

BELAJAR BERWIRUSAHA, MENGAPA TAKUT? (SEBUAH ANALISIS TERHADAP AKTIVITAS Mencari Peluang BERWIRUSAHA PADA GENERASI Z DI ERA *SOCIETY 5.0*)

Ni Made Fania Aprilia¹, Ni Komang Tri Madurya Putri², Si Luh Putu Thita Laurent²

SMA NEGERI 8 DENPASAR

Abstrak

Tingginya minat belanja online masyarakat Indonesia khususnya yang berasal dari kalangan anak muda mendorong potensi berbisnis Generasi Z tumbuh. Hal itu sangat menarik untuk diteliti. Oleh karena itu yang menjadi permasalahan dalam penelitian ini adalah: (1) Seberapa besar potensi Generasi Z yang memiliki minat untuk menjadi seorang wirausahawan? (2) Apa yang menjadi motivasi bagi Generasi Z untuk menjadi seorang wirausahawan? (3) Bagaimanakah cara agar Generasi Z dapat menemukan peluang bisnis pada era *society 5.0*? Untuk memperoleh data digunakan metode angket dengan menggunakan 100 orang dari 588 orang sebagai sampel dan melakukan metode wawancara dengan salah seorang generasi Z yang sudah menekuni beberapa bisnis online. Wawancara ini juga dilakukan dengan salah seorang guru ekonomi dan kewirausahaan. Setelah terkumpul, data tersebut diolah dengan metode analisis deskriptif kualitatif untuk memperoleh simpulan. Berdasarkan data dan analisisnya diperoleh hasil bahwa motivasi siswa / Generasi Z cukup besar untuk menjadi seorang wirausahawan dengan berbagai motivasi baik dari diri sendiri, lingkungan, maupun modal dan faktor-faktor penghambat serta pendorong. Peluang wirausahawan muda juga terjamin asalkan mampu berinovasi, mengolah dana, dan memiliki strategi marketing di era *Society 5.0* ini. Peluang bisnis bagi Generasi Z juga terdukung dengan perkembangan teknologi sehingga dapat bertahan sesuai dengan kondisi pasar dan keinginan konsumen.

Kata kunci: Generasi Z, bisnis *online*, Wirausahawan.

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Belanja online tentunya bukanlah hal yang asing lagi dilakukan oleh masyarakat, khususnya generasi muda generasi milenial. Belanja online memberikan kenyamanan serta keuntungan tersendiri baik untuk pihak pembeli maupun penjual. Di Indonesia Generasi X dengan rentang usia 36 – 45 tahun rata-rata berbelanja online sebanyak 12 kali setahun, sedangkan Generasi Z dengan rentang usia 15 – 25 tahun biasanya berbelanja online sebanyak 9 kali setahun dengan jumlah pembelian produk mencapai 13 barang. Merekahnya kecintaan akan belanja online menjadikan era teknologi yang semakin canggih ini serba-serbi dilakukan secara online termasuk dalam perihal memenuhi kebutuhan hidup masyarakat tanpa memandang murah/mahalnya barang yang akan dijual (dikutip dari Katadata.co.id).

Pada mulanya kebanyakan bisnis online hanya menjual kebutuhan tersier. Akan tetapi, saat ini barang semurah dan sekecil apa pun dapat dijual secara online misalnya penjualan nasi bungkus melalui aplikasi Gojek, atau mungkin pembelian bahan pokok dapur seperti beras, gula, dan masih banyak lagi yang sebagian besar dibeli oleh masyarakat melalui aplikasi belanja online misalnya Shopee dan Tokopedia.

Menyadari tingginya minat belanja online masyarakat Indonesia bukan semata menunjukkan bahwa masyarakat mampu mengikuti arus perkembangan teknologi. Hal ini juga sekaligus menunjukkan adanya peluang berbisnis secara online dan menumbuhkan benih-benih wirausahawan di kalangan anak muda khususnya Generasi Z yang merupakan cikal bakal generasi Indonesia berkembang menuju Indonesia Maju di bidang ekonomi, industri, dan teknologi. Potensi berbisnis Generasi Z (generasi yang sedang kini duduk di kelas X SMA) tentu sangat menarik untuk diteliti dan dibahas.

1.2 Rumusan Masalah

- 1) Seberapa besar potensi Generasi Z yang memiliki minat untuk menjadi seorang wirausahawan?
- 2) Apa yang menjadi motivasi bagi Generasi Z untuk menjadi seorang wirausahawan?
- 3) Bagaimanakah cara agar Generasi Z dapat menemukan peluang bisnis pada era society 5.0?

1.3 Tujuan

- 1) Ingin mengetahui presentase potensi Generasi Z yang berminat untuk menjadi wirausahawan
- 2) Ingin memperoleh gambaran motivasi Generasi Z menjadi seorang wirausahawan.
- 3) Ingin mengetahui cara Generasi Z menemukan peluang bisnis di era society 5.0

1.4 Manfaat

Adapun manfaat dilakukannya penelitian ini sebagai berikut :

- 1) Manfaat teoritis. Hasil penelitian ini diharapkan memperkuat hasil studi yang berhubungan dengan potensi kewirausahaan Generasi Z dan menambah wawasan Generasi Z mengenai dunia kewirausahaan.
- 2) Manfaat Praktis. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menumbuhkan skill kewirausahaan Generasi Z serta menguatkan pola pikir tenaga pengajar mengenai ilmu ekonomi sebagai modal lahirnya wirausahawan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Generasi Z

Menurut Wikipedia (dikutip 6-12-2021) Generasi Z adalah generasi yang lahir dalam rentang tahun 1996 sampai dengan tahun 2012 masehi. Generasi Z adalah generasi setelah Generasi Milenial, generasi ini merupakan generasi peralihan Generasi Milenial dengan teknologi yang semakin berkembang. Beberapa diantaranya merupakan keturunan dari Generasi X dan Milenial.

David Stillman dan Jonah Stillman (2018) mengatakan gen Z memiliki karakteristik Fear of Missing Out dimana Generasi Z memiliki perasaan gelisah dan takut tertinggal saat Generasi Z belum kenyang disuapi dengan informasi-informasi terbaru yang berkaitan dengan kehidupan mereka. Generasi Z yang difokuskan dalam pembahasan ini adalah generasi yang berumur 15 sampai 16 tahun yang sedang duduk di kelas X SMA.

2.2 Kewirausahaan pada Generasi Z

Kewirausahaan atau entrepreneurship adalah suatu proses penerapan kreatifitas untuk menciptakan inovasi – inovasi baru yang terwujud dalam perilaku, di lingkungan masyarakat. Menurut Zahra dalam Peterson & Lee tahun 2000, kewirausahaan telah lama menjadi perhatian penting dalam mengembangkan pertumbuhan sosioekonomi suatu negara, sehingga perlu digandakannya wirausahawan dari Generasi Z di era society 5.0.

Adapun beberapa jurnal yang menjadi landasan penelitian ini, salah satunya adalah penelitian yang dilakukan oleh KAMSIR (2020) dalam skripsi daring studi manajemen pendidikan Islam Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan, meneliti tentang kerasnya pengaruh entrepreneur bagi suatu negara dan pengembangan jiwa kewirausahaan siswa SMA yang dilakukan melalui program SCW yang dihidupkan dengan mimpi, motivasi, keyakinan, dan perencanaan.

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di SMA Negeri 8 Denpasar yang berlokasi di Jalan Antasura, Pelaksanaan penelitian ini dilakukan selama 8 hari, yaitu dari tanggal 8 Desember 2021 – 15 Desember 2021

3.2 Populasi dan Sampel

Jumlah populasi yang dipilih dalam penelitian ini adalah sebanyak 588 orang dari seluruh siswa kelas X SMA Negeri 8 Denpasar. Dari populasi sebanyak 588 orang diambil sampel sebanyak 100 siswa (17%) karena kondisi homogenitas kelas X SMA Negeri 8 Denpasar dalam hal ini sangat tinggi.

3.3 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang dipilih dalam penelitian ini adalah 1) Metode Angket ; berupa pertanyaan tertutup (close-ended questions) dan pertanyaan terbuka (Open-ended questions) tersaji dalam bentuk pilihan berganda (multiple choice question). 2) Metode Wawancara ; dengan wawancara terarah (Directive Interview) dan wawancara tidak terarah (Non Indirective Interview) dibarengi teknik rekam – catat sehingga data yang diperoleh tak terbantahkan.

3.4 Metode Pengolahan Data

Setelah data terkumpul diadakan verifikasi data sesuai dengan tujuan penelitian. Selanjutnya data disusun secara sistematis dan dianalisis dengan teknik deskriptif kualitatif. Hasil analisis itu kemudian diinterpretasikan untuk memperoleh simpulan (sintesis).

BAB IV ANALISIS DAN SINTESIS

4.1 Potensi Generasi Z Menjadi Wirausahawan

Hasil angket tentang potensi Generasi Z yang memiliki minat menjadi wirausahawan tampak pada diagram berikut.

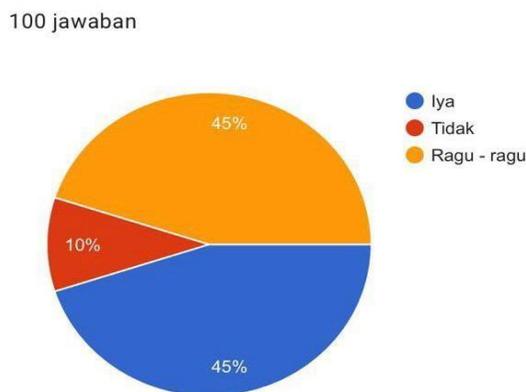


Diagram 1.1 minat berwirausaha
 Generasi Z SMA Negeri 8 Denpasar.



Diagram 1.2 alasan Generasi Z tidak
 minat berwirausaha

Berdasarkan diagram di atas, terdapat 45% siswa yang berminat menjadi seorang wirausahawan, 45% siswa yang ragu-ragu menjadi wirausahawan dan 10% siswa yang tidak ingin menjadi wirausahawan. Terdapat beberapa alasan bagi siswa tidak berminat menjadi wirausahawan. Alasan yang paling banyak dipilih adalah karena tidak ada skill dan dana serta tidak adanya minat pada bidang ekonomi. Dari alasan ini kita dapat mengetahui bahwa modal, skill, dan minat merupakan hal yang sangat penting untuk dapat meningkatkan jumlah wirausahawan pada kalangan anak SMA

4.2 Motivasi Generasi Z Menjadi Seorang Wirausahawan

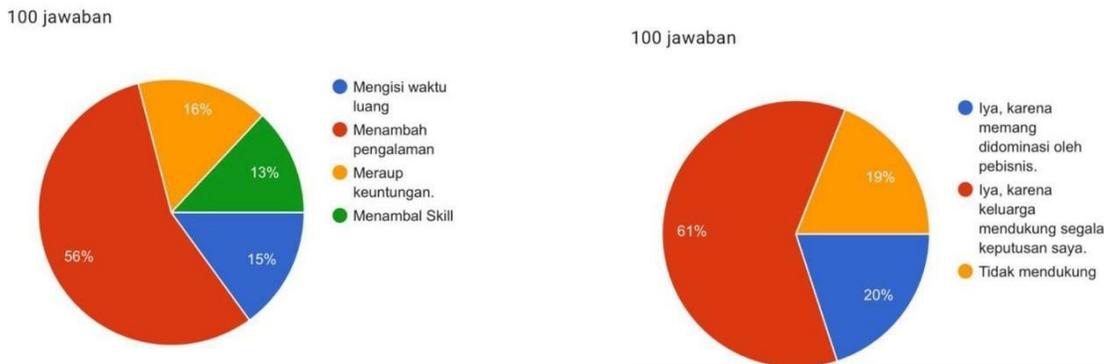


Diagram 2.1 motivasi Generasi Z

Diagram 2.2 kondisi sosial lingkungan

Berdasarkan diagram di atas, terdapat 56% siswa yang berminat menjadi seorang wirausahawan dengan motivasi atau bertujuan untuk menambah pengalamannya sejak dini di bidang ekonomi, 16% siswa termotivasi menjadi wirausahawan karena ingin meraup keuntungan, 15% memilih untuk berwirausaha untuk mengisi waktu luang dan 13% siswa yang ingin menjadi wirausahawan karena ingin menambah skill. Dapat dilihat bahwa siswa paling banyak ingin menjadi wirausahawan karena termotivasi untuk menambah pengalaman sebagai bekal masa depan.

Tinggi rendahnya minat Generasi Z dalam dunia kewirausahaan tentu dipengaruhi berbagai faktor, salah satunya yang paling berpengaruh adalah kondisi lingkungan (keluarga). Setelah dilakukan, diagram diatas menunjukkan bagaimana hasil angket Generasi Z mengenai kondisi lingkungan sebagai pendukung jalannya usaha. 61% keputusan siswa dalam berwirausaha didukung penuh oleh orangtuanya, sementara 20% siswa didukung berwirausaha karena memang tumbuh di keluarga pebisnis, dan 19% siswa tidak didukung dalam mewujudkan keinginan berwirausaha tersebut.



Diagram 2.3 hambatan Generasi Z menjadi wirausahawan

Selain faktor social lingkungan ada pula faktor lainnya yang menjadi penghambat jalannya wirausaha tersebut, yakni faktor individual/dari diri sendiri. Dimana menurut diagram hasil angket 59% siswa ragu untuk membuka bisnis usaha karena belum siap menanggung resiko, kemudian 34% merasa kurang modal (uang) untuk berwirausaha, dan 6% sisanya tidak/belum diijinkan oleh orang tua.

4.3 Menemukan Peluang Bisnis oleh Generasi Z pada Era Society 5.0

Bagi Generasi z, menemukan peluang bisnis dapat menjadi hal yang sangat sulit. Hal tersebut dikarenakan pengetahuan dan pengalaman yang masih minim maupun kendala modal yang terbatas. Berdasarkan alasan-alasan tersebut seringkali orang-orang justru mundur padahal bisnis belum dimulai. Peluang bisnis sebenarnya tersebar cukup banyak dan sangat luas, disertai

dengan melek teknologi kita dapat menemukan sebuah peluang dan memanfaatkannya. Di era digital seperti sekarang, menuntut pelaku usaha bisnis untuk selalu meningkatkan strategi pelayanan terbaiknya dengan selalu melakukan eksplorasi serta terus berinovasi.

4.3.1 Hasil Wawancara Wirausahawan Muda SMAPAN dan Guru Ekonomi

Putri Chelsea Anantasya (wirausahawan muda) saat ini telah berhasil membangun lebih dari 3 jenis bisnis online yang berbeda, diantaranya adalah masker organik, baju tie dye, triffing pakaian, dan jasa ketik/tulis. Ia mengungkapkan bahwa untuk menemukan peluang bisnis harus dimulai dari keinginan dan jeli menyadari potensi diri sebagai langkah awal untuk menemukan peluang bisnis. Berbekal keberanian dan yakin pada setiap keputusan serta mengetahui risikonya dan rasa optimisme akan membantu dalam menjalankan bisnis. Konsisten dan analisis trend lewat media sosial yang diiringi berinovasi menjadi hal terpenting baginya. Sifat jangan mudah puas akan pencapaian yang telah digapai saat ini menjadi langkah pertama untuk kemajuan agar dapat terus berkembang dan bertahan dalam dunia bisnis.

4.3.2 Hasil Wawancara Guru Ekonomi dan Kewirausahaan

Menurut Ni Putu Juni Asmariati, SE (guru ekonomi) sasaran pelajaran ekonomi di sekolah bukan hanya untuk memenuhi tuntutan kurikulum semata, Pelajaran ekonomi diberikan untuk memberikan bekal di masa depan saat melakukan kegiatan ekonomi dan membangun jiwa kewirausahaan sejak dini. Hal tersebut sudah terpenuhi dengan bukti nyata salah seorang siswa yang berhasil merintis usaha sejak dini. Hal tersebut juga diperkuat dengan adanya inovasi dari SMA Negeri 8 Denpasar yakni “SMAPAN FAIR” yang memang bertujuan untuk memancing keinginan siswa untuk berwirausaha dengan terjun langsung menghadapi segala permasalahan ekonomi (pasar).

Menurut Ni Putu Juni Asmariati kegiatan berwirausaha tidak memandang usia, semua tergantung pada keinginan dan keseriusan pada diri sendiri, sehingga tidak menutup kemungkinan bahwa “Yang Muda Lebih Jaya.” Bagi siswa/siswi yang ingin mencoba untuk menyelami dunia kewirausahaan terdapat beberapa teori yang dapat diterapkan selama merintis bisnis, diantaranya adalah ; 1) Analisis SWOT sebagai strategi bisnis yang efektif, yakni Strength (kekuatan), Weakness (kelemahan), Opportunity (peluang), Threat (ancaman). 2) AIDAS trik pemasaran produk, diantaranya: Attention (menarik perhatian pembeli), Interest (menciptakan minat beli konsumen), Desire (menyingkirkan berbagai penghalang jual-beli), Action (konsumen dibuat membeli produk tawaran), Satisfactacion (memastikan kepuasan konsumen terhadap produk), dan 3) Tips berwirausaha oleh Paus Charlap tips paul charlap, yakni Work hard (bekerja keras), Worksmart (bekerjacerdas), Enthusiasm (kegairahan) dan Service (pelayanan)

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan

- 1) Potensi kewirausahaan yang dimiliki Generasi Z khususnya yang duduk di bangku kelas X SMA NEGERI 8 DENPASAR baru mencapai 45%. Namun, keinginan tersebut terhalang oleh minimnya modal uang, pengetahuan, dan pengalaman dalam berbisnis. Hal tersebut disebabkan kurangnya minat Generasi Z dalam pelajaran ekonomi. Penyebab lain, pengaruh psikis dari lingkungan sosial sangat besar untuk menghidupkan potensi seorang wirausahawan.
- 2) Bagi Generasi Z yang berminat, menjadi seorang wirausahawan dengan motivasi untuk menambah pengalaman dan skill yang bertujuan untuk menyiapkan bekal mereka di masa depan / era society 5.0. Berwirausaha di era society 5.0 juga dipilih oleh Generasi Z sebagai kegiatan untuk mengisi waktu luang sambil meraup keuntungan.
- 3) Peluang bisnis di era society 5.0 mudah didapat oleh Generasi Z dengan melekat teknologi sehingga gesit menganalisis trend lewat media sosial kemudian mampu menemukan permintaan dan network konsumen serta melakukan inovasi sesuai dengan keadaan pasar agar mampu bersaing.

5.2 Saran

- 1) Saran Kepada Generasi Z
Generasi z yang sedang duduk di bangku sekolah (bangku SMA) agar sedini mungkin meyiapkan diri untuk membangun masa depan melalui kewirausahaan.
- 2) Saran Kepada Sekolah
Sekolah hendaknya memberi perhatian (wadah) lebih untuk membangun jiwa wirausahawan pada peserta didik baik melalui intrakulikuler dan ekstrakuler.

DAFTAR PUSTAKA

- Aris, 2017, Generasi Z, dilihat 9 Desember 2021,
https://id.m.wikipedia.org/wiki/Generasi_Z
- Borgx, 2007, Analisis Swot, dilihat 14 Desember 2021,
https://id.m.wikipedia.org/wiki/Analisis_SWOT
- Desy. S. 2021, Riset KIC-Kredivo : Konsumen 36-45 Tahun Mulai Gemar Belanja, dilihat 9 Desember 2021,
<https://katadata.co.id/amp/desysetyowati/digital/60c05f6215bf6/riset-kic-kredivo-konsumen-36-45-tahun-mulai-gemar-belanja-online>
- Dimas.P, 2020, Skripsi: Karakteristik Generasi Z di Yogyakarta Tahun 2019, dilihat 12 Desember 2021, https://repository.usd.ac.id/36688/2/151324021_full.pdf

- Kamsir, 2020, Skripsi : Pengembangan Jiwa Kewirausahaan Siswa Melalui Program SCW di SMA Bina Putera Kopo Serang-Banten, dilihat 12 Desember 2021,
http://repository.iainpurwokerto.ac.id/7402/1/KAMSIR_PENGEMBANGAN%20JIWA%20KEWIRAUSAHAAN%20SISWA%20MELALUI%20PROGRAM.pdf
- Mulia. P, 2021, Teori AIDAS dan Pengaruhnya di Bisnis Marketing, dilihat 13 Desember 2021, <https://amp.kompas.com/skola/read/2021/07/16/121357169/teori-aidas-dan-pengaruhnya-di-bisnis-marketing>
- Putri. W, 2009, Hubungan Antara Nilai, dilihat 11 Desember 2021,
<http://www.lontar.ui.ac.id/file?file=digital%2F126429-155.8+PUT+h++Hubungan+nilai++Pendahuluan.pdf>
University of National Development Veteran Yogyakarta, dilihat 14 Desember 2021,
<https://www.coursehero.com/file/49235200/kewir-boydocx/>