

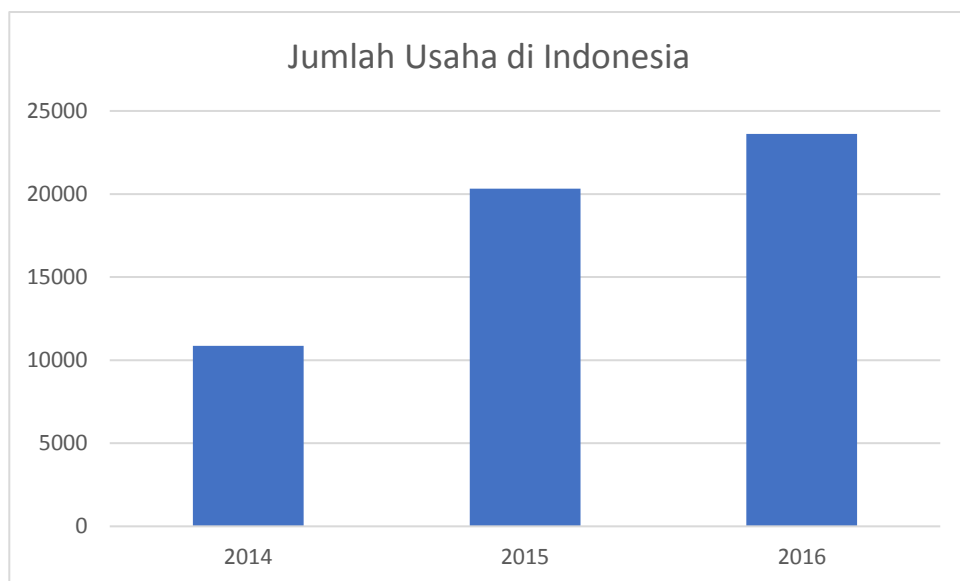
BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Seperti kita ketahui bersama dunia wirausaha menjadi trendi karena tampilan kesuksesan yang menyilaukan pada saat ini, menurut Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah (UKM), seperti yang diungkapkan oleh Menteri Koperasi dan UKM Anak Agung Gede Ngurah Puspayoga, jumlah pengusaha di Indonesia meningkat dari yang sebelumnya hanya 1,67% menjadi 3,10% dari total penduduk Indonesia yang saat ini sebanyak 225 juta jiwa (Liputan6, 2017).

Gambar 1.1 Data Peningkatan Jumlah Wirausaha di Indonesia



Sumber : bps.go.id (2021)

DKI Jakarta merupakan salah kota yang memiliki potensi terbaik di Indonesia untuk pebisnis muda, dimana kota ini dijadikan tempat bisnis dan telah ditetapkan oleh Kementerian Olahraga dan Pemuda (Kemenpora) sebagai wilayah yang layak bisnis bagi anak muda (Liputan6, 2018). DKI Jakarta juga dipandang memiliki

peluang dan daya dukung untuk menciptakan banyak wirausaha muda. Ketua HIPMI (Himpunan Pengusaha Muda Indonesia) Jaya Andi Indra Rukman mengatakan, ekosistem bisnis Jakarta sangat menunjang untuk menciptakan usaha baru dimana perputaran uang di Jakarta lebih dari 70%, artinya potensi untuk menciptakan usaha baru terbuka lebar tentunya dengan kecermatan melihat peluang (Kompas.com, 2020)

Tidak sedikit individu akhirnya membuka peluang bisnis baru khususnya Generasi Z, mereka memiliki preferensi untuk memulai bisnis mereka sendiri atau melakukan pekerjaan kontrak (Powers, 2018). Berbekal semangat kewirausahaan generasi milenial, tetapi dengan sedikit lebih hati-hati dan pemikiran ke depan, Gen Z akan membuka jalan menuju kesuksesan tanpa mengikuti aturan orang lain. Sekitar 41% berencana untuk memulai wirausaha dan 45% percaya bahwa mereka dapat menemukan sesuatu yang merubah dunia (Online Schools Center, 2019).

Ada beberapa alasan Generasi Z memilih untuk berwirausaha dan bisnis alih alih bekerja. Alasan yang pertama generasi ini tidak ingin dibatasi, sebuah survey yang dilakukan oleh Universum Global terhadap 50.000 siswa kelompok Gen Z menunjukkan bahwa 36% dari Gen Z takut akan terjebak dalam karier yang tidak memungkinkan mereka mengembangkan peluang. Dengan kata lain, mereka tidak ingin didefinisikan atau dibatasi (Powers, 2018). Yang kedua adanya akses yang berlimpah, Gen Z beruntung memiliki situs web di mana mereka dapat belajar sendiri untuk mendapatkan keterampilan baru yang memungkinkan mereka untuk menjadi pengusaha yang lebih baik. Di atas semua sumber daya itu, sekarang ada ribuan sumber daya tambahan yang gratis atau berbiaya rendah dan dijalankan oleh

para ahli di situs-situs seperti Udemy dan SkillShare. Ada ratusan ribu buku yang diterbitkan setiap tahun dan karena Gen Z adalah pengguna tablet, ponsel dan komputer, menjadi lancar bagi mereka untuk mengakses saran dari pengusaha (Schawbel, 2014)

Generasi Z atau Gen Z atau iGen atau *centennials*, mengacu pada generasi yang lahir antara 1996-2010, setelah generasi millennium atau gen Y. Generasi Z telah dibesarkan oleh internet dan media sosial, sudah menjalani pendidikan tinggi di perguruan tinggi dan sebagian telah menyelesaikannya dan memasuki dunia kerja pada tahun 2020. Generasi Z tumbuh dengan teknologi, internet, dan media sosial, yang terkadang menyebabkan mereka mendapatkan stereotip sebagai pecandu teknologi, anti-sosial, atau pejuang keadilan sosial (Business Insider, 2019).

Seorang wirausahawan dapat menjalankan bisnisnya dengan baik apabila terdapat keinginan atau minat dalam berwirausaha. Menurut Utami (2017), minat berwirausaha merupakan kemauan seseorang dalam mengambil peluang yang ada dan merintis bisnis secara mandiri dengan membuat produk atau layanan yang baru. Minat berwirausaha dalam seseorang pun juga dapat tumbuh karena dorongan dari beberapa faktor. Menurut *Luthje and Franke's Model* (LFM) dalam Fauzani, Suryani, & Rahmawati (2019) ada faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi individu dalam menumbuhkan minat berwirausahanya. Faktor internal merupakan faktor yang berasal dari dalam diri sendiri seperti *self-efficacy*, *personality*, kebutuhan akan prestasi, motivasi, pengalaman individu dan pengalaman kerja individu sedangkan faktor eksternal adalah faktor yang berasal dari sekeliling

individu seperti faktor lingkungan, dukungan keluarga dan pendidikan formal ataupun non formal.

Kewirausahaan merupakan salah satu cara yang dilakukan seorang muslim untuk memperoleh rezeki serta kebahagiaan ataupun keberhasilan di dunia dan di akhirat. Agama Islam mengajarkan keseluruhan tata cara untuk berbagai aspek dalam kehidupan, termasuk dalam hal berbisnis dan kewirausahaan. Allah SWT berfirman dalam al-Qur'an surat at-Taubah ayat 105 sebagai berikut :

وَقُلِ اعْمَلُوا فَسَيَرَى اللَّهُ عَمَلَكُمْ وَرَسُولُهُ وَالْمُؤْمِنُونَ ۖ وَسَتُرَدُّونَ إِلَىٰ عِلْمِ الْغَيْبِ وَالشَّهَادَةِ
فَيُنَبِّئُكُمْ بِمَا كُنْتُمْ تَعْمَلُونَ ۚ

Artinya :

“Dan katakanlah, “Bekerjalah kamu, maka Allah akan melihat pekerjaanmu, begitu juga Rasul-Nya dan orang-orang mukmin, dan kamu akan dikembalikan kepada (Allah) Yang Mengetahui yang gaib dan yang nyata, lalu diberitakan-Nya kepada kamu apa yang telah kamu kerjakan.” (QS. At-Taubah [9] : 105)

Islam sebetulnya telah memberikan ajaran menyeluruh dan komplet kepada umatnya dalam meniti jalan kebahagiaan hidup, salah satunya dalam mencari rezeki. Islam telah memberikan rambu-rambu yang jelas di dalam-Nya. Wirausaha salah satu jalan bagi umat Islam untuk melakukan aktivitas bisnis dan bertransaksi, konsep dan tata caranya sudah diatur dalam al-Qur'an dan Hadits.

Banyak faktor internal yang menjadi pemicu Gen Z dalam meningkatkan minat berwirausaha diantaranya *self efficacy*. *Self efficacy* mengacu pada keyakinan akan kemampuan-kemampuan yang dimiliki individu untuk menggerakkan motivasi, kemampuan kognitif dan tindakan-tindakan yang diperlukan untuk memenuhi tuntutan situasi. Jadi, *self efficacy* berperan penting dalam menentukan keberhasilan dalam tugas tertentu atau pekerjaan tertentu seperti berwirausaha. *Self efficacy* akan

memungkinkan munculnya keyakinan dari dalam diri individu sehingga dapat membantu melakukan aktivitasnya tanpa ada hambatan dan halangan apapun (Muslihudin & Ilmaniati, 2017).

Dalam berwirausaha tentu memerlukan *self efficacy*. Seperti yang diungkapkan Hutasuhut (2018), *self-efficacy* merujuk pada kepercayaan diri sendiri terhadap kemampuannya untuk menata dan melakukan tindakan yang dibutuhkan dalam memenuhi pencapaian yang diharapkan. Dengan adanya rasa kemampuan yang dimiliki oleh Gen Z diharapkan dapat bersungguh-sungguh dalam menjalankan suatu usaha. *Self efficacy* yang rendah tidak hanya dialami oleh individu yang tidak memiliki kemampuan (bakat), tetapi memungkinkan dialami juga oleh individu berbakat ketika individu tersebut telah berusaha dengan keras tetapi tetap mengalami kegagalan (Bandura, 1997). Oleh karena itu *self efficacy* sangat dipengaruhi oleh persepsi diri individu dalam menyelesaikan tingkat kesulitan suatu masalah.

Al-Qur'an telah menegaskan bahwa setiap orang akan mampu menghadapi peristiwa apapun yang terjadi karena Allah SWT berjanji bahwa Allah SWT tidak akan membebani seseorang melainkan dengan sesuatu yang sesuai dengan kemampuannya. Seperti firman Allah SWT dalam surat al-Baqarah ayat 286 :

لَا يُكَلِّفُ اللَّهُ نَفْسًا إِلَّا وُسْعَهَا ۗ لَهَا مَا كَسَبَتْ وَعَلَيْهَا مَا اكْتَسَبَتْ ۗ رَبَّنَا لَا تُؤَاخِذْنَا إِن نَّسِينَا أَوْ أَخْطَأْنَا ۗ رَبَّنَا وَلَا تَحْمِلْ عَلَيْنَا إصْرًا كَمَا حَمَلْتَهُ عَلَى الَّذِينَ مِن قَبْلِنَا ۗ رَبَّنَا وَلَا تُحَمِّلْنَا مَا لَا طَاقَةَ لَنَا بِهِ ۗ وَاعْفُ عَنَّا ۗ وَاعْفِرْ لَنَا ۗ وَارْحَمْنَا ۗ أَنْتَ مَوْلَانَا فَانصُرْنَا عَلَى الْقَوْمِ الْكَافِرِينَ □

Artinya :

“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya. Dia mendapat (pahala) dari (kebajikan) yang dikerjakannya dan dia mendapat (siksa) dari (kejahatan) yang diperbuatnya. (Mereka berdoa), “Ya Tuhan kami, janganlah Engkau hukum kami jika kami lupa atau kami melakukan kesalahan. Ya Tuhan kami, janganlah Engkau bebani kami dengan beban yang berat sebagaimana Engkau bebani kepada orang-orang sebelum kami. Ya Tuhan kami, janganlah Engkau pilukan kepada kami apa yang tidak sanggup kami memikulnya. Maafkanlah kami, ampunilah kami, dan rahmatilah kami. Engkau pelindung kami, maka tolonglah kami menghadapi orang-orang kafir.” (QS. Al-Baqarah [2] : 286)

Ayat diatas dapat disimpulkan bahwa Allah SWT tidak akan membebani dengan sesuatu yang berada di luar kemampuannya. Maka timbul keyakinan bahwa apapun yang terjadi, kita akan mampu menghadapinya. Ayat ini juga menginsyartakan bahwa setiap orang memiliki kemampuan sebagai bekal untuk menjalani kehidupan ini, maka setiap orang hendaknya meyakini bahwa banyak kemampuan yang telah dimiliki menjadi potensi sebagai modal untuk kesuksesan.

Selain *self efficacy* yang menjadi faktor internal dalam memicu Gen Z untuk meningkatkan minat berwirausaha, motivasi juga menjadi salah satu faktor tersebut. Sumardi (2007) menjelaskan bahwa pengusaha atau wirausahawan (*entrepreneur*) merupakan seorang yang menciptakan sebuah usaha atau bisnis yang dihadapkan dengan risiko dan ketidakpastian dalam memperoleh keuntungan dan mengembangkan bisnis. Dalam menghadapi kondisi yang penuh risiko dan ketidakpastian ini dibutuhkan motivasi yang kuat agar kewirausahaan dapat tetap berjalan.

Motivasi adalah suatu keinginan dari dalam diri seseorang yang mendorong orang tersebut untuk melakukan sesuatu, termasuk menjadi *young entrepreneur* (Sarosa, 2005). Kebanyakan orang yang berhasil di dunia usaha mempunyai motivasi yang kuat yang mendorong tindakan-tindakan mereka.

Menurut Ratnawati & Kuswardani (2010) motivasi berwirausaha adalah keadaan yang mendorong, menggerakkan dan mengarahkan keinginan individu untuk melakukan kegiatan kewirausahaan, dengan cara mandiri, percaya pada diri sendiri, berorientasi ke masa depan, berani mengambil risiko, kreatif dan menilai tinggi hasrat inovasi. Motivasi juga memiliki peranan yang sangat penting guna merealisasikan minat berwirausaha Gen Z.

Dalam al-Qur'an surat al-Jumua' ayat 10, Allah SWT memerintahkan umat Islam untuk tidak bermalas-malasan setelah menjalankan Ibadah, akan tetapi dibertebaran di muka bumi dan melakukan aktivitas pencarian anugerah dari Allah SWT, yang berbunyi :

فَإِذَا قُضِيَتِ الصَّلَاةُ فَانْتَشِرُوا فِي الْأَرْضِ وَابْتَغُوا مِنْ فَضْلِ اللَّهِ وَاذْكُرُوا اللَّهَ كَثِيرًا لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ

Artinya :

“Apabila telah ditunaikan sholat, maka bertebaranlah kamu di bumi ; carilah karunia Allah dan ingatlah Allah banyak-banyak agar kamu beruntung.” (QS. Al-Jumua' [62] : 10)

Ayat tersebut menyatakan apabila telah ditunaikan sholat, maka bertebaranlah dimuka bumi dan carilah sebagian dari karunia Allah SWT dan ingatlah Allah SWT sebanyak-banyak nya supaya kamu beruntung.

Selain faktor internal yang mempengaruhi Gen Z dalam meningkatkan minat berwirausaha terdapat juga faktor eksternal dalam hal ini, seperti lingkungan keluarga yang memiliki peran dalam minat berwirausaha khusus nya pada Gen Z. Peranan keluarga dalam mendidik anak untuk berwirausaha adalah sangat penting.

Lingkungan keluarga terdiri dari orang tua, saudara serta keluarga terdekat lainnya. Dalam lingkungan keluarga salah satunya orang tua akan mempengaruhi anaknya dalam menentukan masa depan misalnya saja dalam hal pemilihan pekerjaan.

Alma (2013) menyebutkan bahwa lingkungan keluarga dapat mempengaruhi seseorang untuk wirausaha, dapat dilihat dari segi faktor pekerjaan orang tua, dari orang tua yang bekerja sendiri dan memiliki usaha sendiri maka cenderung anaknya akan berwirausaha. Farida & Nurkhim (2016) menyatakan bahwa menjadi seorang wirausaha tidak lepas dari dukungan orang tua atau keluarganya, apabila keluarga memberi dukungan serta pengaruh yang positif terhadap minat berwirausaha maka seseorang akan memiliki minat berwirausaha, namun apabila keluarga tidak mendukung seseorang untuk berwirausaha maka minat berwirausaha akan semakin kecil atau tidak memiliki minat berwirausaha.

Berdasarkan uraian latar belakang permasalahan di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh *Self Efficacy*, Motivasi Berwirausaha dan Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha Pada Generasi Z Serta Tinjauannya Dari Sudut Pandang Islam.”**

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas yang menjadi pertanyaan penelitian dalam rumusan masalah ini adalah :

1. Bagaimana pengaruh *Self Efficacy*, Motivasi Berwirausaha dan Lingkungan Keluarga terhadap Minat Berwirausaha Pada Generasi Z yang terdapat di DKI Jakarta?

2. Bagaimana pengaruh *Self Efficacy* terhadap Minat Berwirausaha Pada Generasi Z yang terdapat di DKI Jakarta?
3. Bagaimana pengaruh Motivasi Berwirausaha terhadap Minat Berwirausaha Pada Generasi Z yang terdapat di DKI Jakarta?
4. Bagaimana pengaruh Lingkungan Keluarga terhadap Minat Berwirausaha Pada Generasi Z yang terdapat di DKI Jakarta?
5. Bagaimana pengaruh *Self Efficacy*, Motivasi Berwirausaha dan Lingkungan Keluarga terhadap Minat Berwirausaha Pada Generasi Z yang terdapat di DKI Jakarta dari sudut pandang islam?

1.3. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh *Self Efficacy*, Motivasi Berwirausaha dan Lingkungan Keluarga terhadap Minat Berwirausaha Pada Generasi Z yang terdapat di DKI Jakarta.
2. Untuk mengetahui pengaruh *Self Efficacy* terhadap Minat Berwirausaha Pada Generasi Z yang terdapat di DKI Jakarta.
3. Untuk mengetahui pengaruh Motivasi Berwirausaha terhadap Minat Berwirausaha Pada Generasi Z yang terdapat di DKI Jakarta.
4. Untuk mengetahui pengaruh Lingkungan Keluarga terhadap Minat Berwirausaha Pada Generasi Z yang terdapat di DKI Jakarta.
5. Untuk mengetahui pengaruh *Self Efficacy*, Motivasi Berwirausaha dan Lingkungan Keluarga terhadap Minat Berwirausaha Pada Generasi Z yang terdapat di DKI Jakarta dari sudut pandang Islam.

1.4. Manfaat Penelitian

Dengan adanya penelitian ini, diharapkan dapat memberikan manfaat bagi yang berkaitan, manfaat dari penelitian ini sebagai berikut :

1. Manfaat Akademis

- a. Perkembangan Ilmu Pengetahuan

Memperkaya ilmu yang berkaitan dengan minat berwirausaha pada Generasi Z yang terdapat di DKI Jakarta dan faktor yang mempengaruhinya seperti *self efficacy*, motivasi berwirausaha dan lingkungan keluarga.

- b. Referensi Penelitian Lebih Lanjut

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan bahan perbandingan maupun referensi untuk melakukan penelitian lainnya dibidang minat berwirausaha.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai pertimbangan dalam meningkatkan minat berwirausaha dan dapat digunakan sebagai tambahan informasi dan referensi di perpustakaan. Sebagai sarana untuk menambahnya pengetahuan dan wawasan yang bersangkutan dengan masalah yang diteliti seperti mengetahui pengaruh dari *self efficacy*, motivasi berwirausaha dan lingkungan keluarga terhadap minat berwirausaha pada Generasi Z yang terdapat di DKI Jakarta.