

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Perkembangan perekonomian global dan kemajuan peradaban manusia saat ini dalam berbagai bidang termasuk bidang ekonomi telah memasuki wilayah negara kesatuan Indonesia dengan teknologi terbaru yang berbasis digital atau dikenal sebagai era industri 4.0 yang berbasis *cyber physical system*. Bahkan saat ini di Jepang sudah dikenal era industri 5.0 yang berbasis kepada “*Super Smart Society*” yang intinya mengarah kepada keseimbangan antara komunitas manusia dan otomasi dalam mewujudkan kehidupan yang lebih baik. Ekonomi digital juga banyak membantu dalam pengembangan usaha usaha kecil, mikro dan menengah (UKM) melalui pelayanan perdagangan jaringan maya dan perbankan elektronik.<sup>1</sup>

Mengutip data dari We Are Social, pengguna aktif media sosial di dalam negeri tercatat sebanyak 72 juta akun pada 2015. Angkanya kemudian naik 136,11% menjadi 170 juta akun pada 2021. Tak hanya media sosial, masyarakat pun semakin adaptif dengan pembayaran berbasis elektronik.<sup>2</sup>

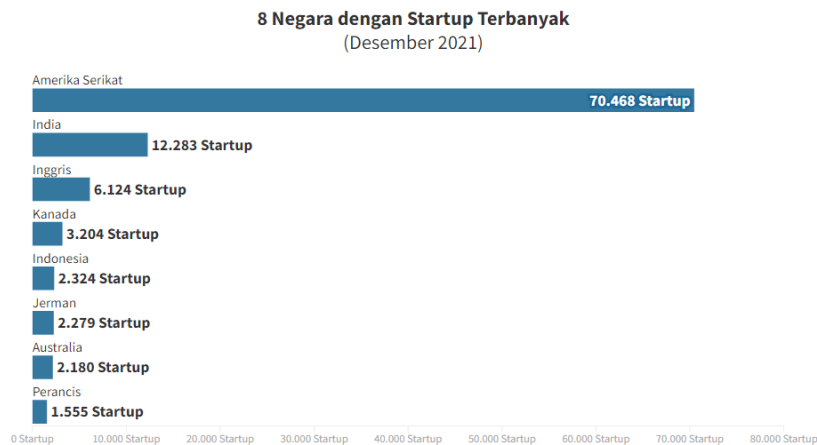
Besarnya pasar digital di Indonesia turut membuat perusahaan rintisan (startup) menjamur di Indonesia. Menurut Startup Ranking mencatat, Indonesia memiliki 2.324 startup per Desember 2021. Jumlah itu menempatkan Indonesia sebagai negara dengan

---

<sup>1</sup> Diginomi, “*Ekonomi Digital*”, tersedia di: <https://diginomi.sumutprov.go.id/ekonomi-digital/> diakses pada tanggal 31 Januari 2023

<sup>2</sup> Bisnis.com, “*Rangkuman Data Perkembangan Eonomi Digital Indonesia*”, tersedia di: <https://finansial.bisnis.com/read/20220215/563/1500443/rangkuman-data-perkembangan-ekonomi-digital-indonesia> diakses pada tanggal 31 Januari 2023.

jumlah startup terbanyak kelima di dunia. Posisi Indonesia hanya kalah dari Amerika Serikat dengan 70.468 startup, India 12.283 startup, Inggris 6.124 startup, dan Kanada 3.204 startup.<sup>3</sup>



Sumber: *dataindonesia.com*

### **Gambar 1. 1 Ranging Jumlah Startup Ranking Jumlah Startup**

Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS), rasio jumlah wirausaha di Indonesia masih sebesar 3,47 persen atau hanya sekitar 9 juta orang dari total jumlah penduduk. Kendati naik dari 2016 yakni 3,1 persen, tetapi jumlah wirausaha masih kalah banyak dari negara tetangga seperti Singapura.<sup>4</sup> Singapura saat ini sudah mencapai angka 7 persen, sedangkan Malaysia berada di level 5 persen.<sup>5</sup>

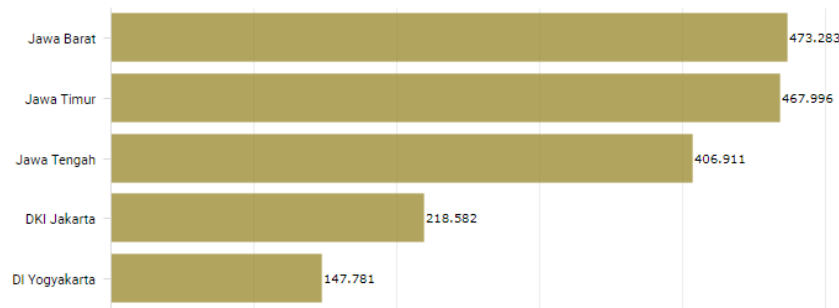
<sup>3</sup> *Ibid.*

<sup>4</sup> Bisnis.com, “*PIP: Rasio Wirausaha Indonesia Kalah dari Singapura, Kenapa?*”, <https://ekonomi.bisnis.com/read/20220612/9/1542654/pip-rasio-wirausaha-indonesia-kalah-dari-singapura-kenapa> diakses pada tanggal 7 januari 2023.

<sup>5</sup> Kementerian Perindustrian Republik Indonesia, <https://www.kemenperin.go.id/artikel/19926/Indonesia-butuh-4-juta-wirausaha-baru-untuk-menjadi-negara-maju#:~:text=Misalnya%2C%20Singapura%20saat%20ini%20sudah,mencapai%208%2C06%20juta%20jiwa> diakses pada tanggal 7 januari 2023.

BPS juga mencatat jumlah usaha yang berjualan secara daring (online) di Indonesia mencapai 2,36 juta unit pada 2020. Proporsi tersebut telah mencapai 25,25% dari total bisnis di Indonesia pada tahun lalu. Berdasarkan wilayahnya, mayoritas atau 75,16% pelaku usaha daring masih berasal dari Pulau Jawa.<sup>6</sup>

Sebanyak 1,77 juta usaha (75,15%) berada di Pulau Jawa. Hal ini terjadi karena Pulau Jawa menjadi pusat perekonomian dan memiliki infrastruktur digital yang lebih memadai. Jawa Barat merupakan daerah dengan jumlah usaha e-commerce terbanyak di Indonesia. Setidaknya terdapat 473.283 usaha (20,05%) di provinsi tersebut.<sup>7</sup>



**Gambar 1. 2 Jumlah Usaha E-Commerce Menurut Provinsi**

Pertumbuhan ekonomi di Kota Tasikmalaya terus meningkat. Salah satunya didorong oleh meningkatnya jumlah pelaku wirausaha baru (WUB) pada segmen Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM). Apalagi saat ini, munculnya para pengusaha baru di Kota Tasikmalaya tersebut banyak berasal dari generasi muda dengan memanfaatkan teknologi digital. Dengan kondisi digitalisasi saat ini, usaha

<sup>6</sup> Bisnis.com, “Rangkuman Data Perkembangan ... diakses pada tanggal 31 Januari 2023..

<sup>7</sup> Databoks, “Jumlah E-Commerce Jawa Barat Terbanak Nasional”, tersedia di <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/12/17/jumlah-e-commerce-di-jawa-barat-terbanyak-nasional> diakses pada tanggal 31 Januari 2023

melalui media sosial (medsos) dengan sistem daring atau online dipandang lebih mudah dan lebih menguntungkan dibanding usaha konvensional.<sup>8</sup>

Perkembangan teknologi internet dan digital yang melesat tinggi mendorong untuk dapat memenuhi kebutuhan secara global.<sup>9</sup> Digitalisasi yang tak hentinya melakukan perkembangan dari masa ke masa. Seperti digitalisasi pada kegiatan jual beli yang memungkinkan pedagang tidak perlu menyediakan tempat untuk berjualan hanya cukup sekedar mempostingnya kelaman e-commerce. Tak hanya bagi pedagang, e-commerce pun berguna bagi calon pembeli yang mana dengan menggunakan aplikasi e-commerce ini, konsumen bisa langsung melihat bahkan membeli produk yang dijual tanpa harus keluar dari rumah.

Internet memungkinkan kita untuk bersosialisasi dan berinteraksi dengan pengguna lain secara daring tanpa dibatasi ruang dan waktu. Internet juga kerap kali dimanfaatkan penggunaanya untuk berwirausaha, karena internet memiliki jangkauan yang sangat luas tanpa dibatasi ruang dan waktu.

Generasi Z yaitu generasi yang lahir pada antara tahun 1997 sampai dengan 2012. Tumbuh di era teknologi sedang berkembang dengan pesat. Internet, media sosial, aplikasi pesan makan, aplikasi transportasi, aplikasi kencan online, dan masih banyak lagi. Bahkan, Genrasi Z di Indonesia menempati posisi teratas yang paling

---

<sup>8</sup> Asep M. Saepfuloh, “Jumlah Wirausaha Baru di Kota Tasikmalaya Meningkat, Memanfaatkan Teknologi Digital dengan Penjualan Online”, tersedia di <https://kabarpriangan.pikiran-rakyat.com/ekonomi-bisnis/pr-1485979896/jumlah-pelaku-usaha-baru-di-kota-tasikmalaya-meningkat-memanfaatkan-teknologi-digital-dengan-sistem-online?page=2> diakses pada tanggal 6 maret 2023

<sup>9</sup> Nofriansyah Dicky., Citrawati J., M. Noor H. S., dkk., “*Bisnis Online: Strategi dan Peluang Usaha*”. (Medan, Yayasan Kita Menulis, 2020), hlm. 12.

banyak menghabiskan waktu untuk berselancar di Internet dengan rata-rata 7 sampai 13 jam setiap harinya.<sup>10</sup>

Platform digital sudah sangat lekat dengan keseharian warga Indonesia. Terutama pada generasi Z muslim yang menggunakan teknologi dan memanfaatkan digitalisasi pada kesehariannya. Generasi Z muslim seharusnya bisa memanfaatkan kemajuan teknologi dan digitalisasi ini dengan baik. Berwirausaha berbasis digital bisa menjadi salah satu pilihan bagi generasi Z muslim, mengingat berwirausaha berbasis digital bisa dilakukan dimana saja dan kapan saja.

Kewirausahaan digital terdiri atas menciptakan bisnis di internet, menjual jasa atau produk secara online tanpa perlu berinvestasi diruang fisik. Beberapa contoh bisnis digital adalah kursus online, e-commerce, blog, channel YouTube, dan solusi teknologi secara umum. Keuntungan utama dari model bisnis ini adalah kita tidak perlu menginvestasikan banyak uang untuk memulai dibandingkan dengan bisnis offline. Selain itu, format ini memungkinkan pengusaha untuk bekerja dari manapun dan kapanpun mereka mau, dengan fleksibel yang lebih besar dalam rutinitas harian mereka.<sup>11</sup>

Dengan kemudahan digitalisasi ini bisa memunculkan entrepreneur baru yang berbasis digital yang sudah sangat akrab dengan keseharian generasi Z muslim. Berwirausaha berbasis digital dianggap sangat mudah untuk memulainya, hanya

---

<sup>10</sup> Nanada Salsabila, brainacademy.id <https://www.brainacademy.id/blog/gen-z> diakses pada tanggal 19 januari 2023.

<sup>11</sup> Hatammimi Jurry, Krisnawati A., “*Menjadi Wirausaha Digital*”, (Yogyakarta, Diandra, 2022), hlm. 3.

dengan meng upload foto produk dan menambahkan keterangan produk kita sudah bisa berjualan di platform digital.

Pada dasarnya bisnis online mudah untuk pengelolaannya dibanding bisnis konvensional. Disisi bidang sumber daya manusia, bisnis digital terkadang tidak membutuhkan orang yang ahli dalam bidang teknologi.<sup>12</sup> Kemudahan diartikan sebagai kepercayaan individu dimana mereka menggunakan sistem tertentu akan bebas dari upaya. apabila seseorang percaya bahwa suatu teknologi itu mudah untuk digunakan maka orang tersebut akan menggunakannya.<sup>13</sup>

Kemunculan berbagai produk digital memfasilitasi kemudahan pengguna internet untuk melakukan aktivitas yang berpeluang untuk menciptakan layanan atau menciptakan dan mengembangkan produk yang diinginkan dan dibutuhkan oleh pengguna internet.<sup>14</sup>

Kehadiran *e-commerce* dapat menciptakan peluang baru bagi pelaku-pelaku usaha bisnis di tanah air. Berdasarkan survei dari Badan Pusat Statistik pemilik usaha atau penanggung jawab *e-commerce* berdasarkan umur didominasi oleh para generasi milenial.<sup>15</sup> Peluang usaha merupakan situasi yang memungkinkan terciptanya kerangka berfikir baru dalam rangka mengkreasi dan mengombinasikan sumber daya untuk

---

<sup>12</sup> Nofriansyah Dicky., Citrawati J., M. Noor H. S., dkk., “*Bisnis Online: Strategi dan Peluang Usaha*”. (Medan, Yayasan Kita Menulis, 2020), hlm. 6.

<sup>13</sup> Ningsih H.A. Endang M. S. Bida Sari, (2021), “Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Menggunakan Uang Elektronik (QRIS) Pada Mahasiswa”, *Jurnal IKRA-ITH Ekonomika*, Vol. 4, No. 1.

<sup>14</sup> Nofriansyah Dicky., Citrawati J., M. Noor H. S., dkk., “*Bisnis Online: Strategi dan Peluang Usaha*”. (Medan, Yayasan Kita Menulis, 2020), hlm. 12.

<sup>15</sup> Munsarif M, M Arif, dkk, “*Pengantar E-Commerce*”, (Medan, Yayasan Kita Menulis, 2022), hlm 35.

menghasilkan profit. Wirausaha dapat menciptakan peluang usaha bagi dirinya dengan memperhatikan lingkungan sekitarnya.<sup>16</sup>

Memulai suatu usaha memerlukan keparcayaan terhadap kemampuan diri sendiri bahwa usahanya akan berhasil. Rasa percaya diri akan membuat seseorang yakin terhadap segala aspek kelebihan yang dimiliki dan keyakinan tersebut membuatnya merasa mampu untuk bisa mencapai berbagai tujuan.<sup>17</sup> Percaya diri adalah suatu perasaan dan keyakinan terhadap kemampuan yang dimiliki untuk dapat meraih kesuksesan dengan berpijak pada usahanya sendiri dan mengembangkan penilaian yang positif bagi dirinya sendiri maupun lingkungannya sehingga, seseorang dapat tampil dengan penuh keyakinan dan mampu menghadapi segala sesuatu dengan tenang.<sup>18</sup>

Dalam hal ini rasa percaya diri merupakan suatu kebutuhan bagi setiap individu. Jika seseorang telah memiliki percaya diri, maka mereka telah siap untuk menghadapi segala hal didalam hidupnya, karena dengan adanya perasaan yakin akan kemampuan diri sendiri maka seseorang akan dapat mencapai tujuan hidup.<sup>19</sup>

---

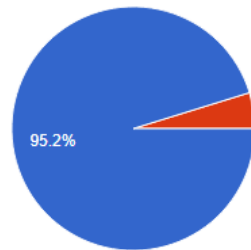
<sup>16</sup> Hasmira, M. H., & Fitriani, E. (2019). "Peluang Usaha Bagi Masyarakat Nagari Sungai Pinang untuk Pengembangan Ekowisata", *Abdi: Jurnal Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat*, 1(2), 64-68.

<sup>17</sup> Safira Dewi, Nunuk I, Nurus S, "Pengaruh Belajar dari Rumah dan Kepercayaan Diri Terhadap Minat Berwirausaha di Masa Pandemi Covid-19 Pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas PGRI Wiranegara Pasuruan", dalam Porsiding Transformasi Pembelajaran Nasional, (Pasuruan, Universitas PGRI Wiranegara, 2021), hlm 298.

<sup>18</sup> Fitri E., Zola N., & Ifdil I. (2018). "Profil kepercayaan diri remaja serta faktor-faktor yang mempengaruhi", *JPPI (Jurnal Penelitian Pendidikan Indonesia)*, Vol 4, No 1, hlm. 1-5.

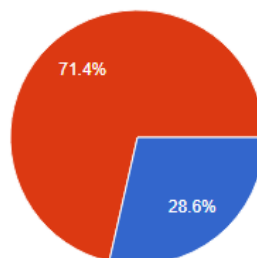
<sup>19</sup> Safira Dewi, Nunuk I, Nurus S, "Pengaruh Belajar dari Rumah .....", hlm. 299.

Pada studi pendahuluan dengan membagikan kuesioner dan jumlah responden sebanyak 105 responden. Adapun hasil dari studi pendahuluan menyatakan bahwa sebesar 95.2% generasi Z muslim berminat untuk berwirausaha berbasis digital, dan sebesar 4,8% responden tidak berminat berwirausaha berbasis digital.



**Gambar 1. 3 Persentase Jumlah Minat Berwirausaha**

55,2% responden memiliki persepsi bahwa berwirausaha berbasis digital itu mudah, sebesar 99% responden berpendapat bahwa platform digital adalah peluang usaha dan 77,1% responden percaya diri untuk berwirausaha berbasis digital sedangkan 22,9% diantaranya tidak percaya diri untuk berwirausaha berbasis digital.



**Gambar 1. 4 Persentase Pelaku Wirausaha Digital**

Namun dari banyaknya orang yang memiliki minat berwirausaha berbasis digital ini, yang sudah memulai wirausahanya sangat minim dengan presentase sebesar



28,6% atau hanya 30 orang dari 105 responden yang sudah memiliki wirusaha berbasis digital.

Islam mewajibkan setiap muslim, khususnya yang memiliki tanggungan, untuk “bekerja”. Bekerja merupakan salah satu pokok yang memungkinkan manusia memiliki harta kekayaan. Untuk memungkinkan manusia berusaha mencari nafkah, Allah SWT melapangkan bumi serta menyediakan berbagai fasilitas yang dapat dimanfaatkan manusia untuk mencari reeki.<sup>20</sup>

Wirusaha dalam islam dapat diartikan sebagai serangkaian aktivitas bisnis dalam berbagai bentuknya yang tidak dibatasi jumlah (kuantitas) kepemilikan hartanya (barang/jasa) termasuk profitnya, namun dibatasi dalam cara perolehan dan pendayagunaan hartanya (ada aturan halal dan haram),<sup>21</sup>

Hilmy Satriawan dan Endra Murti Sagoro Meyatakan bahwa variabel Kemudahan Penggunaan berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha berbasis e-commerce.<sup>22</sup> Dari penelitian Novi Wahyu Setyaningrum dimana hasil dari penelitiannya menyatakan bahwa semakin banyak peluang usaha maka semakin tinggi minat berwirausaha mahasiswa, begitu juga sebaliknya, semakin sedikit peluang usaha maka semakin rendah minat berwirausaha mahasiswa.<sup>23</sup> Hasil analisis Ayus Ahmad

---

<sup>20</sup> M. Ismail Y. dan M. K. Widjayakusuma, “*Menggagas Bisnis Islam*”, (Jakara, Gema Isani, 2002), hlm. 17.

<sup>21</sup> *Ibid.*, hlm. 18

<sup>22</sup> Hilmy Satriawan dan Endra Murti Sagoro, (2019), “Pengaruh Efikasi Diri, Kemudahan Penggunaan, Dan Toleransi Risiko Terhadap Minat Berwirausaha Berbasis E-Commerce Pada Umkm Di Kota Yogyakarta”, *Jurnal Fakultas Ekonomi UNY*, Vol. 7, No. 6, hlm. 1-10.

<sup>23</sup> N.W. Setyaningrum, “*Minat Berwirausaha Ditinjau dari Peluang Usaha dan Status Sosial Ekonomi Orangtua pada Mahasiswa Program Studi Pendidikan Akuntansi Angkatan 2016 Universitas Muhammadiyah Surakarta*”, (Surakarta, UMSLibrary, 2019), hlm. 67.

Yusuf dan Amir Hamzah menunjukkan bahwa kepercayaan diri positif terhadap minat menjadi wirausaha secara parial dan signifikan.<sup>24</sup>

Berdasarkan latar belakang, teori dan beberapa penelitian terdahulu yang telah dipaparkan, mendorong peneliti untuk melakukan penelitian mengenai minat berwirausaha berbasis digital dengan judul **“Pengaruh Persepsi Kemudahan, Peluang Usaha dan Kepercayaan Diri Terhadap Minat Berwirausaha Berbasis Digital Pada Generasi Z Di Tasikmalaya”**.

## **B. Rumusan Masalah**

Rumusan masalah yang akan menjadi pembahasan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah persepsi kemudahan berpengaruh terhadap minat berwirausaha berbasis digital pada Generasi Z di Tasikmalaya?
2. Apakah peluang usaha berpengaruh terhadap minat berwirausaha berbasis digital pada Generasi Z di Tasikmalaya?
3. Apakah kepercayaan diri berpengaruh terhadap minat berwirausaha berbasis digital pada Generasi Z di Tasikmalaya?
4. Apakah persepsi kemudahan, peluang usaha dan kepercayaan diri berpengaruh terhadap minat berwirausaha berbasis digital pada Generasi Z di Tasikmalaya?

---

<sup>24</sup> Ayus Ahmad Yusuf dan Amir Hamzah, (2016) *“Pengaruh Kepercayaan Diri Dan Semangat Kewirausahaan Terhadap Minat Menjadi Wirausaha”*, Jurnal Kajian Ekonomi dan Perbankan Syariah, Vol. 8, No. 2, hlm. 481-490.

### **C. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh persepsi kemudahan terhadap minat berwirausaha berbasis digital pada Generasi Z di Tasikmalaya.
2. Untuk mengetahui pengaruh peluang usaha terhadap minat berwirausaha berbasis digital pada Generasi Z di Tasikmalaya.
3. Untuk mengetahui pengaruh kepercayaan diri terhadap minat berwirausaha berbasis digital pada Generasi Z di Tasikmalaya.
4. Untuk Mengetahui pengaruh persepsi kemudahan, peluang usaha dan kepercayaan diri terhadap minat berwirausaha berbasis digital pada Generasi Z di Tasikmalaya.

### **D. Kegunaan Penelitian**

Dalam penelitian ini diharapkan akan memberikan manfaat baik secara praktis maupun akademis, sebagai berikut:

#### **1. Kegunaan Akademis**

Penelitian ini diharapkan bisa bermanfaat bagi akademisi mengenai pemahaman terhadap kewirausahaan. Sehingga akademisi dapat menjadikan penelitian ini sebagai masukan dan pertimbangan untuk beradaptasi terhadap perkembangan teknologi di era digital dan memanfaatkannya untuk menggali potensi kewirausahaan.

#### **2. Kegunaan Praktis**

Secara Praktis di harapkan penelitian ini memberikan manfaat bagi industri dan perusahaan platform wirausaha digital, sehingga perusahaan dapat menjadikan

penelitian ini untuk meningkatkan kinerja perusahaan dan dapat menarik pengusaha baru berbasis digital.

### 3. Kegunaan Umum

Secara umum diharapkan penelitian ini dapat berguna bagi masyarakat luas sehingga masyarakat umum bisa lebih mengetahui mengenai wirausaha berbasis digital dan tertarik untuk memanfaatkan platform digital untuk menjalankan usahanya menjadi lebih luas.