

BAB I PENDAHULUAN

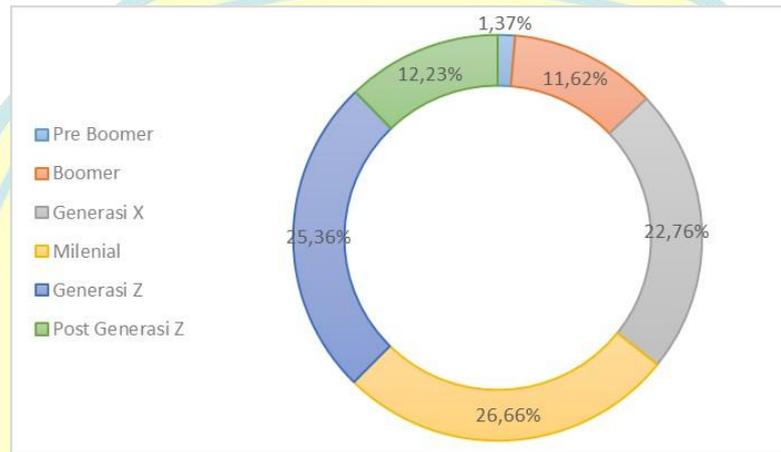
1.1 Latar Belakang Penelitian

Bertambahnya jumlah penduduk Indonesia telah menimbulkan banyak permasalahan, diantaranya yaitu menyempitnya lapangan pekerjaan. Kesempatan kerja kecil sedangkan orang yang mencari pekerjaan lebih banyak daripada lapangan pekerjaan sehingga banyak orang yang tidak mendapat pekerjaan. Sebagai hasilnya jumlah pengangguran semakin meningkat yang pada akhirnya akan berdampak pada kondisi perekonomian di Indonesia. Pengangguran itu bukan sebuah pilihan yang baik melainkan sebagai akibat dari sulitnya mendapatkan pekerjaan, terutama di tempat kota-kota besar. Perkembangan ekonomi global membuat masyarakat harus mampu mengolah setiap informasi dalam membuat keputusan ekonomi. Informasi yang banyak dan cepat dalam menentukan berbagai pilihan membutuhkan kemampuan yang mengambil keputusan ekonomi (Stevani & Gumanti, 2019).

Badan Pusat Statistik (BPS) melaporkan jumlah pengangguran Indonesia 7,86 juta orang pada Agustus 2023. Jumlah ini berkurang sekitar 560 ribu orang atau 6,77% dibanding Agustus 2022. BPS mencatat per agustus 2023, total angkatan kerja Indonesia mencapai 147,71 juta orang bertambah 3,99 juta orang atau 2,77% dibanding agustus 2022. Salah satu faktor yang menyebabkan semakin meningkatnya jumlah pengangguran karena masyarakat lebih cenderung mencari kerja bukan menciptakan lapangan pekerjaan atau menjadi wirausahawan.

Generasi Z banyak disebut oleh para ahli dalam banyak literatur sebagai generasi yang mempunyai ambisi tinggi untuk membangun bisnis baru. Apalagi jika dibandingkan dengan generasi-generasi sebelumnya, kekuatan, talenta dan kreativitas kelompok generasi Z ini bisa lebih melejit pada saat menjadi bagian dari perusahaan. Generasi ini merupakan generasi yang dilahirkan pada era teknologi modern yaitu internet, sehingga ada yang

menyebut mereka sebagai *iGeneration* atau *NetGeneration*. Mereka menjalani pendidikan alternatif secara kolaboratif maupun metode pengajaran langsung. Generasi Z diyakini memiliki ambisi besar untuk berwirausaha. Berdasar hasil survei dari Standard Chartered, 87% milenial dan Generasi Z berencana untuk memulai bisnis sendiri (Natalia, 2020).



Gambar 1. 1 Persentase Penduduk DKI Jakarta Menurut Klasifikasi Generasi tahun 2020

Sumber: BPS, Sensus Penduduk 2020



Gambar 1. 2 Komposisi Penduduk Menurut Kelompok Umur Provinsi DKI Jakarta tahun 1961-2020

Sumber : BPS, Sensus Penduduk 1961-2020

Berdasarkan hasil Sensus Penduduk 2020, didapatkan jumlah penduduk DKI Jakarta sebanyak 10.562.088 orang. Jika dibedakan berdasarkan generasinya, didapatkan bahwa proporsi terbesar yaitu generasi milenial sebesar 26,66% (2,82 juta jiwa) dan generasi Z sebanyak 25,36% (2,68 juta jiwa). Dengan mendominasinya generasi milenial dan generasi Z, maka perlu dipersiapkan agar menjadi SDM yang unggul melalui pengembangan diri dan perencanaan keluarga.

Pada tahun 2025, DKI Jakarta diproyeksikan telah memasuki periode *ageing population*. Hal tersebut ditandai dengan proporsi penduduk lansia yang diperkirakan mencapai lebih dari 10% yaitu 11,33%. Peningkatan penduduk lansia ini akan membawa dampak yang buruk jika tidak dibarengi dengan kebijakan yang sesuai.

Keterbatasan lapangan kerja yang terjadi pada saat ini diakibatkan oleh tingginya persaingan diantara para pencari kerja, Tidak dapat dipungkiri bahwa Indonesia menghadapi masalah keterbatasan kesempatan kerja bagi para lulusan-lulusan perguruan tinggi dengan semakin meningkatnya jumlah pengangguran intelektual belakangan ini. Sebelum meningkatkan jumlah para wirausahawan dan menurunkan angka pengangguran di Indonesia juga dengan adanya memperbanyak lapangan pekerjaan, masyarakat harus disadarkan dengan pentingnya untuk meningkatkan minat berwirausaha.

Minat berwirausaha mengacu pada minat, keinginan, dan kemauan seseorang untuk menjadi wirausaha dan bekerja keras untuk mendapatkan uang melalui kreativitas idenya. Pemahaman dan sikap seseorang terhadap kewirausahaan dapat sangat dipengaruhi oleh sumber daya dan peluang, seperti pendidikan dan modal awal, yang mungkin lebih mudah diakses oleh mereka yang memiliki latar belakang ekonomi lebih stabil. Hal ini menyoroti fakta bahwa anak-anak yang berasal dari latar belakang ekonomi kurang beruntung mempunyai masa awal sekolah yang buruk dan tidak memiliki sumber daya keuangan yang mereka perlukan untuk menerima pendidikan yang lebih baik.

Namun, seiring dengan kemajuan zaman dan teknologi, pengajaran pendidikan kini tersedia bagi anak-anak dari semua lapisan masyarakat (Amalia & Hadi, 2024). Keputusan individu dalam perilaku untuk berminat wirausaha dengan adanya teknologi yang semakin pesat seiring perkembangan zaman, dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor diantaranya yaitu: literasi ekonomi, *e-commerce*, dan ekspektasi pendapatan.

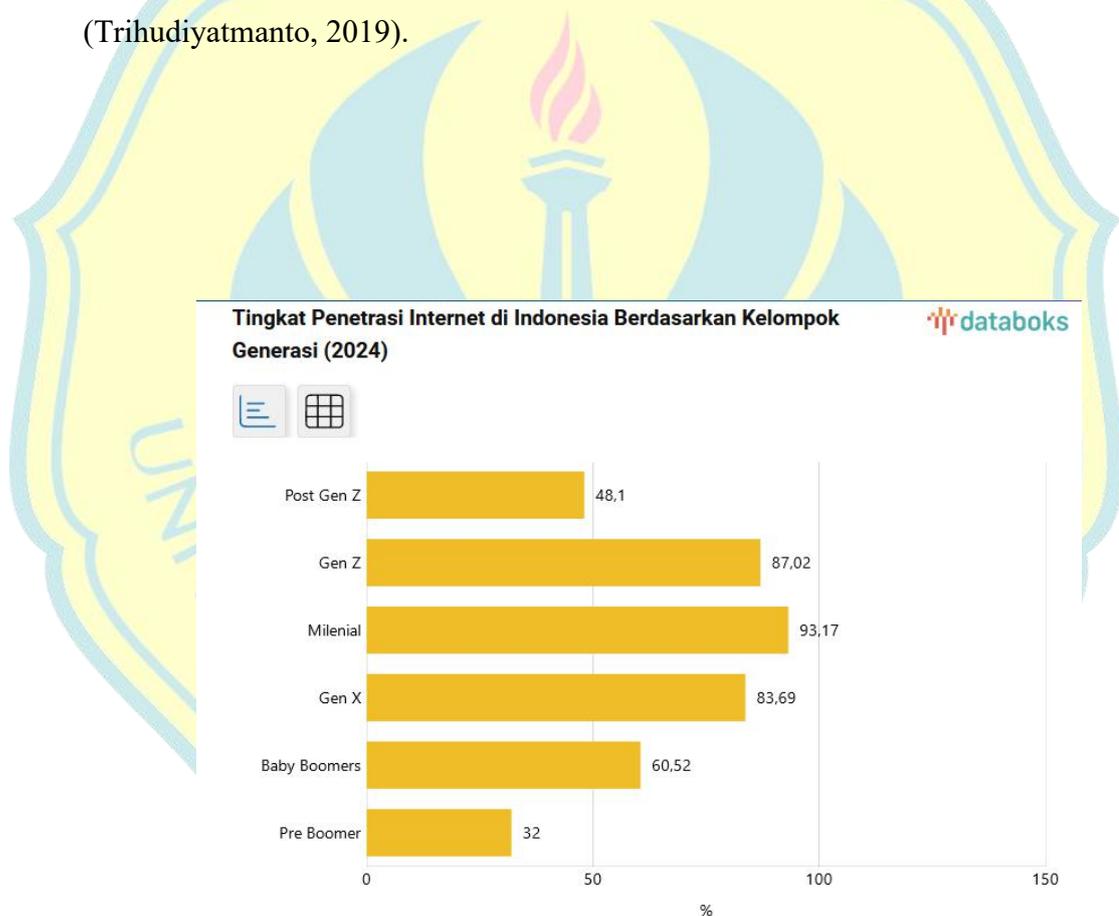
Literasi ekonomi menjadi pilihan yang wajib dimiliki oleh seorang generasi Z. Sebagai diri sendiri juga perlu memiliki tingkat literasi yang tinggi agar bisa menciptakan tujuan utama dalam berekonomi, yakni mendapatkan kesejahteraan. Literasi ekonomi yang meningkat tinggi secara umum dapat menaikkan pertumbuhan ekonomi. Namun faktanya, tidak semua generasi Z memiliki literasi ekonomi yang cukup mampu untuk membuat ketentuan yang benar dan tepat.

Melihat adanya perkembangan kemajuan dunia teknologi yang semakin pesat seiring dengan perkembangan-nya zaman, semua orang semakin mudah untuk memenuhi beberapa kebutuhan mereka yang bisa didapat dengan lebih mudah dan juga cepat. Sehingga seringkali mayoritas generasi Z kini, mencari sesuatu yang praktis agar dapat memenuhi kebutuhannya setiap hari. Hal ini diikuti dengan adanya berbagai penyediaan layanan yang membantu dalam memenuhi kebutuhannya (Widyanita, 2018).

Pengaruh internet akhir-akhir ini sedang ramai digunakan, terutama bagi para generasi Z dan khalayak umum lainnya, begitu juga dengan para pengusaha dalam melakukan pemasaran terhadap produknya agar mudah untuk dipasarkan dan di jual ke masyarakat, oleh karena itu generasi Z sekarang ini mulai mengikuti gaya hidup yang modern dan mengikuti arus gaya hidup mereka nantinya yang mengikuti trend dengan terlihat menarik dan modis. Dengan hadirnya internet, perusahaan atau pebisnis dapat menjalankan bisnisnya dengan lebih cepat, mudah, efisien dengan membuat *online shop*

maka pemasaran dan komunikasi akan lebih cepat dan mudah walaupun berada di lokasi yang berbeda.

Perjalanan bisnis para wirausaha belakangan ini sangat membantu memberikan informasi yang cepat, tepat dan akurat sehingga teknologi informasi ini terus berkembang melalui sistem elektronik. Sistem ini yang dimaksud adalah sistem *e-commerce* yang berperan sebagai media pembelian, penyebaran informasi, penjualan, pemasaran barang dan jasa (Trihudiyatmanto, 2019).



Gambar 1. 3 Tingkat Penetrasi Internet di Indonesia Berdasarkan Kelompok Generasi 2024

Sumber: databooks.katadata.id.

Berdasarkan temuan Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), penetrasi internet diperkirakan akan mencapai 79,5% dari total penduduk Indonesia pada tahun 2024. Berdasarkan hasil survei tersebut, 87,02% dari generasi Z atau kelahiran 1997-2012 (usia 12-27 tahun) di

Indonesia telah mengakses internet. Persentasenya kemudian sebesar 93,17% di kalangan generasi milenial kelahiran 1981-1996 atau kelompok berusia 28-43 tahun. Lalu, penetrasi internet di antara generasi X atau kelahiran 1965-1980 kelompok berusia 44-59 tahun mencapai 83,69%. Sedangkan, hanya 60,52% responden dari generasi *baby boomers* atau kelahiran 1946-1964 atau kelompok berusia 60-78 tahun di dalam negeri yang mengakses internet. Ada juga post gen Z, yaitu orang yang lahir setelah tahun 2013 atau kelompok berusia 12 tahun ke bawah, yang memiliki tingkat penetrasi internet sebesar 48,1%. Sementara itu, kelompok pra-boomer, yaitu mereka yang lahir sebelum tahun 1945 atau kelompok berusia 79 tahun ke atas, memiliki tingkat penetrasi Internet paling rendah dibandingkan kelompok umur lainnya, yaitu hanya 32%. Tak hanya penetrasinya yang tinggi, generasi Z juga paling gandrung menggunakan internet.

Survei dilakukan sejak 18 Desember 2023 hingga 19 Januari 2024 terhadap 8.720 responden yang tersebar merata di 38 provinsi di Indonesia. Seluruh responden adalah warga negara Indonesia yang berusia 13 tahun ke atas. Penelitian ini menggunakan wawancara tatap muka dan pengambilan sampel acak multistage, dengan margin kesalahan sekitar 1,1% dan kesalahan standar relatif 0,43%. Hal ini jelas menjadi sebuah peluang bisnis yang sangat menjanjikan melalui *online shop*.

Kab/Kota	Persentase Penduduk yang Mengakses Internet menurut Tujuan Menggunakan Internet dan Kabupaten/Kota di Provinsi DKI Jakarta (Persen)									
	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J
	2022	2022	2022	2022	2022	2022	2022	2022	2022	2022
Kep Seribu	89,64	22,53	18,75	57,10	33,20	9,47	64,74	7,17	20,75	17,01
Jakarta Selatan	77,83	24,10	23,96	67,34	24,30	4,59	55,96	17,82	28,57	5,56
Jakarta Timur	81,75	22,21	23,95	72,89	29,34	6,38	64,59	17,45	31,73	4,34
Jakarta Pusat	86,26	19,86	23,35	67,78	18,93	6,71	58,66	13,56	24,37	3,23
Jakarta Barat	74,05	20,81	20,83	76,26	25,49	7,34	62,09	19,74	27,12	2,53
Jakarta Utara	72,55	19,98	13,11	62,76	20,19	3,97	47,54	11,35	14,14	4,12
DKI Jakarta	77,87	21,73	21,34	70,35	24,91	5,86	58,75	16,75	26,37	4,06

A: Mendapat Informasi/Berita B: Proses Pembelajaran C: Mengirim/Menerima Email D: Media Sosial E: Pembelian Barang/Jasa F: Penjualan Barang/Jasa G: Hiburan H: Fasilitas Finansial I: Informasi Mengenai Barang/Jasa J: Lainnya

Gambar 1. 4 Persentase Penduduk yang Mengakses Internet menurut Tujuan Menggunakan Internet dan Kabupaten/Kota di Provinsi DKI Jakarta (Persen)

Sumber: BPS, Persentase Penduduk 2024

Penjualan barang/jasa dengan memanfaatkan *e-commerce* memiliki manfaat sendiri antara lain mempermudah komunikasi antara produsen dan konsumen, memudahkan pemasaran barang dan jasa, memperluas jangkauan calon konsumen, mempermudah proses penjualan dan pembelian, mempermudah penyebaran informasi produk barang maupun jasa (A. Ahmad et al., 2020). *E-Commerce* kini lewat sarana internet tidak hanya melalui *website* namun konsumen kini disuguhkan dengan berbagai aplikasi *e-commerce* yang dapat diinstal pada setiap *smartphone* masing-masing individu (N. Ahmad & Fasih, 2017). Berwirausaha berpeluang menghasilkan pendapatan yang lebih besar daripada menjadi karyawan. Berwirausaha akan menyerap tenaga kerja serta berkontribusi meningkatkan perekonomian melalui pajak yang dihasilkan.

Saat ini masih banyak masyarakat beranggapan bahwa pendapatan yang dihasilkan dari wirausaha cenderung tidak pasti, padahal hasil dari berwirausaha tergantung kepada bagaimana usaha seseorang untuk menghasilkan pendapatan yang tinggi (D. Sari, 2017). Pendapatan yang didapat dari berwirausaha terkadang sangat sulit untuk diprediksi namun pendapatan wirausaha juga dapat berjumlah tidak terbatas. Ekspektasi pendapatan yang tinggi akan membuat masyarakat memiliki minat untuk berwirausaha sehingga masyarakat tersebut bisa memaksimalkan kegiatan usahanya sesuai dengan sebesar apa ekspektasi pendapatan yang diinginkannya.

Generasi Z yang lahir pada antara tahun 1997 sampai dengan 2012 dianggap telah memperoleh pengetahuan dan wawasan yang memadai terkait ilmu ekonomi mengenai bagaimana mengelola keuangan, waktu dan

mengendalikan diri. Dengan demikian, seharusnya generasi Z setelah menyelesaikan pendidikannya telah mampu untuk melakukan wirausaha.

Generasi Z memulai pencarian pekerjaan mereka jauh lebih awal bila dibandingkan dengan generasi lainnya. Rata-rata generasi Z memperoleh pekerjaan mereka pada tahun pertama mereka kuliah dan setengahnya lagi dimulai ketika mereka berada pada usia sekolah menengah, hanya sedikit yang menunggu pekerjaan hingga mereka selesai kuliah (Prawitasari & Maloni, 2019). Generasi Z diharapkan memiliki kompetensi untuk berinovasi, berpikir kritis, berkomunikasi, dan berkolaborasi, yang merupakan keterampilan yang diharapkan dapat membantu generasi Z untuk menciptakan karir mereka sendiri.

Dipersiapkan dalam menghadapi risiko dan kemungkinan kegagalan dalam menjalankan usaha. Oleh karena itu, literasi ekonomi akan membuat generasi z mampu menyikapi peluang usaha yang ada di lingkungan sekitar, berani membuat rencana, dan semakin berniat membuat usaha (Wibowo et al., 2023). Dengan kemajuan teknologi informasi dan komunikasi, banyak memberikan dampak positif bagi mereka yang ingin memasuki dunia bisnis khususnya bisnis online. Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa banyak pengaruh positif dan peluang bagi kelangsungan hidup manusia, khususnya dalam dunia kerja. Namun ternyata perkembangan teknologi dan komunikasi belum dimanfaatkan secara maksimal oleh generasi z untuk berjualan online seperti yang ditunjukkan survei *e-commerce* tahun 2022 oleh Badan Pusat Statistik (BPS) (Mulyana et al., 2024).

Minat berwirausaha generasi Z lebih banyak yang tertarik mencari kerja daripada menjadi seorang wirausaha atau menciptakan lapangan pekerjaan sendiri. Dari hal tersebut minat berwirausaha generasi Z masih dalam kategori rendah. Sebagian besar dari mereka yang memilih berwirausaha karena takut dan cemas saat lulus tidak mendapatkan pekerjaan setelah lulus sekolah atau kuliah nanti dan keinginan untuk bebas dalam bekerja tanpa harus terikat

dalam organisasi ataupun orang lain. Mereka yang memilih untuk mencari pekerjaan berpikir bahwa untuk menjadi karyawan dinilai menjadi pilihan yang lebih mudah dan dapat menjamin kebutuhan hidupnya daripada memulai suatu usaha atau berwirausaha dengan resiko yang harus dihadapi dan pendapatan yang tidak jelas sehingga membuat minat mereka untuk berwirausaha rendah. Hal ini tentu berkebalikan dengan kenyataan yang terjadi bahwa saat ini mencari pekerjaan bukanlah hal yang mudah, dilihat dari banyaknya pengangguran dari para lulusan perguruan tinggi yang ada di Indonesia.

Pengangguran menjadi salah satu permasalahan yang harus diatasi, salah satu cara penting untuk mengurangi jumlah pengangguran adalah dengan menumbuhkan minat berwirausaha. Minat berwirausaha dipengaruhi oleh beberapa faktor diantaranya literasi ekonomi, e-commerce, dan ekspektasi pendapatan. Maka dari itu, berdasarkan latar belakang yang diuraikan oleh penulis, penulis akan mengadakan penelitian lebih dalam untuk meneliti adakah Pengaruh Literasi Ekonomi, *E-Commerce*, Dan Ekspektasi Pendapatan Terhadap Minat Berwirausaha Pada Generasi Z di DKI Jakarta.

1.2 Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang penelitian, maka penulis menganalisis sebuah fokus penelitian sebagai berikut: “Pengaruh Literasi Ekonomi, *E-Commerce*, Dan Ekspektasi Pendapatan Terhadap Minat Berwirausaha Pada Generasi Z di DKI Jakarta.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, rumusan masalah ini adalah :

1. Apakah literasi ekonomi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha?
2. Apakah penggunaan *e-commerce* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha?

Apakah ekspektasi pendapatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha?

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji dan menganalisis mengenai:

1. Untuk mengetahui pengaruh literasi ekonomi terhadap berpengaruh terhadap minat berwirausaha.
2. Untuk mengetahui pengaruh penggunaan *e-commerce* terhadap minat berwirausaha.

Untuk mengetahui pengaruh ekspektasi pendapatan terhadap minat berwirausaha.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini :

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini dapat mengkonfirmasi teori mengenai pengaruh literasi ekonomi, *e-commerce* dan ekspektasi pendapatan terhadap minat berwirausaha pada generasi Z, dan berfokus pada faktor utama yang mempengaruhi literasi ekonomi, *e-commerce* dan ekspektasi pendapatan dalam melakukan keinginan seseorang untuk bekerja mandiri terhadap wirausahawan sehingga dapat diketahui seberapa besar pengaruh minat berwirausaha dengan para wirausahawan dalam menjalankan usahanya dengan lancar.

2. Bagi Pembaca

Mengembangkan pengetahuan dan wawasan mengenai minat berwirausaha dikalangan mahasiswa khususnya generasi Z yang ditinjau dari variabel: Literasi ekonomi, *e-commerce*, dan ekspektasi pendapatan.

3. Bagi Penulis Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kesempatan untuk mengembangkan pengetahuan dalam kewirausahaan guna meningkatkan minat berwirausaha dan dapat memberikan tambahan pengetahuan serta dapat menjadi bahan referensi dalam melakukan penelitian sejenis.



Intelligentia - Dignitas