

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Indonesia merupakan salah satu negara besar dengan jumlah populasi terbanyak di dunia. Namun sangat disayangkan pertumbuhan penduduk yang pesat ini tidak diimbangi dengan fasilitas yang dapat menunjang kesejahteraan penduduk. Hal tersebut telah menimbulkan banyak permasalahan di berbagai aspek kehidupan, salah satunya adalah tingginya angka pengangguran dan kemiskinan di Indonesia yang disebabkan oleh jumlah kesempatan dan lapangan kerja yang tidak sebanding dengan jumlah tenaga kerja baru yang berasal dari berbagai tingkat pendidikan (Almuna et al., 2020; Ariyanto, 2023).

Tabel 1.1 Data Tingkat Pengangguran Indonesia

Tingkat Pendidikan	Tingkat Pengangguran Terbuka Berdasarkan Tingkat Pendidikan		
	2020	2021	2022
Diploma I/II/III	8,08%	5,87%	4,59%
Sarjana	7,35%	5,98%	4,80%

Sumber: Bps.co.id (2022) <https://www.bps.go.id/indicator/6/1179/1/tingkat-pengangguran-terbuka-berdasarkan-tingkat-pendidikan.html>

Badan Pusat Statistik atau selanjutnya disebut BPS mencatat Tingkat Pengangguran Terbuka (TPT) pada kategori pendidikan tinggi yaitu lulusan diploma dan sarjana di Indonesia pada Agustus 2022 adalah sebesar 9,39% dan hanya

mengalami penurunan sebesar 2,46% dari tahun sebelumnya. Namun pada Januari 2023, BPS memperkirakan Tingkat Pengangguran Terbuka (TPT) dapat meningkat kembali pada pertengahan tahun 2023 dan masih jauh dari target Menteri Perekonomian Indonesia yang ingin menekan angka pengangguran hingga 2%. Hal ini dikarenakan jumlah Tingkat Pengangguran Terbuka (TPT) telah mencapai 8,4 juta orang dan sebanyak 2,54 juta orang berasal dari kelompok usia 20-24 tahun yang merupakan lulusan diploma atau sarjana strata 1 (S1). Berdasarkan data persentase tersebut, tingkat pengangguran terbuka di Indonesia masih terbilang cukup besar. Artinya tidak semua orang yang berpendidikan mampu bersaing di dunia kerja atau menciptakan lapangan kerja baru. Padahal lulusan sarjana diharapkan menjadi sumber daya manusia (SDM) yang mumpuni dan berkualitas agar dapat meningkatkan mutu perekonomian Indonesia. Jika tidak ada perubahan pola pikir kaum terpelajar di Indonesia, maka fenomena jumlah pengangguran di tahun berikutnya akan bertambah karena kesempatan kerja semakin sempit, sementara orang yang membutuhkan pekerjaan terus bertambah (Arijanto, 2023).

Menurut Almuna et al., (2020), tingkat pengangguran dan kemiskinan di Indonesia ini sebenarnya dapat diminimalisir, salah satunya adalah dengan alternatif berwirausaha atau membuka lapangan kerja baru. Saoula et al., (2023) mengatakan bahwa kegiatan wirausaha dianggap sebagai usaha pembangunan ekonomi dan kekuatan pendorong inovasi yang dapat memecahkan masalah, meningkatkan taraf hidup dan juga meningkatkan kualitas hidup warga negara. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) wirausaha atau disebut juga dengan wiraswasta yang dapat diartikan sebagai individu yang pandai atau handal melakukan usaha mulai dari mengenali atau membuat produk baru, menentukan cara produksi, menyusun strategi pemasaran dan permodalan, serta memperhitungkan laba dan rugi dari usaha yang dijalankan. Nguyen (2020) menjelaskan bahwa kewirausahaan adalah kemampuan dan kemauan untuk mengembangkan, mengatur dan mengelola usaha bisnis beserta segala risikonya untuk memperoleh keuntungan.

Dalam Nurhayati et al., (2019), peran wirausahawan ini sangat penting karena dapat berkontribusi dalam penyerapan tenaga kerja untuk meningkatkan pertumbuhan

ekonomi Indonesia hingga 90% dan dapat bersaing dalam pasar internasional terutama ASEAN. Namun yang menjadi kendala adalah orientasi masyarakat Indonesia atau pengangguran intelektual yang masih berpatokan pada sektor formal seperti menjadi PNS (Pegawai Negeri Sipil) atau pegawai BUMN (Badan Usaha Milik Negara), sehingga ketika sektor formal ini mengalami kelesuan masyarakat tidak berusaha untuk mencoba atau menciptakan lapangan pekerjaan sendiri pada sektor nonformal atau sektor swasta, seperti membuka UMKM atau Usaha Mikro Kecil Menengah (Arijanto, 2023; Khoiriyah et al., 2022). Data OJK (Otoritas Jasa Keuangan) menunjukkan bahwa Indonesia berada pada urutan ke-75 dari 137 negara dalam *Global Entrepreneurship Index* (GEI). Sedangkan data Badan Pusat Statistik (BPS) dan Kementerian Perindustrian menunjukkan bahwa dari total jumlah penduduk Indonesia sebanyak 278,69 juta jiwa, jumlah wirausaha nasional hanya mencapai 8,06 juta jiwa.

Berdasarkan rangkuman data Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan (Anjani, 2021), menunjukkan bahwa dari hasil risetnya ditemukan sebanyak 83% mahasiswa hanya ingin menjadi karyawan, 4% tertarik untuk berwirausaha, dan sisanya memilih bekerja di LSM atau pekerjaan lain, sehingga disimpulkan bahwa lulusan Perguruan Tinggi cenderung memilih menjadi pencari kerja (*job seeker*) dibanding menciptakan lapangan kerja (*job creator*). Data dari BPS Indonesia menemukan bahwa sebesar 79,5% pengusaha di Indonesia adalah laki-laki. Sedangkan berdasarkan kategori usia, sebesar 89,7% pengusaha berusia di atas 30 tahun (Dihni, 2022). Dari data-data tersebut dapat disimpulkan bahwa pengusaha di Indonesia, khususnya lulusan Diploma/Sarjana dengan rentang 21-30 tahun masih terbelang sedikit.

Beberapa ahli menyimpulkan bahwa fenomena ini dapat juga disebabkan karena sumber daya manusia (SDM) khususnya mahasiswa merasa akan mendapatkan tekanan dan tantangan yang besar jika memutuskan untuk menjadi pelaku usaha. Artinya, faktor psikologis disini menjadi sumber dari kecemasan dan ketakutan yang sangat berpengaruh besar saat mahasiswa ingin memutuskan untuk menjadi pelaku usaha atau berwirausaha. Menurut Arijanto (2023), seseorang yang memilih untuk berwirausaha memiliki persepsi tertentu tentang tingkat daya tarik karir

kewirausahaan, tingkat kelayakan kewirausahaan dan keyakinan diri atau *Self-efficacy* untuk memulai usaha. Selain itu, beban dan tuntutan perubahan lingkungan secara drastis seperti pemenuhan target, *deadline*, pengelolaan birokrasi, serta keseimbangan kerja dan keluarga yang dapat menyebabkan peningkatan stres dan gangguan psikologis (Rytkonen & Strandvik, 2005 dalam Nurhayati et al., 2019)). Oleh karena itu keyakinan atau *Self-efficacy* juga dapat memengaruhi individu dalam menentukan sikap dan tindakan untuk menghadapi tujuannya, tak terkecuali saat mengambil keputusan untuk berwirausaha (Almuna et al., 2020). Albert Bandura yang merupakan ahli psikologi bidang sosial kognitif memperkenalkan *Self-efficacy* yang secara umum dapat memprediksi kemampuan individu dalam menyelesaikan tugas dan mencapai tujuannya di masa mendatang dan beberapa ahli menyepakati bahwa *Self-efficacy* bersifat domain spesifik (Bandura, 1997).

Menurut Bandura (1997), *Self-efficacy* didefinisikan sebagai keyakinan seseorang atas kemampuan dirinya untuk mengatur dan melaksanakan tugas atau tindakan tertentu sesuai dengan tujuannya. Selain itu, Sholihah et al., (2023) mengatakan bahwa *Self-efficacy* adalah sebuah persepsi diri mengenai mampu atau tidaknya individu dapat mengatasi atau berguna saat situasi tertentu. Sedangkan Agustin & Trisnawati (2021), seseorang yang memiliki *Self-efficacy* yang tinggi akan lebih yakin pada kemampuannya untuk menyelesaikan tugas sehingga keyakinan akan kemampuan untuk berwirausahanya juga tinggi.

Dalam Arsakiyana & Sulistyowati (2022), dikatakan bahwa minat berwirausaha dapat dibangun dengan mengasah dan meningkatkan *entrepreneurial traits* dan *entrepreneurial skills* yang dimiliki individu. Dengan kata lain nilai wirausaha seperti *need for achievement*, *Self-efficacy*, *need for power*, dan *risk taking propensity* dapat didukung dengan kreativitas dan kemampuan menganalisis pasar (Adhimursandi, 2016). Hal ini diungkap juga oleh Nguyen (2020) bahwa individu yang memiliki efikasi diri yang tinggi dapat mendorong kreativitasnya sehingga keyakinan diri untuk memulai usaha juga akan tinggi. Untuk menunjukkan kesuksesan menjadi seorang wirausaha haruslah memiliki rasa keyakinan diri akan kemampuan

berwirausaha atau *Entrepreneurial Self-Efficacy* yang tinggi untuk mampu mengelola usahanya dengan baik.

Dalam analisis pembelajaran sosial menurut Bandura (1997), *Self-efficacy* didasarkan pada empat sumber informasi utama, yaitu; (1) *Performance accomplishment*, berupa pencapaian kinerja baik berdasarkan pengalaman; (2) *Vicarious experience*, berupa pengalaman yang didapat dengan mendengar atau membaca kisah orang lain; (3) *Verbal persuasion*, berupa perkataan orang lain yang berdampak positif pada diri individu; dan (4) *Physiological states*, berupa keadaan individu yang dapat memengaruhi keyakinan dirinya, termasuk emosi, suasana hati, reaksi fisik, dan tingkat stress. Untuk mahasiswa yang belum memiliki pengalaman atau tidak pernah berwirausaha dapat meningkatkan *Entrepreneurial Self-Efficacy* dirinya melalui inspirasi dan motivasi positif dari orang lain yang sudah sukses dalam menjalankan usahanya.

Namun seperti yang diketahui bahwa hampir seluruh dunia merasakan dampak dari adanya pandemi COVID-19 yang memberikan pengaruh sangat besar pada perekonomian global. Sektor ekonomi berturut-turut mengalami penurunan secara signifikan pada pertumbuhan ekonomi yang disertai dengan lonjakan angka pengangguran yang tinggi dan penurunan kinerja pasar (Zhang & Huang, 2021). Salah satu langkah yang diambil oleh pemerintah Indonesia untuk memulihkan perekonomian negara adalah dengan memberikan dorongan pada pelaku usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) serta membangun kepercayaan generasi muda khususnya mahasiswa untuk memiliki rasa kepercayaan diri dalam memulai dan membangun usaha. Bahlil Lahadia selaku Ketua Umum BPP Himpunan Pengusaha Muda Indonesia (HIPMI) mengatakan bahwa salah satu cara untuk meningkatkan ekonomi negara adalah dengan memperbanyak lahan berwirausaha dan meningkatkan jumlah pengusahanya (Sekardini, 2019). Berbagai upaya yang diinisiasi oleh Direktorat Pembelajaran dan Kemahasiswaan Pendidikan Tinggi Kemendikbud untuk meningkatkan munculnya wirausaha muda di perguruan tinggi salah satunya adalah seperti yang dilansir dalam Kemdikbud.go.id. dengan diselenggarakannya Program Kewirausahaan Mahasiswa Indonesia (PKMI) yang terdiri dari Kegiatan

Berwirausaha Mahasiswa Indonesia (KBMI), Akselerasi Bisnis Startup Mahasiswa Indonesia (ASMI) dan Pendamping Wirausaha Mahasiswa Indonesia (PWMI) (Nurhayati et al., 2019; Sekardini, 2019). Dalam program PKMI ini, pemerintah menyediakan berbagai fasilitas kepada mahasiswa sebagai calon pelaku usaha muda seperti mengadakan program pelatihan untuk meningkatkan keterampilan manajerial atau subsidi pendanaan untuk merealisasikannya.

Tentu saja dalam berwirausaha juga terdapat nilai, norma, sikap dan etika. Menurut Arijanto (2023) mengatakan bahwa salah satu cara untuk mewujudkan manusia yang mempunyai moral, sikap dan keterampilan wirausaha adalah dengan melalui pendidikan. Peran perguruan tinggi disini sangat penting karena mengacu pada pembaharuan dengan menerapkan kurikulum kewirausahaan yang dapat mendorong mahasiswa untuk berwirausaha atau menjadi pengusaha muda (Sahban, dkk., 2016 dalam Nurhayati et al., 2019). Artinya, upaya untuk meningkatkan jumlah wirausaha muda pada mahasiswa dapat diperoleh melalui kurikulum pembelajaran kewirausahaan terutama terkait dengan psikologi kewirausahaan sebagaimana yang tercantum pada Peraturan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan nomor 3 pasal 13 ayat (5) Tahun 2020 tentang Standar Nasional Pendidikan Tinggi. Dengan adanya kurikulum kewirausahaan ini menjadi standar kebaruan untuk menciptakan pengusaha muda dan membuka wawasan terhadap dunia wirausaha dengan positif, kreatif, dan inovatif dalam mengembangkan jiwa dan perilaku wirausaha, seperti melihat peluang usaha yang dapat menguntungkan dan bermanfaat bagi dirinya dan konsumen. Dalam hal ini, pembelajaran kewirausahaan dapat menggunakan berbagai media, yaitu media cetak berupa buku, majalah, dan sebagainya, serta media digital seperti media sosial, blog, dan sebagainya baik berupa poster, video, atau konten yang terkait dengan kewirausahaan.

Fakultas Pendidikan Psikologi Universitas Negeri Jakarta telah mengadakan mata kuliah “Psikologi Kewirausahaan” yang harapannya dapat menjadi bekal mahasiswa untuk menerapkan teori, praktik, dan etika dalam berwirausaha. Selain itu, mata kuliah psikologi kewirausahaan ini menjadi primadona dan memiliki banyak peminatnya, terutama mahasiswa yang memiliki minat di bidang psikologi industri

dan organisasi. Fakultas Pendidikan Psikologi Universitas Negeri Jakarta juga telah menyediakan lab kewirausahaan sebagai bentuk dukungan program pemerintah untuk mewadahi dan memfasilitasi mahasiswa berwirausaha. Namun pada kenyataannya mahasiswa yang mengikuti kegiatan tersebut dengan membuka stand usaha tidak konsisten dalam menjalankan usahanya. Selain itu, terdapat beberapa kegiatan organisasi atau kepanitiaan mahasiswa yang membutuhkan dana, sehingga mereka berjualan makanan atau *merchandise* sebagai pemasukan tambahan. Untuk menyikapi hal tersebut mengenai bagaimana ia akan memulai dan atau menjalankan usahanya sangat diperlukan *Entrepreneurial Self-Efficacy* untuk meyakinkan dirinya bahwa ia memiliki kemampuan berwirausaha, mulai dari analisis pasar sampai dengan strategi *marketing*. Dengan adanya kegiatan tersebut, salah satu sumber atau faktor yang memengaruhi *Entrepreneurial Self-Efficacy* individu adalah faktor *vicarious experience* atau pengalaman keberhasilan orang lain. Oleh karena itu, penelitian ini ingin mencari tahu apakah pemberian eksposur video berupa kisah inspiratif berdasarkan pengalaman keberhasilan orang lain akan efektif untuk meningkatkan *Self-Efficacy* berwirausaha pada mahasiswa atau sebaliknya.

Adapun beberapa penelitian terdahulu mengenai *Entrepreneurial Self-efficacy* yang menggunakan variabel exposure video atau media digital, seperti penelitian yang dilakukan oleh Salmi & Fellnhofer (2018), dimana kelompok yang diberikan video *role model* wirausahawan memiliki *entrepreneurial self-efficacy* dan intensi berwirausaha yang tinggi. Pratiwi (2013) menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara *vicarious experience* terhadap *self-efficacy* berwirausaha. Penelitian Maulana (2021) menyimpulkan bahwa *entrepreneurship skill* dan *self-efficacy* memberikan pengaruh yang positif signifikan terhadap kesiapan berwirausaha. Selain itu, Arijanto, (2023) dan Saoula et al., (2023), dalam penelitiannya menyimpulkan bahwa pendidikan kewirausahaan yang diberikan dalam kurikulum sekolah juga menjadi salah satu faktor terbesar terbentuknya sikap *Entrepreneurial Self-efficacy* pada siswa untuk mulai berwirausaha.

Berdasarkan masalah yang telah peneliti uraikan diatas, peneliti ingin melakukan penelitian yang berjudul “Efektivitas Exposure Video Kewirausahaan Terhadap *Entrepreneurial Self-Efficacy* pada Mahasiswa Universitas Negeri Jakarta”.

1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah diatas, maka dapat diidentifikasi permasalahan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana gambaran *Entrepreneurial Self-Efficacy* mahasiswa Fakultas Pendidikan Psikologi Universitas Negeri Jakarta?
2. Apakah mahasiswa yang memilih peminatan mata kuliah Psikologi Kewirausahaan memiliki *Entrepreneurial Self-Efficacy* yang tinggi dan yakin untuk berwirausaha?
3. Bagaimana efektivitas exposure video wirausahawan terhadap *Entrepreneurial Self-Efficacy* pada mahasiswa Fakultas Pendidikan Psikologi Universitas Negeri Jakarta?

1.3. Pembatasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah tersebut, maka peneliti membatasi pembahasan penelitian ini pada “Efektivitas Exposure video terhadap *Entrepreneurial Self-Efficacy* pada mahasiswa Fakultas Pendidikan Psikologi Universitas Negeri Jakarta”.

1.4. Rumusan Masalah

Berdasarkan pembatasan masalah yang telah diuraikan, maka rumusan masalah penelitian ini adalah:

1. Apakah pemberian exposure video kewirausahaan efektif untuk meningkatkan *Entrepreneurial Self-Efficacy* Mahasiswa Program Studi Psikologi Fakultas Pendidikan Psikologi Universitas Negeri Jakarta?

1.5. Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang diuraikan, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui efektivitas pemberian exposure video kewirausahaan untuk meningkatkan *Entrepreneurial Self-Efficacy* Mahasiswa Fakultas Pendidikan Psikologi Universitas Negeri Jakarta. untuk berwirausaha.

1.6. Manfaat Penelitian

1.6.1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini dapat berkontribusi untuk menambah wawasan dan memperkaya ilmu pengetahuan Psikologi khususnya bidang psikologi kewirausahaan serta menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya dalam melakukan penelitian mengenai faktor yang mempengaruhi keyakinan diri untuk memulai berwirausaha.

1.6.1. Manfaat Praktis

a. Bagi Mahasiswa

Penelitian ini diharapkan mampu menambah wawasan dan bahas belajar mahasiswa dalam memahami faktor dominan apa saja yang dapat mempengaruhi keyakinan diri mahasiswa untuk memulai berwirausaha.

minat berwirausaha.

b. Bagi Perguruan Tinggi

Penelitian ini diharapkan menjadi masukan bagi perguruan tinggi dalam mempertimbangkan untuk mempertahankan kurikulum psikologi kewirausahaan sehingga dapat menjadi bekal dan memotivasi mahasiswa untuk memulai berwirausaha dan dunia kerja.

c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan mampu menjadi sumber referensi dalam penelitian-penelitian selanjutnya khususnya yang berhubungan dengan bidang psikologi dan kewirausahaan.