

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kewirausahaan merupakan faktor kunci keberhasilan perekonomian suatu negara, karena kemajuan suatu negara sangat dipengaruhi oleh perkembangan kewirausahaan di negara tersebut. Ketika suatu negara memiliki banyak wirausahawan, maka pertumbuhan ekonomi dapat tercapai. Berwirausaha sama dengan mencegah terjadinya pengangguran yang pada akhirnya akan mengurangi kemiskinan. Peran pelaku wirausaha tidak dapat diabaikan, karena merekalah yang membawa perubahan dan kemajuan perekonomian Indonesia. Wirausaha merupakan orang yang menciptakan sebuah bisnis yang berhadapan dengan risiko, bertujuan memperoleh profit dan mengalami pertumbuhan dengan cara mengidentifikasi kesempatan dan memanfaatkan sumber daya yang diperlukan.

Wirausahawan yang sudah berani memulai untuk berwirausaha pun masih banyak sekali hambatan yang membuat usahanya berjalan tidak semestinya seperti, akses pemasaran, produk atau jasa yang sepi akan konsumen karena dirasa kurang menjual di pasaran, dan semakin banyaknya pesaing. Terdapat empat masalah pokok dalam pengembangan kewirausahaan nasional terutama sektor kecil, dan menengah, diantaranya adalah terkait dengan akses pembiayaan, akses pemasaran, regulasi birokrasi, dan kapasitas UKM. Menurut Aziz dkk pada (2020: 14), mengatakan bahwa upaya peningkatan kapasitas wirausaha, pemerintah berupaya untuk meningkatkan kualitas sumber daya manusia dalam kewirausahaan dengan tiga tahap yaitu, pembibitan, penempatan, dan pengembangan.

Undang-Undang yang mengatur tentang UMKM adalah UU No. 20/2008 dijelaskan bahwa ada beberapa kriteria UMKM dan Usaha Besar Berdasarkan Aset dan Omzet. Berikut kriteria kekayaan dan pendapatan di dalam UU tersebut:

Ukuran Usaha	Kriteria	
	Aset (tidak termasuk tanah & bangunan tempat usaha)	Omzet (dalam 1 tahun)
Usaha Mikro	Maksimal Rp 50 juta	Maksimal Rp 300 juta
Usaha Kecil	Lebih dari Rp 50 juta - Rp 500 juta	Lebih dari Rp 300 juta - Rp 2,5 miliar
Usaha Menengah	Lebih dari Rp 500 juta - Rp 10 miliar	Lebih dari Rp 2,5 miliar - Rp 50 miliar
Usaha Besar	Lebih dari Rp 10 miliar	Lebih dari Rp 50 miliar

Gambar 1.1 Kriteria UMKM dan Usaha Besar Berdasarkan Aset dan Omzet

Sumber: UU No.20/2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah

Dapat dilihat bahwa saat ini semakin banyak masyarakat yang terjun ke dunia bisnis, dengan membuka usaha sendiri, baik skala kecil, menengah, besar dalam berbagai sektor. Menurut Kementerian Koperasi dan UKM RI mengatakan bahwa secara jumlah unit, UMKM memiliki pangsa sekitar 99,99% (62.9 juta unit) dari total keseluruhan pelaku usaha di Indonesia tahun 2017, sementara usaha besar hanya sebanyak 0,01% atau sekitar 5400 unit. Usaha mikro menyerap sekitar 107,2 juta tenaga kerja (89,2%), usaha kecil 5,7 juta (4,74%), usaha menengah 3,73 juta (3,11%), dan usaha besar menyerap sekitar 3,58 juta jiwa. Artinya secara gabungan UMKM menyerap sekitar 97% tenaga kerja nasional, sementara usaha besar hanya menyerap sekitar 3% dari total tenaga kerja nasional.

Langkah pemerintah sebagai upaya perwujudan struktur perekonomian nasional yang semakin seimbang, berkembang, dan berkeadilan adalah seperti pemberdayaan usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM). Dalam Tap MPR Nomor 55: XVI/MPR-RI/1998, yang dimaksud pemberdayaan adalah pengembangan iklim yang kondusif, pemberian kesempatan berusaha, dukungan, perlindungan dan pengembangan usaha seluas-luasnya, sehingga mampu meningkatkan kedudukan, peran dan potensi UMKM dalam mewujudkan pertumbuhan ekonomi, pemerataan dan peningkatan pendapatan rakyat, penciptaan lapangan kerja dan pengentasan kemiskinan.

Indonesia sendiri memiliki pelaku usaha UMKM yang sangat banyak, terutama di Jawa Barat yang berkembang pesat pada beberapa daerah seperti di kota Bandung hingga dijuluki *Emerging Creative City* karena kota Bandung menjadi pusat perbelanjaan bagi masyarakat. Data terbaru pada tahun 2021,

menunjukkan bahwa terdapat sebanyak 6.141 pelaku usaha sudah mendaftarkan usahanya dengan berbagai macam jenis usaha ke Dinas Koperasi UMKM Kota Bandung.

Seorang wirausahawan perlu memiliki minat terlebih dahulu dalam berwirausaha. Minat merupakan suatu kesukaan atau keinginan pada suatu objek, sehingga menimbulkan suatu tindakan yang dilakukan didasarkan pada keinginan. Oleh karena itu perlunya motivasi untuk membangkitkan minat wirausahawan untuk mencapai suatu keberhasilan usahanya. Keberhasilan usaha menjadi bahan perhatian, pengangguran di Indonesia masih sangat tinggi hal itu dikarenakan keberhasilan usaha di Indonesia masih kurang terutama pada Usaha Mikro Kecil, dan Menengah (UMKM) baik itu pengetahuan, modal, dan lain-lain seputar bisnis yang masih kurang.

Keberhasilan suatu usaha diidentikan dengan laba atau penambahan material yang dihasilkan oleh pengusaha. Setiap wirausahawan memiliki target penjualan masing-masing yang berbeda dilihat dari target penjualan perbulan yang tidak tercapai yang tentunya berdampak pada penjualan yang belum optimal. Tentu hal ini masih belum memenuhi harapan pengusaha yang menginginkan usahanya berhasil atau sukses.

Untuk mengetahui faktor yang harus diperhatikan dalam keberhasilan usaha, penulis terlebih dahulu melakukan penyebaran kuesioner kepada 20 responden generasi muda yang memiliki usaha di kota Bandung. Berikut ini adalah data yang diperoleh penulis dari hasil penyebaran kuesioner:

Tabel 1.1 Tanggapan Responden Terhadap Keberhasilan Usaha

No	Keterangan	Sangat Meningkatkan (5)	Meningkat (4)	Cukup Meningkatkan (3)	Tidak Meningkatkan (2)	Sangat Tidak Meningkatkan (1)	Mean Skor
1	Modal	7	4	2	7	0	3.55
2	Pendapatan	0	6	4	6	4	2.6

3	Volume Penjualan	4	6	7	3	0	3.55
4	Output Produksi	6	6	5	3	0	3.75
5	Tenaga Kerja	6	6	5	3	0	3.75

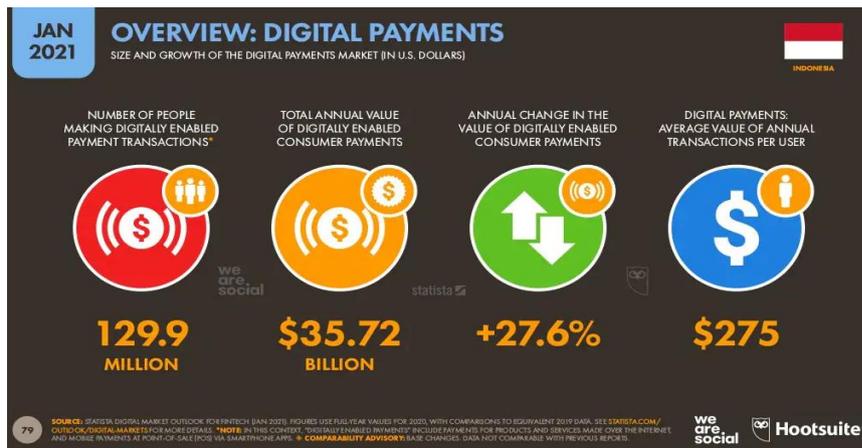
Sumber: Data diolah

Berdasarkan tabel 1.3 yang penulis sajikan di atas, menunjukkan bahwa faktor yang perlu diperhatikan dalam keberhasilan usaha adalah modal dan pendapatan karena memiliki nilai rata-rata yang cukup rendah. Hal ini menunjukkan bahwa masih ada responden yang beranggapan belum memiliki modal yang cukup untuk memperbesar usahanya dan belum memiliki pendapatan yang stabil. Secara umum istilah modal selalu diartikan sebagai sejumlah uang yang digunakan untuk kegiatan usaha produktif. Modal dan pendapatan adalah faktor yang menjadi alasan mengapa UMKM masih belum mencapai kesuksesan usahanya. Besarnya modal untuk setiap usaha merupakan masalah yang sangat penting. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS), rasio wirausaha di Indonesia hanya 3,1 persen dari jumlah penduduk. Angka itu sangat kecil jika dibandingkan dengan negara lainnya. Sulitnya pelaku UMKM untuk memperoleh kredit usaha, berdasarkan riset *Ease of Doing Business 2020* Indonesia menempati peringkat ke-48 dalam hal kemudahan mendapatkan kredit bagi UMKM. Sebanyak 90 persen UMKM mengalami penurunan omzet selama masa pandemi covid-19 dan 75,2 persen usaha mikro kesulitan mendapatkan modal kerja untuk kembali memulai usahanya.

Kegagalan usaha pada UMKM mengakibatkan banyaknya pengangguran termasuk di usia muda. Adanya upaya perhatian pemerintah dalam pengentasan kemiskinan, karena UMKM mempunyai karakteristik yang unik. Saat ini semakin sulitnya mendapatkan pekerjaan karena terbatasnya lapangan pekerjaan dan terbatasnya kemampuan, mendorong orang untuk membuka usaha sendiri. Pentingnya sikap, motivasi, dan minat yang sangat dibutuhkan untuk

mengidentifikasi peluang usaha. Motivasi adalah suatu dorongan dari dalam diri seseorang yang mendorong orang tersebut untuk melakukan sesuatu, termasuk menjadi *young entrepreneur* pada generasi Y dan Z karena hal mendasar yang paling dibutuhkan oleh para wirausaha muda adalah motivasi serta minat yang tinggi agar keberlangsungan hidup usaha yang dijalankannya dapat lebih berumur panjang. Selain datang dari dalam diri sendiri, motivasi juga datang dari eksternal seperti adanya dorongan keluarga, lingkungan, dan imbalan. Menurut hasil penelitian (Mubassaroh & Edwina, 2014) menjelaskan bahwa dukungan keluarga merupakan perhatian dari orang tua yang ditunjukkan kepada anaknya baik dalam bentuk fisik maupun psikis. Sehingga lingkungan yang mendukung akan membuat generasi muda termotivasi untuk berwirausaha.

Saat ini adanya perubahan kebudayaan dimana setiap pemenuhan kebutuhan harus beriringan dengan perkembangan teknologi informasi. Namun, perkembangan teknologi informasi membantu wirausaha dalam meningkatkan pengetahuan dan kemampuan yang akan memotivasi para wirausahawan untuk terjun ke dunia bisnis *digital*. Selain itu berwirausaha dengan menerapkan teknologi informasi membuat peluang pasar terbuka lebih luas yang bisa meningkatkan kembali motivasi berwirausaha. Tingginya penggunaan internet di Indonesia dapat memudahkan penyebaran informasi mampu mengembangkan bisnis secara *online* seperti di *e-commerce* ke berbagai wilayah di dunia. Pertumbuhan industri *e-commerce* tidak terlepas dari perilaku konsumen Indonesia yang menginginkan kecepatan dalam berbelanja dan sebagian besar konsumen Indonesia sudah mengerti cara menggunakan internet dan *smartphone*. Kehadiran *e-commerce* sangat memudahkan masyarakat jika hendak membeli suatu produk, hingga layanan transportasi dan antar makanan *online*, lalu mudahnya transaksi pembayaran melalui *e-payment*. Dapat dilihat data terbaru bulan Januari tahun 2021 pada gambar 1.3 sebanyak 129.9 juta orang melakukan transaksi pembayaran secara *digital*.



Gambar 1.2 Total Data yang Melakukan Transaksi Pembayaran Secara Digital di Indonesia

Sumber: *We Are Social*, 2021

Sementara dari segi para pelaku usaha, mereka dapat semakin memperluas jangkauan pasarnya. Persaingan usaha yang semakin ketat dalam hal ekonomi *digital* sudah menjadi nyata dengan semakin berkembangnya teknologi informasi, oleh sebab itu para pengusaha harus benar-benar memperhatikan fenomena tersebut serta mengetahui dan menguasai *digital marketing* yang berhubungan dengan ekonomi *digital*. Banyaknya pengguna internet yang sebagian besar digunakan untuk mengakses *social media*, dan *e-commerce* untuk berbelanja, mengunjungi, dan mencari produk atau jasa secara *online* yang bisa dilihat pada gambar 1.4.



Gambar 1.3 Total Aktivitas E-Commerce di Indonesia

Sumber: *We Are Social*, 2021

Bank Indonesia bahkan menyebutkan pada tahun 2019, jumlah transaksi *e-commerce* per bulannya mencapai Rp11 triliun - Rp 13 triliun. Industri *e-commerce* mempunyai prospek yang cukup cerah dan bisa menjadi tulang punggung ekonomi digital Indonesia. Sayangnya, tidak semua wilayah di Indonesia sudah terdapat jaringan internet yang memadai. Bahkan di kota-kota besar sekali pun, kerap kita mendapatkan internet yang lambat koneksinya, ini cukup menghambat perkembangan bisnis *e-commerce* di Indonesia yang bisa mengurangi motivasi dan minat berwirausaha.

Selain itu rendahnya minat untuk menjadi wirausaha pada generasi Y dan Z di Indonesia juga karena adanya iklim kewirausahaan yang dinilai kurang kondusif. Untuk memulai sebuah usaha, beberapa pelaku usaha mengeluhkan prosedur dan biaya yang dalam kenyataannya harus mereka tanggung. Perubahan berbagai lingkungan sering turut menghambat kelangsungan mereka beroperasi. Saat ini kemudahan berusaha di Indonesia masih belum sepenuhnya terwujud, Presiden Joko Widodo mengatakan bahwa memulai usaha di Indonesia melewati prosedur dan waktu panjang, yaitu membutuhkan 11 prosedur dengan waktu selama 13 hari. Penerapan *Online Single Submission* (OSS) adalah bentuk komitmen pemerintah untuk menciptakan iklim usaha yang kondusif di Indonesia. Terkait pendaftaran usaha, OSS menyederhanakan pelayanan pendaftaran usaha dengan cara membentuk sistem yang terintegrasi secara elektronik antara pemerintah pusat dan pemerintah daerah. Namun sayangnya implementasi OSS masih terhambat kesiapan infrastruktur teknologi informasi dan masih berhadapan dengan belum terintegrasinya peraturan pemerintah pusat dan pemerintah daerah. Selain itu, pemerintah juga harus melakukan sinkronisasi peraturan pusat dengan daerah, yang penting untuk mencegah adanya pertentangan peraturan, misalnya terkait penerbitan izin. Sebab bila tidak, pada akhirnya pengusaha harus mengurus dokumen yang mengandung keterangan yang sama di dua tingkat pemerintahan atau penerbitan salah satu dokumen saling berkaitan dengan dokumen lainnya.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka penulis perlu melakukan penelitian lebih dalam yang berjudul **“PENGARUH PERKEMBANGAN TEKNOLOGI INFORMASI DAN KEMUDAHAN BERWIRAUSAHA TERHADAP MOTIVASI SERTA DAMPAKNYA TERHADAP KEBERHASILAN USAHA (STUDI KASUS GENERASI Y DAN Z DI KOTA BANDUNG)”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang permasalahan tersebut, maka penulis mengidentifikasi masalah yaitu:

1. Adanya pemanfaatan *e-commerce* pada pelaku usaha untuk mengembangkan bisnis *digital*.
2. Prosedur perizinan usaha terhambat kesiapan infrastruktur teknologi informasi dan belum terintegrasinya peraturan pemerintah pusat dan pemerintah daerah.
3. Kurangnya motivasi untuk berwirausaha pada generasi Y dan Z karena iklim usaha yang kurang kondusif dan koneksi internet yang belum bisa menjangkau ke berbagai daerah.
4. Keberhasilan usaha pada UMKM dinilai masih belum sepenuhnya terwujud akibat sulitnya mendapatkan modal tambahan.

1.3 Rumusan Masalah

1. Bagaimana gambaran perkembangan teknologi informasi, kemudahan berwirausaha, motivasi, dan keberhasilan usaha pada pengusaha generasi Y dan Z di Kota Bandung Jawa Barat.
2. Apakah perkembangan teknologi informasi berpengaruh terhadap motivasi pada pengusaha generasi Y dan Z di Kota Bandung Jawa Barat.
3. Apakah kemudahan berwirausaha berpengaruh terhadap motivasi pada pengusaha generasi Y dan Z di Kota Bandung Jawa Barat.
4. Apakah motivasi berpengaruh terhadap keberhasilan usaha pada pengusaha generasi Y dan Z di Kota Bandung Jawa Barat.

1.4 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui gambaran mengenai perkembangan teknologi informasi, kemudahan berwirausaha, motivasi, dan keberhasilan usaha pada pengusaha generasi Y dan Z di Kota Bandung Jawa Barat.
2. Untuk mengetahui pengaruh perkembangan teknologi informasi terhadap motivasi pada pengusaha generasi Y dan Z di Kota Bandung Jawa Barat.
3. Untuk mengetahui pengaruh kemudahan berwirausaha terhadap motivasi pada pengusaha generasi Y dan Z di Kota Bandung Jawa Barat.
4. Untuk mengetahui pengaruh motivasi terhadap keberhasilan usaha pada pengusaha generasi Y dan Z di Kota Bandung Jawa Barat.

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Manfaat Teoritis

Bagi penulis menambah wawasan dan keilmuan dalam bidang penelitian yang dilakukan serta menambah kepuasan intelektual. Penulis mengharapkan penelitian ini dapat memberikan kontribusi untuk pengembangan literatur dalam bidang penelitian.

1.5.2 Manfaat Praktis

Diharapkan penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan masukan dan pertimbangan bagi setiap wirausaha dalam adanya perkembangan teknologi. Agar lebih tepat dan lebih terarah.

1.6 Sistematika Penulisan

Berisi tentang sistematika dan penjelasan ringkas laporan penelitian, adapun sistematika penulisan penelitian ini sebagai berikut:

BAB I: PENDAHULUAN

Bab ini merupakan penjelasan secara umum mengenai latar belakang masalah, identifikasi masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II: TINJAUAN PUSTAKA

Dalam bab ini dijelaskan mengenai hasil kajian teori yang terkait dengan masalah yang akan diteliti. Bab ini meliputi uraian tentang landasan teori yang digunakan sebagai dasar dari analisis penelitian, kerangka pemikiran, dan hipotesis.

BAB III: METODELOGI PENELITIAN

Dalam bab ini diuraikan tentang pendekatan, metode dan Teknik yang digunakan untuk mengumpulkan dan menganalisis data sehingga dapat menjawab atau menjelaskan masalah penelitian.

BAB IV: HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini dijelaskan mengenai deskripsi objek penelitian, hasil analisis dan pengolahan data beserta pembahasannya, yang disajikan secara kronologis dan sistematis sesuai dengan lingkup penelitian serta konsisten dengan tujuan penelitian.

BAB V: KESIMPULAN DAN SARAN

Dalam bab ini berisi tentang kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan serta saran atau rekomendasi yang dapat diberikan kepada wirausaha dan pihak lain yang membutuhkan.