

## WIRAUSAHA DI KALANGAN GEN Z: STUDI KASUS USAHA KEDAI KOPI, JUS, AKSESORIS, DAN CAKE DI TASIKMALAYA

Risbon Sianturi<sup>1\*</sup>, Anggi Novita Fitriani<sup>2</sup>, Nida Samrotul Puadah<sup>3</sup>, Nurlaila<sup>4</sup>

<sup>1,2,3,4</sup>Universitas Pendidikan Indonesia

\* Corresponding Email : [nidasamrotulpuadah22@upi.edu](mailto:nidasamrotulpuadah22@upi.edu)

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kewirausahaan Generasi Zillennial di Tasikmalaya melalui studi kasus empat pelaku usaha muda dalam bidang kopi, jus, aksesoris manik-manik, dan bento cake. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus untuk menggali pengalaman dan strategi bisnis mereka. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan pemilik usaha. Hasil penelitian menunjukkan bahwa inovasi, adaptasi terhadap tren pasar, dan penggunaan media sosial sebagai alat promosi adalah faktor kunci keberhasilan mereka. Wirausahawan muda ini memanfaatkan teknologi digital untuk memperluas jangkauan bisnis, mengatasi tantangan pasar, dan menciptakan nilai tambah bagi konsumen. Penelitian ini menyimpulkan bahwa kewirausahaan di kalangan Generasi Zillennial tidak hanya menjadi alternatif karir, tetapi juga wadah untuk berinovasi dan menciptakan dampak sosial.

**Kata Kunci :** Kewirausahaan, Generasi Zillennial, inovasi, media sosial, studi kasus

### ABSTRACT

*This study aims to analyze the entrepreneurship of the Zillennial Generation in Tasikmalaya through a case study of four young business actors in the fields of coffee, juice, beaded accessories, and bento cake. This research uses a qualitative method with a case study approach to explore their business experiences and strategies. Data was collected through in-depth interviews with business owners. The results of the study show that innovation, adaptation to market trends, and the use of social media as a promotional tool are key factors for their success. These young entrepreneurs are leveraging digital technology to expand their business reach, overcome market challenges, and create added value for consumers. This study concludes that entrepreneurship among the Zillennial Generation is not only an alternative career, but also a forum for innovation and creating social impact.*

**Keywords :** Entrepreneurship, Generation Zillennial, innovation, social media, case studies

### PENDAHULUAN

Dalam era modern yang ditandai oleh pesatnya perkembangan teknologi dan digitalisasi, pola pikir dan perilaku generasi muda mengalami perubahan signifikan, khususnya Generasi Zillennial. Generasi ini, yang merupakan peralihan antara Generasi Z dan Milenial, dibentuk oleh pengalaman tumbuh dalam dunia yang terhubung secara digital dan penuh inovasi. Keberadaan internet, media sosial, serta kemajuan teknologi

telah menjadi bagian integral dari kehidupan sehari-hari mereka, mempengaruhi cara mereka bekerja, berkomunikasi, dan terutama, berbisnis. Kemajuan zaman yang pesat tidak dapat dipungkiri sehingga mempengaruhi aktivitas masyarakat di seluruh dunia, terutama dalam era digitalisasi saat ini. Generasi Zillennial, yang sering dipahami sebagai transisi antara Generasi Z dan Milenial, memiliki karakteristik unik dalam menghadapi dunia kerja dan bisnis. Mereka lahir di tengah perkembangan teknologi yang pesat, globalisasi, dan transformasi digital, yang mengubah banyak aspek kehidupan, termasuk kewirausahaan (Prensky, 2001). Hal ini tidak terlepas dari jumlah pengguna media sosial di seluruh dunia yang mencapai 4,76 miliar per Januari 2023 (Databoks, 2023),

Generasi Zillennial, sebagai pelaku usaha, memiliki karakteristik yang berbeda dibandingkan generasi sebelumnya. Mereka tidak hanya termotivasi oleh keinginan untuk meraih keuntungan semata, tetapi juga terdorong oleh keinginan untuk menciptakan dampak sosial dan lingkungan. Fenomena ini terlihat dalam semakin banyaknya bisnis yang mengedepankan nilai-nilai keberlanjutan (*sustainability*), inovasi sosial, serta tanggung jawab sosial perusahaan (*corporate social responsibility*). Pelaku usaha Zillennial cenderung memandang bisnis sebagai sarana untuk memberi kontribusi nyata terhadap permasalahan global seperti perubahan iklim, kesetaraan gender, dan pengentasan kemiskinan. Salah satu faktor pendorong peningkatan perekonomian Indonesia adalah Kewirausahaan (Abdurrohman dan Salam, 2023). Kreativitas dan inovasi adalah kombinasi bagi kewirausahaan (Dewi & Soediro, 2022) dapat optimal berkreasi (Asnawati, 2021) menjadi metode yang mampu mendorong pertumbuhan ekonomi (Boldureanu et al., 2018) serta mampu mengurangi proporsi pengangguran (Asnawati, 2021). Perlu pengetahuan untuk pengembangan bisnis yang harus dimulai sejak dini guna melatih kemampuan wirausaha (Anggiani et al., 2022).

Selain itu, motivasi utama generasi ini dalam memulai usaha seringkali berkaitan dengan keinginan untuk meraih kemandirian finansial dan kebebasan dalam berkarya. Mereka mencari fleksibilitas waktu dan ruang, serta kesempatan untuk mengekspresikan kreativitas tanpa batasan birokrasi. Digitalisasi, yang memungkinkan usaha dilakukan dari mana saja dan kapan saja, memberikan peluang besar bagi generasi ini untuk menciptakan model bisnis yang lebih dinamis dan responsif terhadap kebutuhan pasar yang terus berkembang. Di sisi lain, teknologi juga membuka peluang bagi Zillennial untuk membangun bisnis dengan modal yang lebih rendah dan risiko yang lebih terukur. E-commerce, startup digital, hingga platform media sosial menjadi alat utama yang digunakan untuk menjangkau pasar secara lebih luas dengan biaya yang efisien. Hal ini memberikan mereka daya dorong untuk memanfaatkan teknologi guna menciptakan nilai tambah bagi konsumen, sambil tetap mempertahankan relevansi bisnis mereka di pasar yang semakin kompetitif. Diketahui Indonesia merupakan salah satu pasar digital dengan pertumbuhan tercepat di dunia. Pada tahun 2022 dan diperkirakan akan bertumbuh di tahun-tahun selanjutnya, seluruh sektor dapat memaksimalkan pertumbuhan ekonomi digital dengan memanfaatkan inovasi teknologi di bidang pemasaran digital (Sudalyono dkk, 2023).

Wirausaha merupakan salah satu sektor yang sangat potensial bagi generasi muda saat ini, terutama Gen Z yang dikenal dengan kreativitas dan kemampuannya beradaptasi terhadap perkembangan teknologi. Banyak dari mereka yang memanfaatkan peluang usaha untuk mengekspresikan kreativitas sembari menciptakan sumber

pendapatan mandiri. Di tengah tantangan ekonomi dan persaingan yang semakin ketat, kemampuan Gen Z dalam berinovasi menjadi kunci keberhasilan mereka dalam membangun bisnis.

Kewirausahaan memiliki banyak manfaat bagi generasi milenial dan generasi Z, terutama dalam konteks pengembangan keterampilan, penciptaan lapangan kerja, dan kontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi. Pertama, kewirausahaan memberikan kesempatan bagi generasi muda untuk mengembangkan keterampilan yang diperlukan dalam dunia kerja. Menurut penelitian oleh Mamari et al. (Mamari et al., 2020), keterampilan seperti inovasi dan kreativitas sangat penting dalam mengembangkan kegiatan kewirausahaan. Hal ini menunjukkan bahwa generasi muda yang terlibat dalam kewirausahaan dapat meningkatkan kemampuan mereka dalam menghadapi tantangan di pasar kerja yang kompetitif. Selanjutnya, kewirausahaan juga berfungsi sebagai alat untuk menciptakan lapangan kerja. Ojeda-Beltrán Ojeda-Beltrán (2023) mencatat bahwa pendidikan kewirausahaan yang efektif dapat membantu generasi muda mengatasi hambatan dalam memulai usaha, sehingga mereka dapat berkontribusi dalam menciptakan peluang kerja bagi diri mereka sendiri dan orang lain. Dengan demikian, kewirausahaan tidak hanya bermanfaat bagi individu, tetapi juga bagi masyarakat secara keseluruhan, dengan mengurangi tingkat pengangguran dan meningkatkan kesejahteraan ekonomi. Selain itu, kewirausahaan dapat meningkatkan rasa percaya diri dan kemandirian di kalangan generasi muda. Fayolle et al. (2014) menekankan bahwa nilai-nilai dan motivasi yang terkait dengan kewirausahaan dapat mempengaruhi sikap generasi muda terhadap risiko dan ketidakpastian, yang pada gilirannya dapat meningkatkan keberanian mereka untuk mengambil inisiatif dalam menjalankan usaha. Hal ini penting dalam membangun karakter dan mentalitas yang diperlukan untuk sukses dalam dunia bisnis. Kewirausahaan juga berkontribusi pada inovasi dan pengembangan produk baru. Meskipun penelitian oleh Meyer et al. (2017) lebih fokus pada stereotip gender dalam kewirausahaan, hal ini menunjukkan bahwa generasi muda memiliki potensi untuk berinovasi dalam konteks yang lebih luas. Dengan memanfaatkan teknologi dan sumber daya yang ada, generasi muda dapat menciptakan solusi baru yang dapat memenuhi kebutuhan pasar dan meningkatkan kualitas hidup masyarakat. Akhirnya, kewirausahaan dapat berperan dalam membangun jaringan sosial yang kuat.

Biney Biney (2023) mencatat bahwa melalui kegiatan kewirausahaan, generasi muda dapat membangun hubungan dengan berbagai pemangku kepentingan, termasuk mentor, investor, dan pelanggan. Jaringan ini tidak hanya membantu dalam pengembangan usaha, tetapi juga memberikan dukungan sosial yang penting bagi individu dalam menghadapi tantangan kewirausahaan. Secara keseluruhan, kewirausahaan menawarkan berbagai manfaat yang signifikan bagi generasi milenial dan Z, mulai dari pengembangan keterampilan hingga penciptaan lapangan kerja dan inovasi. Oleh karena itu, penting bagi pemerintah dan lembaga pendidikan untuk mendukung inisiatif kewirausahaan di kalangan generasi muda agar mereka dapat memanfaatkan potensi ini secara maksimal.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus untuk menggali lebih dalam pengalaman pelaku usaha muda di Tasikmalaya. Menurut Creswell (1998, seperti yang dikutip dalam Assyakurrohim et al., 2023), Studi kasus merupakan penelitian dimana peneliti menggali suatu fenomena tertentu (kasus) dalam suatu waktu dan kegiatan (program, even, proses, institusi atau kelompok sosial) serta mengumpulkan informasi secara terinci dan mendalam dengan menggunakan berbagai prosedur pengumpulan data selama periode tertentu. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan empat pelaku usaha yang telah berhasil menjalankan bisnis mereka, yaitu pemilik Kedai Kopi, Kedai Jus, usaha Aksesoris Manik-manik, dan usaha Bento Cake. Masing-masing narasumber memberikan wawasan berharga tentang bagaimana mereka memulai usaha, tantangan yang mereka hadapi di sepanjang perjalanan bisnis, strategi yang diterapkan untuk mencapai kesuksesan, serta inovasi yang mereka lakukan untuk tetap relevan di pasar. Informasi ini tidak hanya memberikan gambaran tentang aspek praktis menjalankan usaha, tetapi juga menggali motivasi dan nilai-nilai yang mendasari keputusan mereka untuk menjadi entrepreneur.

Wawancara dilakukan secara langsung dengan menggunakan pedoman wawancara semi-terstruktur, yang dirancang untuk memberikan fleksibilitas dalam proses tanya jawab. Pendekatan ini memungkinkan narasumber untuk menceritakan pengalaman pribadi mereka secara lebih mendalam dan menjelaskan konteks yang mungkin tidak terungkap dalam pertanyaan tertutup. Dengan cara ini, peneliti dapat memperoleh data yang kaya dan beragam, yang mencerminkan pandangan unik setiap pelaku usaha. Hasil wawancara diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih luas mengenai dinamika dunia wirausaha, serta menyoroti faktor-faktor kunci yang mendukung keberhasilan usaha di kalangan generasi muda di Tasikmalaya. Melalui penelitian ini, diharapkan dapat dihasilkan rekomendasi yang bermanfaat bagi calon entrepreneur dan pemangku kebijakan untuk mendukung perkembangan usaha kecil dan menengah.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **A. Kedai Kopi**

#### **Latar Belakang Usaha**

Kedai kopi yang dikelola oleh Iqbal dan timnya ini berawal dari inisiatif sederhana pada Januari. Dengan modal awal sebesar Rp 5-7 juta, Iqbal, yang juga bertindak sebagai head barista, memulai usaha ini bersama tiga orang temannya. Kedai ini tidak hanya menjual kopi, tetapi juga menawarkan tempat yang nyaman bagi mahasiswa untuk berkumpul dan berdiskusi. Kedai ini kemudian menjadi salah satu tempat favorit mahasiswa karena suasananya yang kondusif untuk belajar dan berkreaitivitas. Motivasi utama Iqbal dalam memulai usaha ini adalah prinsip "learning by doing", di mana dia ingin belajar langsung dari praktik bisnis tanpa ada inspirasi eksternal yang besar. Ini menunjukkan bagaimana kewirausahaan sering kali menjadi sarana belajar dan berkembang secara mandiri bagi para pelaku usaha muda.

#### **Tantangan dan Strategi Menghadapinya**

Salah satu tantangan utama yang dihadapi oleh kedai kopi ini adalah ego antar anggota tim, serta harga bahan baku yang fluktuatif. Mengelola ego dalam tim kecil sering kali menjadi tantangan, karena setiap anggota tim mungkin memiliki visi dan cara

kerja yang berbeda. Namun, Iqbal mengatasi hal ini dengan memperbaiki Standar Operasional Prosedur (SOP) dan meningkatkan koordinasi tim. Hal ini menjadi contoh penting bagi calon wirausahawan bahwa pengelolaan tim yang baik merupakan aspek penting dalam menjalankan bisnis. Untuk menghadapi tantangan fluktuasi harga bahan baku, kedai kopi ini memutuskan untuk bekerja sama dengan pemasok lokal (roastery) guna mendapatkan harga bahan baku yang lebih stabil. Ini merupakan strategi bisnis yang cerdas, karena menciptakan hubungan yang lebih dekat dengan pemasok juga dapat memberikan keuntungan jangka panjang, baik dalam bentuk harga yang kompetitif maupun kualitas yang lebih terjaga

### **Inovasi dan Pengembangan Bisnis**

Inovasi yang dilakukan oleh Iqbal dan timnya adalah dengan menggabungkan seni kayu dalam konsep kedai, memberikan nilai estetika yang unik dan menarik bagi pelanggan. Selain itu, kedai ini juga berfokus pada edukasi pelanggan mengenai kopi, sehingga mereka tidak hanya membeli produk, tetapi juga mendapatkan pengalaman yang lebih mendalam tentang proses penyeduhan dan filosofi di balik kopi. Dari segi pemasaran, kedai ini sangat aktif memanfaatkan media sosial seperti Instagram, WhatsApp, dan TikTok untuk menjangkau lebih banyak pelanggan. Penggunaan media sosial secara efektif memungkinkan kedai ini terus berkembang meskipun di tengah persaingan yang ketat. Ke depannya, mereka berencana membuka cabang di Batam, menunjukkan ambisi untuk memperluas jangkauan bisnis mereka.

## **B . Kedai Jus**

### **Latar Belakang Usaha**

Aji Masaid, yang memulai usaha kedai jus sejak tahun 2019, menawarkan alternatif minuman sehat yang cocok bagi gaya hidup mahasiswa yang aktif. Jus buah segar dan salad buah menjadi produk andalannya. Tren gaya hidup sehat yang terus meningkat di kalangan anak muda menjadi salah satu faktor pendorong keberhasilan usaha ini. Usaha kedai jus ini menunjukkan bagaimana kewirausahaan dapat dimulai dengan modal yang tidak terlalu besar, namun memiliki potensi pasar yang luas.

### **Tantangan dan Inovasi Produk**

Dalam menjalankan usaha jus, salah satu tantangan yang dihadapi Aji adalah menjaga keberlanjutan bisnis di tengah perubahan tren pasar. Gaya hidup sehat memang terus menjadi tren, namun permintaan terhadap jenis produk dapat berubah-ubah. Untuk mengatasi hal ini, Aji terus melakukan inovasi, baik dari segi rasa, kemasan, maupun varian produk baru, yang ditujukan untuk menarik pelanggan lama maupun baru. Selain itu, Aji juga menghadapi tantangan dalam hal pemasaran. Namun, ia berhasil memanfaatkan media sosial seperti Instagram dan WhatsApp untuk mempromosikan produknya, berinteraksi dengan pelanggan, serta mendengarkan umpan balik mereka. Ini menjadi strategi kunci yang mendukung perkembangan bisnisnya.

### **Strategi Bisnis dan Pembelajaran**

Pembelajaran penting dari usaha Aji adalah pentingnya memahami pasar dan kompetitor. Dengan menganalisis kebutuhan konsumen, Aji dapat menyesuaikan produk dan strategi bisnisnya. Dia juga menekankan pentingnya memiliki rencana bisnis yang jelas, termasuk perencanaan modal dan pengelolaan keuangan yang baik. Inovasi tidak hanya terbatas pada produk, tetapi juga pada teknik pemasaran dan pelayanan yang baik kepada pelanggan.

### **C. Aksesoris Manik-manik**

#### **Latar Belakang Usaha**

WeCraft, sebuah usaha aksesoris manik-manik, dimulai oleh dua mahasiswa yang melihat peluang besar di industri ini. Dengan modal yang relatif kecil dan fleksibilitas waktu yang tinggi, bisnis ini berhasil menarik perhatian karena produk handmade yang unik dan kreatif. Usaha ini juga memanfaatkan tren fashion dan minat anak muda terhadap aksesoris yang unik.

#### **Inovasi dan Peluang Pasar**

Inovasi menjadi salah satu elemen penting dalam usaha aksesoris manik-manik ini. Mereka menawarkan produk custom sesuai permintaan pelanggan, sehingga setiap produk memiliki sentuhan personal yang unik. Ini menjadikan produk mereka lebih eksklusif dibandingkan dengan produk massal yang diproduksi oleh kompetitor. Peluang pasar juga semakin terbuka karena adanya tren aksesoris yang terus berkembang, terutama di kalangan wanita muda dan mahasiswa yang mencari produk fashion yang stylish namun terjangkau. Mereka juga aktif memasarkan produknya melalui media sosial dan membuka stand di pasar mingguan untuk menjangkau lebih banyak pelanggan.

#### **Tantangan dan Solusi**

Salah satu tantangan terbesar yang dihadapi oleh usaha ini adalah persaingan ketat dari produk sejenis. Namun, mereka berhasil mempertahankan daya saing dengan terus menciptakan desain yang unik dan menjaga kualitas produk. Strategi menjaga kualitas tinggi menjadi poin penting dalam mempertahankan loyalitas pelanggan dan meningkatkan reputasi bisnis. Rencana jangka panjang mereka adalah memperluas usaha ke pasar online yang lebih terstruktur dan membuka toko fisik untuk meningkatkan aksesibilitas pelanggan terhadap produk mereka.

### **D. Bento Cake**

#### **Latar Belakang Usaha**

Usaha Bento Cake dimulai pada November 2021 di tengah pandemi COVID-19. Fitri dan teman sebangkunya melihat peluang usaha dalam pembuatan bento cake, yang merupakan kue ulang tahun kecil dengan kemasan ramah lingkungan. Inspirasi bisnis ini datang dari keinginan untuk menyediakan produk kue yang lebih personal dan ramah lingkungan di Tasikmalaya. Mereka memulai dengan modal awal sebesar Rp 1 juta dan sekarang telah berhasil mencapai keuntungan bulanan hingga Rp 25 juta. Pencapaian ini menunjukkan bahwa kreativitas dan adaptasi terhadap kondisi pasar dapat membawa kesuksesan meski dalam keadaan yang menantang seperti pandemi.

#### **Strategi Pemasaran dan Rencana Pengembangan**

Pemasaran yang dilakukan oleh Fitri dan temannya sangat berfokus pada media sosial seperti Instagram dan TikTok. Mereka juga berkolaborasi dengan usaha lain untuk memperluas jangkauan pasar. Strategi ini membantu mereka membangun *brand awareness* yang kuat di kalangan anak muda. Ke depan, mereka berencana untuk meningkatkan *brand awareness* lebih lanjut dan membuka toko *offline* serta *workshop* menghias kue. Ini adalah langkah penting untuk memperluas skala usaha mereka dan menarik pelanggan dari segmen yang lebih luas.

Generasi muda memiliki potensi besar untuk menjadi motor penggerak dalam dunia usaha, sebagaimana yang dicontohkan oleh keempat pelaku usaha yang

memberikan inspirasi melalui perjalanan bisnis mereka. Mereka menunjukkan bagaimana kreativitas, inovasi, dan ketekunan dapat menjadi kunci utama dalam memulai dan mengembangkan usaha. Dalam menghadapi berbagai tantangan seperti persaingan pasar yang ketat, fluktuasi harga bahan baku, dan dinamika tim, mereka berhasil mengatasinya dengan strategi yang tepat. Strategi tersebut mencakup inovasi produk, pemanfaatan media sosial untuk pemasaran, serta manajemen tim yang efektif.

Hal ini sejalan dengan gagasan Joseph Schumpeter (1934), seorang ekonom yang menggagas teori pertumbuhan ekonomi. Dalam penelitiannya, Dede Ansyari Guci juga menegaskan bahwa entrepreneur memiliki kontribusi besar dalam pembangunan ekonomi melalui penciptaan inovasi, lapangan kerja, dan peningkatan kesejahteraan. Dunia usaha yang dibangun oleh para entrepreneur dapat mendorong perkembangan sektor-sektor produktif, menciptakan ekosistem ekonomi yang lebih dinamis, dan membuka peluang baru bagi masyarakat luas.

Keberhasilan para wirausahawan muda ini menunjukkan pentingnya perencanaan yang matang, fokus pada kualitas, dan keberanian untuk berinovasi. Mereka memanfaatkan teknologi, terutama media sosial, untuk menjangkau pasar yang lebih luas dan membangun merek yang kuat. Selain itu, mereka juga menekankan pentingnya kolaborasi dan manajemen tim yang baik untuk menjaga keberlanjutan usaha. Dengan pendekatan ini, mereka tidak hanya mampu bertahan, tetapi juga berkembang di tengah persaingan yang semakin ketat.

Kisah sukses mereka menjadi bukti bahwa generasi muda memiliki kemampuan untuk menciptakan perubahan positif dalam dunia usaha. Dengan mengadopsi nilai-nilai seperti kreativitas, inovasi, dan ketekunan, generasi muda dapat meraih kesuksesan yang tidak hanya bermanfaat bagi diri mereka sendiri, tetapi juga bagi masyarakat dan perekonomian secara keseluruhan. Oleh karena itu, penting bagi generasi muda untuk terus belajar, beradaptasi, dan berani mengambil risiko dalam mengejar peluang bisnis. Dengan semangat tersebut, mereka dapat menjadi agen perubahan yang mendorong pertumbuhan ekonomi dan kesejahteraan bangsa.

## SIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini bertujuan untuk memahami perjalanan kewirausahaan Gen Z di Tasikmalaya, khususnya dalam bidang kopi, jus, aksesoris, dan *bento cake*. Berdasarkan wawancara dengan empat pelaku usaha, dapat disimpulkan bahwa kewirausahaan bagi generasi muda tidak hanya menjadi sumber penghasilan, tetapi juga sarana untuk mengekspresikan kreativitas dan belajar menghadapi tantangan bisnis nyata.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa inovasi, adaptasi, dan fokus pada kualitas produk merupakan faktor utama yang mendukung keberhasilan usaha mereka. Setiap wirausahawan menerapkan strategi yang berbeda untuk menghadapi tantangan, seperti pengelolaan tim, fluktuasi harga bahan baku, serta persaingan pasar. Selain itu, penggunaan media sosial sebagai alat promosi terbukti efektif dalam menjangkau konsumen dan membangun *brand awareness*. Pokok-pokok pikiran baru yang dapat diambil dari penelitian ini adalah pentingnya kemampuan untuk terus berinovasi dan menyesuaikan diri dengan tren pasar yang dinamis. Wirausahawan muda yang berhasil adalah mereka yang mampu memanfaatkan teknologi digital, seperti media sosial, untuk memperkuat relasi dengan pelanggan dan mengembangkan bisnis mereka lebih lanjut.

Selain itu, fokus pada layanan pelanggan yang baik dan kualitas produk yang konsisten menjadi esensi utama dalam membangun loyalitas pelanggan, yang pada akhirnya membantu usaha bertahan dan berkembang di tengah persaingan yang ketat.

Dengan demikian, kewirausahaan di kalangan Gen Z tidak hanya menjadi alternatif karir, tetapi juga wadah untuk belajar, beradaptasi, dan berinovasi dalam menciptakan peluang di era digital. Temuan ini menunjukkan bahwa generasi muda memiliki potensi besar untuk menciptakan dampak ekonomi yang signifikan melalui bisnis yang mereka kembangkan, asalkan mereka terus mengembangkan strategi yang tepat dan berani menghadapi tantangan pasar.

Generasi muda diharapkan untuk berani mengejar impian dan memulai usaha, serta berinovasi untuk menciptakan produk yang unik. Penting untuk memahami kebutuhan pasar agar dapat menawarkan produk yang relevan. Jalin hubungan baik dengan pelanggan dan pelaku usaha lainnya, karena kolaborasi membuka banyak peluang. Utamakan kualitas dalam setiap produk, karena kepuasan pelanggan adalah kunci keberlanjutan usaha. Selalu terbuka untuk belajar dan beradaptasi dengan perubahan, serta gunakan usaha sebagai sarana untuk memberikan dampak positif bagi masyarakat. Pesan-pesan ini dapat menjadi motivasi dan pedoman dalam berwirausaha untuk membangun masa depan yang lebih baik.

Selain itu, dukungan dari berbagai pihak, termasuk pemerintah, lembaga pendidikan, dan sektor swasta, sangat diperlukan untuk menciptakan ekosistem yang kondusif bagi pertumbuhan wirausaha muda. Kebijakan yang mendukung akses terhadap pendanaan, pelatihan kewirausahaan, dan penyediaan infrastruktur yang memadai akan membantu generasi muda dalam mengembangkan ide-ide inovatif mereka. Dengan sinergi yang baik antara berbagai pemangku kepentingan, wirausahawan muda dapat semakin percaya diri dalam menghadapi tantangan dan membawa dampak positif yang berkelanjutan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrohman & Salam, A. F. (2023). Pengelolaan Kewirausahaan dan Manajemen Keuangan Bagi Wirausaha Pemula Di Kecamatan Gunung Putri Bogor. *Jurnal Abdimas Bina Bangsa*, 4(2). 1396-1399.
- Anggiani, S., Murtiningsih, R. S., &... (2022). The Capacity Building dalam Organisasi Bisnis dan Karakter Pengusaha Sukses *Jurnal* 3(2), 88-94. <http://www.journal.amikindonesia.ac.id/index.php/jpni/article/view/72%0Ahttp://www.journal.amikindonesia.ac.id/index.php/jpni/article/download/72/54>
- Assyakurrohim, D., Ikhrum, D., Sirodj, R. A., & Afgani, M. W. (2023). Metode studi kasus dalam penelitian kualitatif. *Jurnal Pendidikan Sains Dan Komputer*, 3(01), 1-9.
- Biney, I. (2023). Adult education and entrepreneurship: getting young adults involved. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 12(1). <https://doi.org/10.1186/s13731-023-00277-0>
- Creswell, J. W. (1998). *Qualitative Inquiry and Research Design: Choosing Among Five Traditions*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Databoks, 2023. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/09/20/pengguna-internet-di-indonesia-tembus-213-juta-orang-hingga-awal-2023>



- De Porter, Bobbi dan Hernacki, Mike. 1992. *Quantum Learning*. Membiasakan Belajar Nyaman dan Menyenangkan. Terjemahan oleh Alwiyah Abdurrahman. Bandung: Penerbit Kaifa.
- Dede Ansyari Guci, S. E., S. T. P. Trees, S. T. P. Supiati, S. E. Keni Kaniawati, Ir Hartati, Moh Safii, S. Kom et al. "KEWIRAUSAHAAN DAN."
- Dewi, L. C., Sodiro, M. (2022). Edukasi Tentang Etika Komunikasi dan Kewirausahaan Bagi Peserta Didik Baru Melalui Program Masa Pengenalan Lingkungan Sekolah (MPLS) SMKN 4 Surabaya. 1-Com: Indonesian Community Journal, 2(2), 383-388, <https://doi.org/10.33379/icom.v2i2.1588>
- Fauziddin. 2014. Pembelajaran PAUD Bermain Cerita Menyanyi Secara Islami. Bandung. PT. Remaja Rosda Karya.
- Fayolle, A., Liñán, F., & León, J. (2014). Beyond entrepreneurial intentions: values and motivations in entrepreneurship. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 10(4), 679-689. <https://doi.org/10.1007/s11365-014-0306-7>
- Jaya, I. (2023). Pelatihan digital enterpreneurship untuk meningkatkan kemampuan berwirausaha bagi generasi muda pada smk miftahul falah sinar mulya kabupaten pringsewu. *Near Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(1), 89-95. <https://doi.org/10.32877/nr.v3i1.1027>
- Kuntadi, C., & Maidani, M. (2024). Analisis Rekonsiliasi Fiskal terhadap Perhitungan Pajak Penghasilan pada PT Dwi Putra Karya Sukses. *Jurnal Mutiara Ilmu Akuntansi*, 2(4), 01-07.
- Mamari, F., Mondal, S., Shukaili, A., & Kassim, N. (2020). Effect of self-perceived cognitive factors on entrepreneurship development activities: an empirical study from oman global entrepreneurship monitor survey. *Journal of Public Affairs*. <https://doi.org/10.1002/pa.2363>
- Meliza, M. (2023). Menumbuhkan jiwa kewirausahaan untuk bersaing di era industri 5.0 di kelurahan pringrejo pekalongan. *Jurnal Pengabdian Pendidikan Masyarakat (Jppm)*, 4(1), 109-115. <https://doi.org/10.52060/jppm.v4i1.1096>
- Meyer, V., Tegtmeier, S., & Pakura, S. (2017). Revisited: how gender role stereotypes affect the image of entrepreneurs among young adults. *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, 9(4), 319-337. <https://doi.org/10.1108/ijge-07-2017-003>.
- Noni, Y. (2023). Pelatihan kewirausahaan untuk mengembangkan jiwa entrepreneurship mahasiswa di kalimantan timur. *Jurnal Pengabdian Kolaborasi Dan Inovasi Ipteks*, 1(5), 445-453. <https://doi.org/10.59407/jpki2.v1i5.87>
- Nugraha, A. (2024). Peran sosialisasi dan edukasi kewirausahaan dalam membangun generasi milenial berjiwa wirausaha: studi kasus di kelurahan perdagangan i. Bumi, 2(4), 92-105. <https://doi.org/10.61132/bumi.v2i4.418>.
- Ojeda-Beltrán, A. (2023). Characterisation of youth entrepreneurship in medellín-colombia using machine learning. *Sustainability*, 15(13), 10297. <https://doi.org/10.3390/su151310297>.
- Prensky, M. (2001). Digital natives, digital immigrants part 2: Do they really think differently?. *On the horizon*, 9(6), 1-6.
- Setyawan, M., Alwi, A., & Munirah, M. (2019). Konstruksi jiwa kewirausahaan melalui pelatihan startup digital 4.0 bagi siswa sma. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 2(1), 19. <https://doi.org/10.31764/jmm.v2i1.1333>.

- Subekti, P. (2023). Optimalisasi potensi bambu untuk membangkitkan semangat wirausaha siswa smk muslimin di kabupaten bandung barat. *Jurnal Abdi Masyarakat Indonesia*, 3(6), 1751-1760. <https://doi.org/10.54082/jamsi.1016>.
- Sudalyono, R. A. T., Prasetyaningrum, N. E., & Kusanti, J. (2023). Pelatihan Digital Marketing Dan Cara Mudah Membuat Laporan Keuangan Usaha Untuk Anggota Wirausaha Tangguh Bumi Intan Pari (Witpari) Karanganyar. *Jurnal Abdimas Bina Bangsa*, 4(1), 1-11.
- Sujimat, D. Agus. 2000. *Penulisan karya ilmiah*. Makalah disampaikan pada pelatihan penelitian bagi guru SLTP Negeri di Kabupaten Sidoarjo tanggal 19 Oktober 2000 (Tidak diterbitkan). MKKS SLTP Negeri Kabupaten Sidoarjo
- Suparno. 2000. *Langkah-langkah Penulisan Artikel Ilmiah dalam Sauekah*, Ali dan Waseso, M.G. 2000. Menulis Artikel untuk Jurnal Ilmiah. Malang: UM Press.
- UNESA. 2000. *Pedoman Penulisan Artikel Jurnal*, Surabaya: Lembaga Penelitian Universitas Negeri Surabaya.
- Valentino, A. (2023). Are milenials and generation z still interested in enterprises post covid?. *Milestone Journal of Strategic Management*, 3(1), 51. <https://doi.org/10.19166/ms.v3i1.6935>.