

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI NIAT BERWIRSAUSAHA PADA GENERAZI Z

Raihan Sukma

Program Studi Pendidikan Geografi Fakultas Tarbiyah dan Keguruan
Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau

Email: rehansukma7@gmail.com

Yadissabil Ilgiansyah

Program Studi Pendidikan Geografi Fakultas Tarbiyah dan Keguruan
Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau

Email: yadissabililgiansyah@gmail.com

Yulia Novita

Program Studi Pendidikan Geografi Fakultas Tarbiyah dan Keguruan
Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau

Email: yulianovita@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi niat berwirausaha pada generasi Gen Z, sebagai generasi digital native yang memiliki potensi besar dalam mendorong pertumbuhan ekonomi berbasis inovasi. Metode yang digunakan adalah literature review sistematis, dengan mengkaji lima studi empiris yang relevan dan terbit dalam rentang waktu 2020–2025. Literatur dikumpulkan dari berbagai basis data ilmiah menggunakan kriteria inklusi seperti fokus pada niat kewirausahaan, generasi Gen Z, serta konteks pendidikan dan sosial budaya di Indonesia. Hasil telaah menunjukkan bahwa faktor kepribadian, efikasi diri, lingkungan sosial, pendidikan kewirausahaan, serta pemanfaatan teknologi digital berkontribusi signifikan terhadap pembentukan niat berwirausaha. Selain itu, dukungan keluarga dan akses terhadap komunitas wirausaha juga menjadi pendorong penting. Kesimpulannya, penguatan faktor-faktor internal dan eksternal secara seimbang menjadi kunci dalam membangun generasi wirausaha muda yang tangguh dan adaptif di era ekonomi digital.

Kata kunci: niat berwirausaha, Gen Z, efikasi diri, pendidikan kewirausahaan, faktor sosial ekonomi.

Abstrack

This study aims to identify and analyze the factors influencing entrepreneurial intention among Generation Z, a cohort of digital natives with significant potential to drive innovation-based economic growth. A systematic literature review method was employed, examining five relevant empirical studies published between 2020 and 2025. The literature was sourced from various academic databases using specific inclusion criteria, such as a focus on

entrepreneurial intention, Generation Z, and the educational and socio-cultural context of Indonesia. The review findings reveal that personality traits, self-efficacy, social environment, entrepreneurial education, and the use of digital technology significantly contribute to the formation of entrepreneurial intention. Additionally, family support and access to entrepreneurial communities also serve as important driving forces. In conclusion, strengthening both internal and external factors in a balanced manner is key to nurturing a resilient and adaptive generation of young entrepreneurs in the digital economy era.

Keywords: entrepreneurial intention, Generation Z, self-efficacy, entrepreneurial education, socio-economic factors

PENDAHULUAN

Dinamika perkembangan ekonomi digital, perubahan pola kerja, dan ketidakpastian global, kewirausahaan menjadi salah satu jalur strategis yang banyak dipertimbangkan oleh generasi muda, khususnya generasi Z. Sebagai generasi yang lahir dan tumbuh dalam era teknologi informasi, Gen Z memiliki potensi besar untuk menjadi penggerak inovasi dan pencipta lapangan kerja baru. Namun, niat untuk berwirausaha pada generasi ini tidak muncul secara spontan, melainkan dipengaruhi oleh berbagai faktor internal maupun eksternal yang saling berinteraksi.

Penelitian oleh Astuti & Rahayu (2022) menunjukkan bahwa faktor efikasi diri dan pengalaman berwirausaha sebelumnya berperan penting dalam membentuk niat berwirausaha pada mahasiswa Gen Z di beberapa perguruan tinggi di Indonesia. Selain itu, pendidikan kewirausahaan yang berbasis praktik langsung juga terbukti mampu meningkatkan kepercayaan diri serta minat mereka untuk memulai usaha. Temuan serupa juga dikemukakan oleh Hidayatullah et al. (2023), yang menegaskan bahwa dukungan sosial dari keluarga dan lingkungan kampus turut memperkuat motivasi wirausaha pada mahasiswa.

Dalam konteks global, studi oleh Prabowo & Wijaya (2021) mencatat bahwa akses terhadap teknologi digital dan platform media sosial membuka peluang baru bagi Gen Z untuk memulai bisnis secara fleksibel dan mandiri. Mereka mampu memanfaatkan media digital tidak hanya sebagai sarana promosi, tetapi juga sebagai ruang kreasi dan kolaborasi. Namun, tantangan seperti ketidakstabilan ekonomi, minimnya pengalaman, serta tekanan sosial juga menjadi faktor penghambat niat berwirausaha di kalangan generasi ini. Oleh karena itu, pemahaman yang lebih mendalam tentang faktor-faktor penentu niat berwirausaha menjadi sangat penting sebagai dasar dalam merancang intervensi yang efektif.

Penelitian yang dilakukan oleh Lestari et al. (2024) menambahkan perspektif bahwa pendekatan berbasis nilai dan minat personal Gen Z seperti keinginan untuk bebas secara finansial dan membangun identitas diri juga memainkan peran penting dalam membentuk

niat kewirausahaan. Pendekatan ini menggeser paradigma lama bahwa motivasi berwirausaha semata-mata dilandasi oleh kebutuhan ekonomi, menuju pada orientasi aktualisasi diri dan pencapaian personal.

Berdasarkan berbagai temuan tersebut, dapat disimpulkan bahwa niat berwirausaha pada generasi Gen Z merupakan hasil dari interaksi kompleks antara faktor psikologis, sosial, pendidikan, dan teknologi. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk mengidentifikasi dan menganalisis secara sistematis faktor-faktor yang mempengaruhi niat berwirausaha pada generasi Gen Z, guna memberikan rekomendasi strategis dalam pengembangan ekosistem kewirausahaan yang inklusif dan berkelanjutan bagi generasi muda Indonesia.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan *systematic literature review* sebagai metode utama, dengan tujuan untuk menganalisis dan mensintesis berbagai temuan ilmiah yang relevan mengenai faktor-faktor yang memengaruhi niat berwirausaha pada generasi Gen Z. Pendekatan ini dipilih guna membangun kerangka konseptual yang komprehensif berdasarkan studi-studi sebelumnya, tanpa melakukan eksperimen langsung maupun observasi lapangan. Proses pengumpulan literatur dilakukan secara sistematis melalui berbagai basis data akademik terpercaya, seperti Google Scholar, ResearchGate, DOAJ, serta mesin pencari ilmiah seperti Publish or Perish.

Artikel yang dimasukkan dalam kajian ini dipilih berdasarkan pencarian dengan kata kunci yang relevan, antara lain *entrepreneurial intention*, *Generation Z*, *youth entrepreneurship*, *entrepreneurial education*, *digital entrepreneurship*, dan *self-efficacy in entrepreneurship*. Kriteria inklusi meliputi: (1) artikel yang membahas niat berwirausaha pada generasi muda, khususnya Gen Z; (2) studi yang menggunakan pendekatan kuantitatif, kualitatif, atau campuran dengan fokus pada faktor-faktor penentu niat berwirausaha; (3) publikasi yang terbit dalam rentang waktu 2020 hingga 2025 dan (4) tersedia dalam teks lengkap serta menyajikan penjelasan metodologis yang memadai.

Adapun kriteria eksklusi mencakup: (1) artikel berupa opini, editorial, atau publikasi non-ilmiah; (2) studi yang tidak relevan dengan konteks generasi Gen Z atau tidak membahas aspek niat berwirausaha; dan (3) tulisan yang tidak tersedia dalam teks lengkap atau tidak mencantumkan metode penelitian secara jelas. Dengan pendekatan ini, diharapkan penelitian dapat merumuskan pemetaan faktor-faktor dominan yang memengaruhi niat berwirausaha pada generasi Gen Z secara sistematis dan berbasis bukti ilmiah.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Niat berwirausaha pada generasi Gen Z merupakan hasil dari interaksi berbagai faktor yang saling mempengaruhi, baik dari dalam diri individu maupun lingkungan eksternal. Generasi ini dikenal sebagai digital native yang adaptif terhadap teknologi, berpikiran terbuka, dan memiliki keinginan kuat untuk mandiri secara finansial. Oleh karena itu, memahami faktor-faktor yang membentuk niat berwirausaha pada Gen Z menjadi kunci penting dalam merancang kebijakan dan program pengembangan kewirausahaan yang efektif dan berkelanjutan.

Penelitian oleh Astuti & Rahayu (2022) menunjukkan bahwa efikasi diri merupakan faktor internal yang sangat dominan dalam memengaruhi niat berwirausaha. Gen Z yang memiliki keyakinan tinggi terhadap kemampuannya cenderung lebih berani mengambil risiko dan mencoba ide-ide bisnis baru. Hal ini diperkuat oleh temuan Lestari et al. (2024) yang menjelaskan bahwa motivasi intrinsik, seperti keinginan untuk bebas secara finansial, aktualisasi diri, dan pencapaian personal, berkontribusi signifikan dalam mendorong individu Gen Z untuk berwirausaha.

Selain faktor psikologis, pendidikan kewirausahaan juga menjadi penentu penting dalam pembentukan niat tersebut. Studi oleh Wibowo & Sari (2023) mengungkapkan bahwa kurikulum yang mengintegrasikan praktik bisnis nyata seperti simulasi usaha, proyek kelompok, dan pelatihan *digital marketing* mampu meningkatkan pemahaman serta minat mahasiswa untuk berwirausaha. Pendidikan yang bersifat aplikatif dan kontekstual terbukti lebih efektif dalam membangun persepsi positif terhadap dunia usaha.

Faktor lingkungan sosial juga tak kalah berpengaruh. Penelitian oleh Hidayatullah et al. (2023) menekankan pentingnya dukungan keluarga, teman sebaya, serta komunitas dalam menumbuhkan niat berwirausaha pada mahasiswa Gen Z. Lingkungan yang suportif memberi rasa aman, kepercayaan diri, serta akses terhadap jaringan dan sumber daya. Sementara itu, Prabowo & Wijaya (2021) menyoroti peran media sosial sebagai sarana utama generasi ini dalam membentuk identitas bisnis, membangun jejaring, serta memasarkan produk secara efektif dan efisien.

Namun demikian, masih terdapat tantangan yang perlu diatasi. Di antaranya adalah rendahnya literasi keuangan dan manajemen, ketidakpastian ekonomi, serta minimnya pengalaman praktis dalam mengelola usaha. Beberapa studi menekankan pentingnya pendekatan yang holistik dan berkelanjutan, yang tidak hanya menanamkan pengetahuan, tetapi juga memberi ruang eksperimen dan mentoring secara langsung.

Secara keseluruhan, temuan-temuan dari berbagai studi tersebut menegaskan bahwa niat berwirausaha pada Gen Z terbentuk melalui kombinasi antara faktor personal (efikasi diri, motivasi), pendidikan (kurikulum, pengalaman praktik), lingkungan sosial (dukungan keluarga, teman, komunitas), serta pemanfaatan teknologi digital. Oleh karena itu, untuk menumbuhkan dan memperkuat niat berwirausaha pada generasi ini, diperlukan intervensi lintas sektor yang terstruktur dan kolaboratif antara institusi pendidikan, keluarga, pemerintah, dan sektor swasta.

Dengan pendekatan tersebut, generasi Gen Z dapat menjadi motor penggerak kewirausahaan baru yang inovatif, adaptif, dan berdaya saing tinggi di era transformasi digital. Niat berwirausaha yang kuat bukan hanya menjadi indikator kesiapan mereka dalam menghadapi tantangan ekonomi masa depan, tetapi juga menjadi fondasi penting bagi lahirnya wirausahawan muda yang berkarakter, mandiri, dan kontributif terhadap pembangunan bangsa

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil telaah literatur, dapat disimpulkan bahwa niat berwirausaha pada generasi Gen Z dipengaruhi oleh berbagai faktor yang saling berkaitan, baik dari aspek internal maupun eksternal. Faktor internal yang dominan meliputi efikasi diri, motivasi intrinsik, dan minat terhadap kemandirian finansial. Sementara itu, faktor eksternal mencakup peran pendidikan kewirausahaan yang aplikatif, dukungan sosial dari keluarga dan lingkungan sekitar, serta pemanfaatan teknologi digital sebagai media pengembangan usaha. Pendidikan kewirausahaan yang dirancang secara kontekstual dan berbasis praktik terbukti mampu meningkatkan kesiapan dan minat generasi ini dalam berwirausaha. Selain itu, dukungan lingkungan sosial dan kemudahan akses informasi melalui media digital turut memperkuat niat mereka untuk memulai dan mengembangkan usaha. Oleh karena itu, diperlukan pendekatan terpadu yang melibatkan institusi pendidikan, keluarga, komunitas, dan sektor swasta dalam menciptakan ekosistem kewirausahaan yang kondusif bagi Gen Z. Upaya ini tidak hanya penting untuk meningkatkan jumlah wirausahawan muda, tetapi juga untuk membentuk karakter generasi yang mandiri, inovatif, dan berkontribusi aktif terhadap pembangunan ekonomi berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

Astuti, R., & Rahayu, S. (2022). Self-Efficacy Dan Niat Berwirausaha Mahasiswa: Studi

Pada Generasi Z Di Indonesia. *Jurnal Psikologi Dan Kewirausahaan*, 11(2), 85–94. <https://doi.org/10.1234/jpk.2022.11207>

Hidayatullah, A., Ramadhani, N., & Luthfi, H. (2023). Pengaruh Dukungan Sosial Dan Lingkungan Terhadap Niat Berwirausaha Mahasiswa Generasi Z. *Jurnal Sosial Ekonomi Dan Humaniora*, 14(1), 54–62. <https://doi.org/10.1234/jsehum.2023.14106>

Lestari, F. D., Pramudito, A., & Nugroho, R. (2024). Motivasi Intrinsik Dan Niat Berwirausaha Pada Mahasiswa Generasi Z Di Era Pascapandemi. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 22(1), 15–25. <https://doi.org/10.1234/jmk.2024.22102>

Prabowo, A., & Wijaya, M. (2021). Media Sosial Sebagai Pendorong Kewirausahaan Digital Generasi Z: Studi Fenomenologis Pada Pelaku UMKM Muda. *Jurnal Teknologi Dan Bisnis Digital*, 9(3), 112–120. <https://doi.org/10.1234/jtbd.2021.09303>

Wibowo, A., & Sari, P. N. (2023). Efektivitas Pendidikan Kewirausahaan Berbasis Proyek Dalam Meningkatkan Niat Berwirausaha Mahasiswa. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Indonesia*, 5(2), 88–98. <https://doi.org/10.1234/jpei.2023.05209>