

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pengangguran merupakan fenomena yang sudah sering terjadi di berbagai negara berkembang, terutama di Indonesia. Menurut Badan Pusat Statistik (BPS) jumlah pengangguran terbuka naik menjadi 7,07% pada Agustus 2020 dari sebelumnya 4,99% pada Februari 2020. Ditinjau dari penduduk usia kerja terdampak *Covid-19*, terdapat 29,12 juta orang (14,28%) pengangguran dengan rincian 2,56 pengangguran, 0,76 juta orang Bukan Angkatan Kerja (BAK), 1,77 juta orang pengangguran tidak bekerja, dan 24,03 juta orang mengalami pengurangan jam kerja (BPS, 2020).

Pandemi *Covid-19* membuat jumlah pengangguran meningkat sekitar 3,7 juta orang (Monoarfa, 2020). Lulusan baru kesulitan untuk mendapat pekerjaan. Hal ini dikarenakan persaingan mendapat pekerjaan dari pegawai yang terkena pemutusan hubungan kerja (Sudit, 2020). BPS mencatat bahwa lowongan pekerjaan mengalami penurunan hingga 50% pada Mei 2020 dibanding Januari 2020. Apabila hal tersebut tidak ditangani, tidak menutup kemungkinan pengangguran dari lulusan perguruan tinggi akan semakin meningkat drastis.

Setelah lulus kuliah, mahasiswa jurusan psikologi diharapkan menjadi generasi penerus bangsa yang memajukan negara ke arah yang lebih baik. Salah satu kontribusi mahasiswa adalah menciptakan lapangan pekerjaan. Menurut McClelland (dalam Astamoen, 2008), negara akan maju bila terdapat pengusaha paling

sedikit sebanyak 2% dari jumlah penduduk. Sehingga upaya pemerintah saat ini adalah mengangkat bidang wirausaha sebagai solusi untuk meningkatkan laju pertumbuhan ekonomi serta menekan angka pengangguran (Putra & Syarifah, 2017).

Tidak semua mahasiswa jurusan psikologi berpikir untuk menjadi seorang pengusaha. Wirausaha masih dipandang sebelah mata karena dihadapkan pada situasi yang tidak pasti, penuh tantangan, dan frustrasi pada prosesnya (Ramadhan & Ratnaningsih, 2017). Muiz, N (2019) berpendapat bahwa mahasiswa psikologi dituntut untuk menggali potensi diri sehingga membuka peluang untuk menghadapi globalisasi dengan menjadi seorang pengusaha. Lebih lanjut, Yuniardi, M.S (2019) menyatakan bahwa mahasiswa psikologi tidak hanya berpatok pada usaha di bidang psikologi melainkan bidang kuliner, teknologi, dan bidang lainnya melalui pemanfaatan disiplin ilmu. Dengan demikian, mahasiswa jurusan psikologi dituntut untuk bisa mengembangkan usaha di bidang lain, khususnya di bidang teknologi atau digital.

Sisilia (2017) berpendapat jika mahasiswa memiliki intensi berwirausaha yang kuat maka memungkinkan untuknya memulai usaha. Menurut Fishbein dan Ajzen (1977) Intensi berwirausaha adalah keyakinan seseorang yang menunjukkan perasaan positif untuk dapat menghadapi berbagai rintangan dalam memulai suatu usaha. Wijaya (2007) mendefinisikan intensi berwirausaha adalah suatu keinginan individu melakukan tindakan wirausaha dengan menciptakan suatu produk melalui peluang bisnis dan pengambilan risiko. Lebih lanjut, Linan dan Chen (2009) berpendapat bahwa intensi berwirausaha merupakan suatu niat dan keinginan untuk

menjalankan dan kesiapan untuk membangun suatu usaha. Dengan demikian, mahasiswa yang memiliki intensi berwirausaha digital yang kuat dapat akan siap menghadapi rintangan dalam memulai usaha, menciptakan produk, melihat peluang bisnis, dan berani mengambil risiko.

Pada penelitian ini, aspek-aspek intensi berwirausaha digital yang digunakan, berasal dari teori intensi, yaitu *Theory of Planned Behavior* (TPB). Menurut Ajzen (2005) intensi berwirausaha terbagi dalam tiga aspek yang menggunakan *Theory of Planned Behavior* (TPB), yaitu pertama aspek sikap terhadap perilaku adalah evaluasi sikap individu dalam menilai dirinya baik secara positif maupun negatif. Kedua, aspek keyakinan normatif adalah keyakinan seseorang dari orang sekitarnya dan motivasi untuk mengikuti keyakinan tersebut. Ketiga, aspek kontrol perilaku adalah penilaian seseorang terhadap perilakunya yang dipersepsikan dengan refleksi pengalaman sebelumnya untuk evaluasi pada perilaku selanjutnya.

Intensi berwirausaha berperan penting untuk mahasiswa agar ketika lulus perkuliahan tidak perlu kesulitan mencari pekerjaan dan menjadikan wirausaha sebagai alternatif pekerjaan (Mustaqim, 2017). Katz dan Gartner (1988) menjelaskan bahwa intensi berwirausaha sebagai proses pencarian informasi yang digunakan untuk mencapai suatu tujuan dalam membangun usaha. Seseorang dengan intensi akan memulai usaha dengan keyakinan diri, kesiapan dan kemajuan yang lebih baik dibandingkan seseorang tanpa intensi (Sukamto, 2013). Sehingga mahasiswa yang lulus kuliah memilih wirausaha di bidang digital sebagai pilihan pekerjaan karena memiliki niat yang kuat untuk membangunnya.

Sahnun (dalam A. Romli, 2013) menyebutkan bahwa dari puluhan ribu lulusan baru sarjana, hanya 18% lulusan yang berminat menjadi wirausaha. Kondisi ini kurang mendukung program pemerintah dengan mengurangi angka pengangguran terdidik dari perguruan tinggi. Hasil penelitian Yuniasanti dan Verasari (2015) yang dilakukan pada mahasiswa tingkat akhir universitas yang terletak di daerah Yogyakarta menunjukkan bahwa intensi berwirausaha dari 100 mahasiswa terdapat kelompok tingkat level intensi yang sangat tinggi sebanyak 31 responden dengan persentase (31%), tingkat level intensi sedang sebanyak 39 responden dengan persentase (39%) dan tingkat intensi rendah sebanyak 30 responden dengan persentase (30%). Dari data yang sudah dijelaskan, maka dapat disimpulkan bahwa masih banyak mahasiswa yang memiliki intensi berwirausaha yang rendah.

Berdasarkan wawancara yang dilakukan oleh peneliti pada tanggal 13-16 April 2021 dengan 8 mahasiswa tingkat akhir Program Studi Psikologi di Universitas Mercu Buana Yogyakarta. Dapat disimpulkan bahwa 5 dari 8 subjek memiliki intensi berwirausaha digital yang rendah dilihat dari aspek intensi yang dikemukakan Ajzen (2005). Pada sikap terhadap perilaku, subjek mengatakan bahwa mereka merasa tidak yakin dirinya dapat berwirausaha setelah lulus kuliah karena bingung bagaimana memulai usaha bidang digital di tengah pandemi sehingga subjek lebih memilih bekerja terlebih dahulu untuk mendapatkan pengalaman dan penghasilan. Pada aspek keyakinan normatif, subjek ragu membangun usaha karena merasa tidak memiliki ilmu, pengalaman, contoh, dan materi yang mendukung untuk membangun usaha di bidang digital. Pada aspek

kontrol perilaku, subjek tidak siap membangun usaha digital di tengah pandemi karena takut mengambil risiko yang dapat merugikan dirinya sendiri. Dari hasil wawancara dapat disimpulkan bahwa 5 dari 8 subjek memiliki intensi rendah dalam berwirausaha karena merasa tidak percaya diri dengan ilmu, pengalaman, dan materi dalam membangun usaha dan bersaing dengan pengusaha lain di tengah pandemi.

Indarti dan Rostiani (2008) mengungkapkan bahwa terdapat faktor-faktor yang mempengaruhi intensi berwirausaha, yaitu faktor kepribadian, lingkungan, dan demografis. Sebelumnya, Krueger dan Carsrud (1993) menjelaskan bahwa dari ketiga faktor tersebut yang memiliki hubungan paling kuat terhadap intensi berwirausaha adalah faktor kepribadian. Berdasarkan faktor-faktor yang sudah dikemukakan, peneliti memilih faktor kepribadian. Menurut Indarti dan Rostiani (2008), faktor kepribadian terbagi menjadi dua, yaitu kebutuhan akan prestasi dan efikasi diri. Lee (1997) menyatakan bahwa kebutuhan akan prestasi merupakan suatu kesatuan watak yang memotivasi seseorang untuk menghadapi tantangan untuk mencapai kesuksesan dan keunggulan. Sedangkan, menurut Bandura (1977) efikasi diri sebagai kepercayaan seseorang atas kemampuan dirinya untuk menyelesaikan suatu pekerjaan. Kewirausahaan selalu dihadapi dengan banyak masalah. Permasalahan yang menuntut untuk menghadapi tantangan dalam berwirausaha, menjadi seseorang harus mempunyai modal psikologis yang baik (Ramadhan & Ratnaningsih, 2017). Hasil penelitian oleh Sukanto (2013) menunjukkan bahwa seseorang yang memiliki modal psikologis berpotensi untuk mengembangkan kemampuannya untuk diarahkan pada bidang kewirausahaan.

Mahasiswa yang memiliki modal psikologis dan intensi berwirausaha yang tinggi memiliki kecenderungan untuk memilih bidang wirausaha sebagai pekerjaannya (Sebora T. & Tantiukoskula, 2011).

Berdasarkan wawancara yang dilakukan pada tanggal 13-16 April 2021 dengan 8 mahasiswa tingkat akhir Universitas Mercu Buana Yogyakarta. Dapat disimpulkan bahwa 5 dari 8 subjek memiliki modal psikologis yang rendah dilihat dari dimensi modal psikologis yang dikemukakan oleh Luthans dkk (2007). Pada aspek efikasi diri, subjek mengatakan bahwa mereka tidak yakin dapat membangun usaha di tengah pandemi karena merasa tidak percaya diri dengan ilmu, kemampuan, dan materi yang dimiliki. Aspek optimisme menunjukkan bahwa subjek merasa pesimis untuk membangun usaha ditengah Pandemi *Covid-19* melihat peluang yang kecil dari persaingan dengan pengusaha lain. Pada aspek harapan, subjek tidak memasang harapan yang besar untuk memulai usaha karena subjek merasa harus bekerja terlebih dahulu untuk mencari pengalaman dan modal. Pada aspek, resiliensi, subjek merasa tidak yakin untuk konsisten berwirausaha setelah lulus kuliah karena mereka dalam tidak percaya diri dapat mengendalikan diri. Berdasarkan hasil penelitian Ramadhan dan Ratnaningsih (2017) dan juga hasil wawancara maka dapat disimpulkan bahwa intensi berwirausaha akan tumbuh dalam diri mahasiswa karena adanya modal psikologis yang kuat.

Luthans dkk. (2007) mendefinisikan modal psikologis sebagai suatu hal yang bersifat positif yang dimiliki oleh seseorang untuk membantu berkembang dengan ditandai oleh keyakinan untuk menyelesaikan pekerjaan yang dikerjakan, memiliki harapan positif tentang kesuksesan di masa kini dan di masa yang akan datang,

selalu berharap untuk sukses, dan gigih dalam menghadapi berbagai permasalahan hingga mencapai kesuksesan.

Menurut Luthans dkk. (2007) modal psikologis memiliki 4 dimensi, yaitu efikasi diri, optimisme, harapan, dan resiliensi. Efikasi diri merupakan keyakinan individu tentang untuk mengerahkan motivasi agar dapat melaksanakan tugas. Optimisme adalah sebuah gambaran psikologis sebagai harapan masa depan dan terbuka pada perkembangan diri. Harapan merupakan keadaan psikologis positif dimana *agency* (energi) dan *pathways* (perencanaan) saling mempengaruhi untuk mencapai tujuan. Resiliensi adalah kemampuan untuk bangkit kembali dari keterpurukan.

Hasil penelitian oleh Sukamto (2013) menunjukkan bahwa seseorang yang memiliki modal psikologis berpotensi untuk mengembangkan kemampuannya untuk diarahkan pada bidang kewirausahaan. Mahasiswa yang memiliki modal psikologis dan intensi berwirausaha yang tinggi memiliki kecenderungan untuk memilih bidang wirausaha sebagai pekerjaannya (Sebora T. & Tantiukoskula, 2011).

Hasil penelitian tentang modal psikologis lainnya dilakukan oleh Sebora dan Tantiukoskula, (2011) dimana diperoleh bahwa modal psikologis mempengaruhi intensi berwirausaha mahasiswa. Dimana semakin tinggi modal psikologis yang dimiliki mahasiswa maka semakin baik intensi kewirausahaan mahasiswa. Modal psikologis dapat mempengaruhi intensi berwirausaha karena seseorang cenderung mengejar kewirausahaan sebagai pilihan karir yang layak, maka akan membuat

seseorang memiliki tekad atau intensi untuk memulai berwirausaha tanpa takut kegagalan.

Hal ini di dukung oleh hasil penelitian Ramadhan dan Ratnaningsih (2017) yang mengungkapkan bahwa modal psikologis memberikan sumbangan efektif sebesar 31.9% terhadap intensi berwirausaha pada mahasiswa. Sumbangan tersebut mengindikasikan bahwa variabel modal psikologis memiliki peranan penting dalam membentuk intensi berwirausaha pada mahasiswa, khususnya pada mahasiswa fakultas peternakan dan pertanian Universitas Dipenogoro.

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam peneliitan ini sebagai berikut: "Apakah terdapat hubungan antara modal psikologis dengan intensi berwirausaha pada mahasiswa tingkat akhir di Era Digital"

B. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara modal psikologis dengan intensi berwirausaha digital pada mahasiswa tingkat akhir di Universitas Mercu Buana Yogyakarta.

2. Manfaat Penelitian

a. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat masukan untuk memperkaya penelitian bagi ilmu psikologi industri dan organisasi dengan mengungkap lebih jauh tentang modal psikologis dan intensi berwirausaha digital serta hubungan antara kedua konsep tersebut.

b. Manfaat Praktis

1) Bagi subjek

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi tentang modal psikologis dan intensi berwirausaha digital sehingga mahasiswa dapat menumbuh bahkan meningkatkannya.

2) Bagi pihak kampus

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi pihak kampus untuk mengembangkan program pendidikan yang tepat dalam menumbuhkan intensi berwirausaha digital melalui peran modal psikologis pada mahasiswa.