

MINAT BERWIRSAHA GENERASI Z DALAM BIDANG PENDIDIKAN: STUDI LITERATUR

Alda Mafrikha Fauziah¹, Ananda Suci Rahmania², Muhammad Tsaqolain Jaros³,
Ferida Rahmawati⁴

^{1,2,3,4}Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan

¹alda.mafrikha.fauziah24002@mhs.uingusdur.ac.id,

²ananda.suci.rahmania24004@mhs.uingusdur.ac.id,

³muhhammad.tsaqolain.jaros24038@mhs.uingusdur.ac.id,

⁴ferida.rahmawati@uingusdur.ac.id.

ABSTRACT

Rapid advancements in digital technology have transformed the landscape of education and the business world, providing significant opportunities for Generation Z (Gen Z) to become edupreneurs thanks to their creativity, adaptability, and technological proficiency. However, their interest in entrepreneurship does not arise spontaneously but is influenced by both internal and external factors. This study, conducted using a qualitative approach and a literature review, aims to analyze the entrepreneurial characteristics of Gen Z, identify the factors influencing their interest in entrepreneurship, and design strategies to foster that interest through education. Data collection was conducted by reviewing relevant academic documents, journal articles, and books. The findings of this study confirm that Gen Z has high entrepreneurial aspirations and a good level of digital literacy, even though they face challenges in the form of consumerist habits and a tendency to prefer instant gratification. Their interest in entrepreneurship in the field of education is influenced by four key factors: intrinsic motivation, self-efficacy (belief in one's own abilities), support from the family environment, and the quality of the entrepreneurship education they receive. In conclusion, to optimize this potential, five integrated strategies are needed in the context of education: aligning the entrepreneurship curriculum, implementing project-based learning methods, making productive use of digital technology and social media, boosting motivation and self-confidence, and fostering a positive entrepreneurial climate in schools and universities. Through these strategies, educational institutions will not only produce graduates who are ready for the workforce but also foster a generation that is independent, innovative, and capable of creating their own job opportunities.

Keywords: Generation Z. Interest in Enterpreneurship, Education

ABSTRAK

Perkembangan pesat dalam teknologi digital telah merubah wajah pendidikan dan dunia usaha, memberikan peluang besar bagi Generasi Z (Gen Z) untuk menjadi pelaku edupreneurship berkat karakteristik mereka yang kreatif, adaptif, dan terampil dalam penggunaan teknologi. Namun, ketertarikan mereka terhadap wirausaha tidak muncul dengan sendirinya, melainkan dipengaruhi oleh faktor-faktor internal maupun eksternal. Penelitian ini dilakukan dengan pendekatan kualitatif dan melalui studi literatur bertujuan untuk menganalisis ciri-ciri

kewirausahaan Gen Z, mengidentifikasi apa saja yang memengaruhi minat mereka untuk berwirausaha, serta merancang strategi untuk mendorong minat tersebut melalui pendidikan. Pengumpulan data dilakukan dengan cara menelusuri dokumen akademis, artikel jurnal, dan buku-buku yang relevan. Temuan dari studi ini menegaskan bahwa Gen Z memiliki cita-cita wirausaha yang tinggi serta tingkat literasi digital yang baik, meskipun mereka menghadapi tantangan berupa kebiasaan konsumtif dan kecenderungan menyukai hal-hal instan. Minat wirausaha mereka di bidang pendidikan dipengaruhi oleh empat faktor kunci, yaitu motivasi dari dalam diri, efikasi diri (keyakinan pada kemampuan diri), dukungan dari lingkungan keluarga, dan mutu pendidikan kewirausahaan yang mereka terima. Sebagai kesimpulan, untuk mengoptimalkan potensi ini, diperlukan lima strategi terintegrasi dalam konteks pendidikan: penyelarasan kurikulum kewirausahaan, penerapan metode pembelajaran berbasis proyek, penggunaan teknologi digital serta media sosial yang produktif, peningkatan motivasi dan kepercayaan diri, serta penciptaan iklim kewirausahaan yang positif di sekolah atau universitas. Melalui strategi ini, lembaga pendidikan tidak hanya menghasilkan lulusan yang siap bekerja, tetapi juga menciptakan generasi yang mandiri, inovatif, serta memiliki kemampuan untuk menciptakan lapangan kerja mereka sendiri.

Kata Kunci: Generasi Z, Minat Berwirausaha, Bidang Pendidikan

A. Pendahuluan

Perkembangan teknologi digital yang semakin pesat telah membawa perubahan pada berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam dunia pendidikan dan kewirausahaan. Generasi Z sebagai generasi yang lahir dan tumbuh di era digital memiliki karakteristik yang berbeda dibandingkan generasi sebelumnya. Mereka dikenal lebih akrab dengan teknologi, memiliki kemampuan beradaptasi yang tinggi, serta cenderung kreatif dan inovatif dalam memanfaatkan berbagai peluang yang tersedia (Diwyarthi, Santi, et al., 2023). Kondisi tersebut menjadikan Generasi Z memiliki potensi besar untuk berkembang sebagai

wirausahawan, khususnya dalam bidang pendidikan yang saat ini semakin banyak memanfaatkan teknologi digital. Kewirausahaan dalam bidang pendidikan menjadi salah satu alternatif yang dapat dikembangkan oleh Generasi Z untuk menciptakan inovasi dan solusi atas berbagai kebutuhan pendidikan masyarakat. Berbagai bentuk usaha seperti bimbingan belajar, kursus daring, pelatihan keterampilan, pengembangan media pembelajaran, hingga platform pendidikan digital menjadi peluang yang dapat dimanfaatkan. Namun demikian, minat berwirausaha pada Generasi Z tidak muncul secara otomatis, melainkan dipengaruhi oleh berbagai

faktor seperti motivasi, efikasi diri, lingkungan keluarga, serta pendidikan kewirausahaan yang diterima (Diawati et al., 2022).

Pendidikan memiliki peran strategis dalam menumbuhkan dan mengembangkan minat kewirausahaan pada Generasi Z. Melalui pendidikan yang terintegrasi dengan nilai-nilai kewirausahaan, peserta didik dapat memperoleh pengetahuan, keterampilan, serta pengalaman yang mendukung pembentukan jiwa wirausaha (Wardani, Widayani, Latifah, Rachmawati, Normawati, et al., 2024). Oleh karena itu, penting untuk memahami karakteristik Generasi Z, faktor-faktor yang memengaruhi minat berwirausaha, serta strategi yang dapat diterapkan melalui pendidikan untuk mendorong lahirnya generasi muda yang kreatif, inovatif, dan mampu menciptakan peluang usaha di bidang pendidikan. Berdasarkan hal tersebut, artikel ini bertujuan untuk mengkaji karakteristik kewirausahaan Generasi Z, faktor-faktor yang memengaruhi minat berwirausaha, serta strategi menumbuhkan minat kewirausahaan Generasi Z melalui pendidikan.

B. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi literatur (literature review) untuk mengumpulkan, menelaah, dan menganalisis secara mendalam berbagai dokumen akademik yang relevan dengan karakteristik kewirausahaan, faktor minat berwirausaha, serta strategi pendidikan bagi Generasi Z. Data yang digunakan merupakan data sekunder yang diperoleh secara daring melalui basis data seperti Google Scholar dan repositori institusi, meliputi artikel jurnal ilmiah nasional maupun internasional, buku teks, serta laporan riset digital terpercaya. Teknik analisis data dilakukan melalui metode analisis isi (content analysis) secara tekstual, yang meliputi tahapan pengumpulan literatur berdasarkan kata kunci terkait, seleksi kelayakan dokumen (screening), reduksi dan komparasi temuan data antar-peneliti, hingga penarikan kesimpulan secara sistematis untuk merumuskan strategi integratif dalam menumbuhkan jiwa edupreneurship pada generasi muda.

C.Hasil Penelitian dan Pembahasan
Karakteristik Kewirausahaan
Generasi Z dalam Bidang
Pendidikan

Generasi Z, yang dikenal juga sebagai centennials, terdiri dari individu yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012, yang mana mereka muncul setelah generasi milenial atau generasi Y. Selain itu, generasi Z juga mencakup orang-orang yang lahir antara tahun 1998 dan 2009 (Tapscott dalam Islami, 2016). Secara umum, pernyataan-pernyataan ini akurat, mengingat bahwa generasi Z ialah mereka yang lahir setelah tahun 1996 (Pew Research Center dalam Business Insider, 2018). Mayoritas dari generasi Z kini sedang menjalani kehidupan sebagai mahasiswa, sementara sebagian lainnya sudah terjun ke dunia profesional sejak tahun 2020.

Dibesarkan dalam lingkungan yang dipenuhi oleh teknologi, internet, dan media sosial, hal-hal tersebut menjadi bagian penting dalam keseharian mereka. Generasi Z mulai mengenal internet sejalan dengan pertumbuhan mereka. Media sosial telah hadir dalam hidup mereka sejak masa kecil. Oleh karena itu, mereka

sering kali disebut sebagai generasi internet atau iGeneration (Putra, 2016). Setiap aktivitas yang mereka lakukan umumnya terhubung dengan lingkungan digital. Berkat kemajuan teknologi, mereka memiliki kemampuan lebih untuk melakukan banyak hal sekaligus (multitasking) dibandingkan dengan generasi sebelumnya (Vrijilio Aditia Apaut, 2021). Ini secara tidak langsung memengaruhi sifat dan karakteristik mereka.

Kadang-kadang, generasi Z sering kali dihadapkan pada stigma sebagai penggila teknologi, kurang bersosialisasi, atau aktif dalam isu keadilan sosial (Business Insider, 2021). Salah satu kekurangan dari generasi Z adalah ketidakstabilan dalam pilihan karena mereka cenderung menyukai segala sesuatu yang bersifat cepat atau instan, mudah merasakan kebosanan, dan umumnya lebih suka bertindak mengikuti keinginan mereka tanpa mempertimbangkan situasi atau keadaan di sekitarnya (Faiza & Firda, 2018). Kelemahan lain yang dimiliki oleh generasi ini adalah kebiasaan konsumtif. Kebiasaan konsumtif ini diartikan sebagai tindakan membeli

barang secara berkelanjutan, tetapi hanya untuk memenuhi keinginan pribadi, bukan berdasarkan kebutuhan yang nyata (Anggraini & Santhoso, 2017). Yang dimaksud dengan perilaku konsumtif di sini mencakup mereka yang membeli barang semata-mata untuk menjaga citra sosial mereka. Fenomena ini kemungkinan besar dipengaruhi oleh kemajuan teknologi. Dengan kemudahan akses ke berbagai platform media sosial yang tinggi dan intens, generasi Z cenderung mengembangkan sifat yang konsumtif serta gaya hidup yang hedonis (Arum et al., 2023).

Generasi Z banyak disebut oleh para pakar dalam berbagai literatur sebagai kelompok yang memiliki harapan tinggi untuk menciptakan usaha baru. Jika dibandingkan dengan generasi sebelumnya, potensi, kemampuan, dan inovasi dari generasi Z ini bisa lebih meningkat ketika menjadi bagian dari sebuah perusahaan. Diketahui bahwa generasi Z memiliki keinginan besar untuk menjadi wirausahawan. Cita-cita mereka untuk berwirausaha bahkan lebih tinggi 4% dibandingkan dengan generasi milenial. Mereka

berambisi untuk memiliki bisnis pada usia maksimum 42 tahun dan tidak berencana untuk berkarir di dunia yang sama dalam jangka waktu yang lama. Sekalipun mereka sudah bekerja di suatu kantor, keinginan untuk menjadi atau mencari usaha sampingan tetap ada. Kelompok ini berencana untuk beralih menjadi pelaku bisnis dengan sejumlah pendekatan tertentu (Muttaqiyathun et al., 2022). Karir generasi Z bisa semakin bersinar atau berkembang pesat bergantung pada mentor atau atasan yang mengarahkan mereka di tempat kerja, meskipun umumnya mereka memiliki semangat yang tinggi meski pengalaman masih minim. Dengan kata lain, karakter generasi Z secara umum berbeda dari generasi sebelumnya. Di sisi lain, para pemimpin saat ini kemungkinan besar berasal dari generasi X. Oleh karena itu, penting bagi para pemimpin itu untuk memahami karakteristik generasi Z agar dapat merekrut, memotivasi, mempertahankan, dan mengelola mereka dengan baik (Stillman, 2018).

Kewirausahaan di dunia digital memungkinkan pelaku bisnis untuk mengelola usaha dengan tingkat

fleksibilitas dan jangkauan internasional tanpa harus memiliki infrastruktur fisik yang besar. Ini membuka peluang besar bagi kaum muda, khususnya Generasi Z yang telah dibesarkan di tengah perkembangan teknologi (Riscal & Syahbany, 2023). Literasi digital memiliki peranan penting dalam mendukung jiwa kewirausahaan di antara Generasi Z, terutama dalam memanfaatkan teknologi untuk mengelola usaha dan menjangkau pelanggan (Muhamad Zaenal Asikin, 2024). Program sosialisasi ini memperkenalkan empat elemen utama dari literasi digital yang bertujuan untuk meningkatkan keterampilan kewirausahaan, yaitu pengelolaan media sosial, penggunaan e-commerce, analisis data, dan pemasaran digital. Elemen-elemen ini tidak hanya mempermudah operasi bisnis yang lebih efisien, tetapi juga membuka peluang baru dalam hal pemasaran dan pengambilan keputusan yang didasarkan pada data.

Empat Elemen Literasi Digital untuk Mendukung Kewirausahaan Generasi Z Generasi Z, yang sering disebut sebagai generasi digital,

menunjukkan kemampuan tinggi dalam menguasai teknologi serta media sosial. Dengan akses yang cepat dan alami terhadap teknologi, mereka memiliki keunggulan dalam menciptakan usaha berbasis digital, baik melalui platform e-commerce maupun media sosial (Hutamy et al., 2021). Kewirausahaan digital, yang memberikan fleksibilitas dan kemampuan untuk berkembang, sangat relevan bagi Generasi Z yang sering mencari cara-cara kreatif dan efektif untuk mengelola usaha mereka. Model bisnis digital ini memungkinkan mereka untuk memulai usaha online dengan modal yang relatif rendah, mengurangi biaya operasional, serta menjangkau pasar yang lebih luas dibandingkan dengan model bisnis tradisional (Diwyarthi, Pratama, et al., 2023).

Namun, meskipun Generasi Z sangat terbiasa dengan teknologi, banyak dari mereka yang mengalami kesulitan saat mencoba mendirikan usaha digital. Salah satu masalah utama adalah tingkat literasi digital yang rendah, jauh melampaui sekadar menggunakan media sosial untuk bersenang-senang. Literasi digital yang dibutuhkan untuk

kewirausahaan mencakup kemampuan analisis data, keamanan siber, pengelolaan platform digital, dan pemasaran melalui internet. Ketidakpahaman ini sering kali membuat Generasi Z merasa kurang percaya diri untuk melangkah ke dalam dunia kewirausahaan digital (Wardani, Widayani, Latifah, Rachmawati, & Normawati, 2024).

Selain itu, kurangnya pengetahuan mengenai dasar-dasar kewirausahaan juga menjadi kendala signifikan bagi Generasi Z. Pengetahuan mendasar mengenai perencanaan usaha, pengelolaan keuangan, dan strategi pemasaran sangat diperlukan untuk memastikan keberlangsungan bisnis (Radiansyah, 2022). Tanpa informasi tersebut, banyak wirausahawan muda merasa ragu atau ketakutan menghadapi risiko dalam menjalankan bisnis. Kesulitan mendapatkan modal juga kerap dialami Generasi Z, yang umumnya masih muda dan memiliki keterbatasan dalam akses terhadap pendanaan. Hal ini diperburuk oleh tingkat persaingan yang tinggi di ranah digital, di mana setiap pelaku usaha berjuang untuk menarik

perhatian pelanggan di platform yang sama.

Selain keterampilan digital, pentingnya pendidikan kewirausahaan untuk Generasi Z tidak boleh diabaikan. Instansi pendidikan seperti sekolah dan universitas harus merancang kursus yang mengajarkan keterampilan praktis dalam membangun bisnis digital, dari penggunaan alat pemasaran digital hingga pengelolaan toko online. Melalui pembelajaran yang sesuai, Generasi Z akan memperoleh pengetahuan serta keterampilan dasar dalam model bisnis digital dan aplikasi teknologi. Pengalaman praktik, seperti pelatihan untuk menjalankan kampanye pemasaran atau simulasi manajemen bisnis online, juga dapat dilibatkan, sehingga mereka dapat memahami dan mengalami secara langsung aspek kewirausahaan digital (Diawati & Mulyati, 2022).

Program pendampingan atau mentoring juga memiliki peran krusial dalam meningkatkan minat serta kesiapan Generasi Z untuk berwirausaha. Kegiatan seperti seminar, lokakarya, dan sesi mentoring dari para wirausahawan

yang berhasil dapat menjadi sumber inspirasi dan motivasi bagi mereka. Dengan bimbingan praktis dari mentor yang berpengalaman, generasi muda dapat menyadari bahwa kesuksesan dalam bisnis digital dapat dicapai melalui kerja keras dan pemahaman yang mendalam mengenai teknologi. Selanjutnya, dukungan yang berkelanjutan dari program mentoring akan memberikan Generasi Z arahan praktis dalam merencanakan dan mengembangkan ide-ide bisnis mereka (Hutamy et al., 2021).

Akses ke sumber daya digital, seperti platform e-commerce, media sosial, serta alat pemasaran, sangat krusial (Radiansyah, 2022). Dalam konteks ini, institusi pendidikan dan pemerintah memiliki peran penting dalam menyediakan fasilitas serta mendukung generasi muda agar dapat memanfaatkan teknologi digital dengan sebaik mungkin. Dengan akses yang mudah serta arahan yang tepat, Generasi Z akan lebih siap untuk memulakan dan mengelola bisnis berbasis digital, plus memiliki daya saing yang lebih baik di dalam pasar. Hal ini juga membuka peluang besar bagi mereka untuk menghasilkan inovasi baru yang tidak

hanya menguntungkan diri mereka sendiri, tetapi juga memberikan dampak positif bagi ekonomi lokal dan nasional.

Kaitan kewirausahaan digital dengan Generasi Z sangat kuat karena mereka berada di zaman di mana sebagian besar transaksi bisnis, promosi, dan layanan pelanggan dilakukan secara online. Melalui keterampilan digital yang mumpuni, generasi ini dapat beradaptasi dengan cepat terhadap perubahan tren di pasar (Diawati & Mulyati, 2022). Dengan dukungan teknologi, para wirausahawan digital dapat membuat keputusan yang didasarkan pada data, yang sangat penting untuk menciptakan produk atau layanan yang memenuhi kebutuhan konsumen. Kapasitas untuk memanfaatkan data ini memberikan keunggulan kompetitif yang signifikan dalam pasar bisnis yang dinamis dan terus berubah (Banjarnahor & Sari, 2023).

Faktor Yang Mempengaruhi Minat Berwirausaha Generasi Z dalam Bidang Pendidikan

Minat generasi Z untuk berwirausaha dalam bidang

pendidikan dipengaruhi oleh berbagai faktor, baik dari dalam diri mereka sendiri maupun dari lingkungan di sekitar mereka. Faktor-faktor tersebut salah satunya dapat mendorong Generasi Z untuk membangun usaha yang berkaitan dengan pendidikan, contohnya seperti bimbingan belajar, kursus, pelatihan, pembuatan media pembelajaran, serta layanan pendidikan yang menggunakan teknologi digital. Faktor-faktor yang memengaruhi minat seseorang untuk berwirausaha, sebagai berikut:

a. Motivasi

Menurut Williams & Vaaler (2020), wirausaha berperan penting dalam mengurangi jumlah orang yang tidak memiliki pekerjaan dengan menciptakan peluang kerja baru, yang mana hal itu dapat mendorong pertumbuhan ekonomi. Namun, sebelum seseorang memulai berwirausaha, pastinya di dalam dirinya sudah muncul rasa ingin untuk berwirausaha. Minat seseorang untuk menjadi pengusaha pasti dipengaruhi oleh berbagai faktor. Salah satu faktor yang membentuk keinginan seseorang untuk menjadi

pengusaha adalah motivasi. Motivasi merupakan penyebab utama yang membuat seseorang minat untuk menjadi pengusaha. Menurut (Ryan & Deci, 2000), motivasi adalah dorongan yang datang dari dalam diri atau dari luar untuk mencapai tujuan tertentu. Penelitian yang dilakukan oleh Ahmad Hamim (2020) menunjukkan bahwa motivasi mempunyai dampak positif terhadap minat seseorang untuk berwirausaha (Lunardi & Rodhiah, 2024).

Motivasi sangat penting dalam mendorong seseorang untuk memulai berwirausaha. Bagi Gen-Z, motivasi bisa datang dari berbagai sumber, seperti keinginan untuk finansial freedom, mengikuti passion mereka, atau semangat untuk terus menciptakan sesuatu yang baru. Minat adalah hal yang membuat seseorang tertarik dan bersemangat untuk melakukan sesuatu, terutama jika orang tersebut memiliki kebebasan untuk memilih apa yang ingin dilakukan. Penelitian yang dilakukan oleh (Agusmiati & Wahyudin, 2019) menunjukkan

bahwa semakin tinggi motivasi seseorang, maka semakin besar pula rasa ingin berwirausaha mereka. Hasil yang serupa juga ditemukan oleh Aisyah, Rahmani, dan Hasibuan, serta Arisma dan Waspodo (2023), yang menyatakan bahwa motivasi mempunyai pengaruh besar terhadap minat seseorang untuk menjadi wirausaha (Hartanto & Widjaja, 2025).

Dalam bidang pendidikan, motivasi bisa mendorong generasi Z untuk mencoba berbagai jenis usaha yang berkaitan dengan layanan pendidikan. Keinginan untuk menjadi mandiri secara finansial sekaligus memberi manfaat bagi orang sekitar bisa memicu keinginan untuk membangun bimbingan belajar, kursus keterampilan, atau platform belajar berbasis digital.

b. Efikasi Diri

Efikasi diri adalah cara pembentukan pikiran yang menunjukkan bahwa tindakan, cara berpikir, dan lingkungan saling memengaruhi secara terus-menerus, sehingga seseorang dapat mengembangkan keyakinan tentang

kemampuannya untuk menyelesaikan tugas-tugas tertentu. Oleh karena itu, kemampuan efikasi diri wirausaha dianggap sebagai kekuatan yang bisa memengaruhi keyakinan seseorang dalam mengerjakan tugas-tugas yang diperlukan untuk berhasil memulai dan membangun usaha. Lebih khusus lagi, efikasi diri diartikan sebagai seberapa besar generasi Z meyakini bahwa mereka mampu untuk berhasil memulai usaha bisnis baru. Minat merupakan hal yang dapat dipercaya dalam menggambarkan tingkah laku manusia di berbagai situasi, dan seorang ahli menganggapnya sebagai sesuatu yang bisa memperkirakan tindakan seseorang. Pada dasarnya, semakin besar minat seseorang, semakin mudah untuk memprediksi tindakannya. Beberapa penelitian yang sudah dilakukan menunjukkan bahwa efikasi diri seseorang merupakan faktor penting dalam membentuk minat untuk menjadi wirausaha. Temuan dari penelitian empiris menunjukkan bahwa efikasi diri seseorang mempunyai peran

penting dalam proses pengambilan keputusan untuk menjadi wirausaha (Hasan et al., 2021).

Berdasarkan penelitian yang dipublikasikan dalam Jurnal Pendidikan Ekonomi oleh (Hasan et al., 2021), menunjukkan bahwa efikasi diri pada generasi Z mempunyai pengaruh positif terhadap minat mereka untuk berwirausaha. Dalam konteks penemuan penelitian ini, terlihat bahwa efikasi diri sebagai salah satu sudut pandang yang memperlihatkan keyakinan tertentu tentang kemampuan generasi Z dalam melakukan kegiatan berwirausaha. Temuan ini menunjukkan pengaruh efikasi diri seseorang merupakan faktor penting dalam membentuk minat berwirausaha di kalangan generasi Z.

Temuan yang mendukung penelitian ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat efikasi diri seseorang, maka generasi Z akan semakin percaya diri dalam mengambil keputusan dalam berwirausaha yang akan dilakukan untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Hal ini

menunjukkan bahwa meningkatkan efikasi diri dapat memberikan dampak positif terhadap minat berwirausaha di kalangan generasi Z (Hasan et al., 2021).

c. Lingkungan Keluarga

Ratumbusyang & Rasyid (2015) menyatakan bahwa lingkungan sosial, baik secara langsung maupun tidak langsung mempunyai pengaruh. Dalam pengaruh langsung, seperti dalam berinteraksi sehari-hari dengan keluarga, teman sekolah, lingkungan kerja, teman-teman, dan lain sebagainya. Pengaruh tidak langsung termasuk seperti membaca majalah, mendengarkan radio, membaca buku, membaca surat kabar, menonton televisi, atau dengan cara lainnya.

Lingkungan keluarga terdiri dari ayah, ibu, kakak, adik, serta keluarga dekat yang lainnya. Karena alasan ini, lingkungan keluarga bisa berpengaruh dalam pengambilan keputusan seseorang, termasuk pilihan karier yang akan mereka ambil (Wahyuni & Setiyani, 2017). Penelitian yang dilakukan oleh

(Agusmiati & Wahyudin, 2019) menyatakan bahwa antara lingkungan keluarga dengan efikasi diri seseorang itu saling berkaitan. Seperti penelitian yang dilakukan oleh Indriyani & Subowo (2019), mereka juga menyatakan bahwa ada kaitan antara lingkungan keluarga dengan efikasi seseorang (Noviyati et al., 2023)

d. Pendidikan Kewirausahaan

Menurut (Afiyati et al., 2023), pendidikan kewirausahaan memiliki pengaruh yang baik dan terbukti secara signifikan terhadap minat seseorang dalam menjadi wirausaha. Semakin tinggi tingkat pendidikan dan kemampuan berwirausaha yang dimiliki oleh para mahasiswa, maka semakin besar juga keinginan mereka untuk menjadi pengusaha. (Susanti, 2021) juga menunjukkan hal yang sama, yaitu bahwa semakin baik pendidikan kewirausahaan yang diterima, maka semakin tinggi minat mahasiswa untuk berwirausaha (Jessica & Nuringsih, 2025)

Pendidikan kewirausahaan tidak hanya memberi pemahaman tentang dunia bisnis, tetapi juga

membantu mahasiswa mengenali peluang usaha yang ada di sekitar mereka. Dalam bidang pendidikan, belajar kewirausahaan bisa mendorong generasi Z untuk membuat usaha yang kreatif dan inovatif, contohnya seperti memberikan jasa bimbingan belajar, mengadakan pelatihan keterampilan, membuat alat pembelajaran baru, atau memanfaatkan teknologi digital dalam layanan pendidikan.

Strategi Menumbuhkan Minat Kewirausahaan Generasi Z Melalui Pendidikan

Pendidikan memiliki peranan yang sangat penting dalam menumbuhkan minat kewirausahaan pada Generasi Z. Setelah memahami karakteristik Generasi Z dan juga beberapa faktor yang mempengaruhi minat berwirausahanya kini diperlukan juga strategi yang mampu mengarahkan potensi tersebut agar menjadi tindakan yang dilakukan secara nyata. Generasi Z merupakan generasi yang dikenal dekat dengan teknologi, adaptif terhadap perubahan dan juga memiliki kecenderungan

untuk mencari peluang dan kesempatan baru. Oleh karena itu pendidikan sekarang sangat penting untuk membentuk pola pikir, keterampilan dan kreativitas Generasi Z. Pendidikan juga perlu di rancang tidak hanya untuk menghasilkan siap bekerja saja tetapi juga menghasilkan individu yang memiliki kemampuan untuk menghasilkan dan membangun usahanya sendiri.

1. Integrasi Pendidikan Kewirausahaan di dalam Kurikulum

Salah satu strategi utama dalam menumbuhkan minat wirausaha Generasi Z salah satunya melalui integrasi pendidikan kewirausahaan ke dalam kurikulum. Pendidikan kewirausahaan memberikan pemahaman mengenai konsep bisnis, pengelolaan usaha, identifikasi peluang, serta kemampuan mengambil keputusan. Melalui proses pembelajaran yang terstruktur, peserta didik dapat memahami bahwa kewirausahaan bukan hanya tentang memperoleh sebuah keuntungan, tetapi juga tentang menciptakan

inovasi dan memberikan solusi bagi masyarakat. Hasil penelitian dari (Sitohang et al., 2026) menunjukkan bahwa pendidikan kewirausahaan memiliki pengaruh yang positif terhadap minat berwirausaha Generasi Z, sehingga semakin baik pemahaman tentang kewirausahaan yang dimiliki, semakin tinggi pula kecenderungan seseorang untuk tertarik menjadi wirausaha. Integrasi pendidikan kewirausahaan dalam kurikulum juga dapat membantu peserta didik mengembangkan pola pikir kewirausahaan sejak dini. Melalui berbagai materi yang berkaitan dengan kreativitas, inovasi, kepemimpinan, dan pemecahan masalah, peserta didik didorong untuk lebih peka dalam melihat peluang yang ada di lingkungan sekitarnya. Selain itu, pembelajaran kewirausahaan dapat menumbuhkan sikap mandiri, tanggung jawab, serta keberanian dalam mengambil keputusan.

Kemampuan kemampuan

tersebut menjadi bekal penting bagi Generasi Z untuk menghadapi perkembangan dunia kerja yang semakin kompetitif sekaligus mempersiapkan diri untuk menciptakan usaha secara mandiri.

2. Penerapan Pembelajaran Berbasis Praktik

Selain penguatan pendidikan kewirausahaan di dalam kurikulum, strategi berikutnya yaitu menerapkan pembelajaran yang berbasis praktik. Generasi Z cenderung lebih mudah memahami materi melalui pengalaman langsung dibandingkan dengan pembelajaran yang hanya berpusat pada teori saja. Oleh karena itu, kegiatan seperti penyusunan business plan, proyek kewirausahaan, praktik pemasaran produk, hingga keterlibatan dalam kegiatan bisnis yang biasanya dilakukan di sekolah dapat menjadi sarana yang efektif untuk menumbuhkan minat berwirausaha. Melalui kegiatan tersebut, peserta didik tidak hanya memperoleh

pengetahuan mengenai kewirausahaan, tetapi juga memahami secara langsung proses pengelolaan usaha, pengambilan keputusan, dan juga cara menghadapi berbagai tantangan dalam berbisnis. Pengalaman praktik juga dapat melatih kreativitas, kemampuan memecahkan masalah, dan juga keberanian mengambil risiko yang merupakan karakter seorang wirausaha.

Pentingnya pembelajaran berbasis praktik didukung oleh penelitian (Jessica & Nuringsih, 2025) yang menunjukkan bahwa pendidikan kewirausahaan itu belum memberikan pengaruh yang signifikan terhadap minat berwirausaha Generasi Z karena proses pembelajaran masih terlalu berfokus pada teori dan kurang memberikan pengalaman praktik secara langsung kepada peserta didik. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa pendidikan kewirausahaan perlu diarahkan pada aktivitas yang lebih aplikatif agar

peserta didik dapat memahami dunia usaha secara nyata. Sejalan dengan hal tersebut, Penerapan Project-Based Learning (PjBL) mampu meningkatkan minat berwirausaha karena memberikan kesempatan kepada peserta didik untuk terlibat langsung dalam proses perencanaan pelaksanaan, dan evaluasi kegiatan usaha. Dengan demikian, pembelajaran berbasis praktik menjadi salah satu strategi yang efektif dalam menumbuhkan minat kewirausahaan Generasi Z karena mampu menghubungkan teori yang dipelajari di kelas dengan pengalaman nyata dalam dunia usaha (Pritandhari & Sandi, 2025).

3. Pemanfaatan Teknologi Digital dan Media Sosial

Strategi berikutnya yang dapat dilakukan untuk menumbuhkan minat berwirausaha Generasi Z yaitu memanfaatkan teknologi digital dan juga media sosial dalam proses pembelajaran.

Generasi Z merupakan generasi yang tumbuh dan berkembang di era digital sehingga sudah sangat akrab dengan berbagai teknologi. Kondisi ini dapat dimanfaatkan oleh lembaga pendidikan untuk mengenalkan bererapa peluang usaha berbasis digital. Melalui pembelajaran yang memanfaatkan teknologi, peserta didik dapat mempelajari keterampilan yang dibutuhkan dalam dunia usaha modern, seperti pemasaran digital (digital marketing), pengelolaan toko daring (online shop), serta pemanfaatan marketplace sebagai tempat untuk mempromosikan produk. Penelitian (Tiara Dara Pratiwi et al., 2026) menyatakan bahwa memaksimalkan penggunaan media sosial secara produktif adalah hal penting untuk mempercepat pemahaman kewirausahaan di kalangan mahasiswa. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa media sosial tidak hanya berfungsi sebagai alat komunikasi saja,

tetapi juga dapat dimanfaatkan sebagai media pembelajaran kewirausahaan. Melalui berbagai platform digital, peserta didik dapat memperoleh informasi tentang, peluang usaha, strategi pemasaran, hingga pengalaman para pelaku usaha yang membagikan proses pengembangan bisnis mereka. Hal ini menjadikan media sosial sebagai salah satu sumber belajar yang relevan dengan karakteristik Generasi Z.

Hal tersebut juga sejalan dengan pendapat (Haliza & Widjaja, 2025) di dalam penelitiannya yang menunjukkan bahwa penggunaan sosial media berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha. Selain membantu meningkatkan minat berwirausaha, media sosial juga dapat menjadi sarana bagi peserta didik untuk mengembangkan kreativitas dan kemampuan berinovasi. Peserta didik dapat belajar membuat konten

promosi, membangun identitas merek (branding), serta memahami kebutuhan pasar melalui interaksi langsung dengan pengguna media sosial. Dengan demikian, pemanfaatan teknologi digital dan media sosial dalam pendidikan dapat menjadi strategi yang efektif untuk menumbuhkan minat berwirausaha Generasi Z karena mampu menghubungkan proses pembelajaran dengan perkembangan dunia usaha yang semakin berbasis teknologi.

4. Meningkatkan Motivasi dan Kepercayaan Diri

Strategi berikutnya yang dapat dilakukan untuk menumbuhkan minat berwirausaha Generasi Z adalah meningkatkan motivasi dan juga kepercayaan diri peserta didik. Dalam konteks kewirausahaan, Percaya diri sangat berperan penting karena dapat memengaruhi keyakinan seseorang saat akan memulai usaha dan menghadapi berbagai

tantangan. Hasil penelitian (Jessica & Nuringsih, 2025) menunjukkan juga bahwa percaya diri berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha pada generasi Z di Jakarta Barat. Selain itu, Generasi Z yang memiliki tingkat kepercayaan diri yang tinggi cenderung merasa lebih percaya diri dalam menghadapi tantangan dan mengambil risiko, yang merupakan karakteristik penting dalam berwirausaha. Oleh karena itu, pendidikan perlu memberikan pengalaman belajar yang mampu meningkatkan kepercayaan diri dan juga keberanian peserta didik dalam berwirausaha. Selain Percaya diri, motivasi juga menjadi faktor penting dalam menumbuhkan minat berwirausaha. Penelitian (Sumayyah et al., 2025) juga menjelaskan bahwa media sosial menyediakan role model yang dapat diamati dan juga ditiru, sehingga menumbuhkan motivasi serta kepercayaan diri untuk

mencoba berwirausaha. Penelitian tersebut juga menyatakan bahwa kepercayaan diri mahasiswa yang diperkuat oleh penggunaan media sosial sebagai ruang belajar dan SIA sebagai alat manajemen usaha mendorong mereka lebih siap membuka bisnis. Kedua penelitian tersebut menunjukkan bahwa motivasi dan percaya diri dapat dibangun melalui lingkungan belajar yang mendukung sehingga peserta didik lebih siap untuk terjun ke dunia usaha.

5. Menciptakan Budaya Kewirausahaan di Lingkungan Pendidikan

Strategi terakhir yang dapat dilakukan untuk menumbuhkan minat berwirausaha Generasi Z adalah menciptakan budaya kewirausahaan di lingkungan pendidikan. Budaya kewirausahaan merupakan lingkungan yang mendorong peserta didik untuk berpikir kreatif, berani mengambil peluang, serta memiliki

semangat untuk menciptakan usaha secara mandiri. Budaya tersebut dapat dibangun melalui berbagai kegiatan seperti bazar kewirausahaan, seminar bisnis, kompetisi rencana usaha, program inkubator bisnis, maupun kegiatan lain yang memberikan kesempatan kepada peserta didik untuk berinteraksi langsung dengan dunia usaha. Melalui lingkungan yang mendukung, peserta didik akan lebih terbiasa melihat kewirausahaan sebagai pilihan karier yang menarik dan realistis.

Penelitian (Rustama, 2026) menunjukkan bahwa budaya berwirausaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa Universitas Bhakti Husada Indonesia. Selain itu, pada bagian pembahasan dijelaskan bahwa semakin baik budaya berwirausaha maka semakin baik juga minat berwirausaha. Temuan tersebut menunjukkan bahwa lingkungan pendidikan yang memiliki budaya kewirausahaan yang kuat dapat

membantu meningkatkan ketertarikan peserta didik terhadap dunia usaha. Oleh karena itu, penciptaan budaya kewirausahaan di sekolah maupun perguruan tinggi menjadi strategi penting dalam menumbuhkan minat berwirausaha pada Generasi Z.

D. Kesimpulan

Generasi Z memiliki karakteristik yang unik sebagai generasi yang tumbuh dan berkembang di era digital. Kemampuan beradaptasi terhadap teknologi, kreativitas, serta keinginan untuk mandiri secara finansial menjadi potensi yang dapat mendukung perkembangan kewirausahaan di bidang pendidikan. Pemanfaatan teknologi digital juga membuka berbagai peluang usaha pendidikan yang inovatif dan relevan dengan kebutuhan masyarakat saat ini. Minat berwirausaha Generasi Z dipengaruhi oleh berbagai faktor, baik yang berasal dari dalam diri maupun lingkungan sekitar. Faktor-faktor tersebut meliputi motivasi, efikasi diri, lingkungan keluarga, dan pendidikan kewirausahaan. Semakin tinggi motivasi dan kepercayaan diri yang dimiliki, serta semakin baik dukungan lingkungan dan pendidikan kewirausahaan yang diterima, maka

semakin besar pula minat Generasi Z untuk menjadi wirausaha. Untuk menumbuhkan minat kewirausahaan Generasi Z, diperlukan berbagai strategi yang dapat diterapkan melalui pendidikan, yaitu integrasi pendidikan kewirausahaan dalam kurikulum, penerapan pembelajaran berbasis praktik, pemanfaatan teknologi digital dan media sosial, peningkatan motivasi serta kepercayaan diri, dan penciptaan budaya kewirausahaan di lingkungan pendidikan. Melalui strategi-strategi tersebut, pendidikan tidak hanya berperan dalam mencetak lulusan yang siap bekerja, tetapi juga mampu menghasilkan generasi yang kreatif, inovatif, dan mampu menciptakan lapangan pekerjaan melalui usaha yang mereka bangun sendiri.

DAFTAR PUSTAKA

- Afiyati, R. R., Sudarno, S., & Noviani, L. (2023). Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Dengan Pola Pikir Kewirausahaan Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JUPE)*, 11(3), 335–342. <https://doi.org/10.26740/jupe.v11n3.p335-342>
- Agusmiati, D., & Wahyudin, A. (2019). PENGARUH LINGKUNGAN KELUARGA, PENGETAHUAN KEWIRAUSAHAAN, KEPERIBADIAN, DAN MOTIVASI, TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA DENGAN SELF EFFICACY SEBAGAI VARIABEL MODERATING. *Economic Education Analysis Journal*, 7(3), 878–893. <https://doi.org/10.15294/eeaj.v7i3.28317>
- Anggraini, R. T., & Santhoso, F. H. (2017). Hubungan antara Gaya Hidup Hedonis dengan Perilaku Konsumtif pada Remaja. *GADJAH MADA JOURNAL OF PSYCHOLOGY*, 3(3), 131–140.
- Arum, L. S., Zahrani, A., & Duha, N. A. (2023). KARAKTERISTIK GENERASI Z DAN KESIAPANNYA DALAM MENGHADAPI BONUS DEMOGRAFI 2030. *Journal Accounting Student Research Journal*, 2(1), 59–72.
- Banjarnahor, A. R., & Sari, O. H. (2023). Meningkatkan Minat Berwirausaha Generasi Z Melalui Literasi Digital di Era Teknologi. *Sammajiva: Jurnal Penelitian Bisnis Dan Manajemen*, 1(1), 132–143.
- Business Insider. (2021). *Generation Z News: Latest Characteristics, Research, and Facts*. Business Insider.
- Diawati, Mulyati, P., & Erna. (2022). Ekosistem Kewirausahaan Dalam Membangun Mindset Kewirausahaan di Era Digital pada Mahasiswa Politeknik Pos Indonesia. *J-ABDI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(9), 2071–2078.
- Diawati, P., & Mulyati, E. (2022). Ekosistem Kewirausahaan Dalam Membangun Mindset Kewirausahaan di Era Digital pada Mahasiswa Politeknik Pos Indonesia. *J-ABDI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 9(1), 2071–2078.

- Diwyarthi, N. D. M. S., Pratama, W. A., Jata, I. W., & Wiarta, N. G. M. (2023). Perspektif Gen Z Politeknik Pariwisata Bali terhadap Peranan Sosial Media dalam Mengembangkan Bisnis Kuliner. *Ganaya: Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 6(4), 959–967.
- Diwyarthi, Santi, N. D. M., Pratama, Adi, W., Jata, Wayan, I., & Wiarta, N. G. M. (2023). Perspektif Gen Z Politeknik Pariwisata Bali terhadap Peranan Sosial Media dalam Mengembangkan Bisnis Kuliner. *Ganaya: Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 6(4), 959–967.
- Faiza, A., & Firda, R. (2018). Arus Modernisasi Terhadap Karakter Moral Generasi Z. *Jurnal Studi Pemuda*, 7(2), 112–119. [https://doi.org/\[https://doi.org/10.22146/studipemudaugm.39343\]](https://doi.org/10.22146/studipemudaugm.39343)
- Haliza, S., & Widjaja, O. H. (2025). Penerapan Motivasi Kewirausahaan dan Penggunaan Sosial Media terhadap Minat Berwirausaha pada Generasi Z di Jakarta Barat. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 7(2), 660–667. <https://doi.org/10.24912/jmk.v7i2.34134>
- Hartanto, J. C., & Widjaja, O. H. (2025). Pengaruh Motivasi, Lingkungan Keluarga, dan Pengetahuan Kewirausahaan terhadap Minat Berwirausaha Gen-Z di Jakarta Barat. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 7(3), 927–936. <https://doi.org/10.24912/jmk.v7i3.34635>
- Hasan, M., Shofa, N., Thaief, I., Ahmad, M. I. S., & Tahir, T. (2021). Bagaimana Pengetahuan Kewirausahaan Mempengaruhi Minat Berwirausaha Generasi Z melalui Efikasi Diri? *Ekuitas: Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 9(2), 300. <https://doi.org/10.23887/ekuitas.v9i2.36975>
- Hutamy, E. T., Marham, A., Naila, A., Azisah, Q., Arisah, N., Hasan, M., Ekonomi, P., Ekonomi, F., & Makassar, U. N. (2021). Analisis Penerapan Bisnis Model Canvas pada Usaha Mikro Wirausaha Generasi Z (Analysis of the Canvas Model ' s Application to Micro-Entrepreneurs of Generation Z). *Jurnal Bisnis Dan Pemasaran Digital (JBPD)*, 1(1), 1–11.
- Jessica, A., & Nuringsih, K. (2025). MEMBANGUN MINAT BERWIRAUSAHA GENERASI Z MELALUI ENTREPRENEURIAL CULTURE. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 07(04), 1142–1150.
- Lunardi, D., & Rodhiah. (2024). FAKTOR- FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT BERWIRAUSAHA GEN Z DI WILAYAH JAKARTA UTARA DKI Jakarta (Persen) Sumber Gambar : Badan Pusat Statistik Berdasarkan data yang diperoleh , angka tingkat pengangguran terbuka berdasarkan tingkat. *Jurnal Serina Ekonomi Dan Bisnis*, 02(02), 157–164.
- Muhamad Zaenal Asikin, M. O. F. (2024). MASA DEPAN KEWIRAUSAHAAN DAN INOVASI: TANTANGAN DAN DINAMIKA DALAM ERA DIGITAL. *Journal Syntax Admiration*, 5(1), 303–310.
- Muttaqiyathun, A., Nurmaya, E., & Saputra, Y. (2022). PERAN KECERDASAN TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA GENERASI Z Ani Muttaqiyathun. *Jurnal Riset Manajemen Sains*

- Indonesia (JRMSI)*, 13(2), 220–237.
- Pritandhari, M., & Sandi, G. (2025). Strategi Pembelajaran Pendidikan Ekonomi dan Kewirausahaan Berbasis Project-Based Learning dalam Meningkatkan Minat Berwirausaha. *EDU SOCIETY: JURNAL PENDIDIKAN, ILMU SOSIAL DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT*, 5(1), 968–974.
<https://doi.org/10.56832/edu.v5i1.926>
- Putra, Y. S. (2016). THEORITICAL REVIEW: TEORI PERBEDAAN GENERASI. *Jurnal Among Makarti.*, 9(18), 123–134.
- Radiansyah, E. (2022). PERAN DIGITALISASI TERHADAP KEWIRAUSAHAAN DIGITAL: TINJAUAN LITERATUR DAN ARAH PENELITIAN MASA DEPAN. *JURNAL ILMIAH MANAJEMEN BISNIS DAN INOVASI UNIVERSITAS SAM RATULANGI (JMBI UNSRAT)*, 9(2), 828–837.
- Riscal, D. A., & Syahbany, S. (2023). Pelatihan Kewirausahaan Berbasis Digital Marketing. *Sasambo: Jurnal Abdimas (Journal of Community Service)*, 5(2), 335–346.
[https://doi.org/\[https://doi.org/10.36312/sasambo.v5i2.1169\]](https://doi.org/[https://doi.org/10.36312/sasambo.v5i2.1169])
- Rustama, H. (2026). Pengaruh Budaya Berwirausaha Dan Pendidikan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Di Universitas Bhakti Husada Indonesia. *Entrepreneur: Jurnal Bisnis Manajemen Dan Kewirausahaan*, 7(1), 56–73.
<https://doi.org/https://doi.org/10.31949/entrepreneur.v7i1.16581>
- Ryan, R. M., & Deci, E. L. (2000). Intrinsic and Extrinsic Motivations: Classic Definitions and New Directions. *Contemporary Educational Psychology*, 25(1), 54–67.
<https://doi.org/10.1006/ceps.1999.1020>
- Sitohang, M. D., Sinaga, E., Banjarnahor, Y. E., Lumbantungkup, Y., Manalu, M. M., & Tambunan, K. E. (2026). Pengaruh pendidikan kewirausahaan dan dukungan keluarga terhadap minat berwirausaha di kalangan Gen Z. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JUPE)*, 14(1), 36–48.
<https://doi.org/10.26740/jupe.v14n1.p36-48>
- Stillman. (2018). *Generasi Z: Memahami Karakter Generasi Baru yang Akan Mengubah Dunia Kerja*. Gramedia Pustaka Utama.
- Sumayyah, Y., Septari, A. I., & Novita, Y. (2025). Pengaruh Pemanfaatan Media Sosial dan Sistem Informasi Akuntansi Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Generasi Z. *Jurnal Ilmiah Ilmu Ekonomi, Manajemen & Bisnis (MUANOMI)*, 1(4), 160–173.
<https://doi.org/https://doi.org/10.64365/muanomi.v1i4.131>
- Susanti, A. (2021). Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan, Motivasi Berwirausaha Dan Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa (Pada Akademi Kesejahteraan Sosial Ibu Kartini). *JURNAL ILMIAH EKONOMI DAN BISNIS*, 14(2), 87.
- Tiara Dara Pratiwi, Alinda Nuraini, Santiani Tri Widiawati, & Sri Mulyeni. (2026). Pengaruh Media Sosial terhadap Minat Berwirausaha pada Gen Z. *Jurnal Riset Dan Inovasi Manajemen*, 4(1), 01–11.

- <https://doi.org/10.59581/jrim-widyakarya.v4i1.5950>
- Vrijilio Aditia Apaut, S. (2021). Membangun Disiplin Rohani Siswa pada Generasi Z melalui Jurnal Membaca Alkitab. *Diligentia: Journal of Theology and Christian Education*, 3(2), 110–125.
<https://doi.org/https://doi.org/10.19166/dil.v3i2.2530>
- Wardani, S. I., Widayani, A., Latifah, N., Rachmawati, I., & Normawati, R. A. (2024). Edukasi Kewirausahaan dalam Membangkitkan Jiwa Entrepreneur Bagi Generasi Z. *MULTIPLE: Journal of Global and Multidisciplinary*, 2(1), 997–1005.
- Wardani, Widayani, S. I., Latifah, A., Rachmawati, N., Normawati, I., & Arifah, R. (2024). Edukasi Kewirausahaan dalam Membangkitkan Jiwa Entrepreneur Bagi Generasi Z. *MULTIPLE: Journal of Global and Multidisciplinary*, 2(1), 997–1005.