



Transformasi Digital Native menjadi Wirausahawan Digital: Determinan Niat Berwirausaha Generasi Z

Andressa Noviar Azhari^{1*}, Eddy Soeryanto Soegoto², Rahma Wahdiniwaty³

¹⁻³Universitas Komputer Indonesia, Indonesia

Email: andressa.75224008@mahasiswa.unikom.ac.id^{1*}, eddysoeryantos@email.unikom.ac.id²,
rahma@email.unikom.ac.id³

*Penulis Korespondensi

Abstract. *This study aims to analyze the factors influencing entrepreneurial intention and capability among Generation Z in addressing the challenges of educated unemployment, technological disruption, and the dynamics of the digital economy. The research employs a systematic literature review approach by examining scholarly articles published between 2020 and 2025 retrieved from reputable academic databases. Literature selection was conducted based on inclusion and exclusion criteria emphasizing relevance to the determinants of Generation Z's entrepreneurial intention and methodological rigor. The synthesis results indicate that entrepreneurship education, family support, self-efficacy, and digital literacy are key factors that significantly influence entrepreneurial intention and capacity. Entrepreneurship education emerges as the most dominant predictor, particularly when combined with practice-based learning. Family support strengthens self-confidence and entrepreneurial orientation. Self-efficacy acts as a mediator between entrepreneurial knowledge and entrepreneurial intention, while digital literacy enhances technical readiness to leverage technology for business development. Overall, fostering entrepreneurship among Generation Z requires a holistic approach that integrates educational, psychological, digital competency, and environmental support aspects to encourage consistent and sustainable entrepreneurial activities.*

Keywords: Digital Literacy; Entrepreneurial Intentions; Family Support; Generation Z; Self-Efficacy

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi niat dan kemampuan berwirausaha pada Generasi Z dalam menghadapi tantangan pengangguran terdidik, disrupsi teknologi, dan dinamika ekonomi digital. Studi ini menggunakan pendekatan *systematic literature review* dengan menelaah artikel ilmiah periode 2020–2025 yang diperoleh melalui basis data akademik bereputasi. Seleksi literatur dilakukan berdasarkan kriteria inklusi dan eksklusi yang menekankan relevansi terhadap determinan niat berwirausaha Generasi Z serta kejelasan metodologi penelitian. Hasil sintesis menunjukkan bahwa pendidikan kewirausahaan, dukungan keluarga, efikasi diri, dan literasi digital merupakan faktor kunci yang secara signifikan memengaruhi intensi dan kapasitas berwirausaha. Pendidikan kewirausahaan menjadi prediktor paling dominan, terutama ketika dikombinasikan dengan pembelajaran berbasis praktik. Dukungan keluarga terbukti memperkuat kepercayaan diri dan orientasi kewirausahaan. Efikasi diri berperan sebagai mediator antara pengetahuan kewirausahaan dan niat berwirausaha, sementara literasi digital meningkatkan kesiapan teknis dalam memanfaatkan teknologi untuk pengembangan usaha. Secara keseluruhan, pengembangan kewirausahaan pada Generasi Z memerlukan pendekatan holistik yang mengintegrasikan aspek pendidikan, psikologis, kompetensi digital, dan dukungan lingkungan guna mendorong aktivitas usaha yang konsisten dan berkelanjutan.

Kata Kunci: Dukungan Keluarga; Efikasi Diri; Generasi Z; Literasi Digital; Niat Berwirausaha

1. LATAR BELAKANG

Terdapat sejumlah pertimbangan fundamental yang melatarbelakangi urgensi mendorong Generasi Z (Gen Z) untuk terlibat dalam aktivitas kewirausahaan. Pertimbangan tersebut tidak hanya berkaitan dengan dinamika ekonomi makro, tetapi juga karakteristik demografis dan psikologis yang melekat pada generasi ini.

Tingginya tingkat pengangguran terdidik di Indonesia menjadi persoalan struktural yang memerlukan solusi inovatif. Peningkatan jumlah lulusan perguruan tinggi setiap tahun belum

diimbangi oleh ketersediaan lapangan kerja yang memadai. Menurut Syahni (2025) Tidak dapat disangkal bahwasanya Indonesia menghadapi kurangnya prospek pekerjaan bagi lulusan perguruan tinggi yang menganggur secara intelektual. Setiap tahun, jumlah lulusan perguruan tinggi terus meningkat, sementara kesempatan kerja yang tersedia semakin berkurang. Kondisi ini menuntut perubahan paradigma dari sekadar *job seeker* menjadi *job creator*, di mana kewirausahaan dipandang sebagai alternatif strategis untuk menciptakan peluang kerja baru sekaligus mengurangi tekanan pada pasar tenaga kerja formal. Selain itu terdapat fenomena *mismatch* antara kompetensi yang diperoleh melalui pendidikan formal dengan kebutuhan riil dunia industri. Ketidaksesuaian ini menyebabkan sebagian lulusan tidak sepenuhnya siap menghadapi tuntutan pasar kerja. Melalui kewirausahaan, Gen Z memiliki kesempatan untuk mengembangkan keterampilan praktis, problem solving, serta kemampuan adaptif yang lebih relevan dengan dinamika dan kebutuhan pasar yang terus berkembang.

Karakter Gen Z sebagai *digital native* memberikan keunggulan kompetitif tersendiri. Mereka tumbuh dalam lingkungan yang terintegrasi dengan teknologi digital, sehingga memiliki literasi teknologi yang relatif tinggi (Lubis & Handayani, 2023). Kemampuan memanfaatkan platform *e-commerce*, media sosial, dan berbagai instrumen digital memungkinkan mereka membangun usaha dengan biaya awal yang relatif rendah serta menjangkau pasar yang lebih luas tanpa batasan geografis yang signifikan. Menurut Novita, et al. (2025) akses terhadap teknologi digital dan platform media sosial membuka peluang baru bagi Gen Z untuk memulai bisnis secara fleksibel dan mandiri. Mereka mampu memanfaatkan media digital tidak hanya sebagai sarana promosi, tetapi juga sebagai ruang kreasi dan kolaborasi. Dalam konteks persaingan global dan transformasi teknologi individu dituntut memiliki daya saing yang tinggi, adaptif, serta inovatif. Teknologi ini tidak hanya mempermudah pengelolaan bisnis tetapi juga mempercepat proses pemasaran dan pengembangan produk melalui strategi digital *marketing* yang lebih efektif dan efisien. Selain teknologi, kebijakan pemerintah memainkan peran penting dalam mendukung ekosistem kewirausahaan bagi Generasi Z. Program-program seperti bantuan modal usaha, insentif pajak, dan pendanaan *startup* telah memberikan peluang yang lebih besar bagi wirausaha muda untuk berkembang (Judijanto & Apriyanto, 2025). Kewirausahaan berperan sebagai sarana pembelajaran yang efektif untuk melatih kemampuan berpikir kritis, inovasi berkelanjutan, serta responsivitas terhadap perubahan teknologi, termasuk potensi disrupsi akibat otomatisasi dan kecerdasan buatan.

Di sisi lain, aktivitas kewirausahaan Generasi Z tidak semata-mata dibentuk oleh kemajuan teknologi, melainkan juga dipengaruhi oleh pergeseran nilai sosial dan dinamika

ekonomi global. Generasi ini menunjukkan kecenderungan yang lebih kuat untuk mengembangkan model bisnis yang menekankan prinsip keberlanjutan, kepedulian terhadap lingkungan, serta inklusivitas sosial dibandingkan generasi sebelumnya. Orientasi mereka tidak hanya berfokus pada pencapaian keuntungan finansial, tetapi juga pada penciptaan dampak sosial yang bermakna. Hal tersebut mendorong berkembangnya praktik kewirausahaan berbasis nilai, seperti kewirausahaan sosial (*social entrepreneurship*) dan bisnis berkelanjutan (*sustainable business*), yang semakin diminati dan diadopsi oleh kalangan wirausaha muda (Wilis & Aziz, 2022). Studi sebelumnya menunjukkan bahwa Generasi Z lebih tertarik pada bisnis yang tidak hanya menguntungkan secara finansial tetapi juga memiliki dampak sosial yang signifikan (Berliawan et al., 2024).

Preferensi Gen Z terhadap fleksibilitas dan otonomi kerja juga menjadi faktor pendorong utama. Dibandingkan generasi sebelumnya, Gen Z cenderung mengutamakan kebebasan dalam mengatur waktu, ruang, dan pola kerja (Ulya, 2025). Aktivitas kewirausahaan menyediakan ruang untuk aktualisasi diri, eksplorasi kreativitas, serta percepatan pencapaian kemandirian finansial. Meningkatnya kesadaran finansial di kalangan Gen Z turut memperkuat relevansi kewirausahaan. Generasi ini menunjukkan kecenderungan untuk merencanakan stabilitas finansial jangka panjang, termasuk persiapan masa pensiun sejak usia produktif awal (Suharto et al., 2023). Dalam kondisi ekonomi pascapandemi yang belum sepenuhnya stabil, kewirausahaan dipandang sebagai salah satu strategi untuk membangun ketahanan dan keberlanjutan finansial.

Dengan demikian, keterlibatan Gen Z dalam kewirausahaan tidak dapat dipandang sekadar sebagai fenomena tren generasional, melainkan sebagai kebutuhan strategis dalam merespons tantangan ketenagakerjaan, disrupsi teknologi, serta peluang ekonomi digital yang semakin berkembang. Tantangan yang dihadapi Generasi Z dalam mempertahankan konsistensi berwirausaha bersifat multidimensional, mencakup aspek psikologis, manajerial, serta tekanan lingkungan eksternal. Kompleksitas faktor-faktor tersebut berkontribusi terhadap tingginya tingkat inkonsistensi dan keberhentian usaha pada tahap awal.

Motivasi berwirausaha pada sebagian Gen Z cenderung bersifat situasional dan dipengaruhi oleh dinamika tren digital. Paparan terhadap *influencer*, narasi kesuksesan instan, serta fenomena *Fear of Missing Out* (FOMO) sering kali mendorong munculnya niat berwirausaha yang kurang didasari perencanaan matang (Setiari & Pradhana, 2025). Konsekuensinya, ketika individu menghadapi hambatan awal, komitmen tersebut mudah melemah. Fenomena ini juga memunculkan kecenderungan “*coming soon effect*”, yakni pengumuman rencana bisnis secara antusias di media sosial tanpa diikuti implementasi yang

konsisten dan berkelanjutan. Selain itu hambatan psikologis menjadi faktor signifikan dalam menjaga keberlanjutan usaha. Gen Z menunjukkan kecenderungan terhadap *fear of failure*, *overthinking*, serta standar perfeksionisme yang tinggi. Tuntutan untuk menampilkan citra ideal di ruang digital sering kali menyebabkan penundaan peluncuran produk atau layanan karena dianggap belum memenuhi ekspektasi visual maupun kualitas yang diharapkan. Kondisi ini menciptakan siklus prokrastinasi yang menghambat proses eksekusi.

Menurut Setiari & Pradhana (2025) Keterbatasan dalam perencanaan strategis dan kompetensi manajerial turut menjadi kendala. Banyak pelaku usaha muda memulai bisnis secara spontan tanpa penyusunan *business plan*, perencanaan operasional, maupun strategi pemasaran yang terstruktur. Walaupun memiliki kreativitas dan kemampuan branding visual yang baik, kelemahan dalam aspek manajemen seperti pengelolaan waktu, konsistensi produksi, serta evaluasi kinerja menghambat transformasi ide menjadi aktivitas bisnis yang berkelanjutan. Selain itu menurut Banjarnahor & Sari (2023) Rendahnya literasi keuangan dan keterbatasan modal memperbesar risiko kegagalan usaha. Ketidakmampuan dalam mengelola arus kas, menentukan struktur biaya, serta memisahkan keuangan pribadi dan bisnis menjadi persoalan mendasar. Sumber pendanaan yang sering kali berasal dari dana pribadi menimbulkan tekanan psikologis tambahan karena risiko kerugian dirasakan secara langsung dan personal.

Meskipun dikenal sebagai generasi *digital native*, kompetensi digital yang dimiliki tidak selalu komprehensif. Penguasaan media sosial untuk tujuan hiburan tidak secara otomatis berbanding lurus dengan kemampuan mengelola platform digital secara strategis. Aspek seperti analisis data konsumen, optimasi algoritma, keamanan siber, serta pengelolaan *e-commerce* masih menjadi tantangan dalam mendukung keberlanjutan usaha (Prihatiningsih et al., 2025). Karakteristik generasi yang terbiasa dengan kecepatan informasi dan hasil instan turut memengaruhi daya tahan dalam menghadapi proses bisnis yang bersifat jangka panjang dan repetitif. Ketika hasil tidak segera terlihat, motivasi cenderung menurun, sehingga konsistensi menjadi sulit dipertahankan.

Tekanan eksternal dari lingkungan akademik maupun keluarga turut memengaruhi konsistensi berwirausaha (Sitohang et al., 2026). Beban akademik seperti tugas perkuliahan, praktik, dan penyusunan skripsi sering kali menyebabkan pergeseran prioritas. Di sisi lain, ekspektasi keluarga terhadap stabilitas pekerjaan formal dapat menimbulkan ambivalensi dalam pengambilan keputusan jangka panjang, sehingga komitmen terhadap usaha menjadi kurang solid. Perubahan pola kewirausahaan Generasi Z ini juga berkaitan dengan faktor pendidikan dan kebijakan pemerintah. Program-program edukasi kewirausahaan yang

dikembangkan di perguruan tinggi dan berbagai inisiatif pemerintah dalam mendukung *startup* telah memberikan stimulus bagi generasi muda untuk lebih aktif dalam dunia usaha. Selain itu, akses terhadap modal melalui skema *crowdfunding* dan modal ventura berbasis digital juga telah mempercepat pertumbuhan bisnis yang dijalankan oleh Generasi Z (Wardani et al., 2024)

Dengan demikian, tantangan konsistensi berwirausaha pada Gen Z tidak hanya berkaitan dengan aspek teknis bisnis, tetapi juga melibatkan kesiapan psikologis, kedewasaan manajerial, serta dukungan lingkungan yang kondusif. Analisis terhadap faktor-faktor tersebut menjadi penting dalam merancang intervensi pendidikan kewirausahaan yang lebih efektif dan berkelanjutan.

2. KAJIAN TEORITIS

Landasan Teori Utama

Theory of Planned Behavior

Theory of Planned Behavior (TPB) yang dikembangkan oleh Azjen (1991) merupakan salah satu kerangka teoretis yang paling banyak digunakan dalam menjelaskan niat berwirausaha. Teori ini menyatakan bahwa niat seseorang untuk melakukan suatu perilaku, termasuk memulai usaha, dipengaruhi oleh tiga faktor utama, yaitu sikap terhadap perilaku, norma subjektif, dan kontrol perilaku yang dipersepsikan (Burhannudin et al., 2026).

Sikap terhadap perilaku merujuk pada sejauh mana individu memiliki penilaian positif atau negatif terhadap kewirausahaan. Dalam konteks Generasi Z, wirausaha sering dipandang sebagai sarana untuk mencapai kemandirian finansial, fleksibilitas kerja, serta ruang untuk menyalurkan kreativitas (Sitohang et al., 2026). Norma subjektif berkaitan dengan persepsi individu terhadap dukungan atau tekanan sosial dari lingkungan sekitar, seperti keluarga, teman sebaya, maupun pengaruh media sosial, yang dapat memperkuat keyakinan untuk memilih jalur wirausaha (Setiari & Pradhana, 2025). Sementara itu, kontrol perilaku yang dipersepsikan mencerminkan keyakinan individu atas kemampuannya dalam mengelola tindakan, menghadapi risiko, serta mengatasi tantangan dalam menjalankan usaha (Burhannudin et al., 2026). Ketiga komponen tersebut secara simultan membentuk intensi kewirausahaan Generasi Z, yang pada akhirnya berperan penting dalam mendorong realisasi perilaku wirausaha secara nyata.

Self-Efficacy Theory

Lebih lanjut, Teori yang dikemukakan oleh Bandura (1971) menegaskan bahwa kepercayaan individu terhadap kemampuannya dalam menyelesaikan suatu tugas secara efektif berperan penting dalam menentukan perilaku yang diambil. Dalam konteks penelitian ini,

efikasi diri diposisikan sebagai variabel yang memengaruhi kesiapan psikologis Generasi Z untuk memulai usaha baru, menghadapi tantangan, serta mampu bangkit ketika mengalami kegagalan (Hasan et al., 2021).

Penelitian yang dilakukan oleh Zhao et al. (2005) memberikan kontribusi penting dalam memahami mekanisme psikologis yang mendasari terbentuknya niat berwirausaha. Studi tersebut menekankan bahwa *self-efficacy* atau efikasi diri berperan sebagai variabel mediasi dalam hubungan antara faktor-faktor individu seperti pengalaman belajar dan karakteristik kepribadian dengan intensi kewirausahaan.

Social Support Theory

Dalam penelitian Sitohang et al. (2026) Teori ini menegaskan bahwa lingkungan terdekat, khususnya keluarga, memiliki peran strategis sebagai penyangga (*buffer*) terhadap tekanan psikologis yang dihadapi individu. Dalam konteks kewirausahaan, dukungan sosial dari keluarga baik dalam bentuk emosional (motivasi dan empati), informasional (nasihat dan arahan), maupun instrumental (bantuan fasilitas atau modal) berkontribusi dalam memperkuat ketahanan psikologis. Dukungan tersebut membantu mahasiswa mengurangi kecemasan, meningkatkan rasa aman, serta membangun keberanian dalam menghadapi risiko dan ketidakpastian bisnis. Dengan demikian, keberadaan keluarga sebagai sistem pendukung menjadi faktor penting dalam menjaga stabilitas mental sekaligus mendorong keberanian untuk memulai dan mempertahankan usaha.

Lebih lanjut menurut Hewen & Che Omar (2025) menemukan bahwa penelitian tentang peran dukungan sosial dalam intensi kewirausahaan meningkat secara signifikan setelah 2020, menunjukkan bahwa hubungan antara dukungan sosial dan *entrepreneurial intention* kini dipahami tidak hanya sebagai hubungan langsung, tetapi juga sebagai dinamika sosial yang kompleks yang melibatkan variabel lain seperti sikap kewirausahaan dan faktor kognitif lainnya.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini mengadopsi pendekatan *systematic literature review* sebagai metode utama untuk mengidentifikasi, mengevaluasi, dan mengintegrasikan berbagai temuan empiris yang relevan terkait determinan niat berwirausaha pada Generasi Z. Pendekatan ini dipilih untuk memungkinkan penyusunan sintesis konseptual yang komprehensif berdasarkan hasil penelitian terdahulu, tanpa melibatkan pengumpulan data primer melalui eksperimen maupun observasi lapangan.

Proses penelusuran literatur dilakukan secara terstruktur dan terencana dengan memanfaatkan berbagai basis data akademik bereputasi, antara lain *Google Scholar*, *ResearchGate*, *Directory of Open Access Journals*, serta perangkat penelusuran sitasi ilmiah seperti *Publish or Perish*. Pemilihan sumber-sumber tersebut bertujuan untuk memastikan kredibilitas, relevansi, serta keterbaruan artikel yang dianalisis dalam penelitian ini.

Artikel yang dianalisis dalam kajian ini diseleksi melalui proses penelusuran menggunakan sejumlah kata kunci yang relevan, antara lain “*entrepreneurial intention*”, “*Generation Z*”, “*youth entrepreneurship*”, “*entrepreneurial education*”, “*digital entrepreneurship*”, serta “*self-efficacy in entrepreneurship*”. Penggunaan kata kunci tersebut bertujuan untuk mengidentifikasi literatur yang secara spesifik membahas determinan niat berwirausaha pada kelompok generasi muda, khususnya Generasi Z.

Adapun kriteria inklusi yang diterapkan dalam proses seleksi meliputi: (1) artikel yang mengkaji niat berwirausaha pada generasi muda dengan fokus utama pada Generasi Z; (2) penelitian yang menggunakan pendekatan kuantitatif, kualitatif, maupun metode campuran dengan penekanan pada faktor-faktor yang memengaruhi niat berwirausaha; (3) publikasi yang diterbitkan dalam rentang waktu 2020 hingga 2025 guna menjamin relevansi dan kebaruan temuan; serta (4) artikel yang tersedia dalam bentuk teks lengkap dan menyajikan uraian metodologis secara jelas dan memadai.

Sementara itu, kriteria eksklusi mencakup: (1) artikel berupa opini, editorial, maupun publikasi non-ilmiah yang tidak melalui proses penelaahan akademik; (2) studi yang tidak relevan dengan konteks Generasi Z atau tidak secara eksplisit membahas aspek niat kewirausahaan; serta (3) publikasi yang tidak tersedia dalam versi teks lengkap atau tidak menjelaskan prosedur metodologi penelitian secara transparan.

Melalui penerapan kriteria seleksi tersebut, penelitian ini diharapkan mampu menghasilkan pemetaan yang sistematis dan berbasis bukti mengenai faktor-faktor dominan yang memengaruhi niat berwirausaha pada Generasi Z, sekaligus memperkuat landasan konseptual bagi pengembangan penelitian lanjutan di bidang kewirausahaan generasional.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil dari berbagai penelitian dan kegiatan pengabdian masyarakat yang tercantum dalam sumber-sumber tersebut secara garis besar menunjukkan bahwa pendidikan kewirausahaan, dukungan keluarga, efikasi diri, dan literasi digital memiliki pengaruh signifikan terhadap minat serta kemampuan berwirausaha Generasi Z.

Hasil penelitian Syahni (2025) menunjukkan bahwa pendidikan kewirausahaan dan konsep diri memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap niat berwirausaha pada mahasiswa Generasi Z. Di antara kedua variabel tersebut, pendidikan kewirausahaan terbukti menjadi prediktor yang paling dominan dalam membentuk intensi kewirausahaan. Temuan ini mengindikasikan bahwa proses pembelajaran yang terstruktur dan terencana berperan penting dalam menumbuhkan orientasi kewirausahaan. Selain itu, dalam penelitian (Ulya, 2025) & (Novita et al., 2025) implementasi kurikulum yang mengintegrasikan pengalaman praktis seperti simulasi bisnis, proyek kewirausahaan, dan praktik lapangan terbukti lebih efektif dalam meningkatkan minat berwirausaha dibandingkan pendekatan yang bersifat teoritis semata.

Dukungan Keluarga berperan penting melalui dukungan emosional, keteladanan, dan bantuan fasilitas yang memperkuat kepercayaan diri anak. Menariknya penelitian yang dilakukan oleh Sitohang et al. (2026) menunjukkan bahwa pengaruh dukungan keluarga bahkan lebih kuat dibandingkan pendidikan formal dalam memengaruhi niat berwirausaha Gen Z.

Temuan penelitian menunjukkan bahwa pengetahuan kewirausahaan memiliki pengaruh signifikan terhadap pembentukan efikasi diri, yang selanjutnya berkontribusi pada peningkatan niat berwirausaha (Hasan et al., 2021). Hubungan ini mengindikasikan adanya mekanisme mediasi, di mana pemahaman konseptual dan teknis mengenai kewirausahaan memperkuat keyakinan individu terhadap kemampuannya dalam menjalankan usaha.

Efikasi diri menjadi faktor internal yang sangat dominan dalam mendorong intensi kewirausahaan, karena individu yang memiliki tingkat kepercayaan diri tinggi terhadap kompetensinya cenderung lebih berani mengambil risiko, menghadapi ketidakpastian, serta bertahan dalam proses bisnis yang penuh tantangan (Novita et al., 2025). Dengan demikian, penguatan pengetahuan kewirausahaan tidak hanya meningkatkan aspek kognitif, tetapi juga memperkuat kesiapan psikologis Generasi Z untuk terlibat dalam aktivitas wirausaha.

Penguasaan literasi digital, yang mencakup kemampuan dalam pengelolaan media sosial, analisis data, serta strategi pemasaran digital, terbukti berkontribusi positif terhadap peningkatan kepercayaan diri Generasi Z dalam memanfaatkan teknologi sebagai sarana pengembangan usaha. Kompetensi ini memungkinkan individu untuk mengoptimalkan platform digital secara lebih strategis, tidak hanya sebagai media komunikasi, tetapi juga sebagai instrumen penciptaan nilai dan perluasan pasar (Banjarnahor & Sari, 2023).

Lebih lanjut, hasil evaluasi program pelatihan literasi digital oleh Burhannudin et al. (2026) menunjukkan peningkatan pemahaman yang sangat signifikan. Sebagai ilustrasi, terjadi

kenaikan skor rata-rata peserta dari 45% sebelum pelatihan menjadi 85% setelah pelatihan dilaksanakan. Temuan ini mengindikasikan bahwa intervensi edukatif yang terstruktur mampu memperkuat kapasitas digital sekaligus meningkatkan kesiapan kewirausahaan pada Generasi Z.

Hasil penelitian Ariyanto (2022) menunjukkan bahwa nilai-nilai kewirausahaan, dukungan lingkungan keluarga, serta efikasi diri secara simultan memberikan kontribusi sebesar 59,5% terhadap pembentukan kemampuan berwirausaha pada pelaku usaha muda. Temuan ini mengindikasikan bahwa kapasitas kewirausahaan tidak hanya ditentukan oleh faktor individual, tetapi juga dipengaruhi oleh sistem nilai dan dukungan sosial yang membentuk kesiapan individu dalam menjalankan usaha.

Secara umum, berbagai studi tersebut menegaskan bahwa penguatan mentalitas kewirausahaan, pengembangan keterampilan praktis, serta keberadaan ekosistem pendukung baik dari institusi pendidikan maupun lingkungan keluarga merupakan determinan utama dalam mentransformasikan potensi digital Generasi Z menjadi aktivitas kewirausahaan yang konsisten dan berkelanjutan (Ulya, 2025). Dengan demikian, keberhasilan pengembangan kewirausahaan pada Gen Z memerlukan pendekatan holistik yang mengintegrasikan aspek psikologis, kompetensi teknis, dan dukungan lingkungan secara simultan (Prihatiningsih et al., 2025).

5. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil sintesis berbagai penelitian, dapat disimpulkan bahwa pendidikan kewirausahaan, dukungan keluarga, efikasi diri, dan literasi digital merupakan faktor-faktor kunci yang secara signifikan memengaruhi minat serta kemampuan berwirausaha Generasi Z. Pendidikan kewirausahaan terbukti menjadi prediktor dominan dalam membentuk niat berwirausaha, terutama ketika proses pembelajaran dirancang secara aplikatif melalui simulasi bisnis, proyek kewirausahaan, dan praktik lapangan.

Di sisi lain, dukungan keluarga memiliki kontribusi yang tidak kalah penting, bahkan dalam beberapa temuan lebih kuat dibandingkan pendidikan formal. Dukungan emosional, keteladanan, serta fasilitasi sumber daya dari keluarga mampu memperkuat rasa percaya diri dan keberanian individu dalam mengambil keputusan kewirausahaan.

Efikasi diri berperan sebagai faktor psikologis internal yang memediasi hubungan antara pengetahuan kewirausahaan dan niat berwirausaha. Individu yang memiliki tingkat keyakinan diri yang tinggi terhadap kemampuannya cenderung lebih siap menghadapi risiko, ketidakpastian, dan tantangan dalam menjalankan usaha. Sementara itu, literasi digital

memperkuat kesiapan teknis Generasi Z dalam memanfaatkan teknologi sebagai sarana penciptaan nilai ekonomi, yang terbukti dapat ditingkatkan secara signifikan melalui intervensi pelatihan yang terstruktur.

Secara simultan, kombinasi nilai kewirausahaan, dukungan keluarga, dan efikasi diri memberikan kontribusi substansial terhadap pembentukan kemampuan berwirausaha. Oleh karena itu, pengembangan kewirausahaan pada Generasi Z tidak dapat dilakukan secara parsial, melainkan memerlukan pendekatan holistik yang mengintegrasikan aspek pendidikan, penguatan psikologis, penguasaan keterampilan digital, serta penciptaan ekosistem pendukung yang kondusif. Pendekatan terpadu ini menjadi fondasi strategis dalam mentransformasikan potensi digital Generasi Z menjadi aktivitas kewirausahaan yang konsisten dan berkelanjutan.

DAFTAR REFERENSI

- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Ariyanto, A. I. (2022). Pengaruh nilai-nilai kewirausahaan, lingkungan keluarga dan efikasi diri terhadap kemampuan berwirausaha: Studi pada pelaku usaha Gen Z di Surabaya. *Gemah Ripah: Jurnal Bisnis*.
- Bandura, A. (1971). *Social learning theory*. Stanford University Press.
- Banjarnahor, A. R., & Sari, O. H. (2023). Meningkatkan minat berwirausaha generasi Z melalui literasi digital di era teknologi. *Jurnal Penelitian Bisnis dan Manajemen*.
- Berliawan, F. B., Suharto, A., & Tyas, W. M. (2024). Kepribadian, lingkungan keluarga dan pendidikan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha Generasi Z Banyuwangi. *Journal of Management and Business (JOMB)*, 6(1). <https://doi.org/10.31539/jomb.v6i1.7090>
- Burhannudin, Riza, & Usaid, P. Y. (2026). Gen Z melek bisnis kreatif: Kekuatan literasi ekonomi dan kewirausahaan pemuda di Kabupaten Hulu Sungai Tengah. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bangsa*, 3(11). <https://doi.org/10.59837/jpmba.v3i11.3801>
- Hasan, M., Shofa, N., Thaief, I., Ahmad, M. I. S., & Tahir, T. (2021). Bagaimana pengetahuan kewirausahaan mempengaruhi minat berwirausaha Generasi Z melalui efikasi diri? *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 9(2). <https://doi.org/10.23887/ekuitas.v9i2.36975>
- Hewen, Y., & Che Omar, A. R. (2025). The catalytic role of social support in entrepreneurial intention: A systematic literature review. *International Journal of Innovative Research and Scientific Studies*, 8(6). <https://doi.org/10.53894/ijirss.v8i6.9523>
- Judijanto, L., & Apriyanto. (2025). Pemetaan evolusi kewirausahaan Generasi Z dengan analisis bibliometrik. *Sanskara Ekonomi dan Kewirausahaan*, 3(2). <https://doi.org/10.58812/sek.v3i02.530>
- Lubis, H. A. S., & Handayani, R. (2023). *Generasi Z dan entrepreneurship*. Bypass.
- Novita, Y., Sukma, R., & Ilgiansyah, Y. (2025). Faktor-faktor yang mempengaruhi niat berwirausaha pada Generasi Z. *Jurnal Pendidikan Sosial dan Humaniora*, 4.

- Prihatiningsih, M., Subagya, Y. H., Lona, Rafli, M., & Felix, V. (2025). Pelatihan digital marketing menuju entrepreneurship yang produktif dan inovatif era Gen Z. *Mandalika Journal of Community Services*.
- Setiari, N. P. P., & Pradhana, I. P. D. (2025). Generasi “coming soon”: Mengapa Gen Z sulit konsisten berwirausaha? *ECo-Buss: Economics and Business*, 8(2). <https://doi.org/10.32877/eb.v8i2.3410>
- Sitohang, M. D., Sinaga, E., Banjarnahor, Y. E., Yohana, L., Lumbantungkup, M., Manalu, M. M., & Tambunan, K. E. (2026). Pengaruh pendidikan kewirausahaan dan dukungan keluarga terhadap minat berwirausaha di kalangan Gen Z. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*.
- Suharto, A., Sari, M. I., Supeni, R. E., & Rozaid, Y. (2023). Pendampingan ekonomi kreatif wirausaha Gen Z. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Manage*.
- Syahni, A. R. (2025). Analisis pengaruh entrepreneurship education dan self-concept terhadap entrepreneurial intention mahasiswa Gen Z.
- Ulya, M. (2025). Analisis pendidikan kewirausahaan dan latar belakang keluarga terhadap keinginan berwirausaha (Studi Generasi Z di Jakarta). *Jurnal Muhammadiyah Manajemen Bisnis*.
- Wardani, S. I., Widayani, A., Latifah, N., Rachmawati, I., & Normawati, R. A. (2024). Edukasi kewirausahaan dalam membangkitkan jiwa entrepreneur bagi Generasi Z. *Journal of Global and Multidisciplinary*.
- Wilis, R. A., & Aziz, A. (2022). Kewirausahaan dan teknologi di era Generasi Z. *Jurnal Ilmu Siber (JIS)*.
- Zhao, H., Seibert, S. E., & Hills, G. E. (2005). The mediating role of self-efficacy in the development of entrepreneurial intentions. *Journal of Applied Psychology*, 90(6), 1265–1272. <https://doi.org/10.1037/0021-9010.90.6.1265>