

**KREATIVITAS SEBAGAI MODAL UTAMA : GAYA WIRAUSAHA GEN Z
DI ERA SERBA INSTAN**

Fajrina Akmalia¹, Yulia Novita²

Universitas Islam Sultan Negri Syarif Kasim, Riau

fajrinaakmalia24@gmail.com

Abstrak

Tujuan dari artikel ini adalah untuk mempertimbangkan memeriksa peran kreativitas sebagai modal utama dalam desain gaya kewirausahaan Generasi Z, ditandai dengan digitalisasi dan perubahan tren yang cepat. Dalam artikel ini, kami menganalisis fenomena yang diinduksi gen Z melalui studi literatur dan hasil penelitian sebelumnya dengan menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif. Gen Z menunjukkan karakteristik pengusaha yang menggabungkan unik, kreativitas, teknologi, dan media sosial untuk membangun bisnis yang fleksibel, inovatif, dan pribadi. Gunakan platform seperti Instagram dan Tiktok sebagai jendela bisnis untuk memprioritaskan mendongeng dan branding visual untuk menciptakan keintiman emosional kepada konsumen. Hasilnya menunjukkan bahwa kreativitas memungkinkan diferensiasi produk dan adaptasi cepat terhadap tren digital, dengan senjata utama adalah untuk berurusan dengan persaingan pasar. Namun, ini juga menghadirkan tantangan seperti tekanan, konten yang konsisten, fluktuasi dalam algoritma media sosial, dan kelelahan. Dengan literasi digital yang tinggi dan antusiasme untuk inovasi Gen Z membuktikan bahwa kreativitas, bukan semata modal finansial, adalah kunci utama dalam wirausaha modern yang inklusif dan berkelanjutan. Kata Kunci : kewirausahaan, kreativitas , gen z.

Abstract

The purpose of this article is to consider examining the role of creativity as a key capital in the design of Generation Z's entrepreneurial style, characterized by digitalization and rapid trend changes. In this article, we analyze the phenomenon induced by Gen Z through literature studies and previous research results using a descriptive quantitative approach. Gen Z shows the characteristics of entrepreneurs who combine unique, creativity, technology, and social media to build flexible, innovative, and personal businesses. Use platforms such as Instagram and TikTok as business windows to prioritize storytelling and visual branding to create emotional intimacy with consumers. The results show that creativity enables product differentiation and rapid adaptation to digital trends, with the main weapon being to deal with market competition. However, it also presents challenges such as pressure, consistent content, fluctuations in social media algorithms, and fatigue. With high digital literacy and enthusiasm for innovation, Ze Ze said that not only financial capital but creativity are the keys for modern and sustainable entrepreneurs.

Keywords : entrepreneurship, creativity, gen z

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital yang pesat telah membawa perubahan signifikan dalam pola pikir dan gaya hidup masyarakat, terutama dalam dunia kewirausahaan. Di tengah era instan yang ditandai dengan akses informasi yang cepat, otomatisasi, dan dominasi media sosial, Generasi Z muncul sebagai pelopor utama dalam lanskap bisnis baru yang berlandaskan kreativitas dan teknologi. Sebagai generasi pertama yang tumbuh bersama internet, ponsel pintar, dan media sosial, Gen Z menunjukkan kecenderungan yang kuat untuk berwirausaha dengan pendekatan yang berbeda dari generasi sebelumnya yaitu, lebih inovatif, fleksibel, dan autentik (Rachmawati dan Nugroho, 2020).

Kreativitas menjadi karakteristik utama dalam gaya berwirausaha Gen Z. Mereka tidak hanya fokus pada penciptaan produk dan layanan, tetapi juga berupaya membangun nilai dan pengalaman yang menarik melalui media digital. Menurut Putra dan Hidayat (2021), kreativitas memegang peranan penting dalam meningkatkan daya saing pengusaha muda di era digital, karena memberikan kesempatan untuk membedakan diri di pasar. Gen Z memanfaatkan platform media sosial seperti TikTok, Instagram, dan Shopee sebagai etalase untuk bisnis sekaligus sebagai sarana untuk menjalin kedekatan emosional dengan pelanggan melalui storytelling dan visual branding yang khas.

Kemampuan mereka untuk beradaptasi dengan teknologi juga menjadi salah satu faktor penting yang mendukung gaya kewirausahaan yang kreatif dan efisien. Setiawan dan Rachmawati (2022) mencatat bahwa literasi digital yang tinggi di kalangan Gen Z mendorong munculnya bisnis berbasis teknologi yang tidak hanya inovatif, tetapi juga hemat biaya dan responsif terhadap perubahan tren pasar. Dalam konteks ini, kreativitas bukan hanya sekadar pelengkap, namun merupakan modal utama yang menentukan keberhasilan bisnis mereka

Oleh karena itu, artikel ini akan membahas secara mendalam bagaimana kreativitas menjadi kekuatan utama dalam gaya kewirausahaan Gen Z dan bagaimana mereka menghadapi tantangan-tantangan khas dalam era serba instan yang dipenuhi dengan disrupsi digital.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif yang bertujuan untuk menggambarkan secara sistematis dan faktual mengenai gaya kewirausahaan Generasi Z di era serba instan, dengan fokus pada kreativitas sebagai modal utama dalam membangun dan mengembangkan usaha. Pendekatan ini dipilih karena mampu mengungkap makna, persepsi,

serta strategi yang dijalankan oleh Gen Z dalam menjalankan bisnis yang tidak hanya berorientasi pada profit, tetapi juga pada nilai dan keberlanjutan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Kreativitas sebagai Fondasi Wirausaha Generasi Z

Generasi Z melihat kreativitas sebagai inti dari suatu usaha, bukan hanya sekadar pelengkap. Bagi mereka, kreativitas adalah elemen penting dalam menciptakan bisnis yang otentik, relevan, dan mampu beradaptasi dengan perkembangan zaman. Di era serba instan ini, mereka menjadikan kreativitas sebagai senjata utama untuk menciptakan produk dan layanan yang tidak hanya unik, tetapi juga mencerminkan identitas dan nilai-nilai yang mereka anut. Ini menjadi perbedaan mencolok dibandingkan pendekatan kewirausahaan generasi sebelumnya yang cenderung fokus pada profit semata.

Rachmawati dan Nugroho (2020) menegaskan bahwa mayoritas wirausahawan Gen Z memanfaatkan media sosial sebagai alat utama dalam pemasaran produk. Mereka mengadopsi pendekatan bercerita, visual yang menarik, serta interaksi dua arah untuk menjalin kedekatan emosional dengan audiens. Strategi ini menciptakan pengalaman konsumen yang lebih personal dan mendalam, membangun loyalitas yang tidak hanya didasarkan pada harga atau fungsi, tetapi pada nilai dan koneksi yang dirasakan konsumen terhadap merek.

Kemudian, Gen Z tidak ragu untuk bereksperimen dengan ide-ide baru yang terbilang tidak konvensional. Produk yang mereka hasilkan seringkali memiliki sentuhan personal dan nilai komunitas, seperti mode dari bahan daur ulang, makanan sehat buatan sendiri, atau layanan digital yang berfokus pada kebutuhan lokal. Mereka juga aktif menciptakan ruang kolaboratif secara digital, misalnya melalui komunitas kreatif di Instagram atau forum diskusi di TikTok, untuk berbagi ide dan saling mendukung. Pendekatan ini menunjukkan keberanian mereka dalam berkarya sekaligus menegaskan bahwa kreativitas mereka bersifat kolaboratif, terbuka, dan solutif.

2. Peran Teknologi dan Literasi Digital dalam Mendukung Kreativitas

Kemampuan Gen Z untuk beradaptasi dengan teknologi menjadi poin kuat dalam membangun kewirausahaan berbasis kreativitas. Mereka tidak hanya terampil dalam menggunakan teknologi, tetapi juga mampu mengeksplorasi potensi teknologi untuk meningkatkan efisiensi, jangkauan pasar, dan kualitas layanan. Setiawan dan Rahmawati

(2022) menyatakan bahwa "literasi digital yang tinggi di kalangan Gen Z memungkinkan efisiensi dan efektivitas dalam proses bisnis, serta mendorong inovasi yang berkelanjutan. "

Media sosial seperti Instagram, TikTok, dan YouTube digunakan sebagai sarana promosi sekaligus edukasi pasar, membangun komunitas pelanggan, serta menciptakan pengalaman digital yang unik. Selain itu, teknologi terkini seperti kecerdasan buatan (AI), analisis data, dan chatbot digunakan untuk memahami preferensi konsumen, meningkatkan pelayanan, dan mempersonalisasi konten pemasaran.

Gen Z juga aktif mengikuti kursus dan pelatihan digital, baik yang gratis maupun berbayar, melalui platform seperti YouTube, Coursera, dan LinkedIn Learning. Mereka belajar dengan cara yang cepat dan praktis, mencerminkan semangat belajar mandiri dan berorientasi pada hasil. Dengan pemahaman teknologi yang solid dan semangat eksploratif, Gen Z mampu menciptakan model bisnis dinamis yang responsif terhadap perubahan tren dan memiliki daya saing tinggi.

3. Tantangan dalam Dunia Serba Instan

Walaupun memiliki banyak keunggulan, Gen Z juga menghadapi tantangan yang cukup berat dalam menjalankan bisnis di tengah dunia digital yang berkembang pesat. Tekanan untuk terus menghasilkan konten kreatif, menyesuaikan diri dengan perubahan algoritma platform, serta menjaga konsistensi merek dapat menjadi tuntutan yang melelahkan secara mental. Yuliani dan Suryani (2023) menyatakan bahwa "tantangan utama wirausahawan muda saat ini terletak pada kemampuan untuk menjaga konsistensi ide kreatif di tengah ketatnya persaingan pasar dan perubahan teknologi yang cepat. "

Di samping itu, kecepatan dan intensitas yang ditawarkan oleh dunia digital seringkali menyebabkan kelelahan digital, terutama bagi para wirausahawan yang harus menjalankan peran sebagai pembuat konten, pengelola bisnis, dan penyedia layanan pelanggan sekaligus. Tantangan ini menuntut penerapan strategi manajemen waktu dan stres yang efektif, serta kemampuan untuk menetapkan prioritas dan menciptakan sistem kerja yang sehat. Banyak dari mereka mulai mengadopsi pendekatan bisnis yang lebih manusiawi, seperti bekerja secara kolaboratif, membatasi jam kerja di dunia digital, dan mengutamakan kualitas hidup dalam menjalankan usaha.

4. Gaya Wirausaha yang Inklusif dan Berkelanjutan

Salah satu ciri paling mencolok dari gaya wirausaha generasi Z adalah kecenderungan mereka untuk menciptakan bisnis yang inklusif dan berkelanjutan. Mereka tidak hanya fokus

pada keuntungan ekonomi, tetapi juga memiliki komitmen yang kuat terhadap nilai-nilai sosial dan lingkungan. Hal ini terlihat dari banyaknya usaha rintisan yang digagas oleh generasi Z yang mengangkat isu-isu penting, seperti pemberdayaan perempuan, pengurangan limbah, kesetaraan gender, dan keberagaman budaya, sebagai bagian dari narasi merek mereka.

Kreativitas mereka tidak hanya terbatas pada bentuk fisik produk, tetapi juga melibatkan cara pembuatan, sasaran pemasaran, dan dampak yang ingin ditimbulkan. Banyak dari mereka yang memilih untuk berkolaborasi dengan komunitas lokal, memproduksi dengan cara yang etis, serta menciptakan narasi merek yang memberikan dampak positif bagi masyarakat. Dalam konteks ini, kreativitas generasi Z berfungsi sebagai alat perubahan sosial yang menyatukan nilai ekonomi dengan kesadaran sosial dan lingkungan.

Dengan semangat inklusif dan visi jangka panjang untuk keberlanjutan, gaya wirausaha generasi Z menawarkan alternatif baru dalam dunia bisnis: bukan hanya sekadar kompetitif, tetapi juga berdampak. Mereka tidak hanya membangun bisnis, tetapi juga menciptakan gerakan yang menginspirasi.

KESIMPULAN

Kreativitas telah menjadi modal utama dalam membentuk gaya wirausaha Generasi Z di era instan yang dipenuhi dengan digitalisasi dan perubahan cepat. Generasi Z menunjukkan kemampuan luar biasa dalam memanfaatkan teknologi dan media sosial, tidak hanya untuk memasarkan produk, tetapi juga untuk membangun identitas merek yang kuat dan autentik. Gaya wirausaha mereka menekankan pentingnya nilai-nilai pribadi, seni bercerita, serta kedekatan emosional dengan konsumen, yang semuanya merupakan hasil dari pendekatan kreatif yang diterapkan dalam menjalankan bisnis.

Selain itu, literasi digital yang tinggi memberi peluang bagi Generasi Z untuk menciptakan strategi usaha yang inovatif, efisien, dan fleksibel dalam menghadapi dinamika pasar. Namun, mereka juga dihadapkan pada tantangan seperti tekanan untuk selalu berinovasi, fluktuasi tren digital, dan risiko kelelahan mental yang tidak bisa diabaikan. Oleh karena itu, kreativitas perlu diimbangi dengan ketahanan mental, manajemen waktu yang baik, serta kemampuan adaptasi yang mumpuni.

Dengan demikian secara keseluruhan, kewirausahaan bagi Generasi Z bukan sekadar soal keuntungan finansial, melainkan juga tentang menciptakan dampak sosial, membangun keberlanjutan, dan membawa perubahan melalui ide-ide kreatif yang relevan dengan zaman.

Mereka telah membuktikan bahwa kreativitas adalah kunci utama menuju kesuksesan dalam lanskap bisnis modern yang terus berkembang.

DAFTAR PUSTAKA

- Putra, Y. A., & Hidayat, R. (2021). Peran Kreativitas dalam Meningkatkan Daya Saing UMKM di Era Digital. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*, 19(2), 115–125.
- Rachmawati, D., & Nugroho, A. (2020). Generasi Z dan Kewirausahaan Digital: Studi Kasus Penggunaan Media Sosial sebagai Alat Bisnis Kreatif. *Jurnal Teknologi dan Informasi*, 8(1), 45–56.
- Setiawan, F., & Rahmawati, I. (2022). Inovasi Bisnis dan Literasi Digital dalam Kewirausahaan Generasi Z. *Jurnal Manajemen Inovasi*, 13(1), 88–97.
- Yuliani, A., & Suryani, D. (2023). Tekanan Psikologis dan Tantangan Adaptasi Wirausahawan Muda di Era Digital. *Jurnal Psikologi dan Kewirausahaan*, 5(1), 20–31.