

GENERASI Z DAN ENTREPRENEURSHIP

Studi Teoretis Minat Generasi Z dalam Berwirausaha



Hak cipta dilindungi oleh undang-undang.

Dilarang mengutip atau memperbanyak sebagian atau seluruh isi buku ini tanpa izin tertulis dari penerbit.

Isi di luar tanggung jawab percetakan.

Ketentuan pidana pasal 72 UU No. 19 tahun 2002

1. Barang siapa dengan sengaja dan tanpa hak melakukan perbuatan sebagaimana dimaksud dalam pasal 2 ayat (1) atau pasal 49 ayat (1) dan ayat (2) dipidana dengan pidana penjara paling singkat 1 (satu) bulan dan/atau denda paling sedikit Rp 1.000.000,00 (satu juta rupiah) atau pidana penjara paling lama 7 (tujuh) tahun dan/atau denda paling banyak Rp 5.000.000.000,00 (lima miliar rupiah).
2. Barang siapa dengan sengaja menyiarkan, memamerkan, mengedarkan, atau menjual kepada umum suatu Ciptaan atau barang hasil pelanggaran Hak Cipta atau Hak Terkait sebagaimana dimaksud pada ayat (1), dipidana dengan pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun dan/atau denda paling banyak Rp 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah).

GENERASI Z DAN ENTREPRENEURSHIP

Studi Teoretis Minat Generasi Z dalam Berwirausaha

Drs. H. Agus Salim Lubis, M.Ag
Ricka Handayani, M.M





GENERASI Z DAN ENTREPRENEURSHIP

Studi Teoretis Minat Generasi Z dalam Berwirausaha

BPS 060135/2022

ISBN(13) 978-602-1667-88-0

Penyusun : Drs. H. Agus Salim Lubis, M.Ag
Ricka Handayani, M.M

Desain Sampul : Mulia

Tata Letak Isi : Mulia

Editor : Rodame Monitorir Napitupulu, SP, MM

Cetakan : I. Bogor, Desember 2022

PENERBIT

Bypass

PT Jawa Mediasindo Lestari
Green Land Residence Blok HH 6/10
Bukit Cimanggu City Bogor, 16165
Telp. (0251) 7563603
redaksi@penerbitbypass.com
www.penerbitbypass.com

Perpustakaan Nasional: Katalog dalam terbitan (KDT)

Lubis, Agus Salim
*Generasi Z dan Entrepreneurship. Studi teoretis minat generasi Z dalam
berwirausaha / Agus Salim Lubis, Ricka Handayani*
-Cet. 1-Bogor: Desember, 2022.
iv + 118 hlm. 25 cm.

1. Kewirausahaan
II. Handayani, Ricka

I. Judul

PRAKATA

Alhamdulillahirabbil'aalamin, segala puji dan rasa syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT tanpa karunia-Nya mustahil bagi penulis untuk menyelesaikan buku ini tepat waktu. Mengingat banyaknya tugas dan kewajiban penulis yang hadir bersamaan. Berkat bantuan dan dorongan positif orang-orang di sekitar penulis sehingga penulis masih tertantang untuk menyelesaikan buku ini tepat waktu. Untuk itu penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Yth. Bapak Prof. Dr. Ibrahim Siregar, MCL selaku Rektor IAIN Padangsidempuan beserta jajarannya yang telah memberikan kesempatan penulis untuk menimba ilmu dan berkarya baik di dalam maupun di luar instansi.
2. Yth. Bapak Dr. H. Zul Anwar Ajim Harahap, MA selaku Ketua Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat IAIN Padangsidempuan beserta jajarannya yang telah banyak membantu dan memberikan arahan bagi penulis dalam menyelesaikan buku ini.
3. Yth. Bapak Dr. Ali Sati, M.Ag selaku dekan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi IAIN Padangsidempuan yang telah membantu dan mendukung penulis dalam menyelesaikan buku ini.
4. Yth. Para Dosen Di Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi IAIN Padangsidempuan yang banyak membantu sehingga memungkinkan selesainya buku ini.
5. Penerbit yang secara konkrit telah membantu penulis dalam mewujudkan terbitnya buku ini.

6. Terkhusus keluarga yang selalu mendukung penulis untuk terus bersemangat dalam menyelesaikan buku ini.

Selanjutnya, saran dan kritik yang positif sangat penulis harapkan untuk perbaikan karya-karya penulis ke depan.

Padangsidimpuan, 19 Desember 2021

Penulis

KATA PENGANTAR

Syukur Alhamdulillah kami senantiasa kami panjatkan kehadiran Allah SWT. Yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan buku yang berjudul “Generasi Z dan *Enterpreneurship* dengan tepat waktu. Buku ini disusun sebagai salah satu *outcome* penelitian BOPTN IAIN Padangsidimpuan Tahun 2021 atas penelitian yang dilakukan dengan judul “Minat Generasi Z dalam Berwirausaha di Kota Padangsidimpuan”.

Buku ini berisikan informasi tentang Generasi Z dan *Enterpreneurship* yang dapat dijadikan sebagai bahan rujukan bagi para civitas akademika maupun pelaku usaha. Adapun tujuan penulisan buku ini adalah untuk mempermudah pemahaman pembaca terhadap materi yang terkait dengan Generasi Z dan *enterpreneurship*.

Buku ini terdiri dari lima bab yang dimulai dari bab I tentang pendahuluan, bab II tentang generasi Z, bab III tentang *enterpreneurship*, bab IV tentang minat generasi Z dalam berwirausaha, dan bab V tentang hasil penelitian. Penulis sangat menyadari bahwa dalam penulisan buku ini masih banyak kekurangan. Oleh karena itu, saran dan kritik yang positif akan sangat membantu dalam perbaikan karya-karya penulis di masa yang akan datang.

Ucapan terima kasih penulis sampaikan kepada semua pihak yang telah membantu di dalam menyelesaikan buku ini, khususnya

kepada rektor IAIN Padangsidempuan beserta jajarannya yang telah memberikan kesempatan kepada penulis dalam melakukan penelitian. Penulis berharap buku ini bermanfaat bagi para pembaca. Amiin.

Padangsidempuan, 19 Desember 2021

Penulis

DAFTAR ISI

Prakata	1
Kata Pengantar.....	3
Daftar Isi	5
Daftar Gambar	7
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	9
B. Pendekatan.....	16
C. Tujuan	17
D. Manfaat	18
BAB II GENERASI Z	
A. Definisi Generasi Z.....	21
B. Sikap Generasi Z.....	24
C. Karakteristik Generasi Z	26
D. Minat Generasi Z.....	30
E. Generasi Z Serba Digital.....	34
F. Generasi Z Masa Kini.....	36
BAB III <i>ENTREPRENEURSHIP</i>	
A. Definisi <i>Entrepreneurship</i>	39
B. Karakteristik <i>Entrepreneurship</i>	42
C. Peran <i>Entrepreneurship</i>	45
D. Ciri-Ciri <i>Entrepreneurship</i> yang Berhasil.....	47
E. <i>Entrepreneurship</i> Masa Kini	50
F. Tantangan <i>Entrepreneurship</i> Masa Kini	53
BAB IV MINAT GENERASI Z DALAM BERWIRAUSAHA	
A. Definisi Minat Berwirausaha	58
B. Cara Menumbuhkan Minat Berwirausaha	61
C. Faktor Pendorong Minat Berwirausaha.....	67
D. Jiwa Wirausaha Generasi Z.....	86
E. Generasi Z Pelaku Usaha	89
F. Strategi Generasi Z dalam Berwirausaha	90
G. Tantangan Generasi Z dalam Berwirausaha	95

BAB V HASIL PENELITIAN	
A. Hasil Penelitian.....	99
B. Pembahasan Hasil Penelitian	101
C. Keterbatasan Peneliti	104
BAB VI PENUTUP	
A. Kesimpulan	105
B. Saran.....	106
Indeks.....	107
Daftar Pustaka.....	109
Biodata Penulis.....	115

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Jumlah Generasi Z yang Berwirausaha di Kota Padangsidempuan	12
---	----

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Kemajuan teknologi telah membawa kehidupan yang baru bagi kehidupan manusia, hal itu ditandai dengan kemudahan manusia dalam berkomunikasi yang tidak dibatasi oleh ruang dan waktu. Selain itu, kemudahan manusia dalam berwirausaha dan berbisnis merupakan bukti kemajuan teknologi yang tidak bisa lagi dipisahkan dari peradaban manusia. kemajuan teknologi yang memberikan banyak kemudahan dalam berbisnis, membuka peluang untuk berbisnis, mengembangkan berbagai usaha, dan bahkan bisa terlibat dalam perkembangan ekonomi suatu bangsa atau negara.

Era *disruption* saat ini telah memberikan banyak peluang usaha dan pekerjaan yang sebelumnya tidak terpikirkan dan terbayangkan oleh manusia akses bisnis secara *online* yang didukung kemajuan teknologi telah memberikan peluang pengusaha Indonesia untuk ikut andil dalam berbisnis dalam skala internasional. Kemajuan teknologi juga telah memberikan peluang untuk anak muda terutama Generasi Z dalam berwirausaha secara *online*.

Dan saat ini Generasi Z ikut andil dalam mendorong perkembangan ekonomi. Mereka mulai menyerbu dunia kerja kita, dan Generasi ini sudah mulai menjadi bahan pembicaraan publik. Generasi Z merupakan Generasi yang lahir ke dunia dimana segala

aspek fisik (manusia dan tempat) sudah terhubung dengan digital. Mereka lahir dikisaran tahun 1995-2012.¹

Sudah banyak dari Generasi Z yang tertarik dan mulai terjun ke dunia bisnis melalui platform digital. Pemanfaatan platform digital juga dilakukan Generasi Z dalam memudahkan mereka terjun ke dunia bisnis. Terlebih lagi, pada tahun 2020 sekitar 89,45 persen Generasi Z telah menguasai teknologi digital (internet) dalam berwirausaha. Dimana diantara 89,45 persen tersebut pemilik usaha yang menggunakan internet mayoritas pendidikan tingkat SMA/ sederajat kebawah sebanyak 62,69 persen, diikuti dengan yang berpendidikan sarjana/ sederajat sebanyak 26,76 persen.²

Jika dilihat lebih jauh, pemilik usaha sarjana ke atas mayoritas memiliki usaha menengah-besar, dan sebaliknya untuk usaha dengan pekerja 1 hingga 4 orang dipimpin mereka yang berpendidikan SMA/ Sederajat.³

Apalagi pada situasi pandemi Covid-19 seperti sekarang ini, aktivitas yang dilakukan lebih banyak menggunakan teknologi digital. Sehingga lebih memudahkan para Generasi Z dalam memperoleh segala macam informasi pengetahuan serta sumber daya yang diperlukan.

Generasi Z tergolong generasi yang selalu berusaha mencari peluang baru yang dapat membawa mereka secepat mungkin

¹ David Stillman dan Jonah Stillman, *Generasi Z (Memahami Karakter Generasi Baru yang Akan Mengubah Dunia Kerja)* (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2018).

² “Badan Pusat Statistik, Statistik E-Commerce 2020, Jakarta,” t.t.

³ *Ibid.*

sampai ke tujuan hidup mereka. Maka dari itu banyak dari Generasi Z yang justru memilih berbisnis daripada bekerja dalam artian profesi. Karena mereka cenderung lebih suka bekerja dengan pola yang fleksibilitas artinya tidak terikat (bebas) pada waktu dan aturan. Bekerja juga sesuai dengan hobi dan kesenangan mereka sendiri. Bukan dalam artian mereka ingin bersenang-senang. Tetapi mereka hanya berusaha manajemen bisnis sendiri dengan cara yang santai tanpa ada aturan yang mengikat dengan tetap mencapai tujuan hidup.

Untuk itu pemerintah berharap para Generasi Z dapat menjadi wirausahawan yang mampu memberikan dampak positif pada perekonomian. Dan mampu membuka lapangan pekerjaan yang besar untuk bangsa dan juga diharapkan mampu bersaing di tingkat nasional maupun internasional khususnya di bidang wirausaha.

Sementara itu di Kota Padangsidempuan, banyak Generasi Z yang sudah memulai bisnis, seperti banyaknya *stand* yang didirikan para anak muda di pinggir jalan. Mereka malah bukan dari kalangan usia pekerja saja, melainkan sebagian besar bahkan masih berada di bangku sekolah (SMA sederajat). Berbisnis mereka jadikan sebagai tugas sampingan. Dan di media sosial, para Generasi Z juga mengekspresikan berbagai seni *marketing* (pemasaran) yang mereka miliki untuk menarik minat konsumen.

Pemanfaatan teknologi digital sungguh memudahkan Generasi Z dalam berwirausaha. Berdasarkan gambar di bawah ini yang diperoleh dari data Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan

Menengah, Perindustrian dan Perdagangan Kota Padangsidimpuan, terjadi peningkatan jumlah Generasi Z yang berwirausaha di Kota Padangsidimpuan sebagai berikut:

Gambar 1.1
Jumlah Generasi Z yang berwirausaha di Kota Padangsidimpuan



Sumber: data Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah, Perindustrian dan Perdagangan Kota Padangsidimpuan Tahun 2019-2021 yang memiliki NIB

Berdasarkan data di disebutkan bahwa jumlah wirausahawan yang berusia 15-24 tahun ke atas dari tahun 2019 sampai 2021 terus meningkat. Hal ini dapat dilihat dari tahun 2019 ke tahun 2020 mengalami kenaikan sebanyak 456 wirausahawan. Dan dari tahun 2020 ke tahun 2021 mengalami kenaikan lagi sebanyak 56 wirausahawan.

Berdasarkan observasi awal peneliti, Generasi Z yang rentang usia 15-24 tahun banyak yang sudah terjun ke dunia usaha. Salah satu contoh pendirian *stand* pedagang minuman di sekitar kampus Institut Agama Islam Negeri Padangsidimpuan dimana mereka berusia 18 tahun dan masih berada di bangku sekolah. Kemudian didukung dengan adanya data BPS Kota Padangsidimpuan di atas, penduduk yang berwirausaha itu dimulai dari usia 15-24 tahun.

Artinya ada faktor yang mendorong para Generasi Z ini lebih tertarik berwirausaha. Terlihat dari terus meningkatnya jumlah wirausahawan yang berusia 15-24 tahun.

Kemudian peneliti juga menemukan ada beberapa penelitian tentang minat Generasi Z dalam berwirausaha. Dalam penelitian Dina Angraini yang dilakukan di Universitas Negeri Medan dengan sampel prodi pendidikan ekonomi angkatan 2017 terkait pengetahuan berwirausaha dan pengembangan diri dalam bidang berwirausaha pada mahasiswa aktif yang berada di prodi pendidikan ekonomi angkatan 2017 UNIMED tahun akademik 2019/2020. Dalam hasil penelitian tersebut menyebutkan terdapat efek positif yang cukup besar pengetahuan mahasiswa dalam berwirausaha dengan keinginan mereka untuk berusaha. Selain itu, pengaruh positif juga terlihat antara pengembangan diri dengan minat untuk berwirausaha. Kemudian signifikansi positif juga terjadi antara pengetahuan berwirausaha dan aktualisasi diri terhadap minat berwirausaha mahasiswa.⁴

Dan di dalam Penelitian Periyadi, dkk yang meneliti tentang faktor yang berpengaruh untuk minat berwirausaha mahasiswa prodi manajemen fakultas ekonomi pada universitas kalimantan muhammad arsyad al-banjary banjarmasin menyebutkan bahwa Beliau membatasi hanya pada tiga faktor yang diteliti yaitu lingkungan sosial dan keluarga, inovasi dan kreatif, dan lingkungan teknologi. Berdasarkan hasil dari penelitiannya

⁴ “Dina Angraini, Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan dan Aktualisasi Diri terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Prodi Pendidikan Ekonomi Stambuk 2017 Universitas Negeri Medan, Skripsi, 2020,” t.t.

terdapat terdapat hasil yang menyebabkan faktor minat berwirausaha mahasiswa dipengaruhi tiga faktor penting di atas. Hasil yang didapatkan semakin tinggi pengaruh variabel lingkungan sosial, keluarga inovasi dan kreatif akan semakin kuat pengaruhnya terhadap minat mahasiswa dalam berwirausaha.⁵

Ditambah lagi dengan penelitian Mesiana Listiawati yang meneliti tentang pembelajaran dan pemanfaatan media kaitannya dengan minat berwirausaha mahasiswa FKIP UNS. Dari hasil penelitian tersebut disebutkan ada pengaruh yang cukup positif pendidikan dan pembelajaran kewirausahaan dengan keinginan mahasiswa dalam berwirausaha, serta terdapat efek yang baik dan positif penggunaan dan pemanfaatan media sosial terhadap motivasi mahasiswa dalam berwirausaha. Kemudian jika diaplikasikan secara bersama antara pembelajaran kewirausahaan dan penggunaan media sosial akan berpengaruh dan berdampak pada keinginan mahasiswa dalam berwirausaha.⁶

Dan dalam Penelitian yang dilakukan oleh Linzzy pratami Putri, dkk tentang analisis faktor-faktor yang mempengaruhi mahasiswa berwirausaha di masa pandemi covid menyebutkan bahwa pandemi yang melanda Indonesia telah mengubah aktifitas pembelajaran menjadi pembelajaran daring. Dan ini membuat

⁵ Periyadi, dkk, "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Berwirausaha pada Mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al-Banjary Banjarmasin," *Jurnal Ilmu Ekonomi Bisnis* volume 6 Nomor 1, no. 1 (Maret 2020): 12.

⁶ Mesiana Listiawati, Cicilia Dyah, dan Susantiningrum Susantiningrum, "Pengaruh Pembelajaran Kewirausahaan dan Pemanfaatan Media Sosial terhadap Minat Berwirausaha di Mahasiswa FKIP UNS," *Jurnal Kewirausahaan dan Bisnis* 25, no. 1 (24 Agustus 2020): 27, doi:10.20961/jkb.v25i1.43386.

mahasiswa mempunyai banyak waktu luang yang dapat mereka lakukan untuk berbagai hal, salah satunya berwirausaha. Ditambah lagi dengan adanya pandemi menyebabkan beberapa orang tua harus kehilangan pekerjaan karena berlakunya Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) sehingga memotivasi mahasiswa untuk berwirausaha yang hasilnya akan membantu perekonomian keluarga. Maka dari hasil penelitian ini, Beliau menyimpulkan masa pandemi ini menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi mahasiswa berwirausaha.⁷

Selain itu dalam penelitian dalam penelitian Anisa Yusrin Nanda dan Muchammad Saifuddin (2021) menyebutkan bahwa minat berwirausaha tergolong lebih tinggi di masa pandemi ini. Hal ini dikarenakan mahasiswa ingin mengimplementasikan ilmu kewirausahaan yang mereka miliki kemudian membuka lapangan pekerjaan baru untuk membantu orang-orang yang terkena dampak pandemi. Serta menjadi wirausahawan juga dapat mengembangkan kemampuan dan potensi diri dalam mengelola keuangan dan ini dianggap jauh lebih baik daripada menjadi karyawan di masa pandemi seperti sekarang ini⁸.

Dari alasan tersebut dan diperkuat dengan penelitian-penelitian terdahulu, peneliti telah melakukan penelitian pada empat faktor minat berwirausaha diantaranya yaitu faktor

⁷ Linzzy Pratami Putri dan Irma Christiana, "Analisis Faktor yang Mempengaruhi Mahasiswa Berwirausaha di Masa Pandemi Covid," 2020, 5.

⁸ UIN Sunan Ampel Surabaya dkk., "Analisis Perbandingan Minat Berwirausaha dan Bekerja Sebagai Karyawan di Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Mahasiswa Prodi Manajemen UIN Sunan Ampel Surabaya)," *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis (EK&BI)* 4, no. 1 (2021): 418–25, doi:10.37600/ekbi.v4i1.250.

aktualisasi diri, lingkungan keluarga, media sosial, dan situasi pandemi yang telah diteliti pada Generasi Z. Berdasarkan permasalahan yang ada, perolehan dari hasil penelitian, dan adanya tuntutan *outcome* penelitian BOPTN Tahun 2021 maka kami merangkumnya dalam sebuah buku yang berjudul “Generasi Z dan *Entrepreneurship*”.

B. Pendekatan

Buku ini merupakan hasil dari penelitian Bantuan Operasional Perguruan Tinggi Nasional yang dilakukan di Kota Padangsidempuan Provinsi Sumatera Utara. Penelitian ini dimulai dari Maret 2021 sampai Desember 2021 yang dimulai dari penyusunan usulan penelitian sampai dengan penyusunan hasil laporan penelitian.

Sebelumnya jenis penelitian yang dilakukan adalah jenis Penelitian kuantitatif. Penelitian yang dilakukan menggunakan variabel X yaitu aktualisasi diri, lingkungan keluarga, media sosial, dan situasi pandemi dan untuk variabel Y yang digunakan yaitu minat berwirausaha. Dalam penelitian ini jumlah populasi yang akan diteliti sebanyak 555 orang wirausahawan yang memiliki Nomor Induk Berusaha (NIB). Besarnya sampel ditetapkan dengan rumus Taro Yamane yaitu 233 responden.⁹

Metode pengumpulan data dengan kuesioner atau angket adalah metode pengumpulan data yang menggunakan

⁹ Dominikus Do Unaradja, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Jakarta: Universitas Katolik Atma Jaya, 2018).

daftar pertanyaan. Penyebaran kuesioner dilakukan secara langsung kepada responden yang berisi pernyataan atau pertanyaan tertulis. Kemudian hasil pengisian kuesioner dari responden (Generasi Z di Kota Padangsidempuan) dikumpulkan untuk diukur nilainya dengan skala *Likert*. Adapun total jumlah soal yang diberikan untuk dijawab oleh responden adalah 39 butir soal.

Dokumentasi adalah teknik pengumpulan data yang berupa kumpulan atau jumlah signifikan dari bahan tertulis ataupun film (berbeda dengan catatan) yang dilihat, disimpan, dan digulirkan dalam penelitian yang telah dipersiapkan karena adanya permintaan peneliti untuk keperluan data yang lebih rinci dan mudah diakses.¹⁰

Teknik analisis data yang digunakan adalah teknik analisis regresi linier berganda.

C. Tujuan

Tujuan dilakukannya penelitian sehingga menghasilkan sebuah buku yaitu:

1. Untuk mengukur besar pengaruh aktualisasi diri terhadap minat Generasi Z dalam berwirausaha di Kota Padangsidempuan.

¹⁰ Albi Anggito Johan Setiawan, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: Jejak, 2018).

2. Untuk mengukur besar pengaruh lingkungan keluarga terhadap minat Generasi Z dalam berwirausaha di Kota Padangsidempuan.
3. Untuk mengukur besar pengaruh media sosial terhadap minat Generasi Z dalam berwirausaha di kota Padangsidempuan.
4. Untuk mengukur besar pengaruh situasi pandemi terhadap minat Generasi Z dalam berwirausaha di Kota Padangsidempuan.
5. Untuk mengukur besar pengaruh aktualisasi diri, lingkungan keluarga, media sosial, dan situasi pandemi terhadap minat Generasi Z dalam berwirausaha di Kota Padangsidempuan.

D. Manfaat

1. Bagi Generasi Z

Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat kepada Generasi Z untuk terus meningkatkan minat dalam berwirausaha sebagai salah satu solusi peningkatan perekonomian.

2. Bagi Lembaga Pemerintahan

Penelitian ini juga diharapkan mampu mendorong pemerintah untuk terus memberikan solusi dan sosialisasi kepada Generasi Z untuk berminat berwirausaha di kota Padangsidempuan.

3. Bagi Lembaga Pendidikan

Penelitian ini diharapkan bisa dijadikan bahan referensi untuk mengembangkan pendidikan berwirausaha kepada siswa/i maupun mahasiswa/i.

4. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan informasi bagi peneliti selanjutnya yang ingin mendalami penelitian mengenai minat berwirausaha Generasi muda.

BAB II

GENERASI Z

Generasi Z adalah Generasi yang dilahirkan dan dibesarkan pada era kemajuan teknologi. Tetapi tidak selamanya kedekatan Generasi Z dengan teknologi memberikan keuntungan. Karena jika di dalam dunia kerja, Generasi Z malah memiliki kapasitas yang rendah dibandingkan dengan Generasi lainnya walaupun sudah dilengkapi dengan teknologi.

Mereka lebih suka mengekspresikan diri sesuai dengan keinginan dan harapan mereka sendiri terutama untuk hal-hal yang bersifat baru dan menantang. Generasi Z juga disebut Generasi yang dinilai menantang bagi organisasi. Hal ini dikarenakan Z lebih mampu memanfaatkan perubahan teknologi dalam berbagai sendi kehidupan mereka.

Generasi ini juga memiliki keterbukaan dalam menerima berbagai pandangan dan pola pikir. Sehingga menyebabkan mereka lebih mudah menerima keberagaman dan pandangan atas suatu hal. Berikut saya paparkan lebih lanjut tentang sikap, karakter, bahkan bagaimana Generasi Z pada masa kini.

A. Definisi Generasi Z

Menurut Kementerian Perdagangan, yang disebut dengan Generasi Z adalah mereka anak muda yang lahir pada tahun 1995-

2000 an dan perkembangannya banyak dipengaruhi oleh teknologi.¹¹

Generasi Z adalah Generasi yang memang lahir di era serba canggih, era dimana internet merambah semua kalangan. Generasi Z sangat tergantung pada teknologi, berbakat menggunakan berbagai sarana informasi, tidak ada waktu tanpa smartphone dan selalu terhubung kepada internet.¹²

Generasi Z adalah mereka yang lahir antara tahun 1995 sampai tahun 2010. Menurut Zamke dan kawan kawan yang di kutip oleh jurnal Manajemen Informatika (JAMIKA) mencoba membedakan Generasi Z ini dengan Generasi lainnya. Mereka membagi atas 5 bagian yaitu Generasi veteran yang lahir tahun 1925 sampai 1946, Generasi *Baby Boomer* yang lahir tahun 1946 sampai tahun 1960, Generasi X yang lahir tahun 1960 sampai tahun 1980, Generasi Y yang lahir tahun 1980 sampai 1995 dan Generasi Z yang lahir tahun 1995 sampai 2010.

Selain perbedaan tentang tahun kelahiran juga terdapat perbedaan karakter antara Generasi Z dengan Generasi-Generasi lainnya. Dari segi sudut pandang melihat sesuatu, Generasi Z cenderung tidak memiliki rasa komitmen, bahagia dengan apa yang dia miliki saat ini dan hidup untuk saat ini.¹³

¹¹ Kementerian Perdagangan, 2016.

¹² Yuli Kristiyowati, "Generasi Z dan Strategi Melayaninya," *Jurnal Ambassadors* Vol 02 No 01 (Juni 2021): 3.

¹³ Lasti Yossi Hestini Dkk, "Apakah Pembelajaran Menggunakan Teknologi Dapat Meningkatkan Literasi Manusia Pada Generasi Z Di Indonesia?," *Jurnal Manajemen Informatika* Vol. 10 No. 01 (April 2020): 13.

Menurut Csobanca yang dikutip oleh Awal Kurnia Generasi Z diidentifikasi dengan beberapa hal berikut:¹⁴

1. Generasi yang lahir di era milenial
2. Generasi yang tidak mengenal tanpa internet
3. Generasi yang selalu menggunakan internet dan *social network*
4. Generasi yang memiliki *global connectivity*, sangat fleksibel, cerdas, toleran dan dapat beradaptasi dengan budaya yang berbeda
5. Generasi yang menggunakan media sosial sebagai alat komunikasi utama
6. Merupakan konsumen serta penyedia informasi
7. Mampu menggunakan gawai dengan sangat cepat
8. Memiliki ribuan kontak online
9. Generasi yang mampu mengambil keputusan secara cepat
10. Tidak bisa dibatasi oleh tempat, Generasi Z tahu memanfaatkan gawai untuk mencari informasi-informasi di dunia
11. Cara belajar dan bermain yang sangat berbeda dengan Generasi sebelumnya
12. Generasi Z memiliki *emotional incopetency*., yang menyebabkan kurang kontrol terhadap emosi atau memiliki emosi yang menggebu-gebu.

Dari banyaknya identifikasi di atas maka sudah dapat dipastikan bahwa Generasi Z memiliki cara bermain dan belajar

¹⁴ Awal Kurnia Putra Nasution, "Integrasi Media Sosial Dalam Pembelajaran Generasi Z," *Jurnal Teknologi Dan Informasi* Vol 13 No 1 (Maret 2021): 82.

yang berbeda. Generasi Z juga tidak bisa di ajarkan dengan cara yang sama seperti kita mengajar generasi sebelumnya.

B. Sikap Generasi Z

Sikap dapat diartikan sebagai pikiran atau perasaan yang mendorong manusia untuk bertingkah laku Ketika kita menyukai atau tidak menyukai sesuatu. Menurut Kraus yang dikutip oleh R Nurillah beberapa faktor yang mempengaruhi sikap dan perilaku manusia yaitu: stabil sepanjang waktu, dilakukan dengan keyakinan yang tinggi konsisten dengan reaksi emosi seseorang kepada perilaku, terbentuk karena pengalaman langsung, mudah diingat.

Umumnya ada 3 sikap manusia, yaitu:

1. Kognitif, yang berkaitan dengan napa yang dipelajari, apa yang di ketahui tentang suatu objek.
2. Afektif, faktor emosional yang yang berkaitan dengan perasaan
3. Psikomotorif atau konatif, perilaku behavioral yang terlihat melalui predisposisi suatu Tindakan.

Berkaitan dengan sikap Generasi Z, Generasi yang tidak lepas dengan teknologi. Kemajuan ilmu teknologi sangat berpengaruh terhadap sikap dan perilaku mereka. Dengan adanya teknologi khususnya gadget akan membuat anak-anak Generasi Z menjadi anti sosial karena mereka akan menggunakan *gadget* untuk segala

hal, seperti untuk berbelanja, untuk memesan makanan, bertukar pesan bahkan untuk belajar mereka akan menggunakan *gadget*. Mc.

Menurut McKinsey yang dikutip oleh Galih Sakitri, perilaku Generasi Z dapat dikelompokkan ke dalam empat komponen besar yang berlandaskan pada satu fondasi yang kuat bahwa Generasi Z adalah Generasi yang mencari kebenaran.

Pertama, Generasi Z disebut "*the undefined ID*", dimana Generasi ini menghargai ekspresi setiap individu tanpa memberi label tertentu. Pencarian akan jati diri, membuat Generasi Z memiliki keterbukaan yang besar untuk memahami keunikan tiap individu. Kedua, Generasi Z diidentifikasi sebagai "*the communaholic*", Generasi yang sangat inklusif dan tertarik untuk terlibat dalam berbagai komunitas dengan memanfaatkan kecanggihan teknologi guna memperluas manfaat yang ingin mereka berikan. Ketiga, Generasi Z di kenal sebagai "*the dialoguer*", Generasi yang percaya akan pentingnya komunikasi dalam penyelesaian konflik dan perubahan datang melalui adanya dialog. Selain itu, Generasi Z terbuka akan pemikiran tiap individu yang berbeda-beda dan gemar berinteraksi dengan individu maupun kelompok yang beragam. Keempat, Generasi Z di sebut sebagai "*the realistic*", Generasi yang cenderung lebih realistis dan analitis dalam pengambilan keputusan, dibandingkan dengan generasi sebelumnya.¹⁵

¹⁵ Sakitri Galih, "Selamat Datang Generasi Z, Sang Penggerak Inovasi!," *Forum Manajemen* Vol 35 No 2 (2021): 2.

Perilaku dan kebiasaan pada Generasi Z mempunyai tingkat antusiasme yang tinggi terhadap teknologi, tetapi mempengaruhi terhadap sikap dan perilakunya. Dalam penelitian anak yang dikutip oleh R Willya Achmad dan kawan-kawan, dampak teknologi mempunyai dua pengaruh. Pertama pengaruh positif yaitu memudahkan manusia untuk melakukan interaksi, mencari informasi lebih mudah. Sedangkan yang kedua pengaruh negatif, teknologi akan menjadikan manusia berperilaku egois, serba instan dan interaksi di lingkungan sekitar menjadi cukup buruk.¹⁶

C. Karakteristik Generasi Z

Ada tiga ciri utama Generasi Z perkotaan yaitu *confidence* (percaya diri), *creative* (berpikir untuk mengembangkan ide atau gagasan), dan *connected* (pribadi yang pandai bersosialisasi). Mereka juga aktif berselancar di komunitas yang mereka ikuti dan di media sosial dan internet.¹⁷

Secara sederhana Generasi Z memiliki karakteristik sebagai berikut:¹⁸

1. *Multi-Tasking*

Generasi Z dapat mengerjakan suatu pekerjaan secara bersamaan, misalnya mereka bisa mengetik di laptop sembari

¹⁶ R Willya Achmad W dkk, "Potret Generasi Milenial pada Era Revolusi 4.0 Industry," *Jurnal Pekerjaan Sosial* Vol 2 No 2 (t.t.): 188.

¹⁷ "Badan Pusat Statistik, Statistik Gender Tematik: Profil Generasi Milenial Indonesia, Jakarta: Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak, 2018," t.t.

¹⁸ Hatim Gazali, *Mengajarkan Islam & Mendidik Muslim Generasi Z; Panduan Bagi Guru PAI* (Jakarta: Wahid Foundation, 2019).

mendengarkan musik di internet, mengakses media sosial melalui gawai, mencari referensi penting untuk menyelesaikan tugas, dan menonton TV.

2. Teknologi

Generasi Z adalah mereka yang memiliki ketergantungan yang tinggi terhadap teknologi terutama yang berbasis internet. Rata-rata perhari mereka bisa menghabiskan waktu 3-5 jam untuk mengakses media sosial.

3. Audio-Visual

Generasi Z adalah Generasi yang lebih menyukai audio dan visual daripada teks dan tulisan, sehingga gambar, video, grafis dan bentuk audio-visual lainnya lebih disukai.

4. Terbuka

Generasi Z adalah mereka yang terbuka terhadap hal-hal yang baru, mudah penasaran terhadap hal-hal baru tersebut dan mencobanya.

5. Kritis

Dengan teknologi digenggamannya, Generasi Z dapat mengakses informasi secara acak, sehingga menjadikan Generasi Z kritis dalam membaca informasi karena sumber yang dibaca tidak pernah tunggal.

6. Kreatif

Banyaknya pengetahuan yang didapat dari *gadget* yang dimilikinya menjadikan Generasi Z sosok yang kreatif.

7. Inovatif

Generasi Z adalah sosok yang tidak puas dengan keadaan hari ini, karena itulah, mereka berusaha untuk memunculkan inovasi-inovasi yang dapat mempermudah hidupnya.

8. Kolaborasi

Generasi Z lebih menyukai kolaborasi sesama Generasi mereka untuk memecahkan masalah yang dihadapi dari pada harus bersaing.

Ada tujuh sifat utama dari Generasi Z yaitu:¹⁹

a. *Digital*

Digital yaitu Generasi pertama yang lahir ke dunia dimana segala aspek fisik (manusia dan tempat) mempunyai hubungan dengan digital. Bagi Generasi Z dunia nyata dan dunia virtual saling timpang tindih. Virtual merupakan bagian dari realitas mereka. Sekitar 91% Generasi Z menyatakan bahwa kecanggihan teknologi dalam suatu perusahaan akan berdampak terhadap kepuasan mereka dalam bekerja.

¹⁹ David Stillman dan Jonah Stillman, *Generasi Z (Memahami Karakter Generasi Baru yang Akan Mengubah Dunia Kerja)*.

b. *Hiper-Kustomisasi*

Hiper-Kustomisasi yaitu berusaha sekeras mungkin mengidentifikasi dan melakukan penyesuaian diri sendiri agar di kenal dunia. Sekitar 56% Generasi Z lebih memilih membuat uraian pekerjaan mereka sendiri daripada diberikan uraian pekerjaan yang sudah umum.

c. *Realistis*

Realitas yaitu bersifat realitis terhadap apa saja yang akan dilakukan. Membentuk pola pikir pragmatis dalam merencanakan sesuatu dan menyiapkan masa depan.

d. *Fomo*

Fomo yaitu sifat yang takut akan melewatkan sesuatu. Artinya mereka Generasi Z selalu akan berada pada barisan terdepan dalam tren dan kompetisi. Mereka akan takut dan khawatir jika bergerak kurang cepat dan tidak menuju arah yang benar.

e. *Weconomist*

Weconomist yaitu sifat yang hanya mengenal dunia dengan ekonomi berbagi. Generasi Z lebih memilih bagian-bagian internal dan eksternal guna mendagunakan pekerjaan dengan cara-cara baru yang praktis dan hemat biaya.

f. *Do It Yourself* (DIY)

Do It Yourself (DIY) yaitu melakukan apapun sendiri. Melihat Youtube, akan mengajari mereka melakukan apapun. Generasi Z yakin mereka mampu melakukan apapun sendiri. Terlebih lagi didukung dengan orang tua yang tidak mengikuti jalur tradisional.

g. Terpacu

Terpacu yaitu Generasi Z siap dan giat dalam berkompetisi. artinya mereka selalu merasa bahwa partisipasi bukanlah penghargaan yang sesungguhnya melainkan harus ada pemenang dalam setiap penyelesaian pekerjaan.

Dari ketujuh sifat tersebut, kita melihat bahwa Generasi Z merupakan satu Generasi yang sama sekali baru mulai memasuki dunia kerja.

D. Minat Generasi Z

Ciri khas dari Generasi ini adalah menghabiskan waktunya cukup banyak bersentuhan dengan teknologi. Hal itu pulalah yang bisa menjadi keunggulan dibandingkan orang tua dari Generasi sebelumnya dalam dunia pekerjaan. Generasi Z punya skill berbasis teknologi yang lebih baik karena mereka lebih familiar dalam penggunaannya.

Menurut artikel dari CNBC.com pekerjaan yang paling diminati oleh Generasi Z, yaitu:²⁰

1. *Content Writer* dan *Creator*

Banyak kategori *writer* atau penulis yang dapat di temukan saat ini seperti *writer*, *copywriter*, *ghost writer*, dan lainnya. Bagi Generasi Z yang kreatif dan inovatif sangat cocok dengan *content writer* ataupun *content creator*.

2. *Software Developer*

Software Developer adalah seseorang yang bertugas untuk membangun serta menciptakan produk. Mereka melakukannya sesuai dengan prinsip-prinsip desain dan implementasi rakayasa perangkat lunak. Pekerjaan ini sering melibatkan kerja tim dan *freelance*.

3. Desain Grafis

Seorang *graphic designer* merupakan seorang komunikator visual yang menciptakan konsep visual secara manual atau dengan menggunakan *software* komputer.

4. *Fashion Stylist* and *Fashion Food*

Perkembangan *fashion* kian pesat, terlebih di bidang *entertainment* yang membutuhkan sentuhan tangan dari seorang *fashion stylist* agar bisa tampil *stand out* saat tampil di

²⁰ Linda Hasibuan, "7 Jenis Pekerjaan Paling Menjanjikan untuk Generasi Z, Bukan PNS?," CNBC Indonesia, <https://www.cnbcindonesia.com/lifestyle/>, (31 Mei 2022).

layar kaca. Sedangkan *Food Stylist* adalah pekerjaan yang menggiurkan di bidang kuliner. Makanan yang tampak menggiurkan untuk diiklankan, itu adalah hasil sentuhan dari seorang *food stylist*, yang bertugas untuk membuat makanan terlihat sangat lezat, sehingga banyak orang terpikat dan datang mencoba.

5. *Videografer*

Desain gambar visual yang keren, pekerjaan terakhir yang menyempurnakan sebuah konten adalah video. Apalagi *videografer* sering dipakai pada acara *event-event* untuk mengabadikan suatu momen

6. *Data Scientist* dan *Data Analyst*

Seorang *Data Scientist* dan *Analyst* adalah mengolah dan menganalisis data yang ada di internet. Data ini kemudian digunakan perusahaan untuk mengevaluasi penjualan, pemasaran, maupun meningkatkan kualitas produknya.

7. *Digital Marketer*

Dunia *marketing* kini telah beralih ke digital. Pemasaran produk lebih mudah dilakukan secara *online* karena hampir setiap orang akan menggunakan *gadget* untuk berbelanja *online*. Bagi Anda yang ingin menjadi *digital marketer* bisa dipilih Jurusan Manajemen, Bisnis Digital atau Teknologi Informasi.

Sedangkan dari data yang dikutip dari *mediaindonesia.com*, minat Generasi Z dalam berwirausaha memiliki angka yang tinggi. Dari 64 persen total anak muda di Indonesia, setidaknya ada 73 persen yang berminat untuk berwirausaha. Badan Pusat Statistik (BPS) mencatat produk domestik bruto atas dasar harga konstan (ADHK) industri makanan dan minuman pada Tahun 2021 sebesar Rp 775,1 miliar.

Pertumbuhan jumlah *entrepreneur* muda di Indonesia turut meningkat tokoh-tokoh *entrepreneur* muda yang menjadi inspirasi. Dengan perkembangan usaha yang dirintis menjadikan motivasi bagi anak-anak muda untuk bisa mengembangkan dan mengeksplorasi minat bisnisnya.²¹

Menurut survei 2021 *Asia Pacific Young Entrepreneurs Survey* yang melibatkan responden negara-negara di Asia Pasifik termasuk Indonesia minat Generasi Z di tanah air untuk jadi pengusaha sangat tinggi, mayoritas responden Indonesia atau sekitar 66 persen bercita-cita untuk memulai usaha sendiri. Mereka mengaku termotivasi untuk membuka usaha demi perubahan karir dan nasib lebih baik. Hal yang sama dilakukan di Asia Pasifik sebanyak 72 persen Generasi Z yang bercita-cita menjadi wirausaha. Survei menunjukkan bahwa hampir 9 dari 10 orang

²¹ “Minat Kalangan Milenial dan Generasi Z Geluti Wirausaha Terus Meningkat,” <https://mediaindonesia.com/humaniora/504466/minat-kalangan-milenial-dan-Generasi-z-geluti-wirausaha-terus-meningkat>, t.t., diakses 28 Agustus 2022.

atau sekitar 87 persen responden percaya bahwa usia terbaik untuk memulai usaha sekitar di bawah 40 tahun.²²

E. Generasi Z Serba Digital

Generasi Z memiliki ciri-ciri menyukai hal yang instan, sangat bergantung pada teknologi dan berwirausaha. Generasi Z lahir saat teknologi sedang berkembang sangat pesat. Salah satu ciri khas Generasi Z yaitu sangat akrab dengan berbagai macam teknologi sejak lahir. Terlahir saat era teknologi bertumbuh semakin cepat tentu saja memiliki dampak bagi Generasi ini, dampak tersebut misalnya Generasi Z menjadi sangat ketergantungan dengan apapun yang berhubungan dengan teknologi, salah satu ketergantungannya yaitu tidak bisa lepas dari *smartphone*.

Sikap ketergantungan Generasi Z terhadap *smartphone* menimbulkan fenomena-fenomena sosial baru yang terjadi di kalangan Generasi Z, seperti lebih besarnya sikap anti sosial, mudah merasa kesepian, dan kecanduan *gadget* juga *game online*.²³

Menurut H. Wibawanto yang dikutip oleh Dedeh Mahmudah karakteristik Generasi Z adalah fasih menggunakan teknologi, senang bersosialisasi dengan berbagai kalangan khususnya melalui media sosial. Dengan keakrabannya dengan teknologi Generasi Z sering kali melakukan segala sesuatu dengan melibatkan teknologi seperti berbelanja online, main game online

²² “Survei Membuktikan Minat Generasi Z dan Milenial Jadi Pengusaha Sangat Tinggi,” <https://www.jpnn.com/news/survei-membuktikan-minat-Generasi-z-dan-milenial-jadi-pengusaha-sangat-tinggi>, t.t., diakses 28 Agustus 2022.

²³ Nada Diva dan Egi Arvian, “Perilaku Konsumen Muslim Generasi Z Dalam Pengadopsian Dompot Digital,” *Valid Jurnal Ilmiah* Vol 17 No 2 (Juli 2022): 115.

bahkan mereka juga memiliki dompet digital yang sangat memudahkan mereka untuk bertransaksi cukup dengan menggunakan *smartphone* mereka. Generasi Z yang sangat menguasai teknologi yang hampir melakukan semua kegiatan melalui teknologi juga mempunyai manfaat, salah satu manfaat dari teknologi tersebut dapat mempermudah melakukan segala hal. Generasi Z yang juga memiliki minat berwirausaha akan lebih mudah untuk mengembangkan usaha melalui media sosial yang mereka miliki dan juga akan menghemat waktu daripada berjualan di pasar. ²⁴

Adanya kemajuan teknologi merupakan peluang baru, namun juga menjadi tantangan tersendiri yang juga menuntut sikap positif untuk memenangkannya. Di era digital yang semua serba digital kompetensi yang di perlukan bukan hanya IQ semata karena bersaing dengan mesin. *Artificial intelligence* (AI) atau yang disebut kecerdasan buatan yang terus dikembangkan untuk membantu pekerjaan manusia. ²⁵

Menurut penelitian yang dilakukan Galih Sakitri 33 persen Generasi Z menghabiskan waktu lebih dari 6 jam setiap harinya untuk menggunakan ponsel dan lebih sering menggunakan media sosial disbanding Generasi sebelumnya. Meskipun Generasi Z dikenal sebagai Generasi digital, namun 44 persen Generasi Z lebih menyukai bekerja dengan tim dan rekan kerja secara langsung. ²⁶

²⁴ Dede Mahmudah, "Upaya Pemberdayaan TIK dan Perlindungan Generasi Z Di Era Digital," *Majalah Semi Ilmiah Populer Komunikasi Massa* Vol 1 No 1 (Juni 2020): 46.

²⁵ Yuli Kristyowati, "Generasi Z dan Strategi Melayaninya," 6.

²⁶ Sakitri Galih, "Selamat Datang Generasi Z, Sang Penggerak Inovasi!."

Ketergantungan Generasi Z terhadap teknologi sangat di khawatirkan terutama jika Generasi Z memiliki ketergantungan pada *gadget* yang membuat mereka lebih inten berinteraksi dengan *gadget* nya dibanding dengan orang lain. Namun, Generasi Z juga dikenal dengan memiliki sifat *multitasking* yang terbiasa dengan berbagai aktivitas dalam satu waktu, membaca, berbicara, menonton, dan mendengarkan. Pada sisi lain Generasi Z ini memiliki kepedulian tinggi kepada lingkungan dan politik yang terjadi baik di lingkungan sekitar, lokal, dan internasional.²⁷

F. Generasi Z Masa Kini

Saat ini populasi Generasi Z di Indonesia berdasarkan sensus penduduk BPS di tahun 2020 melaporkan bahwa ada 74,93 Juta Generasi Z di Indonesia atau sekitar 27,94 persen dari jumlah penduduk Indonesia.

Saat ini Generasi Z sangat memperdulikan *life style* (gaya hidup) yang ditandai dengan gemarnya mengikuti *trand* telepon seluler, pakai *skincare*, dan *make up*. Memiliki *handphone* tercanggih, gaya berpakaian yan kekinian, *skincare* dan *make up* yang terkenal merupakan kebanggan tersendiri bagi Generasi Z. Sebagian besar lebih mengutamakan pada pakaian dan telepon, namun kelompok Generasi Z yang sedang kuliah/ kelompok mahasiswa menandai *life style* dengan *Iphone*, pakaian, dan juga *skincare* serta *make up* terkenal di dunia. Generasi ini terus melakukan *update* informasi

²⁷ Berchah Pitoewas dkk, "Analisis Kepekaan Sosial Generasi (Z) Di Era Digital Dalam Menyikapi Masalah Sosial, Bhineka Tunggal Ika: Kajian Teori dan Praktik PKn" Vol 7 No 1 (Mei 2020): 19.

melalui *gadget* mereka. Tuntutan untuk *branding* merupakan tantangan tersendiri bagi Generasi Z.²⁸

Aktivitas Generasi Z saat ini tidak jauh dari *gadget*, segala sesuatu mereka lakukan hanya dengan *gadget*. Mereka akan menghabiskan waktu untuk bermain *gadget*, baik itu belajar, bermain *game* ataupun belanja. Hal tersebut membuat gaya hidup menjadi kurang aktif, cenderung malas untuk melakukan gerak dan aktivitas fisik. Jadi, semakin tinggi penggunaan teknologi informasi maka aktivitas fisik semakin rendah.²⁹

Generasi Z secara umum lebih pandai dibandingkan dengan Generasi lainnya, meski ada diantara mereka yang lahir saat krisis ekonomi. Mereka lahir saat Indonesia menikmati masa-masa ekonomi yang baik dan berkelanjutan. Beberapa pemuda juga sudah membuktikan bahwa Generasi Z juga berperan dalam pertumbuhan ekonomi Indonesia.

Generasi Z sedang mendominasi dunia melalui penggunaan teknologi, dapat menjadi jembatan paling efektif untuk memberikan ruang kolaborasi, ekspresi, bertanggung jawab dan berkomitmen. Generasi Z dengan kemampuannya menguasai Ilmu Pengetahuan dan Teknologi (IPTEK) dan mengembangkannya, sehingga mereka memiliki kemampuan secara konseptual dan kemampuan teknis yang dapat bersaing secara global di Era 5.0. Untuk itu sangat penting upaya pengembangan sumber daya

²⁸ Yuli Kristyowati, "Generasi Z dan Strategi Melayaninya."

²⁹ Zuly Daima Ulfa, Jeff Agung Perdana, "Program Zitasi Generasi Z Melalui Aplikasi Fatsecret Pada Siswa Smk Negeri 1 Palangka Raya," *Jurnal Dharma Pendidikan Dan Keolahragaan* Vol 2 No 1 (2022): 36.

manusia agar dapat menunjukkan peran penting Generasi Z dalam transformasi sosial.³⁰

³⁰ Hidayat, Jane Fhasya, And Selvia Selvia, “Peran Generasi Milenial Dan Generasi Z Dalam Menghadapi Persaingan Global Di Era 5.0.,” *Prosiding Seminar Nasional Manajemen* Vol 1 No 1 (2022): 8.

BAB III

ENTREPRENEURSHIP

Di Indonesia, istilah *entrepreneurship* ini lebih dikenal dengan istilah kewirausahaan. Dan saat ini, *entrepreneurship* ini lebih banyak digunakan di kalangan Generasi muda. Karena di era kemajuan teknologi seperti sekarang ini, *entrepreneurship* ini lebih trend digunakan dalam membangun bisnis atau usaha di media sosial.

Dan ini memang dapat menjadi pilihan yang tepat bagi Generasi muda termasuk bagi Generasi Z. Walaupun awalnya hanya sekedar ikut-ikutan tetapi dengan mudahnya berwirausaha tanpa memandang tempat, usia, dan kondisi yang tidak terduga-duga, *entrepreneurship* via media sosial dijadikan sebagai sumber penghasilan yang terkadang jumlah pemasukkan per bulannya lebih besar daripada jumlah gaji karyawan dalam sebulan.

A. Definisi *Enterpreneurship*

Pada dasarnya istilah *Enterpreneurship* merupakan suatu disiplin ilmu yang mempelajari tentang kemampuan (*Ability*), dan perilaku seseorang dalam menghadapi tantangan hidup dan memperoleh peluang dengan berbagai kemungkinan risiko yang akan datang.³¹ *Enterpreneurship* dalam bahasa Indonesia berarti kewirausahaan.

³¹Sukmawati Saleh, Munir Salham, dan Nurhayati Mansur, “Harapan dan Tantangan Entrepreneur di Kota Palu,” *Jurnal Budaya Emika* Vol 2 No 1 (2018): 3.

Kewirausahaan atau *entrepreneurship* pada mulanya merupakan konsep yang dikembangkan dalam tradisi sosiologi dan psikologi.

Pada awal abad ke-18, Richard Cantillon, sarjana kelahiran Irlandia yang besar di Perancis, menyatakan bahwa *Entrepreneurship* merupakan fungsi dari *risk bearing*. Satu abad berikutnya, Joseph Schumpeter memperkenalkan fungsi inovasi sebagai kekuatan hebat dalam *Entrepreneurship*. Sejak itu, konsep *Entrepreneurship* merupakan akumulasi dari fungsi keberanian menanggung risiko dan inovasi.³²

Entrepreneurship sendiri memiliki beberapa pengertian yang telah disampaikan oleh para pakar yang ahli dibidang kewirausahaan. *Entrepreneurship* sendiri berasal dari bahasa Inggris yang memiliki padanan arti dengan kata *unternerhmer* dalam bahasa Jerman dan *ondernemer* dalam bahasa Belanda.³³

Pada awalnya kata *Entrepreneurship* berasal dari bahasa prancis yang secara harfiah berarti petualangan, pengambil risiko, kontraktor, pengusaha dan pencipta yang menjual hasil ciptaannya. Pelaku kewirausahaan dikenal sebagai wirausaha atau *entrepreneur*.³⁴

Seorang ekonom, J.B. Say mempopulerkan konsep *Entrepreneurship*. Menurutnya, *Entrepreneurship* adalah aGenerasi yang menyatukan berbagai alat-alat produksi serta menemukan

³²Siswoyo, Bambang Banu, ““Pengembangan Jiwa Kewirausahaan di Kalangan Dosen dan Mahasiswa,”” *Jurnal Ekonomi Bisnis* Vol 14 No 2 (2009): 114.

³³Muhammad Anwar H.M, *Pengantar Kewirausahaan Teori dan Aplikasi* (Jakarta: Prenadamedia Group, 2014).

³⁴*Ibid.*, 3.

nilai produksinya. Dengan kata lain ia memiliki kemampuan mengelola sumber-sumber daya yang dimiliki secara efektif dan efisien dari tingkat produktifitas yang rendah menjadi lebih tinggi. Di samping itu, ia mampu membawa orang lain bersama-sama membangun produktifitas, sehingga seorang *entrepreneur* juga harus memiliki kemampuan *leadership* yang mumpuni.³⁵

Sementara itu, terdapat pengertian *entrepreneurship* yang nampaknya menginginkan pemahaman kewirausahaan tidak terpaku pada hegemoni bisnis dan ekonomi. Al Fonsus Mardani yang mengemukakan pengertian kewirausahaan sebagai proses mengidentifikasi, mengembangkan dan membawa visi ke dalam kehidupan. Visi tersebut, menurutnya bisa berupa ide inovatif, peluang, cara yang lebih baik dalam menjalankan sesuatu. Hasil akhir dari proses tersebut adalah penciptaan upaya baru yang dibentuk pada kondisi risiko atau ketidakpastian. Dengan demikian *Entrepreneurship* merupakan sikap mental dan sifat jiwa yang selalu aktif dalam berusaha memajukan karya dan kegiatan usahanya. *Entrepreneurship* juga berarti kemampuan kreatif dan inovatif yang dijadikan dasar kuat dan sumber daya untuk mencari peluang menuju sukses. Maka dari itu wirausahawan bukan sekedar berbisnis dan berdagang, namun juga harus memiliki visi pengembangan individu dalam mengarungi

³⁵Abdul Jalil, *Spiritual Entrepreneurship Transformasi Spiritualitas Kewirausahaan* (Yogyakarta: LKIS, 2013).

kehidupan bahkan lebih luas lagi untuk mengembangkan kemandirian bangsa.³⁶

Kemudian dalam penelitian Mohammad Darwis menyebutkan bahwa *Entrepreneurship* adalah sebuah proses yang menyertai sebuah usaha dimana pelakunya (*entrepreneur*) berani menanggung risiko baik berupa modal, waktu, atau komitmen karier dalam rangka menyediakan nilai produktifitas tertentu dengan berbasis pada manajemen yang baik. Lebih dari itu *entrepreneur* tidak hanya bisa dipahami dalam konteks bisnis secara sempit, namun juga bisa masuk ke dalam bidang-bidang yang lain seperti pendidikan, kedokteran, arsitektur, pekerjaan sosial dan lain sebagainya.³⁷

Dari beberapa pengertian tentang *Entrepreneurship* diatas dapat disimpulkan bahwa *Entrepreneurship* merupakan rangkaian proses seorang wirausahawan dalam mengembangkan dirinya agar bisa menciptakan sesuatu yang memiliki nilai dengan tujuan agar bisa mencapai kesuksesan dan berdaya saing.

B. Karakteristik *Entrepreneurship*

Ada banyak pendapat para pakar tentang karakteristik *Entrepreneurship*. dari paparan karakteristik pakar tersebut, mereka menggambarkan bagaimana karakter kewirausahaan. Adapun beberapa karakteristiknya adalah sebagai berikut.

³⁶Al Fonsus Mardani, *Membentuk Jiwa Wirausaha* (Jakarta: Kompas Media Nusantara, 2012).

³⁷Mohammad Darwis, “Pendidikan *Entrepreneurship* dalam Perspektif Global,” *Tarbiyatuna: Jurnal Pendidikan Islam* Vol 9 No 2 (2016): 120.

1. Menurut Kao, Karakteristik *Entrepreneurship* merupakan potensi diri yang dimiliki seseorang baik itu berupa sikap dan mental yang dapat dikembangkan melalui pendidikan.
2. Menurut McClelland terdapat tiga sifat baik manusia yang merefleksikan karakteristik *Entrepreneurship*. tiga sifat baku tersebut adalah *Need of power*, *Need of affiliation*, dan *Need of achievement*.³⁸ Beliau juga memaparkan beberapa ciri-ciri kewirausahaan diantaranya:
 - a. Adanya keinginan untuk berprestasi
 - b. Berorientasi ke masa depan
 - c. Mempunyai aktivitas enerjik
 - d. Terampil dalam pengorganisasian
 - e. Mempunyai persepsi kepada kemungkinan berhasil
 - f. Mempunyai prefensi kepada risiko menengah
 - g. Memperhitungkan umpan balik dan apa yang dikerjakan
 - h. Menomorduakan uang
3. Menurut Sumahamijaya karakteristik *Entrepreneurship* dapat diidentifikasi dengan hal-hal berikut ini:
 - a. Kemandirian
 - b. Keutamaan
 - c. Keteladanan dan semangat yang sumbernya dari dirinya sendiri.
 - d. Seseorang yang menciptakan kemajuan dibidang pemerintahan ataupun tidak.

³⁸McClelland, David C, "Characteristics of Successful Entrepreneurs," *The Journal of Creative Behavior*, 1987.

- e. Menciptakan keberhasilan.³⁹
4. menurut Musselman dkk, menyebutkan bahwa karakteristik *Entrepreneurship* terdiri dari 11 sikap, diantaranya:
- a. *Strong desire to be independent* (keinginan kuat untuk mandiri)
 - b. *Willingness to assume risks* (sedia menanggung risiko)
 - c. *Ability learn from experience* (kemampuan belajar dari pengalaman)
 - d. *Self motivation* (motivasi diri)
 - e. *Competitive spirit* (semangat bersaing)
 - f. *Orientation to hardwork* (orientasi kerja keras)
 - g. *Self-confidence* (percaya diri)
 - h. *Achivement drive* (dorongan prestasi)
 - i. *Highly energy level* (tingkat energi yang tinggi)
 - j. *Assertiveness* (tegas)
 - k. *Belief in self* (yakin pada diri).

Dari beberapa karakteristik *Entrepreneurship* di atas dapat dipahami bahwa *Entrepreneurship* dapat dilakukan oleh siapa saja dengan atau tanpa modal sekalipun. Karena modal utama dari *Entrepreneurship* adalah kemauan untuk memulai usaha.

³⁹Sumahamijaya, “Beberapa Pokok tentang Semangat Wiraswasta atau *Entrepreneurship*” (Antropologi Indonesia, 2019).

C. Peran *Entrepreneurship*

Entrepreneurship atau kewirausahaan memiliki peran sentral dalam kehidupan dan pembangunan suatu bangsa. Keberadaan kewirausahaan bagi suatu negara menjadi sangat urgen karena turut menentukan gerak dinamika pembangunan yang dilakukan. Kelemahan negara-negara sedang berkembang tak terkecuali Indonesia juga efek dari lemahnya kewirausahaan.⁴⁰

Berdasarkan beberapa hasil penelitian menunjukkan peran-peran penting dari *Entrepreneurship*. Diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Penelitian dari Suryalena dan Rummyeni, dimana hasil penelitiannya menemukan bahwa ada beberapa aspek *entrepreneurship* yang mempengaruhi pengembangan usaha pada yang mereka lakukan, diantaranya: kemauan dan rasa percaya diri, fokus pada sasaran, pekerja keras, berani mengambil risiko, berani memikul tanggung jawab, inovatif, berpengetahuan, mampu meyakinkan orang lain, dan memiliki kemampuan manajerial. Aspek yang paling berperan adalah aspek kemauan dan rasa percaya diri, dan yang paling kecil perannya adalah aspek kemampuan manajerial.⁴¹

Dari hasil penelitian tersebut dapat diambil beberapa peran *Entrepreneurship* dalam pengembangan bank sampah diantaranya:

⁴⁰Agus Wibowo, *Pendidikan Kewirausahaan Konsep dengan Strategi* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2011).

⁴¹Suryalena, Rummyeni, "Peran 'Entrepreneurship dalam Pengembangan Usaha Bank Sampah,'" *Jurnal Aplikasi Bisnis* Vol 8 No 2 (2018): 88.

- a. Kemauan dan rasa percaya diri
 - b. Fokus pada sasaran
 - c. Pekerja keras
 - d. Berani mengambil risiko
 - e. Berani memikul tanggung jawab
 - f. Inovatif
 - g. Berpengetahuan
 - h. Mampu meyakinkan orang lain
 - i. Memiliki kemampuan manajerial.
2. Penelitian dari Safroni Isrososiawan tentang peran *Entrepreneurship* bagi pendidikan menemukan bahwa Kepemilikan jiwa kewirausahaan bagi calon calon guru dalam pendidikan sangat penting artinya, karena guru memiliki peran strategis dalam proses transformasi budaya *entrepreneurship* kepada murid-muridnya, yang pada akhirnya jiwa kewirausahaan guru tersebut akan senantiasa mengalir dari generasi ke generasi. Secara formal, guru adalah seorang “pemimpin” bagi segala kegiatan yang harus dilakukan oleh murid-muridnya. Dengan demikian, upaya pencapaian tujuan pembelajaran banyak dipengaruhi oleh keterampilan-keterampilan (*skills*), wawasan (*vision*), dan jiwa (*spirit*) yang dimiliki oleh para guru dalam melaksanakan tugas-tugas pembelajaran. Apabila para guru memiliki ketiga kemampuan tadi dalam bidang kewirausahaan, sangat dimungkinkan proses pembelajaran memiliki efektivitas yang tinggi. Kemudian fungsi

guru sebagai pemimpin pendidikan yang paling pokok adalah sebagai manajer pembaharuan pembelajaran melalui proses-proses transformasi budaya belajar dan bekerja. Proses transformasi budaya tersebut hanya dapat berlangsung oleh orang-orang yang berjiwa *entrepreneur*.⁴²

Dari paparan tersebut dapat diambil beberapa poin penting tentang peran *Entrepreneurship* dalam pendidikan diantaranya:

- a. sebagai pembentuk jiwa *Entrepreneurship* terhadap generasi-generasi selanjutnya.
- b. Sebagai salah satu sarana media belajar yang efektif
- c. Sebagai pembaharuan pembelajaran melalui proses transformasi budaya belajar dan bekerja.

D. Ciri-Ciri *Entrepreneurship* yang Berhasil

Keberhasilan dalam berwirausaha sangat tergantung pada empat faktor yaitu adanya kemauan, kemampuan, peluang dan kesempatan.⁴³ Adapun ciri-ciri pribadi wirausahawan yang paling sering diungkapkan :⁴⁴

1. Adanya keinginan yang kuat untuk mencapai sesuatu
2. adanya kebutuhan akan kontrol, orientasi intuitif yang kreatif
3. melihat masa depan
4. keberanian dalam mengambil risiko

⁴² Safroni Isrososiawan, “Peran Kewirausahaan dalam Pendidikan,” *Jurnal Jurusan Pendidikan IPS Ekonomi* Edisi 13 (2013): 40.

⁴³ Suryana, *Kewirausahaan (Kiat dan Proses Menuju Sukses)*, 4 ed. (Jakarta: Salemba Empat, 2017).

⁴⁴ Mutis, *Kewirausahaan* (Jakarta: Erlangga, 2005).

5. mempunyai kebebasan mental
6. mempunyai jiwa kepemimpinan
7. pemberontak sosial

Selain itu, menurut Ahmad Sanusi ada 17 kecenderungan profil pribadi seorang wirausahawan yang diambil dari kesehariannya yaitu:⁴⁵

1. tidak meyenangi lagi hal-hal yang sudah biasa, tetap, sudah diatur, dan jelas. Artinya seorang wirausahawan bosan dengan hal-hal yang rutin sehingga timbul keinginan untuk mengubahnya, menambah, dan menjadikannya berbeda.
2. Suka memandang keluar, berorientasi pada aspek yang lebih luas dari yang dihadapi untuk memperoleh peluang baru.
3. Semakin berani karena menganggap perlu untuk menunjukkan sikap mandiri atau mampu berdiri sendiri.
4. Suka berimajinasi dan mencoba hal baru serta memperkenalkan hasilnya kepada orang lain.
5. Karena sendiri, ada keinginan untuk berbeda dan maju dari orang lain dengan tetap bersikap toleran akan perbedaan dengan orang lain.
6. Menyatakan suatu prakarsa atas ide atau gagasan yang telah diterima dan dikembangkan dan siap untuk menerima perubahan.

⁴⁵ Ahmad Sanusi, *Menelaah Potensi Perguruan Tinggi untuk Membina Program Kewirausahaan dan Pengantar Pewirausaha Muda* (Bandung: KOPMA-IKIP, 1994).

7. Dengan kerja keras yang telah dilakukan atas kemajuan dicapai, timbul rasa percaya diri dan optimis yang lebih mendasar.
8. Sikap dan perilaku kewirausahaan tersebut dikombinasikan dengan kemampuan manajemen usaha yang dimiliki.
9. Meskipun dasarnya kerja keras, dan sungguh-sungguh, namun aspek risiko yang akan dihadapi tidak akan bisa dilepaskan selama masih dalam batas yang dapat diterima.
10. Dengan risiko tersebut, maka dibulatkanlah tekad dan komitmen atas keputusan yang dipilih.
11. Karena adanya kemajuan yang terus-menerus maka ruang pandang pun semakin jauh dan berdaya juang tinggi karena menganggap kesuksesan tidak datang secara tiba-tiba.
12. Adanya perluasan pasar dan persaingan dengan pihak lain sehingga mendorong kemauan keras untuk membuat manajemen usaha yang baik.
13. Sikap kehati-hatian dan cermat mendorong kesiapan diri untuk bekerja sama dengan orang lain yang sama-sama ingin maju dan memperoleh keuntungan.
14. Ujian, hambatan serta hal-hal yang datang tak terduga dianggap sebagai tantangan dalam untuk melakukan berbagai usaha.
15. Memiliki rasa toleransi dan sikap responsif terhadap penilaian sebagai dasar untuk introspeksi diri.
16. Memiliki kemampuan intensif dan seimbang dalam menyimak dan menyikapi informasi dari pihak lain sebagai pengendalian diri terhadap persoalan yang dianggap belum jelas.

17. Menjaga dan memajukan nilai yang telah menjadi komitmen diri, serta sangat menjaga kepercayaan yang telah diberikan oleh orang lain.

Dari ciri-ciri serta kecenderungan yang sering terlihat pada diri *entrepreneurship* maka dapat dikemukakan beberapa karakteristik umum *entrepreneurship* yang berhasil yaitu:

1. Memiliki visi dan tujuan usaha yang jelas
2. Proaktif yaitu memiliki sikap tegas dan berinisiatif.
3. Berorientasi pada prestasi, tanggap terhadap peluang, dan mengutamakan kualitas pekerjaan.
4. Memiliki komitmen yang kuat dan jelas kepada orang lain, misalnya dalam pengadaan kontrak bisnis dan hubungan bisnis.
5. Bertanggungjawab terhadap keberhasilan dan menerima kegagalan.

Dari konteks tersebut, para *entrepreneurship* tetap memiliki profil kepribadian yang berbeda-beda karena setiap orang memiliki profilnya masing-masing.

E. *Entrepreneur* masa kini

Pelaku usaha atau sering disebut dengan istilah *Entrepreneur* pada masa ini sudah seharusnya dibekali dengan ilmu kewirausahaan yang mumpuni. Oleh karena itu para calon-calon pengusaha dituntut agar memiliki keberanian, kemandirian, serta ketrampilan sehingga meminimalkan kegagalan dalam usaha.

Pendidikan *entrepreneurship* bukanlah pendidikan *marketing* atau penjualan yang mendidik seseorang untuk jadi pedagang, *Entrepreneur* jauh lebih luas daripada sekedar menjadi penjual.

Ada dua karakter seorang *Entrepreneur*. Pertama *Entrepreneur* sebagai *creator* yaitu menciptakan usaha atau bisnis yang benar-benar baru. Kedua, *Entrepreneur* sebagai *innovator*, yaitu menggagas pembaruan baik dalam produksi, pemasaran, maupun pengelola dari usaha yang sudah ada sehingga menjadi lebih baik.⁴⁶ Kedua karakter tersebutlah yang diperlukan oleh seorang wirausaha dalam menjalankan bisnis dimasa sekarang.

Masa sekarang bisa dikatakan menjadi masa yang tidak menentu. Pandemi Covid-19 menjadi salah satu penyebab utamanya. Dengan adanya pandemi tersebut membuat semua orang termasuk *Entrepreneur* harus mengikuti aturan-aturan baru atau sering disebut dengan istilah *New Normal* agar tetap bisa bertahan ditengah ketidakpastian ekonomi global.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Nurul Huda, Sri Chusri Haryanti, Nova Rini, dan Rosmelani mengemukakan bahwa harus ada pelatihan bagi para pelaku usaha. Dalam penelitian ini disebutkan bahwa Kegiatan pelatihan meningkatkan motivasi pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) untuk tetap berusaha selama pandemic covid 19 dengan melakukan inovasi. Bentuk inovasi yang paling banyak dipilih adalah sharing info ke

⁴⁶ Tejo Nurseto, ““Pendidikan Berbasis Entrepreneur,”” *Jurnal Pendidikan Akuntansi Indonesia* Vol 8 No 2 (2010): 54.

group *WhatsApp* (WA).⁴⁷ Program pemberdayaan kelompok usaha bisa sejahtera melalui berbagai pelatihan dan pendampingan dapat meningkatkan motivasi berwirausaha (*entrepreneurship motivation*).

Kemudian dalam penelitian yang dilakukan oleh Novalien Carolina Lewaherilla, Victor Ernest Huwae, dan Agusthina Risambessy menyebutkan Di saat situasi ekonomi terpuruk akibat Virus Corona, pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) harus benar-benar mengetahui keputusan apa yang harus dilakukan. Diperlukan strategi yang tepat demi keberlangsungan hidup UMKM. Kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk memberikan pemahaman dan penguatan bagi pelaku UMKM.⁴⁸ Hasil penelitiannya menemukan kegiatan *Digital Marketing* ini dapat membentuk pengetahuan dan pembentukan motivasi diri dari pelaku UMKM melalui materi yang dipahami sehingga mitra menemukan strategi pengelolaan usaha yang tepat untuk tetap bertahan dan berkembang di masa pandemic Covid-19.

Sedangkan dalam penelitian Fahmi Fadlillah Syaiful tentang *Entrepreneur* pada masa pandemi mengungkapkan bahwa dampak adanya wabah Covid-19 membuat pelaku usaha harus membuat kebijakan agar dapat mencegah penyebaran Covid-19 seperti mewajibkan mencuci tangan dengan sabun, dan menggunakan masker. Akhirnya dengan menerapkan manajemen pemasaran

⁴⁷ Nurul Huda, Sri Chusri Haryanti, Nova Rini, dan Rosmelani, ““pelatihan entrepreneurship motivation dalam membangun mental entrepreneurship bagi umkm di masa pandemi covid 19,”” *Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat Universitas Islam “45” Bekasi* Vol 1 No 1 (2021): 15.

⁴⁸ Novalien Carolina Lewaherilla, Victor Ernest Huwae, dan Agusthina Risambessy, ““strategi pengelolaan usaha kecil di masa pandemi covid 19 desa waii kabupaten maluku tengah,”” *Communnity Development Journal*, Vol 2 No 2 (2021): 1.

yang lebih baik dan mentaati etika yang ada maka usaha yang dijalankan pelaku usaha tersebut berangsur mulai naik dan membaik.⁴⁹

Dari beberapa penelitian tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa dalam menjalankan usaha di masa sekarang atau pada masa pandemi harus bisa menyesuaikan diri dengan keadaan sekarang yang serba baru. Setidaknya ada beberapa poin penting agar usaha seseorang tetap berjalan pada masa sekarang diantaranya sering mengikuti pelatihan dan pendampingan mengenai *Entrepreneurship*, melakukan inovasi seperti *Digital Marketing* dan sebagainya, serta menerapkan manajemen pemasaran yang sesuai dengan situasi saat ini.

F. Tantangan *Entrepreneurship* Masa Kini

Ekonomi dunia telah banyak berubah. Fenomena ini telah sering terlihat baik global maupun lokal. Perubahan keadaan ekonomi yang signifikan telah terjadi diberbagai negara asia seperti China, India, Korea Selatan yang memperlihatkan perubahan ekonomi yang begitu cepat. *Entrepreneur* menjadi isu yang paling banyak di dibicarakan untuk mendukung peningkatan ekonomi.

Pesatnya perkembangan ekonomi pada masa ini membuat para pelaku usaha harus menyadari bahwa pada era globalisasi ini tantangan yang dihadapi semakin berat, persaingan sudah bukan lagi antarpedagang dalam cakupan lokal, melainkan sudah antar

⁴⁹ Fahmi Fadlillah, “Manajemen Entrepreneurship Education melalui pemasaran di tengah Pandemi covid-19: Studi kasus usaha minuman Kamsia Boba di Kabupaten Bangkalan,” *Jurnal Edukasi Nonformal*, t.t., 340.

negara. Oleh karena itu seorang *Entrepreneur* harus bisa menghadapi tantangan-tantangan yang ada diantaranya:⁵⁰

1. Kehilangan banyak waktu

Banyak yang mengatakan bahwa menjadi *Entrepreneur* waktunya bebas, dan bekerja dengan sesuka hati. Akan tetapi jika seorang *Entrepreneur* yang baru merintis bisnisnya pasti akan membutuhkan waktu yang cukup banyak untuk memikirkan perkembangan bisnisnya.

Lain cerita jika bisnis yang dijalankan seseorang sudah sukses, *Entrepreneur* tidak perlu kehilangan waktu yang cukup banyak untuk mengurus bisnisnya, hanya cukup menyerahkan kepada salah satu kepercayaan.

2. Selalu dihantui rasa takut

Rasa takut sudah pasti ada dalam diri seseorang, termasuk bagi orang yang baru terjun di dunia *Entrepreneur* dan minim akan pengalaman. Seiring dengan berjalannya waktu, rasa takut memang akan hilang dengan sendirinya. Akan tetapi jika ingin sukses dalam usaha, maka rasa takut yang ada dalam diri seseorang harus dibuang sejauh-jauhnya.

3. Siap menerima risiko

Risiko menjadi seorang *Entrepreneur* pasti ada, risiko terbesarnya adalah gagal dan bangkrut. Bisa dikatakan risiko menjadi makanan sehari-hari bagi seorang *Entrepreneur* karena

⁵⁰<https://www.jurnal.id/id/blog/2018-7-tantangan-menjadi-entrepreneur-dalam-menghadapi-era-globalisasi/>, t.t., diakses 19 Desember 2021.

dalam dunia *Entrepreneur* tidak bisa ditebak seperti uang yang diambil oleh rekan bisnis, barang hilang dan lain sebagainya.

4. Kehilangan penghasilan tetap

Berani menjadi seorang *Entrepreneur* berarti berani menerima setiap risiko yang datang termasuk kehilangan modal dan penghasilan tetap. Jika bekerja sebagai karyawan pasti gaji bulanan yang diterima akan tetap setiap bulannya, akan tetapi menjadi seorang *Entrepreneur* terutama yang masih merintis, kehilangan gaji bulanan adalah hal yang lumrah terjadi.

5. Mudah merasa jenuh

Tidak selamanya menjadi seorang *Entrepreneur* adalah orang selalu senang dan bahagia. Memang kenyataannya tidak seperti demikian, apalagi jika seseorang masih dalam tahap merintis sebuah usaha dan bisnis yang belum mendapatkan keuntungan sama sekali. Rasa jenuh akan muncul karena melakukan aktivitas yang sama setiap harinya.

6. Rasa malas

Rasa malas dalam bisnis hanya akan menghasilkan dua hal antara bisnis tidak berkembang atau mengalami kebangkrutan. Menjadi seorang *Entrepreneur* yang sukses harus bisa mengalahkan rasa malas yang dimilikinya. Kesuksesan yang didapatkan akan bergantung pada seberapa semangat anda dalam menjalankan bisnis.

7. Kurang dukungan dari orang sekitar

Seringkali orang sekitar tidak mendukung keputusan seseorang menjadi *Entrepreneur*. Mereka lebih senang melihat seseorang tersebut bekerja di perusahaan atau instansi yang sudah jelas setiap bulannya. Perlu diketahui bahwa modal utama seorang *Entrepreneur* adalah keyakinan terhadap kemampuan diri sendiri.

BAB IV

MINAT GENERASI Z DALAM BERWIRAUSAHA

Saat ini Generasi Z ikut andil dalam mendorong perkembangan ekonomi. Mereka mulai menyerbu dunia kerja kita, dan generasi ini sudah mulai menjadi bahan pembicaraan publik. Sudah banyak dari Generasi Z yang tertarik dan mulai terjun ke dunia bisnis melalui platform digital. Pemanfaatan platform digital juga dilakukan Generasi Z dalam memudahkan mereka terjun ke dunia bisnis.

Terlebih lagi, pada tahun 2020 sekitar 89,45 persen Generasi Z telah menguasai teknologi digital (internet) dalam berwirausaha. Dimana diantara 89,45 persen tersebut pemilik usaha yang menggunakan internet mayoritas pendidikan tingkat SMA/ sederajat kebawah sebanyak 62,69 persen, diikuti dengan yang berpendidikan sarjana/ sederajat sebanyak 26,76 persen.⁵¹

Jika dilihat lebih jauh, pemilik usaha sarjana ke atas mayoritas memiliki usaha menengah-besar, dan sebaliknya untuk usaha dengan pekerja 1 hingga 4 orang dipimpin mereka yang berpendidikan SMA/ Sederajat.⁵²

Untuk itu pemerintah berharap para Generasi Z dapat menjadi wirausahawan yang mampu memberikan dampak positif pada perekonomian. Dan mampu membuka lapangan pekerjaan yang besar

⁵¹ “Badan Pusat Statistik, Statistik E-Commerce 2020, Jakarta.”

⁵² *Ibid.*

untuk bangsa dan juga diharapkan mampu bersaing di tingkat nasional maupun internasional khususnya di bidang wirausaha.

A. Definisi Minat Berwirausaha

Minat di dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia diartikan sebagai kecendrungan, gairah, dan keinginan. Minat merupakan sebuah kecendrungan rasa suka atau keinginan yang sangat tinggi terhadap sesuatu sebagai dasar untuk mencapai keberhasilan proses yang akan dilakukan. Sedangkan wirausaha adalah pelaku yang melakukan aktivitas dan mampu dalam mengelola segala sumber daya yang dimiliki secara ekonomis sehingga menghasilkan tingkat produktivitas yang rendah menjadi tinggi.

Joseph Schumpeter mengungkapkan bahwa wirausaha adalah *“entrepreneur as the person who destroys the existing economic order by introducing new products and service, by creating new forms of organization, or exploitation new raw materials”*.⁵³

Dari ungkapan tersebut dapat diartikan wirausaha ialah orang yang mendorong sistem ekonomi yang telah ada dengan cara memperkenalkan barang dan jasa, kemudian melahirkan bentuk organisasi baru atau dapat dilakukan dengan mengolah bahan baku baru.

Pengertian secara luas juga dapat dilihat di dalam buku *“The portable MBA In Entrepreneurship”*. Dalam buku tersebut wirausaha didefinisikan sebagai berikut : *“Entrepreneur is the person who perceives on opportunity and creates an organization or pursue it”*.⁵⁴ Pada

⁵³ Aris Slamet Widodo, *Kewirusahaan* (Yogyakarta: Jaring Inspiratif, 2012).

⁵⁴ *Ibid.*

defenisi ini seorang wirausaha ditekankan sebagai orang yang mampu melihat adanya peluang, kemudian menciptakan sebuah organisasi untuk memanfaatkan adanya peluang tersebut.

Wirausaha juga dapat diartikan sebagai orang yang memiliki kemampuan melihat dan menilai kesempatan-kesempatan bisnis, mengumpulkan sumber-sumber daya yang dibutuhkan guna mengambil keuntungan daripadanya, serta mengambil tindakan yang tepat guna memastikan kesuksesan.⁵⁵

Seorang *entrepreneur* atau seorang wirausaha, dapat didefenisikan sebagai berikut :

1. Orang yang mampu dalam menanggung risiko
2. Orang yang dapat mengurus sebuah perusahaan
3. Orang yang dapat memobilisasi dan dapat mengalokasikan modal yang ada
4. Orang yang mampu menciptakan barang baru, dan sebagainya.⁵⁶

Seorang wirausaha tidak selalu orang yang berdagang (*business man*) atau tidak selalu seorang *manager*. Wirausaha adalah orang yang unik yang memiliki pembawaan sebagai pengambil risiko dan orang yang memperkenalkan produk-produk inovatif dan teknologi baru ke dalam perekonomian.

Seorang wirausaha adalah seseorang yang mampu melihat kedepan secara inovatif. Dapat dilihat, hanya beberapa pengusaha yang mampu melihat kedepan secara inovatif untuk dapat

⁵⁵Anang Firmansyah & Anita Rosmawarni, *Kewirausahaan (Dasar dan Konsep)* (Surabaya: Qiara Media, 2019).

⁵⁶ Rusdiana, *Kewirausahaan teori dan praktik* (Bandung: Pustaka Setia, 2013).

memanfaatkan potensi yang baru dan yang sudah ada. Seorang wirausaha juga harus memiliki prinsip dimana orang yang sukses akan terus bekerja meskipun orang lain telah berhenti. Selain itu, orang yang sukses dapat mengatasi berbagai macam hal yang tidak diharapkan.

Dapat disimpulkan, bahwa wirausaha adalah seseorang yang memulai suatu bisnis baru dan yang melakukan hal tersebut dengan jalan memanfaatkan sesuatu yang baru, atau dengan jalan memanfaatkan sumber-sumber daya dengan cara yang tidak lazim, dengan upaya menghasilkan nilai bagi para pelanggan (konsumen).

Dari beberapa defenisi di atas, dapat ditarik kesimpulan bahwa minat berwirausaha adalah kecendrungan seseorang yang memiliki rasa suka ataupun keinginan yang sangat tinggi dalam memanfaatkan peluang pada sistem ekonomi yang ada, sehingga mampu menciptakan organisasi baru untuk melakukan aktivitas ekonomi dengan cara memperkenalkan barang/ jasa dan mengolah segala sumber daya yang dimiliki.

Selain itu, minat berwirausaha juga dapat diartikan sebagai gejala psikis untuk memusatkan perhatian dan berbuat sesuatu terhadap wirausaha itu dengan perasaan senang karena membawa manfaat bagi dirinya. Minat menjadi wirausaha diartikan sebagai keinginan seseorang untuk bekerja secara mandiri atau dalam menjalankan usahanya.

B. Cara Menumbuhkan Minat Berwirausaha

Kegiatan wirausaha merupakan sebuah keyakinan yang ada di dalam diri seseorang untuk dapat memanfaatkan peluang yang ada melalui berbagai macam ide dan inovasi yang dimilikinya. Kemudian, keyakinan yang ada diproses dengan keberanian dalam menerima risiko untuk dapat mewujudkan ide dan motivasi tersebut dimulai dari mendirikan, membangun sampai dengan menghasilkan dampak yang nyata sesuai dengan yang direncanakan.

Oleh karena itu, untuk dapat menumbuhkan minat berwirausaha di dalam diri setiap individu, dapat dilakukan dengan beberapa cara seperti di bawah ini :

1. Memulai wirausaha dengan niat dan keyakinan

Niat adalah kunci paling dasar yang harus ada pada diri seorang wirausaha. Apabila seorang wirausaha melakukan aktivitas wirausaha tersebut tanpa niat, maka aktivitas tersebut tidak akan berjalan dengan maksimal. Ketika sudah menanamkan niat, maka selanjutnya adalah menumbuhkan keyakinan yang kuat untuk membangun bisnis dengan nyata dan dapat meraih kesuksesan.

2. Memperhatikan keterampilan yang dimiliki diri sendiri

Keterampilan tertentu dapat dijadikan sebagai salah satu peluang bisnis. Oleh karenanya untuk menjalankan aktivitas wirausaha sebenarnya tidaklah sulit. Wirausahawan hanya perlu berpikir kreatif dan mampu mengenali keterampilan yang

ada pada dirinya sehingga hal tersebut menjadi sebuah peluang. Contohnya, seseorang yang ahli dibidang *computer* dan semacamnya. Keahlian ini dapat menjadi sebuah peluang bisnis, seperti dapat membuka bisnis *software* dan *hardware*.⁵⁷

3. Peluang

Peluang dapat kita temukan diberbagai tempat, misalnya di lingkungan pekerjaan, di lingkungan organisasi dan tetangga. Bahkan relasi kita sendiri juga menjadi sebuah peluang untuk menjalankan aktivitas bisnis. Tentu, di lingkungan tersebut kita menemukan banyak teman yang dapat menjadi sasaran bagi pemasaran produk yang akan kita lakukan. Misalnya, ketika kita memiliki sebuah produk, bisa saja kita menjual atau memasarkan produk tersebut kepada mereka.

4. Modal

Sebenarnya, untuk mencari modal usaha tidaklah sesulit yang dibayangkan. Pada dasarnya, apabila kita berniat untuk menjalankan bisnis tertentu, kita dapat memperoleh modal melalui berbagai macam cara. Diantaranya adalah melakukan kredit di bank, atau dapat meminjam uang pada relasi terdekat.

Oleh karena itu mulailah aktivitas bisnis dari hal yang paling kecil, yakni mulai dari diri kita sendiri. Segeralah tanamkan

⁵⁷ Mulyadi, *Kewirausahaan : Bertindak Kreatif dan Inovatif* (Palembang: Rafah Press, 2011).

keberanian dan keyakinan untuk menjalankan aktivitas wirausaha untuk mencapai masa depan yang sejahtera.

Selain itu, seorang wirausaha juga harus memiliki kepribadian yang harus mampu melihat kedepan, yakni berpikir dengan penuh perhitungan dan mencari jalan *alternative* untuk dapat memecahkan masalah. Secara umum, dapat digambarkan beberapa kepribadian yang harus dimiliki oleh wirausaha⁵⁸ :

1. Percaya diri

Percaya diri adalah sebuah keyakinan yang tumbuh pada diri seseorang setelah adanya penilaian terhadap kemampuan yang dimilikinya. Percaya diri adalah salah satu hal yang dibutuhkan oleh seorang pelaku usaha. Misalnya, saat seseorang sedang menawarkan produknya, dibutuhkan sebuah percaya diri untuk dapat berinteraksi sekaligus meyakinkan konsumen yang sedang kita tawarkan.

Saat seseorang memiliki rasa percaya diri yang baik maka ketika ia sedang merintis dan baru memulai usahanya ia akan terus berusaha agar usaha yang dirintisnya dapat berjalan lancar sesuai yang diharapkan. Namun sebaliknya seorang wirausaha yang tidak memiliki rasa percaya diri akan langsung patah semangat sebelum melangkah. Sehingga usaha yang akan dirintisnya akan terbengkalai. Cara menanamkan rasa percaya diri seseorang adalah dengan cara yakin akan segala sesuatu yang dilakukan dan dimulainya akan berjalan baik apabila

⁵⁸ Aris Slamet Widodo, *Kewirusahaan*, 2.

dilakukan dengan cara yang baik dan telah mempersiapkannya secara matang.

2. Gigih

Sikap pantang menyerah sangat penting untuk dimiliki oleh seorang wirausaha. Seorang wirausaha sangat membutuhkan semangat pantang menyerah saat berusaha dalam mewujudkan inovasi, kreativitas dan ide-ide yang sudah dirancangnya. Apabila seorang wirausaha tidak gigih dalam menjalankan bisnisnya maka tidak menutup kemungkinan bisnisnya akan berhenti di tengah perjalanan. Tingkat kemampuan seseorang dapat dilihat dari kemampuan setiap individu itu untuk dapat bertahan dalam situasi yang sulit.

3. Kepemimpinan

Seorang wirausaha harus memiliki jiwa kepemimpinan yang baik di dalam dirinya. Jiwa kepemimpinan ini dapat dilihat dari bagaimana seseorang itu mampu dalam memengaruhi, mengkoordinir, memimpin dan mengambil keputusan dalam sebuah kelompok. Salah satu jenis kepemimpinan yang perlu diterapkan dalam berwirausaha adalah *prophetic leadership* (kepemimpinan kenabian). Jenis kepemimpinan ini adalah kepemimpinan yang mampu dalam mengendalikan diri dan memengaruhi orang-orang di sekitarnya secara tulus, kemudian dilakukan dengan penuh kesadaran, tidak memaksa dan juga tidak terpaksa.

Karakteristik jenis kepemimpinan ini adalah pemimpin yang jujur, kemudian berpedoman pada hati nurani dalam berpikir, bersikap dan juga bertindak. Selain itu adalah amanah, yang dimana amanah ini merupakan tanggung jawab, berkomitmen, dan dapat dipercaya dalam mengemban tugas-tugasnya. Kemudian adalah seseorang yang mampu komunikatif, dan dapat mengamalkan yang disampaikan nya kepada orang lain serta mampu memberi contoh yang baik dengan kata lain dapat menjadi seorang panutan. Dan yang terakhir adalah mampu dalam menyelesaikan masalah dan dapat melihat jalan alternative dengan baik dalam melakukan penyelesaian masalah-masalah yang ada.

4. Kreativitas

Kreativitas adalah sebuah kemampuan yang dimiliki oleh seseorang untuk dapat melahirkan sesuatu hal yang bersifat baru, baik berupa ide maupun sebuah karya nyata yang relatif berbeda dengan apa-apa yang telah ada sebelumnya. Seorang wirausaha yang kreatif akan memiliki beberapa peluang besar untuk dapat melahirkan produk-produk yang unik dan berbeda dengan yang lainnya, serta dapat juga mengambil kesempatan dengan cara yang lebih baik.

Kemampuan berpikir secara kreatif menuntut beberapa hal, diantaranya adalah sebagai berikut :

- a. Memiliki siap yang terbuka

- b. Memiliki keberanian untuk menjadi sesuatu yang berbeda dari orang lain
 - c. Dapat menguasai satu bidang dengan ahli
 - d. Mampu melihat sesuatu hal yang tidak data dilihat oleh orang lain, kemudian mampu mengolahnya agar menjadi sesuatu yang dapat bernilai tinggi.
5. Memberikan yang terbaik untuk setiap pekerjaan yang dilakukan

Seorang *entrepreneur* harus mampu dalam memberikan yang terbaik kepada konsumennya. Dikatakan memberikan yang terbaik, bukan melulu tentang produk-produk yang dikeluarkan, tetapi juga baik dalam hal layanan dan sikap yang diberikan kepada konsumen. Ketika seorang wirausaha itu memberikan layanan dan sikap yang baik, maka ia telah membuka peluang bagi dirinya sendiri untuk dapat dipercaya oleh konsumennya. Dan tentu akan mendapatkan keuntungan dari kepercayaan tersebut.

6. Keorisinilan produk-produk yang dikeluarkan

Orisinil artinya adalah sesuatu yang bersifat baru atau belum ada sesuatu yang sama seperti sebelumnya. Baru disini tidak selalu berarti sama sekali belum pernah ada, namun bisa juga sebuah modifikasi, kombinasi, reintegrasi dari beberapa komponen yang sebelumnya sudah ada, sehingga mampu

memunculkan fungsi, cita rasa, ataupun variasi-variasi yang baru.

C. Faktor Pendorong Minat Berwirausaha

Dalam buku Suryana diungkapkan ada beberapa argumentasi ketertarikan seseorang untuk berwirausaha diantaranya:⁵⁹

1. *Finansial*, setiap orang pasti menginginkan untuk meningkatkan tarap hidupnya, peningkatan aset, serta mendapatkan tambahan penghasilan. Alasan peningkatan keungan dilakukan dengan berbagai motif diantaranya untuk membahagiakan orang-orang terkasih, bisa menikmati segala yang diinginkan dan sebagainya.
2. *Social*, status sosial bagi sebaaian kalangan sangat penting. Kehidupan yang serba ada dan serba bisa menjadi tujuan hidup bagi sekelompok orang, terlihat bergengsi, terkenal dan dihormati juga menjadi bagaian penting yang tidak luput. Selain itu, keinginan untuk menjadi contoh bagi orang lain, serta agar dapat akses dengan berbgai kalangan.
3. *Service*, berkontribusi bagi kebaikan merupakan bahagian dari proses kehidupan yang ingin dijalankan oleh setiap orang, kontribusi itu bisa berbentuk pembukaan peluang kerja, serta membantu perekonomian masyarakat yang lebih kayak.
4. *Self Actualitition*, pengembangan dan pemenuhan merupakan alasan yang tidak kalah kuat dengan yang lainnya, sikap kemandirian menjadi impian bagi setiap orang yang normal,

⁵⁹ Suryana, *Kewirausahaan (Kiat dan Proses Menuju Sukses)*.

mandiri secara ekonomi akan menjadi kabahagiaan tersendiri tanpa harus memiliki ketergantungan kepada siapapun. Sikap kemandirian akan melahirkan pribadi yang lebih produktif, kreatif dan mampu menciptakan peluang bagi diri sendiri dan juga orang lain.

Selain dari faktor-faktor tersebut, minat berwirausaha juga dipengaruhi oleh lingkungan dan pola pendidikan yang diperoleh dari orang tua.

Menurut Alma menyebutkan bahwa ada 3 faktor yang berperan dalam minat berwirausaha:

1. *Personal*; aspek kepribadian seseorang, keinginan untuk berprestasi.
2. *Sociological*; hubungan dengan keluarga dan hubungan sosial lainnya seperti teman, saudara, bahkan pengusaha yang diidolakannya.
3. *Environmental*; hubungan dengan lingkungan baik internal maupun eksternal seperti kebijakan pemerintah dan sumber daya.⁶⁰

Menurut Adi Susanto menyebutkan bahwa faktor yang menjadi pendorong seseorang untuk menjadi seorang

⁶⁰ Maria Endang Jamu, "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Berwirausaha Mahasiswa (Studi Kasus Pada Mahasiswa Manajemen Universitas Flores)," *INOBIS: Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia* 1, no. 3 (1 Mei 2018): 305–17, doi:10.31842/jurnal-inobis.v1i3.38.

wirausahawan yaitu keinginan untuk merasakan kerja bebas, *self-efficacy* yang dicapai, dan toleransi terhadap risiko.⁶¹

Dalam jurnal Fibria anggraini, minat juga dapat dipengaruhi oleh dua faktor yaitu:

1. Faktor internal yaitu faktor bawaan dan kepribadian seperti penghasilan, harga diri, perasaan senang.
2. Faktor eksternal yaitu lingkungan, sekolah, dan sosial seperti lingkungan pendidikan, keluarga, dan lingkungan masyarakat⁶².

Adapun hal-hal yang menjadi faktor-faktor pendorong dalam minat berwirausaha adalah sebagai berikut :

1. Faktor Internal

Lingkungan internal merupakan cerminan kekuatan dan kelemahan dari suatu organisasi yang dapat mencerminkan kemampuan manajemen organisasi tersebut untuk mengelola sesuatu. faktor internal dapat diartikan sebagai salah satu faktor yang mempengaruhi terbentuknya kekuatan dan kelemahan dalam suatu usaha. Adapun beberapa indikator yang ada pada faktor internal dalam mempengaruhi minat berwirausaha adalah sebagai berikut :

a. Adanya sebuah keinginan

Keinginan merupakan sesuatu yang sifatnya berasal dari diri sendiri tanpa dipengaruhi oleh keadaan yang

⁶¹ “Kusnawan, Faktor-Faktor yang mempengaruhi minat berwirausaha pada mahasiswa, jurnal riset ekonomi bidang manajemen dan akuntansi, 2017,” t.t.

⁶² Fibria Anggraini Puji Lestari, “Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keberhasilan Berwirausaha,” *Jurnal Riset Inspirasi Manajemen dan Kewirausahaan* 3, no. 2 (1 September 2019): 65–69, doi:10.35130/jrimk.v3i2.68.

berasal dari luar diri. Hal ini dapat menimbulkan dorongan untuk bertindak dalam memenuhi keinginan tersebut.

Misalnya : seseorang yang ingin berwirausaha, hal ini disebabkan oleh orang tersebut telah memiliki pengalaman bahwa wirausaha akan mendapatkan penghasilan yang lebih baik dari pekerjaan sebelumnya, dan hasil usaha yang dibangun untuk memenuhi kebutuhan hidup sendiri itu menyenangkan. Akhirnya tindakannya adalah menentukan target pasarnya dan berusaha mendapatkan modal untuk berwirausaha.

b. Keuntungan

Keuntungan atau laba adalah penghasilan yang diperoleh seseorang baik berupa uang maupun barang. Keuntungan juga dapat diartikan sebagai laba yang diperoleh dari usaha yang dibukanya sendiri setelah dikurangi dengan berbagai macam biaya-biaya operasional.

2. Faktor Eksternal

Faktor eksternal adalah faktor yang mempengaruhi terbentuknya peluang dan kelemahan dalam suatu usaha. Faktor ini menyangkut kondisi-kondisi yang terjadi diluar perusahaan yang mempengaruhi dalam pembuatan keputusan perusahaan. Faktor eksternal merupakan sebuah faktor yang berasal dari luar yang mempengaruhi minat berwirausaha.

Faktor eksternal akan mempengaruhi struktur organisasi dan proses internal perusahaan.

Adapun indikator dalam faktor eksternal yang mempengaruhi minat berwirausaha adalah faktor lingkungan.

Faktor lingkungan mempunyai peran yang sangat signifikan dalam pembentukan seorang wirausahawan. Minat berwirausaha terbentuk ketika lingkungan memberikan pengaruh positif terhadap minat tersebut, karena sikap dan aktifitas sesama anggota keluarga atau masyarakat saling mempengaruhi baik secara langsung maupun tidak langsung.

Adapun faktor lingkungan yang dimaksud ada dua yaitu:

a. Lingkungan keluarga

Keinginan serta kemauan seseorang untuk berwirausaha tidak timbul dan tumbuh begitu saja. Berdasarkan beberapa penelitian, minat seseorang untuk berwirausaha dipengaruhi oleh beberapa faktor yang salah satunya adalah faktor lingkungan keluarga. Sebagai lingkungan pertama seseorang dalam kehidupannya, Lingkungan Keluarga memberikan pengaruh awal terhadap terbentuknya kepribadian seseorang serta menjadi dasar pertumbuhan dan perkembangan kepribadian tersebut.⁶³

Lingkungan keluarga berasal dari dua suku kata yaitu lingkungan dan keluarga. Lingkungan keluarga berasal dari

⁶³Harti Oktarina, Eka Adnan Agung, dan Sitti Hajar Aswad, "Pengaruh Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Pendidikan Ekonomi STKIP Pembangunan Indonesia," *SNEB : Seminar Nasional Ekonomi dan Bisnis Dewantara* 1, no. 1 (2 September 2019): 50, doi:10.26533/sneb.v1i1.411.

dua suku kata yaitu lingkungan dan keluarga. Berdasarkan Kamus Besar Bahasa Indonesia, Lingkungan diartikan sebagai kawasan wilayah dan segala sesuatu yang terdapat di dalamnya, golongan dan kalangan.⁶⁴

Sedangkan menurut Syaiful Bahri Djarmah dalam buku Psikologi Belajar menyatakan bahwa lingkungan merupakan bagian dari kehidupan seseorang. Dalam lingkunganlah anak hidup dan berinteraksi dalam mata rantai kehidupan yang disebut ekosistem.⁶⁵ Dari kedua definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa lingkungan merupakan sebuah tempat untuk melangsungkan kehidupan serta berinteraksi satu sama lain.

Keluarga merupakan tempat aktivitas utama kehidupan seorang individu berlangsung, sehingga keluarga menjadi institusi pertama dan utama pembangunan sumber daya manusia.⁶⁶

Keluarga terdiri dari ayah, ibu dengan anak-anaknya. Keluarga merupakan kelompok sosial pertama-tama dalam kehidupan manusia tempat ia belajar dan menyatakan diri sebagai manusia sosial di dalam hubungan interaksi dengan kelompoknya. Dalam keluarga akan terjadi interaksi sosial dimana seorang anak pertama-tama belajar memperhatikan keinginan-keinginan orang lain, belajar bekerja sama, saling

⁶⁴Departemen Pendidikan Nasional, "Kamus Besar Bahasa Indonesia" (Balai Pustaka, 2007).

⁶⁵Syaiful Bahri Djarmah, *Psikologi Belajar* (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2011).

⁶⁶Soerjono Soekanto, *Sosiologi Keluarga* (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2004).

membantu, disini anak belajar memegang peranan sebagai makhluk sosial yang mempunyai norma-norma dan kecakapan-kecakapan tertentu dalam pergaulannya dengan orang lain.⁶⁷

Dari pengertian lingkungan dan keluarga di atas dapat disimpulkan bahwa lingkungan keluarga merupakan lingkungan pertama dan utama yang mempengaruhi perkembangan dan tingkah laku anak. Di lingkungan keluarga anak mendapatkan perhatian, kasih sayang, dorongan, bimbingan, keteladanan, dan pemenuhan kebutuhan ekonomi dari orang tua sehingga anak dapat mengembangkan segala potensi yang dimilikinya demi perkembangannya di masa mendatang.⁶⁸ Selain itu di dalam keluarga akan ditanamkan nilai-nilai norma hidup dan pada akhirnya akan dipakai oleh anak dalam menumbuhkan pribadi dan harapannya di masa mendatang.

Jika dikaitkan antara lingkungan keluarga dan wirausaha maka dapat dikatakan bahwasanya lingkungan keluarga terutama orang tua juga berperan penting sebagai pengarah bagi masa depan anaknya, sehingga secara tidak langsung orang tua juga dapat mempengaruhi minat terhadap pekerjaan bagi anak di masa yang akan datang, termasuk dalam hal berwirausaha. Orang tua yang

⁶⁷Syamsu Yusuf, *Perkembangan Peserta Didik* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2012).

⁶⁸Yanti, Putu Eka Desy, Made Nuridja, ““Pengaruh Lingkungan Keluarga terhadap Berwirausaha Siswa Kelas XI SMK Negeri 1 Singaraja”,” *Skripsi, Singaraja: Univesitas Pendidikan Ganesta*, 2014, 10.

berwirausaha dalam bidang tertentu dapat menimbulkan minat anaknya untuk berwirausaha dalam bidang yang sama. Misalnya: orang tua yang memiliki usaha bengkel, kemudian anaknya membantu membongkar, mengecek, memeriksa atau mengelola usahanya tersebut. Keterlibatan tersebut dapat menimbulkan minat berwirausaha dalam bidang yang sama atau berbeda.⁶⁹

Alma dalam buku kewirausahaan mengemukakan bahwa faktor kritis yang berperan untuk menumbuhkan minat berwirausaha tersebut yaitu faktor personal yang menyangkut aspek pribadi seseorang, faktor *sociological* yang menyangkut masalah hubungan dengan keluarga, dan faktor *environmental* yang menyangkut hubungan dengan lingkungan.⁷⁰ Faktor lingkungan keluarga tersebutlah yang kemudian akan mendorong minat seseorang untuk berwirausaha. Ketika seseorang terbiasa melihat dan mengamati anggota keluarganya baik itu ayah, ibu, dan saudaraya berwirausaha maka minat untuk berwirausaha akan muncul dengan sendirinya.

Dalam lingkungan keluarga, minat berwirausaha tidak langsung tertanam begitu saja dalam diri seseorang. Berdasarkan beberapa penelitian menemukan bahwa ada perbedaan tingkat minat seseorang dalam berwirausaha yang disebabkan faktor lingkungan keluarga. Berdasarkan

⁶⁹*Ibid.*, 5.

⁷⁰ Alma Buchori, *Kewirausahaan* (Bandung: Alfabeta, 2013).

hasil penelitian Agus Kurniawan, Muhammad Khafid, dan Amin Pujiati menemukan bahwa lingkungan keluarga berpengaruh langsung dan tidak langsung terhadap minat berwirausaha salah seorang anggota keluarganya. Artinya semakin tinggi jumlah wirausaha didalam sebuah lingkungan keluarga maka semakin tinggi pengaruhnya terhadap minat wirausaha.⁷¹ Penelitian selanjutnya oleh Dewi dan Mulyatiningsih menyebutkan bahwa keluarga menjadi lingkungan yang juga efektif memberikan pengalaman pendidikan kewirausahaan. Namun, hal itu akan tergantung pada latar belakang pekerjaan dan pandangan orang tua terhadap masa depan anak. Latar belakang pekerjaan orang tua yang sebagai pengusaha memang belum dapat dipastikan akan memberikan pandangan kewirausahaan kepada anaknya atau anaknya dilibatkan pada kegiatan kewirausahaan tersebut. Tetapi, secara langsung maupun tidak langsung, akan memberikan pandangan dan motivasi kepada anak untuk berwirausaha juga.⁷²

Ada beberapa indikator lingkungan keluarga yang mempengaruhi minat berwirausaha seseorang diantaranya

⁷¹Agus Kurniawan, Muhammad Khafid, dan Amin Pujiati, “Pengaruh Lingkungan Keluarga, Motivasi wirausaha, Kepribadian, dan Self Efficacy Terhadap Minat Wirausaha,” *JEE: Journal of Economic Education* Vol 5 No 1 (2016): 106.

⁷²Dewi, Mulyatiningsih, “Pengaruh Pengalaman Pendidikan Kewirausahaan dan Keterampilan Kejuruan terhadap Motivasi Berwirausaha Siswa’, Vol.3, No.2, 2013 hlm 231,” *Jurnal Pendidikan Vokasi* Vol 3 No 2 (2013): 231.

adalah cara orang tua mendidik, hubungan antar anggota keluarga, suasana rumah, dan keadaan ekonomi.

1). Cara Orangtua Mendidik

Lingkungan keluarga merupakan pendidikan utama yang pertama kali diterima oleh seorang anak, karena dalam keluarga inilah anak pertama kali mendapatkan pendidikan dari orangtua dan bimbingan setelah mereka dilahirkan.⁷³ Dikatakan lingkungan utama, karena sebagian kehidupan anak berada di dalam keluarga, sehingga pendidikan yang paling banyak khususnya yang diberikan oleh orangtua diterima oleh anak adalah di dalam Keluarga dan dikatakan pertama karena ketika anak pertama kali lahir di dunia ini ia berada dalam lingkungan keluarga.

Jika dikaitkan dengan kewirausahaan maka lingkungan keluarga memunyai peran yang penting dalam menumbuhkan minat berwirausaha hampir setiap hari anak akan dididik oleh orangtuanya dengan baik untuk menjadi seorang wirausaha dimasa depan.

2). Hubungan Antar Anggota Keluarga

Sering juga disebut Relasi antara anggota keluarga. Wujud relasi antara anggota keluarga, misalnya apakah hubungan itu penuh dengan kasih sayang dan pengertian, ataukah diliputi oleh kebencian,

⁷³Khairani, *Psikologi Belajar* (Yogyakarta: Aswaja Pressindo, 2014).

sikap yang terlalu keras, ataukah sikap acuh tak acuh dan sebagainya.

Hubungan antar anggota keluarga menjadi salah satu hal dalam lingkungan keluarga yang mempengaruhi minat berwirausaha seseorang. Interaksi antar satu sama lain anggota didalam keluarga menimbulkan pemikiran-pemikiran baru sehingga bisa mempengaruhi kepribadian seseorang begitu juga halnya dalam keluarga yang salah satu atau beberapa anggota keluarganya yang menjadi wirausaha.

Ketika didalam keluarga pembicaraan yang sering dibahas adalah mengenai kewirausahaan dan didalam setiap pembicaraannya selalu bernuansa positif, maka anggota keluarga yang tidak mengetahui tentang kewirausahaan akan mulai tertarik dengan sendirinya. Karena minat berwirausaha merupakan keinginan yang timbul dari dalam diri tidak dipaksa oleh orang lain atau tidak berdasarkan kehendak orang lain.

3). Suasana Rumah

Suasana yang tercipta didalam keluarga juga sangat besar pengaruhnya terhadap kepribadian dan minat seorang anak. Suasana rumah yang dimaksudkan sebagai situasi atau kejadian kejadian yang sering terjadi di dalam keluarga di mana anak berada. Dalam konteks belajar misalnya, suasana rumah atau keluarga yang

ramai/gaduh tidak memungkinkan mungkin anak dapat belajar dengan baik.⁷⁴ Begitu juga halnya dalam hal menciptakan minat berwirausaha seorang anak.

Jika didalam keluarga terjadi perpecahan dan kegaduhan diakibatkan usaha yang mereka jalankan tidak berjalan dengan baik dan sering mengalami kerugian maka hal tersebut akan berpengaruh kepada minat anggota keluarga lain dalam berwirausaha dan sebaliknya.

4). Keadaan Ekonomi

Keadaan ekonomi keluarga erat hubungannya dengan minat berwirausaha. Anak yang sedang belajar wirausaha selain harus terpenuhi kebutuhan pokoknya, misal makan, pakaian, kesehatan dan lain-lain, juga membutuhkan fasilitas belajar berwirausaha yang baik pula seperti pelatihan, praktek, dan tentunya modal dalam berwirausaha.

Semakin baik dan bagus fasilitas yang diberikan kepada seorang anak agar bisa menjadi seorang wirausaha, maka akan semakin besar pula kemungkinan seorang anak tersebut akan menjadi seorang wirausahawan yang sukses di masa depannya. Keadaan ekonomi yang kurang mampu didalam keluarga juga

⁷⁴Fatimah Setiani, Alivermana Wiguna, dan Wawan Setiawan, “‘Pengaruh Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Belajar Anak,’” *Jurnal Paedagogie* Vol 5 No 2 (2019): 113.

bisa mempengaruhi minat seseorang bahkan untuk menjadi seorang wirausaha. Keinginan untuk mengangkat derajat keluarga, keluar dari kemiskinan, dan menjadi orang yang sukses dimasa depan menjadikan hal tersebut menjadi realistis. Bahkan tidak sedikit wirausahawan yang sukses sekarang berasal dari kalangan menengah kebawah atau keluarga yang kurang mampu.

Dari beberapa indikator lingkungan keluarga diatas baik itu cara orang tua mendidik, hubungan antara anggota keluarga, suasana rumah/keluarga dan keadaan ekonomi yang mempengaruhi minat seseorang untuk berwirausaha menunjukkan pengaruh yang cukup positif dan signifikan sehingga dapat dikatakan bahwa lingkungan keluarga menjadi salah satu faktor yang cukup kuat dalam mempengaruhi minat seseorang untuk berwirausaha.

b. Lingkungan Masyarakat

Dorongan dari lingkungan masyarakat juga berpengaruh terhadap munculnya minat berwirausaha dalam diri seseorang. lingkungan sangat berpengaruh karena dengan adanya suatu keinginan yang sifatnya yang apabila keinginannya tersebut dapat dicapai akan memperoleh atau mendapat persetujuan dan dapat diterima oleh lingkungan.

Misalnya : berwirausaha sendiri selain menyenangkan juga agar dikatakan oleh lingkungan sebagai orang yang mandiri. Keberadaan kondisi atau faktor lingkungan sangat pula mempengaruhi. Yang terdiri dari faktor lingkungan fisik, lingkungan ekonomi, lingkungan organisasi dan kelembagaan serta lingkungan individu.

Dalam penelitian yang sebelumnya telah penulis lakukan, penulis menarik empat faktor minat berwirausaha yaitu sebagai berikut.

1. Aktualisasi Diri

Menurut Maslow, aktualisasi diri merupakan proses untuk menjadi diri sendiri dan mengembangkan sifat-sifat serta potensi psikologis yang unik.

Menurut Dina Angraini, aktualisasi diri adalah perkembangan yang paling tinggi dari semua bakat yang dimiliki. Yang berarti pemenuhan atas semua kualitas dan kapasitas. Aktualisasi diri juga termasuk ke dalam peningkatan kematangan diri. Ketika seseorang semakin tumbuh besar maka aktualisasi diri akan semakin berkembang yang ditandai dengan peralihan tekanan aktualisasi dari segi fisiologis ke segi psikologis.⁷⁵

⁷⁵ “Dina Angraini, Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan dan Aktualisasi Diri terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Prodi Pendidikan Ekonomi Stambuk 2017 Universitas Negeri Medan, Skripsi, 2020.”

Menurut penulis sendiri, aktualisasi diri adalah proses menjadi diri sendiri dan menempatkan dirinya pada posisi yang tepat. Adapun indikator aktualisasi diri yaitu:

- a. Persepsi yang tepat tentang realita
- b. Menerima diri sendiri, orang lain, dan lingkungan yang baik
- c. Spontanitas
- d. Fokus terhadap target pencapaian
- e. Otonomi
- f. Kedekatan dengan individu yang lain
- g. Nyaman dan solid
- h. Memiliki selera humor dan bisa bergurau.

Dalam hasil penelitian Dina Angraini ditemukan bahwa ada pengaruh positif dan signifikan aktualisasi diri terhadap minat berwirausaha.⁷⁶

2. Lingkungan Keluarga

Lingkungan keluarga merupakan media pertama dan utama dalam mendorong perkembangan seorang anak. Lingkungan keluarga sangat mempengaruhi pola pikir seseorang dalam menentukan pilihan, termasuk pilihan dalam berwirausaha.

Menurut Conny Semiawan, Keluarga merupakan kelompok terkecil dalam masyarakat yang terdiri dari ayah, ibu, anak dan keluarga lainnya yang tinggal bersama. Ada

⁷⁶ Ibid.

pengaruh jika orangtua dalam bekerja sendiri atau memiliki usaha sendiri maka besar kemungkinan anaknya akan menjadi pengusaha pula.⁷⁷

Dalam lingkungan keluarga yang menjadi salah satu faktor pembentuk masa depan anak adalah orang tua, misalnya saja dalam hal pemilihan pekerjaan. Seorang anak akan menjadi seorang wirausahawan tidak akan terlepas dari dukungan orang tua atau keluarga. Apabila keluarga atau orang tua memberikan dukungan positif maka minat berwirausaha anak akan tumbuh. Sementara jika keluarga atau orang tua tidak memberikan dukungan maka minat berwirausaha anak tidak akan tumbuh.⁷⁸

Dalam penelitian Komsu Koranti menyebutkan bahwa latar belakang orang tua juga mempengaruhi minat berwirausaha anak. Hal itu terlihat dari mahasiswa yang memiliki orang tua berwirausaha akan memiliki minat berwirausaha yang lebih tinggi daripada yang bukan berwirausaha. Kondisi orang tua dapat dijadikan sebagai figur bagi pemilihan pekerjaan anak. Dengan demikian dorongan dari orang tua ataupun dari lingkungan keluarga sangat mempengaruhi minat berwirausaha anak ⁷⁹.

⁷⁷ Alma Buchori, *Kewirausahaan*.

⁷⁸ "Harti Oktarina, dkk. Pengaruh Lingkungan Keluarga terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Pendidikan Ekonomi STKIP Pembangunan Indonesia, *Ejournal stiedewantara*, 2019," t.t.

⁷⁹ Komsu Koranti, "Analisis Pengaruh Faktor Eksternal dan internal terhadap Minat Berwirausaha" 5 (2013): 8.

Ada tiga hal pokok yang mempengaruhi perkembangan seseorang dalam hidupnya yaitu:

- a. Keberfungsian keluarga
- b. Sikap dan perlakuan orang tua terhadap anak
- c. Status ekonomi.

Dan inilah yang dijadikan sebagai indikator dalam lingkungan keluarga ⁸⁰.

3. Media Sosial

Menurut Kartajaya, Media sosial merupakan sebuah wadah informasi yang mengubah pola pikir seseorang dari yang hanya membaca konten menjadi seseorang yang mampu menerbitkan sebuah konten.

Pengertian lain disebutkan oleh Cross bahwa media sosial sebagai sebuah gambaran berbagai teknologi yang merupakan gabungan antara aspek sosiologi dan aspek teknologi yang menghubungkan banyak orang.

Menurut Zarella, media sosial merupakan situs tempat seseorang berkomunikasi dengan teman atau rekannya, baik di dunia nyata maupun di dunia maya.

Dalam penelitian Dilla Lutfia Destari menyebutkan bahwa media sosial adalah media *online* yang dapat digunakan untuk berkomunikasi, berpartisipasi, serta menciptakan sesuatu hal yang baru yang sedang berkembang di lingkungan

⁸⁰ Murwani Eko Astuti, "Pengaruh Keluarga, Etnis, Kepribadian, Gender, dan Teman Sebaya terhadap Minat Berwirausaha," *Jurnal Bina Manajemen* 9, no. 2 (11 Maret 2021): 162–83, doi:10.52859/jbm.v9i2.155.

masyarakat. Media sosial juga salah satu media yang digunakan untuk mengekspresikan diri, bisnis *online*, ataupun pemasaran *online*. Untuk itu dengan kehadiran media sosial, maka diharapkan mampu meningkatkan minat berwirausaha seseorang⁸¹

Maka dapat menarik kesimpulan bahwa media sosial adalah sarana penghubung antara individu dengan menggunakan jaringan teknologi informasi. Adapun indikator yang dapat dijadikan sebagai nilai dalam media sosial yaitu:

- a. Sarana komunikasi
- b. Akses
- c. Pemanfaatan

Menurut Lauster (Azizan, 2016), ada tiga dimensi media sosial yaitu:⁸²

- a. Kepercayaan yaitu suatu keyakinan atau sikap dalam tindakannya tidak menimbulkan kecemasan atau keraguan dalam berinteraksi.
- b. Mudah diakses yaitu kemudahan untuk memperoleh manfaat yang dapat digunakan oleh siapapun tanpa terkecuali.
- c. Ketanggapan yaitu kemauan untuk membantu atau menolong dan menyediakan suatu layanan secara tepat waktu.

⁸¹ Puji Lestari, "Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keberhasilan Berwirausaha."

⁸² H. Azizan, "Pengaruh Kepercayaan Diri terhadap Ketergantungan Sosial Media pada Siswa di SMK Negeri 1 Bantul," *Ejournal Bimbingan dan Konseling*, 2016.

4. Situasi Pandemi

Pandemi merupakan masa dimana merebaknya virus Covid-19 yang berdampak pada kehidupan manusia. Termasuk diantaranya perubahan sistem pembelajaran yang dilakukan secara daring (*Online learning*). Artinya terjadi pengurangan jumlah pembelajaran tatap muka yang dilakukan di berbagai tingkat jenjang pendidikan yang membuat para generasi Z yang masih duduk di bangku sekolah merasa mempunyai waktu luang yang banyak yang dapat digunakan untuk berbagai hal, misalnya untuk berwirausaha⁸³.

Pembelajaran daring ini menjadi motivasi tersendiri bagi generasi Z untuk dapat memanfaatkan waktu luangnya untuk berwirausaha. Apalagi didukung dengan penurunan perekonomian keluarga. Dimana dengan kehadiran pandemi ini menyebabkan beberapa orang tua harus kehilangan pekerjaan akibat dilakukannya Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB). Inilah yang menjadi salah satu motivasi mereka untuk berwirausaha agar dapat membantu perekonomian keluarga.

Adapun indikator yang digunakan dalam penilaian situasi pandemi adalah:

- a. Pemanfaatan
- b. Pendapatan
- c. Pengembangan usaha

⁸³ Putri dan Christiana, "Analisis Faktor yang Mempengaruhi Mahasiswa Berwirausaha di Masa Pandemi Covid."

d. Mengalihkan media pemasaran

Dalam penelitian Taufik, dkk menyebutkan bahwa pada pedagang mikro seperti pedagang kaki lima dan pedagang keliling, pandemi berdampak pada kunjungan dan pesanan dari konsumen. Untuk itu ada peralihan strategi pemasaran yang dilakukan yaitu dengan sistem *online* sehingga belanja dengan sistem *online* menjadi trend dan meningkat.⁸⁴

D. Jiwa Wirausaha Generasi Z

Generasi Z atau biasa juga disebut dengan Generasi Z adalah Generasi yang mengacu pada generasi-generasi yang lahir antara 1996-2010, setelah millennium atau Generasi Y. Generasi Z tumbuh dan berkembang dengan teknologi, internet, dan media sosial yang terkadang menyebabkan mereka tersandung gelar pecandu teknologi, anti sosial, atau pejuang keadilan sosial.⁸⁵

Banyak Generasi Z yang memiliki prefensi untuk dapat memulai bisnis sendiri sebagai pilihan dalam jalur karier sambil menghindari beberapa risiko berat yang kemungkinan terjadi. Hal ini dilakukan oleh Generasi Z adalah karena Generasi Z lebih tertarik untuk membuka jalan menuju kesuksesan tanpa mengikuti aturan-aturan dari orang lain.

Adapun beberapa alasan Generasi Z memilih berwirausaha sebagai jalan kariernya adalah sebagai berikut :

⁸⁴ Taufik dan Eka Avianti Ayuningtyas, "Dampak Pandemi Covid-19 terhadap Bisnis dan Eksistensi Platform Online," *Jurnal Pengembangan Wiraswasta* 22, no. 01 (30 April 2020): 21, doi:10.33370/jpw.v22i01.389.

⁸⁵ Gung Purnomo, dkk, *Generasi Z Sebagai Generasi Wirausaha* (Malang: Bina Nusantara University, t.t.).

1. Generasi Z tidak mau dibatasi

Dalam studi survey oleh Universum Global kepada 50.000 siswa Generasi Z, menunjukkan hasil bahwa 36 persen Generasi Z takut terjebak kedalam karier yang tidak memungkinkan Generasi Z mengembangkan peluang. Artinya, Generasi Z tidak ingin didefenisikan atau dibatasi dalam segala hal.

2. Kuliah bukan sebagai jaminan untuk sukses

Riset yang dilakukan oleh Universum Global memperlihatkan bahwa 56% Generasi Z akan selalu mempertimbangkan bergabung dengan tenaga-tenaga kerja disbanding dengan kuliah. Artinya, semakin banyak Generasi Z yang tidak akan melihat perguruan tinggi sebagai salah satu unsur kesuksesan. Itu dikarenakan Generasi Z telah banyak belajar melalui teknologi digital. Generasi Z juga mempunyai keyakinan bahwa mereka dapat belajar dari sumber yang non-tradisional dan dapat mencapai kesuksesan tersebut.

3. Situs layanan *freelance* dan *peer to peer*

Generasi Z pada umumnya banyak mempergunakan sistem atau beberapa situs layanan *freelance* untuk dapat mengambil keuntungan. Banyak dari jaringan platform *online* yang memungkinkan remaja untuk menemukan pekerjaan dan langsung terhubung dengan *klien* dengan mudah.

4. Media sosial

Melalui media sosial mempromosikan dan membuat berbagai konten yang kita punya akan semakin mudah,

misalnya melalui saluran *youtube*. *Youtube* sendiri sudah terkenal dikalangan masyarakat hingga saat ini, dan telah menarik banyak perhatian masyarakat terutama dikalangan para remaja. Melalui saluran *youtube*, para remaja dapat menulis, mengarahkan, memproduksi, membintangi serta mempromosikan konten-kontenn yang mereka buat melalui kreativitas mereka sendiri.

5. Akses berlimpah

Generasi Z adalah Generasi yang rata-rata sudah mengenal banyak situs dan web di berbagai jaringan internet. Hal ini dapat menjadi sebuah keuntungan bagi Generasi Z, dimana mereka dapat menyalurkan keterampilan yang mereka miliki misalnya dalam kegiatan kewirausahaan. Situs dan web ini juga dapat menjadi ranah untuk mereka mengembangkan ilmu dan pengetahuan seputar apa yang mereka minati.

6. Mentor

Internet telah memberi akses pada Generasi Z di usia yang cukup muda, untuk dapat memanfaatkan segala fasilitas yang ada pada internet tersebut. Generasi Z juga dapat mengakses internet sebagai mentor yang dapat menjadi contoh atau menjadi arahan untuk mereka. Generasi Z dapat terhubung dengan beberapa mentor, dengan cara membaca blog-blog yang tersebar luas di internet, bahkan dapat juga langsung berbicara melalui email dengan mentor yang sesuai dengan bidang

mereka. Di internet juga mereka dapat memanfaatkan para ahli dengan mengunjungi beberapa situs yang tersedia, di mana mereka dikenakan biaya sedikit untuk melakukan sesi pelatihan.

E. Generasi Z Pelaku Usaha

Perkembangan bisnis saat ini, sudah sangat berkembang bahkan banyak dari masyarakat yang berani dan berkeinginan untuk terjun ke dunia perbisnisan. Pelaku usaha ini bukan hanya kalangan orang tua saja, melainkan juga anak-anak muda yang dikenal sebagai Generasi Z pada saat ini. Generasi Z adalah Generasi babak kedua setelah Generasi Y. Generasi Z adalah Generasi yang paham akan perkembangan teknologi dan lebih menyukai komunikasi melalui teknologi daripada kontak langsung dengan orang-orang sekitar.

Melalui penjelasan Generasi Z diatas, dapat dilihat bahwa Generasi Z memiliki peluang yang sangat besar untuk memulai aktivitas bisnis meskipun dimulai dari usaha kecil (*small bussines*). Generasi Z dapat memanfaatkan kemampuan dan pengetahuannya menGenerasiai teknologi. Ilmu teknologi yang dimiliki nya akan membawa banyak manfaat bagi perkembangan usahanya. Teknologi ini, dapat digunakan untuk memasarkan, mempromosikan dan menyalurkan kreativitas yang dimiliki, agar dapat dijangkau oleh khlayak ramai dengan sangat mudah.

Generasi Z sebagai pelaku usaha juga dapat mengembangkan atau dapat membantu pertumbuhan ekkonomi

negara. Namun disamping itu, Generasi Z dalam melakukan aktivitas sebagai pelaku usaha pun masih memiliki beberapa masalah-masalah seperti modal terbatas. Maka dari itu, kebanyakan Generasi Z dalam membangun usahanya adalah dengan cara *home industry*, yang artinya usaha tersebut ia kelola dengan sendiri dan bahkan produk yang ditawarkan kepada konsumen adalah hasil produksi sendiri. Hal ini dapat mengurasi modal yang akan dikeluarkan oleh pelaku usaha, misalnya tidak memerlukan karyawan sehingga tidak memikirkan gaji yang akan diberikan kepada karyawan tersebut.

F. Strategi Generasi Z dalam Berwirausaha

Strategi yang dilakukan oleh Generasi Z dalam melakukan aktivitas wirausaha untuk dapat mengembangkan usahanya adalah sebagai berikut :

1. Ketuhanan

Dalam berwirausaha, kita sebagai pelaku usaha memiliki tujuan bukan hanya semata-mata mengejar keuntungan saja, namun juga mengejar keberkahan Allah SWT dari usaha yang telah kita lakukan. Dengan adanya tujuan yang baik ini tentu secara tidak langsung usaha yang sedang kita jalani akan berjalan dengan sangat baik. Tidak menutup kemungkinan meskipun begitu pasti akan terdapat beberapa masalah-masalah disetiap proses perjalanan yang dilalui.

Dengan menerapkan nilai ketuhanan disetiap langkah maupun kegiatan kita, maka akan muncul rasa dimana kita

percaya bahwa ada Allah SWT sebagai penolong untuk mengatasi seluruh permasalahan-permasalahan yang dihadapi. Melalui aspek ketuhanan Generasi Z dapat menguatkan mentalnya pada saat menghadapi situasi yang tidak bisa dikendalikan oleh diri sendiri. Generasi Z juga dapat melawan rasa takut dan dapat berpikir secara cerdas untuk mencari solusi masalah yang dihadapi ketika ia menerapkan aspek ketuhanan disetiap aktivitasnya.

Surah *Al-Qhashash* ayat 77 menjelaskan tentang *entrepreneurship* atau kewirausahaan yang dapat dijadikan sebagai bahan acuan serta motivasi untuk diri sendiri ketika ingin terjun ke dalam dunia bisnis.⁸⁶ Karena ayat tersebut menjelaskan bahwa pekerjaan yang bernilai kebaikan dari pekerjaan yang wajib dan sunnah akan menjadi tambahan pahala di akhirat kelak.

2. Kepemilikan

Sebagai Generasi Z yang akan menjadi penerus bangsa, maka harus memiliki jiwa ketuhanan di dalam dirinya. Generasi Z juga harus memahami bahwa segala apa yang ada di bumi dan apa yang dimiliki pada saat ini adalah seluruhnya milik Allah SWT. Kita sebagai individu hanya sebagai pengolanya saja. Hal ini harus dipahami dan diterapkan oleh Generasi Z untuk dapat mencapai tujuan dunia dan juga akhirat.

⁸⁶ Gita Olovia, dkk, "Strategi Pengembangan Usaha Kecil (small Business) Di Kalangan Generasi Z Berdasarkan Nilai-Nilai Ekonomi Syariah," *Jurnal Riset Akutansi Politata* Vol. 4 no 2 (2021): 90.

Pada hakikatnya manusia hanya berperan sebagai khalifah, yang diberi oleh Allah SWT amanah dan kepercayaan dalam mengelola suatu pekerjaan. Strategi yang dapat dilakukan melalui kepemilikan ini mengarah kepada produksi suatu barang. Ketika kita memproduksi suatu barang maka kita memerlukan sumber daya untuk dapat menciptakan suatu produk tersebut. Dalam mengelola sumber daya inilah kita harus pandai dalam mengefisieni agar sumber daya yang digunakan tidak berlebihan. Efisiensi sumber daya yang digunakan apabila sesuai dengan poksinya maka akan membawa pengaruh yang positif bagi usaha yang dijalankan, misalnya dapat meminimalisir jumlah modal yang harus dikeluarkan. Aspek ini dapat diterapkan oleh Generasi Z dalam efisiensi mengelola modal yang dimiliki.

3. Keseimbangan

Melakukan suatu kegiatan usaha sangat penting untuk memperhatikan lingkungan sekitar. Pada hakikatnya tujuan keberadaan manusia di muka bumi selaras dengan pertumbuhan ekonomi di dunia yakni, melakukan ibadah kepada Allah SWT dan dapat memberikan manfaat sebanyak-banyaknya kepada alam semesta.

Sebagai Generasi muda yang dikenal akrab dengan teknologi, dapat menggunakan sosial media dengan sangat baik maka Generasi-Generasi muda dapat menjalankan usaha nya sekaligus melestarikan alam. Misalnya dengan cara menciptakan produk yang ramah lingkungan. Dari hal ini

Generasi Z dapat mengembangkan kreativitas-kreativitas serta seluruh inovasi yang dimilikinya untuk dapat menciptakan sebuah produk yang mendukung perkembangan *green economy*. Selain menciptakan produk yang ramah lingkungan, Generasi Z juga dapat menciptakan kemasan produk yang juga ramah lingkungan. Hal ini akan berdampak baik pada perekonomian dimasa ini dan juga dimasa yang akan datang.

4. Keadilan

Keadilan merupakan suatu perilaku dimana kita menilai dengan cara memberikan kepada siapa saja sesuai dengan apa yang menjadi haknya, yaitu dengan melakukan tindakan secara proposional dan tidak melanggar hukum yang berlaku. Keadilan juga dapat ditunjukkan melalui sikap seperti, rasa empati terhadap orang-orang yang membutuhkan misalnya fakir, miskin, dan dhuafa serta orang-orang yang tertindas.

Keadilan juga harus diterapkan kedalam kegiatan ekonomi baik itu kegiatan produksi, distribusi maupun konsumsi. Apabila kita sudah mendapatkan sebuah keuntungan dari bisnis yang kita jalankan maka alangkah lebih baiknya kita berbagi kesesama meskipun jumlah yang sedikit. Aspek seperti ini merupakan sebuah pelatihan untuk Generasi Z agar memiliki rasa peduli terhadap sesama dan terhindar dari perbuatan-perbuatan dzalim, sehingga kegiatan usaha yang dijalankan mendapat keberkahan dan sekaligus dapat membantu kesejahteraan bersama sekaligus dapat memperbaiki perekonomian negara.

Di dalam Islam, dijelaskan bahwa manusia memiliki sifat kecenderungan terhadap harta. Oleh karena itu, hal ini akan mendorong pengakuan secara absolut atas harta itu sendiri dan akan bermuara pada penimbunan harta yang berlebihan. Maka dari itu, kecenderungan manusia dalam memupuk harta harus dikendalikan dan diarahkan untuk mendorong berkembangnya perniagaan dan meningkatkan partisipasi sosial yang dapat dilakukan melalui infak, sedekah, dan wakaf untuk kepentingan bersama.

Dari uraian diatas, dapat disimpulkan bahwa dari nilai ketuhanan, strategi yang dapat dilakukan oleh Generasi Z adalah membangun mental yang tangguh dan kuat pada saat ingin memulai kegiatan usaha dan juga dalam mengatasi masalah-masalah yang terjadi dengan menerapkan nilai ketuhanan dikehidupannya. Dari nilai kepemilikan adalah nilai kepemilikan dapat membantu efisiensi dalam menggunakan sumber daya dan mengelola modal sesuai dengan kebutuhan. Nilai keseimbangan, dapat mengembangkan strategi Generasi Z dibidang *green economy*, dengan adanya spek keseimbangan ini dapat memberi peluang bagi Generasi Z untuk mendukung program *green economy* melalui usaha yang dijalankan seperti membuat produk yang *ecofriendly*. Nilai keadilan, dari nilai keadilan dapat menumbuhkan rasa empati dari Generasi Z terhadap sesama umat muslim.

G. Tantangan Generasi Z dalam Berwirausaha

Beberapa orang termasuk Generasi Z kadang memilih pekerjaan menjadi entrepreneur (wirausaha) dikarenakan adanya perasaan kurang bebas bekerja menjadi bawahan orang lain karena banyaknya aturan-aturan misalnya seperti di kantor. Namun, tidak semua entrepreneur menyadari bahwa menjadi seorang pelaku usaha juga memiliki banyak tantangan yang harus dihadapi. Contohnya adalah persaingan, persaingan saat ini bukanlah semata-mata hanya persaingan antar pedagang lokal saja namun juga sudah mencakup persaingan antar negara.

Generasi Z dalam menghadapi tantangan-tantangan dalam berwirausaha harus memiliki persiapan yang matang untuk mencapai kesuksesan. Apabila tidak adanya persiapan, tidak menutup kemungkinan pelaku usaha tersebut akan gulung tikar (mengalami kebangkrutan). Gulung tikar bukanlah hal yang diinginkan oleh seorang pelaku usaha. Maka pelaku usaha, termasuk Generasi Z harus mengetahui dan mampu menghadapi tantangan-tantangan yang ada untuk mencapai hasil sesuai dengan apa yang sudah direncanakan.

Berikut beberapa tantangan-tantangan yang harus dihadapi oleh Generasi Z dalam berwirausaha :

1. Kehilangan banyak waktu

Sudut pandang dari beberapa orang mengatakan bahwa menjadi seorang wirausaha memiliki waktu bebas, dapat melakukan pekerjaan sesuka hati. Namun, perlu diketahui bahwa seorang wirausaha yang baru memulai bisnis terutama

bagi pelaku usaha yang baru terjun ke dunia bisnis pasti akan sangat membutuhkan banyak waktu untuk berpikir bagaimana cara agar bisnisnya dapat berkembang dan mencapai kesuksesan.

Hal ini berbeda dengan pelaku usaha yang sudah berpengalaman dan sudah lama terjun di dunia bisnis. Pelaku usaha tersebut tidak perlu kehilangan banyak waktu karena bisnisnya. Biasanya, pelaku usaha yang sudah berpengalaman akan mengerti bagaimana cara mengelola bisnis meskipun tidak ia langsung yang terjun ke lapangan. Ia akan menyerahkan beberapa atau sebagian pekerjaan tersebut kepada pegawai atau orang yang sudah dipercayainya.

Dapat disimpulkan, bahwa dalam dunia bisnis, bagi pemula yang baru merintis bisnis memerlukan banyak waktu untuk bisnisnya, dalam kata lain pemilik usaha tersebut harus memiliki waktu yang sangat luang untuk memberikan perhatian lebih dan berperan banyak kepada usahanya. Sedangkan pelaku usaha yang sudah lama terjun ke dunia bisnis, hanya perlu memerhatikan dan memperayakan tanggung jawab usahanya kepada karyawan meskipun tidak sepenuhnya.

2. Rasa takut dan rasa percaya diri

Setiap memulai suatu pekerjaan ataupun suatu kegiatan yang sebelumnya belum pernah dilakukan, semua orang pasti akan dihantui rasa takut, cemas, ragu, gelisah, tidak percaya diri, dan lainnya. bagi Generasi Z ini adalah sebuah tantangan apalagi diusia Generasi Z yang masih terbilang muda. Namun,

ketika seorang pelaku usaha tersebut memiliki rasa percaya diri, dapat melawan rasa takut dan dapat menerapkan sifat *positive thinking* di dalam dirinya, dengan berjalannya waktu rasa takut tersebut akan hilang dan rasa percaya diri tersebut akan muncul dengan sendirinya. Dapat disimpulkan bahwa ketika ingin sukses maka buanglah rasa takut yang dimiliki sejauh-jauhnya.

3. Mampu menerima risiko

Pada dasarnya setiap pekerjaan memiliki risikonya masing-masing. Begitu pula dengan wirausaha pasti memiliki beberapa risiko. Dalam berwirausaha risiko yang muncul pada umumnya adalah gagal dan mengalami kebangkrutan. Risiko ini telah menjadi makanan sehari-hari bagi para pebisnis, karena dunia bisnis tidak dapat ditebak bagaimana hasil kedepannya dan apa yang diterima dikemudian hari.

Seiring berjalannya waktu, seorang wirausaha akan mampu dan mengerti bagaimana menghindari terjadinya risiko yang tidak diinginkan. Risiko didalam dunia bisnis memang sulit untuk dapat dihindari bahkan dihilangkan, namun risiko ini masih bisa diminimalisir agar tidak menjadi dampak besar bagi bisnis yang dijalankan.

4. Rasa malas yang ada di dalam diri seseorang

Rasa malas sudah menjadi hal yang umum pada diri setiap orang, tidak menutup kemungkinan pada Generasi Z yang usianya masih terbilang muda dan belum begitu matang. Rasa malas di dalam dunia perbisnisan hanya akan menghasilkan beberapa

hal, diantaranya adalah bisnis menjadi tidak berkembang dan akan mengalami kebangkrutan.

Seseorang yang ingin menjadi seorang wirausaha yang sukses harus mampu melawan dan membuang jauh-jauh rasa malas yang ada pada dirinya. Kesuksesan yang didapatkan bergantung pada seberapa serius, seberapa aktif dan seberapa semangat seseorang dalam menjalankan dan berperan di dalam bisnisnya.

5. Kehilangan Penghasilan Tetap

Seorang wirausaha pendapatannya berbeda dengan karyawan pada umumnya. Karena karyawan pasti akan digaji setiap bulannya dan akan menerima gaji secara rutin. Namun, wirausaha terutama disaat masih merintis dan baru memulai akan kehilangan gaji bulanan. Hal ini menjadi hal yang sudah biasa bagi seorang wirausaha. Maka sebagai Generasi Z yang masih terbilang muda harus pandai dalam mengatur keuangan baik modal yang dikeluarkan dan lainnya. Generasi Z juga harus mampu dalam melihat peluang kedepan agar mendapatkan celah untuk dapat mengembangkan bisnisnya agar tetap dan terus meningkat.

BAB V

HASIL PENELITIAN

A. Hasil Penelitian

Buku ini merupakan salah satu *outcome* dari Penelitian BOPTN Tahun 2021 yang berjudul Minat Generasi Z dalam Berwirausaha di Kota Padangsidimpuan. Adapun hasil yang diperoleh dengan menggunakan persamaan regresi linier berganda adalah sebagai berikut:

$$MB = \alpha + b_1AD + b_2KE + b_3MS + b_4SP + e$$

$$MB = 9,926 + 0,354 AD + 0,115 KE + (-0,015) MS + 0,038 SP + e$$

Dari persamaan tersebut peneliti dapat menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Untuk nilai konstanta (α) yang bernilai positif sebesar 9,916 yang menunjukkan bahwa ketika variabel aktualisasi diri, lingkungan keluarga, media sosial, dan situasi pandemi bernilai 0, maka minat berwirausaha pada generasi Z bernilai 9,916.
2. Nilai koefisien variabel aktualisasi diri (b_1) sebesar 0,354 yang menunjukkan bahwa apabila variabel aktualisasi diri meningkat 1 satuan, maka minat berwirausaha pada generasi Z akan meningkat sebesar 0,354. Karena nilai koefisien bersifat positif maka dapat diartikan bahwa terjadi hubungan yang positif antara variabel aktualisasi diri terhadap minat generasi Z dalam berwirausaha.

3. Nilai koefisien variabel lingkungan keluarga (b_2) sebesar 0,115 yang menunjukkan bahwa apabila variabel lingkungan keluarga meningkat 1 satuan, maka minat berwirausaha pada generasi Z akan meningkat sebesar 0,115. Karena nilai koefisien bersifat positif maka dapat diartikan bahwa terjadi hubungan yang positif antara variabel lingkungan keluarga terhadap minat generasi Z dalam berwirausaha.
4. Nilai koefisien variabel media sosial (b_3) sebesar -0,015 yang menunjukkan bahwa apabila variabel media sosial meningkat 1 satuan, maka minat berwirausaha pada generasi Z akan meningkat sebesar -0,015. Karena nilai koefisien bersifat negatif maka dapat diartikan bahwa tidak terjadi hubungan yang positif antara variabel media sosial terhadap minat generasi Z dalam berwirausaha.
5. Nilai koefisien variabel situasi pandemi (b_4) sebesar 0,038 yang menunjukkan bahwa apabila variabel situasi pandemi meningkat 1 satuan, maka minat berwirausaha pada generasi Z akan meningkat sebesar 0,038. Karena nilai koefisien bersifat positif maka dapat diartikan bahwa terjadi hubungan yang positif antara variabel situasi pandemi terhadap minat generasi Z dalam berwirausaha.

B. Pembahasan Hasil Penelitian

1. Pengaruh aktualisasi diri terhadap minat generasi Z dalam berwirausaha

Berdasarkan hasil uji parsial yang telah dilakukan pada variabel aktualisasi diri berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat generasi Z dalam berwirausaha. Hal ini sejalan dengan penelitian terdahulu Dina Angraini yang menyebutkan bahwa ada pengaruh positif dan signifikan aktualisasi diri terhadap minat berwirausaha. Berdasarkan hasil analisis data tersebut, peneliti menganalisis bahwa generasi Z di Kota Padangsidempuan berwirausaha karena adanya keinginan untuk mengaktualisasikan diri. Bentuk aktualisasi diri generasi Z di Kota Padangsidempuan dalam berwirausaha ditandai dengan meningkatnya aktifitas generasi Z dalam mengikuti berbagai kegiatan pelatihan di bidang kewirausahaan baik yang dilaksanakan oleh pemerintah maupun lembaga swasta. Selain itu, minat berwirausaha generasi Z di Kota Padangsidempuan juga didorong oleh motivasi semangat dan keinginan tinggi yang muncul dari diri sendiri.

2. Pengaruh lingkungan keluarga terhadap minat generasi Z dalam berwirausaha

Berdasarkan hasil uji parsial yang telah dilakukan peneliti pada variabel lingkungan keluarga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat generasi Z dalam berwirausaha di Kota Padangsidempuan. Hal ini sejalan

dengan teori dan penelitian terdahulu Harti Oktarina, dkk yang menyatakan bahwa ada pengaruh positif lingkungan keluarga terhadap minat berwirausaha. Berdasarkan hasil analisis peneliti bahwa generasi Z di Kota Padangsidempuan berwirausaha karena adanya dukungan positif dari keluarga atau orang tua. Hal ini ditandai dengan munculnya minat berwirausaha generasi Z di Kota Padangsidempuan dikarenakan pelibatan secara langsung generasi Z oleh orang tua maupun keluarga dalam berwirausaha. Selain itu, minat generasi Z dalam berwirausaha di Kota Padangsidempuan juga dipengaruhi oleh faktor ekonomi keluarga serta tingginya harapan dan keinginan generasi Z untuk mengubah dan memperbaiki ekonomi keluarga yang lebih layak.

3. Pengaruh media sosial terhadap minat generasi Z dalam berwirausaha

Berdasarkan hasil uji parsial yang telah dilakukan pada variabel media sosial tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat generasi Z dalam berwirausaha. Hal ini tidak sejalan dengan penelitian terdahulu Mesiana listiawati, dkk yang menyatakan bahwa ada pengaruh positif yang signifikan pemanfaatan media sosial terhadap minat berwirausaha. Berdasarkan hasil analisis peneliti bahwa masih banyak generasi Z di Kota Padangsidempuan yang belum mampu memanfaatkan media sosial dalam berwirausaha. Hal ini ditandai dengan minimnya pengetahuan generasi Z di Kota

Padangsidempuan dalam pemanfaatan teknologi khususnya pemanfaatan fitur-fitur yang disediakan oleh platform media sosial. Kemudian kurangnya kelengkapan peralatan teknologi yang dibutuhkan untuk memasarkan dan *personal branding* produk yang dimiliki generasi Z.

4. Pengaruh situasi pandemi terhadap minat generasi Z dalam berwirausaha

Berdasarkan hasil uji parsial yang telah dilakukan pada variabel situasi pandemi tidak berpengaruh dan signifikan terhadap minat generasi Z dalam berwirausaha. Hal ini tidak sejalan dengan teori dan penelitian terdahulu Taufik yang menyatakan bahwa situasi pandemi menjadi salah satu motivasi generasi Z dalam berwirausaha. Berdasarkan hasil analisis peneliti bahwa masih banyak generasi Z di Kota Padangsidempuan yang belum mampu menjadikan situasi pandemi sebagai batu lompatan dalam berwirausaha. Hal ini didasari dengan banyaknya masyarakat Kota Padangsidempuan terutama generasi Z tidak menyakini pandemi covid sebagai ancaman bagi kesehatan yang menyebabkan tidak berpengaruh terhadap aktifitas usaha yang mereka jalankan.

C. Keterbatasan Peneliti

Dalam melakukan penelitian ini, peneliti tentu telah menghadapi berbagai tahapan dan langkah-langkah demi mencapai kesempurnaan penyelesaian penelitian ini. Walaupun demikian peneliti masih menghadapi kesulitan untuk mencapai kesempurnaan tersebut. Ada beberapa keterbatasan yang dihadapi oleh peneliti diantaranya:

1. Adanya kesulitan dalam penyebaran kuesioner dimana peneliti tidak mengetahui apakah responden telah menjawab butiran soal kuesioner yang diberikan dengan jujur atau tidak karena hal ini mempengaruhi kualitas data yang diperoleh.
2. Adanya kesulitan karena masih dalam situasi pandemi dimana peneliti sulit melakukan kontak langsung dengan pewirausaha yang disebabkan adanya batasan dalam berwirausaha yang dilakukan oleh pemerintah.

Walaupun demikian, peneliti masih terus berusaha untuk mencapai hasil yang maksimal dalam menyelesaikan penelitian ini dan tidak mempengaruhi makna dan hasil penelitian. Maka dari itu dengan kerja keras serta bantuan dari berbagai pihak peneliti dapat menyelesaikan penelitian ini dengan baik.

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari hasil penelitian dan pembahasan yang peneliti temukan, maka peneliti dapat menyimpulkan bahwa:

1. Secara parsial variabel aktualisasi diri berpengaruh dan signifikan terhadap minat generasi Z dalam berwirausaha di Kota Padangsidempuan.
2. Secara parsial variabel lingkungan keluarga berpengaruh dan signifikan terhadap minat generasi Z dalam berwirausaha di Kota Padangsidempuan.
3. Secara parsial variabel media sosial tidak berpengaruh dan signifikan terhadap minat generasi Z dalam berwirausaha di Kota Padangsidempuan.
4. Secara parsial variabel situasi pandemi tidak berpengaruh dan signifikan terhadap minat generasi Z dalam berwirausaha di Kota Padangsidempuan.
5. Secara simultan variabel aktualisasi diri, lingkungan keluarga, media sosial, dan situasi pandemi berpengaruh dan signifikan terhadap minat generasi Z dalam berwirausaha di Kota Padangsidempuan.

B. Saran Peneliti

Untuk saran yang diberikan peneliti dalam penelitian ini yaitu:

2. Bagi generasi Z diharapkan mampu memanfaatkan teknologi informasi yang semakin canggih dalam meningkatkan minat berwirausaha mengingat wirausaha merupakan faktor penting dalam peningkatan ekonomi keluarga dan negara.
3. Bagi lembaga pendidikan diharapkan penelitian ini dapat dijadikan referensi untuk mengembangkan pendidikan di bidang usaha bagi siswa/i.
4. Bagi pemerintah, peneliti menyarankan agar terus mengadakan sosialisasi dan pelatihan kewirausahaan bagi generasi Z demi mendukung dan menunjang minat berwirausaha mereka. Karena generasi Z saat ini merupakan salah satu generasi yang *trend* dalam membangun usaha terutama di Kota Padangsidempuan.
5. Bagi peneliti yang selanjutnya diharapkan penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan rujukan atau referensi dan pengembangan penelitian dengan mempertimbangkan variabel-variabel di luar variabel yang diteliti dalam penelitian ini.

INDEKS

- A**
- Afektif, 15
- C**
- Creator*, 22
- D**
- Data Analyst*, 23
- Data Scientist*, 23
- Digital Marketer*, 23
- Do It Yourself*, 21
- E**
- emotional incoptency*, 14
- Entrepreneurship, ii, vii, 8, 31, 32, 33, 34,
35, 36, 37, 38, 44, 45, 49, 2, 3, 6
- F**
- Fashion Stylist and Fashion Food*, 22
- Figital*, 19
- Fomo*, 20
- G**
- Generasi Z, i, ii, v, vii, ix, 1, 2, 3, 4, 5, 8, 9,
10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 20,
21, 22, 24, 25, 26, 27, 28, 29, 30, 48, 77,
78, 79, 80, 81, 82, 83, 84, 85, 86, 87, 88,
89, 90, 91, 3, 4, 5, 6, 7
- H**
- Hiper-Kustomisasi*, 20
- K**
- Kolaborasi, 19
- P**
- Pandemi, 7, 42, 44, 76, 77, 3, 6, 7
- prophetic leadership*, 55
- Psikomotorif, 15
- S**
- Software Developer*, 22
- Statistik*, 2, 17, 24, 48, 3

W

Weconomist, 20

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Jalil. *Spiritual Entrepreneurship Transformasi Spiritualitas Kewirausahaan*. Yogyakarta: LKIS, 2013.
- Agus Kurniawan, Muhammad Khafid, dan Amin Pujiati. "Pengaruh Lingkungan Keluarga, Motivasi wirausaha, Kepribadian, dan Self Efficacy Terhadap Minat Wirausaha." *JEE: Journal of Economic Education* Vol 5 No 1 (2016): 106.
- Agus Wibowo. *Pendidikan Kewirausahaan Konsep dengan Strategi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2011.
- Ahmad Sanusi. *Menelaah Potensi Perguruan Tinggi untuk Membina Program Kewirausahaan dan Pengantar Pewirausaha Muda*. Bandung: KOPMA-IKIP, 1994.
- Al Fonsus Mardani. *Membentuk Jiwa Wirausaha*. Jakarta: Kompas Media Nusantara, 2012.
- Albi Anggito Johan Setiawan. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Jejak, 2018.
- Alma Buchori. *Kewirausahaan*. Bandung: Alfabeta, 2013.
- Anang Firmansyah & Anita Rosmawarni. *Kewirausahaan (Dasar dan Konsep)*. Surabaya: Qiara Media, 2019.
- Aris Slamet Widodo. *Kewirusahaan*. Yogyakarta: Jaring Inspiratif, 2012.
- Astuti, Murwani Eko. "Pengaruh Keluarga, Etnis, Kepribadian, Gender, dan Teman Sebaya terhadap Minat Berwirausaha." *Jurnal Bina Manajemen* 9, no. 2 (11 Maret 2021): 162-83. doi:10.52859/jbm.v9i2.155.
- Awal Kurnia Putra Nasution. "Integrasi Media Sosial Dalam Pembelajaran Generasi Z." *Jurnal Teknologi Dan Informasi* Vol 13 No 1 (Maret 2021): 82.
- "Badan Pusat Statistik, Statistik E-Commerce 2020, Jakarta," t.t.
- "Badan Pusat Statistik, Statistik Gender Tematik: Profil Generasi Milenial Indonesia, Jakarta: Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak, 2018," t.t.
- Berchah Pitoewas dkk. "Analisis Kepekaan Sosial Generasi (Z) Di Era Digital Dalam Menyikapi Masalah Sosial, Bhineka Tunggal Ika: Kajian Teori dan Praktik PKn" Vol 7 No 1 (Mei 2020): 19.

- David Stillman dan Jonah Stillman. *Generasi Z (Memahami Karakter Generasi Baru yang Akan Mengubah Dunia Kerja*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2018.
- David Stillman dan Jonah Stillman. *Generasi Z (Memahami Karakter Generasi Baru yang Akan Mengubah Dunia Kerja*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2018.
- Dede Mahmudah. "Upaya Pemberdayaan TIK dan Perlindungan Generasi Z Di Era Digital." *Majalah Semi Ilmiah Populer Komunikasi Massa* Vol 1 No 1 (Juni 2020): 46.
- Departemen Pendidikan Nasional. "Kamus Besar Bahasa Indonesia." Balai Pustaka, 2007.
- Dewi, Mulyatiningsih. "Pengaruh Pengalaman Pendidikan Kewirausahaan dan Keterampilan Kejuruan terhadap Motivasi Berwirausaha Siswa', Vol.3, No.2, 2013 hlm 231." *Jurnal Pendidikan Vokasi* Vol 3 No 2 (2013): 231.
- "Dina Anggraini, Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan dan Aktualisasi Diri terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Prodi Pendidikan Ekonomi Stambuk 2017 Universitas Negeri Medan, Skripsi, 2020," t.t.
- Dominikus Do Unaradja. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Universitas Katolik Atma Jaya, 2018.
- Fahmi Fadlillah. "Manajemen Entrepreneurship Education melalui pemasaran di tengah Pandemi covid-19: Studi kasus usaha minuman Kamsia Boba di Kabupaten Bangkalan." *Jurnal Edukasi Nonformal*, t.t., 340.
- Fatimah Setiani, Alivermana Wiguna, dan Wawan Setiawan. "Pengaruh Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Belajar Anak." *Jurnal Paedagogie* Vol 5 No 2 (2019): 113.
- Gita Olovia, dkk. "Strategi Pengembangan Usaha Kecil (small Business) Di Kalangan Generasi Z Berdasarkan Nilai-Nilai Ekonomi Syariah." *Jurnal Riset Akutansi Politala* Vol. 4 no 2 (2021): 90.
- Gung Purnomo, dkk. *Generasi Z Sebagai Generasi Wirausaha*. Malang: Bina Nusantara University, t.t.
- H. Azizan. "Pengaruh Kepercayaan Diri terhadap Ketergantungan Sosial Media pada Siswa di SMK Negeri 1 Bantul." *Ejournal Bimbingan dan Konseling*, 2016.

- — —. “Pengaruh Kepercayaan Diri terhadap Ketergantungan Sosial Media pada Siswa di SMK Negeri 1 Bantul.” *Ejournal Bimbingan dan Konseling*, 2016.
- “Harti Oktarina, dkk. Pengaruh Lingkungan Keluarga terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Pendidikan Ekonomi STKIP Pembangunan Indonesia, *Ejournal stiedewantara*, 2019,” t.t.
- Hatim Gazali. *Mengajarkan Islam & Mendidik Muslim Generasi Z; Panduan Bagi Guru PAI*. Jakarta: Wahid Foundation, 2019.
- Hidayat, Jane Fhasya, And Selvia Selvia. “Peran Generasi Milenial Dan Generasi Z Dalam Menghadapi Persaingan Global Di Era 5.0.” *Prosiding Seminar Nasional Manajemen Vol 1 No 1* (2022): 8.
- Jamu, Maria Endang. “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Berwirausaha Mahasiswa (Studi Kasus Pada Mahasiswa Manajemen Universitas Flores).” *INOBI: Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia* 1, no. 3 (1 Mei 2018): 305-17. doi:10.31842/jurnal-inobis.v1i3.38.
- Kementerian Perdagangan, 2016.
- Khairani. *Psikologi Belajar*. Yogyakarta: Aswaja Pressindo, 2014.
- Koranti, Komsu. “Analisis Pengaruh Faktor Eksternal dan internal terhadap Minat Berwirausaha” 5 (2013): 8.
- “Kusnawan, Faktor-Faktor yang mempengaruhi minat berwirausaha pada mahasiswa, jurnal riset ekonomi bidang manajemen dan akuntansi, 2017,” t.t.
- Lasti Yossi Hestini Dkk. “Apakah Pembelajaran Menggunakan Teknologi Dapat Meningkatkan Literasi Manusia Pada Generasi Z Di Indonesia?” *Jurnal Manajemen Informatika* Vol. 10 No. 01 (April 2020): 13.
- Linda Hasibuan. “7 Jenis Pekerjaan Paling Menjanjikan untuk Generasi Z, Bukan PNS?” *CNBC Indonesia*. <https://www.cnbcindonesia.com/lifestyle/>, 31 Mei 2022.
- Listiawati, Mesiana, Cicilia Dyah, dan Susantiningrum Susantiningrum. “Pengaruh Pembelajaran Kewirausahaan dan Pemanfaatan Media Sosial terhadap Minat Berwirausaha di Mahasiswa FKIP UNS.” *Jurnal Kewirausahaan dan Bisnis* 25, no. 1 (24 Agustus 2020): 27. doi:10.20961/jkb.v25i1.43386.
- McClelland, David C. “Characteristics of Successful Entrepreneurs.” *The Journal of Creative Behavior*, 1987.
- <https://mediaindonesia.com/humaniora/504466/minat-kalangan-milenial-dan-Generasi-z-geluti-wirausaha-terus-meningkat>.

- “Minat Kalangan Milenial dan Generasi Z Geluti Wirausaha Terus Meningkat,” t.t. Diakses 28 Agustus 2022.
- Mohammad Darwis. “Pendidikan Enterpreneurship dalam Perspektif Global.” *Tarbiyatuna: Jurnal Pendidikan Islam* Vol 9 No 2 (2016): 120.
- Muhammad Anwar H.M. *Pengantar Kewirausahaan Teori dan Aplikasi*. Jakarta: Prenadamedia Group, 2014.
- Mulyadi. *Kewirausahaan: Bertindak Kreatif dan Inovatif*. Palembang: Rafah Press, 2011.
- Mutis. *Kewirausahaan*. Jakarta: Erlangga, 2005.
- Nada Diva dan Egi Arvian. “Perilaku Konsumen Muslim Generasi Z Dalam Pengadopsian Dompnet Digital.” *Valid Jurnal Ilmiah* Vol 17 No 2 (Juli 2022): 115.
- Novalien Carolina Lewaherilla, Victor Ernest Huwae, dan Agusthina Risambessy,. “strategi pengelolaan usaha kecil di masa pandemi covid 19 desa waai kabupaten maluku tengah.” *Communnity Development Journal*, Vol 2 No 2 (2021): 1.
- Nurul Huda, Sri Chusri Haryanti, Nova Rini, dan Rosmelani. “pelatihan entrepreneurship motivation dalam membangun mental entrepreneurship bagi umkm di masa pandemi covid 19.” *Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat Universitas Islam “45” Bekasi* Vol 1 No 1 (2021): 15.
- Oktarina, Harti, Eka Adnan Agung, dan Sitti Hajar Aswad. “Pengaruh Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Pendidikan Ekonomi STKIP Pembangunan Indonesia.” *SNEB: Seminar Nasional Ekonomi dan Bisnis Dewantara* 1, no. 1 (2 September 2019): 49–54. doi:10.26533/sneb.v1i1.411.
- Periyadi, dkk. “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Berwirausaha pada Mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al-Banjary Banjarmasin.” *Jurnal Ilmu Ekonomi Bisnis* volume 6 Nomor 1, no. 1 (Maret 2020): 12.
- Puji Lestari, Fibria Anggraini. “Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keberhasilan Berwirausaha.” *Jurnal Riset Inspirasi Manajemen dan Kewirausahaan* 3, no. 2 (1 September 2019): 65–69. doi:10.35130/jrimk.v3i2.68.

- Putri, Linzzy Pratami, dan Irma Christiana. "Analisis Faktor yang Mempengaruhi Mahasiswa Berwirausaha di Masa Pandemi Covid," 2020, 5.
- R Willya Achmad W dkk. "Potret Generasi Milenial pada Era Revolusi 4.0 Industry." *Jurnal Pekerjaan Sosial* Vol 2 No 2 (t.t.): 188.
- Rusdiana. *Kewirausahaan teori dan praktik*. Bandung: Pustaka Setia, 2013.
- Safroni Isrososiawan. "Peran Kewirausahaan dalam Pendidikan." *Jurnal Jurusan Pendidikan IPS Ekonomi* Edisi 13 (2013): 40.
- Sakitri Galih. "Selamat Datang Generasi Z, Sang Penggerak Inovasi!." *Forum Manajemen* Vol 35 No 2 (2021): 2.
- Siswoyo, Bambang Banu. "Pengembangan Jiwa Kewirausahaan di Kalangan Dosen dan Mahasiswa." *Jurnal Ekonomi Bisnis* Vol 14 No 2 (2009): 114.
- Soerjono Soekanto. *Sosiologi Keluarga*. Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2004.
- Sukmawati Saleh, Munir Salham, dan Nurhayati Mansur. "Harapan dan Tantangan Enterpreneur di Kota Palu." *Jurnal Budaya Etnika* Vol 2 No 1 (2018): 3.
- Sumahamijaya. "Beberapa Pokok tentang Semangat Wiraswasta atau Entrepreneurship." *Antropologi Indonesia*, 2019.
- <https://www.jpnn.com/news/survei-membuktikan-minat-Generasi-z-dan-milenial-jadi-pengusaha-sangat-tinggi>. "Survei Membuktikan Minat Generasi Z dan Milenial Jadi Pengusaha Sangat Tinggi," t.t. Diakses 28 Agustus 2022.
- Suryalena, Rummyeni. "Peran 'Entrepreneurship dalam Pengembangan Usaha Bank Sampah.'" *Jurnal Aplikasi Bisnis* Vol 8 No 2 (2018): 88.
- Suryana. *Kewirausahaan (Kiat dan Proses Menuju Sukses)*. 4 ed. Jakarta: Salemba Empat, 2017.
- Syaiful Bahri Djamrah. *Psikologi Belajar*. Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2011.
- Syamsu Yusuf. *Perkembangan Peserta Didik*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2012.
- Taufik, dan Eka Avianti Ayuningtyas. "Dampak Pandemi Covid-19 terhadap Bisnis dan Eksistensi Platform Online." *Jurnal Pengembangan Wiraswasta* 22, no. 01 (30 April 2020): 21. doi:10.33370/jpw.v22i01.389.
- Tejo Nurseto. "Pendidikan Berbasis Enterpreneur." *Jurnal Pendidikan Akuntansi Indonesia* Vol 8 No 2 (2010): 54.
- UIN Sunan Ampel Surabaya, Anisa Yusrin Nanda, Muchammad Saifuddin, dan UIN Sunan Ampel Surabaya. "Analisis

- Perbandingan Minat Berwirausaha dan Bekerja Sebagai Karyawan di Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Mahasiswa ProdiManajemen UIN Sunan Ampel Surabaya)." *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis (EK&BI)* 4, no. 1 (2021): 418-25. doi:10.37600/ekbi.v4i1.250.
- Yanti, Putu Eka Desy, Made Nuridja. ""Pengaruh Lingkungan Keluarga terhadap Berwirausaha Siswa Kelas XI SMK Negeri 1 Singaraja"." *Skripsi, Singaraja: Univesitas Pendidikan Ganesta*, 2014, 10.
- Yuli Kristyowati. "Generasi Z dan Strategi Melayaninya." *Jurnal Ambassadors* Vol 02 No 01 (Juni 2021): 3.
- Zuly Daima Ulfa, Jeff Agung Perdana. "Program Zitasi Generasi Z Melalui Aplikasi Fatsecret Pada Siswa Smk Negeri 1 Palangka Raya." *Jurnal Dharma Pendidikan Dan Keolahragaan* Vol 2 No 1 (2022): 36.
- <https://www.jurnal.id/id/blog/2018-7-tantangan-menjadi-entrepreneur-dalam-menghadapi-era-globalisasi/>, t.t. Diakses 19 Desember 2021.

BIODATA PENULIS

Penulis Pertama

Drs. H. Agus Salim Lubis, M.Ag lahir di Binjai, 21 Agustus 1963. Pendidikan Terakhir S.2 Pasca Sarjana IAIN SU Medan yang tamat pada Tahun 2000. Penulis merupakan dosen Program Studi Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi IAIN Padangsidimpuan dengan Mata Kuliah Wajib Filsafat Islam. Beberapa riset yang dihasilkan: Hubungan Tingkat Keberagamaan dengan Pola Konsumsi Umat Islam di Kec. Percut Sei Tuan (Aplikasi Pelatihan Penelitian Tahun 1995), Pembinaan Kehidupan Beragama Masyarakat Melayu di Kec. Medan Belawan (Aplikasi Pelatihan Penelitian Tahun 1997), Takdir Menurut Pemahaman Masyarakat Melayu di Kec. Pantai Labu (Aplikasi Pelatihan Penelitian Tahun 1999), Upacara Adat Pada Masyarakat Padang Bolak Ditinjau dari Aspek Sosiologis dan Teologis (Penelitian dana DIPA Tahun 2003 IAIN Padangsidimpuan), Sikap Keagamaan dan Kaitannya Dengan Kerukunan Hidup Umat Beragama di Kec. Sayurmatinggi (Penelitian dana DIPA Tahun 2005 STAIN Padangsidimpuan, Pandangan Ulama dan Intelektual Muslim Terhadap Konsep Islam Kultural dan Islam Fundamental dalam Pembangunan Keislaman di Padangsidimpuan (Penelitian dana DIPA Tahun 2013 STAIN Padangsidimpuan), Analisis Pengelolaan Jurnal Ilmiah dan Kaitannya dengan Program Jurnal Ilmiah Berbasis Online (Open Journal system) di IAIN Padangsidimpuan (Penelitian dana DIPA 2016 IAIN Padangsidimpuan), Hamoraon, Hagabeon dan Hasangapon Sebagai Dasar Falsafah Dalam Membekali Pendidikan Anak Pada Masyarakat Tapanuli Selatan (Litapdimas Tahun 2018/ Anggota), dan Penguatan Karakter Bersih dan Jujur Pada Mahasiswa Ma'had Al-Jamiah IAIN Padangsidimpuan (Litapdimas 2020/ Anggota).

Penulis Kedua

Ricka Handayani, M.M lahir di Kota Padangsidimpuan pada tanggal 13 Maret 1991 dari pasangan Bapak Sumardi dan Ibu Nisma Lubis. Pendidikan SLTA diselesaikan di SMA Negeri 2 Padangsidimpuan, Strata-1 (S1) diselesaikan di IAIN Padangsidimpuan pada Program Studi Perbankan Syariah pada Tahun 2014, dan Untuk Program Magister dengan gelar Magister Manajemen diperoleh di Universitas Islam Sumatera Utara. Penulis memulai karir sebagai dosen di tahun 2017 (non PNS) dan alhamdulillah pada tahun 2019 lulus CPNS Dosen di formasi Mata Kuliah Manajemen Sumber Daya Manusia. Sebagai seorang dosen, penulis mengampu Mata Kuliah Wajib Manajemen Sumber Daya Manusia. Dan Alhamdulillah disamping Mata Kuliah wajib, penulis juga pernah membawakan beberapa Mata Kuliah seperti Kewirausahaan, Studi Kelayakan Bisnis, Manajemen Kinerja, dan Manajemen Risiko. Adapun pengalaman Penelitian Penulis masih berada pada tingkat jurnal yang dipublish di Jurnal Sinta 4 dan 6.