

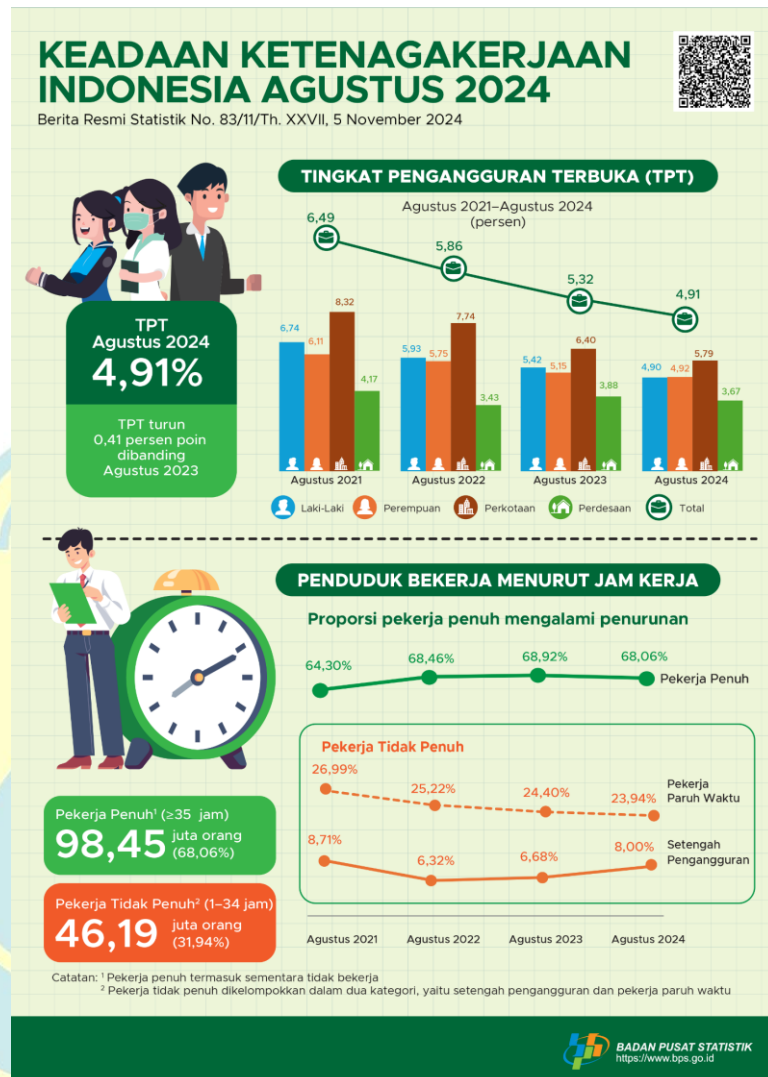
BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan kewirausahaan di kalangan generasi muda mendapatkan perhatian besar karena generasi ini, yaitu Generasi Z atau biasa disebut Gen Z (Generasi Z; lahir kira-kira 1997–2012) dipandang berpotensi menjadi motor penciptaan lapangan kerja dan inovasi ekonomi. Studi-studi terbaru menemukan bahwa lingkungan keluarga dan motivasi berwirausaha merupakan determinan penting yang membentuk niat seseorang untuk memulai usaha (Soleimanof et al., 2021).

Gen Z dikenal sebagai generasi yang dekat dengan teknologi *digital*, kreatif, dan memiliki akses informasi yang luas, termasuk dalam bidang kewirausahaan (Lubis & Ricka, 2023). Berbagai peluang usaha berbasis *digital*, seperti bisnis *online*, konten kreator, dan *startup*, semakin berkembang dan mudah diakses oleh Gen Z. Namun, realitas di lapangan menunjukkan bahwa tingginya peluang berwirausaha tidak selalu diiringi dengan tingginya niat berwirausaha di kalangan Gen Z (Suryawirawan et al., 2023).



Gambar 1. 1 Grafik Tingkat Pengangguran Terbuka

Sumber: Data BPS tahun 2024

Data dari BPS (2024) menunjukkan bahwa tingkat pengangguran terbuka nasional relatif “cukup rendah” (4,91%), kelompok usia muda (remaja & dewasa muda) memiliki tingkat pengangguran jauh lebih tinggi yang menunjukkan bahwa banyak lulusan muda yang belum terserap kerja membuka ruang besar untuk wirausaha, baik formal maupun informal. Meskipun peluang besar, tidak semua Gen Z memilih wirausaha ini bisa disebabkan oleh hambatan: modal, pengetahuan kewirausahaan, akses pelatihan, mindset risiko, dan sebagainya.

Perna, M. C. (2024) menunjukkan 84% Gen Z berencana mulai usaha dan angka ini turun hingga 62% pada periode berikutnya. Realisasinya sering hanya berupa minat awal atau *side hustles* (pekerjaan sampingan), bukan wirausaha utama yang berkelanjutan. Artinya, motivasi berwirausaha belum cukup kuat mendorong Gen Z bertransisi ke wirausaha, meskipun secara budaya Gen Z lebih *digital* dan kreatif. Meskipun banyak Gen Z memilih pekerjaan tetap, fenomena “*side hustle*” meningkat pesat sejak 2022-2025, khususnya di Jabodetabek. Banyak dari Gen Z membuka usaha kecil berbasis *digital* seperti *thrift shop*, jasa *freelance desain*, konten *digital*, kuliner rumahan, dan *reseller*. Namun, banyak usaha ini tidak bertahan lama karena kurangnya dukungan keluarga atau motivasi internal yang tidak stabil.

Namun disisi lain, niat berwirausaha pada Gen Z dipengaruhi oleh tantangan internal dalam diri Gen Z. Pertama, kurangnya pengalaman dan pengetahuan kewirausahaan membuat banyak Gen Z belum memahami secara praktis bagaimana memulai, mengelola, dan mengembangkan usaha secara mandiri (Nursani et al., 2024). Keterbatasan pengetahuan tersebut menimbulkan rasa kurang percaya diri serta keraguan dalam mengambil risiko usaha. Kedua, faktor risiko dan ketidakpastian ekonomi turut menjadi pertimbangan besar bagi Gen Z. Aktivitas kewirausahaan identik dengan kemungkinan kegagalan, sementara sebagian Gen Z belum memiliki pengalaman kerja maupun kestabilan finansial (Huda, 2024). Kondisi ini membuat resiko berwirausaha dipersepsikan lebih tinggi dibandingkan manfaat yang diperoleh, sehingga Gen Z cenderung memilih pekerjaan sebagai karyawan yang dianggap lebih aman dan pasti (Yudhaningrum, 2021).

Selain itu, lingkungan yang belum sepenuhnya mendukung kewirausahaan, terutama keluarga yang masih memandang pekerjaan formal sebagai pilihan utama yang lebih stabil, dapat melemahkan minat Gen Z untuk terjun ke dunia usaha (Lubis & Ricka 2023). Lingkungan keluarga Generasi Z di wilayah Jabodetabek memiliki karakteristik yang khas dibandingkan daerah lain di Indonesia karena dipengaruhi oleh konteks urban, modernisasi, dan tekanan

ekonomi perkotaan (Arif, 2021). Sebagian besar Gen Z di Jabodetabek tumbuh dalam keluarga yang hidup di tengah dinamika kota besar, dengan tingkat mobilitas tinggi, persaingan kerja yang ketat, serta paparan teknologi dan informasi yang sangat intens (Laka et al., 2024). Kondisi ini membentuk pola pengasuhan keluarga yang cenderung lebih pragmatis dan berorientasi pada keamanan ekonomi jangka panjang. Dalam banyak keluarga di Jabodetabek, orang tua Gen Z umumnya menempatkan pendidikan formal dan stabilitas pekerjaan sebagai prioritas utama (Rusli et al., 2024). Hal ini terlihat dari dorongan kuat agar anak menyelesaikan pendidikan tinggi dan memperoleh pekerjaan yang dianggap aman, seperti menjadi pegawai swasta, aparatur sipil negara, atau bekerja di perusahaan mapan. Orientasi tersebut membuat lingkungan keluarga sering kali lebih mendukung jalur karier konvensional dibandingkan pilihan yang berisiko seperti kewirausahaan, meskipun tidak secara eksplisit melarang anak untuk berwirausaha (Septyadi et al., 2025).

Di sisi lain, lingkungan keluarga Gen Z di Jabodetabek juga mulai mengalami pergeseran nilai seiring berkembangnya ekonomi digital. Sebagian keluarga, terutama yang memiliki pengalaman usaha atau terpapar ekosistem bisnis perkotaan, mulai menunjukkan sikap yang lebih terbuka terhadap aktivitas kewirausahaan (Thohir & Hermawan, 2024). Bentuk dukungan ini biasanya muncul dalam bentuk dukungan moral, seperti memberikan izin, motivasi, atau kepercayaan kepada anak untuk mencoba usaha kecil atau bisnis berbasis digital (Wijayanto, 2025). Namun, dukungan tersebut seringkali masih bersifat terbatas dan disertai kekhawatiran terhadap risiko kegagalan. Adapun wirausaha sering kali dianggap memiliki ketidakpastian pendapatan yang tinggi, sehingga kurang mendapat dorongan positif dari lingkungan terdekat (Arsila & Santosa, 2024). Terakhir, keterbatasan akses terhadap modal usaha menjadi hambatan signifikan bagi Gen Z dalam memulai wirausaha (Arianto & Masnawati, 2024). Kesulitan memperoleh modal awal, baik dari lembaga keuangan maupun sumber pendanaan lainnya, membuat banyak Gen Z berpikir ulang untuk merealisasikan ide bisnis yang dimiliki (Lubis & Ricka, 2023).

Salah satu permasalahan utama yang dihadapi adalah lingkungan keluarga yang belum sepenuhnya mendukung aktivitas kewirausahaan (Aini & Oktafani, 2020). Banyak keluarga masih menanamkan pola pikir konvensional yang mengutamakan pekerjaan tetap dengan penghasilan pasti dibandingkan dengan berwirausaha yang dianggap berisiko dan tidak stabil (Huda, 2024). Kurangnya teladan wirausaha dalam keluarga, minimnya dukungan moral maupun finansial, serta rendahnya dorongan untuk mandiri secara ekonomi dapat menghambat terbentuknya niat berwirausaha pada Generasi Z (Halik, 2025).

Lingkungan keluarga termasuk dukungan orang tua, komunikasi keluarga mengenai kewirausahaan, serta keterlibatan orang tua dalam kegiatan ekonomi dapat memperkuat persepsi anak terhadap desirabilitas dan feasibility (kemungkinan berhasil) berwirausaha. Misalnya, penelitian menunjukkan anak yang melihat orang tua berwirausaha atau menilai orang tua “bersemangat” terhadap kegiatan kewirausahaan lebih cenderung memiliki sikap positif terhadap kewirausahaan (Purmono, 2023). Rendahnya niat berwirausaha pada Gen Z tidak dapat dilepaskan dari peran lingkungan terdekat, khususnya lingkungan keluarga, serta dari tingkat motivasi berwirausaha yang dimiliki individu (Fauziati & Suryani, 2020). Lingkungan keluarga merupakan agen sosialisasi pertama yang membentuk pola pikir, keberanian mengambil risiko, serta orientasi karir seseorang. Gen Z yang tumbuh dalam keluarga yang lebih menekankan pada stabilitas pekerjaan konvensional, seperti menjadi pegawai negeri atau karyawan perusahaan, cenderung memiliki persepsi negatif terhadap dunia wirausaha yang dianggap penuh risiko, tidak pasti, dan kurang menjanjikan (Halik, 2025).

Berdasarkan beberapa survei nasional, mayoritas Gen Z Indonesia menyatakan bahwa dukungan keluarga sangat berpengaruh terhadap keputusan terkait karir, termasuk pilihan menjadi wirausaha. Gen Z yang memiliki orang tua wirausaha atau mendapatkan dorongan keluarga lebih cenderung memiliki niat kuat untuk berwirausaha. Sebaliknya, keluarga yang lebih konservatif cenderung mendorong anak untuk mencari “pekerjaan aman”, bukan berwirausaha.

Selain lingkungan keluarga, motivasi berwirausaha juga menjadi faktor penting yang memengaruhi niat berwirausaha (Susanti, 2021). Tidak semua Gen Z

memiliki motivasi yang kuat untuk memulai usaha, seperti keinginan untuk mandiri, berprestasi, dan mengambil risiko (Natsir et al., 2025). Sebagian dari Gen Z masih memiliki rasa takut gagal, kurang percaya diri, serta keterbatasan pengalaman dan pengetahuan dalam mengelola usaha (Arianto & Masnawati, 2024). Kondisi ini menyebabkan niat berwirausaha belum terbentuk secara optimal meskipun peluang pasar terbuka luas.

Motivasi berwirausaha (*entrepreneurial motivation*) baik motivasi ekstrinsik (keinginan mendapatkan penghasilan, fleksibilitas) maupun motivasi intrinsik (kemandirian, aktualisasi diri) mempengaruhi intensitas niat berwirausaha. Salah satu motivasi utama berwirausaha bagi Gen Z di Jabodetabek adalah keinginan untuk mencapai kemandirian finansial (Natsir et al., 2025). Tingginya biaya hidup di wilayah ini mendorong Gen Z untuk mencari sumber pendapatan tambahan di luar pekerjaan konvensional. Banyak dari Gen Z memandang wirausaha terutama usaha berbasis digital seperti *online shop*, jasa kreatif, dan *content-based business* sebagai cara yang relatif fleksibel untuk menghasilkan pendapatan (Setiawan et al., 2023). Penelitian di konteks mahasiswa dan generasi muda di Indonesia menemukan hubungan signifikan antara motivasi (serta faktor-faktor psikologis lain seperti *self-efficacy*) dan niat berwirausaha (Purmono, 2023). Di sisi lain, motivasi berwirausaha pada Generasi Z juga relatif masih lemah, terutama dalam hal dorongan untuk mandiri, keberanian mengambil resiko, keinginan berprestasi, dan ketahanan dalam menghadapi kegagalan (Nur et al., 2023). Banyak dari Gen Z masih memiliki kecenderungan menjadi *job seeker* daripada *job creator*. Rendahnya motivasi ini menyebabkan potensi kewirausahaan yang sebenarnya besar tidak berkembang secara optimal. Pertumbuhan ekonomi *digital* Indonesia (diproyeksikan US\$130 miliar pada 2025) membuat banyak peluang baru untuk bisnis berbasis *online*. Hal ini memicu motivasi ekstrinsik (ingin penghasilan tambahan, fleksibilitas waktu) namun belum tentu memperkuat motivasi intrinsik seperti *passion* atau kemandirian berwirausaha, sehingga niat berwirausaha Gen Z masih beragam. Fenomena-fenomena tersebut menunjukkan bahwa meskipun Gen Z memiliki akses luas terhadap peluang digital, niat berwirausaha tidak semata-mata

bergantung pada peluang ekonomi, tetapi juga sangat dipengaruhi oleh keluarga yang memberi dukungan, contoh (role model), dan ruang bagi anak untuk mencoba bisnis. Adapun Gen Z bergerak oleh motivasi intrinsik (kreativitas, kemandirian) atau sekadar motivasi ekstrinsik (uang, fleksibilitas).

Wilayah Jabodetabek memiliki karakteristik yang relevan dengan fenomena kewirausahaan Gen Z. Jabodetabek merupakan pusat pertumbuhan ekonomi nasional yang ditandai dengan tingginya aktivitas bisnis, perkembangan UMKM, serta ekosistem *startup* dan ekonomi *digital* yang sangat dinamis (Ndraha et al., 2024). Kondisi ini memberikan peluang berwirausaha yang lebih besar dibandingkan wilayah lain di Indonesia. Selain itu, Jabodetabek memiliki jumlah Gen Z yang relatif besar dengan latar belakang keluarga yang beragam, baik dari sisi sosial, ekonomi, maupun pendidikan (Laka et al., 2024). Keberagaman tersebut memungkinkan adanya perbedaan pola asuh, nilai keluarga, dan tingkat dukungan terhadap kewirausahaan, sehingga menarik untuk dikaji pengaruhnya terhadap niat berwirausaha (Thohir & Hermawan, 2024).

Secara subjektif, Jabodetabek merepresentasikan pertemuan antara peluang dan tantangan kewirausahaan (Riatmaja & Wibawanto, 2024). Di satu sisi, Gen Z memiliki akses luas terhadap teknologi, media sosial, dan informasi bisnis. Namun disisi lain, tingginya persaingan kerja, biaya hidup yang tinggi, serta tekanan sosial untuk memperoleh pekerjaan formal dapat memengaruhi motivasi dan niat Gen Z untuk berwirausaha (Moeins et al., 2024). Oleh karena itu, Jabodetabek dianggap sebagai wilayah yang tepat untuk mengkaji bagaimana lingkungan keluarga dan motivasi berwirausaha membentuk niat berwirausaha Gen Z secara lebih komprehensif.

Berdasarkan kondisi tersebut, terdapat kesenjangan antara potensi kewirausahaan Gen Z dan niat nyata untuk berwirausaha, yang diduga dipengaruhi oleh lingkungan keluarga dan motivasi berwirausaha. Oleh karena itu, penelitian ini penting dilakukan untuk menganalisis sejauh mana “Pengaruh lingkungan keluarga dan motivasi berwirausaha terhadap niat berwirausaha Generasi Z di Jabodetabek”.

1.2 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang di atas, pertanyaan penelitian ini adalah:

1. Apakah lingkungan keluarga berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat berwirausaha Generasi Z di Jabodetabek?
2. Apakah motivasi berwirausaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat berwirausaha Generasi Z di Jabodetabek?
3. Apakah ada pengaruh simultan lingkungan keluarga dan motivasi berwirausaha terhadap niat berwirausaha Generasi Z di Jabodetabek?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pertanyaan penelitian di atas, tujuan penelitian ini adalah:

1. Mengetahui lingkungan keluarga berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat berwirausaha Generasi Z di Jabodetabek.
2. Mengetahui motivasi berwirausaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat berwirausaha Generasi Z di Jabodetabek.
3. Mengetahui adanya pengaruh simultan lingkungan keluarga dan motivasi berwirausaha terhadap niat berwirausaha Generasi Z di Jabodetabek.

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan dari penelitian ini, penulis mengharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1.4.1 Manfaat teoritis:

1. Memperkuat teori tentang niat berwirausaha (*entrepreneurial intention*)
Hasil penelitian ini akan memperkaya referensi konseptual mengenai pembentukan niat berwirausaha pada generasi muda.
2. Mengembangkan ilmu dalam bidang pendidikan kewirausahaan
Temuan ini memperluas perspektif teoritis bahwa proses sosialisasi di

keluarga merupakan sumber pembentukan nilai, sikap, dan orientasi karir individu menuju kewirausahaan.

3. Memperluas kajian kewirausahaan di wilayah perkotaan (Jabodetabek)
Studi ini memperkaya kajian ilmiah terkait kewirausahaan di wilayah urban yang memiliki tingkat persaingan kerja tinggi (Jabodetabek), sehingga memberikan pemahaman akademik yang lebih kontekstual tentang perilaku karier Gen Z di wilayah padat penduduk dan ekonomi kompetitif.

1.4.2 Manfaat praktis:

1. Bagi pembuat kebijakan, memberikan rekomendasi program penguatan dukungan keluarga dan motivasi kewirausahaan.
2. Bagi praktisi pendidikan, dasar pengembangan modul pembelajaran kewirausahaan yang melibatkan keluarga.
3. Bagi keluarga, insight tentang peran dukungan keluarga dalam membentuk aspirasi wirausaha anak.

