

Faktor Demografis dan Motivasi Berwirausaha Di Kalangan Generasi Milenial Indonesia

Dhyah Harjanti¹, Cindy Vionita Yapri²

^{1,2} Fakultas Bisnis dan Ekonomi, Universitas Kristen Petra

Koresponden Penulis: Email: dhyah@petra.ac.id

ABSTRACT

The purpose of this research is to comprehend the connection between demographic factors and entrepreneurial motivation of millennial generation in Indonesia. This quantitative research used millennial generation (birth year 1980-2000) in Indonesia as the research population. Using purposive sampling technique, this study obtained a total sample of 319 respondents. The data analysis technique used is chi-square. The results showed that there were several demographic factors related to entrepreneurial motivation, namely: gender, age group, marital status, education level, family background, and economic background. With the results of this study, policy makers can pay more attention to demographic backgrounds in developing entrepreneurial programs among the millennial generation. The placement of entrepreneurship programs in the millennial generation group who have a strong entrepreneurial motivation is expected to increase the success rate of the program.

Keywords: *Entrepreneurial motivation; demographic factor; millennial generation*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan faktor demografis dengan motivasi berwirausaha di kalangan generasi milenial di Indonesia. Penelitian kuantitatif ini menggunakan generasi millennial (tahun lahir 1980-2000) di Indonesia sebagai populasi penelitian. Dengan menggunakan teknik *purposive sampling*, penelitian ini memperoleh total sampel sebanyak 319 responden. Teknik analisis data yang digunakan adalah *chi square*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat beberapa faktor demografis yang berhubungan dengan motivasi berwirausaha, yaitu: jenis kelamin, kelompok usia, status perkawinan, tingkat pendidikan, latar belakang keluarga, dan latar belakang ekonomi. Dengan adanya hasil penelitian ini, para pengambil kebijakan dapat lebih memperhatikan latar belakang demografis dalam mengembangkan program-program kewirausahaan di kalangan generasi milenial. Penempatan program kewirausahaan di kelompok generasi milenial yang memiliki entrepreneurial motivation kuat diharapkan akan meningkatkan tingkat keberhasilan program tersebut.

Kata Kunci: Motivasi berwirausaha; faktor demografis; generasi milenial

PENDAHULUAN

Kewirausahaan adalah salah satu isu penting dalam suatu negara karena kewirausahaan merupakan pendorong utama pertumbuhan dan keberlanjutan ekonomi (Ramussen dan Sorheim, 2006). Dengan adanya kewirausahaan, terjadi penciptaan peluang baru di lingkungan yang kompleks dan penuh ketidakpastian (Neck, Greene, dan Brush, 2014). Hal ini menjadi alasan mengapa pemerintah di berbagai negara mendorong masyarakatnya untuk menumbuhkan jiwa kewirausahaan, dengan cara menyediakan berbagai fasilitas dan program kewirausahaan.

Motivasi berwirausaha adalah dorongan dan alasan yang mengarahkan seseorang untuk memulai suatu bisnis (Solesvik, Iakovleva, & Trifilova, 2019). Individu yang memiliki dorongan dan alasan yang kuat untuk berwirausaha akan lebih cenderung terlibat dalam upaya mengenali, menciptakan, dan mengeksekusi peluang bisnis (Dunkelberg et al., 2013).

Penelitian ini menggunakan enam dimensi untuk mengukur motivasi berwirausaha yang disusun oleh Vijaya dan Kamalanabhan (1998, dalam Isaga, 2019; Ahmad, Jabeen, & Khan, 2014). Keenam dimensi tersebut yaitu: pertama, kebutuhan untuk pengembangan pribadi, berupa kebutuhan untuk belajar, mengembangkan ide bisnis, kebutuhan untuk tantangan, menumbuhkan bisnis, berkontribusi secara langsung pada kesuksesan perusahaan dan kebutuhan untuk menjadi inovatif. Indikator kedua adalah tingkat komunitarianisme. Komunitarianisme menunjukkan kebutuhan individu untuk berkontribusi pada

kesejahteraan keluarga, kelompok atau komunitas di mana ia berada. Ketiga, kebutuhan untuk persetujuan. Indikator ini mengukur kebutuhan seseorang untuk mendapat pengakuan dan penghormatan dari lingkungannya, serta kebutuhan untuk mengikuti teladan dari orang yang dikaguminya. Keempat, sirkulasi kekayaan yang dirasakan (yang menyangkut keinginan untuk memiliki penghasilan tinggi, kebutuhan akan lebih banyak uang untuk bertahan hidup, untuk memberi keamanan pada diri sendiri dan keluarga, dan memiliki akses tunjangan.

Indikator kelima, yaitu kebutuhan akan kemandirian, dimana seseorang ingin mengendalikan waktu sendiri, memiliki fleksibilitas yang lebih besar untuk kehidupan pribadi dan kebebasan untuk mengadaptasi pendekatan seseorang untuk bekerja. Indikator yang terakhir adalah kebutuhan untuk melarikan diri, dimana individu merasakan kebutuhan untuk menghindari rasa frustrasi dari pekerjaan sebelumnya.

Penelitian ini secara khusus akan membahas mengenai motivasi berwirausaha di kalangan generasi milenial. Penelitian mengenai motivasi berwirausaha sudah cukup banyak dilakukan, di antaranya oleh Solesvik (2013), serta Javalgi dan Grossman (2015). Namun penelitian yang memetakan profil demografi wirausahawan yang dikaitkan dengan motivasi berwirausahanya masih sangat minim, apalagi penelitian yang dilakukan di kalangan generasi milenial.

Literatur sebelumnya telah mencatat bahwa perbedaan demografi, khususnya perbedaan jenis kelamin, memainkan peran dalam motivasi berwirausaha. Wirausa-

hawan perempuan memiliki orientasi keluarga yang lebih tinggi. Pentingnya faktor jenis kelamin meningkat ketika status perkawinan diperhitungkan dalam penelitian (Gupta & Mirchandani, 2018, Haus, et.al, 2013, Isaga, 2019). Perempuan memiliki persentase yang lebih kecil menjadi pengusaha daripada laki-laki. Penelitian ini juga mengungkapkan bahwa wirausahawan perempuan memiliki intensitas preferensi yang lebih tinggi dalam motivasi karir. Perempuan menilai kebijakan ramah keluarga, kewajiban keluarga, dan masalah pekerjaan pasangan dua kali lipat lebih penting dibanding laki-laki. Penelitian Haus et.al (2013) juga mengungkapkan perbedaan yang signifikan dalam status perkawinan di antara tipe-tipe wirausahawan. Individu yang menikah berada lebih banyak dalam kelompok wirausahawan dibandingkan dengan non wirausahawan.

Penelitian sebelumnya juga mengungkapkan bahwa proporsi wanita lebih tinggi daripada pria untuk menjadi pengusaha untuk menyeimbangkan pekerjaan dan keluarga, sementara proporsi pria lebih tinggi untuk mencari kekayaan dan / atau kemajuan finansial (Haus et.al, 2013).

Generasi milenial menarik untuk diteliti karena merupakan generasi yang paling diharapkan dalam dunia wirausaha. Generasi ini berada dalam tahap pencarian karir masing-masing. Secara demografis, generasi milenial (kelahiran 1981-2000) ini mendominasi jumlah penduduk Indonesia, dan sudah menggeser dominasi penduduk generasi sebelumnya yaitu generasi X (lahir 1961-1980).

Generasi Y memiliki pola pikir yang unik, sehingga mereka memiliki peluang lebih besar untuk termotivasi menjadi seorang wirausahawan. Penelitian ini akan melihat hubungan antara faktor demografis dengan motivasi berwirausaha di kalangan generasi milenial. Penelitian ini, diharapkan dapat memetakan pola motivasi berwirausaha pada generasi milenial di Indonesia berdasarkan profil demografisnya, meliputi kelompok usia, jenis kelamin, tingkat pendidikan, latar belakang keluarga, status perkawinan dan latar belakang ekonomi.

METODE PENELITIAN

Sesuai dengan tujuan penelitian untuk mendeskripsikan motivasi berwirausaha pada generasi milenial berdasarkan profil demografis, maka metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif.

Populasi yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah wirausahawan yang tergolong dalam generasi milenial di Indonesia. Jumlah generasi milenial di Indonesia berdasar data BPS tahun 2016 sekitar 105 juta penduduk.

Sampel ditentukan dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Kriteria sampel yang digunakan adalah: wirausahawan muda yang lahir pada tahun 1980-2000, telah mendirikan usahanya selama paling sedikit satu tahun, dan memiliki paling sedikit lima karyawan.

Berdasarkan tabel untuk menentukan jumlah sampel dengan teknik analisis chi-square, dengan menggunakan tingkat kesalahan 0,05, u sebesar 24, dan *effect size*

sedang dengan nilai 0,30, dengan *power* sebesar 67%, maka diperoleh jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 200 responden. Kuesioner penelitian ini disebar secara online dan mendapatkan respon sebanyak 319 responden.

Data dikumpulkan dengan menggunakan kuesioner yang disebar melalui media elektronik pada generasi milenial di Indonesia. Kuesioner dalam penelitian ini terdiri dari dua bagian, yaitu: bagian pertama, adalah angket yang berisikan tentang profil demografi responden yang terdiri dari jenis kelamin, usia, latar belakang keluarga, pendidikan, dan latar belakang ekonomi. Bagian kedua, adalah angket tertutup yang terdiri dari beberapa item motivasi berwirausaha yang diukur menggunakan teknik skala Likert.

Data yang terkumpul kemudian diuji validitas dan reliabilitasnya. Uji validitas dilakukan dengan melihat nilai korelasi *product moment pearson*, sedangkan pengujian reliabilitas dilakukan dengan koefisien *Cronbach alpha*. Standar koefisien reliabilitas yang dapat digunakan dalam penelitian ini adalah $> 0,7$.

Untuk mengetahui hubungan antara profil demografis dengan motivasi berwirausaha, data diolah dengan menggunakan teknik analisis *Chi-Square*. *Chi-square* adalah teknik statistik yang digunakan untuk menguji apakah terdapat hubungan antara dua variabel berskala nominal (Gravetter & Wallnau, 2013). Untuk melihat hubungan profil demografis generasi milenial dan niat berwirausaha, uji *chi-square* dapat dipakai untuk menjawab ada tidaknya hubungan pada dua variabel

yang ditunjukkan melalui nilai probabilitas (signifikansi). Pada penelitian ini, uji *chi-square* menggunakan software SPSS untuk memudahkan analisis data yang diperoleh dari lapangan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Sebelum melakukan pengolahan data, perlu dilakukan uji validitas dan reliabilitas angket untuk memastikan kualitas data. Uji validitas dilakukan dengan korelasi *product moment pearson* dengan kriteria $> r$ tabel ($n=200$) yaitu 0,113. Uji reliabilitas angket menggunakan metode *cronbach alpha* dengan kriteria $> 0,70$. Hasil pengujian validitas dan reliabilitas pada penelitian ini menunjukkan bahwa data yang diperoleh sudah memenuhi standar untuk diolah. Pada penelitian ini, uji *chi-square* menggunakan software SPSS untuk memudahkan analisis data. Hasil pengolahan data tersebut disajikan dalam tabel 1.

Tabel 1. Hasil Analisis *Chi-square* Faktor Demografis Dengan Motivasi Berwirausaha

	Hipotesis	Pearson Chi-square		
		Value	Df	Sig.
H_1	Terdapat hubungan antara jenis kelamin dengan motivasi berwirausaha	13,267	2	0.001
H_2	Terdapat hubungan antara kelompok usia dengan motivasi berwirausaha	24,547	6	0.000
H_3	Terdapat hubungan antara status perkawinan dengan motivasi berwirausaha	0,270	2	0.874
H_4	Terdapat hubungan antara tingkat pendidikan dengan motivasi berwirausaha	23,965	10	0.008
H_5	Terdapat hubungan antara latar belakang keluarga dengan motivasi berwirausaha	9,113	2	0.010
H_6	Terdapat hubungan antara latar belakang	32,596	6	0.000

ekonomi dengan motivasi
berwirausaha

Sumber: Data diolah

Tabel 1 menunjukkan hasil *chi-square* untuk menguji hipotesis dari hubungan faktor demografis yang meliputi jenis kelamin, kelompok usia, status perkawinan, tingkat pendidikan, dan latar belakang keluarga, dengan motivasi berwirausaha. Hasil hitung signifikansi pada H_1 , H_2 , H_4 , H_5 dan H_6 menunjukkan nilai yang lebih kecil dari 0,05 yang berarti hipotesis diterima. Sementara hasil hitung signifikansi H_3 menunjukkan nilai yang lebih besar dari 0,05, sehingga H_3 ditolak, karena tidak memenuhi nilai signifikansi yang ditentukan.

Hasil penelitian yang menelaah tentang hubungan faktor demografis terhadap motivasi berwirausaha menunjukkan bahwa ada sebagian besar faktor demografis yang dapat mempengaruhi tingginya motivasi berwirausaha, yaitu antara lain jenis kelamin, kelompok usia, tingkat pendidikan, latar belakang keluarga, dan latar belakang ekonomi. Hasil analisis *chi-square* pada faktor demografis jenis kelamin menunjukkan bahwa terdapat hubungan antara jenis kelamin dengan motivasi berwirausaha dengan nilai *chi-square* sebesar 13,267 dan nilai signifikansi 0,001 yang lebih kecil dari tingkat kesalahan yaitu 0,05. Baik laki-laki maupun perempuan pada generasi milenial cenderung ingin melibatkan diri mereka dalam aktivitas berwirausaha. Dapat disimpulkan bahwa peran jenis kelamin terutama laki-laki terdorong untuk berwirausaha dibandingkan perempuan baik

dalam keinginannya untuk memulai usaha, tekad dalam menciptakan bisnis dan motivasi untuk memulai bisnis. Hal ini dikarenakan laki-laki ingin mandiri dan tidak terus menerus bergantung pada orang tua.

Hasil analisis *chi-square* pada faktor demografis tingkat pendidikan dengan motivasi berwirausaha menunjukkan bahwa terdapat hubungan signifikan yang ditunjukkan dengan nilai *chi-square* sebesar 23,965 dan nilai signifikansi 0,008 yang lebih kecil dari tingkat kesalahan yaitu 0,05. Dapat dikatakan bahwa dengan meningkatnya tingkat pendidikan akan mempengaruhi motivasi seseorang untuk berwirausaha.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa generasi milenial dengan tingkat pendidikan yang tinggi akan mendorong seseorang untuk berwirausaha. Memiliki tingkat pendidikan yang tinggi membuat mereka memiliki keinginan dan motivasi yang besar untuk memasuki dunia bisnis. Hasil analisis *chi-square* pada faktor demografis kelompok usia menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan dengan entrepreneurial motivation dengan nilai *chi-square* sebesar 24,547 dan nilai signifikansi 0,000 yang lebih kecil dari tingkat kesalahan yaitu 0,05.

Hasil analisis *chi-square* pada faktor demografis latar belakang keluarga menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan dengan motivasi berwirausaha dengan nilai *chi-square* sebesar 9,113 dan nilai signifikansi 0,010 yang lebih kecil dari tingkat kesalahan yaitu 0,05. Hal ini berarti seseorang dengan latar

belakang keluarga yang memiliki bisnis akan cenderung memiliki motivasi berwirausaha. Melalui latar belakang keluarga yang memiliki bisnis, maka generasi milenial memperoleh dukungan yang cukup solid, terutama dari segi materi. Setiap bisnis pasti membutuhkan modal, dan pada umumnya modal awal didapat dari lingkungan keluarga.

Hasil analisis *chi-square* pada status perkawinan menunjukkan bahwa tidak ada hubungan yang signifikan terhadap motivasi berwirausaha yang ditunjukkan dengan nilai *chi-square* sebesar 0,270 dan nilai signifikansi 0,874 yang lebih besar dari tingkat kesalahan yaitu 0,05. Generasi milenial dengan status menikah memiliki motivasi berwirausaha yang tergolong sedang dengan jumlah frekuensi yang lebih banyak dari status tidak menikah. Hal ini dapat disebabkan karena status menikah membuat generasi milenial merasa lebih memiliki tanggung jawab yang besar untuk keluarga mereka. Mereka termotivasi untuk memulai sebuah bisnis karena tanggungan yang mereka miliki lebih besar dibandingkan dengan status tidak menikah.

Hasil analisis *chi-square* pada faktor demografis latar belakang ekonomi menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan terhadap motivasi berwirausaha yang ditunjukkan dengan nilai *chi-square* sebesar 32,596 dan nilai signifikansi sebesar 0,000 yang lebih kecil dari tingkat kesalahan yaitu 0,05. Motivasi berwirausaha lebih didominasi oleh generasi milenial pada latar belakang ekonomi dengan pengeluaran yang tinggi yaitu sebesar Rp 10.001.000 – Rp 15.000.000.

Semakin tinggi pengeluaran orang tersebut, maka semakin tinggi motivasi orang tersebut untuk berwirausaha.

Hasil analisis data juga menunjukkan bahwa terdapat beberapa indikator dari motivasi berwirausaha yang tidak mempunyai hubungan yang signifikan dengan faktor demografis. Pada faktor demografis jenis kelamin tidak terdapat hubungan dengan kebutuhan untuk pengembangan pribadi, tingkat komunitarisme, dan kebutuhan akan kemandirian. Pada faktor demografis tingkat pendidikan tidak terdapat hubungan dengan tingkat komunitarisme, kebutuhan untuk persetujuan, serta kebutuhan untuk melarikan diri. Sedangkan pada faktor demografis latar belakang keluarga tidak terdapat hubungan dengan kebutuhan untuk pengembangan pribadi, kebutuhan akan kemandirian, dan kebutuhan untuk melarikan diri.

KESIMPULAN

Dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa terdapat sejumlah faktor demografis yang berhubungan dengan motivasi seseorang untuk berwirausaha. Faktor demografis yang mempunyai hubungan signifikan dengan motivasi berwirausaha meliputi jenis kelamin, kelompok usia, tingkat pendidikan, latar belakang keluarga, dan latar belakang ekonomi. Sedangkan faktor demografis yang tidak mempunyai hubungan signifikan dengan motivasi berwirausaha adalah status perkawinan.

Penelitian ini memberikan manfaat praktis berupa pemetaan profil wirausahawan di Indonesia, khususnya

wirausahawan muda generasi milenial. Dengan adanya pemetaan profil ini, pemerintah dapat menyediakan berbagai program dan fasilitas pendukung kewirausahaan yang tepat sasaran, untuk mendorong motivasi berwirausaha sesuai profil demografinya. Selain manfaat praktis, penelitian ini juga dapat bermanfaat bagi penelitian selanjutnya dengan menjadi landasan atau acuan penelitian mengenai motivasi berwirausaha.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, S.Z., Jabeen, F. and Khan, M. (2014). Entrepreneurs choice in business venture: Motivations for choosing home-stay accommodation businesses in Peninsular Malaysia. *International Journal of Hospitality Management*, 36, 31-40.
- Barbato, C. A., Graham, E. E., & Perse, E. M. (2009). The interpersonal communication motives model. *Journal of Communication Quarterly*, 41(2), 172–186.
- Bolarinwa, O. A. (2015). Principles and methods of validity and reliability testing of questionnaires used in social and health science research. *Nigerian Postgraduate Medical Journal*, 22(4), 195–201.
- Dunkelberg, W., Moore, C., Scott, J. and Stull, W. (2013), Do entrepreneurial goals matter? Resource allocation in new owner-managed firms. *Journal of Business Venturing*, 28(2), 225-240.
- García-Cabrera, A.M., Lucía-Casademunt, A.M. & Padilla-Angulo, L. (2020), Immigrants' entrepreneurial motivation in Europe: liabilities and assets. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 26(8).
<https://doi.org/10.1108/IJEBr-01-2020-0042>
- Gravetter, F. J., & Wallnau, L. B. (2013). *Statistics for the behavioral sciences*. Canada: Wadsworth.
- Gupta, N. and Mirchandani, A. (2018), Investigating entrepreneurial success factors of women-owned SMEs in UAE, *Management Decision*, 56(1), 219-232.
<https://doi.org/10.1108/MD-04-2017-0411>
- Haus, I., Steinmets, H., Isidor, R. and Kabst, R., (2013), Gender effects on entrepreneurial intention: A meta-analytical structural equation model. *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, 5(2), 130-156.
<https://doi.org/10.1108/17566261311328828>
- Isaga, N. (2019). Start-up motives and challenges facing female entrepreneurs in Tanzania. *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, 11(2), 102-119.
<https://doi.org/10.1108/IJGE-02-2018-0010>
- Javalgi, G. R., & Grossman, D. A. (2015). Aspirations and entrepreneurial motivations of middle-class consumers in emerging markets: The case of India. *International Business Review*, 25(3), 657–667.
- Neck, H. M., Greene, P. G., & Brush, C. G. (Eds.). (2014). *Teaching entrepreneurship: A practice-based approach*. Edward Elgar Publishing.
- Solesvik, M. (2013). Entrepreneurial motivations and intentions: investigating the role of education

major. *Education+Training*, 55(3), 253-271.

Solesvik, M., Iakovleva, T. & Trifilova, A. (2019), Motivation of female entrepreneurs: A cross-national study. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 26 (5), 684-705.

Vijaya, V., & Kamalanabhan, T. J. (1998). A scale to assess entrepreneurial motivation. *Journal of Entrepreneurship*, 7, 183-198.