

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Perkembangan kewirausahaan perlu diadakan guna menjaga stabilitas perekonomian dan pembangunan Indonesia. Dari total populasi penduduk yang ada di Indonesia berjumlah sekitar 8,06 juta orang, hanya sebesar 3,1% yang melakukan kegiatan kewirausahaan, padahal Indonesia dapat dikatakan sebagai negara maju jika penduduknya yang melakukan kegiatan kewirausahaan minimal terdapat 14% dari total populasinya (Akhir, 2019). Menteri Perindustrian, Airlangga Hartanto mengatakan “meskipun rasio tersebut sudah melampaui standar internasional, yaitu sebesar 2%, Indonesia masih perlu mengejar negara tetangga. Misalnya, Singapura saat ini sudah mencapai angka 7%, sedangkan Malaysia berada di level 5%” (Siregar, 2018). Maka dari itu untuk meningkatkan perekonomian Indonesia perlu dukungan adanya peningkatan teknologi yang nantinya dapat memfasilitasi para pengusaha maupun calon pengusaha untuk mendirikan usahanya. Karena teknologi yang berkembang sangat pesat ini menjadikan era sekarang dinamakan era digital. Bukan hanya dukungan dari luar berupa teknologi, tetapi juga perlu adanya dorongan dari dalam diri agar seseorang memiliki perilaku inovatif.

Sebuah ide-ide dari sumber daya manusia yang dihasilkan akan menjadi kekuatan dalam memajukan industri kreatif di Negara Indonesia, namun masih perlu adanya dorongan dari berbagai pihak untuk meningkatkan serta mengembangkan sumber daya manusia agar dapat bersaing dengan negara lain. Ekonomi kreatif juga merupakan kunci untuk mendongkrak Indonesia agar menjadi negara maju. Hendrar Prihadi, wali kota Semarang mengatakan bahwa akhir tahun 2018, tercatat adanya peningkatan jumlah UMKM sebesar 1,71% tiap tahun dengan pergerakan

asset mencapai Rp7,5 miliar, maka perlu adanya akselerasi teknologi dan digitalisasi untuk menggerakkan ekonomi Semarang agar dapat memajukan Kota Semarang dan sekitarnya (Merdeka.com, 2019)

Seperti yang kita ketahui, dulu menjadi seorang pengusaha merupakan hal yang dianggap rendah di Indonesia, kebanyakan orang Indonesia lebih mengunggulkan pekerjaan sebagai Pegawai Negeri Sipil (PNS) dibanding menjadi seorang wirausahawan. Namun siapa sangka wirausaha saat ini sangat menjanjikan bagi kaum pemuda millennial yang memiliki sifat-sifat yang dikemukakan oleh Lancaster & Stillman, 2002 dalam Putra (2016) bahwa Generasi Milenial memiliki sikap yang realistis, dapat menghargai perbedaan, dapat bekerja sama daripada diperintah, dan sangat rasional dalam memecahkan persoalan, memiliki kebiasaan kerja dengan rasa optimistis yang tinggi, fokus pada pencapaian prestasi, percaya pada nilai moral dan sosial, percaya diri, serta menghargai keragaman.

Menurut Susenas, 2017 dalam BPS (2018), sekitar 88 juta penduduk atau 33,75% dari jumlah total penduduk Indonesia adalah generasi millennial. Sedangkan generasi X sebanyak 25,74%, generasi Z sebesar 29,23% dan generasi *baby boom* sebesar 11,27% dari total populasi. Dari data, dapat kita ketahui bahwa sebagian besar penduduk Indonesia didominasi oleh generasi millennial yang berpotensi besar dalam mendongkrak perekonomian Indonesia. Terlebih lagi pada tahun 2020 di Indonesia akan terjadi bonus demografi generasi milenial. Karl Mannheim mencetuskan *Generation Theory* pada tahun 1923, mengatakan bahwa generasi milenial atau generasi Y merupakan generasi yang lahir pada tahun 1980 sampai 2000 (BPS, 2018). Semakin berkembangnya zaman, jumlah pengusaha di Indonesia juga meningkat (Putra, 2016). Semakin banyaknya generasi milenial pemerintah harus memanfaatkan dengan sebaik mungkin untuk mendongkrak perekonomian Indonesia dengan menciptakan wirausahawan-wirausahawan muda yang dekat sekali dengan

perubahan *trend* dan sangat mengikuti perkembangan teknologi dan inovasi yang terjadi pada era digital ini.

Tidak dipungkiri bahwa pada era digital ini banyak kemudahan yang dapat dirasakan informasi oleh masyarakat dari adanya teknologi informasi seperti mudahnya komunikasi, transportasi, pengiriman barang, dan mudahnya menemukan barang yang dibutuhkan dalam hal ini dilihat dari adanya *e-commerce*, pengiriman uang, dan lain sebagainya. Sehingga para pengusaha merasa terbantu dengan adanya perkembangan teknologi yang berkembang saat ini karena pasarnya menjadi lebih luas. Contohnya dengan adanya *e-commerce* seperti Gojek/Grab, Shopee, Lazada, Tokopedia, JD.id, Jasa pengiriman barang JNE, Wahana, SiCepat, dan lain sebagainya membuat pelanggan yang jauh dari perusahaan dapat menjangkaunya lebih mudah dengan bantuan teknologi tersebut. Disamping itu juga perlu adanya penguasaan teknologi informasi yang harus dimiliki oleh seorang pengusaha agar bisnis yang sedang dijalankan dapat berjalan dengan lancar menggunakan teknologi informasi yang telah tersedia. Penguasaan teknologi penting karena ada bermacam-macam pengetahuan penggunaan aplikasi terutama penguasaan internet. Adanya teknologi yang canggih, maka seorang pengusaha perlu meningkatkan penguasaan teknologi. Dengan mampu menguasai teknologi informasi, pengusaha dapat dengan mudah melakukan kegiatan kewirausahaan untuk meningkatkan usahanya.

Dari fenomena tersebut peneliti akan meneliti apakah adanya penguasaan teknologi informasi yang telah berkembang ini memiliki pengaruh terhadap motivasi para pengusaha milenial. Berdasarkan penelitian yang pernah dilakukan oleh Pinem (2019) mengenai peran teknologi dalam meningkatkan motivasi pengusaha wanita milenial terdapat hasil yang positif. Bahwa adanya teknologi informasi yang disini merupakan memiliki peran yang positif dalam meningkatkan motivasi pengusaha wanita pada era digital.

Bukan hanya teknologi informasi, tetapi juga majunya ilmu pengetahuan dan inovasi yang dapat diperoleh dari adanya teknologi komunikasi baik dalam bentuk dunia maya maupun dalam alat komunikasi lainnya, membuat perputaran *trend* barang maupun jasa sangat cepat berkembang dan memiliki inovasi baru yang unik. Masyarakat secara cepat ingin perubahan yang mengikuti perkembangan zaman, terlebih adanya globalisasi membuat masyarakat ingin hal-hal yang baru. Menurut Tilaar (2012:83) mengatakan bahwa adanya perubahan tersebut seorang pengusaha harus selalu mencari perubahan dengan mengisi berbagai kemungkinan (*opportunity*) dan memiliki perilaku inovatif supaya dapat menciptakan suatu karya yang memberikan nilai dan beridentitas. Pengusaha dapat dikatakan sebagai orang yang melahirkan suatu ide, mengubah cara berpikir serta sumber yang memiliki sikap berani mengambil keputusan, melahirkan peluang inovatif yang tindakannya dapat membuahkan bagi dirinya sehingga tercipta perubahan.

Gaynor, 2002 dalam Laksono (2018) mengatakan bahwa perusahaan yang mempunyai kemampuan menghasilkan pemikiran, ide-ide, atau metode baru untuk diterapkan dalam menyelesaikan masalah adalah perusahaan yang inovatif. Dapat dirasakan juga bahwa inovasi merupakan kunci perusahaan untuk bisa bersaing dan strategi pemecahan masalah dalam suatu perusahaan. Dari pernyataan tersebut, dapat diketahui bahwa perilaku inovatif pada era digital ini sangat diperlukan dalam memecahkan berbagai permasalahan dalam perusahaan. Seperti pada usaha kuliner yang saat ini berkembang, mestinya sebagai wirausahawan mampu berkreasi dan melakukan kombinasi sesuatu yang dapat dikatakan baru dalam bentuk jasa maupun barang sehingga menciptakan nilai tambah ekonomi maupun sosial.

Berdasarkan penelitian yang pernah dilakukan oleh Reddiyannor (2018) ada pengaruh yang signifikan antara perilaku inovatif dengan motivasi dimana individu yang memiliki perilaku inovatif selalu

memunculkan motivasi melakukan suatu hal untuk dapat mencapai suatu ide yang telah dipikirkannya.

Pengusaha tentunya juga mengetahui motivasi yang membuat dirinya ingin menjadi seorang wirausahawan. Alma (2013: 89) mengatakan bahwa motivasi adalah keinginan dari dalam seseorang untuk melakukan sesuatu, sedangkan motif adalah kebutuhan (*needs*), keinginan (*want*), impuls dari diri maupun lingkungan. Menurut Daryanto, 2012 dalam Kartodinoto (2012) ada beberapa hal yang membuat seseorang ingin menjadi pengusaha daripada menjadi karyawan yang pertama yaitu adanya alasan perekonomian untuk mencari nafkah, adanya hasrat untuk menjadi kaya dengan mencari pendapatan tambahan dan untuk menjaga stabilitas keuangan. Kedua, alasan sosial yaitu memperoleh status untuk dikenal dan dihormati, ingin menjadi contoh bagi orang lain, dan agar menambah relasi. Ketiga, alasan pelayanan, yaitu ingin memberikan lowongan pekerjaan bagi masyarakat sekitar, untuk meningkatkan pengetahuan kewirausahaan masyarakat, membantu perekonomian masyarakat agar menjadi lebih baik. Alasan yang keempat yaitu sebagai pemenuhan diri, yaitu untuk menjadi mandiri, agar mendapatkan sesuatu yang diinginkan, menghindari dari ketergantungan pada orang lain, agar menjadi lebih produktif, dan menggunakan kemampuan dirinya sendiri.

Menurut Badan Ekonomi Kreatif (2017), kontribusi PDB subsektor ekonomi kreatif bidang kuliner menempati peringkat yang paling tinggi sebesar 41,69%. Dari data tersebut dapat diketahui bahwa kuliner pada era digital ini berkembang pesat sehingga memiliki kontribusi PDB yang dominan. Kawasan Tembalang merupakan wilayah pemekaran Kota Semarang sebagai daerah pusat pendidikan, pertumbuhan perumahan dan pemukiman, maka tidak heran bahwa sekarang ini lokasi Tembalang merupakan lokasi yang menjanjikan untuk dijadikan sebagai lokasi usaha karena letaknya yang strategis dekat dengan Universitas Diponegoro, banyaknya perumahan baru dan apartemen. Berada dekat dengan kampus sudah pasti banyak penduduk yang tinggal adalah mahasiswa dimana

**Program Studi Manajemen FEB UNIKA Soegijapranata**

merupakan peluang bagi pengusaha untuk berwirausaha. Salah satu usaha yang banyak berkembang di daerah Tembalang adalah usaha kuliner.

Diimbangi dengan adanya perkembangan teknologi seperti Gofood dan Grabfood semakin memperluas pasar sehingga dapat meningkatkan omzet pengusaha kuliner dan dapat mensejahterakan masyarakat. Perkembangan teknologi yang terjadi saat ini mempermudah pelaku bisnis kuliner untuk memasarkan dan menawarkan produk makanan atau minumannya melalui *e-commerce*. Bisnis yang dilakukan secara *online* ini memberikan dampak yang positif bagi orang yang ingin melakukan bisnis dalam bidang kuliner. Karena adanya bisnis *online* dapat mempermudah masyarakat untuk memulai usaha baru tanpa harus mengeluarkan modal yang besar untuk membuat tempat usaha. Bahkan dalam memasarkan kuliner, tidak perlu menggunakan cara-cara tradisional, tetapi hanya memasarkan lewat aplikasi *e-commerce* yang telah tersedia di era digital ini. Dari manfaat teknologi informasi (*e-commerce*) yang telah diketahui tersebut, maka pengusaha yang menguasai teknologi informasi (*e-commerce*) tentu akan menggunakan teknologi sebagai penunjang usaha kuliner yang dijalankannya.

Wirausahawan adalah orang yang mempunyai kemampuan dalam melihat peluang bisnis, mengumpulkan sumber daya yang digunakan dalam membangun sebuah bisnis, mengambil laba, serta orang yang memiliki sifat untuk mau menciptakan ide yang kreatif dan inovatif kedalam dunia nyata sehingga dapat meraih kesuksesan atau meningkatkan pendapatan (Liliani, 2012). Pada era milenial ini dapat kita semua rasakan bahwa persaingan semakin tajam karena adanya globalisasi, dengan didukungnya perkembangan teknologi yang semakin pesat. Sehingga untuk dapat mendirikan suatu usaha bukan hanya dari lokasi yang strategis, tapi diperlukan juga perilaku inovatif yang menimbulkan suatu gagasan kreatif dan inovatif untuk menarik minat konsumen mengenai usaha yang akan ditekuninya maupun keterampilan dalam penguasaan teknologi informasi.

Hal tersebut mendorong peneliti untuk mengetahui apakah benar bahwa penguasaan teknologi informasi dan perilaku inovatif mempengaruhi para pengusaha kuliner milenial di Kelurahan Tembalang, Semarang untuk berwirausaha.

Dari semua fenomena tersebut maka penelitian ini dibuat untuk mengetahui apakah ada pengaruh yang signifikan dari penguasaan teknologi informasi dan perilaku inovatif terhadap motivasi pengusaha millennial di era digital ini.

## **1.2. Perumusan Masalah**

Dari latar belakang yang telah diuraikan, maka masalah perekonomian yang dihadapi sekarang ini adalah masih rendahnya tingkat perekonomian Indonesia yang belum mencapai 14% dari total populasi penduduknya, sehingga masih jauh dapat dikatakan sebagai negara maju. Dengan masalah yang dihadapi pada era digital ini bagaimana upaya yang dilakukan pemerintah dalam meningkatkan motivasi generasi milenial untuk berwirausaha, sehingga dalam penelitian mengajukan pertanyaan sebagai berikut :

1. Bagaimana deskripsi penguasaan teknologi informasi, perilaku inovatif, dan motivasi berwirausaha.
2. Apakah penguasaan teknologi informasi berpengaruh positif terhadap motivasi berwirausaha?
3. Apakah perilaku inovatif berpengaruh positif terhadap motivasi berwirausaha?
4. Apakah penguasaan teknologi informasi dan perilaku inovatif bersama-sama berpengaruh terhadap motivasi berwirausaha?

### 1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui deskripsi penguasaan teknologi informasi, perilaku inovatif dan motivasi berwirausaha.
2. Untuk mengetahui pengaruh penguasaan teknologi informasi terhadap motivasi berwirausaha.
3. Untuk mengetahui pengaruh perilaku inovatif terhadap motivasi berwirausaha.
4. Untuk mengetahui pengaruh penguasaan teknologi informasi dan perilaku inovatif bersama-sama terhadap motivasi berwirausaha.

### 1.4. Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian yang telah dibuat ini, harapannya adalah :

#### 1. Manfaat Praktis

Hasil penelitian yang telah dilakukan ini dapat digunakan sebagai anjuran bagi pihak mahasiswa, calon wirausahawan, maupun pengusaha dalam motivasi berwirausaha terkait perkembangan teknologi dan perilaku inovatif.

#### 2. Manfaat Akademik

Harapannya, hasil penelitian ini dapat menambah pengetahuan bagi pembaca dalam memahami ilmu manajemen kewirausahaan dan sebagai pendukung penelitian berikutnya.