

ANALISIS NIAT BERWIRUSAHA PADA GENERASI Z: SEBUAH STUDI DI KOTA MATARAM

Logi Mulawarman¹⁾, Bukran Bukran²⁾, Muhammad Taufik³⁾, Mohammad Ziad Anwar⁴⁾
^{1), 2), 3), 4)} Universitas Bumigora, Indonesia

¹⁾logi@universitasbumigora.ac.id, ²⁾bukran@universitasbumigora.ac.id,
³⁾m.taufik@universitasbumigora.ac.id, ⁴⁾ziad@universitasbumigora.ac.id

| | | |
|---|---------------------------|-----------------------------|
| Correspondence | | |
| Email: logi@universitasbumigora.ac.id | | No. Telp: 087754381245 |
| Submitted: 30 November 2023 | Accepted: 9 December 2023 | Published: 10 December 2023 |

ABSTRACT

Entrepreneurial intentions reflect a person's commitment to starting a new business. Generation Z who grew up with technology, the internet and social media has a preference for starting a business. This research aims to explore entrepreneurial intention among Generation Z (Gen Z) in Mataram City. Qualitative research methods and descriptive approaches will be used to investigate motivations, values, or factors that influence entrepreneurial tendencies in this generation. This research involved 25 participants from Gen Z in Mataram City, with special attention to educational background and interest in entrepreneurship. The results of the investigation reveal that personal attitudes, subjective norms, perceived behavioral control, social norms, opportunity recognition, and entrepreneurial role models are factors that can influence entrepreneurial intention. Gen Z tends to want to start a new business if they have good knowledge or education about entrepreneurship. Gen Z's entrepreneurial interest focuses on the use of technology where they want to start a new business by maximizing the use of technology.

Keywords: *entrepreneurial intention; generation Z; use of technology*

ABSTRAK

Niat berwirausaha mencerminkan komitmen seseorang untuk memulai usaha baru. Generasi Z yang tumbuh dengan teknologi, internet dan media sosial memiliki preferensi untuk memulai wirausaha. Penelitian ini bertujuan untuk mendalami niat berwirausaha di kalangan Generasi Z (Gen Z) di Kota Mataram. Metode penelitian kualitatif dan pendekatan deskriptif akan digunakan untuk menyelidiki motivasi, nilai, atau faktor-faktor yang memengaruhi kecenderungan berwirausaha pada generasi ini. Penelitian ini melibatkan 25 partisipan dari kalangan Gen Z di Kota Mataram, dengan perhatian khusus pada latar belakang pendidikan dan minat berwirausaha. Hasil penyelidikan mengungkapkan bahwa sikap pribadi, norma subjektif, kontrol perilaku yang dirasakan, norma-norma sosial, pengenalan peluang, dan panutan wirausaha merupakan faktor yang dapat mempengaruhi niat berwirausaha. Gen Z cenderung ingin memulai usaha baru jika memiliki pengetahuan atau pendidikan tentang kewirausahaan yang baik. Minat berwirausaha pada Gen Z berfokus pada pemanfaatan teknologi yang di mana mereka ingin memulai usaha baru dengan memaksimalkan penggunaan teknologi.

Kata Kunci: niat berwirausaha; generasi Z; pemanfaatan teknologi

PENDAHULUAN

Dalam era dinamis dan terus berubah ini, semakin banyak anak muda yang tertarik untuk mengejar jalan kewirausahaan (Aini & Oktafani, 2020). Niat berwirausaha di kalangan anak muda menjadi fenomena menarik yang mencerminkan semangat inovasi, keinginan untuk menciptakan perubahan, dan hasrat untuk mengelola bisnis sendiri. Faktor-faktor yang mendorong niat berwirausaha di antara generasi muda sangat beragam dan mencakup aspek personal, sosial, dan ekonomi.

Salah satu pendorong utama niat berwirausaha di kalangan anak muda adalah keinginan untuk merealisasikan ide kreatif mereka (Maulindah, 2021). Generasi ini tumbuh dalam lingkungan yang menekankan nilai-nilai kreativitas, inovasi, dan ekspresi diri (Caena & Redecker, 2019). Dengan teknologi yang semakin merata, mereka memiliki akses lebih besar ke informasi dan sumber daya yang mendukung pengembangan ide bisnis. Generasi Z, yang

lahir antara pertengahan 1990-an hingga awal 2010-an, dihadapkan pada berbagai tantangan dan peluang di era globalisasi ini (Armila et al., 2023). Salah satu isu yang menonjol adalah niat berwirausaha di kalangan generasi Z.

Pertama, perkembangan teknologi dan konektivitas yang semakin pesat telah membuka pintu bagi generasi Z untuk menjelajahi peluang bisnis secara global. Generasi ini sudah tidak asing lagi dengan teknologi (Indriyani & Sartika, 2022). Keterampilan digital yang mereka kuasai membuat mereka mampu menciptakan dan mengelola bisnis online dengan lebih efisien. Kedua, nilai-nilai seperti kemandirian dan kebebasan kreatif menjadi pendorong utama niat berwirausaha generasi Z. Mereka cenderung mencari cara untuk menghindari ketergantungan pada pekerjaan konvensional dan bermimpi untuk menciptakan peluang bisnis yang mencerminkan passion dan minat pribadi mereka.

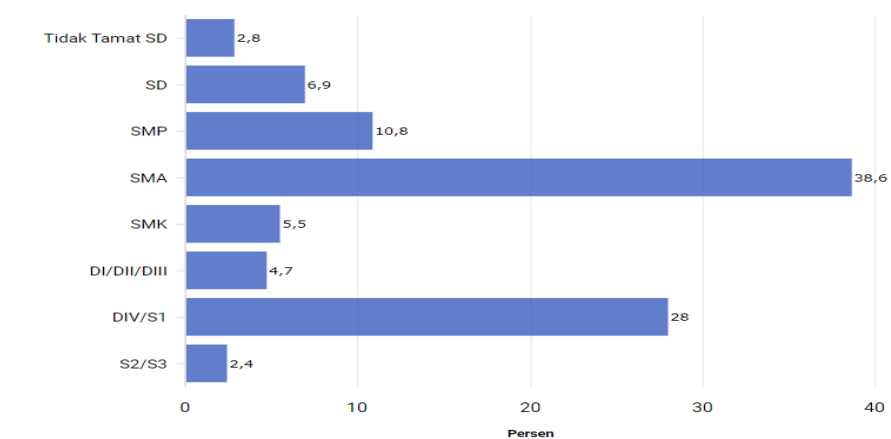


Figure 1. Persentase Kepemilikan Usaha Menurut Tingkat Pendidikan Terakhir di Tahun 2020 (Sumber: Dihni, 2022)

Berdasarkan data di atas, dapat dilihat bahwa individu yang berasal dari lulusan SMA dan SI/DIV memiliki persentase yang tinggi dalam kepemilikan usaha. Kedua jenjang Pendidikan ini memang dikenal aktif dalam memotivasi individu dalam berwirausaha. Hal ini didukung dengan adanya program pemerintah yang menanamkan pengetahuan kewirausahaan dan jiwa wirausaha di setiap jenjang Pendidikan. Namun, di sisi lain, tantangan seperti kurangnya pengalaman dan pengetahuan bisnis dapat menjadi penghambat. Lubis et al (2022) menjelaskan bahwa beberapa anak muda di kalangan generasi Z masih minim pengetahuan tentang kewirausahaan. Banyak generasi Z mungkin kurang akses terhadap mentor atau modal awal yang diperlukan untuk memulai bisnis mereka sendiri. Pendidikan yang mendukung pengembangan keterampilan wirausaha dan pengalaman praktis dapat menjadi solusi untuk meningkatkan niat berwirausaha di kalangan generasi Z. Melibatkan mereka dalam program kewirausahaan sejak dini dan menyediakan sumber daya yang diperlukan dapat membantu mengatasi hambatan-hambatan ini.

Berwirausaha adalah suatu tindakan yang dilakukan dengan niat untuk mendirikan dan mengelola bisnis. Niat berwirausaha mencakup motivasi yang kuat untuk menciptakan nilai tambah, mencapai kemandirian finansial, dan mengembangkan ide atau produk inovatif (Kartika et al., 2022). Para wirausahawan sering kali memiliki dorongan intrinsik yang memotivasi mereka untuk mengatasi tantangan, mengambil risiko, dan menerapkan kreativitas dalam konteks bisnis. Niat berwirausaha juga mencerminkan keinginan untuk memberikan kontribusi positif terhadap masyarakat. Banyak wirausahawan memiliki tujuan sosial atau lingkungan, seperti menciptakan lapangan kerja, memberdayakan komunitas, atau

menciptakan solusi untuk masalah sosial. Niat ini memberikan dimensi etis pada kegiatan berwirausaha, menjadikannya lebih dari sekadar mencari keuntungan pribadi, tetapi juga sebagai upaya untuk meningkatkan kesejahteraan bersama.

Selain itu, niat berwirausaha dapat berasal dari dorongan untuk mencapai kemandirian dan fleksibilitas dalam menjalani kehidupan (Mulawarman et al., 2020). Banyak individu yang memilih berwirausaha karena mereka ingin memiliki kendali atas waktu, pengambilan keputusan, dan arah karier mereka sendiri. Niat ini mencerminkan keinginan untuk mengukir jalur sendiri dalam mencapai sukses dan membangun kehidupan yang sesuai dengan nilai-nilai dan aspirasi pribadi.

Beberapa penelitian terdahulu mengungkapkan sebagai berikut: Eysel & Durmaz (2019) menemukan bahwa sikap pribadi, norma subjektif, dan kontrol perilaku yang dirasakan berpengaruh positif terhadap niat berwirausaha. Tidak hanya itu, Mahmood et al (2020) menjelaskan bahwa sikap dan kontrol perilaku yang dirasakan berhubungan secara signifikan dengan niat berwirausaha remaja, sementara norma-norma sosial menunjukkan pengaruh yang tidak signifikan. Maziriri et al (2019) juga menambahkan bahwa pengenalan peluang, panutan wirausaha dan semangat berwirausaha memiliki berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat berwirausaha. Dari penjelasan ini terdapat banyak faktor, nilai, atau motivasi yang memengaruhi kecenderungan berwirausaha pada generasi Z ini. Oleh karena itu, pembahasan lebih lanjut sangat perlu dilakukan untuk menyelidiki motivasi, nilai, atau faktor-faktor yang memengaruhi kecenderungan berwirausaha pada generasi Z di Kota Mataram.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Sampel dipilih melalui teknik *random sampling*, melibatkan anggota Generasi Z sebanyak 25 orang di Kota Mataram. Wawancara mendalam digunakan untuk mendapatkan perspektif langsung dari partisipan, sementara observasi partisipatif memberikan pemahaman kontekstual dalam kehidupan sehari-hari partisipan dan digunakan juga untuk mengetahui tingkat minat berwirausaha setiap partisipan. Pendekatan deskriptif dalam penelitian kualitatif bertujuan untuk memberikan gambaran komprehensif dan rinci tentang fenomena yang sedang diteliti (Rukin, 2019). Metode ini fokus pada deskripsi, interpretasi, dan pemahaman mendalam terhadap konteks dan karakteristik suatu kejadian atau situasi. Dengan kata lain, selain menyelidiki motivasi, nilai, atau faktor-faktor yang memengaruhi kecenderungan berwirausaha pada generasi Z di Kota Mataram, penelitian ini juga menyediakan pemahaman yang mendalam tentang niat berwirausaha di Kota Mataram.

Teknik analisis yang diimplementasikan adalah analisis konten. Ekasari et al (2019) menjelaskan bahwa metode analisis konten adalah suatu teknik untuk mengambil kesimpulan dengan mengidentifikasi berbagai karakteristik khusus suatu pesan secara objektif, sistematis, dan generalis. Tahapan analisis konten meliputi: *coding*, interpretasi hasil *coding*, dan sintesis hasil penelitian. Analisis konten dalam penelitian kualitatif bertujuan untuk memahami, menggambarkan, dan menginterpretasi makna dari data teks atau konten tertentu. Pada penelitian ini, teks atau konten tertentu mengarah pada hasil wawancara dalam bentuk transkrip wawancara. Teks ini kemudian akan dipahami, diidentifikasi, dan diinterpretasikan menggunakan pendekatan analisis konten.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Faktor-faktor yang mempengaruhi niat berwirausaha telah digolongkan dalam penelitian ini yang di mana melibatkan kombinasi dari elemen internal dan eksternal yang membentuk keyakinan dan motivasi individu untuk terlibat dalam kegiatan kewirausahaan. Secara internal, faktor-faktor seperti motivasi diri, kepercayaan diri, dan keterampilan kewirausahaan memainkan peran penting dalam membentuk niat berwirausaha seseorang. Motivasi diri mencakup dorongan intrinsik untuk mencapai tujuan pribadi dan kepuasan melalui pencapaian dalam dunia bisnis. Kepercayaan diri menyangkut keyakinan individu terhadap kemampuannya untuk mengatasi tantangan dan meraih keberhasilan dalam berwirausaha. Di sisi lain, faktor eksternal seperti dukungan sosial, norma sosial, dan persepsi terhadap peluang berwirausaha juga memainkan peran krusial. Dukungan dari keluarga, teman, dan lingkungan sekitar dapat memperkuat niat berwirausaha seseorang, sementara norma sosial dan persepsi positif terhadap peluang dapat memberikan dorongan tambahan untuk memulai bisnis. Hasil penelitian ini diuraikan pada tabel berikut:

Table 1. Ringkasan hasil wawancara (diolah secara manual oleh peneliti)

| No | Faktor-faktor yang mempengaruhi Niat Berwirausaha | Partisipan yang Memberikan Respon | Jumlah | Persentase |
|----|---|--|---------------|------------|
| 1 | Sikap Pribadi | 1, 2, 4, 6, 11, 15, 17, 21, 22, 25 | 10 Partisipan | 40% |
| 2 | Norma Subjektif | 2, 5, 6, 10, 15, 17, 22 | 7 Partisipan | 28% |
| 3 | Kontrol Perilaku yang Dirasakan | 1, 2, 4, 7, 14, 15, 20, 22 | 8 Partisipan | 32% |
| 4 | Norma-Norma Sosial | 2, 5, 9, 16, 19, 1, 2, 3, 7, 8, 9, 10, 12, | 5 Partisipan | 20% |
| 5 | Pengenalan Peluang | 13, 15, 16, 18, 19, 20, 23, 24, 25 | 17 Partisipan | 68% |
| 6 | Panutan Wirausaha | 2, 3, 4, 6, 10, 15, 20, 21, 22, 24, 25 | 11 Partisipan | 44% |

Berdasarkan tabel di atas, faktor yang menduduki urutan pertama adalah Pengenalan Peluang. Terdapat 17 partisipan atau 68% dari keseluruhan partisipan penelitian ini merasakan bahwa mereka berniat untuk menjadi wirausaha jika ada pengenalan peluang. Dari hasil wawancara, pengenalan peluang yang dimaksud oleh informan adalah informasi atau pengetahuan tentang prospek wirausaha bagi gen Z. Sehingga, hasil menunjukkan bahwa Gen Z cenderung ingin memulai usaha baru jika memiliki pengetahuan atau pendidikan tentang kewirausahaan yang baik. Pengenalan peluang melibatkan kemampuan untuk mengidentifikasi peluang bisnis yang mungkin menghasilkan nilai tambah atau keuntungan. Faktor-faktor seperti pengetahuan industri, pengalaman sebelumnya, dan tingkat kreativitas dapat memainkan peran dalam pengenalan peluang ini. Individu yang memiliki kemampuan ini cenderung lebih condong untuk memiliki niat berwirausaha yang tinggi, karena mereka melihat potensi dalam menciptakan atau mengembangkan bisnis berdasarkan peluang yang mereka kenali.

Di urutan kedua dan ketiga adalah faktor adanya Panutan Wirausaha (44%) dan Sikap Pribadi (40%). Kedua faktor ini cukup memiliki dampak yang besar dalam mempengaruhi niat berwirausaha pada Gen Z di Kota Mataram. Gen Z yang dikenal aktif menggunakan berbagai teknologi cenderung banyak menghabiskan waktunya di dunia maya atau sosial media. Hasil

wawancara menunjukkan bahwa Gen Z terkadang merasa terinspirasi dari beberapa orang yang ada di sosial media khususnya orang-orang yang sukses mendirikan bisnis dari nol. Hal ini yang menjadikan niat berwirausaha para Gen Z lebih meningkat. Selain itu, terdapat faktor sikap pribadi di dalam diri mereka. Sikap pribadi ini mengarahkan Gen Z untuk menyukai bisnis yang identik dengan pemanfaatan teknologi. Dalam hal ini ditemukan bahwa, minat berwirausaha pada Gen Z berfokus pada pemanfaatan teknologi yang di mana mereka ingin memulai usaha baru dengan memaksimalkan penggunaan teknologi. Gen Z memfokuskan minat mereka dalam berwirausaha dengan menyesuaikan diri pada kondisi mereka yang di mana seperti yang diketahui bahwa Gen Z saat ini berada di kondisi serba menggunakan teknologi.

Secara berurutan, faktor yang menduduki urutan keempat, kelima, dan keenam yaitu Kontrol Prilaku yang Dirasakan (32%), Norma Subjektif (28%), dan Norma-Norma Sosial (20%). Seluruh faktor yang mempengaruhi niat berwirausaha di atas sejatinya telah diidentifikasi pada penelitian ini dan hasil penyelidikan menunjukkan bahwa sikap pribadi, norma subjektif, kontrol prilaku yang dirasakan, norma-norma sosial, pengenalan peluang, dan panutan wirausaha merupakan faktor yang dapat mempengaruhi niat berwirausaha. Namun, terdapat faktor yang menunjukkan nilai dominan khususnya faktor Pengenalan Peluang. Pengenalan peluang seringkali menjadi pemicu niat berwirausaha. Kesadaran terhadap peluang yang ada dapat meningkatkan motivasi individu untuk menciptakan sesuatu yang baru dan merintis bisnis. Niat berwirausaha dapat tumbuh dari keyakinan bahwa mengambil peluang tersebut dapat menghasilkan keberhasilan secara ekonomi atau sosial. Oleh karena itu, pengenalan peluang harus dilakukan dengan tepat. Seseorang dapat mengenali peluang berwirausaha dengan kemampuannya sendiri dan juga dapat mengenali peluang melalui transfer pengetahuan di dunia pendidikan.

Pembahasan

Tujuan penelitian ini adalah untuk menyelidiki motivasi, nilai, atau faktor-faktor yang memengaruhi kecenderungan berwirausaha pada generasi ini. Temuan di atas menunjukkan bahwa Gen Z cenderung ingin memulai usaha baru jika memiliki pengetahuan atau pendidikan tentang kewirausahaan yang baik. Selanjutnya, minat berwirausaha pada Gen Z berfokus pada pemanfaatan teknologi yang di mana mereka ingin memulai usaha baru dengan memaksimalkan penggunaan teknologi. Temuan ini mempertegas penelitian dari Maziriri et al (2019). Dalam penelitian ini, dapat dilihat bahwa Gen Z masih sangat membutuhkan pengetahuan tentang kewirausahaan. Melihat hal ini, dapat dikatakan bahwa membangun niat berwirausaha bisa diupayakan melalui pendidikan dan transfer pengetahuan.

Membangun niat berwirausaha melalui pendidikan dan pengetahuan adalah suatu upaya strategis untuk membentuk calon wirausahawan yang tangguh dan berpengetahuan. Pendidikan kewirausahaan yang terintegrasi dengan pengetahuan bisnis memberikan pondasi yang kokoh bagi individu untuk memahami aspek-aspek esensial dalam mengelola dan mengembangkan bisnis (Khamidah, 2018). Melalui kurikulum yang mencakup pembelajaran praktis, pengembangan keterampilan manajemen, dan pemahaman mendalam tentang pasar, pendidikan tersebut dapat merangsang minat dan membentuk niat berwirausaha.

Individu yang memiliki pemahaman yang mendalam tentang cara mengidentifikasi peluang, mengelola risiko, dan mengembangkan strategi bisnis lebih cenderung memiliki kepercayaan diri untuk memulai usaha mereka sendiri. Dengan memberikan akses ke pengetahuan tentang inovasi, teknologi, dan tren pasar, pendidikan dapat membantu menghilangkan ketidakpastian yang seringkali menjadi hambatan dalam pembentukan niat berwirausaha. Oleh karena itu, pendidikan dan pengetahuan bukan hanya membekali individu

dengan keterampilan praktis, tetapi juga merangsang motivasi dan keberanian untuk merintis jalur bisnisnya sendiri.

KESIMPULAN

Niat berwirausaha mencerminkan komitmen seseorang untuk memulai usaha baru yang dimana dapat dipengaruhi oleh sikap pribadi, norma subjektif, kontrol perilaku yang dirasakan, norma-norma sosial, upaya pengenalan peluang, dan adanya panutan wirausaha. Salah satu aspek yang memperkuat niat berwirausaha pada generasi Z adalah penguasaan teknologi. Dibesarkan dalam lingkungan yang terus berkembang secara teknologi, Generasi ini memiliki keunggulan dalam memahami dan memanfaatkan inovasi digital. Teknologi bukan hanya menjadi alat untuk memulai dan mengelola bisnis, tetapi juga menjadi landasan bagi ide-ide kreatif yang memperkuat niat mereka untuk menciptakan perubahan. Implikasi penelitian ini dapat menjadi dasar bagi pemerintah, pendidik, dan pemangku kepentingan lainnya untuk mengembangkan kebijakan dan program yang mendukung perkembangan kewirausahaan Generasi Z di Kota Mataram, serta menciptakan lingkungan yang kondusif bagi inovasi dan pertumbuhan bisnis.

REFERENSI

- Aini, Q., & Oktafani, F. (2020). Pengaruh pengetahuan kewirausahaan, motivasi berwirausaha dan lingkungan keluarga terhadap minat berwirausaha mahasiswa fakultas komunikasi dan bisnis telkom university. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 17(2), 151–159.
- Armila, A., Payung, Y. S. R., Pilo, S., & Ra'pean, A. (2023). Pendidikan Kristen Dalam Keluarga Dalam Upaya Membangun Karakter Anak Generasi Z. *Adiba: Journal of Education*, 3(4), 510–519.
- Caena, F., & Redecker, C. (2019). Aligning teacher competence frameworks to 21st century challenges: The case for the European Digital Competence Framework for Educators (Digcompedu). *European Journal of Education*, 54(3), 356–369.
- Dihni, V. A. (2022). *Persentase Pengusaha/Penangguna Jawab Usaha Perdagangan Menurut Tingkat Pendidikan Terakhir (2020)*. Databoks.Katadata.Co.Id. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/02/17/pengusaha-di-indonesia-paling-banyak-lulusan-sma>
- Ekasari, K., Eltivia, N., & Soedarso, E. H. (2019). Analisis Konten Terhadap Pengungkapan Etika dan Integritas Pada Sustainability Reporting. *Jurnal Riset Dan Aplikasi: Akuntansi Dan Manajemen*, 4(1), 0.
- Eyel, C. Ş., & Durmaz, İ. B. V. (2019). Entrepreneurial intentions of Generation-Z: Compare of social sciences and natural sciences undergraduate students at Bahçeşehir university. *Procedia Computer Science*, 0(158), 861–868.
- Indriyani, D., & Sartika, S. H. (2022). Persepsi Generasi Z pada Penggunaan E-wallet selama Pandemi Covid-19. *Jurnal Sekretari Dan Manajemen*, 6(1), 68–74.
- Kartika, Y., Sumartono, B. G., & Syamsuri, S. (2022). Pengaruh Praktik Kewirausahaan Terhadap Motivasi Berwirausaha Peserta Didik. *Tarbiyah Wa Ta'lim: Jurnal Penelitian Pendidikan Dan Pembelajaran*, 0(0), 129–140.
- Khamidah, N. (2018). *Pendidikan Kewirausahaan Untuk Meningkatkan Life Skill Santri Di Yayasan Pondok Pesantren Modern Yatim Dan Dhuafa Madania Yogyakarta*. Universitas Islam Indonesia.
- Lubis, T. W. H., Efendi, N., & Ginting, S. O. (2022). Kewirausahaan Untuk Generasi Z Pada Siswa Methodist Tanjung Morawa. *Dinamisia: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(6), 1536–1542.
- Mahmood, S., Lateef, A., & Paracha, A. T. (2020). Determining the Entrepreneurial Intentions

- of Youth/Generation Z: A Study of Youth Intent towards Entrepreneurship. *GMJACS*, 10(2), 16–16.
- Maulindah, R. L. (2021). Jangan Malu Berbisnis di Usia Muda. *3rd Anual Applied Science and Engineering Conference (AASEC)*, 1(3), 0.
- Maziriri, E. T., Tafadzwa, C. M., & Nzewi, O. I. (2019). Determinants of entrepreneurial intention among Generation Y students within the Johannesburg Metropolitan area of South Africa. *African Journal of Business and Economic Research*, 14(3), 111.
- Mulawarman, L., Hasan, H., & Sharif, S. M. (2020). Motivations And Challenges Of Women Entrepreneurs : The Indonesian Mumpreneur Perspective. *European Journal of Molecular & Clinical Medicine*, 07(06), 3060–3074.
- Rukin, S. P. (2019). *Metodologi penelitian kualitatif*. Yayasan Ahmar Cendekia Indonesia.