

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG MASALAH

Indonesia merupakan negara kepulauan yang menyimpan potensi besar dengan melimpahnya kekayaan alam dan sumber daya manusia. Melihat potensi tersebut, generasi muda di Indonesia menjadi harapan pemerintah dalam memajukan perekonomian dan masa depan bangsa Indonesia di tengah krisis ekonomi masa kini. Menurut Fikrianto (2011), jumlah generasi muda sangat besar sekitar 80 juta dari usia 15 sampai 35 tahun, namun paradigma pemuda masih ingin mencari kerja. Mengingat lapangan kerja terbatas, paradigma ini memicu tingginya angka pengangguran. Hal ini terbukti dengan pernyataan Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia (LIPI) yang memproyeksikan angka pengangguran pada 2009 naik menjadi 9 persen dari angka pengangguran 2008 sebesar 8,5 persen (Rahayu, 2008).

Badan Pusat Statistik pada bulan Agustus 2011 mencatat angka pengangguran terbuka menurut pendidikan tertinggi yang ditamatkan mencapai 7,7 juta orang. Sebanyak 3,8 juta diantaranya merupakan lulusan sekolah menengah, diploma, dan universitas. Angka pengangguran terbuka tersebut dilihat dari jumlah orang yang mencari pekerjaan, mempersiapkan usaha, merasa tidak mungkin mendapatkan pekerjaan, dan yang sudah memiliki pekerjaan tetapi belum mulai bekerja.

Sementara itu menurut Lenakoly (2010), angka pengangguran di Surabaya saat ini mencapai 802.568 orang. Angka ini belum ditambah dengan jumlah warga yang tidak bekerja karena diam di rumah atau sedang mengenyam bangku sekolah yaitu jumlah ibu rumah tangga yang tidak bekerja sebesar 542.998 orang dan pelajar/mahasiswa 462.738 orang. Jumlah seluruhnya sekitar 1,7 juta orang. Lenakoly (2010) berpendapat bahwa lebih dari separuh penduduk Surabaya ini belum bisa dikategorikan mandiri dan masih bergantung pada orang lain, padahal potensi masyarakat yang tidak bekerja ini cukup besar.

Sepenggal data di atas menunjukkan tingkat krisis ekonomi yang masih merajalela di Indonesia akibat banyaknya pengangguran. Fakta di atas juga menyoroti mayoritas generasi muda Indonesia tidak tertarik untuk menciptakan lapangan kerja, padahal tren berwirausaha atau ber-*entrepreneur* sebenarnya telah muncul sejak tahun 1998 (Fikrianto, 2011). Krisis ekonomi kala itu memunculkan tekanan bagi masyarakat untuk berwirausaha. Menurut Fikrianto (2011), Pemerintah sudah melakukan upaya yang komprehensif untuk meningkatkan dan menggalakkan kewirausahaan melalui Instruksi Presiden (Inpres) Nomor 4 tahun 1995 tentang Gerakan Nasional Memasyarakatkan dan Membudayakan Kewirausahaan (GNMMK). Presiden Susilo Bambang Yudhoyono juga turun tangan mencanangkan Gerakan Kewirausahaan Nasional pada Februari 2011 lalu untuk memacu pertumbuhan kewirausahaan di Indonesia (dalam Salampessy, 2012).

McClelland (dalam Ciputra, 2008) berpendapat, suatu negara akan menjadi makmur apabila mempunyai *entrepreneur* sedikitnya sebanyak dua persen. Dengan jumlah penduduk sebesar 220 juta, Indonesia membutuhkan 4,4 juta *entrepreneur* (Ciputra, 2008). Berdasarkan data dari BPS (dalam Salampessy, 2012), terjadi peningkatan jumlah wirausaha dari 0,24 % menjadi 1,56 % atau 3,744 juta orang wirausaha baru pada Februari 2012. Walau telah mengalami peningkatan, namun Indonesia masih membutuhkan lebih banyak lagi wirausaha muda yang kreatif dan inovatif untuk mencapai angka ideal 2% yang mencerminkan kemakmuran bangsa.

Sebagian besar pemuda Indonesia memang mencoba terjun berwirausaha, namun terdapat pemahaman yang masih kurang mengenai dunia kewirausahaan. Menurut Fikrianto (2011), salah penyebab ketidakinginan sebagian besar pemuda untuk menjadi wirausaha adalah merasa dirinya tidak berbakat.

Ketidakyakinan generasi muda dalam ber-*entrepreneur* tersebut merupakan hambatan sekaligus indikasi dari rendahnya *entrepreneurial self-efficacy* mereka. Bandura (1995) menjelaskan *self-efficacy* yang dipersepsikan mengacu pada keyakinan seseorang akan kemampuan dirinya dalam mengatur dan menjalankan tindakan - tindakan yang dibutuhkan untuk mengelola peluang munculnya situasi tertentu. Sementara itu *entrepreneurial self-efficacy* (ESE) didefinisikan sebagai keyakinan seseorang dalam menilai seberapa mampu dirinya menjalankan peran dan tugasnya sebagai seorang *entrepreneur* (Chen *et al.*, dalam Pihie & Bagheri, 2011).

Zimmerer *et al.* (dalam Winardi, 2003) mendefinisikan *entrepreneur* sebagai orang yang menciptakan sebuah bisnis baru, dengan menghadapi resiko dan ketidakpastian, dan yang bertujuan untuk mencapai laba serta pertumbuhan melalui pengidentifikasian peluang-peluang melalui kombinasi sumber-sumber daya yang diperlukan untuk mendapatkan manfaatnya. Sementara itu menurut Bygrave (1996), seorang *entrepreneur* adalah seseorang yang memperoleh peluang dan menciptakan organisasi untuk mengujarnya. Dari pengertian tersebut, menurut peneliti dapat dikatakan *entrepreneur* memiliki tugas untuk melakukan inovasi, berpikir secara kreatif, peka terhadap peluang, berani mengambil resiko dengan pertimbangan yang matang, serta memiliki kepemimpinan untuk mengelola SDM dan membangun lingkungan kerja yang kondusif sehingga tercapai visi yang diharapkan dari usahanya.

Secara khusus, jika seseorang memiliki tingkat *self-efficacy* yang tinggi, ia lebih mungkin untuk menetapkan tujuan yang lebih tinggi atau menantang, sehingga meningkatkan motivasi dan kinerjanya. Tingkat *self-efficacy* yang tinggi dapat membantu individu mempertahankan usaha mereka sampai tujuan awal mereka terpenuhi (Gist, dalam De Noble *et al.*, 1999). Lebih lanjut, *entrepreneurial self-efficacy (ESE)* telah dianggap sebagai salah satu karakteristik diri utama yang memiliki pengaruh besar terhadap *entrepreneurial intention* (Wilson *et al.*, 2007; De Noble *et al.*, 1999). Dengan demikian, individu dengan *ESE* yang rendah yaitu, merasa dirinya kurang menguasai keterampilan dan kemampuan *entrepreneurial*,

menghindari segala macam kegiatan *entrepreneurial* (Chen *et al.*, dalam Pihie & Bagheri, 2011).

Sejak beberapa tahun terakhir, pendidikan *entrepreneurship* semakin marak diberlakukan di berbagai institusi pendidikan mulai dari tingkat sekolah dasar hingga perguruan tinggi. Dewasa ini, mulai banyak perguruan tinggi di berbagai kota besar yang menambahkan pendidikan *entrepreneurship* sebagai salah satu mata kuliah tambahan. Beberapa perguruan tinggi bahkan benar-benar mencoba mengintegrasikan kurikulum pendidikan di berbagai program studi dengan program *entrepreneurship* secara terpadu. Pendidikan *entrepreneurship* ini juga mulai masuk ke tingkat sekolah menengah, walaupun demikian belum benar-benar diberlakukan secara intensif seperti di perguruan tinggi.

Menurut Fillion (dalam Pihie & Bagheri, 2011), siswa sekolah menengah berada pada tahapan usia yang ideal untuk mengembangkan sikap terhadap *entrepreneurship* dan meningkatkan pengetahuan serta kemampuan mereka dalam ber-*entrepreneur*. Anak sekolah menengah atas mulai memikirkan masa depan mereka secara bersungguh-sungguh (Hurlock, 1990). Pada akhir masa remaja, minat pada karier semakin meningkat. Thomas (dalam Hurlock, 1990) mengatakan bahwa pada saat tersebut remaja belajar membedakan antara pilihan pekerjaan yang lebih disukai dan pekerjaan yang dicita-citakan. Remaja yang lebih tua lebih memikirkan pekerjaan apa yang akan dilakukan dan apa yang mampu dilakukan.

Menurut Hurlock (1990), menjelang dewasa, remaja mulai menilai pekerjaan - pekerjaan tersebut menurut kemampuan, waktu dan biaya yang diperlukan untuk mengikuti latihan yang diperlukan dalam suatu pekerjaan. Pengalaman kerja akan memberikan informasi lebih banyak sehingga dapat dijadikan dasar dalam membuat keputusan akhir mengenai karier.

SMA X merupakan salah satu SMA swasta di Surabaya yang memiliki kurikulum nasional plus. SMA X memiliki keunikan dibanding SMA swasta lainnya yaitu menerapkan program pendidikan *entrepreneurship* terpadu yang melatih siswa berpikir kreatif dan inovatif dengan proses belajar bertahap. Proses yang diterapkan berawal dari *exploring, planning, doing, communicating, dan reflecting*. Proses *entrepreneurship learning cycle* ini diintegrasikan dengan tiap mata pelajaran di SMA tersebut. Dari hasil wawancara singkat dengan sekelompok siswa SMA X tersebut, siswa memperoleh fasilitas dan pendidikan yang memadai yang memotivasi mereka untuk kelak ber-*entrepreneur*. Melalui tugas *entrepreneurship*, mereka diajak mengamati keadaan di suatu tempat kunjungan, menjajaki ide kreatif dan membuat program rencana kegiatan, melaksanakan ide tersebut, mempresentasikan pada masyarakat umum, dan membuat laporan refleksi dari seluruh proses tersebut. Kegiatan *entrepreneurship* yang dimaksud dalam SMA X dapat bersifat bisnis maupun sosial.

Sebagai salah satu SMA yang menerapkan kurikulum berintegrasi *entrepreneurship*, peneliti ingin mengetahui gambaran *entrepreneurial self-*

efficacy di SMA X tersebut yang dapat berguna untuk pengembangan pendidikan *entrepreneurship* ke depannya.

Bandura (1995) menjelaskan bahwa *self efficacy* dapat dikembangkan melalui 4 sumber pengaruh yaitu melalui *mastery experiences*, *vicarious experiences*, *social persuasion*, dan *physiological & emotional states*. Persuasi sosial (*social persuasion*) merupakan cara ketiga untuk memperkuat keyakinan seseorang bahwa mereka memiliki kemampuan yang diperlukan untuk menjadi berhasil dalam sebuah tugas tertentu (Bandura, 1995). Menurut Bandura (1995), individu yang dapat diyakinkan secara verbal bahwa dirinya memiliki kemampuan yang dibutuhkan untuk berhasil dalam suatu aktivitas lebih mungkin untuk mengeluarkan usaha yang lebih besar dibandingkan jika dirinya memiliki keraguan akan kemampuan yang dimilikinya.

Menurut peneliti, persuasi sosial merupakan bagian dari dukungan sosial yang mana salah satu fungsi dari dukungan sosial bersifat meyakinkan seseorang akan kemampuannya. Dukungan sosial merupakan salah satu aspek yang diduga berkaitan dengan *entrepreneurial self-efficacy*. Gottlieb (dalam Smet, 1994) mengungkapkan bahwa dukungan sosial terdiri dari informasi atau nasehat verbal dan/atau non verbal, bantuan nyata, atau tindakan yang diberikan oleh keakraban sosial atau didapat karena kehadiran mereka dan mempunyai manfaat emosional atau efek perilaku bagi pihak penerima.

Peneliti menduga bahwa dukungan sosial yang diberikan bagi siswa sekolah menengah dapat meningkatkan keyakinan mereka akan kemampuan

mereka untuk berwirausaha. Menurut Sarason & Pierce (dalam Tanjungsari, 2007), dukungan semangat merupakan salah satu bentuk dukungan emosional yang dapat meningkatkan kembali keyakinan individu terhadap kemampuannya. Selain dukungan emosional, terdapat bentuk dukungan sosial lain yaitu dukungan penilaian, dukungan informasi, dan dukungan instrumental (House, dalam Weiten, 1992). Sarafino (1994) menjelaskan bahwa orang yang mendapatkan dukungan berupa penilaian atau penghargaan dari orang lain akan membangun perasaan penghargaan akan dirinya sendiri. Dukungan penghargaan akan membangun kompetensi dan penilaian individu terhadap dirinya sendiri. Dukungan ini efektif terutama dalam situasi di mana individu tersebut menilai apakah tuntutan yang diberikan melebihi kemampuan dirinya. Hal ini berarti dukungan sosial mempunyai peranan dalam mengembangkan tingkat *self-efficacy* seorang individu.

Hubungan antara dukungan sosial dengan *self-efficacy* pernah dikemukakan dalam penelitian terdahulu oleh Tanjungsari (2007) dalam konteks mahasiswa yang sedang mengerjakan skripsi di salah satu universitas swasta di Surabaya. Hasil statistik penelitian tersebut menunjukkan adanya hubungan antara dukungan sosial terhadap *self-efficacy* mahasiswa dalam mengerjakan skripsi. Sumbangan efektif yang diberikan oleh variabel dukungan sosial terhadap *self-efficacy* mahasiswa dalam mengerjakan skripsi sebesar 19,6%. Penelitian lain terkait dukungan sosial dan *self-efficacy* juga pernah diteliti oleh Rizka (2011) dalam konteks mahasiswa yang bekerja *part-time* di salah satu universitas swasta di

Surabaya. Hasil dari penelitian tersebut menunjukkan adanya hubungan antara dukungan sosial dengan *self-efficacy* pada mahasiswa yang bekerja *part-time*. Penelitian mengenai hubungan antara dukungan sosial dan *self-efficacy* memang telah dilakukan oleh peneliti terdahulu, namun yang membedakan dengan penelitian ini terutama pada karakteristik subyek penelitian yang berbeda, yaitu pada siswa sekolah menengah yang mempelajari *entrepreneurship* sehingga hasil dari penelitian ini dapat mengembangkan hasil penelitian sebelumnya. Menurut Meredith (dalam Sudarmiati, 2009), kepribadian seorang *entrepreneur* selalu dilandasi oleh rasa percaya diri yang tinggi, *autonomous individualistic*, selalu ingin mencari *reward* (tidak sekedar imbalan keuntungan, tetapi juga kepuasan, kebebasan, dan kebanggaan). Pada siswa yang belajar ber-*entrepreneur*, siswa cenderung belajar untuk mengembangkan karakter *entrepreneur* tersebut yang salah satunya adalah kemandirian (*autonomy*) sehingga dukungan sosial belum tentu memiliki pengaruh yang serupa dengan penelitian sebelumnya pada konteks mahasiswa yang sedang skripsi atau mahasiswa yang bekerja *part-time*.

Penelitian dengan topik *self-efficacy* juga telah cukup banyak dilakukan oleh para peneliti di Indonesia. Mayoritas topik *self-efficacy* banyak diteliti dalam konteks akademik (Tanjungsari, 2007; Karijanto, 2010) serta karir (Zoraya, 2011). Sementara itu masih jarang ditemukan penelitian *self-efficacy* dalam konteks *entrepreneurial* di Indonesia.

Penelitian mengenai *entrepreneurial self-efficacy* sudah cukup banyak menjadi sorotan para peneliti di luar negeri (De Noble *et al.*, 1999; Wilson

et al., 2007; McGee *et al.*, 2009; Pihie & Bagheri, 2011). Penelitian De Noble *et al.* (1999) dan McGee *et al.* (2009) meneliti pengembangan alat ukur dari *ESE* secara lebih mendalam dengan menggunakan sampel para *entrepreneurs*. Penelitian tersebut juga menemukan relasi antara *ESE* dengan *entrepreneurial action*. Penelitian Wilson *et al.* (2007) menemukan hubungan antara gender, *ESE*, dan *Entrepreneurial Intention* pada remaja sekolah menengah dan mahasiswa bisnis. Sementara itu, penelitian Pihie & Bagheri (2011) memberikan gambaran deskriptif mengenai *ESE* dan *Entrepreneurial Attitude Orientation* pada siswa sekolah menengah di Malaysia. Penelitian di luar negeri mayoritas menggunakan sampel para *entrepreneurs* dan mahasiswa bisnis, dan hanya sedikit yang menggunakan sampel siswa sekolah menengah.

Di Indonesia sendiri, masih terbatas penelitian terkait *entrepreneurial self-efficacy* yang secara khusus dilakukan pada siswa sekolah menengah atas. Penelitian terdahulu juga belum mencoba melihat hubungan *entrepreneurial self-efficacy* dengan aspek dukungan sosial dalam konteks *entrepreneurial*.

Penelitian ini juga mendapat inspirasi dari proposal penelitian Setiawan (2012), selaku dosen pembimbing dan menginduk pada program penelitian yang berjudul “Keterkaitan *Entrepreneurial Social Support*, *Entrepreneurial Self-Efficacy*, *Entrepreneurial Attitude Orientation*, dan *Entrepreneurial Intention* pada siswa-siswi SMA berbasis *Entrepreneurship*” yang dilakukan oleh yang bersangkutan.

Dari uraian di atas, maka peneliti ingin meneliti apakah terdapat hubungan antara dukungan sosial dengan *entrepreneurial self-efficacy* pada siswa SMA X.

1.2. RUMUSAN MASALAH

Rumusan masalah pada penelitian ini adalah : apakah ada hubungan antara dukungan sosial dengan *entrepreneurial self-efficacy* pada siswa SMA X?

1.3 TUJUAN PENELITIAN

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan antara dukungan sosial dengan *entrepreneurial self-efficacy* pada siswa SMA X.

1.4 MANFAAT PENELITIAN

Terdapat dua manfaat yang didapat melalui penelitian ini, yaitu :

1.4.1 Manfaat Teoritis

Secara teoritis diharapkan hasil penelitian ini mampu memberikan sumbangan pemikiran pada bidang psikologi, khususnya Psikologi Sosial dan Psikologi Pendidikan berupa pengembangan kompetensi *entrepreneur* di kalangan remaja.

1.4.2 Manfaat Praktis

a. Bagi remaja, diharapkan hasil penelitian ini memberikan informasi mengenai pentingnya mengembangkan *entrepreneurial self-efficacy* dan sumber-sumber yang dapat

membantu mereka meningkatkan keyakinan untuk berwirausaha di kemudian hari.

- b. Bagi para orang tua, diharapkan hasil penelitian ini memberikan masukan mengenai peranan orang tua dalam memberikan dukungan yang dibutuhkan untuk meningkatkan keyakinan remaja dalam berwirausaha kelak.
- c. Bagi SMA bersangkutan, diharapkan hasil penelitian dapat memberikan gambaran proses pembelajaran *entrepreneurship* selama ini serta memberikan masukan mengenai metode - metode peningkatan *entrepreneurial self-efficacy* siswa.
- c. Bagi penelitian selanjutnya, diharapkan hasil penelitian ini dapat menjadi masukan untuk pengembangan penelitian lanjutan terkait *entrepreneurial self-efficacy*.

