

MEMBENTUK KARAKTER WIRAUSAHA PADA GENERASI Z DI ERA REVOLUSI INDUSTRI 4.0 DAN SOCIETY 5.0

Erwin Idris, Ricky Purnomohadi, Abdul Rouf, Harries Madiistriyatno
Universitas Mitra Bangsa, Jl. Raya Tanjung Barat No. 11 Jakarta Selatan
Email: erwin.idris@gmail.com, rickydjava@gmail.com, alrouf000@gmail.com,
harries.madi@gmail.com

Kata kunci:

karakter, wirausaha, generasi z, revolusi industri 4.0, society 5.0

Keywords:

character, entrepreneurship, generation z, industrial revolution 4.0, society 5.0

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini untuk membentuk karakter wirausaha generasi Z sebagai indikator minat, sikap, pengetahuan bisnis dan motivasi dalam dunia bisnis. Metode penelitian menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif yaitu merupakan cara pengumpulan data yang nyata, apa adanya pada saat penelitian dilaksanakan. Sumber data dalam penelitian ini adalah Generasi Z yang seluruhnya berjumlah 80 orang dalam 10 kelompok usaha. Penelitian ini merupakan penelitian purposive sampling, Instrumen penelitian yang digunakan dalam penelitian adalah lembar kuesioner yaitu indikator minat, sikap, pengetahuan bisnis dan motivasi. Teknik analisis skala kualitatif dengan cara menstabilisasi data sesuai dengan lembar kuesioner, kemudian diinterpretasikan dengan berpedoman pada rentang skala yang telah ditetapkan. Dari hasil penelitian disimpulkan bahwa minat, sikap, pengetahuan bisnis dan motivasi sebagai indikator membentuk karakter wirausaha generasi Z.pengaruh positif yang signifikan dalam kategori Sangat Baik berdasarkan data kualitatif.

ABSTRACT

The aim of this research is to shape the entrepreneurial character of generation Z as an indicator of interests, attitudes, business knowledge and motivation in the business world. The research method uses a quantitative method with a descriptive approach, which is a way of collecting real data, as it was at the time the research was carried out. The data source in this research is Generation Z, totaling 80 people in 10 business groups. This research is purposive sampling research. The research instrument used in the research is a questionnaire sheet, namely indicators of interest, attitudes, business knowledge and motivation. The qualitative scale analysis technique involves tabulating the data according to the questionnaire sheet, then interpreting it based on the predetermined scale range. From the research results, it was concluded that interests, attitudes, business knowledge and motivation as indicators shape the entrepreneurial character of generation Z. There is a significant positive influence in the Very Good category based on qualitative data.

PENDAHULUAN

Hasil Sensus Penduduk Tahun 2020 telah dirilis Badan Pusat Statistik pada akhir Januari 2021, dan memberikan gambaran demografi Indonesia yang mengalami banyak perubahan dari hasil sensus sebelumnya di tahun 2010. Sesuai prediksi dan analisis berbagai kalangan, Indonesia tengah berada pada periode yang dinamakan sebagai Bonus Demografi. Menariknya, hasil sensus 2020 menunjukkan komposisi penduduk Indonesia yang sebagian besar berasal dari Generasi Z (27,94%), yaitu generasi yang lahir pada antara tahun 1997 sampai dengan 2012. Generasi

Milenial yang digadang-gadang menjadi motor pergerakan masyarakat saat ini, jumlahnya berada sedikit di bawah Generasi Z, yaitu sebanyak 25,87% dari total penduduk Indonesia. Ini artinya, keberadaan Generasi Z memegang peranan penting dan memberikan pengaruh pada perkembangan Indonesia saat ini dan nanti.

Seperti yang kita tahu, Generasi Z adalah mereka yang lahir dalam rentang tahun 1995 sampai dengan tahun 2012. Generasi ini identik dengan rasa ingin tahu yang tinggi. Maka dari itu, mereka memiliki kecenderungan untuk berselancar mengakses beragam informasi tanpa mengenal batas. Mereka mengumpulkan jutaan informasi di dalam otak lalu dituangkan dalam bentuk interaksi antar sesamanya sebagai sarana bertukar informasi dan berdiskusi.

Generasi Z tumbuh dengan teknologi yang terus berkembang dan mereka secara alami terbiasa dengan penggunaan teknologi. Mereka memiliki pemahaman yang mendalam tentang teknologi dan mampu menggunakannya untuk keuntungan bisnis mereka. cenderung memiliki kesadaran yang tinggi terhadap isu-isu lingkungan dan sosial dan tertarik pada bisnis yang berfokus pada keberlanjutan dan memiliki dampak positif pada masyarakat dan lingkungan. Generasi Z dikenal sebagai generasi yang kreatif dan inovatif. Mereka memiliki kemampuan untuk berpikir di luar kotak dan menciptakan solusi baru untuk masalah yang ada, cenderung lebih mandiri dalam mengambil keputusan dan mengelola bisnis mereka sendiri. Mereka memiliki keinginan untuk mengambil inisiatif dan mengendalikan nasib mereka sendiri. Meskipun Generasi Z cenderung mandiri, mereka juga sangat terampil dalam bekerja secara kolaboratif. Mereka terbiasa dengan kerja tim dan berbagi ide dengan orang lain melalui platform digital.

Generasi Z memiliki kemampuan untuk beradaptasi dengan cepat terhadap perubahan dan memiliki fleksibilitas dalam menghadapi tantangan. Mereka terbiasa dengan perubahan teknologi dan lingkungan yang cepat dan mampu beradaptasi dengan baik. Generasi Z cenderung menjalankan bisnis mereka secara online. Mereka memiliki pemahaman yang baik tentang media sosial, pemasaran digital, dan teknologi lainnya yang dapat digunakan untuk membangun dan mengembangkan bisnis mereka.

Tentu menjadi sebuah keuntungan jika akselerasi teknologi kian masif memperbesar peluang untuk mengasah skill dan wawasan bagi Generasi Z. Banyaknya informasi yang didapatkan, harusnya menjadi sebuah kesempatan bagi Generasi Z dalam menghasilkan beragam alternatif sekaligus gagasan bisnis. Peluang semacam inilah yang harus dimanfaatkan oleh Generasi Z dalam menghadapi era revolusi industri 4.0 dan society 5.0

Dunia wirausaha menjadi trendi karena tampilan kesuksesan yang menyilaukan. Hal ini juga berimbas kepada Generasi Z. Banyak Gen Z-ers memiliki preferensi untuk memulai bisnis mereka sendiri atau melakukan pekerjaan kontrak (Powers, 2018). Generasi Z mempertimbangkan pilihan mereka dalam hal jalur karier yang andal sambil menghindari jebakan utang. Berbekal semangat kewirausahaan generasi milenial, tetapi dengan sedikit lebih hati hati dan pemikiran ke depan, Generasi Z akan membuka jalan menuju kesuksesan tanpa mengikuti aturan orang lain. Sekitar 41% berencana untuk memulai wirausaha dan 45% percaya bahwa mereka dapat menemukan sesuatu yang merubah dunia (Online Schools Center, 2019). Generasi Z dalam suatu

pekerjaan menekankan kepada hubungan sosial atas keseimbangan kerja dengan kehidupan dan pengalaman sehari-hari yang baik atas manfaat besar (Wallace, 2019).

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pemahaman tentang dunia bisnis, minat, sikap dan motivasi terhadap karakter wirausaha Generasi Z. Sehubungan dengan hal tersebut maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Membentuk karakter wirausaha pada Generasi Z di era revolusi industri 4.0 dan society 5.0”.

METODE

Metode penelitian adalah seluruh perencanaan dalam penelitian untuk menjawab pertanyaan penelitian atau menguji hipotesis penelitian. Penelitian ini bersifat *kuantitatif* rancangan ini digunakan untuk mengidentifikasi pemaham tentang dunia bisnis, minat, sikap dan motivasi Generasi Z. Pendekatan yang digunakan adalah *deskriptif*, dimana pengumpulan data apa adanya pada saat penelitian dilakukan.

Instrumen Penelitian

Penelitian dilakukan dengan membuat instrumen penelitian sebagai alat pengumpulan data. Instrumen penelitian yang digunakan berupa lembar kuesioner yang disebarakan untuk memvalidasi dan dokumentasi yang mengacu pada konsep kewirausahaan dan kesesuaian dengan peneliti. Peneliti melakukan pretest terlebih dahulu kepada kuesioner kemudian melakukan postest untuk mengetahui pemahaman Generasi Z tentang dunia usaha, minat, sikap dan motivasi.

sebaran kuesioner sebanyak 80 orang dengan perincian jumlah laki-laki 24 orang dan jumlah perempuan 56 orang yang dikelompokkan menjadi 10 kelompok usaha, kuesioner mencakup indikator-indikator pemahaman dunia bisnis, minat, sikap dan motivasi. Adapun perinciannya sebagai berikut :

Tabel 1 Sebaran Kuesioner

No	Indikator	Kriteria				
		Sangat Setuju	Setuju	Cukup Setuju	Kurang Setuju	Sangat Kurang Setuju
1	Minat					
2	Sikap					
3	Pengetahuan					
4	Motivasi					
Total						

Analisis Data

Hasil data diukur menggunakan instrumen lembar kuesioner. setelah data yang didapat, data tersebut pada masing-masing pernyataan diklasifikasikan dan dijumlahkan sesuai dengan jenis jawaban yang didapat dari kuesioner yaitu, sebagai berikut :

Tabel 2 Skor Kuesioner

Skor	Kriteria
4,5 - 5	Sangat Baik
3,5 - 4,4	Baik
2,5 - 3,4	Cukup Baik
1,5 - 2,4	Kurang Baik
1 - 1,4	Sangat Kurang Baik

Dalam menginterpretasikan data peneliti berpedoman kepada ukuran rentang skala interpretasi, sebagai berikut :

Tabel 3 Tingkat Karakter Wirausaha

Skor	Kategori
90 - 100	Sangat Berkarakter
80 - 89	Berkarakter
70 - 79	Cukup Berkarakter
60 - 69	Kurang Berkarakter
< - 59	Sangat Kurang Berkarakter

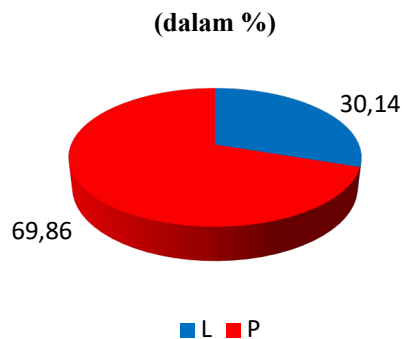
Cara perhitungan nilai (dalam puluhan) adalah sebagai berikut :

$$\begin{aligned}\text{Nilai} &= \text{Jumlah} / \text{skor maksimum} \times 100 \\ &= 14,4 / 15 \times 100 \\ &= 96\end{aligned}$$

HASIL DAN PEMBAHASAN

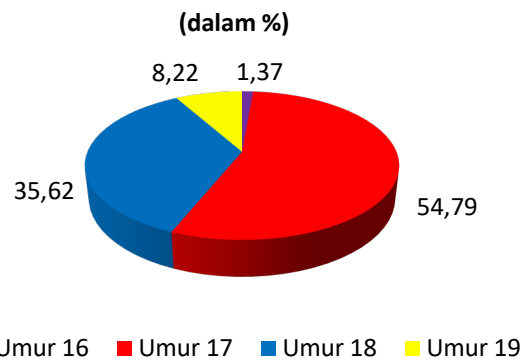
Hasil Penelitian

Data Kuesioner berdasarkan jenis kelamin (*sumber data primer 2023*)



Berdasarkan data di atas dapat diketahui bahwa jenis kelamin laki sebanyak 30,14% dan jenis kelamin perempuan sebanyak 69,86%, maka dapat disimpulkan bahwa jenis kelamin perempuan lebih banyak dari pada jenis kelamin laki-laki.

Data Kuesioner berdasarkan usia (*sumber data primer 2023*)



Berdasarkan data di atas dapat diketahui bahwa kuesioner terbanyak menurut usia yaitu 17 tahun dengan jumlah sebesar 54,79%, sedangkan kuesioner usia 18 tahun adalah 35,62% dan terkecil menurut usia 16 tahun dengan jumlah kuesioner 1,37%, sedangkan usia tertinggi kuesioner 19 tahun dengan jumlah 8,22%, dan dapat disimpulkan bahwa sebagian besar kuesioner berusia 17 tahun.

Tabel 4 Hasil Pretest Kuesioner

Kelompok	Nilai	Kategori
1	72	Cukup Berkarakter
2	80	Berkarakter
3	92	Sangat Berkarakter
4	68	Kurang Berkarakter
5	60	Kurang Berkarakter
6	64	Kurang Berkarakter
7	68	Kurang Berkarakter
8	64	Kurang Berkarakter
9	60	Kurang Berkarakter
10	72	Cukup Berkarakter

(*sumber data primer 2023*)

Berdasarkan perhitungan lembar penilaian pada tabel 4 di atas yaitu kelompok 1 memperoleh nilai 72 kategori cukup berkarakter, kelompok 2 memperoleh nilai 80 dengan kategori berkarakter, kelompok 3 memperoleh nilai 92 dengan kategori sangat berkarakter, kelompok 4 memperoleh nilai 68 kategori kurang berkarakter, kelompok 5 memperoleh nilai 60 kategori kurang berkarakter, kelompok 6 memperoleh nilai 64 kategori kurang berkarakter, kelompok 7 memperoleh nilai 68 kategori kurang berkarakter, kelompok 8 memperoleh nilai 64 kategori kurang berkarakter, kelompok 9 memperoleh nilai 60 kategori kurang berkarakter, kelompok 10 memperoleh nilai 72 kategori cukup berkarakter.

Pembahasan

Pada variabel lembar kuesioner di jaring berdasarkan hasil dari validasi oleh peneliti terhadap kelompok usaha terdiri dari 80 orang pada 10 kelompok usaha. Dalam mendiskripsikan variabel bukti fisik maka dapat dilihat pada hasil masing-masing pernyataan atau indikator yang digunakan untuk mengukur karakter wirausaha generasi Z. Adapun hasil kuesioner dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 5 Hasil Postest Kuesioner

Kelompok	Nilai	Kategori
1	96,0	Sangat Berkarakter
2	94,7	Sangat Berkarakter
3	93,3	Sangat Berkarakter
4	86,7	Berkarakter
5	93,3	Sangat Berkarakter
6	90,7	Sangat Berkarakter
7	93,3	Sangat Berkarakter
8	90,7	Sangat Berkarakter
9	97,3	Sangat Berkarakter
10	90,7	Sangat Berkarakter

(sumber data primer 2023)

Berdasarkan tabel 5 di atas yaitu kelompok 1 memperoleh nilai 96.0 dengan kategori sangat berkarakter, kelompok 2 memperoleh nilai 94.7 kategori sangat berkarakter, kelompok 3 memperoleh nilai 93.3 kategori sangat berkarakter, kelompok 5 memperoleh nilai 93.3 kategori sangat berkarakter, kelompok 6 memperoleh nilai 90.7 kategori sangat berkarakter, kelompok 7 memperoleh nilai 93.3 kategori sangat berkarakter, kelompok 8 memperoleh nilai 90.7 kategori sangat berkarakter, kelompok 9 memperoleh nilai 97.3 kategori sangat berkarakter, kelompok 10 memperoleh nilai 90.7 kategori sangat berkarakter. Sedangkan kelompok yang memperoleh nilai berkarakter rentang antara 80 - 89 yaitu kelompok 4 memperoleh nilai 86.7 dengan kategori berkarakter.

KESIMPULAN

Jika lembar kuesioner dilakukan untuk mengetahui karakter wirausaha Generasi Z sebelum dilaksanakan dengan kelompok usaha, dan setelah mengikuti kelompok usaha, maka hasil pengujian validitas peneliti di atas terdapat perbedaan yang signifikan setelah dilaksanakan. Dengan data rata-rata skor karakter wirausaha Generasi Z adalah 4,65 masuk tergolong sangat berkarakter atau skor tingkat berkarakter adalah 93 tergolong sangat berkarakter yang terdiri dari beberapa indikator, yaitu minat, sikap, pengetahuan bisnis dan motivasi.

Membentuk karakter wirausaha pada generasi Z di era revolusi industri 4.0 dan era masyarakat 5.0 adalah bahwa tantangan dan peluang yang dihadapi oleh generasi Z dalam dunia bisnis sangat berbeda dengan generasi sebelumnya. Dalam era revolusi industri 4.0, teknologi digital dan kemajuan teknologi informasi telah mengubah cara bisnis dilakukan. Generasi Z

cenderung menjalankan bisnis mereka secara online. Generasi Z yang tumbuh dan berkembang di era ini perlu memiliki karakteristik khusus agar dapat menjadi wirausaha yang sukses.

Salah satu karakteristik penting yang perlu dibentuk adalah kemampuan beradaptasi dengan cepat terhadap perubahan teknologi. Teknologi terus berkembang dengan cepat, dan wirausaha generasi Z harus dapat mengikuti perkembangan tersebut. Mereka memiliki pemahaman yang baik tentang media sosial, pemasaran digital, dan teknologi lainnya yang dapat digunakan untuk membangun dan mengembangkan bisnis mereka.

Selain itu, generasi Z juga perlu memiliki kreativitas dan inovasi yang tinggi. Dalam era revolusi industri 4.0 dan masyarakat 5.0, persaingan bisnis semakin ketat. Untuk berhasil, wirausaha generasi Z perlu memiliki ide-ide baru dan inovatif yang dapat membedakan mereka dari pesaing mereka. Mereka harus berani berpikir di luar kotak dan menghadapi tantangan dengan solusi yang unik.

Selain itu, generasi Z juga perlu memiliki kemampuan untuk bekerja dalam tim dan berkolaborasi dengan orang lain. Dalam dunia bisnis yang semakin kompleks, kerja sama tim menjadi kunci keberhasilan. Generasi Z harus dapat bekerja sama dengan anggota tim lainnya, menghargai perbedaan, dan mengintegrasikan berbagai perspektif untuk mencapai tujuan bersama.

DAFTAR PUSTAKA

Artikel Mendikbud Dorong Siswa SMK Jadi Wirausaha di Era Industri 4.0'

Artikel Bruce Tulgan dan RainmakerThinking, Inc. berjudul "Meet Generation Z: The Second Generation within The Giant Millennial Cohort" yang didasarkan pada penelitian longitudinal sepanjang 2003 sampai dengan 2013.

Business Insider. (2019). Generation Z: Latest Characteristics, Research, and Facts. Retrieved December 22, 2019, from <https://www.businessinsider.com/generation-z?IR=T>

Francis, T., & Hoefel, F. (2018). 'True Gen': Generation Z and its implications for companies. Retrieved from <https://www.mckinsey.com/industries/consumerpackaged-goods/our-insights/true-gen-generation-z-and-its-implications-forcompanies>

Online Schools Center. (2019). Doing It Their Way: Gen Z And Entrepreneurship. Retrieved December 22, 2019, from <https://www.onlineschoolscenter.com/genz-entrepreneurship/>

Paquette, A. (2019). Gen Z is poised to become the most entrepreneurial generation ever—even more so than millennials. Retrieved December 22, 2019, from <https://www.visioncritical.com/blog/entrepreneurial-gen-z>

Powers, A. (2018). Why Gen-Z Talent Is More Likely To Pursue Entrepreneurship. Retrieved December 22, 2019, from <https://www.forbes.com/sites/annapowers/2018/07/31/why-gen-z-talent-ismore-likely-to-pursue-entrepreneurship/#69492b667822>

Schawbel, D. (2014). Why "Gen Z" May Be More Entrepreneurial Than "Gen Y." Retrieved December 23, 2019, from <https://www.entrepreneur.com/article/231048>

Wallace, B. (2019). Gen Z: The Entrepreneurial Generation. Retrieved December 22, 2019, from <https://mystudentvoices.com/gen-z-the-entrepreneurialgeneration-1186ebc38829>



This work is licensed under a
Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License