

MINAT BERWIRAUSAHA PADA GENERASI Z DI ERA REVOLUSI INDUSTRI 4.0



SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas dan Memenuhi
Syarat Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Psikologi
(S.Psi) Pada Fakultas Ushuluddin dan Studi Agama
UIN Raden Intan Lampung

Oleh :

RAHMA MEYLANI

NPM. 1931080357

Program Studi Psikologi Islam

FAKULTAS USHULUDDIN DAN STUDI AGAMA

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN

LAMPUNG

1445 H / 2023 M

MINAT BERWIRAUSAHA PADA GENERASI Z DI ERA REVOLUSI INDUSTRI 4.0

SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas dan Memenuhi
Syarat Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Psikologi
(S.Psi) Pada Fakultas Ushuluddin dan Studi Agama
UIN Raden Intan Lampung

Oleh

Rahma Meylani

NPM. 1931080357

Dosen Pembimbing 1 : Andi Thahir, S.Psi, MA.Ed.D

Dosen Pembimbing 2 : Rahmad Purnama, M.Si

**PROGRAM STUDI PSIKOLOGI ISLAM
FAKULTAS USHULUDDIN DAN STUDI AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN
LAMPUNG**

1445 H / 2023 M

ABSTRAK

Minat Berwirausaha Pada Generasi Z Di Era Revolusi Industri 4.0

Oleh :

Rahma Meylani

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Terbentuknya Minat Berwirausaha Pada Generasi Z di Era Revolusi Industri 4.0 dengan subjek penelitian tiga orang partisipan yaitu *Entrepreneur*, *Owner Online Shop*, dan *Owner Hayyaofficial*. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Metode pengumpulan data yang digunakan dengan wawancara semi terstruktur dan observasi. Proses analisis data menggunakan bantuan aplikasi Nvivo agar memudahkan peneliti dalam menarik kesimpulan. Aplikasi NVIVO adalah software yang digunakan untuk mengatur, menyimpan, dan menganalisis data kualitatif. Pada dasarnya NVIVO digunakan untuk memudahkan pengerjaan penelitian kualitatif (dalam hal organisasi data, olah data, analisis data).

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ketiga partisipan memiliki kepribadian yang sejalan dengan karakteristik wirausaha. Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan, kedua partisipan mengatakan bahwa terbentuknya minat berwirausaha berasal dari dalam dirinya secara mandiri, hal tersebut berdasarkan pola pikir dan keadaan yang dialami oleh kedua partisipan. YE dan IM yang berdagang karena *hobby* nya dibidang memasak dan *fashion*. Selain itu partisipan KE yang memiliki jiwa berwirausaha dikarenakan latar belakang keluarganya yaitu berdagang. Seorang wirausaha harus memiliki karakteristik yaitu memiliki rasa percaya diri, berorientasi pada hasil, berani menanggung resiko, memiliki jiwa kepemimpinan, keorisinilan, berorientasi pada masa depan, jujur dan tekun. Ketiga partisipan dalam penelitian ini memiliki karakteristik seorang wirausahaan yang baik dengan memiliki rasa kepercayaan diri, mampu menentukan sikap yang tepat dan benar mengenai hasil dan keberhasilan, memiliki ide ide yang inovatif, memiliki jiwa kepemimpinan, mampu membaca peluang yang muncul dimasa depan dan memiliki sikap jujur dan tekun.

Kata Kunci : Entrepreneur, Online Shop, Generasi Z, Revolusi Industri 4.0

ABSTRACT

This study aims to determine the Formation of Interest in Entrepreneurship in Generation Z in the Era of the Industrial Revolution 4.0 with the research subjects being three participants, namely Entrepreneurs, Owners of Online Shops, and Owners of Hayyaofficial_. The type of research used is qualitative research with a phenomenological approach. The data collection method used was semi-structured interviews and observation. The data analysis process uses the help of the Nvivo application to make it easier for researchers to draw conclusions. The NVIVO application is software used to organize, store and analyze qualitative data. Basically, NVIVO is used to facilitate qualitative research (in terms of data organization, data processing, data analysis).

The results of this research show that the three participants have personalities that are in line with entrepreneurial characteristics. Based on the results of the interviews that were conducted, the two participants said that the formation of an interest in entrepreneurship came from within themselves independently, this was based on the mindset and circumstances experienced by the two participants. YE and IM trade because of their hobbies in cooking and fashion. Apart from that, KE participants have an entrepreneurial spirit because their family background is in trading. An entrepreneur must have the characteristics of having self-confidence, result-oriented, dare to take risks, have a leadership spirit, originality, future-oriented, honest and diligent. The three participants in this study have the characteristics of a good entrepreneur by having self-confidence, being able to determine the right attitude regarding results and success, having innovative ideas, having a leadership spirit, being able to read opportunities that arise in the future and having an honest attitude. and persevere.

Keywords: *Entrepreneur, Online Shop, Generation Z, Industrial Revolution 4.0*



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG
FAKULTAS USHULUDDIN DAN STUDI AGAMA

Alamat: Jl. Endro Suratmin, Sukarame, Bandar Lampung, Telp (0721) 703260

PERSETUJUAN

Judul skripsi : Minat Berwirausaha Pada Generasi Z di Era Revolusi Industri 4.0
Nama : Rahma Meylani
NPM : 1931080357
Prodi : Psikologi Islam
Fakultas : Ushuluddin dan Studi Agama

MENYETUJUI

Untuk dimunaqosahkan dan dipertahankan dalam Sidang Munaqosah
Fakultas Ushuluddin dan Studi Agama UIN Raden Intan Lampung

Pembimbing I

Pembimbing II


Andi Thahir, MA, Ed. D
NIP.197604272007011015


Rahmad Punama, M.Si
NIP.198810262022031001

Mengetahui,
Ketua Prodi Psikologi Islam


Drs. M. Nursalim Malay, M.Si
NIP.196301011999031000



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG
FAKULTAS USHULUDDIN DAN STUDI AGAMA

Alamat: Jl. Endro Suratmin, Sukarame, Bandar Lampung, Telp. (0721) 703260

PENGESAHAN

Skripsi dengan judul **Minat Berwirausaha Pada Generasi Z di Era Revolusi Industri 4.0** disusun oleh **Rahma Meylani, NPM 1931080357**, program studi **Psikologi Islam**, Telah di Ujikan dalam sidang Munaqosyah di Fakultas Ushuluddin dan Studi Agama UIN Raden Intan pada Hari/Tanggal : **Jum'at, 21 Juli 2023**

Tim Penguji

- Ketua : **Drs. H. M. Nursalim Malay, M.Si** (.....)
- Sekretaris : **Indah Dwi Cahya Izzati, M.Psi** (.....)
- Penguji I : **Annisa Fitriani, S.Psi., M.A** (.....)
- Penguji II : **Dr. Andi Thahir, M.A, ED.D** (.....)
- Penguji III : **H. Rahmad Purnama, M.Si** (.....)

Mengetahui
Dekan Fakultas Ushuluddin Dan Studi Agama



Dr. Ahmad Isaeni, M.A
HP. 197403302000031001

PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN

Assalamu'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh

Saya yang betandatangani dibawah ini :

Nama : **Rahma Meylani**

NPM : **1931080357**

Jurusan/Prodi : **Psikologi Islam**

Program Studi : **Ushuluddin dan Studi Agama**

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul *Minat Berwirausaha Pada Generasi Z Di Era Revolusi Industri 4.0* merupakan hasil karya peneliti dan bukan hasil plagiasi dari karya orang lain. Apabila dikemudian hari ditemukan adanya plagiasi, maka peneliti bersedia menerima konsekuensi sesuai aturan yang berlaku di Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya.

Wassalamu'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh.

Bandar Lampung, 10 Juni 2023

Yang menyatakan,



Rahma Meylani

NPM. 1931080357

MOTTO

إِنَّمَا الْأَعْمَالُ بِالنِّيَّةِ

“sesungguhnya segala perbuatan itu tergantung pada niatnya”

“If You Never Try, You’re Never Can And Never Know”

*“Apabila Kamu Tidak Pernah Mencoba, Kamu Tidak Akan Pernah
Bisa dan Tidak Pernah Tahu”*



PERSEMBAHAN

Bismillahirrahmanirrahim

Sembah sujud serta lantunan kalimat syukur senantiasa terucap kepada Allah SWT, karena atas izin-Nya lah karya penulis ini dapat terselesaikan. Shalawat dan salam selalu terlimpahkan keharibaan Rasulullah Muhammad SAW. Dengan ini penulis mempersembahkan karya sederhana ini untuk orang-orang tercinta dan tersayang:

1. Untuk kedua orang tua yang sangat saya banggakan, saya ucapkan terimakasih yang tiada terkira kepada Bapak dan Ibu saya yang telah membiayai seluruh keperluan selama saya mengenyam pendidikan tinggi dan senantiasa memberikan dukungan, motivasi kepada saya serta tidak henti-henti nya mendoakan yang terbaik kepada saya, agar saya dapat menyelesaikan pendidikan tinggi tanpa ada hambatan dan kesulitan apapun.
2. Untuk guru-guru yang telah memberikan ilmu nya kepada saya sejak pertama saya bersekolah, hingga dosen-dosen yang telah membimbing dan memberikan ilmu nya kepada saya hingga saya bisa menyelesaikan semua mata kuliah dengan baik.

RIWAYAT HIDUP

Nama peneliti adalah Rahma Meylani yang lahir pada 30 Agustus 2000 di Bandar Lampung. Peneliti merupakan anak pertama dari tiga bersaudara dari pasangan bapak Supriyanto dan ibu Lina Astuti. Peneliti bertempat tinggal di Kecamatan Kemiling, Kelurahan Kemiling, Kota Bandar Lampung. Berikut adalah riwayat pendidikan Peneliti :

1. TK Mutiara Kasih, Kecamatan Bumi Ratu Nuban, Kelurahan Bulusari, Kabupaten Lampung Tengah
2. SD Negeri 3 Kemiling Permai, Kecamatan Kemiling, Kelurahan Kemiling, Kota Bandar Lampung
3. SMP Negeri 2 Sumberejo, Kecamatan Sumberejo, Kabupaten Tanggamus
4. SMK Negeri 8 Bandar Lampung

Setelah lulus dari Sekolah Menengah kejuruan. Peneliti terdaftar sebagai mahasiswa aktif pada program sarjana (S1) Psikologi Islam, Fakultas Ushuluddin dan Studi Agama, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung. Adapun riwayat organisasi peneliti selama berkuliah di Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung sebagai berikut :

1. Unit Kegiatan Mahasiswa PIK-R Sahabat dan tergabung bidang konselor sebaya UIN Raden Intan Lampung.

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabaratu

Puji syukur kehadiran Allah SWT. Tuhan Yang Maha Esa atas segala limpahan Rahmat, Taufik dan Hidayahnya sehingga peneliti dapat menyelesaikan penyusunan proposal ini dalam bentuk maupun isinya yang sangat sederhana. Semoga hasil penelitian ini dapat membantu pembaca dalam mengetahui dan memahami Minat Berwirausaha Pada Generasi Z Di Era Revolusi Industri 4.0, sebagai bahan pembelajaran guna menambah pengetahuan dan wawasan. Peneliti mengakui bahwa dalam penyusunan terdapat banyak kekurangan karena kurangnya pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki oleh peneliti sendiri. Oleh karena itu, diharapkan kepada para pembaca untuk dapat memberikan kritik serta saran yang bersifat membangun. Sehingga kedepannya dapat diperbaiki hasil dari penelitian-penelitian yang lainnya. Selain itu, terselesaikannya proses penulisan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak yang turut serta dalam memberikan dukungan secara moril maupun materil. Oleh karena itu dengan segala hormat, penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Rektor UIN Raden Intan Lampung, Prof. Wan Jamaluddin Z, M.Ag., Ph.D
2. Bapak Dr. Ahmad Isnaeni, M.A., selaku Dekan Fakultas Ushuluddin Dan Studi Agama UIN Raden Intan Lampung.
3. Bapak Drs. M. Nursalim Malay, M.Si selaku Ketua Prodi Psikologi Islam Fakultas Ushuluddin dan Studi Agama Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung yang telah memberikan arahan serta informasi penting dalam hal perkuliahan dan telah menyetujui skripsi saya untuk disidangkan, serta membimbing proses pembuatan skripsi dan dukungan yang tiada henti.
4. Ibu Annisa Fitriani, S.Psi, MA., selaku Sekretaris Prodi Psikologi Islam Fakultas Ushuluddin dan Studi Agama Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung yang telah meluangkan waktu, memberikan arahan serta membantu segala hal yang berkaitan dengan perkuliahan sehingga penyusunan skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik

5. Bapak Andi Thahir, S.Psi, MA.Ed.D selaku pembimbing akademik I, Terima kasih banyak atas waktu, saran, motivasi dan doa untuk penulis selama menjalani bimbingan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
6. Bapak Rahmad Purnama, M.Si selaku pembimbing akademik II. Penulis mengucapkan Terima kasih banyak atas waktu dan tenaga yang diberikan untuk membimbing, mendampingi, memberikan ide ide serta memperbaiki kekurangan-kekurangan peneliti dalam proses penyusunan skripsi dengan baik.
7. Tim Dewan Penguji Skripsi yang telah bersedia untuk menguji hasil penelitian yang telah saya lakukan, sehingga penelitian ini dapat diterima dan disahkan.
8. Seluruh dosen dan staff Fakultas Ushuluddin dan Studi Agama Universitas Negeri Raden Intan Lampung, terimakasih atas ilmu yang sangat bermanfaat bagi penulis, dan informasi akademik yang telah diberikan kepada penulis selama menjadi mahasiswa S1 Psikologi Islam
9. Adik saya Putri Octha Oliviyani yang telah memberikan semangat dan dukungan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi.
10. Partner terbaik saya Reyhan Ramadhan S, yang selalu memberikan semangat dan dukungan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi. Terima kasih karena telah menjadi pendengar yang baik dan pemberi saran kepada penulis. Terima kasih atas waktunya karena selalu ada dalam fase tersulit penulis.
11. Sahabat-sahabat saya, Adella Siska Sari, Dede Nurlita, Fia Alfia, Hany Nur Khofifah, Ira Wulandari, Rulisita Azkia Novia Azzahra, Siti Anisa, Tri Maharani yang telah menjadi pendukung dan semangat kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi. Terima kasih karena telah memberikan hiburan dan waktu yang sangat berharga untuk penulis bisa berada dalam fase terbaik.
12. Kepada *Bangtan Sonyeondan* (BTS) yang telah memberikan lagu lagu yang sangat menghibur kepada penulis, terima kasih atas dorongannya dalam lagu dan motivasi.
13. Kepada ketiga partisipan penelitian yang telah memberikan waktu, membagikan cerita kehidupan, dan memberikan informasi-informasi lainnya kepada peneliti, sehingga memudahkan peneliti dalam menjalankan dan menyelesaikan penelitian.

14. Serta semua pihak yang tidak dapat disebutkan namanya satu per satu yang telah berjasa membantu baik secara moril serta materil dalam menyelesaikan skripsi ini.

Semoga seluruh kebaikan yang telah mereka lakukan diberikan Rahmat dan senantiasa dipermudahkan jalannya oleh Allah SWT atas kebaikan kebaikan yang telah dilakukan dan menjadikan kebaikan tersebut menjadi amal dan pahala untuk dirinya.

Wassalamualaikum warahmatullahi wabaraktuh

Bandar Lampung, 28 Juni 2023

Peneliti



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
ABSTRAK	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	vi
HALAMAN PENGESAHAN	vii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	viii
MOTTO	ix
HALAMAN PERSEMBAHAN	x
RIWAYAT HIDUP	xi
KATA PENGANTAR	xii
DAFTAR ISI	xv
DAFTAR GAMBAR	xviii
DAFTAR TABEL	xix
BAB 1 PENDAHULUAN	
A. Penegasan Judul	1
B. Latar Belakang	2
C. Fokus Dan Sub-Fokus Penelitian	7
D. Rumusan Masalah	7
E. Tujuan Penelitian	7
F. Manfaat Penelitian	7
G. Kajian Penelitian Yang Terdahulu	8
H. Metode Penelitian	12
I. Sistematika Pembahasan	26
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Minat	29
1. Pengertian Minat	29
2. Aspek-Aspek Minat	30
3. Ciri-ciri Minat	30
4. Macam -macam Minat	31
5. Faktor faktor yang mempengaruhi Minat	32
B. Minat Berwirausaha	33
1. Pengertian Minat berwirausaha	33
2. Faktor pembentuk Minat berwirausaha	34
3. Faktor keberhasilan dan kegagalan dalam berwirausaha	
36	
C. Wirausaha	37

1. Pengertian Wirausaha	37
2. Karakteristik wirausaha	38
3. Perilaku terpuji dalam berdagang	39
D. Generasi Z	41
1. Pengertian generasi Z	41
2. Karakteristik Generasi Z	41
3. Kelebihan dan kekurangan Generasi Z	43
E. Teknologi Digital Era Revolusi Industri 4.0	43
F. Berwirausaha Dalam Perspektif Islam	46
G. Dinamika Faktor Faktor Yang Mendorong Minat Berwirausaha	48
BAB III DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN	
A. Gambaran Umum objek penelitian	51
B. Penyajian fakta dan data penelitian	53
BAB IV ANALISIS PENELITIAN	
A. Analisis Data Penelitian	71
1. Latar Belakang Partisipan	71
2. Analisis Data Partisipan	74
B. Terbentuknya Minat Berwirausaha pada generasi Z di Era Revolusi Industri 4.0	98
BAB V PENUTUP	
A. Simpulan	109
B. Saran	110
DAFTAR PUSTAKA	112
LAMPIRAN	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Kerangka Berpikir Minat Berwirausaha.....	25
Gambar 1.2 Gambaran minat berwirausaha pada partisipan YE	95
Gambar 1.3 Gambaran minat berwirausaha pada partisipan IM.....	96
Gambar 1.4 Gambaran minat berwirausaha pada partisipan KE	97
Gambar 1.5 Word Cloud (kata yang sering muncul)	99
Gambar 1.6 Tree map	99
Gambar 1.7 Visualisasi Data Project Map	102
Gambar 1.8 Visualisasi Data Project Map manual.....	104
Gambar 1.9 Hierarki chart Visualisasi Data	105



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Guidance Wawancara Minat Berwirausaha	17
Tabel 1.2	Guidance Observasi.....	20
Tabel 1.3	Daftar Karyawan Youncake.lampung.....	51
Tabel 1.4	Biodata singkat responden Penelitian	53



BAB 1

PENDAHULUAN

A. Penegasan Judul

Minat Menurut Hurlock (2007) Minat adalah Sumber motivasi yang mendorong individu dalam melakukan sesuatu yang dipilih, dan menguntungkan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa minat adalah kecenderungan hati dalam terhadap suatu hal yang menguntungkan.

Wirausaha menurut Tarmudji bila ditinjau dari etimologinya berasal dari kata “wira” dan “usaha”, kata wira berarti “teladan” atau patut dicontoh, sedangkan “usaha” berarti “Berkemauan keras” memperoleh manfaat. Jadi seorang wirausaha dapat diartikan sebagai berikut: “Seseorang yang berkemauan keras dalam melakukan tindakan yang bermanfaat dan patut menjadi teladan hidup”. Atau lebih sederhana dirumuskan sebagai, “Seseorang yang berkemauan keras dalam bisnis yang patut menjadi teladan hidup”. (Taufik et al., 2018)

Generasi Z Menurut Sakitri (2021) Gen Z adalah mereka yang lahir setelah tahun 1995 dan berakhir pada tahun 2012. Pada generasi ini usia tertinggi berada pada usia 26 tahun, dan usia terendah berada pada 10 tahun. Artinya Generasi Z memiliki rentang usia yang masih sangat produktif, sehingga hal tersebut mendorong banyak nya aktivitas yang dilakukan.

Era Revolusi Industri 4.0 Menurut (Hamdan, 2018) Revolusi industri 4.0 dikenal dengan revolusi digital karena terjadi proliferasi komputer dan otomatisasi pencatatan disemua bidang, karena otomatisasi dan konektivitas disebuah bidang akan membuat perubahan secara signifikan di dunia industri dan persaingan kerja menjadi tidak linier. Di era yang sudah semakin canggih ini semua aktivitas dari bekerja sampai bersenang senang tidak lepas dari media sosial. Penggunaan media sosial saat ini sangat berpengaruh bagi masyarakat.

B. Latar Belakang

Era Revolusi Industri 4.0 merupakan upaya Transformasi menuju perbaikan dengan mengintegrasikan dunia online dan lini produksi di industri, dimana semua proses produksi berjalan dengan internet sebagai penopang utama. Menurut badan pusat statistik (BPS) melaporkan bahwa angka pengangguran di Indonesia 8,42 juta orang pada periode Agustus 2022 mengalami kenaikan dari periode sebelumnya Februari 2022 yang berjumlah 8,40 juta orang (<https://www.bps.go.id>)

Meningkatkan rasio kewirausahaan menjadi salah satu cara pemerintah dalam mengurangi pengangguran. Wirausaha sangat diperlukan karena perannya di dalam mendinamisasikan kegiatan ekonomi bisnis keluarga, masyarakat, daerah dan Negara (Basrowi dan Juariyah, 2010). Menurut Rahyono & Alansori (2021) menyatakan bahwa meningkatnya jiwa kewirausahaan akan bermanfaat bagi masyarakat secara finansial dan non-finansial. Manfaat secara finansial dapat diperoleh berupa kemandirian ekonomi saat melakukan usaha. Sedangkan manfaat non-finansial diperoleh dengan meningkatnya mental yang tangguh (Ni Made Ayu Krisna Cahyadi et al., 2023)

Menurut Buchari Alma (2021) Wirausaha memiliki banyak manfaat terhadap pembangunan bangsa, yaitu;

1. Sebagai pengusaha, memberikan darma baktinya melancarkan proses produksi, distribusi, dan konsumsi. Wirausaha mengatasi kesulitan lapangan kerja, meningkatkan pendapatan masyarakat.
2. Sebagai pejuang bangsa dalam bidang ekonomi, meningkatkan ketahanan nasional, mengurangi ketergantungan pada bangsa asing.

Menurut Kementerian Perindustrian rasio kewirausahaan di Indonesia pada tahun 2021 baru berada pada angka 3,55% angka tersebut masih tertinggal jauh dengan perbandingan jumlah penduduk Indonesia yang mencapai 270 juta jiwa, dengan demikian seharusnya jumlah wirausaha di Indonesia dapat mencapai persentase lebih dari 4%. Indonesia masih tertinggal dengan negara-negara tetangga seperti

Thailand dan Malaysia yang sudah melebihi persentase 4%. Dan bahkan Singapura sudah mencapai 8,7% dengan negara-negara maju lainnya sudah melebihi 12% (dalam www.kemenperin.go.id). Oleh sebab itu pemerintah terus mengajak Generasi Muda Indonesia untuk menciptakan lapangan pekerjaan dengan berwirausaha.

Terbentuknya minat berwirausaha dikarenakan adanya 2 faktor, yaitu faktor internal yang terdiri atas ; kepribadian, pendidikan, motivasi, komitmen, peluang, dan kepemimpinan ; dan faktor eksternal yang terdiri atas lingkungan sosial dan keluarga (Pasaribu & S., 2020).

Badan Pusat Statistik (BPS) pada Sensus Penduduk 2020 mencatat bahwa Indonesia didominasi oleh Generasi Z dan Generasi Millennial. Generasi Z lahir antara tahun 1995-2010 dan saat ini telah menginjak pada usia 12-27 tahun. Generasi Z berjumlah sebanyak 27,94% atau 75,49 juta jiwa, jumlah tersebut adalah jumlah dari keseluruhan penduduk Indonesia. Pada saat ini Generasi Z dengan usia termuda yaitu usia 12 tahun mungkin masih duduk pada jenjang pendidikan sekolah dasar. Namun dapat dipastikan dalam waktu 7-10 tahun kedepan, mereka akan terjun di dunia industri. Sehingga hal ini menjadi tantangan bagi masyarakat untuk memperbaiki karakter generasi Z agar mempunyai karakter yang baik dan wawasan yang luas. Generasi Z juga disebut sebagai Generasi Pecandu internet.

Kewirausahaan saat ini menjadi topik hangat yang sering dibicarakan dan yang paling marak dikalangan generasi Z seperti usaha online yang menggunakan e-commerce atau toko online, karena terkesan fleksibel dan mudah untuk dilakukan. Bukan hanya melalui toko online, media sosial juga dapat dipakai untuk berwirausaha, khususnya *instagram*, *tiktok* (Lubis et al., 2022). Generasi Z lebih menyukai bekerja tanpa adanya perintah atau aturan dari atasan, namun mereka lebih menyukai bergerak sesuai kehendak dan kemauannya. Pada hal ini Generasi Z lebih menyukai *Entrepreneur* dengan alasan dapat sesuai dengan kemauan dan kehendak mereka. Pantang menyerah dan mampu berinovasi dengan kecanggihan teknologi menjadi keunggulan bagi Generasi Z, sehingga membuat minat dorong berwirausaha semakin besar. Selain hal positif, generasi

Z juga mempunyai sisi negatif sebagai pencandu teknologi. Menurut Arianto (2022) antara lain ; 1). Generasi Z cenderung melakukan *cyberbullying*, hal tersebut dikarenakan mudahnya generasi Z dalam mengakses media sosial ; 2). Terganggunya kesehatan mental bagi generasi Z yang menyukai konten-konten sehingga ingin menirukannya sebagai panutan.

Menurut Pra-Riset yang saya lakukan dengan YE (23 tahun) sebagai *Entrepreneur* muda di Lampung yang merupakan generasi Z. Peneliti mendapatkan bahwa menjadi *Entrepreneur* adalah dorongan dari dalam dirinya, bukan berdasarkan paksaan. Hal tersebut juga dilakukan sebagai bentuk kemandirian secara finansial sebagai mahasiswa. Hal cukup menarik peneliti dapatkan ketika wawancara adalah hoby nya yang memang berjualan dan berkreasi. YE menjadi *Entrepreneur* dalam bidang kue, bucket bunga, dan jasa *makeup*. Hobby nya yang suka memasak dan berkreasi membawanya pada bidang *entrepreneur* saat ini. YE juga salah satu mahasiswa UIN Lampung dengan prodi Hukum Ekonomi Syariah angkatan tahun 2018.

Era teknologi digital saat ini informasi dapat dengan mudah untuk didapatkan. Bahkan ketika berbelanja masyarakat tidak perlu datang langsung ke toko, melainkan cukup membuka aplikasi Platform digital di smarphone. *Smartphone* adalah salah satu bentuk kecanggihan teknologi digital, *smartphone* atau telepon genggam sangat mudah untuk digunakan dan diakses. Sehingga kalangan muda generasi Z dapat dengan mudah mengoperasikan *Smartphone*. Dengan adanya *smartphone* kegiatan mencari informasi akan lebih mudah, *smartphone* akan terus diakses dengan banyak kelebihan. Namun segala hal memiliki kelebihan dan kekurangannya masing-masing. Ketika mengakses *smartphone* akan ada banyak informasi baik ataupun buruk, sehingga masyarakat harus dapat lebih bijak dalam menggunakan *smartphone*.

Kecanggihan Teknologi tidak hanya digunakan untuk kegiatan transaksi jual beli, melainkan ada banyak jenis aplikasi yang menawarkan jasa, seperti jasa ojek *online*, jasa edit foto secara *online*. Kemajuan Teknologi saat ini dapat dirasakan oleh berbagai kalangan, karena teknologi masa kini menawarkan banyak kemudahan. Di serba era digital saat ini juga banyak sekali muncul profesi-profesi baru

yang dilakukan oleh generasi Z. Profesi tersebut juga memanfaatkan teknologi atau media sosial yang banyak disukai oleh banyak orang.

hasil *Pra-Riset* yang peneliti lakukan dengan IM (22 tahun) salah satu Mahasiswa Pendidikan Bahasa Inggris angkatan 2020 yang aktif memanfaatkan media sosial dengan berjualan *online (Online Shop)* dibidang *Fashion* dan kebutuhan wanita. IM sudah menekuni kegiatan berdagang dengan menjadi *reseller* semenjak duduk di bangku sekolah tahun 2014 dan memang ada beberapa kesulitan mengingat domisili responden berada di Lampung Barat. Namun hal tersebut tetap dilanjutkan sampai saat ini. Faktor yang mempengaruhi IM dalam *Online Shop* yaitu keadaan yang lebih ingin bersikap mandiri dan tidak bergantung terlalu besar kepada orang tua. Sampai saat ini IM sudah mampu membayar kos kosan dan memenuhi kebutuhannya dari hasil *Online Shop*.

Revolusi industry 4.0 yang dikenal dengan *revolusi digital* dan *robotic* yang ditandai dengan *internet of things, big data, artificial intelligence, robotic and sensor technology and 3D printing technology*. Secara alamiah setiap perubahan memiliki dampak negatif dan positif. salah satu dampak negatif adalah hilangnya beberapa pekerjaan yang sudah lama terbentuk tetapi sekaligus memunculkan berbagai peluang pekerjaan baru yang lebih menjanjikan. Salah satu *promise industry 4.0* yaitu pekerjaan yang akan banyak bermunculan seperti ; *content creator, content creator and copywriter, Spesialis medsos/medsos strategis, SEO specialist, digital marketing* dan masih banyak lagi (Mursidin & Arifin, 2020).

Profesi yang saat ini sedang banyak digemari salah satunya *content creator* sekaligus menjalankan usaha. *Content Creator* adalah pekerjaan membuat konten yang berisikan video edukasi. Edukasi yang dimaksud mencakup banyak hal, konten yang sering sekali dilakukan oleh generasi Z seperti konten makeup, *review* banyak makeup dan video banyak lagi. Tujuan dari dibuat nya konten tersebut ialah sebagai bentuk bekerja di media sosial. Selain profesi yang sedang digemari, *Content Creator* juga termasuk dalam pekerjaan yang bisa dibidang menghasilkan hal tersebut dikarenakan banyaknya

jumlah pemakai media sosial yang penggunaanya berasal dari generasi Z.

Hasil Pra-Riset yang saya dapatkan dari Informan KE (22 tahun) yang saat ini aktif dalam mengunggah konten di *instagram* dan *tik-tok*. Menurutnya, menjadi seorang *Content Creator* adalah hal yang menyenangkan, karena hal tersebut didasarkan pada keinginan diri sendiri dan tanpa adanya selain menekuni bidang Content Creator, KE juga menjalankan bisnis usaha dibidang fashion yaitu *Hayyaofficial_*. Dukungan dari keluarga dan teman sangat mempengaruhi KE dalam menentukan langkah langkah nya. Sehingga memiliki lingkungan yang baik dan berkualitas sangat berpengaruh dengan masa depan diri sendiri.

Selain itu berdagang juga dianjurkan dalam agama islam, Dari Mu'az bin jabal, Rasulullah SAW berkata, “Sesungguhnya, sebaik-baik usaha adalah usaha perdagangan,” hadis riwayat Baihaqi. Maka dari itu berdagang adalah sebuah jalan yang Allah sukai. Berdagang juga harus dengan kejujuran, tidak boleh adanya kecurangan antara penjual dan pembeli, Allah berfirman dalam surah An-nisa ayat 29:

أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْباطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ بَيْنَكُمْ عَنْ تَرَضٍ مِّنْكُمْ ۖ وَلَا تَقْتُلُوا
 أَنْفُسَكُمْ ۗ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

SArtinya : Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu (QS. An-Nisa : 29).

Penelitian mengenai Minat Berwirausaha ini penting untuk dilakukan, hal ini dilakukan untuk mengetahui terbentuknya Minat Berwirausaha pada Generasi Z di Era Revolusi Industri 4.0. Generasi Z yang sangat menyukai Teknologi, sehingga hal tersebut dapat mendorong generasi tidak hanya untuk bermain *Smartphone* dan melupakan kegiatan kegiatan sehari hari. Beberapa fakta fakta diatas membuat peneliti tertarik untuk meneliti “Minat Berwirausaha Pada Generasi Z Di Era Revolusi Industri 4.0” Dengan demikian peneliti dapat memahami lebih dalam mengenai Minat Berwirausaha, yang lebih ditekankan pada Generasi Z di Era Revolusi Industri 4.0, karena

apabila ditinjau dan dipahami lebih dalam fenomena tersebut cukup menarik bagi peneliti.

C. Fokus dan Sub-Fokus Penelitian

Berdasarkan Latar Belakang Masalah yang telah dijelaskan diatas, maka Fokus Penelitian adalah Terbentuknya Minat Berwirausaha Pada Generasi Z di Era Revolusi Industri Digital 4.0 dengan memperhatikan Minat Berwirausaha, ciri ciri Generasi Z, dan Era Revolusi Industri 4.0.

Sub Fokus dalam penelitian ini adalah terbentuknya Faktor Faktor Minat Berwirausaha Minat Berwirausaha pada Generasi Z di Era Revolusi Industri 4.0 dengan melakukan penelitian pada profesi *Entrepreneur, Owner Online Shop, Owner Hayyaofficial_*.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas maka Rumusan Masalah dalam Penelitian ini yaitu : Bagaimana Terbentuknya Minat Berwirausaha pada Generasi Z di Era Revolusi Industri 4.0 (Studi Pada Bidang *Entrepreneur, Owner Online Shop, Owner Hayyaofficial_*)?

E. Tujuan Penelitian

Dari Rumusan Masalah diatas, maka dapat disimpulkan bahwa Tujuan Penelitian ini yaitu : Untuk Mengetahui Terbentuknya Minat Berwirausaha pada Generasi Z di Era Revolusi Industri 4.0 (Studi Pada Bidang *Entrepreneur, Owner Online Shop, Owner Hayyaofficial_*)

F. Manfaat Penelitian

a. Secara Teoritis

Penelitian ini saya berharap dapat menambah pengetahuan dan masukan bagi penelitian selanjutnya mengenai “Minat Berwirausaha pada Generasi Z di Era Revolusi Industri 4.0”. Penelitian ini juga diharapkan mampu menjadi manfaat bagi pengembangan teori teori Psikologi mengenai Minat

Berwirausaha dan khususnya dibidang Psikologi Industri dan Organisasi.

b. Secara Praktis

- a. Bagi Pemerintah, Penelitian ini diharapkan dapat memberikan penyuluhan atau bimbingan disertai dengan dukungan kepada generasi muda di Indonesia yang ingin berwirausaha. Sehingga dengan adanya dukungan pemerintah dapat mengurangi risiko kegagalan wirausahawan di Indonesia
- b. Bagi Masyarakat, Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi mengenai faktor terbentuknya minat berwirausaha, sehingga masyarakat dapat menjadi wirausahawan yang berhasil.
- c. Bagi Mahasiswa, Penelitian ini diharapkan mampu menjadi acuan/literatur dalam mengembangkan teori Teori Minat Berwirausaha, teori Generasi Z, dengan Fenomena di Era Revolusi Industri 4.0.
- d. Bagi Peneliti Selanjutnya, Penelitian ini diharapkan mampu menjadi bahan evaluasi atau literatur yang dapat membantu penelitian selanjutnya dalam mengembangkan Minat Berwirausaha. Selain itu peneliti selanjutnya juga dapat menggunakan metode lain untuk mengetahui faktor terbentuknya minat berwirausaha.

G. Kajian Penelitian Terdahulu yang Relevan

Penelitian yang terdahulu mengenai Minat Berwirausaha akan membantu guna referensi penelitian ini. Selanjutnya penelitian terdahulu yang relevan akan dipaparkan dibawah ini :

1. Penelitian selanjutnya dilakukan oleh (Sennang, 2017) dari Program Studi Psikologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman Samarinda. Judul penelitian ini yaitu “ Pengaruh Dukungan Sosial dan Efikasi Diri Terhadap Minat Berwirausaha Siswa SMK ”. Jurnal ini termasuk dalam jurnal *Psikoborneo*. Dalam penelitian ini terdapat dua variabel bebas yaitu X1 : Dukungan sosial, X2 : Efikasi Diri. Dan satu Variabel Terikat yaitu Minat berwirausaha. penelitian ini

menggunakan metode pendekatan kuantitatif dengan teknik analisis regresi parsial.

Hasil penelitian ini yaitu a). Adanya hubungan positif antara Dukungan sosial dengan Minat Berwirausaha. b). Dan adanya hubungan antara Efikasi Diri dengan minat berwirausaha. Perbedaan dalam penelitian ini dengan penelitian yang sedang dilakukan terletak pada penggunaan Variabel Bebas, Yaitu Dukungan sosial dan Efikasi Diri. Selain variabel juga terletak pada perbedaan subjek yang akan digunakan dalam penelitian ini yaitu Generasi Z. Selain perbedaan juga adanya persamaan dalam penelitian ini yaitu pada Minat Berwirausaha.

2. Penelitian selanjutnya dilakukan oleh (Anwar, 2018) dari Universitas Ciputra dan termasuk jurnal *Proceeding National Conference Psikologi UMG* dengan judul “*Resilience Pada Generasi Millennial Dalam Berwirausaha Di Kota Surabaya*”. Metode penelitian yang digunakan yaitu kualitatif dengan menggunakan pendekatan Fenomenologi. Teknik sampling yang digunakan yaitu Purposive Sampling dengan menetapkan kriteria kriteria tertentu. Subjek peneliitian ini yaitu generasi millennial yang memenuhi kriteria penelitian sebanyak 5 orang. Teknik pengumpulan data menggunakan Studi kasus dan wawancara. Hasil dalam penelitian ini yaitu apabila seseorang memiliki resiliensi, maka sifat itu akan digunakan untuk mengatasi tuntutan fisik dan psikis yang dang harus dihadapi seorang wirausahawan saat mereka harus beradaptasi terhadap perubahan. Proses resiliensi adalah hasil interaksi antara individu dengan lingkungannya.

Penelitian ini memiliki perbedaan dan kesamaan pada penelitian yang sedang dilakukan. Walaupun sama sama membahas mengenai kewirausahaan namun perbedaanya terletak pada fokus penelitian dan subjek yang digunakan. Fokus penelitian yang sedang dilakukan yaitu faktor faktor yang mempengaruhi lain halnya dengan penelitian ini yaitu menggunakan resiliensi, selain itu subjek penelitian yang



digunakan dalam penelitian ini adalah generasi Z, sedangkan penelitian sebelumnya menggunakan Generasi Y (millennial)

3. Penelitian selanjutnya dilakukan oleh (Nurhayati et al., 2019) dari Fakultas Psikologi Universitas Islam Riau. Dengan judul penelitian “ Efikasi Diri dan Dukungan Sosial Keluarga Memprediksi Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa” . dalam penelitian ini Variabel X1 : Efikasi diri, Variabel X2 : Dukungan sosial keluarga, dan Variabel Y : Minat Berwirausaha. teknik analisis yang digunakan yaitu menggunakan Teknik Analisis Berganda dibantu dengan aplikasi SPSS versi 23. Hasil penelitian ini yaitu pengaruh positif yang signifikan pengaruh positif yang signifikan efikasi diri dan dukungan sosial keluarga terhadap minat berwirausaha.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya terletak pada variabel bebas, karena penelitian selanjutnya adalah jenis penelitian kualitatif yang menggunakan 1 variabel saja sebagai permasalahan. Selain pada variabel terletak pada subjek dan fenomena terbaru saat ini, yaitu generasi Z di era industri 4.0. Namun penelitian ini juga memiliki kesamaan, yaitu sama sama meneliti pada fokus minat berwirausaha.

4. Penelitian selanjutnya dilakukan oleh (Wijaya et al., 1895) dengan judul penelitian “Dukungan Sosial Keluarga dengan Minat Berwirausaha Siswa Sekolah Menengah Kejuruan (SMK Negeri 4 Surakarta)” jurnal ini termasuk dalam jurnal psikologi Konsptual. Variabel penelitian ini variabel X : Dukungan sosial, dan Variabel Y : Minat Berwirusaha. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu korelasi Product Moment. Hasil penelitian ini adalah Terdapat hubungan positif yang signifikan antara minat berwirausaha dengan dukungan sosial keluarga pada siswa SMK Negeri 4 Surakarta.

dalam penelitian ini terdapat kesamaan dan perbedaan. Perbedaannya yaitu pada penelitian yang sedang dilakukan saat ini tidak menggunakan Variabel Bebas, karena penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif. Selain

variabel, perbedaan terletak pada subjek yang dituju. Penelitian sebelumnya menggunakan siswa/i sekolah menengah kejuruan, sedangkan penelitian yang sedang dilakukan menggunakan profesi Generasi Z di era teknologi industri 4.0. kesamaannya terletak pada variabel terikat yaitu Minat Berwirausaha.

5. Penelitian selanjutnya dilakukan oleh (Syamsudin et al., 2019) dari Fakultas Psikologi Universitas Teknologi Sumbawa dengan judul penelitian “Pengaruh Efikasi diri Terhadap Minat berwirausaha mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Teknologi Sumbawa” . Dalam penelitian ini terdapat dua Variabel, diantaranya Variabel X : Efikasi Diri, Variabel Y : Minat Berwirausaha. Teknik analisis yang digunakan Regresi Linear Sederhana dengan Metode penelitian Kuantitatif deskriptif. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa adanya Hubungan Signifikan antara Efikasi Diri dengan Minat Berwirausaha pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Teknologi Sumbawa.

Dalam penelitian ini terdapat perbedaan dan kesamaan. Perbedaannya terletak pada penggunaan variabel bebas yaitu Efikasi diri dan metode penelitian menggunakan kuantitatif deskriptif. Namun kesamaannya terdapat pada Variabel Terikat yaitu Minat Berwirausaha.

6. Penelitian selanjutnya dilakukan oleh (Diyanti et al., 2020) dari Fakultas Psikologi Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. Penelitian ini berjudul “ Hubungan Antara Dukungan Sosial Dengan Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa Fakultas Psikologi Untag Surabaya” . dalam penelitian ini ada 2 variabel. Variabel X : Dukungan Sosial, dan Variabel Y : Minat Berwirausaha. penelitian ini menggunakan metode penelitian Kuantitatif Korelasional dan menggunakan Uji Analisis Statistik *Product Moment*.

Hasil Penelitian ini yaitu adanya Hubungan yang positif dan sangat Signifikan antara dukungan sosial dengan minat berwirausaha pada mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas

17 Agustus 1945 Surabaya. Dengan demikian semakin tinggi dukungan sosial pada mahasiswa, maka akan semakin tinggi Minat Berwirausaha. Namun sebaliknya semakin rendah dukungan sosial maka akan rendah juga minat berwirausaha pada mahasiswa. Penelitian ini terdapat perbedaan dan kesamaan. Perbedaannya terletak pada penggunaan variabel bebas yaitu Dukungan Sosial dengan metode penelitian yang digunakan yaitu Kuantitatif Korelasional. Namun kesamaan nya terdapat pada Variabel Terikat yaitu Minat Berwirausaha.

7. Penelitian selanjutnya dilakukan oleh (Az Zahra & Nurul Husna, 2021) dari Prodi Psikologi UIN Sunan Kalijaga. Penelitian ini berjudul “Intensi Berwirausaha Pengusaha Muslim: Peran Nilai-Nilai Keislaman dalam Pendirian Usaha”. Metode penelitian ini adalah kualitatif dengan pendekatan kualitatif deskriptif. Partisipan dalam penelitian ini sebanyak lima orang dengan pemilihan partisipan dilakukan dengan cara purposive sampling dan kemudian dilanjutkan dengan metode Snowball.

Hasil dari penelitian ini menemukan bahwa niat berwirausaha pada pengusaha Muslim berkaitan dengan kewajiban agama untuk mengikuti Sunnah Nabi Muhammad yang berprofesi sebagai pedagang (wirausahawan). Pengusaha Muslim memandang berwirausaha adalah bagian dari ibadah dengan tujuan meraih keberkahan atas rezeki. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang sedang dilakukan adalah penggunaan variabel intensi berwirausaha, sedangkan perbedaannya terletak pada fokus penelitian yang dilakukan peneliti sebelumnya lebih pada kajian keislaman, dan penelitian yang sedang dilakukan berfokus pada terbentuknya minat berwirausaha secara umum.

H. Metode Penelitian

1. Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan Metode Penelitian secara Kualitatif dengan pendekatan Fenomenologi. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang menghasilkan Data Deskriptif berupa

ucapan atau tulisan dan perilaku orang-orang yang diamati. Pendekatan kualitatif diharapkan mampu menghasilkan uraian yang mendalam tentang ucapan, tulisan, dan perilaku yang dapat diamati dari suatu individu, kelompok, masyarakat, atau organisasi tertentu yang dikaji dari sudut pandang yang utuh, komprehensif, dan holistik (Rahmat, 2009).

Menurut Husserl dalam Moloeong (2019) Pendekatan fenomenologi diartikan sebagai : 1). Pengalaman subjektif atau pengalaman Fenomenologikal ; 2). Suatu Studi tentang kesadaran dari perspektif pokok dari seseorang. Istilah Fenomenologi sering digunakan untuk menunjuk pada pengalaman Subjektif dari berbagai jenis dan tipe Subjek yang ditemui.

Prosedur penelitian ini studi fenomenologis dilakukan untuk mengetahui tahapan penelitian sebelum peneliti melakukan penelitian. Prosedur penelitian ini diadaptasi dari pemikiran Stevick, Colaizzi, dan Keen (Creswell, 1998; Moustakas, 1994) sebagai berikut (Nuryana et al., 2019) :

1. Menetapkan lingkup fenomena yang akan diteliti: Peneliti berusaha memahami perspektif filosofis di balik pendekatan yang digunakan, terutama konsep mengenai kajian bagaimana orang mengalami sebuah fenomena. Peneliti menetapkan fenomena yang hendak dikaji melalui para informan.
2. Menyusun daftar pertanyaan: Peneliti menuliskan pertanyaan penelitian yang mengungkap makna pengalaman bagi para individu, serta menanyakan kepada mereka untuk menguraikan pengalaman penting setiap harinya.
3. Pengumpulan data: Peneliti mengumpulkan data dari individu yang mengalami fenomena yang diteliti. Data diperoleh melalui wawancara yang cukup lama dan mendalam. Teknik pengumpulan data lain yang dapat digunakan: observasi (langsung dan partisipan), penelusuran dokumen.
4. Tahap *Cluster of Meaning*: Selanjutnya peneliti mengklasifikasikan pernyataan-pernyataan tadi ke dalam tema-tema atau unit-unit makna, serta menyisihkan pernyataan yang tumpang tindih atau berulang-ulang. Pada tahap ini, dilakukan: (a)

Textural description (deskripsi tekstural): Peneliti menuliskan apa yang dialami, yakni deskripsi tentang apa yang dialami individu;

(b) *Structural description* (deskripsi struktural): Penulis menuliskan bagaimana fenomena itu dialami oleh para individu. Peneliti juga mencari segala makna yang mungkin berdasarkan refleksi diri peneliti sendiri, berupa opini, penilaian, perasaan, harapan subjek penelitian tentang fenomena yang dialaminya.

5. Tahap deskripsi esensi: peneliti mengonstruksi (membangun) deskripsi menyeluruh mengenai makna dan esensi pengalaman para subjek.

6. Peneliti melaporkan hasil penelitiannya. Laporan ini memberikan pemahaman yang lebih baik kepada pembaca tentang bagaimana seseorang mengalami sesuatu fenomena. Laporan penelitian menunjukkan adanya kesatuan makna tunggal dari pengalaman, di mana seluruh pengalaman itu memiliki “struktur” yang penting.

2. Teknik Sampling

Penelitian ini menggunakan Teknik *Purposive Sampling* atau yang biasa disebut sampling bertujuan adalah sampel yang dipilih berdasarkan pertimbangan-pertimbangan tertentu. Oleh karena itu, model pengambilan sampel dengan cara demikian disebut sebagai sampel bertujuan. Teknik ini biasanya dilakukan karena beberapa pertimbangan, misalnya alasan keterbatasan waktu, tenaga, dan dana sehingga tidak dapat mengambil sampel yang besar dan jauh. Pertimbangan lain yang biasa digunakan dalam menentukan sampel bertujuan adalah lokasi tempat subjek penelitian atau responden penelitian berada. Kadang-kadang peneliti menentukan subjek atau responden yang di daerah yang lebih mudah dikunjungi (Dr. Umar Sidiq, M.Ag Dr. Moh. Miftachul Choiri, 2019).

Adapun kriteria yang diperlukan dalam penelitian ini yaitu :

1. Memiliki usaha/kegiatan diatas 1 tahun
 2. Memiliki akun Media sosial dengan minimal 1000 Followers
 3. Partisipan kelahiran 1995-2010
3. Subjek Penelitian

Partisipan yang dilibatkan dalam penelitian ini sebanyak tiga responden. Partisipan yang dilibatkan tentu saja memiliki kriteria tertentu, hal tersebut diperlukan agar partisipan dapat sepenuhnya terlibat secara aktif dalam penelitian ini. Subjek penelitian dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut :

a. *Entrepreneur*

Entrepreneur adalah kata yang berasal dari bahasa Inggris yang artinya usahawan atau pengusaha. Usahawan atau pengusaha, dalam aktifitas sehari-hari disebut juga dengan pebisnis (Alfianto, 2012). *Entrepreneur* dalam bahasa Indonesia disebut juga dengan Kewirausahaan yang dapat diartikan sebagai seorang yang mampu melihat adanya kemunculan peluang kemudian menciptakan sebuah organisasi dan memanfaatkan peluang tersebut untuk memulai suatu bisnis yang baru. Penelitian ini melibatkan partisipan YE sebagai *Owner youncake.lpg* yang menjalankan usaha di bidang kuliner

b. *Owner Online Shop*

Menurut Loudon (1998) : *E-Commerce* ialah suatu proses yang dilakukan konsumen dalam membeli dan menjual berbagai produk secara *elektronik* dari perusahaan ke perusahaan lain dengan menggunakan komputer sebagai perantara transaksi bisnis yang dilakukan (Ricky et al., 2021). *Owner Online Shop* adalah pemilik atau individu yang menjalankan usaha online shop. Penelitian ini melakukan penelitian kepada owner *@ladystore.liwa* yaitu partisipan IM.

c. *Owner Hayyaofficial_*

Penelitian ini dilakukan dengan melakukan wawancara dan observasi kepada *owner hayyaofficial_* yaitu partisipan KE. Partisipan KE menjalankan usaha dibidang fashion, dan juga menekuni profesi *Content Creator*. Seorang *Content Creator* dapat membuat konten berupa video panjang untuk *YouTube*, *podcast* untuk *Spotify*, foto-foto estetik untuk *Instagram*, tweet unik untuk *Twitter*, video pendek untuk *Tik Tok*, dan lain-lain. Secara singkat, *Content Creator* adalah orang kreatif yang bisa menyampaikan pesan atau kampanye tertentu dengan menarik

melalui media sosial (Juliantari et al., 2022). Menurut Sundawa & Trigartanti (2018), tugas dari *Content Creator* yaitu mengumpulkan ide, data, serta melakukan riset dan membuat konsep untuk menghasilkan sebuah konten (Maeskina & Hidayat, 2022).

4. Alat Ukur

Alat Ukur adalah serangkaian aitem pertanyaan yang sudah dirancang oleh peneliti berdasarkan teori yang digunakan. Aitem pertanyaan dalam aitem terdiri dari pertanyaan pokok dan pertanyaan penunjang. Metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang meneliti pada kondisi obyek yang alamiah, dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci. Menurut Sugiyono (2017), Penelitian kualitatif instrumen nya adalah orang atau human instrument yaitu peneliti sendiri, untuk dapat menjadi instrumen maka peneliti harus memiliki bekal teori dan wawasan yang luas, sehingga mampu bertanya, menganalisis, memotret, dan mengkontruksi situasi sosial yang diteliti agar menjadi lebih jelas dan bermakna.

Selain peneliti, instrumen penelitian juga berasal dari wawancara dan observasi. Observasi mengacu dari fokus kajian penelitian. Kemudian wawancara dibuat berdasarkan Pedoman wawancara (*Guideline Interview*). Wawancara yang dilakukan dalam penelitian ini yaitu Wawancara Semi Terstruktur. Hal tersebut dilakukan dengan maksud agar alur pembicaraan antara partisipan dan peneliti dapat terkontrol selama wawancara berlangsung.

Pedoman wawancara yang akan diajukan oleh peneliti ini mengacu pada Faktor pembentuk Minat Berwirausaha dengan menggunakan penelitian Pasaribu & S., (2020)

Tabel 1.1
Guidance Wawancara Minat Berwirausaha Pada Generasi Z
Di Era Revolusi Industri 4.0

Aspek Aspek	Faktor Terbentuknya	Pernyataan
Minat	Minat Berwirausaha	
Aspek Kognitif	Faktor Internal	
	1. Kepribadian	1. kemampuan mendeskripsikan diri dengan baik. 2. kemampuan mendeskripsikan tentang perilaku berwirausaha
	2. Pendidikan	1. kemampuan mendeskripsikan pendidikan yang ditempuh (sejalan atau tidak) pada bidang wirausaha 2. mampu mendeskripsikan cita cita/goals yang ingin dicapai
	3. Motivasi	1. mampu mendeskripsikan role model yang disukai dengan menyertai alasan. 2. mampu mendeskripsikan tentang kemandirian finansial
	4. Komitmen	1. mampu menjelaskan inovasi produk/jasa yang diberikan

		2. mampu menjelaskan harapan usaha saat ini di masa depan
	5. Peluang	1. mampu mendeskripsikan pendapat mengenai resiko kegagalan dengan baik
	6. Kepemimpinan	1. mampu menjelaskan management keuangan pada usaha. 2. mampu menjelaskan cara berinteraksi dengan teman atau karyawan.
Aspek Afektif	Faktor Eksternal	
	1. Lingkungan sosial	1. mendeksripsikan peran teman/sahabat dalam perilaku wirausaha. 2. mampu mendeskripsikan peran pemerintah dalam berwirausaha
	2. Keluarga	1. mampu mendeksripsikan latar belakang keluarga. 2. mampu menjelaskan dukungan keluarga dalam berwirausaha.

4. Waktu dan Tempat penelitian

Penelitian ini dilakukan di lokasi subjek bekerja (toko, rumah). Hal ini dilakukan agar peneliti lebih mendalami dan memahami ketika melakukan observasi maupun wawancara mendalam. Penelitian ini akan dilakukan pada ;

Hari / tanggal : 6 Maret 2023 – 4 April 2023

Waktu : 09.00-12.00 (waktu produktif)

Tempat : dirumah dan ditoko milik responden.

6. Teknik Pengumpulan Data

a. Wawancara

Wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu. Percakapan itu dilakukan oleh dua pihak, yaitu peneliti (*interviewer*) sebagai orang yang mengajukan pertanyaan dan terwawancara (*interviewee*) sebagai orang yang menjawab atas pertanyaan tersebut (Moleong, 2019). Menurut Esterberg (2002) ada beberapa macam wawancara yaitu : *wawancara terstruktur, wawancara semi terstruktur, dan wawancara tak terstruktur* (Sugiyono, 2019).

Prosedur wawancara dimulai dengan pengenalan antara *interviewer* dan *interviewee*, kemudian dimulailah pembicaraan terkait dengan persoalan yang berhubungan tentang permasalahan serta tujuan penelitian. Dalam penelitian ini penulis melakukan wawancara kepada tiga orang subjek penelitian dengan masing masing *job desk* nya yang berbeda beda.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan wawancara Semi Terstruktur. Tujuan dari wawancara jenis ini adalah untuk menemukan permasalahan secara lebih terbuka, di mana pihak yang diajak wawancara diminta pendapat, dan ide-idenya.

b. Observasi

Observasi Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode pengumpulan data dengan cara observasi. menurut Sugiyono, (2019) Observasi merupakan suatu proses yang

kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses Biologis dan Psikologis dan yang terpenting adalah proses-proses pengamatan dan ingatan. Dari segi proses pelaksanaan pengumpulan data observasi dapat dibedakan menjadi observasi partisipan (*participant observation*), observasi secara terang terangan dan tersamar (*over observation and covert observation*), dan observasi tidak terstruktur (*unstructured observation*).

Penelitian ini menggunakan jenis observasi tidak terstruktur (*unstructured observation*) agar fokus observasi terus berkembang selama penelitian berlangsung. Dalam pengumpulan data menggunakan observasi, peneliti melakukan pengamatan mengenai ketiga Subjek Penelitian di tempat kerjanya masing masing. Penelitian ini menggunakan guidance observasi untuk mempermudah proses penelitian agar lebih terarah dan terstruktur

Tabel 1.2
Guidance Observasi

Minat Berwirausaha Pada Generasi Z di Era Revolusi Industri 4.0

Biodata Partisipan :

Nama / inisial :

Umur :

Nama usaha :

Tahun mulai usaha :

No	Aspek Minat Berwirausaha	Komponen pengamatan	Keterangan
1	Aspek Internal		
		1. definisikan diri dengan lengkap 2. definisikan	

	1. kepribadian	perilaku berwirausaha	
	2. pendidikan	1. pendidikan yang ditempuh 2. cita cita 3. kaitannya dengan profesi /bisnis saat ini	
	3. motivasi	1. sumber motivasi 2. tujuan yang ingin dicapai dalam usaha	
	4. komitmen	1. inovasi produk/jasa 2. cara mempertahankan Usaha	
	5. peluang	1. awal mendirikan usaha 2. menghadapi kegagalan 3. omset penjualan(bulan)	
	6. kepemimpinan	1. menjalin kerja sama/komunikasi 2. mengatasi stigma 3. management keuangan	
2	Aspek Eksternal		
	1. Lingkungan	1. peran teman 2. dukungan sosial/masyarakat	

	sosial	3. dukungan pemerintah	
	2. keluarga	1. latar belakang dan keadaan kelurga 2. dukungan keluarga 3. komunikasi kelaurga	

c. Catatan Lapangan

Bogdan Dan Biklen mengatakan dalam Moleong (2019) Catatan Lapangan adalah Catatan Tertulis tentang apa yang didengar, dilihat, dialami, dan dipikirkan dalam rangka pengumpulan data dan refleksi terhadap data dalam penelitian Kualitatif. Catatan lapangan dilakukan agar hasil dari pengamatan tidak terlewatkan sehingga tidak ada data atau informasi yang tertinggal.

7. Teknik Analisis Data

Analisis Data Kualitatif menurut Bogdan & Biklen (1982) adalah upaya yang dilakukan dengan jalan bekerja dengan data, mengorganisasikan data, memilah-milahnya menjadi satuan yang dapat dikelola, mensintesiskannya, mencari dan menemukan pola, menemukan apa yang penting dan apa yang dipelajari, dan memutuskan apa yang dapat diceritakan kepada orang lain (Moleong, 2019)

Miles dan Huberman mengemukakan bahwa aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus menerus sampai tuntas, sehingga datanya sudah jenuh. Aktivitas dalam analisis data yaitu ; *data reduction, data display, and conclusion drawing/verification*. (Sugiyono, 2019).

a. Data Reduction (Reduksi Data)

Reduksi data merupakan proses pemilihan, pemusatan perhatian, pengabstrasian dan pentransformasian data kasar dari lapangan. Proses ini berlangsung selama penelitian, dari awal hingga akhir

penelitian. bentuk dari reduksi data adalah berupa ringkasan dari catatan Pada proses ini penulis melakukan pengumpulan data melalui proses awal yaitu melakukan observasi ke lapangan, wawancara dan berbagai dokumen berdasarkan kategorisasi yang sesuai dengan masalah penelitian kemudian dikembangkan penajaman data melalui pencarian data selanjutnya.

b. Penyajian Data

Penyajian data dalam penelitian kualitatif, penyajian data bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, *flowchart* dan sejenisnya. Yang paling sering digunakan untuk menyajikan data dalam penelitian kualitatif adalah dengan teks yang bersifat naratif

c. Penarikan Kesimpulan

Penarikan Kesimpulan atau Verifikasi, dalam pandangan Miles dan Huberman, hanyalah sebagian dan satu kegiatan dan konfigurasi yang utuh. Kesimpulan juga diverifikasi selama penelitian berlangsung.

8. Teknik Keabsahan Data

Triangulasi diartikan sebagai pengecekan data dari sebagai sumber dengan berbagai cara, dan berbagai waktu. Terdapat triangulasi sumber, triangulasi teknik, dan triangulasi waktu (Sugiyono,2019).

1). Triangulasi Sumber

Triangulasi sumber dilakukan dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber. Data data yang diperoleh dari sumber tersebut kemudian dideskripsikan, dikategorisasikan, mana pandangan yang sama, yang berbeda, dan mana spesifik dari tiga sumber data tersebut. Data yang telah dianalisis oleh peneliti sehingga menghasilkan suatu kesimpulan selanjutnya dimintakan kesepakatan (member check) dengan tiga sumber data tersebut.

2). Triangulasi Teknik

Triangulasi teknik dilakukan dengan cara mengecek data kepada sumber yang sama dengan teknik yang berbeda. Misalnya data diperoleh dengan wawancara, lalu dicek dengan observasi, dokumentasi, atau kuesioner. Bila dengan tiga teknik pengujian kredibilitas data tersebut, menghasilkan data yang berbeda-beda, maka

peneliti melakukan diskusi lebih lanjut kepada sumber data yang bersangkutan atau yang lain, untuk memastikan data mana yang dianggap benar. Atau mungkin semuanya benar, karena sudut pandangnya berbeda beda.

9. Sumber Data

Sumber Data yaitu informan atau partisipan sudah diidentifikasi, dihubungi serta sudah mendapatkan persetujuan atas keinginan mereka untuk memberikan informasi yang dibutuhkan. Sumber data adalah segala hal yang dapat memberikan informasi mengenai tema atau topik penelitian yang sedang dilakukan. Terdapat dua jenis sumber data yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu :

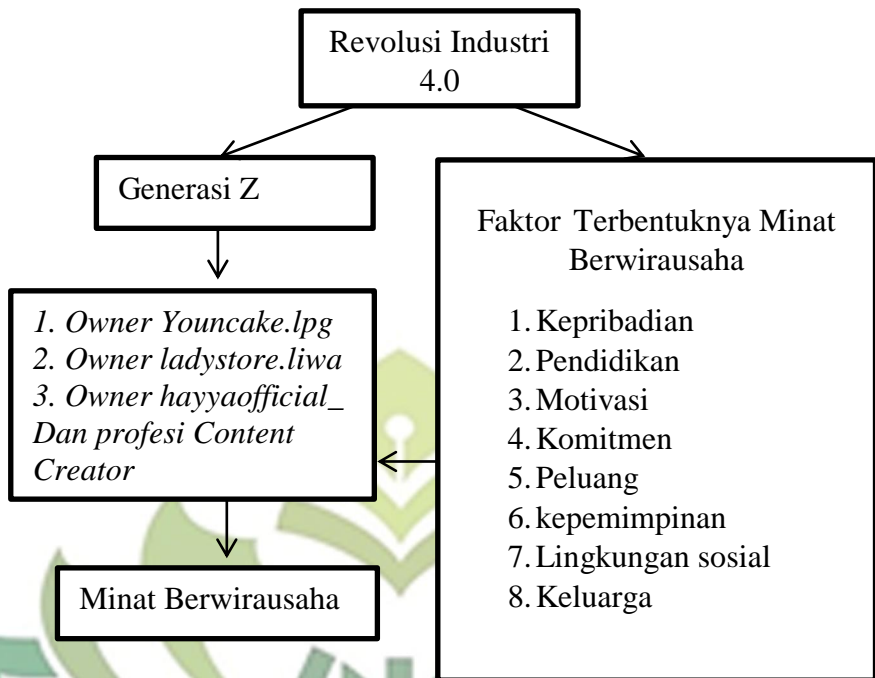
a. Sumber Data primer

Data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung oleh peneliti dari sumber pertama atau tempat objek penelitian dilakukan (Sugiyono,2017). Penelitian ini menggunakan data primer dari hasil wawancara secara mendalam pada ketiga partisipan yaitu partisipan YE, partisipan IM, dan Partisipan KE. Selain wawancara secara mendalam yang dilakukan, penelitian ini menggunakan dari hasil observasi secara tak terstruktur untuk mendapatkan data yang lebih konkret.

b. Sumber Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang diperoleh Sumber data sekunder adalah data yang diperoleh dari dokumen-dkuem berupa catatancatatan, tabel, notulensi dan lain lain. Serta foto-foto, rekaman, video dan lain lain, yang dapat mendukung data sumber data primer. Dalam hal ini data tersebut adalah data yang relevan dengan permasalahan yang ada pada penelitian ini. Data sekunder ini berasal dari foto-foto dokumentasi, Sumber terkait subjek, maupun artikel.

10. Kerangka Berpikir



Gambar 1.1 Kerangka Berpikir Minat Berwirausaha pada Generasi Z di Era Teknologi Digital

Perkembangan teknologi yang sangat pesat memberikan perubahan dalam beberapa aspek, baik sosial, politik, dan sudah pasti ekonomi serta banyak aspek lainnya. Kemajuan teknologi yang pesat ini disebut dengan “*Digital Revolution*” dan erat kaitannya dengan istilah *Revolusi Industry 4.0* (Sitompul, 2021). Kemajuan teknologi banyak memberikan manfaat serta dampak positif namun juga banyak memberikan tantangan yang harus dihadapi (Dalimunte et al., 2018) dalam menggunakan dan memanfaatkan teknologi digital ini. Terkait dunia digital, masyarakat Indonesia adalah negara dengan persentase penggunaan internet terbesar di dunia yaitu sebesar 51% (Munawwaroh, 2018).

Generasi Z adalah generasi yang lahir pada tahun 1995-2010 atau biasa disebut dengan *igeneration*, *GenerasiNet*, *Generasi Internet* (Yudha, 2019). Menurut David Stillman, Generasi Z memiliki tujuh

sifat antara lain ; *Figital, Hiper-Kustomisasi, Realistis, FOMO, weconomist, DIY*, dan terpacu (Adityara & Rakhman, 2019). Promise dari *industry 4.0* saat ini memunculkan beberapa profesi yang unik, seperti ; *Content Creator* dan *Online Shop* (Mursidin & Arifin, 2020). Sebagai generasi yang merupakan penggemar teknologi, Gen Z pun dianggap memiliki bakat kreativitas dan inovasi yang kuat. Hal ini sejalan dengan ketertarikan Gen Z pada organisasi yang memiliki kultur kerja inovatif dan berbasis kewirausahaan (Chillakuri & Mahanandia, 2018; Lanier, 2017).

Wirausaha adalah seseorang yang mampu melihat adanya peluang kemudian menciptakan sebuah organisasi untuk memanfaatkan peluang tersebut untuk memulai suatu bisnis yang baru (Alfianto, 2012). Saat ini penyebaran informasi sudah sangat cepat, oleh sebab itu wirausahawan juga membuat inovasi baru dalam bisnis. Salah satunya berbisnis dengan memanfaatkan *e-commerce* yang ada di Indonesia. *Content Creator* adalah profesi yang membuat suatu konten, baik berupa tulisan, gambar, video, suara, ataupun gabungan dari dua atau lebih materi. Konten-konten tersebut kemudian dibuat untuk diunggah di media sosial guna mendapatkan *income* sebagai bentuk hasil dari pekerjaan.

Online Shopping atau belanja *online* via internet, adalah suatu proses pembelian barang atau jasa dari mereka yang menjual melalui internet, atau layanan jual beli secara *online* tanpa harus bertatap muka dengan penjual maupun pembeli secara langsung (Elissa, 2013).

I. Sistematika Pembahasan

Untuk memperoleh suatu pembahasan yang sistematis, maka peneliti perlu menyusun sistematika pembahasan yang mudah dimengerti dan mudah dipahami oleh pembaca. Maka peneliti menggambarkan sistematika pembahasan dengan sebagai berikut;

Bab pertama, merupakan bagian pendahuluan yang didalamnya berisi pertama, penegasan judul, hal ini dimaksudkan agar tidak adanya kesalahpahaman dalam menafsirkan maksud dari judul penelitian yang diangkat peneliti. Kedua, latar belakang masalah, hal ini dimaksudkan agar pembaca dapat memahami dengan mudah tentang uraian masalah yang menjadi dasar dilakukannya penelitian

ini. Ketiga, fokus dan sub-fokus penelitian, bertujuan untuk memudahkan dalam memahami inti utama sebuah penelitian sehingga tidak terjadi adanya bias dalam penelitian. Keempat, rumusan masalah, dengan maksud agar mudah dipahami apa yang menjadi pertanyaan dalam sebuah penelitian untuk kemudian dicari jawabannya. Kelima, tujuan penelitian, dengan maksud untuk mencari jawaban dari sebuah rumusan masalah yang telah ditentukan dalam sebuah penelitian. Keenam, manfaat penelitian bertujuan untuk memberikan informasi kepada pembaca apa kegunaan atau kontribusi yang diperoleh dari penelitian yang dilakukan. Ketujuh, kajian penelitian terdahulu yang relevan, hal ini bertujuan untuk memberikan informasi bahwa adanya perbedaan antara penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti terdahulu dengan penelitian yang akan dilakukan pada saat ini. Kedelapan, Metode penelitian, memberikan informasi tentang bagaimana pelaksanaan penelitian dan teknik apa yang digunakan dalam penelitian. Kesembilan, sistematika pembahasan, yang bertujuan memberikan gambaran tentang alur pembahasan sehingga dapat dipahami logika penyusunan dan koherensi antar setiap bagian.

Bab kedua, pada bab ini memuat uraian dari landasan teori atau buku-buku yang berisikan berbagai teori besar (*grand theory*) dan teori-teori yang menjadi rujukan dalam penelitian ini, baik dari rujukan pustaka maupun hasil dari penelitian terdahulu sebagai penjelasan dan berakhir sebagai konstruksi teori baru yang dikemukakan peneliti.

Bab ketiga, deskripsi objek penelitian. Pada bagian ini terdapat dua sub-judul, pertama, gambaran umum objek penelitian bertujuan untuk memberikan informasi terkait latar sosial penelitian histori, budaya, ekonomi, lingkungan yang akan menjadi latar temuan penelitian. Kedua, penyajian fakta dan data penelitian berisi tentang apa saja fakta-fakta temuan dilapangan dan data pendukung yang ditemukan dilapangan.

Bab keempat, analisis penelitian. Terdapat dua sub-bab dalam bagian ini, pertama analisis data penelitian dimana hal ini merupakan kelanjutan dari bab sebelumnya yang berisi tentang analisa tentang fakta-fakta temuan dilapangan yang disajikan dalam bentuk

interpretasi peneliti diaman peneliti menemukan makda dari sebuah fenomena. Kedua, temuan penelitian merupakan jawaban dari rumusan masalah dan tujuan penelitian berdasarkan landasan teori yang digunakan.

Bab kelima, penutup yang bertujuan untuk menginformasikan apa simpulan yang diperoleh dalam penelitian yang telah dilakukan dan rekomendasi berupa saran-saran praktis dan teoritik.



BAB II

LANDASAN TEORI

A. Minat

1. Pengertian Minat

Hurlock (2007) menjelaskan minat merupakan sumber motivasi yang mendorong orang untuk melakukan apa yang diinginkan bila individu itu bebas memilih. Bila individu melihat bahwa sesuatu akan menguntungkan, individu merasa berminat. Minat dapat dipandang sebagai suatu motivasi instrinsik yang mendorong seseorang untuk melakukan perilaku tertentu. Hal ini disebabkan karena perasaan positif yang menyertai tindakan yang didasari minat maka individu akan mengalami perasaan bahagia (Sulistiani & Mustami'ah, 2016).

Menurut Crow (1973) menyatakan Minat pada hakekatnya merupakan sebab akibat dari pengalaman. Minat berkembang sebagai hasil dari pada suatu kegiatan dan akan menjadi sebab akan dipakai lagi dalam kegiatan yang sama. Pengalaman merupakan reaksi yang merangsang kegiatan-kegiatan para Wirausaha dalam lingkungannya yang bersifat menyenangkan dan memberikan sifat positif (Panurat, Muawiyah, 2014)

Sementara Suharyat (2009) mendefinisikan bahwa minat merupakan sikap jiwa seseorang yang tertuju pada suatu objek tertentu ketiga jiwanya (kognisi, konasi dan emosi) dan dalam hubungan itu unsur perasaan yang terkuat. Minat mengandung unsur-unsur yang terdiri dari kognisi (mengenal), emosi (perasaan), dan konasi (kehendak).

Menurut Syah mengemukakan bahwa “minat (interest) berarti kecenderungan dan kegairahan yang tinggi atau keinginan yang besar terhadap sesuatu”. Ketertarikan ditunjukkan melalui partisipasi yang nantinya akan membuat seseorang ingin melakukan hal ia sukai dan akan berusaha mempelajari lebih dalam lagi tentang hal yang ia sukai (Zunaedy et al., 2021).

Setelah dipaparkan pengertian diatas dari beberapa Ahli maka dapat disimpulkan bahwa Minat adalah dorongan atau motivasi seseorang dalam melakukan suatu hal yang didasari oleh rasa senang dan bahagia ketika memilih suatu hal. Perasaan senang muncul

apabila dapat memilih sesuatu dengan bebas tanpa paksaan, jadi sesuai oleh perasaan hati.

2. Aspek-aspek Minat

Hurlock (2005) juga menyebutkan bahwa minat memiliki dua aspek, yang menjadi komponen terbentuknya Minat dalam berwirausaha (Bagi et al., 2008). Antara lain yaitu :

- a. aspek kognitif adalah konsep yang dapat dikembangkan mengenai bidang yang disukai. Berdasarkan atas pengalaman pribadi dan apa yang pernah dipelajari baik di rumah, disekolah, dan masyarakat serta berbagai jenis media massa.
- b. aspek afektif atau bobot emosional konsep dinyatakan dalam sikap yang di temukan.

3. Ciri - ciri Minat

Suharyat, (2009) menyebutkan ciri ciri Minat, diantara sebagai berikut:

1. Minat tumbuh bersamaan dengan perkembangan fisik dan mental.
2. Minat bergantung pada kesiapan belajar.
3. Minat bergantung pada kesempatan belajar.
4. Perkembangan minat terbatas.
5. Minat dipengaruhi oleh pengaruh budaya.
6. Minat berbobot emosional.
7. Minat itu Egosentrik.

Penjelasan point diatas akan diuraikan satu per satu agar lebih jelas dan dapat dipahami, penjelasannya sebagai berikut :

1. Minat tumbuh bersamaan dengan perkembangan fisik dan mental. Minat di semua bidang berubah selama terjadi perubahan fisik dan mental. Pada waktu pertumbuhan terlambat dan kematangan dicapai, minat menjadi lebih stabil. Anak yang berkembang lebih cepat atau lebih lambat dari pada teman sebayanya. Anak yang lambat matang akan menghadapi masalah sosial karena minat mereka minat anak, sedangkan minat teman sebayanya minat remaja.
2. Minat bergantung pada kesiapan belajar. Anak-anak tidak dapat mempunyai minat sebelum mereka siap secara fisik dan mental, sebagai contoh : mereka tidak dapat mempunyai minat yang sungguh-sungguh untuk permainan bola sampai mereka memiliki

kekuatan dan koordinasi otot yang diperlukan untuk permainan tersebut.

3. Minat bergantung pada kesempatan belajar. Kesempatan untuk belajar bergantung pada lingkungan dan minat, bahkan anak-anak maupun dewasa, yang menjadi bagian dari lingkungan anak. Karena lingkungan anak kecil sebagian besar terbatas pada rumah, minat mereka “tumbuh dari rumah”. Dengan bertambah luasnya lingkaran sosial mereka menjadi tertarik pada minat orang di luar rumah yang mulai mereka kenal.

4. Perkembangan minat terbatas. Ketidakmampuan fisik dan mental serta pengalaman yang terbatas membatasi minat anak. Anak yang cacat fisik misalnya, tidak mungkin mempunyai minat yang sama pada olah raga seperti teman sebaya yang perkembangan fisiknya normal.

5. Minat dipengaruhi oleh pengaruh budaya. Anak-anak mendapat kesempatan dari orang tua, guru dan orang lain untuk belajar mengenai apa saja yang oleh kelompok budaya yang mereka dianggap minat yang sesuai dan mereka tidak diberi kesempatan untuk menekuni minat yang dianggap tidak sesuai bagi mereka oleh kelompok budaya mereka.

6. Minat berbobot emosional. Bobot emosional, aspek efektif, dari minat menentukan kekuatannya. Bobot emosional yang tidak menyenangkan melemahkan minat bobot emosional yang menyenangkan memperkuat.

7. Minat itu Egosentrik.

Sepanjang masa kanak-kanak, minat itu egosentris, misalnya : minat anak laki-laki pada matematika, sering berlandaskan keyakinan bahwa kepandaian dibidang matematika di sekolah akan merupakan langkah penting menuju kedudukan yang menguntungkan dan bergengsi di dunia usaha.

4. Macam macam minat

Minat juga mempunyai macam macam nya. Menurut Chaplin (2002) membagi minat sebagai berikut:

a) Minat rekreasi, meliputi bermain dan berolah raga, bersantai, berpergian, mengoleksi benda, mendengarkan radio atau kaset,

menonton televisi, bermain games, melamun, dan mengembangkan hobi.

b) Minat sosial, meliputi berpesta, minum-minuman keras, bercakap-cakap, Menolong orang lain, mempelajari politik dan peristiwa dunia, mengungkapkan kritik dan saran untuk pembaharuan.

c) Minat pribadi, meliputi penampilan diri, berpakaian, berprestasi, kemandirian, dan uang.

d) Minat pendidikan, meliputi pelajaran-pelajaran yang nantinya berguna dalam bidang pekerjaan yang dipilihnya melalui sekolah dan kursus, guru dan cara mengajarnya, pendidikan yang sesuai dengan pekerjaan tertentu.

e) Minat pada agama, meliputi pembahasan masalah agama, pelajaran agama Di sekolah, mengunjungi tempat ibadah, dan mengikuti berbagai upacara Keagamaan.

f) Minat pada simbol status, meliputi status sosial ekonomi yang lebih tinggi, Prestasi, menjadi anggota kelompok yang diterima, status hampir dewasa dalam masyarakat.

g) Minat pada pekerjaan, meliputi pekerjaan yang disukai.

5. Faktor Faktor yang mempengaruhi Minat

Crow & Crow juga menyebutkan bahwa faktor faktor yang mempengaruhi minat (Bagi et al., 2008) yaitu :

a. Faktor dorongan dari dalam (*intenal*)

Suatu keinginan yang sifatnya berasal dari diri sendiri tanpa dipengaruhi Oleh keadaan diluar diri, sehingga menimbulkan dorongan untuk bertindak Memenuhi keinginan tersebut. Misalnya: ingin berwirausaha, hal ini Disebabkan orang tersebut berdasarkan pengalamannya bahwa wirausaha Sendiri itu menyenangkan, akhirnya tindakannya adalah menentukan target Pasarnya dan berusaha mendapatkan modal untuk berwirausaha.

b. Faktor sosial (*external*)

Suatu keinginan yang sifatnya apabila keinginannya tersebut dapat dicapai Akan memperoleh atau mendapat persetujuan dan dapat diterima oleh Lingkungan. Misalnya: berwirausaha sendiri selain menyenangkan juga Agar dikatakan oleh lingkungan sebagai orang yang mandiri.

c. Faktor emosi

Berkaitan erat dengan perasaan senang atau tidak senang, puas atau tidak Puas. Apabila suatu keinginan tercapai atau sukses maka akan Menimbulkan rasa senang dan memperkuat minat. Sebaliknya bila Keinginan itu gagal maka akan menghilangkan minat itu sendiri.

Menurut Darpujianto menyatakan bahwa faktor yang mempengaruhi minat secara garis besar dapat dikelompokkan menjadi faktor intrinsik dan faktor ekstrinsik. Faktor intrinsik adalah faktor yang timbul karena pengaruh dari dalam individu itu sendiri, sedangkan faktor ekstrinsik adalah faktor yang mempengaruhi individu karena rangsangan dari luar. *Self efficacy* adalah faktor intrinsik yang ada dalam setiap individu (Hapsah & Savira, 2015).

B. Minat Berwirausaha

1. Pengertian Minat Berwirausaha

Menurut Wulandari menjelaskan bahwa Minat Berwirausaha adalah keinginan, ketertarikan, serta kesediaan untuk bekerja keras atau berkemauan keras untuk berusaha secara maksimal dalam memenuhi kebutuhan hidupnya tanpa merasa takut dengan resiko yang akan terjadi, serta berkemauan keras untuk belajar dari kegagalan usahanya (Hapsah & Savira, 2015).

Minat Berwirausaha menurut Misrah (2013) adalah keinginan, ketertarikan, serta kesediaan untuk bekerja keras atau berkemauan keras untuk berusaha secara maksimal untuk memenuhi kebutuhan hidupnya tanpa merasa takut dengan resiko yang akan terjadi, serta berkemauan keras untuk belajar dari kegagalan.

Menurut Wu & Wu memaparkan Minat berwirausaha dijelaskan berkaitan dengan dorongan dari dalam individu untuk memutuskan sebagai pelaku usaha, karena individu perlu memiliki keyakinan akan kemampuan dan keinginan untuk maju (Nurhayati et al., 2019).

Dari pendapat diatas dapat disimpulkan bahwa Minat Berwirausaha adalah keinginan, ketertarikan, serta kesediaan untuk bekerja keras atau berkemauan keras untuk berusaha secara maksimal dalam memenuhi kebutuhan hidupnya tanpa merasa takut dengan

resiko yang akan terjadi, serta berkemauan keras untuk belajar dari kegagalan usahanya.

2. Faktor Pembentuk Minat Berwirausaha

Faktor pembentuk minat kewirausahaan yaitu faktor internal dan eksternal. Faktor internal yang berasal dari dalam diri wirausaha dapat berupa, Kepribadian, Pendidikan, Motivasi, Peluang, Komitmen, Kepemimpinan dan kemampuan individu yang dapat memberi kekuatan individu untuk berwirausaha (*self-efficacy*). Selain faktor internal, faktor yang mentukan Minat adalah faktor eksternal. Faktor eksternal juga memegang peran dalam pembentukan motivasi yaitu lingkungan masyarakat dan lingkungan keluarga. (Pasaribu & S., 2020).

- a. Kepribadian adalah keseluruhan karakteristik diri seseorang, bisa berbentuk pikiran, perasaan, kata hati, temperamen dan watak. Seorang wirausaha yang sukses memiliki karakteristik kepribadian yang khusus yang membedakannya dari orang lain. Dengan kepribadian yang dimiliki seseorang dapat memikat hati orang lain dan tertarik (Has, 2018)
- b. Pendidikan menjadi faktor untuk menumbuhkan jiwa dan mental kewirausahaan bagi seseorang melalui institusi pendidikan maupun institusi lain, seperti lembaga pelatihan, training, dan sebagainya (Yanti, 2019).
- c. Motivasi adalah hal yang mendorong, menyalurkan dan mendukung perilaku manusia, supaya mau bekerja giat dan antusias mencapai hasil yang optimal. Motivasi juga diartikan motivasi merupakan sebuah dorongan yang dialami oleh seseorang untuk melakukan suatu perbuatan yang disengaja maupun tidak disengaja untuk mencapai tujuan tertentu. Ada banyak tujuan wirausahawan membangun usaha seperti ; self-esteem, keinginan berprestasi dan keinginan mandiri secara finansial. (Komsu, 2013)
- d. Peluang menurut Suryaman (2016) merupakan kesempatan yang dimiliki seseorang untuk melakukan apa yang diinginkannya atau menjadi harapannya. Suatu daerah yang memberikan peluang untuk menjadi wirausaha akan menimbulkan minat seseorang untuk memanfaatkan peluang tersebut (Pasaribu & S., 2020).

- e. Komitmen merupakan sikap, rasa dan kemauan yang kuat serta sikap seorang pengusaha untuk memiliki usaha yang kuat dalam mencapai tujuan suatu organisasi atau perusahaan Suatu keadaan dimana seseorang individu tetap mempertahankan keanggotaan organisasinya untuk mencapai suatu tujuan yang diinginkannya . Penerapan Komitmen pada kegiatan berwirausaha yaitu; 1). Menerapkan perilaku tepat waktu, 2). Menerapkan perilaku tepat janji, 3). Menerapkan kepedulian terhadap produk dengan mutu/kualitas dan inovasi, 4). Menerapkan pengendalian diri (*Purwaningsih. Dkk*, 2021).
- f. Kepemimpinan juga penting bagi seorang wirausahawan yang berhasil selalu memiliki sifat kepemimpinan, kepeloporan, keteladanan, tampil berbeda dan mampu berfikir divergen dan konvergen (Suryana, 2013). Ia selalu ingin tampil berbeda, menjadi yang pertama dan lebih menonjol. Ia selalu memanfaatkan perbedaan sebagai suatu yang menambah nilai. Oleh karena itu, perbedaan bagi seorang yang memiliki jiwa kewirausahaan merupakan sumber pembaruan untuk menciptakan nilai. jiwa kepemimpinan akan punya keberanian untuk memegang sebuah tanggung-jawab. Berwirausaha harus memiliki jiwa kepemimpinan tersebut sehingga tujuan berwirausaha dapat tercapai dengan baik dan benar.
- g. Lingkungan Sosial faktor lingkungan yang mempengaruhi wirausaha sukses yakni ketersediaan informasi, akses kepada modal dan kepemilikan jaringan sosial . faktor dari lingkungan sosial ini terdiri dari lingkungan keluarga, lingkungan pendidikan dan lingkungan masyarakat (Ruswati, 2018). Pemerintah juga memegang peran dalam pembentukan motivasi siswa. Hal ini dikarenakan pemerintah mampu mengeluarkan kebijakan yang mendukung dan keluarga mendorong pelaku berwirausaha (Pasaribu & S., 2020)
- h. Keluarga menurut Khairani (2013) menjelaskan bahwa pendidikan utama yang pertama kali diterima oleh seorang anak, karena dalam keluarga inilah anak pertama kali mendapatkan pendidikan dan bimbingan setelah mereka dilahirkan. Dikatakan lingkungan utama, karena sebagian kehidupan anak berada di dalam keluarga,

sehingga pendidikan yang paling banyak diterima oleh anak adalah di dalam keluarga (Anggraeni, 2015).

3. Faktor keberhasilan dan kegagalan berwirausaha

Keberhasilan wirausaha pada mengelola usahanya bisa ditimbulkan oleh beberapa faktor (Riani, 2022) diantaranya:

- a. Kemampuan wirausaha mengidentifikasi kebutuhan dan harapan pasar terhadap produk/jasa yang dihasilkannya.
- b. Kemampuan wirausaha tersebut dalam memproduksi barang/jasa yang dibutuhkannya,
- c. Kemampuan wirausaha dalam menerapkan manajemen yang baik meliputi manajemen produksi, manajemen pemasaran, keuangan, MSM, pengelolaan administrasi,
- d. Kemampuan wirausaha pada menjalin kerjasama baik internal juga eksternal publik, khususnya terhadap perusahaan yang erat hubungannya dengan usaha yang dikelola,
- e. Kemampuan wirausaha dalam memberikan pelayanan yang memuaskan pelanggan.

Menurut Zimmerer dan Scarborough (1996:14) menyatakan bahwa Faktor-Faktor penyebab kegagalan dalam berwirausaha (Alma, 2021) yaitu :

1. *Managerial incompetence*, Sifat tidak kompetennya pimpinan perusahaan mungkindisebabkan oleh belum berpengalaman, tidak mampu membuat keputusan, sehingga tidak jelas arah yang akan dituju. Sifat ini akan mempengaruhi karyawan, yang menyebabkan mereka serba salah dalam bertindak.
2. *Lack of experience*, sebaiknya pimpinan memiliki pengetahuan dasar terhadap bisnis yang dilakukan, termasuk technical skill, dan conceptual skill. Dia harus bisa mengkoordinasi bawahan, membangun sinergi memberi motivasi sehingga membangkitkan performance mereka.
3. *Poor financial control*, Top manajemen merupakan kunci yang membuat keberhasilan atau suksesnya suatu perusahaan. Tiga hal pokok yang menyebabkan munculnya masalah keuangan ialah kekurangan modal kerja, kebijaksanaan pemberian kredit kepada

pembeli, dan terlalu banyak uang dibelikan ke peralatan kantor (*fix assets*).

4. *Failure to plan*, kegagalan membuat rencana masa depan, akan melemahkan gerakan maju perusahaan, terutama dalam menghadapi ekspansi.
5. *Inappropriate location*, gagal memilih lokasi yang sesuai dengan bisnis yang dilakukan. Seringkali para pengusaha gagal memilih lokasi ini karena tidak diteliti lebih dulu, dan kurang perencanaan. Kadang-kadang dipilih berdasarkan alasan, karena disitu ada bangunan yang disewakan atau bangunan kosong . Untuk toko eceran misalnya urat nadi bisnisnya sangat ditentukan oleh pemilihan lokasi.
6. *Lack of inventory control*, persediaan barang kurang pengawasan, sehingga akibatnya kekurangan barang, atau mungkin pula kelebihan stock. Jika kelebihan stock, banyak uang tertanam tidak menghasilkan, dan juga ada kemungkinan stock barang menjadi rusak.
7. *Improper attitudes*, hal ini disebabkan perilaku manajer kurang siap. Dia tidak siap untuk kerja keras, belum siap berkorban, padahal kerja keras adalah faktor utama dalam mengelola sebuah bisnis.
8. *Inability to make the entrepreneurial transition*, biasanya setelah perusahaan maju dan makin bertumbuh, manajer tidak bisa

C. Wirausaha

1. Pengertian Wirausaha

kata wirausaha tidak lagi terdengar asing. Kata wirausaha juga sangat dikenal di masyarakat maupun di sekolah sebagai salah satu bidang akademis. Pada saat ini memang pemerintah sedang mengencangkan dan mengembangkan jiwa berwirausaha di masyarakat. Wirausaha menurut Tarmudji bila ditinjau dari etimologinya berasal dari kata “wira” dan “usaha”, kata wira berarti “teladan” atau patut dicontoh, sedangkan “usaha” berarti “Berkemauan keras” memperoleh manfaat. Jadi seorang wirausaha dapat diartikan sebagai berikut: “Seseorang yang berkemauan keras dalam melakukan tindakan yang bermanfaat dan patut menjadi teladan

hidup”. Atau lebih sederhana dirumuskan sebagai, “Seseorang yang berkemauan keras dalam bisnis yang patut menjadi teladan hidup” (Taufik et al., 2018).

Menurut Joseph Schumpeter, wirausaha adalah orang yang mendobrak sistem ekonomi yang ada dengan memperkenalkan barang dan jasa yang baru, dengan menciptakan bentuk organisasi baru atau mengolah bahan baku baru. Orang tersebut melakukan kegiatannya melalui organisasi bisnis yang baru ataupun bisa pula dilakukan dalam organisasi bisnis yang sudah ada (Alma, 2021).

Menurut Nurseto, (2012) menyebutkan bahwa Wirausaha mempunyai arti seorang yang mampu memulai dan atau menjalankan usaha. Seorang wirausaha adalah orang yang memiliki pengetahuan yang luas tentang lingkungan dan membuat keputusan-keputusan tentang lingkungan usaha, mengelola sejumlah modal dan menghadapi ketidakpastian untuk meraih keuntungan.

Dari pengertian beberapa ahli dapat disimpulkan bahwa Wirausaha adalah seseorang yang mempunyai tekad dan kemauan yang keras dalam melakukan tindakan yang bermanfaat dalam bisnis serta patut menjadi contoh ataupun teladan di masyarakat

2. Karakteristik Wirausaha

Riani, (2022) Menjelaskan Karakteristik yang harus dimiliki seorang wirausaha sebagai berikut :

- a. Memiliki rasa percaya diri
seorang wirausaha memiliki keberanian yang tinggi dan tidak bergantung pada orang lain adalah salah satu kualitas yang didorong oleh seorang wirausaha.
- b. Berorientasi pada tugas dan hasil
Seorang wirausaha hanya bertanggung jawab untuk usaha yang diberikan kepadanya.
- c. Berani menanggung resiko
Berani menghadapi tantangan terkait dengan sikap kerinduan untuk mampu. Para wirausaha siap bertaruh untuk setiap langkah yang mereka ambil. Dalam melakukan suatu kegiatan seorang pelaku bisnis akan mempertimbangkan dengan matang tentang

kegiatannya. Sehingga bahaya yang akan muncul karena aktivitas mereka dapat dinilai.

d. Memiliki jiwa kepemimpinan

Jiwa kepemimpinan dibutuhkan oleh para wirausahawan untuk memimpin anggotanya. Seseorang tidak dapat menjadi wirausahawan jika tidak dapat memimpin, baik memimpin dirinya sendiri maupun memimpin orang lain.

e. Keorisinalan

Orisinalan berarti mengikuti orang lain, namun memiliki perspektif sendiri, memiliki pemikiran unik dan mampu menindaklanjuti sesuatu.

f. Berorientasi ke masa depan.

Seorang wirausaha harus memiliki fantasi masa depan untuk mengatur bagaimana dia akan menjawab dan apa yang sebenarnya ingin dia capai. Hal ini penting mengingat bisnis itu tersebar sesaat, namun hingga akhir zaman.

g. Jujur dan tekun

Untuk menjadi seorang wirausaha juga membutuhkan disposisi yang tulus dan gigih. Bersikaplah terus terang dengan diri Anda sendiri, keluarga Anda dan masyarakat serta perwakilan Anda. Rajin dalam mencari pemikiran baru yang lebih inovatif dari pemikiran yang ada dan mantap dalam memulai organisasi baru yang akan mulai dibuat.

3. Perilaku Terpuji Dalam Berdagang

Menurut Imam Al-Ghazali ada enam sifat perilaku yang terpuji dilakukan dalam perdagangan, yaitu:

- a. Tidak mengambil laba lebih banyak, seperti yang lazim dalam dunia dagang. Jika dipikirkan perilaku demikian ini, maka dapat dipetik hikmahnya, yaitu menjual barang lebih murah dari saingan atau sama dengan pedagang lain yang sejenis, membuat konsumen akan lebih senang dengan pedagang seperti ini, apalagi diimbangi dengan pelayanan yang memuaskan. Barang dagangan akan laku keras dan ia memperoleh volume penjualan yang tinggi, barang

cepat habis, dan membeli lagi barang baru dan seterusnya akan diperoleh keuntungan berlipat ganda.

b. Membayar harga agak lebih mahal kepada pedagang miskin, ini adalah amal yang lebih baik daripada sedekah biasa. Artinya jika anda membeli barang dari seorang penjual yang keadaannya miskin atau perlu dibantu, maka lebihkanlah pembayaran dari harga semestinya.

c. Memurahkan harga atau memberi potongan kepada pembeli yang miskin, ini akan memiliki pahala yang berlipat ganda.

d. Bila membayar utang, pembayarannya dipercepat dari waktu yang telah ditentukan. Jika yang diutang berupa barang, maka usahakan dibayar dengan barang yang lebih baik, dan yang berutang datang sendiri kepada yang berpiutang pada waktu membayarnya. Bila utang berupa uang, maka lebihkanlah pembayarannya sebagai tanda terima kasih, walaupun tidak diminta oleh orang yang berpiutang. Demikian dicontohkan oleh Rasulullah Saw.

e. Membatalkan jual beli, jika pihak pembeli menginginkannya. Ini sejalan dengan prinsip "Customer is King" dalam ilmu marketing. Pembeli itu adalah raja, jadi apa kemauannya perlu diikuti, sebab penjual harus tetap menjaga hati langganan, sampai langganan merasa puas. Kepuasan konsumen adalah merupakan target yang harus mendapat prioritas dari penjual. Dengan adanya kepuasan, maka langganan akan tetap terpelihara, bahkan akan meningkat karena langganan lama menarik langganan baru. Toko memberi jaminan kepada semua pembeli, jika barang yang sudah dibeli tidak cocok dengan selera pembeli, maka barang tersebut boleh dikembalikan, dan uangnya juga akan dikembalikan. Jaminan seperti ini tentu ada yang disalah gunakan oleh pembeli. Misalnya ada pembeli mau ke pesta, ia membeli jas, dasi dan kamera. Selang beberapa hari barang tersebut dikembalikan ke toko dengan alasan kurang cocok. Dengan segala uangnya senang tanpa hati dipotong. pelayan Di toko negara menerima kita servis kembali seperti dan ini mengembalikan mustahil untuk dilaksanakan.

f. Bila menjual bahan pangan kepada orang miskin secara cicilan, maka jangan ditagih bila orang miskin itu tidak mampu untuk

membayarinya, dan membebaskan mereka dari utang jika meninggal dunia.

D. Generasi Z

1. Pengertian Generasi Z

Menurut (Yudha, 2019) Dalam teori generasi (Generation Theory) yang dikemukakan Graeme Codrington & Sue Grant-Marshall, Penguin (2004) dibedakan 5 generasi manusia berdasarkan tahun kelahirannya, yaitu: (1) Generasi *Baby Boomer*, lahir 1946-1964; (2) Generasi X, lahir 1965-1980; (3) Generasi Y, lahir 1981-1994, sering disebut generasi millennial; (4) Generasi Z, lahir 1995-2010 (disebut juga *iGeneration*, *GenerasiNet*, Generasi Internet). dan (5) Generasi Alpha, lahir 2011-2025. Kelima generasi tersebut memiliki perbedaan pertumbuhan kepribadian. Menurut (Sakitri, 2021), Generasi Z adalah mereka yang lahir setelah tahun 1995 (Brown, 2020; Francis & Hoefel, 2018; Linnes & Metcalf, 2017), atau seringkali disebut dengan generasi pasca-milenial.

Generasi Z yang juga sering disebut dengan generasi digital adalah generasi yang lahir pada perkembangan teknologi dan mempunyai ketergantungan besar terhadap teknologi, generasi ini lahir pada kurun waktu 1995 sampai 2010. menurut Elizabeth, Sejak kecil generasi Z sudah diperkenalkan dengan teknologi pada akhirnya mereka akan bergantung pada teknologi dan hal ini dapat berpengaruh terhadap kepribadianya. “mereka ini lebih memilih berkomunikasi melalui dunia maya dan media sosial dibanding menghabiskan waktu bertatap muka dengan orang lain. Sisi positifnya, mereka ini menjadi bagian dari komunitas berskala besar dalam sebuah jaringan media dan teknologi tanpa mengenal satu sama lain melalui internet. Namun, sisi negatifnya mereka memiliki kemampuan komunikasi publik yang rendah” (Adityara & Rakhman, 2019).

2. Karakteristik Generasi Z

Menurut David Stillman dalam (Adityara & Rakhman, 2019) juga menuliskan tujuh sifat generasi Z dalam bukunya yang berjudul "Generasi Z: Memahami Karakter Generasi Baru yang Akan Mengubah Dunia Kerja" yaitu:

- a. **Figital:** Generasi Z akan hadir di lingkungan kerja dengan sesuatu hal yang baru dimana tidak terjadi pada generasi sebelumnya. Generasi Z akan memadukan sisi fisik dan digital dengan cara mengkonsumsi, hidup, dan bekerja. *Skype, Line, Whatsapp*.
- b. **Hiper-Kustomisasi:** Generasi Z selalu berusaha untuk menyesuaikan identitas mereka dan melakukan kustomisasi agar dikenal dunia. Kemampuan mereka untuk mengustomisasi segala sesuatu menimbulkan ekspektasi bahwa perilaku dan keinginan mereka sudah sangat akrab untuk dapat dipahami.
- c. **Realistis:** Generasi Z sudah mengalami masa krisis berat sejak dini dimana hal ini membentuk pola pikir pragmatis dalam merencanakan dan mempersiapkan masa depan.
- d. **FOMO:** Gen Z termasuk orang yang sangat takut dengan ketertinggalan informasi. Mereka selalu menjadi yang terdepan dalam trend dan kompetisi. Namun, kabar buruknya mereka selalu khawatir jika mereka bergerak kurang cepat dan tidak menuju arah yang benar.
- e. **Weconomist:** Gojek hingga Airbnb sebagai salah satu contoh bahwa Gen Z hanya mengenal dunia dengan ekonomi berbagi. Gen Z menekan kantor untuk memilah bagian-bagian internal dan eksternal guna mendayagunakan perusahaan dengan caracara baru yang praktis dan hemat biaya. Gen Z mendayagunakan kekuatan “kami” dalam peran mereka sebagai Filantropis. Gen Z juga berharap kemitraan dengan atasan untuk memperbaiki hal-hal yang tidak beres yang mereka lihat di dunia. Sebanyak 93% Gen Z memutuskan untuk memilih perusahaan yang memiliki kontribusi terhadap masyarakat.
- f. **DIY:** Mungkin sebagian dari kita juga percaya dengan do-it-yourself atau lakukan sendiri dapat mempermudah segala urusan kita lebih cepat dan baik. Sama halnya dengan Gen Z yang tumbuh dengan dunia internet khususnya youtube yang dapat mengajari mereka melakukan apa saja. Gen Z sangat mandiri dan akan berbenturan dengan budaya kolektif yang sebelumnya diperjuangkan oleh generasi Millennials. Gen Z

dipercaya dengan kenyataan “jika ingin melakukannya dengan benar maka lakukanlah sendiri.

- g. Terpacu : Gen Z meyakini adanya pemenang dan pecundang. Resesi yang membuat pendahulu mereka goyah serta laju perubahan yang sulit dikejar, tidak mengherankan Gen Z menjadi generasi yang terpacu. (Stillman/David dkk. 2018).

3. Kelebihan Dan Kekurangan Generasi Z

Karakter Gen-Z cenderung memiliki kaitan erat dengan ketergantungan teknologi dengan produktivitas dan performa Gen-Z. Gen-Z memiliki daya adopsi pengetahuan yang tinggi, menghargai keberagaman, multitasking, namun cenderung ketergantungan pada kegiatan dan aktivitas di media. Menurut prastiwi (2022) Kelebihan Gen-Z sebagai generasi penerus bangsa, Gen-Z ini memiliki beberapa kelebihan, seperti: Pengetahuan yang luas karena mudahnya akses informasi, Terbuka terhadap perkembangan yang ada, Mempunyai motivasi yang tinggi, mampu melakukan berbagai aktivitas dalam satu waktu atau multitasking, Cenderung lebih toleran karena terbuka terhadap segala sesuatu dan tidak cepat berpuas diri (Istiningtyas, 2022).

Generasi Z yang dikenal sebagai pecandu internet membuat generasi ini memiliki beberapa kelemahan, Seperti 1). Generasi Z mudah mengalami *Nomophobia*, 2). Kurang terampil dalam komunikasi verbal 3). kurang menyukai proses, mereka pada umumnya kurang sabar dan menyukai hal-hal yang serba instan (Sari et al., 2020), 4). Generasi Z sering melakukan *Phubbing* (Youarti & Hidayah, 2018).

E. Era Revolusi Industri 4.0

1. Pengertian Era Revolusi Industri 4.0

Hamdan (2018) menjelaskan Revolusi Industri 4.0 merupakan upaya transformasi menuju perbaikan dengan mengintegrasikan dunia online dan lini produksi di industri, di mana semua proses produksi berjalan dengan internet sebagai penopang utama. Revolusi industri 4.0 dikenal dengan revolusi digital karena terjadi proliferasi komputer dan otomatisasi pencatatan disemua bidang, karena otomatisasi dan

konektivitas disebuah bidang akan membuat perubahan secara signifikan di dunia industri dan persaingan kerja menjadi tidak linier. Salah satu karakteristik dari revolusi industri 4.0 menerapkan pengaplikasikan kecerdasan buatan atau *artificiall intellegent*.

Media digital menjadi salah satu fasilitas dalam kemajuan revolusi industri 4.0. Perkembangan teknologi informasi membawa sebuah perubahan dalam masyarakat. Lahirnya media sosial menjadikan pola perilaku masyarakat mengalami pergeseran baik ekonomi dan juga budaya. menurut Irwansyah menjelaskan Media *online* atau juga disebut dengan digital media adalah media yang tersaji secara *online* di internet. Pengertian media *online* secara umum, yaitu segala jenis atau format media yang hanya bisa diakses melalui internet berisikan teks, foto, video, dan suara (Batubara et al., 2022).

Menurut Mursidin & Arifin (2020) setiap perubahan membawa dampak negatif dan positif. Salah satu dampak negatif adalah hilangnya beberapa pekerjaan yang sudah lama terbentuk tetapi sekaligus memunculkan berbagai peluang pekerjaan baru yang lebih menjanjikan. Peluang kerja tersebut antara lain, *Content Creator*, *Copywriter*, *Spesialis medsos*, dan *digital marketing*.

Menurut Istiani & Islamy, (2020) Dampak Positif dan Dampak Negatif Penggunaan Media Sosial sebagai berikut ;

a. Dampak positif dari media sosial yaitu :

- 1) Memudahkan kita untuk berinteraksi dengan banyak orang
- 2) Memperluas pergaulan
- 3) Penyebaran informasi dapat berlangsung secara cepat
- 4) Jarak dan waktu bukan lagi masalah
- 5) Lebih mudah dalam mengekspresikan diri
- 6) Biaya lebih hemat

b. Dampak Negatif dari media sosial, yaitu :

- 1) Menjauhkan orang-orang yang sudah dekat dan sebaliknya.
- 2) Interaksi secara tatap muka cenderung menurun
- 3) Membuat orang-orang menjadi kecanduan terhadap internet
- 4) Rentan terhadap pengaruh buruk orang lain
- 5) Masalah privasi
- 6) Menimbulkan konflik

beberapa langkah utama yang dapat dilakukan untuk mengembangkan jiwa berwirausaha dengan memanfaatkan teknologi digital (Sitompul, 2021), antara lain:

- a. Mengeksplor ide bisnis, ide bisnis adalah hal awal yang perlu dimiliki dalam menjalankan suatu usaha karena dengan memiliki ide maka akan tertarik untuk mempelajari seluk beluk lebih mendalam terkait bisnis yang terlintas di pikiran tersebut serta melakukan analisis mendalam untuk mengetahui tantangan serta peluang yang ada dalam bisnis tersebut dan juga untuk menjawab apakah akan menjalankan ide tersebut atau tidak
- b. Menkuatkan tekad dan niat, hal ini juga harus diperhatikan karena merupakan pondasi utama dalam berwirausaha dan tidak seharusnya berwirausaha hanya karena ikut-ikutan tren atau hanya sementara saja maka dengan menguatkan tekad dan niat maka rintangan yang akan dihadapi nanti pasti akan dapat dilalui dan dilewati dalam menjalankan usaha.
- c. Membuat rencana dan target yang harus dicapai di masa depan, dengan adanya target serta rencana maka akan cenderung mudah mengambil langkah-langkah yang dapat dilakukan untuk menjalani usaha serta mendorong untuk selalu termotivasi dalam memajukan usaha
- d. Memahami teknik *marketing* berbasis digital, terkait pemanfaatan digital teknologi hal terkait *marketing* merupakan hal yang sangat penting dalam dunia bisnis karena dengan adanya *marketing* maka bisnis atau usaha yang dijalankan akan dapat dikenal oleh orang banyak sehingga dapat menarik konsumen, meningkatkan insight bisnis, dan bahkan mampu menarik investor-investor untuk bekerja sama dalam bisnis tersebut. Dewasa ini banyak sekali teknik-teknik *marketing* yang dapat dilakukan dengan memanfaatkan teknologi digital atau disebut dengan digital *marketing*, seperti: mempromosikan bisnis atau usaha melalui sosial media, menyewa jasa *influencer* untuk mempromosikan bisnis atau usaha yang dijalankan dan lain sebagainya.
- e. Melibatkan teknologi dalam bisnis, teknologi digital tidak hanya bisa dilibatkan dalam mempromosikan bisnis namun juga dapat digunakan untuk mencari, menganalisis, serta menambah referensi

dalam meningkatkan dan mencari inovasi serta *upgrading* bisnis agar bisnis yang dijalankan senantiasa dapat terus berkembang dan mengalami kemajuan.

F. Berwirausaha dalam Perspektif Islam

Salah satu kesempurnaan Islam adalah dengan mengharuskan kepada umatnya agar bisa hidup mandiri dengan bekerja atau berbisnis dengan jalan yang benar. Sehingga pada Pandangan Islam tidak hanya membahas mengenai Beribadah, namun juga islam sudah membahas dan mengatur makhluk untuk mencar nafkah dengan benar. Islam sudah mengatur perkara yang baik dan perkara yang buruk. Salah satu perkara yang baik untuk dilakukan yaitu berbisnis sesuai dengan aturan islam yang telah ditentukan.

Sejarah Islam mencatat bahwa *Entrepreneurship* telah dimulai sejak lama, pada masa Adam AS. Dimana salah satu anaknya Habil berwirausaha dengan bercocok tanam dan Qabil berwirausaha dengan menggembala hewan ternak. Banyak sejarah nabi yang menyebutkan mereka beraktivitas di kewirausahaan, sebagian dari mereka berwirausaha di sektor pertanian, peternakan, kerajinan dan bisnis perdagangan. Contoh yang paling nyata adalah Nabi Muhammad SAW, awalnya beliau terlibat di bisnis dengan memelihara dan menjual domba, kemudian membantu bisnis pamannya dan akhirnya mengelola bisnis saidatina Khadijah. Menurut Bastomi (2012)

Rasulullah mendapatkan jiwa *entrepreneur* sejak beliau usia 12 tahun. Ketika itu pamannya Abu Thalib mengajak melakukan perjalanan bisnis di Syam negeri yang meliputi Syiria, Jordan dan Lebanon saat ini. Sebagai seorang yatim piatu yang tumbuh besar bersama pamannya beliau ditempa untuk tumbuh menjadi wirausahawan yang mandiri. Ketika usia 17 tahun Muhammad telah disertai wewenang penuh untuk mengurus seluruh bisnis pamannya. Ketika usia menginjak 20 tahun adalah merupakan masa tersulit dalam perjalanan bisnis rasulullah SAW. Beliau harus bersaing dengan pemain senior dalam perdagangan regional. Namun kemudian titik

keemasan *entrepreneurship* Muhammad SAW tercapai ketika usia antara 20-25 tahun (Wijayanti, 2018).

Menurut (Syarofi, 2016), dalam ajaran Islam digunakan istilah kerja keras, kemandirian (*biyadihi*), dan *tidak cengeng*. Setidaknya terdapat beberapa ayat al-Qur'an maupun Hadis yang dapat menjadi rujukan pesan tentang semangat kerja keras dan kemandirian ini, seperti; “*Amal yang paling baik adalah pekerjaan yang dilakukan dengan cucuran keringatnya sendiri, ‘amalurrajuli biyadihi* (HR.Abu Dawud)”.

Islam juga memerintahkan manusia untuk hidup yang seimbang antara perkara dunia dan akhirat (Wijayanti, 2018). Rasulullah SAW bersabda:

عَنْ أَنَسِ بْنِ مَالِكٍ قَالَ ، قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ لَيْسَ بِحَيْرِكُمْ مَنْ تَرَكَ دُنْيَاهُ لِآخِرَتِهِ وَلَا آخِرَتَهُ لِدُنْيَاهُ حَتَّى يُصِيبَ مِنْهُمَا جَمِيعًا فَإِنَّ الدُّنْيَا بَلَاغٌ إِلَى الْآخِرَةِ وَلَا تَكُونُوا كَالَّذِينَ عَلَى النَّاسِ (رواه الديلمي وابن عساکر)

Artinya: "Dari Anas bin Malik ia berkata, Rasulullah SAW. bersabda: bukankah orang yang paling baik di antara kamu orang yang meninggalkan kepentingan dunia untuk mengejar akhirat atau meninggalkan akhirat untuk mengejar dunia sehingga dapat memadukan keduanya. Sesungguhnya kehidupan dunia mengantarkan kamu menuju kehidupan akhirat. Janganlah kamu menjadi beban orang lain". (H.R. Ad Dailamy dan Ibnu Asakir).

Sebagai bentuk usaha manusia untuk menyeimbangkan perkara dunia dan akhirat adalah dengan bekerja keras memenuhi kebutuhan diri dan keluarganya. Manusia cenderung melakukan wirausaha atau yang biasa disebut dengan *entrepreneurship* untuk bekerja dan memenuhi hajatnya.

Selain kewirausahaan baik dalam membantu ekonomi, kewirausahaan dengan jalan berdagang adalah janaan yang allah sukai. Karena Rasullah SAW juga mencari rezeki dengan berdagang, dan allah juga membukakan jalan dengan salah satunya berdagang. Seperti Dalam sebuah hadis, Rasulullah

Muhammad bersabda, “Hendaklah kamu **berdagang**, karena di dalamnya terdapat 90 **persen** pintu **rezeki**,” hadis riwayat Imam Ahmad. Dari Mu'az bin Jabal, Rasulullah berkata, “Sesungguhnya, sebaik-baik usaha adalah usaha perdagangan,” hadis riwayat Baihaqi. Maka dari itu berdagang adalah sebuah jalan yang Allah sukai. Berdagang juga harus dengan kejujuran, tidak boleh adanya kecurangan antara penjual dan pembeli, Allah berfirman dalam surah An-nisa ayat 29:

أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ يَا أُولِي الْأَلْبَابِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ بَيْنَكُمْ عَنْ تَرَضٍ مِّنْكُمْ ۖ وَلَا تَقْتُلُوا
 أَنْفُسَكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Artinya : Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu (QS. An-Nisa : 29).

Berdasarkan ayat diatas Sebagian ulama menyatakan bahwa makna *an-tarādhī* adalah memberikan pilihan kepada masingmasing pihak baik pembeli maupun penjual setelah disepakati akadnya apakah dilanjutkan transaksinya ataukah dibatalkan. Atau maksud *an-tarādhī* itu setelah pembeli dan penjual tersebut berpisah secara fisik yang otomatis menunjukkan saling rela terhadap akad jual belinya sebelum adanya pembatalan dari masing-masing pihak (Wahidin et al., 1866). model jual beli yang berdasarkan saling ridho adalah sebagaimana yang dijelaskan oleh Nabi Muhammad Shallallahu ‘alihi Wasallam yaitu: a.) Memberikan pilihan kepada pembeli dan penjual untuk meneruskan atau membatalkan atas akad jual beli yang disepakati sebelumnya, atau b.) Dengan berpisahnya antara pembeli dan penjual secara fisik setelah akad jual beli tersebut disepakati oleh keduanya.

G. Dinamika Faktor Terbentuknya Minat Berwirausaha Pada Generasi Z

Penelitian yang dilakukan oleh Muh. Iqbal Sitompul (2021) dengan judul Penelitian “Mengembangkan Jiwa Berwirausaha dengan

Memanfaatkan Teknologi Digital pada Mahasiswa Universitas Islam Negeri Sumatera Utara”. Hasil penelitian ini dari 9 responden hanya 1 orang yang tidak tertarik untuk berwirausaha karena menurutnya bahwa seorang wirausaha akan menghadapi banyak sekali rintangan dan 9 orang responden tertarik karena berbagai alasan baik karena ingin mengeksplor skill wirausahanya, menciptakan lapangan pekerjaan, merasakan sensasi menjadi seorang wirausaha, serta ingin mengurangi tingkat pengangguran di Indonesia dan terdapat 8 orang yang mampu memanfaatkan perkembangan teknologi dalam berwirausaha dan 2 orang yang belum mampu memanfaatkan perkembangan teknologi dalam berwirausaha. Hal ini menunjukkan perbandingan sebesar 80% : 20%.

Penelitian selanjutnya dilakukan oleh Hamdan (2018) dengan judul penelitian “ Industri 4.0: Pengaruh Revolusi Industri pada Kewirausahaan Demi Kemandirian Ekonomi ”. Hasil penelitian ini Dampak dari pertumbuhan ekonomi semakin meningkat pada revolusi industri 4.0 dilihat banyak pelaku bisnis dan wirausaha memanfaatkan perkembangan teknologi informasi, sehingga prinsip-prinsip dasar desain industri 4.0 yang dikenal dengan revolusi digital karena terjadi proliferasi komputer dan otomatisasi dan konektivitas disebuah bidang. Dengan Revolusi Industri 4.0 memberikan pengaruh dibidang perekonomian meningkat, dimana sektor sektor membuka peluang untuk kewirausahaan dan UMKM meningkat dengan pesat, sehingga memberikan dampak pengaruh pada kewirausahaan demi kemandirian ekonomi.

Penelitian yang dilakukan oleh Hanghon & Rinthaisong, (2018) dengan judul “*Confirmatory factor analysis of collaboration model in non-formal higher education management in southern Thailand*” . Hasil penelitian ini yaitu Faktor yang mempengaruhi Minat Wirausaha adalah faktor utama dan faktor pendukung, faktor utama adalah Pendidikan, Komitmen, Motivasi Dan Kepribadian serta faktor pendukung adalah Faktor Keluarga.

Penelitian yang dilakukan oleh Pasaribu & S., (2020) dengan judul “Analisis Faktor Pembentuk Minat Kewirausahaan Pada Jurusan Teknik Kendaraan Ringan Smk”. Hasil Penelitian ini menyebutkan bahwa faktor utama terbentuknya Minat Kewirausahaan dipengaruhi

oleh ; Pendidikan, Kepribadian, Motivasi dan peluang sedangkan faktor pendukung dalam minat yaitu komitmen dan kepemimpinan yang menjadi faktor utama terbentuknya minat kewirausahaan. Keenam variabel diatas menyumbang pembentukan minat berwirausaha peserta didik sebanyak 78,83 %.

Penelitian yang dilakukan oleh Taufik et al., (2018) dengan judul “Faktor Yang Mempengaruhi Minat Berwirausaha Mahasiswa”. Hasil penelitian ini menyebutkan bahwa Toleransi akan resiko, kebebasan dalam bekerja, pendidikan kewirausahaan, dan lingkungan berpengaruh terhadap minat berwirausaha dengan nilai signifikansi hitung sebesar 0,000 dan lebih kecil dari 0,05 dan $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($27,450 > 2,4777$) .

Penelitian yang dilakukan oleh Misrah, (2013) dengan judul “faktor-faktor yang mempengaruhi minat berwirausaha pada mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Kadiri”. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa Inovasi & Kreatifitas dan Lingkungan & Teknologi berpengaruh positif terhadap Minat berwirausaha, Namun pada variabel lain seperti Lingkungan Sosial & Keluarga dan Memiliki Modal tidak berpengaruh secara signifikan pada minat berwirausaha.

DAFTAR PUSTAKA

- Adityara, S., & Rakhman, R. T. (2019). Karakteristik Generasi Z dalam Perkembangan Diri Anak Melalui Visual. *Seminar Nasional Seni Dan Desain 2019, Surabaya, Indonesia, September 2019, September*, 401–406.
- Alfianto, E. A. (2012). Kewirausahaan : Sebuah Kajian Pengabdian Kepada Masyarakat. *Heritage, 1(2)*, 33–42.
- Alma, B. (2021). *kewirausahaan untuk mahasiswa dan umum* (cetakan ke). ALFABETA,cv.
- Anggraeni, B. (2015). *Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan Dan Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha Siswa Kelas Xi Smk Islam Nusantara Comal Kabupaten Pematang*. X(1), 42–52.
- Anwar, H. S. (2018). Resilience Pada Generasi Millennial Dalam Berwirausaha Di Kota Surabaya. *Proceeding National Conference Psikologi UMG*, 205–229.
<http://journal.umg.ac.id/index.php/proceeding/article/view/925>
- Arianto, B. (2022). Dampak Media Sosial Bagi Perubahan Perilaku Generasi Muda di Masa Pandemi Covid-19. *Journal of Social Politics and Governance (JSPG)*, 3(2), 118–132.
<https://doi.org/10.24076/jspg.2021v3i2.659>
- Az Zahra, A., & Nurul Husna, A. (2021). Intensi Berwirausaha Pengusaha Muslim: Peran Nilai-Nilai Keislaman dalam Pendirian Usaha. *Jurnal Psikologi Integratif, 9(2)*.
- Bagi, C., Dimasa, K. S., Di, P., Tiga, A. S., Novalina, S. D., Sinaga, Y., Masri, R. I., & Gurusina, D. H. (2008). *Program Studi Pemanduan Lalu Lintas Udara , Politeknik Penerbangan Medan , Indonesia. 57–66.*
- Basrowi dan Juariyah, S. (2010). Jurnal Ekonomi & Pendidikan, Volume 7 Nomor 1, April 2010. *Jurnal Ekonomi & Pendidikan*, 7(April), 58–81. S Juariyah - Jurnal Ekonomi dan Pendidikan, 2010 - journal.uny.ac.id
- Batubara, S., Maharani, F., & Makhrani, M. (2022). Pengembangan Usaha Umkm Di Masa Pandemi Melalui Optimalisasi

- Penggunaan Dan Pengelolaan Media Digital. *E-Amal: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), 1023–1032.
<https://doi.org/10.47492/eamal.v2i1.1237>
- Buchari Alma (2021), Kewirausahaan, Bandung ; Penerbit ALFABETA, Cetakan ke-16 September
- Diyanti, D. D. S., Sofiah, D., & Prasetyo, Y. (2020). Hubungan antara dukungan sosial dengan minat berwirausaha pada mahasiswa fakultas psikologi untag surabaya. *Jurnal Penelitian Psikologi*, 1(02), 142–152. <http://repository.untag-sby.ac.id/4973/>
- Dr. Umar Sidiq, M.Ag Dr. Moh. Miftachul Choiri, M. (2019). Metode Penelitian Kualitatif di Bidang Pendidikan. In *Journal of Chemical Information and Modeling* (Vol. 53, Issue 9). [http://repository.iainponorogo.ac.id/484/1/METODE Penelitian Kualitatif Di Bidang Pendidikan.Pdf](http://repository.iainponorogo.ac.id/484/1/METODE%20Penelitian%20Kualitatif%20Di%20Bidang%20Pendidikan.Pdf)
- Elissa, I. (2013). Pada Toko Online. *Jurnal TI UNDIP*, VIII(3), 143–152.
- Hamdan, H. (2018). Industri 4.0: Pengaruh Revolusi Industri Pada Kewirausahaan Demi Kemandirian Ekonomi. *Jurnal Nusantara Aplikasi Manajemen Bisnis*, 3(2), 1.
<https://doi.org/10.29407/nusamba.v3i2.12142>
- Hanghon, P., & Rinthaisong, I. (2018). Confirmatory factor analysis of collaboration model in non-formal higher education management in southern Thailand. *Kasetsart Journal of Social Sciences*, 39(3), 472–477.
<https://doi.org/10.1016/j.kjss.2018.06.012>
- Hapsah, R., & Savira, S. I. (2015). Hubungan Antara Self Efficacy Dan Kreativitas Dengan Minat Berwirausaha. *Jurnal Psikologi Teori Dan Terapan*, 5(2), 80.
<https://doi.org/10.26740/jppt.v5n2.p80-89>
- Has, agus baskara dan zakir. (2018). *Kata kunci: Motivasi, Kepribadian, Lingkungan dan Minat Berwirausaha*. 6(1).
- Hendro (2019), Dasar Dasar Kewirausahaan : *Panduan Bagi Mahasiswa Untuk Mengenal, Memahami, Dan Memasuki Dunia Bisnis*, Jakarta : Penerbit Erlangga
- Istiani, N., & Islamy, A. (2020). Fikih Media Sosial Di Indonesia. *Asy Syar'Iyyah: Jurnal Ilmu Syari'Ah Dan Perbankan Islam*, 5(2),

- 202–225. <https://doi.org/10.32923/asy.v5i2.1586>
- Istiningtyas. (2022). *Prosiding The 5 th National Conference of Genuine Psychology (NCGP) 2022 Kebahagiaan dan Kecerdasan dalam Bingkai Psikologi Islam dan Postmodernisem Fakultas Psikologi UIN Raden Fatah Palembang*. 231–238.
- Juliantari, N. L., Agung, A., Astari, E., & Luh Indiani, N. (2022). Pengaruh Content Creator Pada Aplikasi Reel Instagram Dalam Meningkatkan Inovasi Generasi Muda The Effect of Content Creator on Instagram Reel Applications in Increasing Youth Generation Innovation Universitas Mahendradatta 1 Email : juliantari306@gmail.c. *Nusantara Hasana Journal*, 2(4), Page.
- Komsi, K. (2013). Analisis Pengaruh Faktor Eksternal dan Internal terhadap Minat Berwirausaha. *Proceeding PESAT*, 5(1998), 1–8. <http://www.ejournal.gunadarma.ac.id/index.php/pesat/article/viewFile/801/713>
- Lubis, T. W. H., Efendi, N., & Ginting, S. O. (2022). Kewirausahaan Untuk Generasi Z Pada Siswa Methodist Tanjung Morawa. *Dinamisia : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(6), 1536–1542. <https://doi.org/10.31849/dinamisia.v6i6.11080>
- Maeskina, M. M., & Hidayat, D. (2022). Adaptasi Kerja Content Creator di Era Digital. *Jurnal Communio : Jurnal Jurusan Ilmu Komunikasi*, 11(1), 20–30. <https://doi.org/10.35508/jikom.v11i1.5150>
- Misrah. (2013). Analisis Minat Berwirausaha Mahasiswa Angkatan 2015-2018 Pendidikan Ekonomi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Makasar. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699. [http://eprints.unm.ac.id/14997/1/JURNAL %20ARTIKEL%20MISRAH.pdf](http://eprints.unm.ac.id/14997/1/JURNAL%20ARTIKEL%20MISRAH.pdf)
- Munawwaroh, P. R. (2018). Pengaruh Terpaan Media Pada Akun Instagram @Exploresiak Terhadap Minat Kunjungan Wisata Ke Siak Sri Indrapura. *Jom Fisip Vol. 5 NO. 1 – April 2018*. *Universitas Riau: Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik.*, 5(1).
- Ni Made Ayu Krisna Cahyadi, Dian Sugiarti, Suci Rahmawati Prima, Rahmad Purnama, & Suhartono. (2023). Edukasi Kewirausahaan

- Dan Ekonomi Kreatif Pada Kelompok Ibu Rumah Tangga Di Klender Jakarta Timur. *Prosiding Seminar Nasional Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas Terbuka*, 2, 251–260.
<https://doi.org/10.33830/prosidingsenmaster.v2i1.724>
- Moleong Lexy. J (2019) , *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung : PT Remaja Rosdakarya
- Mursidin & Arifin, (2020), *Pendidikan Kewirausahaan*, Jakarta : penerbit Bumi Aksara.
- Nurhayati, R., Farradina, S., & Nugroho, S. (2019). Efikasi Diri Dan Dukungan Sosial Keluarga Memprediksi Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa. *Proyeksi*, 14(2), 151.
<https://doi.org/10.30659/jp.14.2.151-161>
- Nurseto, T. (2012). Strategi Menumbuhkan Wirausaha Kecil Menengah yang Tangguh. *Jurnal Ekonomi Dan Pendidikan*, 1(1). <https://doi.org/10.21831/jep.v1i1.675>
- Nuryana, A., Utari, P., & Maret, U. S. (2019). *Pengantar metode penelitian kepada suatu pengertian yang mendalam mengenai konsep fenomenologi*. 19–24.
- Panurat, Muawiyah, S. (2014). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Petani Berusahatani Padi di Desa Sendangan Kecamatan Kakas Kabupaten Minahasa. *Cocos*, 4(5), 1–12.
- Pasaribu, M., & S., W. (2020). Analisis Faktor Pembentuk Minat Kewirausahaan pada Jurusan Teknik Kendaraan Ringan SMK. *Jurnal Imiah Pendidikan Dan Pembelajaran*, 4(3), 499–510.
<https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/JIPP/article/view/28679>
- Perkembangan, T., Imam, K., Perkembangan, T., Jean, K., Perkembangan, T., Erik, K., Perkembangan, T., Sigmund, K., Perkembangan, T., & Lawrence, M. (n.d.). *PSIKOLOGI PERKEMBANGAN i*.
- Purwaningsih. dkk, Pentingnya komitmen... | 26*. (2021). 2(2), 26–32.
- Rahmat, P. S. (2009). Penelitian Kualitatif. In *Journal Equilibrium: Vol. 5 No. 9* (pp. 1–8). yusuf.staff.ub.ac.id/files/2012/11/Jurnal-Penelitian-Kualitatif.pdf
- Riani. (2022). Faktor Pendukung Dan Penghambat Dalam Meningkatkan Minat Wirausaha Siswa Di Sma Negeri 1

- Silangkitang Kabupaten Labuhanbatu Selatan. *Jurnal Ikatan Alumni Bimbingan Konseling Islam VOLUME 4 NO 1*, 4(1).
- Ricky, R. D. M., Kawung, E., & Goni, S. Y. V. . (2021). Dampak Aplikasi Belanja Online (Online Shop) di Masa Pandemi Covid-19 Terhadap Minat Belanja Masyarakat di Kelurahan Girian Weru li Kecamatan Girian Kota Bitung Provinsi Sulawesi Utara. *Jurnal Ilmiah*, 1(ilmiah), 1.
<https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/jurnalilmiahociety/article/view/36087/33605>
- Ruswati, I. (2018). Faktor Eksternal Dan Faktor Internal Terhadap Minat Berwirausaha Pada Siswa Smk Yayasan Pendidikan Islam Darussalam Cerme Gresik. *Jurnal Riset Entrepreneurship*, 1(2), 38. <https://doi.org/10.30587/jre.v1i2.415>
- Sakitri, G. (2021). Selamat Datang Gen Z , Sang Penggerak Inovasi ! *Forum Manajemen Prasetiya Mulya*, 35(2), 1–10.
- Sari, I. P., Ifdil, I., & Yendi, F. M. (2020). Konsep Nomophobia pada Remaja Generasi Z. *JRTI (Jurnal Riset Tindakan Indonesia)*, 5(1), 21. <https://doi.org/10.29210/3003414000>
- Sennang, I. (2017). Pengaruh Dukungan Sosial dan Efikasi Diri Terhadap Minat Berwirausaha Siswa SMK. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 5(3), 320–329.
<https://doi.org/10.30872/psikoborneo.v5i3.4416>
- Sitompul, M. I. (2021). Mengembangkan Jiwa Berwirausaha dengan Memanfaatkan Teknologi Digital pada Mahasiswa Universitas Islam Negeri Sumatera Utara. *Jurnal Sosial Teknologi*, 1(12), 604–611. <https://doi.org/10.36418/jurnalsostech.v1i12.269>
- Suharyat, Y. (2009a). Hubungan Antara Sikap, Minat Dan Perilaku Manusia. *Jurnal Region*, 1(3), 1–19.
- Suharyat, Y. (2009b). Hubungan Antara Sikap Minat Latihan dan Kepemimpinan. *Academia*, 1, 1–19.
- Sulistiani, W., & Mustami'ah, D. (2016). Efektivitas Modul Pembelajaran Tematik Kelautan dan Kemaritiman untuk Menumbuhkan Minat Kebaharian pada Anak Usia Dini di Taman Kanak-Kanak. *Prosiding Seminar Asean Psychology ...*, 2011, 19–20. [http://mpsi.umm.ac.id/files/file/512-521 Wiwik Sulistiani, Dewi Mustami'ah.pdf](http://mpsi.umm.ac.id/files/file/512-521%20Wiwik%20Sulistiani,%20Dewi%20Mustami%27ah.pdf)

- Sugiyono (2017), *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*, Bandung ; Penerbit ALFABETA, Cetakan ke-26 oktober .
- Sugiyono (2019), *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*, Bandung ; Penerbit ALFABETA, Cetakan ke-1 september .
- Syamsudin, A., Hakim, L., & Atmasari, A. (2019). Pengaruh Efikasi Diri Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Teknologi Sumbawa. *Jurnal Psimawa*, 2(1), 58–62.
<http://jurnal.uts.ac.id/index.php/PSIMAWA/article/view/439>
- Syarofi, A. M. (2016). Nilai-nilai ekonomi islam dalam berwirausaha. *Iqtishoduna: Jurnal Ekonomi Islam*, 7(1), 64–89.
<http://ejournal.iaisyarifuddin.ac.id/index.php/iqtishoduna/article/view/84>
- Taufik, A., Azhad, M. N., Achmad, D., & Hafidzi, H. (2018). Faktor Yang Mempengaruhi Minat Berwirausaha Mahasiswa: Factors Affecting Interest Business Students. *Jurnal Penelitian Ipteks*, 3(1), p-ISSN.
- Wahidin, A., Tetap, D., Ilmu, P., Stai, T., & Hidayah, A. (1866). *Ad-Deenar Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*.
- Wijaya, Y., Priyatama, A. N., & Khasan, M. (1895). *Dukungan Sosial Keluarga dengan Minat Berwirausaha Siswa Sekolah Menengah Kejuruan (SMK)*. 88–99.
- Wijayanti, R. (2018). Membangun Entrepreneurship Islami dalam Perspektif Hadits. *Cakrawala*, 13(1), 35.
<https://doi.org/10.31603/cakrawala.v13i1.2030>
- Yanti, A. (2019). Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan, Self Efficacy, Locus of Control dan Karakter Wirausaha Terhadap Minat Berwirausaha. *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 2(2), 268–283. <https://doi.org/10.30596/maneggio.v2i2.3774>
- Youarti, I. E., & Hidayah, N. (2018). Perilaku Phubbing Sebagai Karakter Remaja Generasi Z. *Jurnal Fokus Konseling*, 4(1), 143.
<https://doi.org/10.26638/jfk.553.2099>
- Yudha, C. B. (2019). Professionalism of Lecturersto Improve Character of the Student Teachers of the Millennial Era Disrupsi. *Social, Humanities, and Educational Studies (SHEs): Conference Series*, 1(2), 83.

<https://doi.org/10.20961/shes.v1i2.26780>

Zunaedy, M., Aisyah, S., & Ayuningtyas, T. (2021). Faktor-faktor yang mempengaruhi minat berwirausaha mahasiswa Pendidikan Ekonomi angkatan 2016 STKIP PGRI Lumajang tahun akademik 2020/2021. *Jurnal Riset Pendidikan Ekonomi*, 6(1), 47–59. <https://doi.org/10.21067/jrpe.v6i1.5294>

