

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Secara ideal sebagai manusia mempunyai tingkat produktivitas yang tinggi ketika mencapai usia tertentu. Kaum pemuda mewakili angkatan kerja yang dapat dinilai paling aktif dibandingkan dari masyarakat produktif manapun (Ezeh dkk., 2019). Pada usia tersebut para pemuda seharusnya sedang melakukan berbagai aktivitas secara nyata di kehidupan mereka, terlebih lagi pemuda Gen-Z.

Menurut Ensari (2017), Gen-Z atau Generasi-Z adalah generasi yang lahir setelah tahun 1995 – 2010 yang dimana untuk saat ini memiliki umur berkisar 10 – 24 tahun. Beberapa pemuda yang pada saat ini telah mencapai umur 18 tahun tentunya sekarang sedang duduk di bangku perkuliahan dan menjadi seorang mahasiswa. Para mahasiswa yang tergolong sebagai Angkatan Gen-Z memiliki pemikiran yang berbeda dengan generasi sebelumnya. Gen-Z saat ini tidak lagi mengharapkan pekerjaan atau bisnis yang bersifat tradisional, mereka cenderung memiliki prioritas kepada pekerjaan serta bisnis yang mengarah kepada media sosial, jejaring digital, dan berbagai *platform* digital lainnya (Cugin, 2012; Myers & Sadaghiani, 2010).

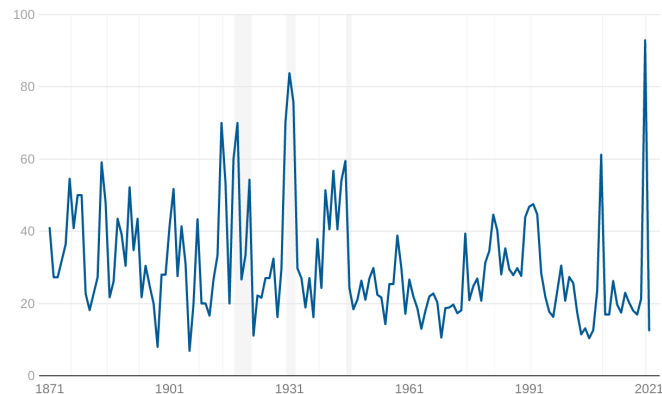
Untuk kategorisasi sebagai pemuda dewasa, pada umur tersebut seharusnya mereka melakukan berbagai kegiatan yang produktif dan berinteraksi secara maksimal, tetapi karena adanya pandemi Covid – 19 menyebabkan terbatasnya pergerakan aktivitas dan rutinitas para pemuda, terutama pemuda Gen-Z. Dunia dikagetkan dengan adanya penyebaran suatu wabah atau penyakit baru bernama *novel coronavirus* (Covid-19) yang diawali dengan penyebaran di kota Wuhan, China hingga ke seluruh dunia (Cortez dan Johnston, 2020).

Pandemi ini telah berdampak sangat besar kepada kehidupan, terlebih lagi dari sektor ekonomi. Menurut (The World Bank, 2020), pandemic ini diperkirakan

akan menjerumuskan sebagian besar negara kedalam resesi pada tahun 2020, dengan pendapatan perkapita menyusut di sebagian besar negara secara global.

Most countries are expected to face recessions in 2020

Share of economies in recession, 1871-2021



The proportion of economies with an annual contraction in per capita GDP. Shaded areas refer to global recessions. Data for 2020-21 are forecasts.
Source: World Bank

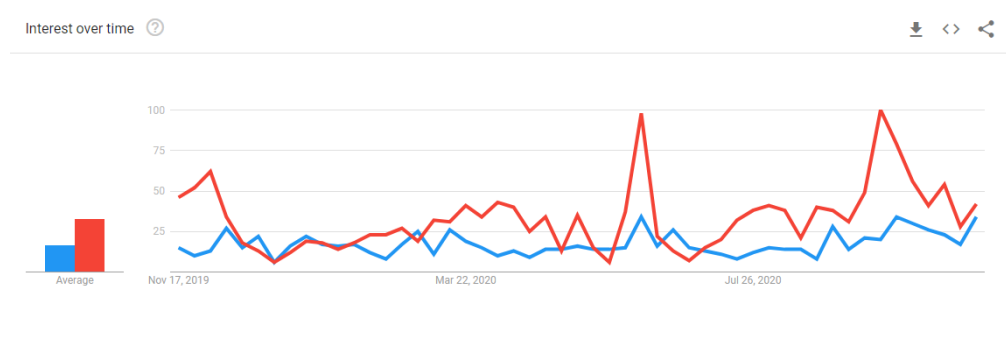
Gambar 1.1 Data Resesi Ekonomi

Tidak hanya keadaan ekonomi internasional yang sedang mengalami penurunan, Indonesia pun ikut terdampak. Menurut menteri keuangan, yaitu Ibu Sri Mulyani Indrawati mengingatkan bahwasannya Indonesia akan mengalami resesi karena pertumbuhan ekonomi di kuartal III-2020 diprediksi kembali minus antara 1,1 persen hingga 2,9 persen, sementara itu pertumbuhan ekonomi Tanah Air di tengah pandemic virus corona hingga akhir tahun akan berada di kisaran minus 1,7 persen hingga 0,6 persen (Kompas.com, 2020).

Tetapi dibalik beberapa dampak yang dihasilkan oleh penyakit ini, terdapat fakta yang mengatakan bahwa pada masa pandemi ini, terdapat masyarakat yang berbondong – bondong aktif berjualan melalui platform *E-Commerce*. Menteri Koperasi dan Usaha kecil Menengah (UKM), Teten Masduki mengatakan terjadi lonjakan penggunaan dan pembuatan akun baru di situs *E-Commerce* yang menjual berbagai produk, lonjakannya mencapai 250% (Finance.detik.com, 2020).

Selain itu menurut *Google Trends* juga terdapat jumlah yang signifikan naik terhadap *data impression* untuk pencarian kata “cara membuka bisnis” yang

ditandakan dengan trend berwarna biru dan “cara berwirausaha” yang ditandakan dengan trend berwarna merah selama periode November 2019 hingga November 2020. Dimana terdapat lonjakan pertama di bulan Maret- Mei yang diakibatkan karena mulai maraknya isu Covid-19 di Indonesia.

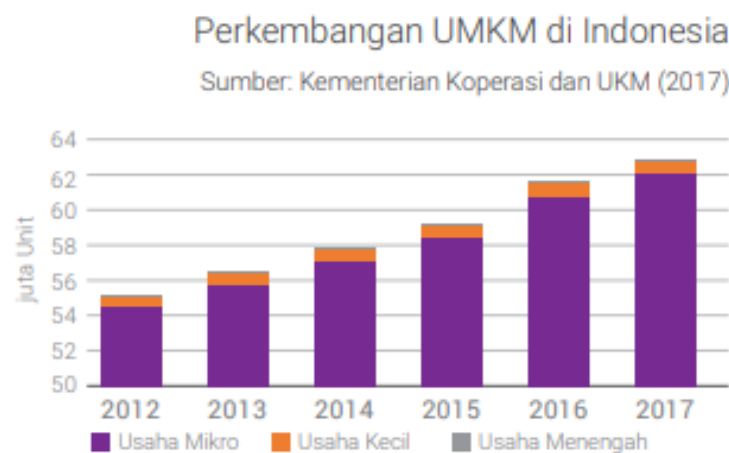


Gambar 1.2 Data Impression Entrepreneurship

Hal tersebut memberikan fakta bahwa terdapat banyaknya minat seorang individu untuk mencoba melakukan aktivitas *entrepreneurship*. Menurut (Centenary & Lectures, 1984), penjelasan yang diberikan oleh *Schumpeter* dalam konsep *entrepreneurs* adalah suatu agen ekonom yang memiliki fungsi dalam membawa suatu kombinasi yang baru, dengan demikian mempersiapkan suatu landasan untuk menciptakan beberapa keseimbangan dan kombinasi lainnya.

Menurut World Economic Forum (2020), terdapat beberapa alasan mengapa *entrepreneur* akan memainkan peran yang penting dalam pemulihan pada era pandemic Covid-19 ini. Pertama, jelas dengan adanya bidang ekonomi bisnis digital akan memainkan peran yang semakin penting dalam pemulihan ekonomi global pasca Covid-19, sebagaimana tercermin dalam respons di China, ekosistem yang dibangun atas perkembangan ekonomi digital yang tangguh, gesit, dan mampu beradaptasi dengan cepat terhadap perubahan dapat menanggulangi permasalahan wabah pada era sebelumnya. Kedua, kemampuan untuk membangun sistem baru dari tingkat bawah ke tingkat atas dapat mempercepat kebangkitan UMKM dan *entrepreneurs* dari pasar negara berkembang dan menempatkan mereka pada posisi yang lebih menguntungkan dalam pemulihan ekonomi pasca-COVID-19. Hal tersebut menghadirkan peluang besar bagi wirausahawan di seluruh pasar ini.

Lalu berdasarkan data yang diberikan oleh Master Plan Komite Nasional Keuangan Syariah (2019), UMKM memiliki kontribusi yang sangat besar terhadap perekonomian Indonesia. Pada tahun 2017, jumlah UMKM telah mencapai 62.922.617. Dalam kontribusinya terhadap PDB atas dasar harga yang berlaku, UMKM juga terus mengalami peningkatan dari tahun ke tahun. Pada tahun 2017, UMKM menyumbang sebesar Rp. 7.704.635,9 miliar. Oleh karena itu pembenahan yang dilakukan bila memprioritaskan pertumbuhan UMKM dan para entrepreneur tentu akan berdampak positif bagi pemulihan ekonomi nasional.



Gambar 1.3 Data Perkembangan UMKM

Pada era Pandemi Covid-19 ini terdapat pengusaha baru yang memanfaatkan keadaan ini sebagai suatu kesempatan untuk meluncurkan atau membuat suatu kegiatan kewirausahaan yang bertema sosial-bisnis, dengan misi ganda yaitu pembenahan dampak sosial dan pertumbuhan keuangan (Harvard Business Review, 2020). *Social entrepreneurship* sendiri merupakan inisiatif nirlaba (*non-profit*) untuk suatu alternatif strategi pendanaan untuk menciptakan nilai sosial (Austin, Stevenson, & Wei-Skiller, 2003; Boschee, 1998). *Social entrepreneurship* memiliki beberapa persamaan dengan *Islamic entrepreneurship*, karena kedua hal tersebut menempatkan nilai sosial atau kemanusiaan terlebih dahulu dibandingkan nilai *profit*. Hal ini sejalan dengan penelitian *social entrepreneurship* yang telah diberikan oleh Hockerts (2017) dengan konsep *Islamic entrepreneurship* oleh Ashraf (2019).

Dalam konteks *Islamic entrepreneurship*, jumlah para muslim *entrepreneur* sedang mengalami peningkatan yang signifikan untuk mendirikan suatu bisnis yang sesuai dengan prinsip Islam, mereka mendirikan suatu bisnis yang tidak melupakan aspek kehalalan di setiap aktivitasnya. Dalam hukum Islam sendiri terdapat beberapa aktivitas bisnis yang dikategorikan sebagai haram seperti: pembayaran bunga, pembuatan dan penjualan alkohol, dan beberapa jenis aktivitas haram lainnya (Ramdani dkk., 2015).

Menurut Asosiasi Fintech Syariah Indonesia (2020), pada era saat ini terdapat beberapa aktivitas *entrepreneurship* berbasis *start-up* yang berdiri dengan landasan prinsip Islam (Alami Fintech Syariah, Qazwa, dan Allia) yang dimana individu dibalik perkembangan *start-up* tersebut secara keseluruhan ketiga startup tersebut merupakan kumpulan pemuda yang berkolaborasi untuk menjalankan suatu bisnis sesuai dengan prinsip Islam. Hal ini dapat menjadi salah satu gebrakan dimana para pemuda muslim pada saat ini harus tetap berinovasi dengan perkembangan yang ada dan terlebih lagi terdapat suatu *intention* yang tinggi untuk menjadi suatu *entrepreneur*.

Intention tersebut dapat diukur menggunakan beberapa cara, salah satunya adalah menggunakan *theory of planned behavior*. Menurut Krueger (1993), suatu perilaku terencana atau *planned behavior* seperti memulai suatu aktivitas kewirausahaan adalah suatu hal yang didasarkan oleh intensi yang disengaja, dengan demikian sangat baik apabila diprediksi dengan suatu niat terhadap perilaku atau "*intention toward the behavior*", bukan dengan suatu sikap, keyakinan, kepribadian ataupun fakta demografi lainnya. Niat sepenuhnya memediasi hubungan antara sikap dan perilaku, niat memerlukan suatu proses kognitif yang berfungsi untuk menyalurkan keyakinan pribadi dan faktor eksogen lainnya untuk menjadi suatu niat untuk bertindak, kemudian untuk tindakan itu sendiri (Ajzen, 1991).

Dalam Islam sendiri, *intention* atau niat merupakan faktor penting dalam mengidentifikasi karakteristik dan motivasi seseorang dalam menjadi seorang *enterepreneur* (Ramdani dkk., 2017). Secara singkat, *intention* sangat penting dalam Islam, Nabi Muhammad SAW telah bersabda bahwasannya "Pahala dari

suatu amalan tergantung dari niatnya dan setiap orang akan mendapatkan pahala sesuai dengan apa yang diniatkannya” (Hadits Riwayat Bukhari Muslim).

Pada penelitian yang dilakukan oleh Ashraf (2019) yang membahas *Determinants of Islamic Entrepreneurial Intention*, menjadikan beberapa variabel untuk mengukur *islamic entrepreneurial intention*. Variabel tersebut antara lain merupakan *prior experience*, *empathy*, *moral obligation*, *self-efficacy*, dan *perceived social support*.

Secara umum *empathy* merupakan suatu kapasitas dimana suatu individu memahami dan merasakan pengalaman yang sama antara individu lainnya tanpa mengkomunikasikan perasaan itu secara objektif (Ashraf, 2019). Dalam beberapa penelitian, *empathy* telah diidentifikasi sebagai prediktor intuitif dari *entrepreneurial intention* seperti penelitian yang dilakukan oleh Hockerts (2017), Dees (2012), Groch dkk. (2012), Miller dkk. (2012), terlebih lagi variabel tersebut digunakan dalam penelitian Ashraf (2019) yang membahas tentang *Islamic Entrepreneurial intention*.

Dalam literatur *social entrepreneurship*, Yiu dkk. (2014), Koe dkk. (2010) dan Hemingway (2005) menyatakan nilai-nilai moral atau *moral obligation* merupakan suatu atribut penting dari *social entrepreneurs*. Kaiser (2006) dan Ravis dkk. (2009) mengemukakan bahwa perilaku secara signifikan dipengaruhi oleh suatu *moral obligation* yang dianggap sebagai salah satu landasan standar moral Islam. Mengikuti kepatuhan yang serupa dari nilai – nilai moral yang terdapat di Islam, dapat dinilai bahwa *moral obligation* juga dapat menjadi atribut penting dari aktivitas *Islamic Entrepreneurial Intention* (Ashraf, 2019).

Lalu terdapat salah satu penjelasan terhadap alasan suatu individu mengejar dan melakukan suatu aktivitas kewirausahaan, yaitu terletak pada *entrepreneurial self-efficacy* mereka (Chen dkk., 1998). *Entrepreneurial Self-efficacy* atau efikasi diri merupakan suatu keyakinan individu terhadap kemampuan dirinya untuk menjalankan bisnis dan memiliki niat untuk melakukan hal tersebut (Zhao dkk., 2005). Lalu *perceived social support* dapat membantu para calon *entrepreneur*

dalam mendirikan dan menjalankan bisnis mereka (Leon, Descals, dan Dominguez 2007). Menurut Levesque (2014) *social support* atau dukungan sosial dapat diperoleh dalam bentuk dukungan instrumental (sumber daya berwujud, bantuan material), dukungan dalam bentuk informasi (nasihat, saran, bimbingan), dukungan dalam bentuk emosional (kepedulian, empati, kasih sayang), dan dukungan dalam bentuk finansial (pinjaman, hadiah).

Selain itu, *educational support* merupakan salah satu cara yang efisien untuk memperoleh pengetahuan yang diperlukan tentang aktivitas kewirausahaan (Boulton & Turner, 2005; Turker & Selcuk, 2009; Koe dkk., 2012). Dengan demikian, institusi akademik memiliki peran penting dalam mendorong kaum pemuda untuk memilih karir wirausaha dengan dukungan *entrepreneurship education* tersebut (Ezeh dkk., 2019)

Lalu terdapat hubungan yang positif antara kepercayaan Agama Islam dengan menjadi seorang *entrepreneur* (Oukil, 2013). Pada saat ini, pemeluk Agama Islam telah mencapai peringkat nomor dua sebagai pemeluk agama terbanyak, yang dapat terhitung sekitar 24,1 persen penduduk dunia (Pew Research Center, 2017). Dalam Al-Qur'an serta Al-Hadits telah banyak berbagai perspektif yang mendukung hadirnya sifat berwirausaha, salah satunya yaitu kutipan ayat Al-Qur'an pada surah An-Nisa: 29:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ
مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ۚ ٢٩

Yā ayyuhallażīna āmanu lā ta'kulū amwālakum bainakum bil-bāṭili illā an takūna tijāratan 'an tarāḍim mingkum, wa lā taqtulū anfasakum, innallāha kāna bikum raḥīmā

Artinya: “Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil (tidak benar), kecuali dalam perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sungguh, Allah Maha Penyayang kepadamu” (Kementerian Agama Republik Indonesia, 2021)

Lalu telah diketahui sejarah panjang dari hidup Nabi Muhammad SAW, yang dimana beliau adalah seorang pebisnis dalam sektor perdagangan yang telah diberikan julukan *Al-Amin*. Julukan tersebut merupakan bukti bahwa kredibilitas beliau sebagai sosok yang luar biasa (Adzkiya, 2011). Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi faktor determinan dari *Islamic entrepreneur intention* (I-ENT).

1.2 Research Gap

Pada Penelitian sebelum nya oleh Ashraf (2019) “*Determinants of Islamic Entrepreneurial Intention:an analysis using Sem*” dan Ezeh dkk. (2019) “*Determinants of Entrepreneurial Intention Among Undergraduates in a Muslim Community*” telah membahas faktor apa saja yang mempengaruhi *entrepreneurial intention* dan dikaji dengan pendekatan teori yang sama yaitu teori Ajzen (1991) *Theory of Planned Behavior*. Peneliti menggunakan pendekatan teori yang sama yaitu menggunakan pendekatan dari *Theory of Planned Behavior* yang telah dikembangkan oleh kedua peneliti tersebut, Ashraf (2019) dan Ezeh dkk. (2019). Dengan menggunakan empat variabel faktor yang digunakan oleh Ashraf (2019) yaitu, *Empathy, Moral Obligation, Self Efficacy, Perceived Social Support* dan peneliti menambahkan satu variabel yang digunakan oleh Ezeh dkk. (2019), yaitu *Entrepreneurship Education*. *Entrepreneurship education* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap tingkat *entrepreneurial intention* karena semakin besar pengaruh dari kemampuan pengajar dalam mengajarkan dan mendorong kewirausahaan, maka semakin besar juga intensi kewirausahaan dari suatu pemuda (Ezeh dkk., 2019). Lalu menurut (Boulton dan Turner, 2005; Turker dan Selcuk,2009; Koe dkk., 2012,) *education* adalah salah satu cara yang efisien dalam meningkatkan pengetahuan umum yang dibutuhkan untuk menjadi seorang *Entrepreneur*, dan responden yang digunakan oleh peneliti pun beberapa masih menduduki bangku perkuliahan, sehingga mendorong peneliti untuk menambahkan faktor *education*

Lalu pada penelitian ini peneliti mengangkat suatu fenomena baru yaitu pandemi Covid – 19. Dengan adanya fenomena ini, peneliti berharap dapat mendorong suatu individu untuk mempunyai *intention* lebih untuk melakukan

aktivitas kewirausahaan. Karena telah dijelaskan pada latar belakang, pertumbuhan *entrepreneur* dapat membantu pemulihan ekonomi negara. Terlebih lagi diharapkan penelitian ini dapat memberikan informasi yang signifikan terkait faktor apa saja yang mempengaruhi *Islamic Entrepreneurial Intention* pada pemuda Generasi-Z di era Covid 19 ini.

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi pengaruh dari variabel *entrepreneurship education*, *empathy*, *moral obligation*, *self-efficacy*, dan *perceived social support* terhadap *Islamic entrepreneurial intention*.

1.4 Ringkasan Metode Penelitian

Pendekatan yang digunakan oleh peneliti adalah pendekatan kuantitatif dengan teknik SEM PLS. Penelitian ini menggunakan SEM PLS karena selain SEM PLS dapat melihat hasil hubungan dari variabel eksogen dan endogen, peneliti ingin melihat hubungan secara langsung dari kekuatan indikator dari setiap variabel laten dan hubungan dari satu indikator dengan indikator lainnya apakah dapat dipercaya atau reliabel. Jenis data pada penelitian ini menggunakan data primer dan juga data sekunder. Data primer diperoleh dengan penyebaran kuesioner pada responden sejumlah 227 dengan metode *purposive sampling* atau kriteria yang telah ditentukan kategorisasi nya oleh peneliti dan juga metode *Snowball Sampling* karena peneliti membutuhkan persebaran melalui akun sosial media untuk penyebaran kuesioner. Sedangkan data sekunder bersumber dari objek pendukung yang berasal dari literatur, dokumentasi, laporan, berita dan arsip yang dapat mendukung penelitian ini.

1.5 Ringkasan Hasil Penelitian

Setelah melakukan penelitian pada kelima determinan, peneliti berharap dapat memberikan kepastian terkait faktor apa yang dapat mempengaruhi *Islamic Entrepreneurial Intention* (I-ENT) secara signifikan secara khusus:

- “*Entrepreneurship Education*” berpengaruh secara signifikan terhadap intensi kewirausahaan pemuda Generasi-Z di era Covid-19

- “*Empathy*” berpengaruh secara signifikan terhadap intensi kewirausahaan pemuda Generasi-Z di era Covid-19
- “*Moral Obligation*” berpengaruh secara signifikan terhadap intensi kewirausahaan pemuda Generasi-Z di era Covid-19
- “*Self-efficacy*” berpengaruh secara signifikan terhadap intensi kewirausahaan pemuda Generasi-Z di era Covid-19
- Apakah “*Perceived Social Support*” berpengaruh secara signifikan terhadap intensi kewirausahaan pemuda Generasi-Z di era Covid-19

1.6 Kontribusi Penelitian

Ekspektasi dari penelitian ini adalah dapat memberikan manfaat bagi:

1. Peneliti, diharapkan dapat memberikan pengetahuan serta wawasan mengenai faktor yang mempengaruhi *Islamic Entrepreneurial Intention* pada pemuda Generasi-Z pada era Covid-19. Dikarenakan bagi peneliti sendiri fenomena ini cukup dekat dengan kehidupannya, dan peneliti menyaksikan sendiri melalui sosial media (Instagram, Twitter) bahwa terdapat lonjakan peminatan untuk berwirausaha.
2. Masyarakat umum, diharapkan dapat memberikan pengetahuan dan pandangan terkait *Islamic Entrepreneurial Intention* pada pemuda Generasi-Z di era Covid – 19 ini dan dapat mendorong mereka untuk membuka bisnis.
3. Pemuda Generasi-Z, diharapkan memberikan pengetahuan dan pandangan mengenai *Islamic Entrepreneurial Intention*, penelitian ini bisa dijadikan sebagai acuan para pemuda untuk terus berkembang dan melimpahkan semangat mereka dalam berwirausaha, dan tidak lupa untuk selalu membawa nilai – nilai islam di dalamnya.
4. Pemerintah, diharapkan dapat menjadi sebuah referensi bagi pemerintah dalam pemberian fasilitas yang lebih signifikan kepada para pemuda Generasi-Z yang cenderung mempunyai ide dan intensi yang lebih dalam berwirausaha.
5. Penelitian selanjutnya, diharapkan dapat memberikan pengetahuan serta wawasan mengenai faktor yang mempengaruhi *Islamic Entrepreneurial Intention* pada pemuda Generasi-Z pada era Covid-19. Dikarenakan masih

minimnya literatur yang membahas *Islamic Entrepreneurial Intention* terlebih lagi di era Covid-19 ini, selain perkembangan literasi mengenai sektor medis, perkembangan di sektor ekonomi juga diperlukan untuk menyembuhkan perekonomian negara.

1.7 Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Pada bagian ini peneliti menuliskan latar belakang secara garis besar memuat hal – hal yang menjadi pokok permasalahan, rumusan masalah yang menjadi dasar dilakukan penelitian, tujuan yang hendak dicapai oleh peneliti dan manfaat yang diharapkan peneliti dapat menjadi suatu referensi bagi pembaca serta sistematika penelitian skripsi

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bagian ini peneliti menuliskan uraian tentang konsep dari teori yang berhubungan dengan permasalahan yang dirumuskan yaitu tentang, konsep *Entrepreneurial Intention*, *Entrepreneurship Education*, *Empathy*, *Moral Obligation*, *Self-efficacy*, *Perceived Social Support*. Uraian tersebut dilengkapi dengan berbagai perspektif terlebih lagi ditambahkan dengan perspektif islam. Pada bagian ini peneliti memperoleh melalui studi kepustakaan, literatur, buku, jurnal, dan penelitian – penelitian terdahulu

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bagian ini peneliti menguraikan tentang pendekatan penelitian yang digunakan, Batasan penelitian, ruang lingkup analisis, jenis dan sumber data, prosedur pengumpulan data serta teknik analisis yang digunakan untuk menjawab rumusan masalah

BAB IV PEMBAHASAN

Pada bagian ini peneliti menguraikan tentang gambaran umum mengenai objek dan setting penelitian, kemudian deskripsi hasil penelitian dan interpretasi peneliti mengenai data yang diperoleh dari hasil penelitian yang dilakukan lalu dikaitkan dengan teori yang telah dijelaskan pada bagian Tinjauan Pustaka

BAB V KESIMPULAN

Pada bagian ini peneliti memuatkan simpulan yang disusun dengan cara membandingkan hasil penelitian dengan teori-teori yang berkaitan dengan pokok permasalahan serta memuat saran-saran yang berkaitan dengan objek penelitian. Serta terdapat pemberian limitasi dari hasil penelitian yang telah dilakukan.