

Eksplorasi Kesiapan Wirausaha Generasi Z Di Era Digital: Studi Kasus Di Kota Gorontalo

Sitti Husna Noviana Djou
Universitas Bina Mandiri Gorontalo
e-mail: sitti.husna@ubmg.ac.id

Published: July 2025

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menyelidiki sejauh mana kesiapan wirausaha generasi Z dalam menghadapi perubahan bisnis digital di Kota Gorontalo. Generasi Z diidentifikasi sebagai *digital native* yang memiliki kemampuan besar dalam memanfaatkan teknologi untuk memulai dan mengembangkan bisnis. Dengan pendekatan kualitatif deskriptif, studi ini melibatkan tujuh narasumber dari Gen Z yang aktif dalam menjalankan bisnis digital seperti kuliner online, fashion, desain grafis, dan konten digital. Metode pengumpulan informasi dilakukan dengan cara wawancara mendalam, pengamatan, dan pengarsipan. Temuan penelitian menunjukkan bahwa Gen Z sangat termotivasi untuk berbisnis, dipicu oleh keinginan untuk mandiri secara finansial dan mendapatkan fleksibilitas dalam bekerja. Mereka memperlihatkan kemampuan teknologi dalam pemanfaatan media sosial dan transaksi online, namun tetap menghadapi kendala di bidang manajerial, pemasaran berbasis data, serta konsistensi dalam pengelolaan usaha jangka panjang. Ada tiga dimensi utama yang diidentifikasi dalam kesiapan: kesiapan teknologi, kesiapan individu, dan kesiapan lingkungan. Dukungan dari komunitas sosial, lembaga pendidikan, dan pemerintah dianggap krusial untuk meningkatkan daya saing serta keberlangsungan usaha digital bagi generasi muda. Penelitian ini menekankan perlunya pelatihan, bimbingan, dan kolaborasi antar sektor guna meningkatkan kapasitas kewirausahaan Gen Z di era digital.

Kata kunci: *Generasi Z, kewirausahaan, digital, kesiapan wirausaha*

© The Author(s). 2021 Open Access This article is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License, which permits use, sharing, adaptation, distribution and reproduction in any medium or format, as long as you give appropriate credit to the original author(s) and the source, provide a link to the Creative Commons licence, and indicate if changes were made. The images or other third party material in this article are included in the article's Creative Commons licence, unless indicated otherwise in a credit line to the material. To view a copy of this licence, visit <http://creativecommons.org/licenses/by/4.0>

PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi digital telah menghasilkan perubahan signifikan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam sektor kewirausahaan. Kewirausahaan digital telah muncul sebagai paradigma baru dalam bidang kewirausahaan [1]. Kewirausahaan digital pada era sekarang sangat berkaitan erat dengan Gen Z. Generasi Z, yang lahir antara tahun 1997 sampai 2012, dibesarkan di era kemajuan teknologi dan internet yang pesat, sehingga dijuluki sebagai *digital native*. Keberadaan era digital menciptakan kesempatan baru bagi generasi ini untuk memulai dan mengembangkan bisnis dengan cara yang lebih fleksibel, inovatif, dan efisien melalui penggunaan platform digital seperti media sosial dan *e-commerce*.

Di Indonesia, pemerintah menargetkan peningkatan jumlah pengusaha, termasuk mendorong keterlibatan aktif generasi muda dalam sektor bisnis digital. Gorontalo, yang merupakan salah satu daerah yang berkembang, juga memiliki harapan tinggi terhadap generasi mudanya, terutama Generasi Z, untuk dapat memanfaatkan teknologi dan inovasi guna meningkatkan kemajuan ekonomi daerah.

Pemerintah setempat menegaskan betapa pentingnya kontribusi Gen Z dalam melestarikan identitas lokal sambil tetap beradaptasi dengan perubahan global.

Akan tetapi, meskipun Gen Z memiliki kemampuan literasi digital yang baik dan akses teknologi yang luas, tantangan dalam berwirausaha masih tetap ada. Berbagai tantangan yang kerap muncul termasuk kekurangan pengalaman dalam manajemen, terbatasnya sumber daya finansial, dan kurangnya bimbingan atau mentoring dalam menghadapi pengembangan usaha. Selain itu, semangat dan keberanian untuk memulai bisnis juga merupakan aspek penting yang harus diperhatikan. Seorang Wirausahawan harus memiliki kemampuan dalam perencanaan, pengelolaan keuangan, pemasaran, dan sumber daya manusia [2]. Pasar kompetitif menuntut wirausahawan untuk selalu berinovasi dan memahami kebutuhan pelanggan agar dapat bersaing [3].

Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa pelatihan dan pendidikan kewirausahaan yang berbasis digital sangat berhasil dalam meningkatkan ketertarikan dan persiapan Gen Z untuk berbisnis. Namun, pemetaan tantangan dan kesiapan khusus yang dihadapi Generasi Z di Kota Gorontalo masih terbilang sangat sedikit. Penelitian ini diperlukan untuk menyelidiki lebih jauh kesiapan wirausaha Gen Z di era digital, mengenali tantangan dan hambatan, serta memberikan saran yang bermanfaat untuk pengembangan ekosistem kewirausahaan digital di Gorontalo.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menerapkan pendekatan deskriptif kualitatif yang bertujuan untuk menjelajahi secara mendalam kesiapan generasi Z sebagai wirausaha dalam menghadapi dunia bisnis digital di Kota Gorontalo. Pendekatan ini diambil karena memungkinkan peneliti untuk memahami fenomena secara menyeluruh berdasarkan sudut pandang subjek penelitian

Berdasarkan Moleong bahwa pendekatan kualitatif memiliki sifat natural dan menekankan arti, pengalaman pribadi, serta penafsiran terhadap kondisi sosial yang sedang diteliti [9]. Oleh karena itu, penelitian ini tidak hanya menitikberatkan pada kejadian yang berlangsung, tetapi juga pada alasan dan cara terjadinya dalam konteks lokal yang tertentu.

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah **deskriptif kualitatif**, yaitu jenis penelitian yang digunakan untuk menggambarkan fenomena sosial atau perilaku tertentu tanpa melakukan manipulasi terhadap variabel [10]. Penelitian ini bertujuan untuk memperoleh deskripsi faktual dan sistematis tentang kesiapan kewirausahaan generasi Z di era digital.

2. Sumber Data

a) **Data Primer** diperoleh langsung dari informan utama, yaitu generasi Z pelaku bisnis digital di Kota Gorontalo melalui wawancara mendalam dan observasi. Informasi ini mencerminkan pengalaman, motivasi, dan tantangan yang mereka hadapi dalam menjalankan usaha [11].

b) **Data Sekunder** berasal dari dokumen, jurnal, artikel ilmiah, laporan lembaga, data pemerintah daerah, serta referensi lain yang relevan untuk mendukung konteks analisis [12].

3. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan melalui:

- a) **Wawancara semi-terstruktur**, untuk mendapatkan jawaban terbuka yang menggambarkan pengalaman dan persepsi informan.
- b) **Observasi non-partisipatif**, untuk mencatat perilaku dan aktivitas pelaku usaha di platform digital.
- c) **Dokumentasi**, berupa tangkapan layar, unggahan media sosial, dan materi promosi digital.

4. Teknik Pemilihan Informan

Informan dipilih secara **purposive sampling**, dengan kriteria:

- a) Berusia 18–27 tahun (kategori Generasi Z),
- b) Aktif menjalankan usaha berbasis digital di Kota Gorontalo,
- c) Usaha sudah berjalan minimal 3 bulan,
- d) Bersedia diwawancarai dan memberikan informasi secara terbuka.

Jumlah informan akan ditentukan hingga mencapai **titik jenuh informasi** (data saturation), di mana data yang diperoleh tidak lagi memberikan informasi baru [13].

5. Teknik Analisis Data

Data dianalisis dengan teknik **analisis tematik** yang mencakup tiga tahapan utama [11]:

1. **Reduksi data** – menyortir dan memilih data penting dari hasil wawancara dan observasi,
2. **Penyajian data** – mengorganisasi data ke dalam bentuk naratif, kutipan langsung, dan tabel tematik,
3. **Penarikan kesimpulan dan verifikasi** – menemukan pola, hubungan, dan makna berdasarkan data yang terkumpul.

6. Uji Keabsahan Data

Untuk menjamin validitas data, digunakan teknik:

- a) **Triangulasi** (sumber, teknik, dan waktu),
- b) **Member check** (konfirmasi ulang kepada informan),
- c) **Peer debriefing** (diskusi dengan rekan peneliti untuk menguji temuan).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Studi ini melibatkan 7 peserta dari generasi Z (usia 19–26 tahun) yang menjalankan berbagai jenis usaha digital di Kota Gorontalo. Tipe usaha yang dijalankan mencakup bisnis makanan berbasis pemesanan daring, produk mode lewat platform media sosial, layanan desain grafis dan ilustrasi digital, reseller produk perawatan kulit melalui marketplace, serta pencipta konten digital.

Sebagian besar informan memiliki pendidikan minimal SMA/SMK, dan mayoritas masih berstatus sebagai mahasiswa. Platform digital yang paling banyak digunakan adalah Instagram, WhatsApp Business, TikTok, dan Shopee. Usaha telah dilakukan dalam rentang waktu 4 bulan sampai 2 tahun.

Mayoritas Gen Z di Kota Gorontalo menunjukkan semangat besar terhadap kewirausahaan digital, terutama setelah mengikuti pelatihan dan sosialisasi. Hampir 92% peserta pelatihan memahami konsep rencana pemasaran dan menunjukkan peningkatan pemahaman setelah intervensi pendidikan. Namun, masih ada hambatan utama yang berupa rendahnya kemampuan teknologi dan penggunaan inovasi digital secara berkelanjutan di antara pelaku usaha muda, sehingga daya saing produk UMKM masih terbatas. Generasi Z di Gorontalo menunjukkan kemampuan adaptasi yang baik terhadap teknologi, tetapi penerapan digitalisasi dalam usaha masih sering kali bersifat sementara dan belum konsisten dalam mendukung pertumbuhan bisnis jangka panjang.

Motivasi dan Alasan Berwirausaha

Berdasarkan hasil wawancara, alasan utama generasi Z di Kota Gorontalo terlibat dalam bisnis digital adalah:

- a) Keinginan untuk mandiri secara keuangan sejak usia dini.
- b) Akses mudah terhadap teknologi dan peluang pasar daring yang besar.
- c) Kemudahan dalam mengatur waktu untuk menjalankan usaha sambil belajar atau bekerja.

Beberapa narasumber menyebutkan bahwa pandemi COVID-19 merupakan awal bagi mereka untuk beradaptasi dengan platform digital demi bertahan dan mencari peluang ekonomi yang baru. Seemiller & Grace mengklaim bahwa selain melek teknologi, Generasi Z juga sangat tertarik menggunakan teknologi digital untuk memberikan solusi kreatif [14]. Contohnya termasuk pembuatan konten, pengembangan perusahaan daring, dan partisipasi dalam proyek sosial berbasis digital.

Kesiapan Keterampilan Digital

Sebagian besar responden menunjukkan kesiapan dalam aspek:

1. Pemanfaatan media sosial untuk pemasaran,
2. Mengedit foto/video dengan aplikasi smartphone,
3. Kapasitas untuk melakukan transaksi secara digital (dompet elektronik, pasar daring).

Namun, ada kekurangan dalam aspek manajerial digital, seperti:

1. Minimnya pemahaman tentang pemasaran digital yang berbasis data (iklan, analitik wawasan),
2. Kurangnya pemahaman mengenai legalitas bisnis digital,
3. Ketergantungan pada platform tertentu (Instagram atau TikTok) tanpa adanya variasi.

Ini menunjukkan bahwa tingkat kesiapan teknis mereka sudah baik, tetapi masih perlu penguatan dalam strategi bisnis jangka panjang dan pengelolaan skala usaha, sebagaimana didefinisikan oleh Van Laar dkk adalah kapasitas seseorang untuk menggunakan teknologi digital dalam kehidupan sehari-

hari, pendidikan, dan pekerjaan [15]. Ini mencakup kemampuan untuk berkolaborasi, berkomunikasi, berpikir kritis, dan berkreasi dengan penggunaan teknologi.

Tantangan dan Hambatan

Beberapa kendala utama yang dihadapi:

- a) Keterbatasan modal usaha awal, terutama untuk kegiatan produksi sendiri.
- b) Sangat tingginya persaingan harga di platform digital.
- c) Masalah akses internet dan perangkat, terutama bagi pelaku di daerah pinggiran Kota Gorontalo.
- d) Kurangnya dukungan untuk usaha berkelanjutan dari institusi pendidikan atau pemerintah.

Akan tetapi, mereka menunjukkan semangat untuk belajar mandiri, bergabung dengan komunitas digital, serta memanfaatkan berbagai fitur gratis yang terdapat di platform media sosial. Hal ini menunjukkan tingginya daya tahan (resilience) generasi Z terhadap perubahan pasar digital.

Peran Lingkungan Sosial dan Pemerintah

Dukungan utama berasal dari keluarga dan teman-teman sebaya. Beberapa informan menyampaikan bahwa ada pelatihan dari universitas atau Dinas Koperasi, tetapi sifatnya masih sementara.

Penemuan ini mendukung pernyataan Isenberg (2010) yang menyatakan ekosistem kewirausahaan yang berkembang pesat mendorong hubungan antara pelaku korporasi, lembaga akademis, pemerintah, penyedia modal, dan masyarakat lokal untuk mendorong inovasi dan perluasan Perusahaan [16]. Kemampuan wirausahawan muda untuk mengatasi kesulitan dalam menjalankan bisnis digital yang kompetitif dan dinamis diperkuat oleh lingkungan ini.

Selain itu, Stam E, dkk menekankan bahwa komponen kunci dalam membina keberhasilan wirausahawan digital meliputi ketersediaan infrastruktur digital, undang-undang yang mendukungnya, serta akses terhadap pendanaan dan pelatihan bisnis [17]. Memaksimalkan potensi kreatif generasi muda merupakan tantangan jika tidak didukung oleh lingkungan yang memadai.

Melalui analisis tematik, teridentifikasi tiga aspek utama kesiapan generasi Z dalam dunia bisnis digital:

1. **Kesiapan teknologi** (platform, tools digital),
2. **Kesiapan personal** (motivasi, kepercayaan diri, daya tahan),
3. **Kesiapan ekosistem** (dukungan, pelatihan, akses modal).

Ketiganya saling berinteraksi dan menjadi dasar keberhasilan usaha di zaman digital. Dalam konteks Kota Gorontalo, persiapan generasi Z terlihat menjanjikan, namun memerlukan intervensi kebijakan yang terencana agar potensi mereka dapat berkembang secara berkelanjutan.

Kesiapan wirausaha Gen Z di Gorontalo dipengaruhi secara signifikan oleh akses pada pendidikan kewirausahaan digital serta pelatihan yang praktis. Pemahaman dan sikap yang baik terhadap bisnis menjadi modal dasar, walaupun masih memerlukan penguatan dalam aspek teknis dan keberlanjutan. Dukungan dari lembaga pendidikan dan kerjasama dengan pemerintah atau universitas sangat krusial untuk mengembangkan technopreneurship dan mendorong Gen Z agar tidak hanya berperan sebagai konsumen teknologi, tetapi juga sebagai produsen dan pencipta inovasi. Tantangan utama adalah memastikan Gen Z tidak hanya termotivasi sementara, tetapi juga dapat menciptakan bisnis digital yang kompetitif dan berkelanjutan.

SIMPULAN

Penelitian ini mengungkap bahwa generasi Z di Kota Gorontalo memiliki persiapan awal yang cukup mantap untuk memasuki dunia kewirausahaan digital, terutama dalam aspek penguasaan teknologi dasar, motivasi individu, dan kemampuan beradaptasi dengan perubahan pasar digital. Sebagian besar pengusaha digital muda dapat memanfaatkan media sosial dan marketplace untuk menawarkan produk dan layanan, meskipun masih menghadapi tantangan dalam manajemen, pemasaran berbasis data, aspek legalitas usaha, dan akses pembiayaan. Generasi Z di Kota Gorontalo menunjukkan ketertarikan dan kemampuan besar untuk berbisnis di era digital, terutama setelah menerima pelatihan dan bantuan. Akan tetapi, hambatan-hambatan seperti kurangnya pengalaman praktis, terbatasnya penguasaan teknologi, dan kurangnya pendampingan tetap menjadi rintangan utama dalam menciptakan bisnis digital yang berkelanjutan.

Terdapat tiga dimensi utama dalam kesiapan wirausaha generasi Z:

1. **Kesiapan teknologi**, ditunjukkan melalui penguasaan platform digital dan aplikasi bisnis.
2. **Kesiapan personal**, mencakup motivasi, daya tahan, dan kemauan belajar.
3. **Kesiapan ekosistem**, yakni sejauh mana lingkungan mendukung tumbuhnya bisnis digital, termasuk akses pelatihan, jaringan, dan dukungan regulasi.

Kolaborasi antara lembaga pendidikan, pemerintah, dan masyarakat sangat penting untuk meningkatkan kesiapan Gen Z melalui program pelatihan, pembimbingan, serta akses terhadap sumber daya dan jaringan bisnis. Dengan bantuan yang sesuai, Gen Z Gorontalo memiliki potensi besar untuk menjadi pendorong ekonomi digital lokal. Secara umum, potensi generasi Z di Kota Gorontalo sebagai pelaku usaha digital sangat menjanjikan, namun memerlukan dukungan yang lebih terencana dan terorganisir dari banyak pihak.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] S. Kraus, C. Palmer, N. Kailer, F. L. Kallinger, and J. Spitzer, "Digital entrepreneurship: A research agenda on new business models for the twenty-first century," 2019. doi: 10.1108/IJEBr-

- [2] R. D. Hisrich, M. P. Peters, and D. A. Sheperd, "Entrepreneurship, McGraw-Hill," *New York*, 2002.
- [3] D. F. Kuratko, "Entrepreneurship theory, process, and practice in the 21st century," *Int. J. Entrep. Small Bus.*, vol. 13, no. 1, 2011, doi: 10.1504/IJESB.2011.040412.
- [4] K. C. Laudon and C. G. Traver, *E-commerce 2021-2022: business, technology, society*. 2022.
- [5] J. M. González-Varona, A. López-Paredes, D. Poza, and F. Acebes, "Building and development of an organizational competence for digital transformation in SMEs," *J. Ind. Eng. Manag.*, vol. 14, no. 1, 2021, doi: 10.3926/jiem.3279.
- [6] J. Soluk, N. Kammerlander, and S. Darwin, "Digital entrepreneurship in developing countries: The role of institutional voids," *Technol. Forecast. Soc. Change*, vol. 170, 2021, doi: 10.1016/j.techfore.2021.120876.
- [7] L. Hadjaratie, H. Hasdiana, A. K. Masaong, and A. H. Panai, "Tingkat Kesiapan Generasi Emas Indonesia di Era Disrupsi berdasarkan Karakteristik Digital Native," *Radial J. Perad. Sains, Rekayasa, dan Teknol.*, vol. 11, no. 1, 2023.
- [8] D. Chaffey and F. E. Chadwick, *No Title*, 7th ed. London: Pearson, 2019.
- [9] D. M. A. Lexy J. Moleong, "Metodologi Penelitian Kualitatif (Edisi Revisi)," *PT. Remaja Rosda Karya*, 2019, doi: 10.1016/j.carbpol.2013.02.055.
- [10] J. W. Creswell., *Qualitative inquiry and research design : choosing among five approaches - 3rd edition*. 2017.
- [11] Miles and Hubberman, "Qualitative Data Analysis a Methods Sourcebook (4th ed.)," 2019.
- [12] Sugiyono, "Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R&D," *J. Ilmu dan Ris.*, 2022.
- [13] G. Guest, E. E. Namey, and M. L. Mitchell, *Collecting Qualitative Data: A Field Manual for Applied Research*. 2017. doi: 10.4135/9781506374680.
- [14] C. Seemiller and M. Grace, "Generation Z: Educating and Engaging the Next Generation of Students," *About Campus Enrich. Student Learn. Exp.*, vol. 22, no. 3, 2017, doi: 10.1002/abc.21293.
- [15] E. van Laar, A. J. A. M. van Deursen, J. A. G. M. van Dijk, and J. de Haan, "The relation between 21st-century skills and digital skills: A systematic literature review," *Comput. Human Behav.*, vol. 72, 2017, doi: 10.1016/j.chb.2017.03.010.
- [16] D. J. Isenberg, "The big idea: How to start an entrepreneurial revolution," *Harv. Bus. Rev.*, vol. 88, no. 6, 2010.
- [17] E. Stam and A. van de Ven, "Entrepreneurial ecosystem elements," *Small Bus. Econ.*, vol. 56, no. 2, 2021, doi: 10.1007/s11187-019-00270-6.