. Dengan kata lain, mereka tidak ingin didefinisikan atau dibatasi (Powers, 2018). Alasan yang kedua ialah tersedianya akses berlimpah yang memungkinkan mereka untuk belajar berwirausaha yang dapat diakses melalui media sosial, didukung dengan generasi Z adalah pengguna tablet, ponsel dan computer menjadi lancar bagi mereka untuk mengakses saran dari pengusaha (Schawbel, 2014),

Tetapi hal tersebut bertentangan dengan pernyataan Asisten Deputi Pemberdayaan Pemuda Kementerian Koordinator Bidang Pembangunan Manusia dan Kebudayaan (Kemenko PMK) Yohan mengatakan jumlah wirausahawan Indonesia yang tercatat pada tahun 2019 masih sekitar 3,4%. Persentase tersebut masih tergolong rendah dibandingkan negara-negara serumpun lainnya. Badan Pusat Statistik (BPS) Indonesia menyatakan bahwa terdapat lebih dari 56 juta wirausaha di Indonesia pada pertengahan tahun

2023. Jumlah tersebut sebenarnya cukup rendah dibandingkan negara-negara lain di Asia Tenggara, seperti Singapura yang rasio kewirausahaannya mencapai 8,76% dan Malaysia 4,7% sedangkan rasio kewirausahaan Indonesia sendiri berada di angka 3,47%.

Fenomena ke-dua dalam penelitian ini adalah karakter generasi Z dimana mereka memiliki kebiasaan berkomunikasi di dunia maya yang serba cepat dan praktis yang menyebabkan mereka kurang memiliki kemampuan berkomunikasi secara verbal atau tatap muka dan kurang peduli dengan lawan bicara atau lingkungan di sekitarnya. Mereka juga cenderung tidak sabar dan ingin menyelesaikan permasalahan dengan cara yang instan. Hal tersebut bertentangan dengan karakter seorang wirausahawan dimana dalam menjalankan bisnisnya, seorang wirausaha harus mampu menjalani proses dengan sabar untuk membuka bisnis, disamping itu kerjasama dengan orang lain dalam berbisnis juga diperlukan untuk membuka peluang pasar maka dari itu kemampuan bersosialisasi dengan seseorang sangatlah diperlukan.

Penelitian ini berfokus pada minat berwirausaha generasi Z di Desa Bagi yang terletak di Kabupaten Madiun. Desa Bagi memiliki jumlah penduduk yang padat dibandingkan dengan desa-desa yang ada di sekitarnya. Desa Bagi terdiri dari 30 Rukun Tetangga (RT) dan 5 Rukun Warga (RW) dengan jumlah penduduk pada saat ini 4.574 orang dan yang tergolong dalam generasi Z berjumlah 1.077 orang (Data Statistik Desa Bagi, 2024), selain itu pemilihan lokasi penelitian di Desa Bagi karena konteks spesifik yang mungkin berbeda dengan penelitian yang dilakukan di wilayah perkotaan atau

daerah lain dan sebagai batasan masalah serta ke-efektifan waktu dalam melakukan penelitian. Jumlah penduduk berdasarkan generasi di Desa Bagi dapat dilihat pada tabel 1.1 dibawah ini.

Tabel 1.1 Jumlah Penduduk Desa Bagi

Generasi	Jumlah penduduk
Pre-Boomer	71
Baby Boomer	587
Generasi x	979
Milenial	1023
Generasi z	1077
Post Gen Z	837
Total	4574

Sumber : Data Statistik Desa Bagi 2024

Jumlah pelaku wirausaha di Desa Bagi dapat di lihat pada tabel 1.2 di bawah ini :

Tabel 1.2 Jumlah Persentase Pelaku Usaha Berdasarkan Generasi di Desa Bagi Tahun 2024

Generasi	Jumlah penduduk	Jumlah pelaku wirausaha	persentase
Pre-Boomer	71	-	-
Baby Boomer	587	52	8,85 %
Generasi x	979	122	12,46 %
Milenial	1023	234	22,87 %
Generasi z	1077	86	7,98 %
Post Gen Z	837	-	-
Total	4574	494	10,8 %

Sumber : Data Statistik Desa Bagi 2024

Berdasarkan tabel di atas menjelaskan bahwa, jumlah generasi Z yang sudah memulai berwirausaha berkisar 7,98 % dari jumlah generasi Z yang

ada di Desa Bagi. Hal tersebut masih tergolong rendah dibandingkan dengan persentase pelaku usaha dari generasi sebelumnya.

Berdasarkan permasalahan yang terjadi diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **“Pengaruh Efikasi Diri dan Dukungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha Generasi Z di Desa Bagi Kabupaten Madiun”**.

B. Batasan Masalah

Berkaitan dengan permasalahan yang terjadi terhadap minat berwirausaha. Penulis perlu membatasi permasalahan penelitian yang akan dilakukan karena efisiensi waktu, biaya dan tenaga. Maka penulis membatasi permasalahan pada penelitian sebagai berikut:

- a. Variable dalam penelitian ini yaitu Efikasi Diri dan Dukungan Keluarga sebagai variable independen, dan Minat Berwirausaha sebagai variable dependen.
- b. Objek penelitian ini adalah Generasi Z yang lahir pada tahun 1997-2012 dimana usia mereka pada saat ini berkisar antara 12-27 tahun.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas yang menjadi pertanyaan peneliti dalam rumusan masalah ini adalah:

1. Apakah efikasi diri mempengaruhi minat berwirausaha pada Generasi Z di Desa Bagi Kabupaten Madiun ?

2. Apakah dukungan keluarga mempengaruhi minat berwirausaha Generasi Z di Desa Bagi Kabupaten Madiun ?
3. Apakah efikasi diri dan dukungan keluarga secara bersama-sama mempengaruhi minat berwirausaha Generasi Z di Desa Bagi Kabupaten Madiun ?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, tujuan penelitian ini adalah untuk memberikan bukti empiris tentang hubungan antara efikasi diri dan dukungan keluarga pada minat berwirausaha generasi Z di Desa Bagi Kabupaten Madiun secara parsial dan simultan.

E. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini yang bisa di ambil antara lain:

1. Secara Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk menambah ilmu pengetahuan serta wawasan mengenai efikasi diri dan dukungan keluarga yang merupakan bentuk solusi yang efektif dalam menumbuhkan minat berwirausaha terhadap Generasi Z.

2. Secara Praktis

a. Bagi Peneliti

Dengan penelitian ini, peneliti dapat mengetahui bagaimana menumbuhkan minat berwirausaha dan mengaplikasikan

informasi yang mereka ketahui ke dalam praktik manajemen sumber daya manusia.

b. Bagi Pembaca

Penelitian ini diharapkan dapat membantu pembaca memahami tentang pentingnya efikasi diri dan dukungan keluarga dalam membangun minat berwirausaha individu.

c. Bagi Peneliti Berikutnya

Diharapkan penelitian ini akan berfungsi sebagai sumber referensi bagi peneliti yang akan menyelidiki pengaruh efisiensi diri dan dukungan keluarga terhadap minat generasi Z untuk berwirausaha.