

BAB I

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Berdasarkan Usaha Kecil dan Menengah Indonesia (UKM) bahwa generasi muda saat ini memiliki pola pikir yang bervariasi, kreativitas, dan inovasi terhadap perubahan. Sebagian anak muda masih menjalani kehidupan konvensional dengan menempuh pendidikan tinggi, bekerja di perusahaan besar atau instansi pemerintah. Generasi muda saat ini menciptakan dinamika baru dalam dunia kewirausahaan, generasi z yang lahir antara 1995 sampai 2012, cenderung melek dalam teknologi, dan mandiri dalam memilih dan menentukan jalur karir yang lebih fleksibel dan berbasis pada minat kreativitas salah satunya melalui *entrepreneurship*.

Terdapat kesenjangan antara teori dan praktik dalam pembentukan seorang *entrepreneur* di kalangan generasi muda. Pengalaman, motivasi, dan interpretasi individu mempengaruhi cara mereka membangun citra diri, terutama dalam konteks perusahaan yang dirintisnya (Rahmadani, T, 2023). Oleh karena itu penelitian ini bertujuan untuk mengkaji apa yang mendasari seseorang untuk menjadi wirausahawan dan bagaimana mereka melakukan usahanya menjadi seorang *entrepreneur* yang sukses. Fenomena umum yang terjadi saat ini yaitu sedikitnya generasi muda yang memilih menjadi *entrepreneur* di usia yang cukup muda. Jika kita amati bahwa generasi muda sekarang kurang memiliki minat yang besar untuk menjadi *entrepreneur* muda..

Pada tahun 2023, terdapat 56 juta wirausahawan di Indonesia, menurut Badan Pusat Statistik (BPS), namun demikian hanya 3,47% dari total penduduk. Di Indonesia, 23,9 juta orang, atau 42,68% dari semua wirausahawan, berusia 50 tahun ke atas. Di sisi lain, ada jumlah wirausahawan muda berusia 20 hingga 29 tahun, yang berjumlah 61 juta orang, atau kurang dari 11% dari semua wirausahawan. Saat ini Indonesai memiliki populasi generasi z dan milenial yang sangat besar jumlahnya melebihi setengah dari populasi Indonesia. Dapat disimpulkan bahwa saat ini seorang *entrepreneur* di Indonesia yang berusia muda terbilang cukup

rendah, tetapi ada beberapa anak muda yang sukses menjadi seorang *entrepreneur* yang dalam bidang yang berbeda beda.

Dalam konteks ini, *entrepreneur* muda yang ada di indonesia sangatlah sedikit, karena Gen Z kebanyakan lebih memilih untuk langsung kerja di sebuah perusahaan. Sedangkan jika dilihat dari perkembangan zaman sekarang generasi Z dapat membuka peluang menjadi seorang *entrepreneur* dengan adanya dunia digital saat ini, mereka sangat berpotensi dalam membangun sebuah minat dalam diri untuk sebuah usaha.

Tabel 1. 1
Data Informan Penelitian

No	Nama	Bidang Usaha	Keterangan
1	Riyan Ikhsanul	Konveksi pakaian wanita 'Poppy Collection'	Umur 23 tahun, berpendidikan di Univeritas widyatama, pengalaman berwirausaha terbentuk karena lahir dari keluarga yang memmiliki bisnis
2	Ringka Larasati	Makanan 'Ramen Rahayu'	Umur 23 tahun, berpendidikan di Telkom University, Pengalaman pada masa SMA pernah bejualan dan juga hidup di keluarga yang berwirausaha
3	Abraham Maulana	Makanan 'Bams Bakery'	Umur 23 tahun, berpendidikan di Telkom University, pengalaman berwirausaha tumbuh dari keluarganya dan kakaknya yang mempunyai kesukaan pada roti
4	Rizky Maulanna	Fashion pria dan wanita Sandal 'SKMSHOES'	Umur 22 tahun, berpendidikan di Univeritas Islam Bandung, lahir dari keluarga yang berkecimpungan dalam dunia bisnis
5	Mauranika Tigiva	Kosmetik parfum 'Aira Parfume'	Umur 24 tahun, berpendidikan Universitas Pamulang Serang, dorongan berwirausaha dari keluarga yang memiliki ilmu

			di bidang kosmetik khususnya pardum
--	--	--	--

Seorang *entrepreneur* muda tidak hanya dituntut untuk memiliki keberanian dalam memulai usaha, tetapi juga ketekunan dalam menjalani prosesnya. Fenomena ini tercermin dari sosok Riyan Ikhsanul memulai usahanya di usia muda dengan memanfaatkan perkembangan teknologi dan media sosial sebagai peluang untuk mengenalkan produknya kepada masyarakat luas. Konsistensinya dalam mengelola usaha serta kemampuannya membaca peluang menjadi cerminan dari semangat kewirausahaan generasi Z yang adaptif, kreatif, dan responsif terhadap perubahan zaman

Contoh selanjutnya dari Ringka Larasati yang di tengah kesibukan sebagai mahasiswa, Ringka tetap mampu mengembangkan usahanya dengan memanfaatkan waktu dan potensi yang dimilikinya. Semangat dan tekadnya untuk menjadi *entrepreneur* sejak usia muda menunjukkan adanya pola pikir baru di kalangan generasi Z, yang tidak hanya melihat pendidikan formal sebagai satu-satunya jalur kesuksesan, tetapi juga menjadikan kewirausahaan sebagai ruang untuk berekspresi dan berdaya secara ekonomi,

Keinginannya menjadi *entrepreneur* muda berangkat dari semangat untuk menciptakan sesuatu yang berbeda dan berdampak. Strategi yang dijalankan dalam mengembangkan usahanya pun mencerminkan pola pikir generasi Z yang terbuka terhadap kolaborasi, membangun jaringan, dan terus mengeksplorasi peluang yang ada.

Menjadi seorang *entrepreneur* di usia muda saat ini menjadi suatu pencapaian yang cukup baik, tetapi menjadi *entrepreneur* tidak mudah karena membutuhkan waktu luang atau membagi waktu dengan aktivitas lain seperti kuliah, tantangan yang tinggi. Kewirausahaan adalah bidang ilmu yang mempelajari nilai, kemampuan, dan perilaku seseorang dalam menghadapi tantangan hidup untuk mendapatkan peluang dan mengurangi risiko. (Erlangga & Skill, 2018).

Di usia produktif, anak muda umumnya lebih banyak fokus pada perkuliahan. Namun, hal berbeda dilakukan oleh Abraham Maulana, dengan keyakinan dan rasa percaya diri yang tinggi, Abraham memanfaatkan lingkungan sekitarnya sebagai sumber inspirasi sekaligus peluang dalam mengembangkan usahanya. Ia aktif membangun relasi dan memperluas jaringan sosial yang berpotensi mendukung pertumbuhan bisnisnya. Pilihan ini mencerminkan pola pikir generasi Z yang berani keluar dari zona nyaman, serta memiliki dorongan kuat untuk menciptakan sesuatu yang memiliki nilai ekonomis sekaligus memberi makna dalam kehidupan pribadi.

Entrepreneur adalah kemampuan untuk mengoptimalkan apa yang dimiliki seseorang saat ini untuk meningkatkan kualitas hidup di masa yang akan datang (Azzah & A. Rahman HI, 2020). Pentingnya seorang *entrepreneur* membangun kepercayaan dari masyarakat dan konsumen menjadi salah satu kunci keberhasilan dalam menjalankan usaha, terutama di tengah ketatnya persaingan pasar saat ini. Hal ini tercermin dari pengalaman Rizki Maulana, seorang mahasiswa yang juga merintis usaha di bidang fashion, khususnya produk sandal pria dan wanita. Rizki Maulana seorang mahasiswa sekaligus seorang *entrepreneur*, usaha yang dilakukan oleh Rizki Maulana bergerak di bidang *fashion* yaitu berupa sandal wanita dan pria.

Rizki Maulana memulai bisnisnya dengan tekad untuk menjadi *entrepreneur* muda yang sukses dan mampu bersaing di sektor yang terus berkembang di bidang fashion berupa sandal. Pengalaman Rizki menggambarkan bagaimana generasi Z melihat *entrepreneurship* bukan hanya sebagai sarana mencari keuntungan, tetapi juga sebagai jalan untuk aktualisasi diri dan pembuktian kemampuan. Mereka menjalani proses ini dengan pendekatan yang khas fleksibel, kreatif, dan berani mengambil risiko.

Menjadi seorang *entrepreneur* muda dengan minimnya pengalaman sering kali menjadi tantangan besar dalam menumbuhkan minat dan kepercayaan diri untuk berwirausaha. Namun, hal ini tidak berlaku bagi Mauranika Tigiva. Di usianya yang masih muda, Mauranika Tigiva memilih jalur yang berbeda dengan kebanyakan anak muda lainnya, yakni memulai dan membangun bisnisnya sendiri dengan memanfaatkan kekuatan media sosial sebagai alat pemasaran utama. Mauranika Tigiva menjadi bagian penting dari fenomena berkembangnya *entrepreneur* muda dari kalangan generasi Z yang memiliki pendekatan, motivasi, dan pengalaman yang unik dalam menjalani bisnis. Dengan pendekatan fenomenologi, penelitian ini bertujuan menggali secara mendalam pengalaman subjektif seperti yang dialami Mauranika Tigiva, termasuk bagaimana mereka memahami tantangan, membentuk makna terhadap proses usaha, serta menyesuaikan diri dengan perubahan dalam perjalanan kewirausahaan mereka.

Mereka yang menjadi *entrepreneur* adalah orang-orang yang mempunyai daya pikir kreatif, mandiri dan juga mampu membangun dirinya sendiri, dengan mengenal potensi dan belajar mengembangkan potensi untuk meraih peluang kesempatan serta mengorganisir usaha dalam mewujudkan cita-citanya. Penelitian dengan tema serupa telah dilakukan oleh Dedeh. Noviyanti, Desiani Puspitasari, dan Febriola Saputra dengan judul “*Annalisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Wirausaha Pada Generasi Z dalam Era Digital*”. Penelitian menggunakan

pendekatan kuantitatif deskriptif. Metode pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner online (Google Forms), dan teknik *purposive sampling* dipilih untuk memastikan responden yang merupakan anggota Generasi Z dengan akses teknologi dan motivasi wirausaha tinggi. Tujuan dari hasil penelitian untuk mengetahui Mengeksplorasi pengaruh kemandirian digital, bersama variabel psikologis dan sosial, dalam membentuk minat berwirausaha Generasi Z serta Memberikan wawasan untuk strategi pendidikan dan pelatihan yang sesuai agar dapat meningkatkan minat dan kesiapan wirausaha.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Kemandirian digital dan minat wirausaha Generasi Z menjadi faktor kunci dalam membentuk masa depan ekonomi dan inovasi. Dengan menerapkan strategi pendidikan dan pembinaan yang berfokus pada pengembangan kemandirian digital, Generasi Z dapat siap untuk memulai bisnis dalam era digital yang dinamis. Metode yang komprehensif yang mencakup pendidikan formal. *Entrepreneur* dan business harus memiliki jiwa kewirausahaan untuk menciptakan dan membangun usaha yang berkembang sukses. Hal ini yang menjadi perbedaan penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah fokus pembahasannya, penelitian ini berfokus pada faktor-faktor yang memengaruhi minat berwirausaha Generasi Z di era digital., sedangkan dalam penelitian yang dilakukan oleh peneliti fokus pada motif dan pengalaman *entrepreneur* anak muda.

Peneliti kedua dilakukan oleh Nuri Purwanto dengan judul penelitian “Muda Berkarya Motivasi Wirausaha Dalam Kajian Fenomenologi” Penelitian ini membahas bagaimana mengungkap pengalaman berwirausaha dan strategi wirausaha yang khas pada setiap subjek. Metode penelitian ini menggunakan metodologi kualitatif dengan pendekatan fenomenologi dan data diperoleh melalui wawancara. Hasil penelitian menunjukkan bahwa bahwa mahasiswa atau pengusaha muda generasi Z, di bawah usia 24 tahun memaknai wirausaha sebagai proses kreatif dan bentuk ekspresi personal yang sangat dipengaruhi oleh pengalaman hidup serta lingkungan sosial sejak dini. Perbedaan penelitian ini dengan peneliti yaitu, peneliti lebih spesifik dalam membahas motivasi wirausaha generasi Z, dengan membedah dua jenis motivasi menurut Alfred Schutz *because motive* dan *in order to motive* serta mengeksplorasi pengalaman subjektif para wirausaha muda, sedangkan penelitian Purwanto yang fokus pada motivasi wirausaha secara umum di kalangan muda.

Urgensi penelitian ini terletak pada kebutuhan generasi muda saat ini untuk memahami apa yang mendasari serta bagaimana mereka melakukan dan membangun usahanya menjadi berhasil

dalam mengembangkan *entrepreneur* yang sukses serta keberlanjutan. Generasi muda yang memilih jalurnya pada *entrepreneurship* harus mampu memanfaatkan potensi yang dimiliki dari individu untuk mendorong pengembangan diri dan pencapaian tujuan karier sebagaimana yang disebutkan oleh Irianto dan Febri dalam jurnal (Janatin & Kurnia, 2022) generasi muda merupakan salah satu aspek yang harus dilibatkan dalam pembangunan. Hal ini disebabkan generasi muda merupakan SDM yang berpotensi untuk dapat mendukung keberhasilan pembangunan diri. Membangun jiwa *entrepreneur* bagi anak muda dapat membantu mereka untuk menunjukkan jadi diri mereka dan juga dapat membantu untuk mendefinisikan siapa mereka dan apa yang mereka tawarkan pada semua orang khususnya pada seorang anak muda yang menjadi *entrepreneur*.

Penelitian ini difokuskan yaitu pada motif pelaku *entrepreneur* “**Mengungkap motif dan pengalaman subjektif *entrepreneurship* generasi Z**”. Dalam konteks inilah pendekatan fenomenologi menjadi relevan. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk menyelami pengalaman personal dan makna yang dibentuk oleh individu dalam menjalani proses *entrepreneurship*. Melalui kajian fenomenologi terhadap pelaku *entrepreneurship* dari generasi Z, penelitian ini bertujuan untuk mengungkap bagaimana mereka mengalami, memahami, dan menafsirkan dunia kewirausahaan dalam keseharian mereka.

Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui *because motive entrepreneur* menurut gen z
2. Untuk mengetahui *in order motive entrepreneur* menurut gen z
3. Untuk mengetahui bagaimana pengalaman *entrepreneur* gen z dalam membangun keberhasilan usahanya

Rumusan Masalah

1. Apa *because motive* yang dimiliki oleh para *entrepreneur* gen z?
2. Apa *in order motive* yang dimiliki oleh para *entrepreneur* gen z?
3. Bagaimana pengalaman para *entrepreneur* gen z dalam membangun keberhasilan usahanya?

Manfaat dan Kegunaan Penelitian

1. Manfaat Praktis

Diharapkan penelitian ini dapat bermanfaat untuk masyarakat secara terutama pada anak muda yang tertarik menjadi seorang *entrepreneur* dengan membangun sebuah usaha.

2. Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis dari penelitian ini diharapkan menjadi wawasan dengan pemahaman tentang bagaimana menndorong keinginan untuk menjadi seorang *entrepreneur* yang sukses.

Periode dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada bulan November 2024, yang dimulai dengan tahap fenomena yang sedang terjadi. Setelah itu, dilakukan pengumpulan data yang relevan, kemudian diikuti dengan proses penyusunan data untuk memperoleh gambaran yang cukup jelas dan sistematis tentang fenomena yang diteliti.

Tabel 1. 1 Tabel Periode dan waktu Penelitian

NO	Jenis kegiatan	2024-2025								
		Nov	Des	Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Juni	Juli
1	Menentukan Topik dan judul									
2	Pengambilan Data									
3	Penyusunan BAB I									
4	Penyusuan BAB II									
5	Penyusunan BAB III									
6	Desk Evalluation									
7	Pengelolaan Data									
8	Penafsiran Hasil Penelitian									
9	Penyusunan BAB 4 dan 5									
10	Sidang Skripsi									

Sumber: Olahan Peneliti, 2024

