

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Di era industri 4.0, seluruh aspek kehidupan mengalami transformasi melalui integrasi data dan teknologi komunikasi. *National Education Association* mengidentifikasi keterampilan abad ke-21 yang perlu dikuasai, yang dikenal dengan “*The 4C*”, yaitu berpikir kritis, kreativitas, komunikasi dan kolaborasi (I Wayan Redhana, 2019:2240). Keterampilan ini semakin penting karena pengembangan kemampuan berpikir kritis, kreatif dan kolaboratif akan membantu generasi muda beradaptasi di tengah pesatnya kemajuan teknologi. Sejalan dengan itu, Astutik & Hariyati (2021:620) menjelaskan bahwa keterampilan abad ke-21 memungkinkan generasi muda lebih terampil dalam memanfaatkan informasi, pengetahuan dan teknologi serta membentuk kesadaran terhadap perkembangan digital.

Keterampilan 4C juga mendukung generasi muda dalam aspek kepemimpinan, literasi digital, komunikasi, kecerdasan emosional, pemecahan masalah, kerja tim, kewarganegaraan global dan kewirausahaan. Kewirausahaan sendiri kini diakui sebagai kemampuan penting, terutama untuk menghadapi tantangan sosial-ekonomi, termasuk masalah pengangguran dan kesejahteraan. Menurut Yadav & Kashyap (2017:1502), kewirausahaan skala kecil dianggap sebagai solusi utama untuk mengatasi pengangguran serta memanfaatkan sumber daya manusia dan non-manusia secara efisien. Dengan demikian, kewirausahaan tidak hanya bermanfaat bagi individu, tetapi juga mampu meningkatkan taraf hidup masyarakat secara luas.

Kewirausahaan juga dipandang sebagai pendorong pertumbuhan ekonomi. Hisrich, R. D., Peters, M. P., & Shepherd (2017), menjelaskan bahwa kewirausahaan memiliki peran penting dalam menciptakan dan mengembangkan bisnis serta dalam pertumbuhan dan kesejahteraan negara. Di Indonesia, wirausahawan diharapkan mampu menjaga kelangsungan bisnis mereka melalui kreativitas dan inovasi, misalnya dengan memanfaatkan media sosial untuk pemasaran atau *sosial media marketing* (Chaniago & Sayuti, 2019:25).

Sebagai kekuatan pendorong pertumbuhan ekonomi, kewirausahaan juga memainkan peran signifikan dalam menciptakan peluang kerja baru dan menghasilkan inovasi di berbagai sektor ekonomi (S. Karimi et al., 2016). Bahkan dalam situasi sulit, seperti krisis ekonomi, kewirausahaan dipandang sebagai solusi untuk mengurangi pengangguran dan kemiskinan (Bangi, 2019). Peningkatan kewirausahaan tidak hanya memberikan kontribusi dalam menghadapi krisis ekonomi, tetapi juga membuka lapangan kerja baru, menciptakan inovasi dan meningkatkan efisiensi di berbagai sektor (Hameed et al., 2021:3).

Menurut World Bank, sebuah negara dapat dikategorikan sebagai negara maju jika setidaknya 4% dari penduduknya adalah wirausaha. Indeks kewirausahaan global, yang dirilis oleh *The Global Entrepreneurship and Development Institute*, mengukur dan mengurutkan tingkat kewirausahaan di berbagai negara setiap tahun, termasuk Indonesia. Pada tahun 2021 Indonesia dalam indeks kewirausahaan global berada di peringkat 45 dengan skor 15,42 dari total 137 negara. Meskipun termasuk dalam kelompok yang memiliki skor kewirausahaan yang lumayan, Indonesia masih tertinggal jika dibandingkan dengan beberapa negara tetangganya di Asia Tenggara, seperti Malaysia yang menempati posisi ke-14 dengan skor 23,6 dan Filipina di peringkat ke-18 dengan skor 21,62. Posisi ini menunjukkan bahwa Indonesia perlu meningkatkan daya saing dan ekosistem kewirausahaan untuk lebih bersaing dengan negara-negara Asia Tenggara lainnya yang berhasil mencapai peringkat lebih tinggi.

Secara keseluruhan, indeks ini didominasi oleh negara-negara maju dengan ekosistem kewirausahaan yang lebih mapan. Amerika Serikat berada pada posisi teratas dengan skor 42,88 yang diikuti oleh negara Jerman (41,05) dan Inggris (35,8). Negara-negara ini memiliki nilai tinggi dalam aspek kesiapan berwirausaha, inovasi serta kemudahan dalam membuka usaha. Melihat posisi negara-negara maju ini, peringkat Indonesia yang relatif rendah menggambarkan bahwa masih ada tantangan besar dalam pengembangan kewirausahaan di Indonesia agar dapat bersaing di tingkat global.

Namun, laporan terbaru dari *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM) melalui *National Entrepreneurship Context Index* (NECI) pada tahun 2022, memberikan pandangan yang lebih optimis terkait kualitas lingkungan kewirausahaan di Indonesia. NECI adalah indeks yang mengukur kualitas lingkungan kewirausahaan suatu negara dengan merata-ratakan skor dari 13 kondisi lingkungan kewirausahaan atau *Entrepreneurship Framework Conditions* (EFC). Dalam laporan ini, Indonesia menempati peringkat ketujuh dengan skor 5,8 yang menempatkannya di posisi yang cukup kompetitif. Indonesia bahkan bersanding dengan negara-negara dengan ekosistem kewirausahaan kuat, seperti Uni Emirat Arab (UEA) yang menempati peringkat pertama dengan skor 7,2 dan Arab Saudi di posisi kedua dengan skor 6,3 seperti yang terlihat di Tabel 1.1.

Tabel 1.1

National Entrepreneurship Context Index (NECI) 2022

Nama Data	Nilai
Uni Emirat Arab	7,2
Arab Saudi	6,3
Taiwan	6,2
India	6,1
Belanda	5,9
Lithuania	5,8
Indonesia	5,8
Swiss	5,8
Korea Selatan	5,7
Qatar	5,7

Sumber: (Databoks, 2023).

Pencapaian Indonesia di peringkat ketujuh dalam NECI tersebut menunjukkan optimisme terhadap daya saing ekosistem kewirausahaan dalam negeri, khususnya diantara negara-negara Asia lainnya. Peringkat ini menggambarkan kualitas lingkungan kewirausahaan yang terus membaik di Indonesia, meskipun *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM) menekankan bahwa setiap negara memiliki karakteristik unik, kekuatan dan tantangan tersendiri dalam membangun ekosistem yang mendukung kewirausahaan.

Optimisme ini didukung pula oleh data dari Badan Pusat Statistik (BPS) per Februari 2024, yang menunjukkan bahwa jumlah wirausaha mapan di Indonesia telah mencapai 5,01 juta, meningkat sebesar 2,04% dibandingkan tahun sebelumnya, seperti yang terlihat di Gambar 1.1. Wirausaha mapan adalah pelaku usaha yang dibantu oleh buruh tetap atau buruh yang digaji.



Sumber: (Goodstats, 2024).

Gambar 1.1

Jumlah Wirausaha Mapan di Indonesia

Sementara itu, wirausaha pemula mengalami penurunan sebesar 0,9% sejak Agustus 2023, dengan jumlah 51,55 juta orang per Februari 2024 yang dapat dilihat pada Gambar 1.2. Wirausaha pemula merujuk pada individu yang menjalankan usaha secara mandiri, termasuk mereka yang mendapatkan bantuan dari buruh tidak tetap atau buruh yang tidak menerima upah. Meskipun jumlah wirausaha pemula menurun, angka ini masih jauh lebih tinggi dibandingkan wirausaha mapan. Hal ini menunjukkan bahwa potensi wirausaha, terutama dikalangan generasi muda masih sangat besar namun perlu didorong lebih jauh.



Sumber: (Goodstats, 2024).

Gambar 1.2

Jumlah Wirausaha Pemula di Indonesia

Berdasarkan data tersebut potensi kewirausahaan di kalangan generasi muda Indonesia semakin terlihat, terutama di tengah pesatnya perkembangan teknologi dan akses terhadap internet. Namun, meskipun akses terhadap teknologi semakin terbuka, generasi muda masih menghadapi tantangan yang signifikan dalam memulai bisnis digital, seperti kurangnya kepercayaan diri dan keterampilan kewirausahaan yang diperlukan untuk bersaing di era digital. Tantangan-tantangan ini dapat mempengaruhi sejauh mana intensi mereka untuk terjun dalam kewirausahaan digital bisa terwujud menjadi nyata.

Dalam upaya untuk memahami lebih lanjut tentang bagaimana intensi berwirausaha digital di kalangan generasi muda, peneliti telah melakukan pra-penelitian dengan menyebarkan kuesioner kepada 81 mahasiswa dari berbagai jurusan di Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan (FKIP) Universitas Siliwangi Angkatan 2021. Kuesioner ini dirancang untuk mengidentifikasi persepsi dan sikap mereka terhadap intensi berwirausaha digital serta faktor-faktor mereka untuk terjun ke dunia bisnis. Adapun hasil dari pra-penelitian dapat dilihat pada Tabel 1.2.

Tabel 1.2
Hasil Pra-Penelitian

No	Aspek	Presentase
1	Antusias memulai bisnis di platform digital	88,8%
2	Memilih bisnis digital dibandingkan pekerjaan konvensional	63,8%
3	Memiliki strategi pemasaran digital	33,75%
4	Yakin beradaptasi dengan perubahan teknologi dalam konteks bisnis digital	40,74%

Sumber: Hasil Observasi Pra Penelitian, 2024

Berdasarkan data hasil pra-penelitian pada tabel 1.2, mayoritas responden menunjukkan antusiasme untuk memulai bisnis di platform digital seperti media sosial atau *marketplace*. Namun, meskipun tingkat ketertarikan tinggi, hanya sebagian kecil responden yang telah memiliki strategi pemasaran digital yang jelas. Hal ini menciptakan kesenjangan signifikan antara minat dengan tindakan nyata dalam memulai bisnis berbasis digital. Situasi ini mencerminkan tantangan besar dalam mengubah antusiasme tersebut untuk menjadi langkah konkret yang terencana dengan baik.

Selain itu, meskipun sebagian responden mengaku lebih memilih bisnis digital dibandingkan dengan pekerjaan konvensional, rendahnya persentase yang memiliki rencana strategis menunjukkan bahwa ketertarikan tersebut belum diimbangi dengan kesiapan dan perencanaan yang matang. Hal ini mengindikasikan adanya masalah dalam transisi dari keinginan untuk memulai bisnis digital ke upaya konkret untuk mewujudkannya. Padahal, dalam dunia bisnis digital yang sangat dinamis, perencanaan yang matang menjadi kunci kesuksesan.

Lebih lanjut lagi, hanya sebagian responden yang merasa yakin dapat beradaptasi dengan perubahan teknologi dalam konteks bisnis digital. Ini menandakan bahwa meskipun sebagian responden menyadari pentingnya teknologi, mereka belum sepenuhnya siap atau percaya diri untuk menghadapi perubahan yang cepat dan terus berkembang. Hal ini berkaitan erat dengan konsep

entrepreneurial agility, yaitu kemampuan untuk merespon perubahan dengan cepat dan fleksibel, yang menjadi faktor penting dalam mengatasi kesenjangan antara minat dengan tindakan. Sejalan dengan ini, J. Karimi & Walter (2021) menyatakan bahwa *entrepreneurial agility* berperan penting dalam memperkuat kapabilitas platform digital dan inovasi model bisnis, sehingga memungkinkan para pelaku usaha lebih tanggap menghadapi perubahan digital yang dinamis.

Selain itu, meskipun responden menunjukkan minat terhadap bisnis digital, kemampuan untuk mengidentifikasi dan mengeksplorasi peluang baru juga menunjukkan tantangan tersendiri. Karakteristik kewirausahaan seperti keberanian mengambil risiko dan kreativitas sangat penting untuk memulai bisnis digital yang sukses, namun dalam hal ini, ketidakmampuan sebagian besar responden untuk merumuskan strategi pemasaran digital yang konkret menyoroti permasalahan dalam pengembangan *entrepreneurial traits* yang diperlukan untuk menghadapi tantangan kewirausahaan digital. Ghezzi, A., & Cavallo (2020) menekankan bahwa karakteristik kewirausahaan sangat diperlukan untuk kesuksesan dalam dunia kewirausahaan digital yang penuh dengan risiko dan ketidakpastian.

Secara keseluruhan, *entrepreneurial agility* dan *entrepreneurial traits* dapat menjadi faktor penentu dalam mengatasi kesenjangan antara minat dan tindakan nyata dalam berwirausaha digital. Namun, tanpa adanya pemahaman yang lebih mendalam mengenai kedua konsep tersebut, banyak generasi muda khususnya Gen Z yang akan berisiko tidak dapat mengubah antusiasme mereka menjadi langkah konkret untuk memulai bisnis digital.

Dengan adanya temuan ini, penelitian ini sangat penting untuk menganalisis bagaimana *entrepreneurial agility* dan *entrepreneurial traits* mempengaruhi intensi Gen Z untuk menjadi *digital entrepreneur*. Dalam era yang semakin digital, kemampuan untuk beradaptasi dengan perubahan teknologi dan karakteristik kewirausahaan yang kuat sangat diperlukan agar generasi muda dapat bersaing dan berinovasi dalam bisnis digital. Tanpa pemahaman yang lebih dalam mengenai konsep ini, generasi muda akan kehilangan kesempatan untuk mengatasi hambatan dalam memulai bisnis digital, yang pada akhirnya menghambat inovasi dan daya saing mereka dalam dunia yang semakin

kompetitif. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pada pengembangan kurikulum pendidikan tinggi, terutama dalam membenttuk profil lulusan yang siap menghadapi tantangan di dunia bisnis digital.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah disampaikan, perumusan masalah dalam penelitian ini dapat dinyatakan sebagai berikut:

1. Bagaimana *entrepreneurial agility* berpengaruh terhadap *digital entrepreneurship intention* mahasiswa di FKIP Universitas Siliwangi Angkatan 2021?
2. Bagaimana *entrepreneurial traits* berpengaruh terhadap *digital entrepreneurship intention* mahasiswa di FKIP Universitas Siliwangi Angkatan 2021?
3. Bagaimana *entrepreneurial agility* dan *entrepreneurial traits* berpengaruh terhadap *digital entrepreneurship intention* mahasiswa di FKIP Universitas Siliwangi Angkatan 2021?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah disampaikan, peneliti menetapkan tujuan penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh *entrepreneurial agility* terhadap *digital entrepreneurship intention* mahasiswa di FKIP Universitas Siliwangi Angkatan 2021
2. Untuk mengetahui pengaruh *entrepreneurial traits* terhadap *digital entrepreneurship intention* mahasiswa di FKIP Universitas Siliwangi Angkatan 2021
3. Untuk mengetahui pengaruh *entrepreneurial agility* dan *entrepreneurial traits* terhadap *digital entrepreneurship intention* mahasiswa di FKIP Universitas Siliwangi Angkatan 2021

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaan Teoritis

Secara teoritis, kegunaan dari penelitian ini yaitu:

1. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam memperkaya wawasan dan pengetahuan baru terkait pengaruh *entrepreneurial agility* dan *entrepreneurial traits* terhadap *digital entrepreneurship intention* di kalangan mahasiswa.
2. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi akademik yang berguna, khususnya dalam kajian mengenai topik-topik yang berhubungan dengan intensi berwirausaha digital, terutama pada generasi z di era digital.

1.4.2 Kegunaan Praktis

Kegunaan praktis dari penelitian ini yaitu:

1. Bagi peneliti, penelitian ini akan memberikan pengalaman, wawasan serta meningkatkan keterampilan teknis dalam melaksanakan penelitian dan memperdalam pengetahuan terkait wirausaha digital dan karakteristik kewirausahaan.
2. Bagi jurusan, hasil penelitian ini dapat menjadi sumber referensi yang relevan bagi program studi di FKIP, khususnya pada rumpun ilmu pendidikan ekonomi dalam upaya memahami tren wirausaha digital di kalangan mahasiswa.
3. Bagi dosen, hasil penelitian ini bisa menjadi sumber informasi yang membantu dalam memberikan pemahaman lebih lanjut terkait *entrepreneurship* di era digital, yang dapat diterapkan dalam pengajaran dan diskusi di kelas.
4. Bagi mahasiswa, penelitian ini diharapkan dapat mendorong pemahaman yang lebih baik mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi intensi berwirausaha digital serta meningkatkan minat mereka untuk terlibat dalam kegiatan kewirausahaan di bidang digital.
5. Bagi peneliti lain, hasil penelitian ini dapat menjadi acuan dan referensi yang berguna dalam melakukan penelitian lanjutan dengan topik serupa, untuk menghasilkan kajian yang lebih mendalam.