

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kewirausahaan merupakan salah satu kunci dalam pembangunan ekonomi karena berperan dalam menciptakan lapangan kerja, meningkatkan produktivitas, serta mendorong inovasi dan daya saing. Schumpeter (1934) menegaskan bahwa wirausahawan merupakan agen utama perubahan ekonomi yang mendorong pertumbuhan melalui proses *creative destruction*, yaitu inovasi yang menggantikan metode produksi lama dengan yang baru dan lebih efisien. Melalui akumulasi unit usaha, kewirausahaan menciptakan fleksibilitas pasar yang menjaga stabilitas ekonomi di tengah *fluktuasi global* sekaligus mempercepat pemulihan pascakrisis melalui penyerapan tenaga kerja yang dinamis. Dengan demikian, tingkat kewirausahaan yang tinggi menjadi prasyarat bagi terbentuknya struktur ekonomi yang resilien (Naudé, 2010).

Meskipun demikian, pengembangan kewirausahaan di Indonesia masih menghadapi tantangan yang signifikan. Data BPS (2023) mencatat rasio kewirausahaan Indonesia baru mencapai 3,04 persen dari total angkatan kerja nasional, masih berada di bawah target pemerintah sebesar 4 persen. Kondisi ini menjadi semakin krusial karena Indonesia tengah memasuki masa bonus demografi, ketika proporsi penduduk usia produktif mendominasi struktur populasi. Tanpa peningkatan jumlah wirausaha, bonus demografi berpotensi berbalik menjadi beban berupa pengangguran dan ketimpangan ekonomi. Oleh karena itu, mendorong kewirausahaan pada kelompok usia produktif menjadi agenda strategis pembangunan ekonomi nasional (Adioetomo, 2018; BPS, 2023).

Generasi milenial menempati posisi strategis dalam upaya peningkatan rasio kewirausahaan tersebut. Mengacu pada klasifikasi generasi Badan Pusat Statistik (BPS), generasi milenial adalah penduduk yang lahir pada rentang tahun 1981 hingga 1996, sehingga pada saat pelaksanaan Survei Sosial Ekonomi Nasional (Susenas) Maret 2024 berada pada rentang usia 28 hingga 43 tahun. Secara

kuantitas, generasi milenial berjumlah sekitar 69,38 juta jiwa dan bersama Generasi Z (74,93 juta jiwa) mencakup lebih dari separuh total populasi Indonesia (BPS, 2021). Besarnya populasi ini menempatkan milenial sebagai motor penggerak ekonomi sekaligus kelompok yang paling adaptif terhadap pendidikan tinggi, layanan keuangan digital, dan teknologi informasi.

Urgensi menjadikan generasi milenial sebagai fokus penelitian juga tercermin dari distribusi wirausaha nasional menurut kelompok usia. Data BPS (2023) menunjukkan bahwa dari total lebih dari 56 juta wirausaha di Indonesia, kelompok usia produktif 30 hingga 49 tahun merupakan penyumbang terbesar, yaitu mencakup sekitar 47 persen atau 26,7 juta wirausaha. Rentang usia inilah yang secara langsung beririsan dengan generasi milenial (usia 28 hingga 43 tahun pada tahun 2024). Sebaran selengkapnya disajikan pada Tabel 1.1.

Tabel 1.1 Distribusi Wirausaha di Indonesia Berdasarkan Kelompok Usia Tahun 2023

Kelompok Usia	Jumlah Wirausaha (juta)	Persentase (%)
20–29 tahun	6,1	11,0
30–39 tahun	12,5	22,0
40–49 tahun	14,2	25,0
50 tahun ke atas	23,9	42,0
Total	56,7	100,0
<i>Catatan: Gabungan kelompok usia 30–49 tahun (beririsan dengan generasi milenial) = 26,7 juta atau 47% kelompok wirausaha terbesar.</i>		

Sumber: Badan Pusat Statistik (BPS), 2023.

Tabel 1.1 memperlihatkan bahwa aktivitas kewirausahaan di Indonesia terkonsentrasi pada kelompok usia mapan. Apabila kelompok 30 hingga 39 tahun (22 persen) dan 40 hingga 49 tahun (25 persen) digabungkan, kelompok usia 30 hingga 49 tahun yang beririsan dengan generasi milenial menjadi kelompok wirausaha terbesar dengan porsi 47 persen, melampaui kelompok usia 50 tahun ke atas (42 persen). Sebaliknya, wirausaha muda berusia 20 hingga 29 tahun masih tergolong rendah, yakni hanya 6,1 juta orang atau sekitar 11 persen. Pola ini menegaskan dua hal sekaligus: pertama, generasi milenial telah menjadi tulang punggung kewirausahaan nasional sehingga relevan untuk dikaji secara mendalam;

kedua, masih terdapat potensi besar yang belum tergarap pada milenial usia muda. Dengan demikian, pemilihan generasi milenial sebagai objek penelitian memiliki dasar empiris yang kuat.

Provinsi Sumatera Barat merupakan wilayah yang relevan untuk mengkaji kewirausahaan generasi milenial karena memiliki modal sosial-budaya kewirausahaan yang kuat. Perekonomian daerah ini secara historis ditopang oleh tradisi merantau dan berdagang masyarakat Minangkabau, yang antara lain tercermin dari lebih dari 1,1 juta unit usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) yang tersebar di 19 kabupaten/kota pada tahun 2023 (BPS Sumatera Barat, 2023). Struktur ketenagakerjaan provinsi ini pun masih didominasi oleh sektor informal yang mencakup mayoritas wirausaha, sebagaimana disajikan pada Tabel 1.2.

Tabel 1.2 Indikator Ketenagakerjaan dan Komposisi Sektor Pekerjaan di Provinsi Sumatera Barat, Tahun 2020 - 2024

Tahun (Agustus)	Penduduk Bekerja (juta)	TPT (%)	Sektor Formal (%)	Sektor Informal* (%)
2020	2,58	6,88	33,72	66,28
2021	2,58	6,52	35,23	64,77
2022	2,69	6,28	34,74	65,26
2023	2,84	5,94	35,81	64,19
2024	2,92	5,75	37,45	62,55

Sumber: Badan Pusat Statistik (BPS), 2020 – 2024.

Tabel 1.2 memperlihatkan beberapa tren kunci. Jumlah penduduk bekerja di Sumatera Barat tumbuh konsisten dari 2,58 juta orang pada 2020 menjadi 2,92 juta orang pada 2024, sementara Tingkat Pengangguran Terbuka (TPT) menurun dari 6,88 persen menjadi 5,75 persen. Yang paling relevan bagi penelitian ini, struktur sektor pekerjaan menunjukkan formalisasi yang gradual: pekerja sektor formal naik dari 33,72 persen (2020) menjadi 37,45 persen (2024), sedangkan sektor informal

yang mencakup mayoritas wirausaha turun dari 66,28 persen menjadi 62,55 persen. Meskipun menurun, dominasi sektor informal yang tetap di atas 62 persen menunjukkan bahwa kewirausahaan informal masih menjadi ciri khas perekonomian Sumatera Barat, sekaligus menyiratkan ruang besar untuk peningkatan kualitas usaha melalui akses keuangan formal dan digitalisasi.

Karakter kewirausahaan masyarakat Sumatera Barat berakar pada tradisi merantau dan berdagang yang telah berlangsung selama berabad-abad. Secara historis, masyarakat Minangkabau merupakan pewaris tradisi niaga Kerajaan Melayu dan Sriwijaya; sejak abad ke-7 pedagang emas dari pedalaman Minangkabau telah berniaga hingga muara Jambi, dan pada abad ke-16 penjelajah Portugis Tomé Pires mencatat bahwa emas yang diperdagangkan di Malaka, Barus, Tiku, dan Pariaman berasal dari pedalaman Minangkabau (Naim, 1984). Tradisi merantau kemudian melembaga menjadi bagian dari sistem sosial Minangkabau, sebagaimana tergambar dalam petiti “karatau madang di hulu, babuah babungo balun, marantau bujang dahulu, di rumah paguno balun” yang mendorong laki-laki muda meninggalkan kampung untuk mencari penghidupan dan pengalaman sebelum kembali membangun kampung halaman (Kato, 1982; Naim, 1984).

Sistem kekerabatan matrilineal turut memperkuat tradisi ini. Karena harta pusaka dikuasai oleh garis keturunan perempuan, laki-laki Minangkabau terdorong untuk merantau dan membangun kemandirian ekonomi melalui perdagangan (Navis, 1984). Studi Mochtar Naim (1984) mendokumentasikan tingginya intensitas merantau, yaitu dari sekitar 32 persen orang Minangkabau yang bermukim di luar Sumatera Barat pada 1961 menjadi 44 persen pada 1971. Warisan budaya ini melahirkan karakter wirausaha yang khas—mandiri, adaptif, dan berorientasi jaringan—yang paling kentara pada dominasi pedagang dan rumah makan Padang di berbagai kota di Indonesia bahkan hingga mancanegara. Nilai-nilai inilah yang menjadi modal sosial bagi generasi milenial Sumatera Barat untuk berwirausaha, sekaligus membedakan konteks penelitian ini dari wilayah lain. Namun demikian, potensi tersebut belum sepenuhnya terkonversi menjadi peningkatan jumlah wirausaha muda secara signifikan, akibat sejumlah kendala

seperti keterbatasan akses permodalan, rendahnya kapasitas manajerial, dan belum optimalnya pemanfaatan teknologi digital.

Keputusan berwirausaha merupakan pilihan rasional individu untuk memulai dan menjalankan usaha secara mandiri setelah mengevaluasi peluang, risiko, dan sumber daya yang dimiliki. Dalam perspektif teori pilihan rasional (Becker, 1976), individu akan memutuskan berwirausaha apabila utilitas yang diharapkan dari kewirausahaan melebihi utilitas dari bekerja sebagai karyawan. Keputusan ini tidak berdiri sendiri, melainkan dipengaruhi oleh beragam faktor, baik faktor internal maupun faktor eksternal.

Faktor internal merupakan atribut yang melekat pada diri individu, antara lain tingkat pendidikan dan modal manusia, motivasi dan kebutuhan berprestasi, efikasi diri, keberanian menanggung risiko, serta karakteristik demografis seperti usia, jenis kelamin, dan status perkawinan. Sementara itu, faktor eksternal merupakan kondisi lingkungan di luar individu, seperti akses terhadap permodalan dan layanan keuangan (inklusi keuangan), ketersediaan teknologi dan infrastruktur digital (digitalisasi), modal sosial dan jaringan kekerabatan, kebijakan pemerintah, serta akses pasar. Dari beragam faktor tersebut, penelitian ini memfokuskan kajian pada tiga determinan yang paling relevan dengan karakteristik generasi milenial, yaitu pendidikan sebagai representasi faktor internal (modal manusia), serta inklusi keuangan dan digitalisasi sebagai representasi faktor eksternal (akses permodalan dan teknologi). Ketiga faktor ini dipilih karena selaras dengan kondisi generasi milenial yang memiliki akses terhadap pendidikan tinggi, layanan keuangan digital, dan teknologi informasi.

Pendidikan merupakan faktor internal utama yang memengaruhi keputusan berwirausaha. Dalam kerangka teori modal manusia (Schultz, 1961; Becker, 1964), pendidikan merupakan investasi yang meningkatkan kapasitas produktif individu, termasuk kemampuan mengidentifikasi peluang usaha, mengelola risiko, dan mengambil keputusan ekonomi secara rasional. Sejumlah studi di Indonesia menemukan bahwa pendidikan berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha. Namun, sebagian besar kajian tersebut berfokus pada minat berwirausaha

(*entrepreneurial intention*), bukan keputusan aktual berwirausaha (*entrepreneurial decision*) yang belum tentu terealisasi, serta umumnya dilakukan di kota-kota besar di Pulau Jawa. Bahkan, di Indonesia justru muncul fenomena pengangguran terdidik, di mana lulusan pendidikan tinggi cenderung menunda keputusan berwirausaha (Melinda et al., 2023). Oleh karena itu, pengaruh pendidikan terhadap keputusan aktual berwirausaha generasi milenial dalam konteks Sumatera Barat penting untuk dikaji lebih lanjut.

Faktor eksternal pertama adalah inklusi keuangan, yaitu ketersediaan akses terhadap layanan keuangan formal yang terjangkau dan berkualitas bagi seluruh lapisan masyarakat (Sarma, 2012). Inklusi keuangan berperan sebagai jembatan antara potensi kewirausahaan dan realisasinya karena membuka akses terhadap pembiayaan, tabungan, dan sistem pembayaran yang dibutuhkan untuk memulai dan mengembangkan usaha. Berdasarkan Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) 2024 yang untuk pertama kalinya diselenggarakan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) bersama BPS, indeks literasi keuangan penduduk Indonesia tercatat sebesar 65,43 persen dan indeks inklusi keuangan sebesar 75,02 persen (OJK & BPS, 2024). Angka ini tidak dapat dibandingkan secara langsung dengan hasil SNLIK 2022 (literasi 49,68 persen dan inklusi 85,10 persen) karena terdapat perubahan mendasar pada metodologi survei: SNLIK 2022 menggunakan teknik purposive dan simple random sampling yang cenderung terkonsentrasi pada wilayah perkotaan dan penduduk berpendidikan tinggi, sedangkan SNLIK 2024 menerapkan *stratified multistage cluster sampling* yang lebih merepresentasikan profil populasi Indonesia secara keseluruhan, termasuk wilayah perdesaan dan kelompok berpendidikan rendah (OJK & BPS, 2024). Dengan demikian, penurunan angka indeks inklusi keuangan dari 85,10 persen menjadi 75,02 persen bukan mencerminkan kemunduran akses keuangan yang sesungguhnya, melainkan konsekuensi dari cakupan sampel yang kini lebih representatif.

Temuan yang lebih substantif dari SNLIK 2024 adalah masih adanya selisih hampir sepuluh poin persentase antara indeks inklusi keuangan (75,02 persen) dan indeks literasi keuangan (65,43 persen). Selisih ini mengindikasikan bahwa

sebagian masyarakat telah memiliki akses terhadap produk keuangan tanpa disertai pemahaman yang memadai untuk memanfaatkannya secara produktif, termasuk sebagai modal usaha. Kondisi ini sangat relevan bagi generasi milenial yang menjadi pengguna terbesar layanan keuangan digital, sehingga peran inklusi keuangan terhadap keputusan berwirausaha milenial menarik untuk diuji secara empiris.

Faktor eksternal kedua adalah digitalisasi, yaitu transformasi aktivitas ekonomi dari bentuk tradisional menjadi berbasis teknologi informasi dan komunikasi. Dalam kerangka teori biaya transaksi (Coase, 1937; Williamson, 1985), digitalisasi menurunkan biaya pencarian informasi, negosiasi, dan penegakan kontrak sehingga membuka peluang pasar yang lebih luas tanpa batasan geografis. Bagi generasi milenial, pemanfaatan platform *e-commerce* dan pemasaran digital terbukti mendorong minat berwirausaha (Laksmono et al., 2024). Kendati demikian, adopsi digital di Indonesia masih terbatas, tercermin dari baru sekitar 24,5 persen UMKM yang terhubung dengan platform digital pada 2023. Di Sumatera Barat, tantangan ini diperkuat oleh kesenjangan digital antara kawasan perkotaan seperti Kota Padang dan Bukittinggi dengan daerah perdesaan, yang memengaruhi pemerataan akses terhadap peluang kewirausahaan berbasis digital.

Berdasarkan uraian tersebut, terdapat sejumlah kesenjangan penelitian (*research gap*) yang menjadi dasar dilakukannya studi ini. Pertama, sebagian besar kajian kewirausahaan generasi milenial dilakukan di wilayah perkotaan di Pulau Jawa dengan konteks sosial-budaya yang berbeda dari Sumatera Barat. Kedua, belum banyak penelitian yang mengintegrasikan pendidikan, inklusi keuangan, dan digitalisasi dalam satu model untuk menjelaskan keputusan berwirausaha. Ketiga, penelitian terdahulu umumnya menggunakan minat berwirausaha, bukan keputusan aktual berwirausaha, sebagai variabel dependen. Untuk mengisi kesenjangan tersebut, penelitian ini menganalisis pengaruh pendidikan, inklusi keuangan, dan digitalisasi terhadap keputusan generasi milenial untuk berwirausaha di Sumatera Barat, baik secara parsial maupun simultan, dengan memanfaatkan data Susenas KOR 2024 yang bersifat representatif pada tingkat provinsi. Hasil penelitian ini

diharapkan dapat memberikan kontribusi akademik bagi literatur ekonomi kewirausahaan sekaligus rekomendasi praktis bagi para pengambil kebijakan di Sumatera Barat.

1.2 Rumusan Masalah

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

1. Bagaimana pengaruh pendidikan, inklusi keuangan, dan digitalisasi secara parsial terhadap keputusan generasi milenial untuk berwirausaha di Sumatera Barat?
2. Bagaimana pengaruh pendidikan, inklusi keuangan, dan digitalisasi secara simultan terhadap keputusan generasi milenial untuk berwirausaha di Sumatera Barat?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Menganalisis pengaruh pendidikan, inklusi keuangan, dan digitalisasi secara parsial terhadap keputusan generasi milenial untuk berwirausaha di Sumatera Barat.
2. Menganalisis pengaruh pendidikan, inklusi keuangan, dan digitalisasi secara simultan terhadap keputusan generasi milenial untuk berwirausaha di Sumatera Barat

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat, baik secara teoretis maupun praktis, sebagai berikut :

Manfaat Teoritis:

1. Memberikan kontribusi terhadap pengembangan literatur mengenai ekonomi ketenagakerjaan dan kewirausahaan, khususnya terkait faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan berusaha.
2. Memperkaya kajian empiris berbasis data Susenas dalam konteks regional Sumatera Barat.

Manfaat Praktis:

1. Memberikan informasi dan rekomendasi kepada pemerintah daerah Sumatera Barat dalam merumuskan kebijakan untuk mendorong berwirausaha.
2. Menjadi referensi bagi lembaga pendidikan dalam merancang kurikulum dan program yang lebih berorientasi pada pengembangan jiwa kewirausahaan.
3. Memberikan wawasan bagi calon wirausahawan muda mengenai faktor-faktor yang perlu dipertimbangkan dalam memulai usaha.

