BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Niat berwirausaha (entrepreneurial intention) telah menjadi salah satu topik penelitian paling dinamis dalam dekade terakhir, seiring dengan meningkatnya kesadaran global bahwa kewirausahaan pemuda adalah motor penggerak pemulihan ekonomi pascapandemi dan inovasi digital. Pergeseran lanskap ketenagakerjaan yang dipercepat oleh disrupsi teknologi dan ketidakpastian pasar kerja pasca-2020 membuat kewirausahaan bukan lagi sekadar pilihan karier alternatif, melainkan menjadi kebutuhan strategis bagi generasi muda (Liu & Peng, 2025). Global Entrepreneurship Monitor (GEM) dalam laporan terbarunya tahun 2024/2025 yang bertajuk Entrepreneurship Reality Check menegaskan bahwa kesenjangan antara niat berwirausaha dan tindakan berwirausaha yang nyata masih menjadi tantangan terbesar di negara berkembang, dan bahwa investasi pada ekosistem yang mendorong niat berwirausaha adalah langkah awal yang tidak bisa diabaikan (Hill, 2025).

Kondisi di atas semakin relevan jika dikaitkan dengan posisi Indonesia dalam peta kewirausahaan global. Rasio kewirausahaan Indonesia tercatat baru mencapai 3,47 persen dari total populasi, angka yang jauh lebih rendah dibandingkan Singapura yang mencapai 8,76 persen dan Malaysia sebesar 4,74 persen (Katadata, 2023). Berdasarkan Global Entrepreneurship Index (GEI), Indonesia masih menempati urutan ke-75 dari 137 negara dengan skor 26. Merespons kondisi ini, pemerintah melalui Rencana Pembangunan Jangka

Menengah Nasional (RPJMN) menargetkan rasio kewirausahaan nasional sebesar 3,95 persen dan pertumbuhan wirausaha baru sebesar 4 persen pada tahun 2024, yang diperkuat dengan terbitnya Peraturan Presiden Nomor 2 Tahun 2022 tentang Pengembangan Kewirausahaan Nasional (Bappenas, 2022). Namun demikian, laporan Global Entrepreneurship Monitor (GEM) menyebutkan bahwa salah satu faktor penghambat terbesar tumbuhnya wirausaha baru adalah rasa takut untuk memulai usaha, di mana Indonesia berada di peringkat ke-40 dari 43 negara dalam hal fear of failure. Kondisi ini menunjukkan bahwa persoalan kewirausahaan di Indonesia bukan semata-mata soal kebijakan, melainkan juga menyentuh dimensi psikologis dan pembentukan niat individu.

Niat berwirausaha menjadi konstruk kunci yang banyak diteliti karena merupakan prediktor paling langsung dari tindakan berwirausaha. Landasan teoritis yang digunakan untuk memahami niat berwirausaha adalah Extended Model Theory of Planned Behavior (TPB) milik Lihua (2022) yang membuktikan bahwa faktor situasional kewirausahaan dan niat implementasi secara signifikan menjembatani gap antara niat dan tindakan berwirausaha. Lebih lanjut, Hanage et al. (2024) dalam Entrepreneurship Research Journal mengidentifikasi 21 determinan niat berwirausaha yang memperluas kerangka TPB, dan membuktikan bahwa niat berwirausaha adalah konstruk yang bersifat dinamis dan terus berubah seiring perkembangan persepsi dan pengalaman mahasiswa.

BPS mencatat bahwa pada Februari tahun 2024 terdapat sekitar 56,56 juta orang yang berwirausaha di Indonesia, setara dengan 37,86 persen dari angkatan kerja nasional yang totalnya 149,38 juta orang. Meski angka wirausaha secara

absolut terlihat besar, proporsi wirausaha berbasis inovasi dan berbasis pengetahuan dari kalangan terdidik masih sangat terbatas. Survei World Economic Forum (WEF) tahun 2019 mencatat bahwa sebanyak 35,5 persen pemuda usia 15 hingga 35 tahun di Indonesia berkeinginan menjadi pengusaha, angka yang termasuk tertinggi dibandingkan negara-negara ASEAN lainnya (Kemenko Perekonomian, 2022). Tingginya keinginan ini tidak secara otomatis berkonversi menjadi tindakan nyata, sehingga terdapat gap antara keinginan dan niat yang terstruktur untuk benar-benar memulai usaha. Oleh karena itu, mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi niat berwirausaha, khususnya pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Malikussaleh, menjadi sangat penting secara akademik maupun praktis.

Salah satu faktor yang secara konsisten ditemukan berpengaruh terhadap niat berwirausaha adalah kreativitas individu. Fitrayani et al. (2024) menegaskan bahwa kreativitas mendorong inovasi produk serta pendekatan pemasaran yang adaptif, sehingga wirausahawan dapat bertahan dan berkembang di pasar yang kompetitif. Pendidikan kewirausahaan yang berfokus pada pengembangan motivasi dan kreativitas diyakini efektif dalam meningkatkan minat berwirausaha generasi muda (Melinda, 2023). Kreativitas pada mahasiswa tidak hanya berkaitan dengan kemampuan menghasilkan ide baru, tetapi juga kemampuan melihat peluang dari permasalahan yang ada di sekitarnya. Li, Huang, dan Gao (2022) dalam penelitian yang melibatkan 674 mahasiswa di Tiongkok membuktikan bahwa kreativitas individu memediasi secara signifikan hubungan antara sifat kepribadian dan niat berwirausaha, sehingga individu dengan

kreativitas tinggi memiliki keyakinan diri lebih kuat untuk memulai usaha. Dengan demikian, kreativitas individu merupakan modal awal yang sangat menentukan apakah seorang mahasiswa akan membentuk niat nyata untuk berwirausaha atau tidak.

Selain faktor internal, lingkungan sosial juga memainkan peran yang tidak kalah penting dalam membentuk niat berwirausaha mahasiswa. Studi-studi di Indonesia secara konsisten menunjukkan bahwa dorongan dari keluarga, teman sebaya, maupun komunitas sekitar turut membentuk orientasi kewirausahaan mahasiswa. Penelitian Sahputri, Mawardi, Yumarni, dan Sahri (2023) yang dipublikasikan dalam Journal of International Education in Business membuktikan bahwa orientasi kewirausahaan keluarga memperkuat secara signifikan pengaruh pendidikan kewirausahaan terhadap niat berwirausaha mahasiswa di Indonesia. Sejalan dengan itu, Mei et al. (2022) dalam Frontiers in Psychology menemukan bahwa dukungan keluarga memoderasi secara positif transisi dari niat ke perilaku berwirausaha, di mana efek moderasi tersebut lebih kuat pada mahasiswa dari keluarga menengah ke bawah. Dalam konteks mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Malikussaleh yang berada di lingkungan Aceh Utara, dinamika sosial dan budaya lokal kemungkinan besar turut memengaruhi sejauh mana lingkungan sosial tersebut mendorong atau justru menghambat niat berwirausaha.

Faktor ketiga yang menjadi fokus penelitian ini adalah inovasi teknologi, yang relevansinya semakin meningkat seiring dengan transformasi digital. Indonesia merupakan salah satu pasar digital terbesar di Asia Tenggara, dengan

lebih dari 200 juta pengguna internet dan proyeksi nilai ekonomi digital yang diperkirakan mencapai USD 360 miliar pada tahun 2030 menurut laporan Google, Temasek, dan Bain (2023). Program Wirausaha Merdeka (WMK) tahun 2024 yang melibatkan lebih dari 38 perguruan tinggi di seluruh Indonesia menargetkan untuk mencetak 10.000 wirausaha baru, dengan penekanan utama pada pentingnya inovasi dan teknologi dalam membangun bisnis (Ditjen Dikti, 2024). Arkorful et al. (2024) dalam Education Sciences membuktikan bahwa integrasi teknologi digital dan inovasi dalam pendidikan kewirausahaan secara signifikan meningkatkan niat dan motivasi berwirausaha mahasiswa, di mana inovasi teknologi berperan sebagai katalis yang menurunkan hambatan masuk bagi wirausahawan pemula. Sementara itu, Ridwan dan Zaki (2024) dalam Cogent Business & Management menggunakan Technology Acceptance Model (TAM) dan menemukan bahwa perceived usefulness serta perceived ease of use berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat berwirausaha digital mahasiswa. Dengan kata lain, inovasi teknologi tidak hanya menjadi alat bantu usaha, tetapi juga secara aktif membentuk niat dan kepercayaan diri mahasiswa untuk terjun ke dunia wirausaha.

Selanjutnya, terkait fenomena rendahnya niat berwirausaha juga dapat diamati secara nyata di lingkungan Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) Universitas MalikussalehKalau ditelusuri lebih dalam, klaim rendahnya niat berwirausaha ini sebetulnya bukan sekadar asumsi penulis semata. Repositori RAMA Universitas Malikussaleh mencatat, hanya dalam kurun tahun 2024 saja, setidaknya empat skripsi berbeda dari Jurusan Kewirausahaan dan FEB Unimal

mengangkat topik yang nyaris serupa yaitu rendahnya minat berwirausaha mahasiswa. Ramadan (2024) menyoroti sisi orientasi kewirausahaan dan efikasi diri, Salwa (2024) fokus ke mentoring dan dukungan sosial, sementara Nasution (2024) dan Juliana (2024) sama-sama menjadikan minat berwirausaha sebagai variabel dependen yang bermasalah dalam penelitian mereka. Empat penelitian dengan objek kajian nyaris identik dalam satu tahun akademik saja, buat penulis, adalah sinyal yang cukup kuat kalau persoalan ini memang nyata dan berulang, bukan isu yang dibesar-besarkan demi kepentingan skripsi semata. Padahal dari sisi fasilitas, FEB Unimal sebenarnya sudah cukup serius menyediakan wadah. Laboratorium Innopreneur milik fakultas rutin menggelar Expo Bazar sebagai ruang praktik bisnis langsung bagi mahasiswa, termasuk yang berlangsung empat hari penuh pada akhir Juni 2026 lalu dan melibatkan produk hasil karya mahasiswa sendiri tanpa pelaku usaha luar kampus (Unimal News, 2026). Program Mahasiswa Wirausaha tingkat universitas juga jalan tiap tahun, dengan sosialisasi penyusunan proposal yang diikuti ratusan mahasiswa (Unimal News, 2024). Menariknya, dari sekian ratus peserta yang datang ke sosialisasi, jumlah yang benar-benar lolos sampai tahap pendanaan jauh lebih kecil. Kesenjangan antara banyaknya peserta sosialisasi dan sedikitnya yang benar-benar merealisasikan niatnya menjadi tindakan konkret inilah yang, menurut hemat penulis, paling menggambarkan inti persoalan dalam penelitian ini. Berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas, maka peneliti tertarik untuk mengkaji tentang **"Pengaruh Kreativitas Individu, Lingkungan Sosial, Dan Inovasi**

Teknologi Terhadap Niat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Malikussaleh".

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah kreativitas individu berpengaruh signifikan terhadap niat berwirausaha mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Malikussaleh?
2. Apakah lingkungan sosial berpengaruh signifikan terhadap niat berwirausaha mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Malikussaleh?
3. Apakah inovasi teknologi berpengaruh signifikan terhadap niat berwirausaha mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Malikussaleh?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Menganalisis pengaruh kreativitas individu terhadap niat berwirausaha mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Malikussaleh.
2. Menganalisis pengaruh lingkungan sosial terhadap niat berwirausaha mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Malikussaleh.
3. Menganalisis pengaruh inovasi teknologi terhadap niat berwirausaha mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Malikussaleh.

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Bagi Universitas, hasil penelitian ini dapat dijadikan sumber informasi dalam upaya meningkatkan kreativitas individu, penguatan lingkungan sosial kewirausahaan, dan kemampuan inovasi teknologi mahasiswa, khususnya dalam mendorong niat berwirausaha di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Malikussaleh.
2. Bagi mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Malikussaleh, hasil penelitian ini dapat memberikan informasi tentang faktor-faktor yang secara nyata memengaruhi niat berwirausaha, sehingga mereka dapat mengidentifikasi aspek mana yang perlu dikembangkan untuk memperkuat orientasi kewirausahaan mereka.
3. Bagi dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Malikussaleh, hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dalam pengembangan kurikulum, metode pembelajaran, dan kegiatan praktikum kewirausahaan yang lebih efektif dan relevan dengan konteks digital.
4. Bagi peneliti selanjutnya, hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan referensi dan titik tolak untuk mengembangkan penelitian dengan variabel yang lebih beragam atau menggunakan pendekatan metodologi yang berbeda, khususnya dalam konteks kewirausahaan mahasiswa di wilayah Aceh dan Sumatera.