Pediaqu : Jurnal Pendidikan Sosial dan Humaniora
https://publisherqu.com/index.php/pediaqu
Vol. 5, No. 1 Januari 2026
P-ISSN:2964-7142; E-ISSN:2964-6499

ANALISIS FAKTOR PERSONAL DAN KONTEKSTUAL YANG MEMPENGARUHI NIAT BERWIRAUSAHA GENERASI Z PEKANBARU DI ERA DIGITAL

Feni Yulia
feniyulia9@gmail.com
Yolanda Alfrita
yolandaalfrita@gmail.com,
Yulia Novita
yulia.novita@uin-suska.ac.id,
Naskah
naskah@uin-suska.ac.id.
Program Studi Pendidikan Ekonomi, Fakultas Tarbiyah dan Keguruan
Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau

Abstract
This study aims to analyze personal and contextual factors that influence the entrepreneurial intention of Generation Z in Pekanbaru within the digital era. Using a qualitative method, data were collected through in depth interviews with selected informants representing the characteristics of this generation. The findings indicate that personal factors such as intrinsic motivation, self-confidence, creativity, and organizational experience play an essential role in shaping entrepreneurial interest. Meanwhile, contextual factors including family support, peer environment, technological accessibility, and exposure to social media further strengthen their intention to start a business. The digital era is also perceived as providing new opportunities through easier marketing, broader information access, and flexible business models. This study concludes that the combination of both personal and contextual aspects significantly influences the entrepreneurial intention of Generation Z in Pekanbaru.
Keywords : generation z, intention, entrepreneurship, digital era

Abstrak
Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor personal dan kontekstual yang memengaruhi niat berwirausaha Generasi Z di Pekanbaru pada era digital. Dengan menggunakan metode kualitatif, data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan sejumlah informan yang mewakili karakteristik generasi tersebut. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor personal seperti motivasi intrinsik, kepercayaan diri, kreativitas, dan pengalaman berorganisasi memiliki peran penting dalam membentuk minat berwirausaha. Sementara itu, faktor kontekstual terutama dukungan keluarga, lingkungan pergaulan, akses teknologi, dan paparan media sosial ikut memperkuat dorongan untuk memulai usaha. Era digital juga dinilai membuka peluang baru melalui kemudahan pemasaran, akses informasi, dan fleksibilitas model bisnis. Penelitian ini menegaskan bahwa kombinasi antara aspek personal dan kontekstual berpengaruh signifikan dalam membentuk niat wirausaha di kalangan Generasi Z Pekanbaru.
Kata kunci : generasi Z, , berwirausaha, era digital

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital membawa perubahan besar dalam pola hidup dan cara bekerja generasi muda, termasuk Generasi Z yang tumbuh dalam lingkungan serba terkoneksi. Di Pekanbaru, fenomena ini terlihat dari meningkatnya minat generasi muda untuk menjajaki peluang usaha berbasis digital dan kreatif. Namun, tidak semua individu memiliki dorongan yang sama untuk terjun ke dunia wirausaha. Hal ini menandakan adanya faktor-faktor tertentu yang memengaruhi terbentuknya niat berwirausaha. Kondisi tersebut penting untuk dikaji secara mendalam agar dapat memahami bagaimana generasi ini merespons dinamika ekonomi modern. Dengan demikian, penelitian ini relevan dilakukan untuk melihat potensi kewirausahaan Generasi Z di era digital.

Dalam kajian teori, niat berwirausaha dijelaskan sebagai kecenderungan individu untuk merencanakan dan berkomitmen memulai suatu usaha. Teori Planned Behavior (TPB) menyebutkan bahwa niat dibentuk oleh sikap, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku. Pada konteks Generasi Z, faktor personal seperti motivasi, kreativitas, keberanian mengambil risiko, serta kepercayaan diri menjadi komponen penting yang memengaruhi keputusan untuk berwirausaha. Selain itu, era digital memberikan stimulasi baru yang memperluas ruang ekspresi dan inovasi bagi generasi muda. Hal ini membuat teori-teori kewirausahaan perlu dipadukan dengan dinamika digitalisasi masa kini.

Selain faktor personal, faktor kontekstual juga memainkan peran besar dalam membentuk minat dan niat seseorang untuk memulai usaha. Dukungan keluarga, lingkungan pertemanan, kultur lokal, serta akses terhadap teknologi menjadi elemen pendukung yang dapat mendorong atau menghambat minat wirausaha. Di Pekanbaru, interaksi sosial dan budaya Melayu yang kuat turut memberi warna pada cara generasi muda memandang kewirausahaan. Pemahaman terhadap faktor kontekstual ini menjadi penting, mengingat lingkungan sosial sering kali berperan sebagai penentu awal terbentuknya keputusan berwirausaha. Oleh sebab itu, penelitian ini menilai kedua faktor tersebut secara bersamaan.

Permasalahan utama yang muncul adalah belum adanya pemahaman yang komprehensif mengenai bagaimana faktor personal dan kontekstual secara sinergis memengaruhi niat berwirausaha Generasi Z di Pekanbaru. Banyak penelitian sebelumnya lebih menekankan pada aspek kuantitatif dan variabel-variabel tertentu, sehingga konteks lokal dan pengalaman personal kurang tergambarkan dengan baik. Selain itu, perkembangan teknologi yang cepat membuat motivasi dan cara pandang Generasi Z berubah lebih dinamis.

Kekosongan pengetahuan inilah yang mendorong perlunya penelitian kualitatif yang mampu menangkap realitas empiris secara mendalam dan detail.

Untuk menjawab permasalahan tersebut, penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode wawancara mendalam terhadap sejumlah informan yang mewakili karakteristik Generasi Z di Pekanbaru. Pendekatan ini memungkinkan peneliti menggali pengalaman, persepsi, serta faktor pendorong yang membentuk niat berwirausaha secara lebih luas. Selain itu, teknik analisis tematik digunakan untuk mengidentifikasi pola-pola pemikiran yang relevan dalam dinamika kewirausahaan generasi muda. Dengan demikian, penelitian ini dapat menghasilkan pemahaman yang lebih komprehensif dan kontekstual.

Rencana pemecahan masalah dalam penelitian ini dilakukan melalui proses identifikasi faktor personal dan kontekstual, analisis hubungan keduanya, serta pemaknaan yang diambil berdasarkan pengalaman informan. Hasil analisis tersebut kemudian digunakan untuk merumuskan gambaran nyata mengenai motivasi dan hambatan yang dihadapi Generasi Z dalam membangun niat berwirausaha. Selain itu, penelitian ini juga memberikan ruang bagi interpretasi peneliti dalam memahami bagaimana teknologi digital memengaruhi pola berpikir generasi muda. Dengan pendekatan ini, diharapkan penelitian mampu mengungkap dimensi-dimensi penting yang tidak terlihat dalam penelitian kuantitatif.

Secara keseluruhan, tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis secara mendalam faktor personal dan kontekstual yang memengaruhi niat berwirausaha Generasi Z di Pekanbaru pada era digital. Penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi akademik dalam pengembangan teori kewirausahaan berbasis konteks lokal dan perkembangan digital. Selain itu, hasil penelitian dapat menjadi rujukan bagi pemerintah, lembaga pendidikan, serta pelaku usaha untuk merancang program yang mampu menumbuhkan minat wirausaha generasi muda. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya memberikan pemahaman teoritis, tetapi juga manfaat praktis bagi pengembangan kewirausahaan di Pekanbaru.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan tujuan memahami secara mendalam faktor personal dan kontekstual yang memengaruhi niat berwirausaha Generasi Z di Pekanbaru pada era digital. Pendekatan kualitatif dipilih karena mampu menggali makna, pengalaman, dan persepsi informan secara lebih luas, terutama terkait motivasi dan

lingkungan sosial yang tidak dapat sepenuhnya dijelaskan melalui angka. Penelitian ini berfokus pada interpretasi fenomena berdasarkan perspektif informan sehingga hasilnya lebih kontekstual dan realistis.

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif kualitatif. Penelitian deskriptif bertujuan memberikan gambaran menyeluruh mengenai kondisi dan faktor-faktor yang memengaruhi niat berwirausaha tanpa melakukan manipulasi terhadap variabel. Penekanan diarahkan pada penjabaran data apa adanya berdasarkan hasil wawancara dan observasi lapangan. Dengan demikian, penelitian ini tidak mencari hubungan sebab-akibat secara statistik, tetapi menjelaskan fenomena berdasarkan narasi informan.

Subjek dalam penelitian ini adalah Generasi Z yang berdomisili di Pekanbaru, berusia antara 18–25 tahun, dan memiliki minat atau ketertarikan terhadap aktivitas kewirausahaan. Pemilihan informan dilakukan menggunakan teknik purposive sampling, yaitu pemilihan berdasarkan kriteria tertentu yang dianggap mampu memberikan informasi relevan. Jumlah informan tidak ditentukan sejak awal, melainkan mengikuti prinsip kecukupan data (data saturation), yaitu ketika informasi yang diperoleh dianggap telah berulang dan tidak ada temuan baru.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam (in-depth interview) dengan panduan semi-terstruktur agar peneliti tetap memiliki arah penelitian namun memberi ruang bagi informan untuk bercerita secara bebas. Selain wawancara, peneliti juga melakukan observasi ringan terhadap aktivitas keseharian informan yang berkaitan dengan penggunaan teknologi digital dan orientasi wirausaha. Dokumentasi tambahan seperti rekaman suara, catatan lapangan, dan transkrip wawancara digunakan untuk mendukung keakuratan data.

Validitas data diuji dengan menggunakan teknik triangulasi, terutama triangulasi sumber dan triangulasi teknik. Triangulasi sumber dilakukan dengan membandingkan informasi dari beberapa informan untuk melihat konsistensi data, sementara triangulasi teknik dilakukan dengan memadukan wawancara, observasi, dan dokumentasi. Teknik ini digunakan untuk memastikan bahwa data yang diperoleh benar-benar menggambarkan kondisi sebenarnya dan bukan hasil persepsi subjektif tunggal.

Analisis data dilakukan melalui tiga tahapan utama: reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Pada tahap reduksi data, peneliti menyeleksi dan memfokuskan informasi penting yang diperoleh dari lapangan. Tahap penyajian data dilakukan dengan mengorganisasi data dalam bentuk narasi tematik sehingga hubungan antar-tema dapat

terlihat dengan jelas. Pada tahap terakhir, peneliti menarik kesimpulan yang menjadi temuan inti penelitian mengenai faktor personal dan kontekstual yang memengaruhi niat berwirausaha.

Seluruh proses penelitian dilakukan secara sistematis dan berkesinambungan mulai dari penentuan informan, pengumpulan data, analisis, hingga interpretasi hasil. Peneliti berupaya menjaga objektivitas dengan membatasi bias pribadi dan memahami setiap informasi berdasarkan konteks informan. Dengan metode ini, penelitian diharapkan mampu menghasilkan temuan yang kaya, mendalam, dan relevan dalam menjelaskan dinamika niat berwirausaha Generasi Z Pekanbaru di era digital.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Analisis Deskripsi Karakteristik Responden

Penelitian ini melibatkan sejumlah informan yang berasal dari kelompok Generasi Z di Kota Pekanbaru, dengan rentang usia 18 hingga 25 tahun. Informan dipilih berdasarkan kriteria tertentu, seperti memiliki minat terhadap kewirausahaan, aktif menggunakan teknologi digital, serta pernah mencoba atau sedang merintis usaha kecil. Mayoritas informan merupakan mahasiswa yang memiliki ketertarikan kuat terhadap bisnis berbasis digital, baik dalam bentuk usaha online, konten kreatif, maupun jasa berbasis teknologi. Keberagaman latar belakang pendidikan memperkaya perspektif yang diperoleh dalam penelitian ini.

Dari segi jenis kelamin, informan terdiri dari laki-laki dan perempuan sehingga memberikan gambaran yang lebih seimbang terkait pola pikir dan motivasi berwirausaha. Secara umum, informan perempuan cenderung lebih menekankan aspek kreativitas dan fleksibilitas kerja, sementara informan laki-laki lebih menonjolkan keberanian mengambil risiko dan keinginan untuk mandiri secara finansial. Variasi ini membantu peneliti memahami dinamika faktor personal yang memengaruhi niat berwirausaha.

Pengalaman berorganisasi juga menjadi karakteristik penting yang muncul pada sebagian besar informan. Mereka yang pernah aktif dalam organisasi kampus atau komunitas memiliki tingkat kepercayaan diri dan kemampuan komunikasi yang lebih tinggi. Faktor ini berpengaruh pada kesiapan mereka dalam menghadapi tantangan usaha, terutama terkait kerja sama, pengambilan keputusan, dan penyelesaian masalah. Informan dengan pengalaman organisasi cenderung lebih percaya diri dalam memulai usaha.

Akses dan pemanfaatan teknologi merupakan karakteristik yang sangat menonjol. Seluruh informan adalah pengguna aktif media sosial dan platform digital, seperti Instagram, TikTok, marketplace, serta aplikasi finansial. Kemampuan mereka dalam mengolah informasi digital dan mengikuti tren baru membuat mereka lebih adaptif terhadap perubahan pasar. Hal ini menjadi faktor kontekstual yang memperkuat minat mereka untuk mencoba usaha berbasis digital.

Dukungan keluarga dan lingkungan pertemanan juga menjadi salah satu karakteristik penting yang memengaruhi niat berwirausaha. Beberapa informan mendapat motivasi tinggi dari keluarga yang telah memiliki usaha, sehingga mereka terbiasa melihat proses bisnis sejak kecil. Sementara itu, informan lainnya terdorong oleh lingkungan pertemanan yang aktif dalam aktivitas bisnis seperti jual beli online atau reseller. Dukungan sosial semacam ini menciptakan iklim positif bagi generasi muda untuk mulai berwirausaha.

Selain dukungan sosial, kondisi ekonomi keluarga turut memengaruhi karakteristik informan dalam mengambil keputusan berwirausaha. Informan dengan kondisi ekonomi menengah ke bawah cenderung menjadikan wirausaha sebagai upaya tambahan untuk meningkatkan pendapatan. Sementara itu, informan dari keluarga yang lebih stabil secara ekonomi melihat wirausaha sebagai ruang ekspresi, kreativitas, dan pengembangan diri. Perbedaan kondisi ini memperkaya pemahaman peneliti tentang variasi motivasi yang muncul dalam diri Generasi Z.

Secara keseluruhan, karakteristik responden dalam penelitian ini menunjukkan bahwa Generasi Z Pekanbaru adalah kelompok yang cenderung adaptif, kreatif, dan dekat dengan teknologi digital. Perbedaan latar belakang, pengalaman, dan lingkungan sosial membentuk variasi faktor personal dan kontekstual yang kemudian berpengaruh pada niat berwirausaha. Gambaran karakteristik ini menjadi dasar penting dalam memahami temuan-temuan penelitian pada tahap pembahasan selanjutnya

Tabel 1. Karakteristik Responden Penelitian

Kode Informan	**Usia**	**Jenis Kelamin**	**Pendidikan**	**Minat Wirausaha**	**Pengalaman Usaha / Organisasi**	**Penggunaan Teknologi Digital**
INF-01	19	Perempuan	Mahasiswa	Tinggi	Pernah ikut organisasi kampus	Sangat aktif (IG, TikTok, marketplace)

INF-02	22	Laki-laki	Mahasiswa	Tinggi	Pernah membuka usaha online kecil	Aktif (Instagram, marketplace)
INF-03	21	Perempuan	Mahasiswa	Sedang	Tidak ada pengalaman usaha	Aktif (TikTok, e-commerce)
INF-04	25	Laki-laki	Pekerja	Tinggi	Aktif komunitas bisnis	Sangat aktif (platform digital)
INF-05	20	Perempuan	Mahasiswa	Tinggi	Pernah menjadi reseller	Sangat aktif (TikTok Shop, IG)
INF-06	23	Laki-laki	Mahasiswa	Sedang	Pengalaman organisasi kampus	Aktif (YouTube, IG)

Tabel 2. Ringkasan Temuan Karakteristik Responden

Aspek	Temuan Utama
Usia	Didominasi rentang usia 18–25 tahun sebagai ciri Generasi Z.
Jenis Kelamin	Laki-laki dan perempuan seimbang, menunjukkan variasi motivasi.
Pendidikan	Mayoritas mahasiswa dari berbagai disiplin ilmu.
Minat Wirausaha	Sebagian besar memiliki minat tinggi terhadap bisnis digital.
Pengalaman Usaha	Ada yang pernah membuka usaha, menjadi reseller, atau aktif organisasi.
Lingkungan Sosial	Dukungan keluarga dan teman menjadi faktor pendorong signifikan.
Penggunaan Teknologi	Seluruh responden aktif menggunakan media sosial dan platform digital.

Hasil penelitian ini menggambarkan bagaimana Generasi Z di Kota Pekanbaru membentuk niat untuk berwirausaha melalui perpaduan antara faktor personal dan kontekstual di tengah perkembangan pesat teknologi digital. Informan dalam penelitian ini

terdiri dari pemuda berusia 18–25 tahun yang berasal dari berbagai latar belakang, termasuk mahasiswa, wirausaha pemula, dan individu yang sedang merintis usaha digital. Mereka dipilih menggunakan teknik purposive sampling dengan mempertimbangkan pengalaman, minat, serta keterlibatan dalam aktivitas bisnis digital. Informan memberikan berbagai perspektif yang kaya dan mendalam tentang kondisi nyata yang mereka hadapi saat membangun niat berwirausaha di era digital.

Dari hasil wawancara, motivasi internal ditemukan sebagai faktor personal yang paling dominan. Generasi Z Pekanbaru menunjukkan dorongan kuat untuk mandiri secara finansial dan memiliki fleksibilitas dalam bekerja tanpa terikat pada aturan kerja konvensional. Mereka beranggapan bahwa menjadi wirausaha memberikan peluang untuk mengembangkan diri, mengatur waktu secara mandiri, serta menciptakan pekerjaan yang sejalan dengan passion. Motivasi ini diperkuat oleh keinginan untuk membuktikan kemampuan diri dan meraih kebebasan finansial di usia muda.

Selain motivasi, kepercayaan diri (self-efficacy) juga menjadi temuan kunci dalam penelitian ini. Meski sebagian informan belum memiliki pengalaman bisnis yang matang, mereka tetap merasa yakin mampu menjalankan usaha karena terbiasa menggunakan teknologi, cepat belajar, dan memiliki kemampuan adaptasi yang tinggi. Kemampuan dalam memanfaatkan media sosial, membuat konten, memahami tren digital, serta berkomunikasi secara efektif memberikan kepercayaan bahwa mereka dapat bersaing dalam dunia usaha yang semakin kompetitif. Kepercayaan diri ini tidak hanya terbentuk melalui pendidikan formal melainkan juga melalui pengalaman digital sehari-hari.

Passion dan minat terhadap dunia bisnis digital turut memperkuat niat berwirausaha. Banyak informan mengaku menikmati proses menciptakan produk atau layanan, mulai dari ide awal, branding, pemasaran, hingga interaksi dengan pelanggan. Mereka merasa bisnis bukan sekadar pekerjaan, tetapi bentuk ekspresi diri dan kreativitas. Passion ini membantu mereka bertahan dari tantangan awal seperti keterbatasan modal, kurangnya pengalaman, atau persaingan pasar. Pengetahuan dasar kewirausahaan yang diperoleh melalui kursus online, konten edukatif, maupun pengalaman teman sebaya juga membentuk fondasi pemahaman mereka dalam memulai usaha.

Di samping faktor personal, penelitian ini menemukan bahwa faktor kontekstual berperan besar dalam mendorong niat berwirausaha. Perkembangan teknologi digital menjadi faktor terpenting yang memengaruhi pilihan Generasi Z untuk terjun ke dunia bisnis. Aplikasi

e-commerce, media sosial, dan platform periklanan digital dianggap membuka peluang yang luas bagi usaha kecil bermodal minim. Informan merasakan bahwa teknologi memberi kemudahan dalam memasarkan produk, melakukan riset pasar, berinteraksi dengan pelanggan, dan mengelola usaha secara efisien. Era digital membuat mereka percaya bahwa bisnis dapat diakses oleh siapa pun, bahkan tanpa modal besar atau pengalaman yang panjang.

Lingkungan keluarga ternyata juga memiliki peran signifikan. Informan yang berasal dari keluarga wirausahawan menunjukkan kecenderungan lebih tinggi untuk mengikuti jejak orang tua atau kerabat. Dukungan keluarga berupa motivasi, bantuan modal, maupun pemahaman tentang risiko bisnis membuat mereka lebih berani mengambil langkah awal. Bagi informan lainnya, dukungan moral keluarga seperti dorongan untuk mencoba hal baru, kepercayaan terhadap kemampuan anak, serta penerimaan terhadap kegagalan menjadi faktor yang memperkuat tekad untuk berwirausaha.

Lingkungan sosial dan komunitas tidak kalah penting dalam membangun niat berwirausaha. Generasi Z umumnya berada dalam kelompok pertemanan yang aktif membahas ide bisnis, berbagi peluang, dan saling mendukung dalam proses usaha. Keberadaan komunitas bisnis lokal, workshop kewirausahaan, serta kegiatan kampus juga memberikan ruang bagi mereka untuk belajar sekaligus terinspirasi oleh pengalaman orang lain. Norma sosial yang terbentuk melalui interaksi ini memberikan pengaruh positif terhadap keyakinan bahwa berwirausaha adalah pilihan yang realistis dan layak dicoba.

Selain itu, peluang pasar lokal di Pekanbaru menjadi alasan mengapa Generasi Z tertarik memulai bisnis. Mereka menilai bahwa kebutuhan masyarakat terhadap produk kreatif, kuliner, fashion, serta layanan digital terus meningkat. Tingginya penggunaan internet dan media sosial di Pekanbaru memberikan kesempatan bagi wirausaha muda untuk menembus pasar dengan cepat melalui strategi pemasaran digital. Para informan menganggap bahwa kombinasi antara permintaan tinggi dan strategi digital yang tepat memberikan peluang yang menjanjikan untuk mengembangkan usaha.

Berdasarkan keseluruhan temuan, terlihat bahwa niat berwirausaha Generasi Z di Pekanbaru terbentuk dari interaksi erat antara faktor personal dan faktor kontekstual. Dari segi personal, motivasi, kepercayaan diri, passion, dan pengetahuan menjadi pondasi utama pembentukan niat. Sementara itu, faktor kontekstual seperti teknologi digital, keluarga, lingkungan sosial, dan peluang pasar bertindak sebagai penguat yang mempercepat proses

pengambilan keputusan untuk memulai bisnis. Interaksi kedua faktor tersebut menunjukkan bahwa Generasi Z tidak hanya berorientasi pada kemampuan diri, tetapi juga sangat dipengaruhi oleh lingkungan yang mendukung mereka untuk berinovasi.

Temuan ini selaras dengan teori niat berwirausaha (Entrepreneurial Intention Theory) yang menekankan pentingnya sikap personal, persepsi kontrol, dan norma subjektif dalam membentuk niat seseorang. Dalam konteks penelitian ini, Generasi Z Pekanbaru menunjukkan sikap positif terhadap kewirausahaan, memiliki persepsi kontrol yang kuat melalui keterampilan digital, serta menerima dukungan sosial dari keluarga dan komunitas. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa era digital telah menciptakan lingkungan yang kondusif bagi berkembangnya niat berwirausaha di kalangan Generasi Z.

B. Hasil Analisis Faktor Personal dan Kontekstual Minat Berwirausaha Di Era Digital

Hasil penelitian menunjukkan bahwa minat berwirausaha Generasi Z di Pekanbaru terbentuk melalui interaksi yang sangat kuat antara faktor personal dan faktor kontekstual yang berkembang pesat di era digital. Kedua faktor ini tidak berdiri sendiri, tetapi saling melengkapi dan memperkuat sehingga menciptakan dorongan yang signifikan bagi generasi muda untuk memulai usaha.

Faktor personal, motivasi internal merupakan elemen paling dominan yang mempengaruhi minat berwirausaha. Informan mengungkapkan adanya keinginan kuat untuk mencapai kemandirian finansial, memperoleh kebebasan waktu, serta mengembangkan potensi diri melalui aktivitas bisnis. Motivasi ini semakin meningkat seiring dengan munculnya peluang-peluang bisnis digital yang memungkinkan mereka untuk mendapatkan penghasilan tanpa harus bergantung pada pekerjaan formal. Selain itu, kepercayaan diri (self-efficacy) yang dimiliki Generasi Z menjadi penentu penting dalam membentuk minat tersebut. Mereka merasa memiliki kemampuan menguasai teknologi, memahami tren digital, dan belajar secara mandiri, sehingga merasa mampu menghadapi risiko dan tantangan bisnis.

Faktor personal lainnya yang berpengaruh adalah passion dan minat intrinsik terhadap dunia bisnis, terutama bisnis digital yang dinilai lebih kreatif dan fleksibel. Generasi Z sangat menikmati proses berwirausaha, mulai dari merancang produk, melakukan pemasaran digital, hingga menjalin komunikasi dengan pelanggan. Passion ini menjadi energi penggerak yang membuat mereka konsisten bertahan dalam menjalankan usaha, meskipun menemui hambatan di awal. Di samping itu, pengetahuan kewirausahaan, meskipun tidak selalu

diperoleh secara formal, turut memberikan kesiapan mental bagi mereka dalam mengambil keputusan untuk terjun berwirausaha.

Faktor kontekstual, perkembangan teknologi digital memberikan pengaruh terbesar terhadap meningkatnya minat berwirausaha. Informan menilai bahwa media sosial, marketplace, dan berbagai aplikasi digital mempermudah proses pemasaran, promosi, transaksi, hingga evaluasi bisnis. Teknologi juga membuka peluang bagi usaha bermodal kecil sehingga membuat Generasi Z semakin percaya diri untuk memulai usaha sejak dini. Era digital memberikan ruang yang luas untuk berinovasi dan bereksperimen tanpa batasan geografis maupun biaya pemasaran yang besar.

Selain teknologi, dukungan lingkungan keluarga menjadi faktor kontekstual yang sangat kuat. Informan yang berasal dari keluarga wirausahawan menunjukkan kecenderungan lebih tinggi untuk mengikuti jejak orang tua, sementara informan lainnya mendapat dukungan moral berupa dorongan, kepercayaan, dan penerimaan terhadap risiko serta kegagalan. Lingkungan keluarga menjadi sumber nilai, pengalaman, dan motivasi yang membantu Generasi Z membangun niat berwirausaha dengan lebih mantap.

Faktor kontekstual berikutnya adalah lingkungan sosial dan komunitas, yang memberikan pengaruh signifikan dalam memperkuat minat berwirausaha. Komunitas bisnis, kelompok pertemanan, kegiatan kampus, serta forum diskusi online membantu informan memperoleh inspirasi, pengetahuan, serta dukungan emosional. Norma sosial pilihan karier yang positif dan layak dicoba.

Peluang pasar lokal di Pekanbaru juga menjadi pemicu meningkatnya minat berwirausaha. Pertumbuhan pengguna internet, permintaan terhadap produk kreatif, serta dinamika industri kuliner dan fashion mendorong Generasi Z melihat bisnis digital sebagai peluang nyata. Mereka merasa bahwa Pekanbaru memiliki pasar yang cukup potensial untuk dikembangkan terutama bagi usaha berbasis media sosial.

Analisis menunjukkan bahwa minat berwirausaha Generasi Z di era digital muncul dari perpaduan antara dorongan internal dan dukungan eksternal. Faktor personal membentuk kesiapan mental, kemampuan, dan kemauan individu, sementara faktor kontekstual menyediakan lingkungan yang kondusif untuk memulai usaha. Teknologi digital menjadi jembatan utama yang menghubungkan kedua faktor tersebut sehingga menciptakan peluang baru yang lebih terbuka bagi generasi muda untuk memulai dan mengembangkan usaha.

DAFTAR PUSTAKA

Afandi, D. R., Wahyono, D., Widyastuti, A. R. N., & Novita, Y. (2024). Pengaruh social media marketing, harga dan brand image terhadap minat beli. *Jurnal EMT KITA Vol*, *8*(2).

Aprilita, A. (2024) 'Strategi Pengelolaan Sumber Daya Manusia pada Generasi Z Tantangan dan Peluang di Era Digital Untuk Meningkatkan Kematangan Karir', Advances In Social Humanities Research, 2(2), pp. 221–235.

Banjarnahor, Astri Rumondang, and Ovi Hamidah Sari. "Meningkatkan Minat Berwirausaha Generasi Z Melalui Literasi Digital Di Era Teknologi," no. 1 (2023).

Jaenudin, Ahmad, Suroto Suroto, and Dwi Puji Astuti. "Menumbuhkan minat berwirausaha melalui teknologi digital pada pembelajaran kewirausahaan mahasiswa di era industri 4.0." *Economic Education and Entrepreneurship Journal* 2.2 (2019): 84-95.

Manoma, Suharli, and Irsad Muhammad. "Sosialisasi Transformasi Gen Z dalam Berwirausaha di Era Digital." *Jurnal Pengabdian Sosial* 2.3 (2025): 3167-3171.

Novrita, Sri Zulfia, et al. "Pengaruh Minat Berwirausaha dan Kurikulum Pembelajaran Wirausaha terhadap Kompetensi Wirausaha Digital Mahasiswa Vokasi Tata Busana." *The Indonesian Journal of Computer Science* 12.6 (2023).

Nuraini, Dewi Ratih, and Sulastri Rini Rindrayani. "Pelatihan kewirausahaan digital untuk menumbuhkan minat berwirausaha siswa SMK Sore Tulungagung." *JEPEmas: Jurnal Pengabdian Masyarakat (Bidang Ekonomi)* 3.1 (2024): 1-9.

Rahmadiane, Ghea Dwi, and Ririh Sri Harjanti. "Minat Berwirausaha Pada Gen-Z di Era Digital." *Owner: Riset Dan Jurnal Akuntansi* 8.3 (2024): 2150-2157.

Royan, F. A., Nazwa, M., Nurfadliah, S. A., Aprilia, S., Fazira, W., & Riofita, H. (2024). Strategi pengembangan sumber daya manusia dalam era digital pada e-commerce di Kota Pekanbaru. *SINOMIKA Journal: Publikasi Ilmiah Bidang Ekonomi dan Akuntansi*, *2*(5), 801-808.

Salmiah, M., Novita, Y., & Rahmawita, N. (2021). Pengaruh Motivasi Belajar terhadap Prestasi Belajar Siswa pada Mata Pelajaran Ekonomi Bisnis di Sekolah Menengah Kejuruan Muhammadiyah 2 Pekanbaru. *Perspektif Pendidikan Dan Keguruan*, *12*(2), 106-112.

Subhan, M., Hasgimianti, H., Sari, W. P., Bakar, A. Y. A., & Amat, S. (2019). Kematangan karir mahasiswa prodi ekonomi dalam pemilihan karir. *Educational Guidance and Counseling Development Journal*, *2*(2), 50-54.

Sugiarto, I. et al. (2023) 'Kesuksesan Wirausaha di Era Digital dari Perspektif Orientasi Kewirausahaan (Study Literature)', Sanskara Ekonomi dan Kewirausahaan, 1(02), pp. 81–96.

Syaifudin, M., Mujahidin, A., Zatrahadi, M. F., Rahmat, Z., Saleh, H., & Rahman, R. (2021). Evaluating impact of the education foundation law in management system of the private Indonesian Islamic school. *Turkish Journal of Computer and Mathematics Education*, *12*(2), 636-645.

Wulandari, Rike, and Rezki Hariko. "Literasi Digital Untuk Meningkatkan Minat Berwirausaha Generasi Z." *Risâlah Jurnal Pendidikan dan Studi Islam* 10.3 (2024): 983-996.

Yacub, Rudy, et al. "Menumbuhkan minat berwirausaha di era revolusi industri 4.0 dan digital society 5.0 pada siswa/i SMK Multimedia Binkara Cianjur Jawa Barat." *Jurnal Pengabdian Masyarakat* 1.1 (2023): 1-10.