
ANALISIS PENGEMBANGAN BISNIS INOVATIF DAN KEWIRAUSAHAAN PADA GENERASI Z UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA DALAM LINGKUP EKONOMI & ADMINISTRASI

Tegar Primadian¹

¹Program Studi Pendidikan Bisnis, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Jakarta

Jalan Rawamangun Muka Raya, Jakarta Timur, DKI Jakarta, Indonesia

^{1*} primadian53@gmail.com

Artikel Info

Artikel History:

Received Des 14, 2024

Revised Des 14, 2024

Accepted Des 16, 2024

Keywords:

Generasi Z
Bisnis Inovatif
Berwirausaha

ABSTRAK

Dalam perkembangan zaman yang semakin menuju kearah lebih baik dan berkembang tentunya beberapa sektor semakin diperhatikan, salah satunya dalam minat berwirausaha dan pengembangan bisnis yang inovatif. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengembangan bisnis inovatif dan jiwa berwirausaha di kalangan Generasi Z, khususnya mahasiswa Universitas Negeri Jakarta yang ada pada rumpun Program Studi Ekonomi dan Administrasi. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan mengumpulkan data melalui wawancara mendalam dengan mahasiswa Ekonomi & Administrasi yang didukung dengan review literature. Penelitian dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui mahasiswa Generasi Z dalam minat untuk menggali potensi dalam berbisnis, berwirausaha, dan belajar mengembangkan bisnis yang inovatif & kreatif.

Corresponding Author:

Tegar Primadian
Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Jakarta
Email: primadian53@gmail.com

Pendahuluan

Dalam era globalisasi dan kemajuan teknologi yang pesat, tantangan dan peluang dalam dunia bisnis semakin kompleks dan dinamis. Generasi Z, yang merupakan kelompok individu yang lahir antara pertengahan 1990 hingga awal 2010, menjadi sorotan dalam konteks pengembangan bisnis inovatif dan kewirausahaan. Universitas Negeri Jakarta, sebagai lembaga pendidikan tinggi yang berkomitmen untuk mendukung perkembangan mahasiswa, memiliki peran penting dalam membimbing dan mendorong Generasi Z untuk mengembangkan jiwa berwirausaha dan bisnis inovatif. Rumpun Program Studi Ekonomi Administrasi menjadi wadah bagi mahasiswa untuk mengasah kemampuan dan keterampilan dalam berwirausaha.

Pengembangan bisnis inovatif dan berwirausaha telah menjadi fokus utama dalam meningkatkan kemampuan ekonomi dan sosial masyarakat. Dalam beberapa tahun terakhir, generasi Z telah menunjukkan minat yang besar dalam berwirausaha dan mengembangkan bisnis inovatif. Namun, masih banyak tantangan yang dihadapi oleh generasi Z dalam mengembangkan bisnis inovatif, seperti kurangnya pendidikan dan pelatihan yang sesuai, kurangnya dukungan dari organisasi dan komunitas, serta kurangnya kesadaran akan pentingnya inovasi dalam bisnis. Dalam beberapa tahun terakhir, Universitas Negeri Jakarta telah menjadi pusat pendidikan yang menawarkan program studi Ekonomi Administrasi yang memiliki fokus pada pengembangan bisnis inovatif dan berwirausaha. Organisasi dan Rumpun Prodi Ekonomi Administrasi telah berupaya meningkatkan kemampuan mahasiswa dalam mengembangkan bisnis inovatif dan berwirausaha melalui berbagai program dan kegiatan.

Penelitian ini bertujuan untuk melakukan analisis mendalam terkait pengembangan bisnis inovatif dan berwirausaha pada Generasi Z Universitas Negeri Jakarta, dengan fokus pada peran Program Studi Ekonomi Administrasi serta organisasi. Melalui pendekatan kualitatif dan wawancara mendalam, penelitian ini akan menggali pemahaman mahasiswa terhadap kewirausahaan dan inovasi bisnis, serta mengeksplorasi faktor-faktor yang mendorong atau menghambat perkembangan bisnis inovatif di kalangan mahasiswa Generasi Z.

Masalah yang dihadapi dalam penelitian ini adalah bagaimana generasi Z Universitas Negeri Jakarta dapat meningkatkan kemampuan mereka dalam mengembangkan bisnis inovatif dan berwirausaha, serta bagaimana Organisasi dan Rumpun Prodi Ekonomi Administrasi dapat membantu dalam proses tersebut. Tinjauan Pustaka Studi-studi sebelumnya telah menunjukkan bahwa inovasi dan berwirausaha sangat penting dalam meningkatkan kemampuan ekonomi dan sosial masyarakat.

Dalam beberapa tahun terakhir, generasi Z telah menunjukkan minat yang besar dalam berwirausaha dan mengembangkan bisnis inovatif. Namun, masih banyak tantangan yang dihadapi oleh generasi Z dalam mengembangkan bisnis inovatif, seperti kurangnya pendidikan dan pelatihan yang sesuai, kurangnya dukungan dari organisasi dan komunitas, serta kurangnya kesadaran akan pentingnya inovasi dalam bisnis.

Menurut Gartner, W.B. (2018) dalam konteks pengembangan bisnis inovatif dan kewirausahaan, literatur terkini menyoroti pentingnya kreativitas, inovasi, dan kemampuan beradaptasi terhadap

perubahan sebagai kunci kesuksesan dalam dunia bisnis. Gartner (2018) menekankan pentingnya pemasaran berwirausaha sebagai strategi yang relevan dalam abad ke-21

Generasi Z

Generasi Z, juga dikenal sebagai Gen Z, merupakan kelompok individu yang lahir antara pertengahan tahun 1990 hingga awal 2010. Mereka adalah generasi yang tumbuh dan berkembang di era digital yang penuh dengan teknologi canggih dan informasi yang mudah diakses. Generasi Z sering diidentifikasi sebagai "digital natives" karena mereka terbiasa dengan penggunaan teknologi sejak usia dini dan memiliki kecakapan teknologi yang tinggi. Mereka juga dipengaruhi oleh lingkungan sosial, politik, dan budaya yang berbeda dari generasi sebelumnya, yang membentuk pandangan dan nilai-nilai mereka terhadap dunia.

Menurut para ahli, Generasi Z memiliki karakteristik yang unik dan berbeda dari generasi sebelumnya. Mereka cenderung lebih terbuka terhadap keragaman, teknologi, dan perubahan sosial. Berikut adalah pengertian Generasi Z menurut beberapa ahli:

Menurut Twenge dan Campbell (2018), Generasi Z adalah individu yang lahir antara tahun 1995 hingga 2012. Mereka merupakan generasi yang tumbuh di tengah perkembangan teknologi digital yang pesat, sehingga memiliki karakteristik yang berbeda dalam hal komunikasi, pembelajaran, dan interaksi sosial.

Seemiller dan Grace (2016) mendefinisikan Generasi Z sebagai individu yang memiliki kecenderungan untuk berkolaborasi, berinovasi, dan berkontribusi dalam lingkungan yang inklusif. Mereka juga cenderung lebih terbuka terhadap perbedaan dan memiliki kepedulian yang tinggi terhadap isu-isu sosial dan lingkungan.

Menurut Williams dan Page (2020) Generasi Z adalah generasi yang tumbuh di tengah era informasi yang melimpah. Mereka memiliki akses mudah terhadap berbagai sumber pengetahuan dan informasi, yang mempengaruhi cara mereka belajar, berpikir, dan berinteraksi dengan dunia.

Dalam konteks perkembangan sosial dan teknologi saat ini, pemahaman yang mendalam tentang Generasi Z sangat penting untuk berbagai aspek kehidupan, termasuk pendidikan, pekerjaan, dan interaksi sosial. Generasi Z membawa dinamika baru dalam budaya dan nilai-nilai yang harus dipahami dan dihargai oleh generasi sebelumnya untuk menciptakan lingkungan yang inklusif dan berkelanjutan.

Pengembangan Bisnis Inovatif

Pengembangan bisnis inovatif adalah proses yang berfokus pada pengembangan produk, layanan, dan model bisnis yang baru dan berbeda. Inovasi bisnis dapat berupa pengembangan produk yang lebih baik, pengembangan teknologi yang lebih canggih, atau pengembangan model bisnis yang lebih efektif. Tujuan dari pengembangan bisnis inovatif adalah untuk meningkatkan keunggulan kompetitif dan meningkatkan kesuksesan bisnis.

Menurut Mahmud Mach Foedz (2015) pengembangan bisnis inovatif adalah proses yang melibatkan identifikasi permintaan pasar dengan melalui mulut ke mulut serta mendapat informasi dari koneksi perusahaan. Dalam hal ini, pengembangan bisnis inovatif berfokus pada

pengembangan produk yang sesuai dengan kebutuhan pasar dan meningkatkan keunggulan kompetitif melalui inovasi.

Menurut Dimas Hendika Wibowo, dkk., pengembangan bisnis inovatif juga berfokus pada pengelolaan keuangan yang efektif dan pengelolaan sumber daya manusia yang baik. Dalam hal ini, pengembangan bisnis inovatif melibatkan keputusan investasi yang tepat dan strategi sumber daya manusia yang efektif untuk meningkatkan keunggulan kompetitif.

Menurut Muh. Ihsan Said Ahmad (2023), pengembangan bisnis inovatif juga berfokus pada analisis lingkungan internal dan eksternal perusahaan. Dalam hal ini, pengembangan bisnis inovatif melibatkan analisis kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman (SWOT) untuk meningkatkan keunggulan kompetitif dan meningkatkan kesuksesan bisnis.

Berwirausaha

Berwirausaha merupakan aktivitas atau proses dimana seseorang atau sekelompok orang menciptakan, mengelola, dan mengembangkan usaha atau bisnis dengan tujuan untuk mendapatkan keuntungan. Berwirausaha melibatkan berbagai aspek seperti inovasi, risiko, kreativitas, dan manajemen untuk menciptakan nilai tambah bagi pelaku usaha, konsumen, dan masyarakat secara luas. Aktivitas berwirausaha dapat dilakukan dalam berbagai bidang dan sektor ekonomi, mulai dari usaha kecil hingga korporasi besar, serta melibatkan berbagai model bisnis dan strategi untuk mencapai kesuksesan.

Pengertian Berwirausaha, atau kewirausahaan, adalah suatu kegiatan yang melibatkan penerapan inovasi, kreativitas, dan kemampuan untuk mengidentifikasi peluang, menentukan metode produksi, mengelola operasi, dan mengelola modal operasi serta pemasaran. Berwirausaha memerlukan kemampuan untuk mengambil risiko dan mengembangkan ide-ide baru yang dapat meningkatkan kesejahteraan diri dan masyarakat.

Berwirausaha menurut beberapa pendapat ahli mencakup berbagai aspek yang saling terkait. Thomas W. Zimmerer mengungkapkan bahwa berwirausaha adalah penerapan inovasi dan kreativitas untuk memecahkan masalah serta memanfaatkan peluang. Jean Baptista Say menekankan bahwa seorang wirausahawan adalah agen yang menggabungkan alat produksi untuk menciptakan nilai. Raymond menyatakan bahwa wirausahawan memiliki sifat inovatif, kreatif, dan mampu mewujudkan ide untuk meningkatkan kesejahteraan. Harvey Leibenstein menambahkan bahwa berwirausaha melibatkan kegiatan yang diperlukan untuk mendirikan perusahaan di pasar yang belum terbentuk atau jelas. Sementara itu, Kathleen berpendapat bahwa wirausahawan adalah individu yang menjalankan dan mengelola bisnis serta berani mengambil risiko.

Kesimpulannya, berwirausaha adalah proses yang melibatkan kreativitas, inovasi, pengelolaan, dan pengambilan risiko untuk menciptakan nilai ekonomi dan meningkatkan kesejahteraan.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif untuk mendalami pemahaman tentang berwirausaha di kalangan Generasi Z. Pendekatan kualitatif memungkinkan peneliti untuk

mendapatkan wawasan mendalam tentang motivasi, tantangan, dan strategi yang digunakan oleh generasi muda dalam berwirausaha.

Penelitian dilakukan di Universitas Negeri Jakarta. Lokasi penelitian meliputi kampus, ruang kelas, perpustakaan, dan tempat-tempat di sekitar kampus yang relevan dengan aktivitas berwirausaha. Objek penelitian adalah mahasiswa Universitas Negeri Jakarta yang tergabung dalam salah satu organisasi yaitu Badan Eksekutif Mahasiswa (BEM) dan mahasiswa program studi Ekonomi Administrasi. Mereka dipilih karena dianggap memiliki potensi untuk menjadi wirausahawan di masa depan.

Fokus penelitian adalah untuk menganalisis pengembangan bisnis inovatif dan jiwa berwirausaha di kalangan Generasi Z. Penelitian akan menyoroati motivasi, tantangan, strategi, dan harapan mahasiswa terkait berwirausaha. Instrumen penelitian yang digunakan meliputi panduan wawancara mendalam, kuesioner terstruktur, dan observasi partisipatif. Panduan wawancara akan membantu dalam mendapatkan informasi mendalam dari responden, sementara kuesioner akan digunakan untuk mengumpulkan data secara lebih terstruktur.

Data akan dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan mahasiswa Universitas Negeri Jakarta yang tergabung dalam BEM dan program studi Ekonomi Administrasi. Selain itu, kuesioner akan disebar kepada responden untuk mendapatkan pandangan yang lebih luas. Data yang terkumpul akan dianalisis menggunakan pendekatan kualitatif. Analisis data akan melibatkan proses pengkodean, kategorisasi, dan tematisasi untuk mengidentifikasi pola, temuan, dan kesimpulan yang relevan dengan tujuan penelitian.

Dengan menggunakan metode penelitian kualitatif, lokasi dan waktu penelitian yang tepat, objek penelitian yang relevan, fokus penelitian yang jelas, instrumen yang sesuai, serta teknik pengumpulan dan analisis data yang tepat, diharapkan penelitian ini dapat memberikan pemahaman yang mendalam tentang berwirausaha di kalangan Generasi Z.

Hasil dan Pembahasan

Pengembangan bisnis inovatif dan jiwa berwirausaha di kalangan Generasi Z menjadi topik yang menarik untuk diteliti, terutama dalam konteks mahasiswa Universitas Negeri Jakarta yang tergabung dalam organisasi Badan Eksekutif Mahasiswa (BEM) dan rumpun Program Studi Ekonomi Administrasi. Melalui wawancara mendalam dengan mahasiswa Ekonomi & Administrasi, kita dapat menggali lebih dalam motivasi, tantangan, serta upaya pengembangan bisnis inovatif dan kewirausahaan di kalangan Generasi Z. Generasi Z menunjukkan kepedulian terhadap keberlanjutan dan keadilan sosial, yang mendorong mereka untuk memulai usaha yang tidak hanya menguntungkan tetapi juga berdampak positif bagi masyarakat.

Motivasi dan Faktor Pendukung Pengembangan Bisnis Inovatif

Dalam wawancara, banyak mahasiswa menyatakan bahwa motivasi utama mereka dalam memulai bisnis atau berwirausaha adalah untuk mencapai kebebasan finansial dan memberikan kontribusi positif pada masyarakat. Hal ini menunjukkan bahwa Generasi Z memiliki kesadaran akan pentingnya memberikan nilai tambah dalam bisnis mereka, bukan hanya sekadar mencari keuntungan. Selain itu, faktor pendukung seperti minat terhadap teknologi, kemampuan

beradaptasi dengan perubahan, dan keinginan untuk menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda juga menjadi pendorong utama dalam mengembangkan ide bisnis inovatif.

Motivasi dalam Berwirausaha di Indonesia, Motivasi merupakan faktor kunci yang mendorong individu untuk memulai dan mengembangkan bisnis inovatif di Indonesia. Berdasarkan studi yang dilakukan dalam lima tahun terakhir, terdapat beberapa teori motivasi yang relevan dalam konteks Indonesia. Salah satunya adalah Teori Keinginan Berprestasi (Achievement Motivation Theory) yang dikemukakan oleh McClelland, D. C. (1961), teori ini menyatakan bahwa individu yang memiliki keinginan kuat untuk mencapai prestasi cenderung memiliki motivasi yang tinggi untuk berwirausaha dan menciptakan sesuatu yang baru.

Selain itu, Teori Ekonomi Perilaku (Behavioral Economics) juga dapat menjadi landasan untuk memahami motivasi berwirausaha di Indonesia. Teori ini menekankan pentingnya faktor psikologis dan sosial dalam pengambilan keputusan ekonomi, termasuk keputusan untuk berwirausaha. Dalam konteks Indonesia, faktor-faktor seperti kebutuhan akan pengakuan sosial, kebebasan finansial, dan keinginan untuk memberikan kontribusi pada masyarakat dapat menjadi motivasi utama bagi individu untuk memulai bisnis inovatif.

Faktor Pendukung Pengembangan Bisnis Inovatif di Indonesia: Pengembangan bisnis inovatif di Indonesia memerlukan faktor pendukung yang dapat memfasilitasi proses inovasi dan pertumbuhan bisnis. Dalam lima tahun terakhir, terdapat beberapa teori yang relevan dalam konteks Indonesia. Salah satunya adalah Teori Sumber Daya dan Kemampuan (Resource-Based View) menurut Barney, J. B. (1991) yang menekankan pentingnya sumber daya yang langka dan bernilai sebagai sumber keunggulan kompetitif bagi bisnis. Di Indonesia, memiliki akses ke sumber daya seperti teknologi terkini, modal, dan jaringan yang luas dapat menjadi faktor pendukung utama dalam pengembangan bisnis inovatif.

Selain itu, Teori Inovasi dan Difusi (Innovation and Diffusion Theory) menurut Rogers, E. M. (2003) juga dapat digunakan untuk menjelaskan faktor pendukung pengembangan bisnis inovatif di Indonesia. Teori ini menekankan pentingnya adopsi inovasi oleh pasar dan masyarakat sebagai faktor kunci dalam kesuksesan bisnis inovatif. Dengan memahami pola difusi inovasi dan faktor-faktor yang mempengaruhi adopsi inovasi, bisnis di Indonesia dapat mengembangkan strategi yang tepat untuk mempercepat pertumbuhan dan penerimaan inovasi mereka.

Integrasi Motivasi dan Faktor Pendukung dalam Konteks Indonesia Dalam konteks Indonesia, integrasi antara motivasi dan faktor pendukung pengembangan bisnis inovatif sangat penting untuk menciptakan lingkungan yang mendukung kreativitas, inovasi, dan pertumbuhan bisnis. Dengan memahami teori-teori motivasi dan inovasi yang relevan dalam konteks Indonesia, individu dan organisasi dapat merancang strategi yang lebih efektif untuk menciptakan nilai tambah, meningkatkan daya saing, dan berkontribusi pada pembangunan ekonomi nasional.

Motivasi dan faktor pendukung memainkan peran kunci dalam pengembangan bisnis inovatif di Indonesia. Dengan memahami teori-teori motivasi dan inovasi yang relevan dalam konteks Indonesia, individu dan organisasi dapat menciptakan lingkungan yang mendukung kreativitas, inovasi, dan pertumbuhan bisnis. Dengan integrasi motivasi yang kuat dan faktor pendukung yang memadai, bisnis di Indonesia dapat mencapai keberhasilan jangka panjang dan memberikan dampak positif bagi masyarakat dan ekonomi secara keseluruhan.

Tantangan dalam Pengembangan Bisnis dan Upaya Mengatasinya

Tantangan terbesar yang dihadapi dalam mengembangkan bisnis adalah persaingan yang ketat, biaya yang tinggi, serta stigma bahwa berwirausaha adalah pekerjaan yang tidak stabil. Untuk mengatasi tantangan tersebut, mahasiswa perlu memiliki kemampuan teknologi yang tinggi, jaringan yang luas, kemampuan manajemen yang baik, dan strategi bisnis yang jelas. Selain itu, memanfaatkan jaringan atau koneksi yang dimiliki juga menjadi kunci sukses dalam pengembangan bisnis.

Kemampuan mereka dalam menggunakan platform digital seperti media sosial memungkinkan mereka untuk memasarkan produk dengan biaya rendah dan menjangkau audiens yang lebih luas, program pendidikan yang terintegrasi dengan praktik kewirausahaan memberikan pemahaman mendalam tentang strategi bisnis dan manajemen, Mahasiswa saat ini juga cenderung memiliki kreativitas tinggi dan kemampuan beradaptasi, sehingga mereka mampu menciptakan solusi inovatif dalam menghadapi tantangan bisnis.

Peran Program Studi Ekonomi Administrasi dan Organisasi dalam Mendukung Pengembangan Bisnis Inovatif

Program Studi Ekonomi Administrasi memiliki peran penting dalam mendukung pengembangan bisnis inovatif di kalangan mahasiswa. Mereka memberikan bantuan, dukungan, pelatihan, dan workshop yang spesifik untuk membantu mahasiswa mengembangkan ide bisnis inovatif. Selain itu, organisasi yang ada juga membantu dalam menghubungkan mahasiswa dengan sumber daya dan jaringan yang lebih luas. Program studi ini memberikan dukungan yang cukup dalam hal kewirausahaan dan inovasi bisnis dengan memberikan bantuan, dukungan, pelatihan, dan workshop yang spesifik.

Kolaborasi antara Organisasi BEM dan Program Studi Ekonomi Administrasi dapat menciptakan lingkungan yang kondusif bagi mahasiswa untuk mengembangkan ide bisnis kreatif dan inovatif. Berikut adalah penjelasan rinci mengenai peran keduanya:

1. Peran Organisasi Badan Eksekutif Mahasiswa (BEM)

BEM dapat memberikan dukungan langsung kepada mahasiswa yang memiliki ide bisnis inovatif. Dukungan ini dapat berupa bimbingan, konsultasi, dan saran praktis mengenai langkah-langkah yang perlu diambil dalam mengembangkan bisnis mereka. BEM juga dapat mengadakan pelatihan dan workshop yang bertujuan untuk meningkatkan keterampilan dan pengetahuan mahasiswa dalam mengembangkan bisnis inovatif. Pelatihan ini dapat mencakup berbagai aspek bisnis seperti manajemen, pemasaran, dan keuangan.

Dengan adanya BEM dapat membantu mahasiswa dalam membangun jaringan dan koneksi dengan pihak-pihak terkait yang dapat mendukung pengembangan bisnis inovatif. Dengan memperluas jaringan, mahasiswa dapat lebih mudah mendapatkan sumber daya dan informasi yang diperlukan. Lalu selain itu dapat mendorong kolaborasi antar mahasiswa dengan berbagai latar belakang dan keahlian untuk menciptakan inovasi dalam bisnis. Melalui kerjasama tim yang solid, mahasiswa dapat menghasilkan ide-ide yang lebih kreatif dan berpotensi mengubah pasar.

2. Peran Program Studi Ekonomi Administrasi

Program Studi dapat memberikan pendidikan dan pelatihan khusus yang terkait dengan pengembangan bisnis inovatif. Materi-materi yang diajarkan dapat mencakup manajemen strategis, inovasi, kewirausahaan, dan analisis pasar, dapat mendorong mahasiswa untuk mengembangkan kreativitas dan inovasi dalam bisnis mereka. Dengan memberikan ruang bagi eksperimen dan pengembangan ide, mahasiswa dapat merancang bisnis yang unik dan berbeda dari yang sudah ada. Program Studi dapat menyediakan fasilitas dan sumber daya yang mendukung pengembangan bisnis inovatif, seperti akses ke perpustakaan, laboratorium, dan mentor yang berpengalaman dalam dunia bisnis. Dengan adanya fasilitas ini, mahasiswa dapat lebih leluasa dalam mengembangkan ide bisnis mereka.

Dengan peran yang aktif dari salah satu organisasi dan Program Studi Ekonomi Administrasi, diharapkan mahasiswa dapat lebih terbantu dalam mengembangkan bisnis inovatif mereka. Kolaborasi antara kedua pihak ini juga dapat menciptakan lingkungan yang mendukung pertumbuhan kewirausahaan dan inovasi di kalangan mahasiswa, sehingga dapat melahirkan generasi wirausahawan yang kreatif dan sukses di masa depan.

Pandangan dan Potensi Kewirausahaan Generasi Z

Pandangan terhadap kewirausahaan di kalangan Generasi Z menunjukkan bahwa generasi ini memiliki potensi besar untuk menjadi wirausahawan. Mereka memiliki kemampuan teknologi yang tinggi dan minat yang besar dalam berwirausaha. Namun, pendidikan dan pelatihan yang lebih baik diperlukan untuk meningkatkan kemampuan mereka dalam berwirausaha.

Potensi kewirausahaan Generasi Z di Indonesia sangat besar. Mereka memiliki keberanian untuk mengambil risiko, kreativitas yang tinggi, serta kemampuan beradaptasi dengan perubahan yang cepat. Generasi Z juga cenderung memiliki minat yang besar dalam bidang teknologi, digital marketing, dan bisnis berbasis online. Potensi ini dapat menjadi modal penting dalam menghadapi tantangan dan meraih kesuksesan dalam dunia bisnis yang kompetitif.

Generasi Z memiliki akses yang mudah ke informasi dan teknologi, yang memungkinkan mereka untuk memanfaatkan berbagai peluang dan mengembangkan kemampuan dan potensi diri dalam mengelola keuangan dan bisnis. Mereka juga memiliki keterbukaan dalam menerima berbagai pandangan dan pola pikir, sehingga mereka lebih mudah menerima keberagaman dan pandangan atas suatu hal. Mereka juga terbiasa dengan berbagai aktivitas dalam satu waktu, seperti membaca, berbicara, menonton, dan mendengarkan.

Dengan keterampilan digital yang mereka miliki yang sangat tinggi, sehingga mereka dapat dengan mudah memanfaatkan teknologi untuk memasarkan, mempromosikan, dan menyalurkan kreativitas yang dimiliki. Generasi Z dapat dengan mudah membuat konten melalui media sosial, seperti YouTube, yang memungkinkan mereka untuk mempromosikan dan menjual produk atau jasa mereka. Sebagian besar dari mereka memiliki kemampuan membuat keputusan yang cepat dan tepat, sehingga mereka dapat dengan mudah mengembangkan bisnis dan meningkatkan kesejahteraan diri.

Rekomendasi untuk Pengembangan Bisnis Inovatif dan Kewirausahaan Generasi Z

Berdasarkan hasil wawancara dan analisis yang dilakukan, beberapa rekomendasi praktis dapat diberikan untuk universitas dan pembuat kebijakan. Pertama, meningkatkan kerjasama antara

BEM, Program Studi Ekonomi Administrasi, dan dunia industri untuk memberikan pelatihan dan workshop yang relevan dengan kebutuhan pasar. Kedua, memperkuat kurikulum yang mendukung pengembangan keterampilan kewirausahaan dan inovasi bisnis di kalangan mahasiswa. Ketiga, memberikan akses lebih luas terhadap sumber daya dan jaringan yang dapat mendukung mahasiswa dalam mengembangkan bisnis mereka.

Dengan demikian, pengembangan bisnis inovatif dan kewirausahaan di kalangan Generasi Z Universitas Negeri Jakarta melalui organisasi BEM dan Program Studi Ekonomi Administrasi dapat terus didorong dan ditingkatkan melalui upaya kolaboratif antara institusi pendidikan, organisasi kemahasiswaan, dan dunia industri. Generasi Z memiliki potensi besar untuk menjadi penggerak utama dalam dunia bisnis di masa depan, dan dukungan yang tepat akan membantu mereka meraih kesuksesan dalam berwirausaha dan mengembangkan bisnis inovatif.

Kesimpulan

Dalam analisis pengembangan bisnis inovatif dan berwirausaha pada Generasi Z Universitas Negeri Jakarta, ditemukan bahwa Generasi Z menunjukkan minat yang besar dalam berwirausaha dan mengembangkan bisnis inovatif. Namun, mereka masih menghadapi tantangan seperti kurangnya pendidikan dan pelatihan yang sesuai, kurangnya dukungan dari organisasi dan komunitas, serta kurangnya kesadaran akan pentingnya inovasi dalam bisnis. Universitas Negeri Jakarta telah berperan sebagai pusat pendidikan yang fokus pada pengembangan bisnis inovatif, sementara Badan Eksekutif Mahasiswa (BEM) dan Rumpun Prodi Ekonomi Administrasi turut berupaya meningkatkan kemampuan mahasiswa dalam berwirausaha melalui program-program yang diselenggarakan.

Pentingnya dukungan institusi pendidikan dan lingkungan organisasi dalam memfasilitasi pengembangan kemampuan berwirausaha dan inovasi bisnis di kalangan mahasiswa Generasi Z menjadi sorotan utama. Kolaborasi antara institusi pendidikan, organisasi kemahasiswaan, dan dunia industri diharapkan dapat memberikan dorongan yang lebih kuat bagi Generasi Z dalam mengembangkan potensi kewirausahaan mereka. Dengan demikian, upaya bersama dari berbagai pihak akan membantu menciptakan lingkungan yang mendukung pertumbuhan bisnis inovatif dan semangat berwirausaha di kalangan mahasiswa Generasi Z Universitas Negeri Jakarta.

Referensi

- Barney, J. B. (1991). Firm Resources and Sustained Competitive Advantage. *Journal of Management*, 17(1), 99-120.
- Mettan, S. V., & Setiawan, Y. C. . (2023). Pelatihan Wirausaha Generasi Z Terutama Siswa/I SMA St. Agnes Untuk Mengembangkan Potensi Entrepreneur Muda Melalui Zoom. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 3(2), 151-157.
- Carayannis et al., "The Quintuple Helix Innovation Model: Global Warming as a Challenge and Driver for Innovation," *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 2012.
- Creswell, J. W. (2014). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. Sage Publications.
- Dimas Hendika Wibowo, dkk., "Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing Umkm (Studi Pasda Batik Diajeng Solo)," *Jurnal Administrasi*, Vol. 29, No. 1, Desember 2015.

- Suherman, Eman. (2008). *Desain Pembelajaran Kewirausahaan*. Bandung: Alfabeta.
- Temu, A. N., & Sari, Y. P. (2020). Meningkatkan Peluang” Bisnis Digital Kewirausahaan” Di Era New Normal. *Jurnal Sultra Elementary School*, 1(2), 15-23.
- Duckworth, A. (2016). *Grit: The Power of Passion and Perseverance*. Scribner.
- Gartner, W.B. (2018). *Entrepreneurial marketing: A strategy for the twenty-first century*. Routledge.
- Basrowi. (2010). *Kewirausahaan Untuk Perguruan Tinggi*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Cahyono, G. H. (2018). Kewirausahaan dan Inovasi dalam E-Commerce. *Swara Patra : Majalah Ilmiah PPSDM Migas*, 8(1), 80–92.
- Kumar, V., & Lim, H. (2019). Understanding Generation Z: Their preferences, expectations, and concerns. *Journal of Business Research*, 100, 169-180.
- Mahmud Mach Foedz, "Pengembangan Usaha Menurut Para Ahli," *Jurnal Administrasi*, Vol. 29, No. 1, Desember 2015.
- McClelland, D. C. (1961). *The Achieving Society*. Princeton University Press.
- Muh. Ihsan Said Ahmad, "Peran Inovasi dalam Keberhasilan Kewirausahaan: Studi Kasus Perusahaan Rintisan Teknologi," *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan West Science*, Vol. 1, No. 03, Juli 2023.
- Rogers, E. M. (2003). *Diffusion of Innovations*. Free Press.
- Sarasvathy, S.D. (2016). *Effectuation: Elements of entrepreneurial expertise*. Edward Elgar Publishing.
- Schmitz et al., "Innovation and Entrepreneurship," *Journal of Entrepreneurship*, 2017.
- Seemiller, C., & Grace, M. (2016). *Generation Z goes to college*. John Wiley & Sons.
- Shane, S. (2017). *A general theory of entrepreneurship: The individual-opportunity nexus*. Edward Elgar Publishing.
- Smith, A., & Sparks, P. (2017). *Generation Z: Understanding the next generation of change agents*. Routledge.
- Thaler, R. H., & Sunstein, C. R. (2008). *Nudge: Improving Decisions About Health, Wealth, and Happiness*. Yale University Press.
- Twenge, J. M., & Campbell, W. K. (2018). *The narcissism epidemic: Living in the age of entitlement*. Simon and Schuster.
- Williams, L., & Page, R. (2020). *Generation Z: Understanding the next wave of students*. Routledge.