

Wirausahawan Digital untuk Generasi Z

Digital Entrepreneur for Z Generation

Genoveva Genoveva¹, Eka Ariestiningsih Srirahayu²

¹School of Busines, President University

²Fakultas Kesehatan, Universitas Muhammadiyah Gresik

*Email: genoveva@president.ac.id

(Diterima 08-09-2024; Disetujui 27-09-2024)

ABSTRAK

Perkembangan teknologi digital yang sangat pesat di seluruh dunia, termasuk Indonesia mendorong penggunaan internet. Generasi Z adalah generasi yang sejak lahir telah bersinggungan dengan teknologi digital, namun pemanfaatannya lebih banyak untuk kegiatan hiburan seperti sosial media, menonton film streaming berbayar dan mengerjakan tugas-tugas sekolah/ perkuliahan. Mahasiswa Fakultas Kesehatan Muhammadiyah Gresik, yang sedang mengambil mata kuliah Kewirausahaan memerlukan pengetahuan tambahan mengenai bagaimana berwirausaha secara digital, sehingga sebagai Gen Z setelah lulus kuliah, mereka dapat memulai bisnisnya secara digital. Karena berbisnis secara digital lebih memudahkan Gen Z yang telah akrab dengan dunia digital dan memerlukan permodalan lebih kecil. Berdasarkan kerjasama yang telah terjalin antara Fakultas Kesehatan UMG dengan Fakultas Bisnis President University, mereka menyepakati bahwa pembicara webinar akan disediakan oleh President University. Pelaksanaan webinar menggunakan tiga tahapan, pertama adalah tahap persiapan dan perumusan masalah, kemudian tahap pelaksanaan webinar dan terakhir adalah evaluasi serta pembuatan laporan pelaksanaan. Pada akhir sesi webinar disebarkan feedback online untuk mengetahui pelaksanaan webinar. Hasil pelaksanaan menunjukkan hasil yang Sangat Baik, sehingga webinar ini dapat dilaksanakan pada kesempatan yang akan datang.

Kata kunci: Bisnis Digital; Generasi Z; Digital entrepreneur; Kewirausahaan

ABSTRACT

The rapid development of digital technology around the world, including Indonesia, encourages the use of the internet. Generation Z is a generation that since birth has been in contact with digital technology, but its utilization is more for entertainment activities such as social media, watching paid streaming movies and doing school / lecture assignments. Muhammadiyah Gresik Faculty of Health students, who are taking Entrepreneurship courses, need additional knowledge about how to be a digital entrepreneur, so that as Gen Z after graduating from college, they can start their business digitally. Because doing business digitally makes it easier for Gen Z who are familiar with the digital world and require smaller capital. Based on the existing collaboration between the UMG Faculty of Health and the Faculty of Business of President University, they agreed that the webinar speakers would be provided by President University. The webinar implementation uses three stages, first is the preparation and problem formulation stage, then the webinar implementation stage and finally the evaluation and preparation of an implementation report. At the end of the webinar session, online feedback is distributed to find out the implementation of the webinar. The implementation results showed very good results, so this webinar can be held on future occasions.

Keywords: Digital Business; Generation Z; Digital entrepreneur; Entrepreneurship

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital di seluruh dunia, termasuk Indonesia mendorong peningkatan penggunaan internet. Pada tahun 2024 jumlah pengguna internet mencapai 221,5 juta jiwa. Berdasarkan laporan APIJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia) tingkat penetrasi internet di Indonesia mencapai 79,5 persen. Dari Jumlah

tersebut, generasi Z adalah penyumbang terbesar, angkanya mencapai 34,4 persen (Riyanto & Pertiwi, 2024).

Generasi Z adalah generasi yang lahir pada tahun 1995 sampai 2010, pada tahun 2024 ini berusia 14 sampai 29 tahun. Mereka adalah generasi yang sejak lahir telah mengenal teknologi digital, melalui penggunaan *tab*, *smartphone* dan televisi nirkabel untuk menonton film kartun, lagu anak-anak dan permainan digital lainnya (Francis & Hoefel, 2018; Genoveva, 2022). Penguasaan teknologi digital pada generasi Z, khususnya yang saat ini berstatus sebagai mahasiswa dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan ketrampilan menjadi digital entrepreneur. Menurut (Perwita, 2021) digitalisasi bisnis adalah salah satu bentuk inovasi di dalam bisnis karena memberikan banyak kemudahan dalam proses bisnis. Proses bisnis tersebut meliputi kegiatan internal di perusahaan, hubungan dengan konsumen (Genoveva, 2022), termasuk mendapatkan pendanaan secara digital (Widyanto, Syahrivar, Genoveva, & Chairy, 2022).

Meskipun generasi Z telah akrab dengan teknologi digital, pemanfaatannya lebih banyak untuk sosial media (Genoveva, 2022), menonton film berlangganan dan bermain game (Kusumawardhani, Widiyanto, & Tambunan, 2023). Memberi bekal berupa pengenalan teknologi digital untuk berwirausaha diharapkan dapat mendorong generasi Z lebih termotivasi dalam memulai bisnis (Sonny, Manurung, Genoveva, Syahrivar, & Fortuna, 2023). Selain itu, permasalahan permodalan dapat teratasi, karena memulai bisnis secara digital memerlukan modal yang jauh lebih sedikit. Biaya untuk menyewa tempat, gudang, membayar gaji karyawan dan stok barang dapat teratasi (Genoveva, 2022b)

Berdasarkan latar belakang tersebut di atas, Fakultas Kesehatan Universitas Muhammadiyah Gresik bekerjasama dengan President University menyelenggarakan kerjasama berupa pembekalan tambahan mata kuliah Kewirausahaan. Sejalan dengan permasalahan di atas, maka materi yang akan diberikan adalah bagaimana memanfaatkan teknologi digital untuk berwirausaha. Judul yang dipilih dalam kuliah tamu tersebut adalah “*Digital Entrepreneur for Z Generation*”.

BAHAN DAN METODE

Pelaksanaan pembekalan materi “*Digital Entrepreneur for Z Generation*” dilakukan dalam tiga tahapan. Pertama adalah tahap perumusan masalah dan persiapan, dimana tim panitia dari Fakultas Kesehatan Universitas Muhammadiyah Gresik dan Fakultas Bisnis, *President University* melakukan 3 kali rapat secara online. Rapat pertama, menentukan materi yang akan diberikan berdasarkan kebutuhan mahasiswa, pembicara yang sesuai dan

tanggal pelaksanaan. Setelah rapat pertama, rapat berikutnya adalah membicarakan draft e-brosur, agenda pembekalan materi dan panitia yang bertugas dalam acara pembekalan materi. Rapat yang ketiga, mematangkan agenda, termasuk melakukan konfirmasi terhadap dekan yang akan memberikan sambutan dan gladi resik.

Kedua, adalah tahap pelaksanaan webinar dengan target minimal diikuti oleh 70 peserta. Agar pelaksanaan webinar berjalan dengan efektif, materi direncanakan maksimal 1.5 jam, dilanjutkan dengan tanya jawab dan diskusi dengan peserta selama 1 jam. Pada sesi akhir webinar akan dilakukan evaluasi dengan membagikan kuesioner online. Sebelum webinar ditutup, diberikan kesempatan pendampingan bagi peserta yang tertarik untuk memulai bisnis secara digital. Pendampingan difokuskan kepada peserta yang sudah memulai bisnis, namun belum menggunakan media digital.

Ketiga, adalah tahap evaluasi dan penyusunan laporan pelaksanaan PKM. Evaluasi membahas mengenai pelaksanaan webinar dan hasil kuesioner yang disebarikan ke peserta untuk mendapatkan *feedback* kegiatan. Laporan akhir ini bermanfaat untuk mendokumentasikan kegiatan dan memberikan laporan kepada bagian Lembaga Penelitian dan PKM serta bagian kerja sama masing-masing universitas.



Gambar 1. Tahapan Pelaksanaan Kegiatan

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan webinar dimulai dengan sambutan dari Dekan Fakultas Kesehatan Universitas Muhammadiyah Gresik, Dr. Siti Hamidah, SST.,M.Kes. Acara dilanjutkan dengan memperkenalkan pembicara, Dr.Dra.Genoveva, M.M yang merupakan dosen Kewirausahaan dan juga praktisi dalam bidang kewirausahaan, beliau mengelola bisnis keluarga, secara offline maupun digital. Peserta yang terdiri dari Generasi Z adalah mahasiswa dari UMG dan President University yang diikuti oleh 99 orang. Beberapa peserta sudah menjalankan bisnisnya namun masih dalam skala uji coba dengan konsumennya adalah warga masyarakat disekitarnya.

Peserta diberikan wawasan mengenai digital bisnis, termasuk peluang-peluang apabila melakukan bisnis secara digital, dan materi diakhiri dengan langkah-langkah mudah melakukan bisnis secara digital. Setelah pemberian materi, peserta diberikan kesempatan

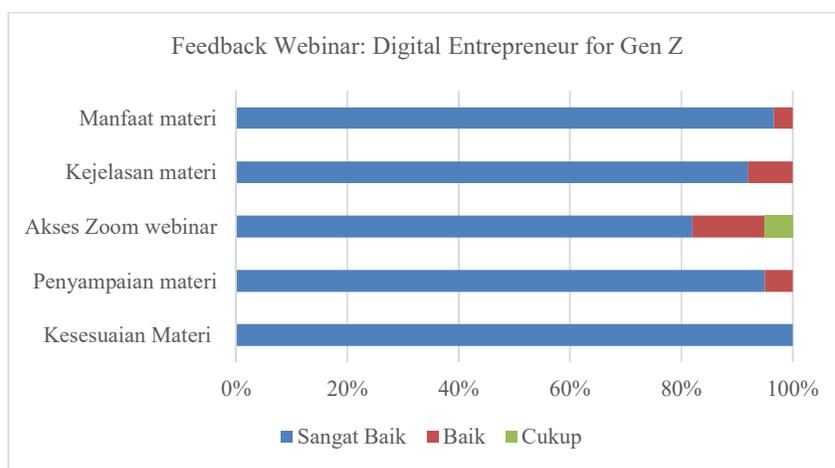
untuk diskusi dan bertanya selama satu jam. Pertanyaan peserta fokus ke bisnis yang sudah mereka lakukan, terutama agar bisnis tersebut dapat lebih dikembangkan secara digital, sehingga dapat menjangkau lebih banyak konsumen.



Gambar 2. Pelaksanaan webinar kepada Gen Z

Webinar ditutup dengan kesimpulan oleh moderator dan himbuan kepada peserta agar mengisi presensi serta *feedback* terkait dengan pelaksanaan webinar.

Feedback yang diisi oleh peserta merupakan pengukuran terhadap pelaksanaan webinar, pada gambar 3 berikut adalah ringkasan hasil feedback. Pada gambar 3 dibawah ini dapat dilihat bahwa manfaat materi yang diberikan bagi peserta, sebanyak 97% menjawab Sangat Baik dan sisanya 3% menjawab Baik. Kejelasan Materi, menurut peserta, 95% mengatakan Sangat Baik dan 5% sisanya Baik. Pertanyaan ketiga terkait dengan akses zoom webinar, 82% menjawab Sangat Baik, 13% menjawab Baik dan sisanya 5% menjawab Cukup. Pertanyaan keempat terkait dengan penyampaian materi, menurut 92% peserta Sangat Baik dan 8% peserta adalah Baik. Pertanyaan terakhir, terkait dengan kesesuaian Materi dengan topik webinar, 100% peserta menjawab Sangat Sesuai.



Gambar 3. Ringkasan *Feedback* webinar

Selain kelima pertanyaan di atas, terdapat juga pertanyaan terkait dengan “apakah webinar serupa perlu diadakan lagi? Sebanyak 100% peserta menyatakan perlu diadakan. Pertanyaan keenam adalah terkait dengan “Apabila diadakan webinar serupa, apakah tertarik mengikuti?”. Sebanyak 100% peserta mengatakan tertarik untuk mengikuti webinar serupa.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil evaluasi terhadap pelaksanaan webinar, 100% peserta mengatakan bahwa webinar serupa dapat dilaksanakan kembali dan mereka bersedia mengikuti webinar serupa. Sedangkan pelaksanaan webinar tersebut 95% mengatakan sangat bermanfaat, artinya dapat memberikan manfaat terhadap generasi Z yang berminat menjadi digital entrepreneur.

Saran bagi panitia pelaksanaan dari hasil evaluasi peserta adalah, perlu dilakukan pembinaan dan kegiatan workshop lanjutan untuk memberikan pembinaan terhadap generasi Z yang telah memulai bisnisnya, dan yang akan memulai bisnisnya. Sedangkan saran yang terkait dengan acara keseluruhan adalah, diperlukan selingan seperti permainan atau lagu sehingga suasana lebih hidup dan tepat untuk generasi Z.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kepada Fakultas Kesehatan Muhammadiyah Gresik dan Fakultas Bisnis President University yang telah mengagas kerja sama ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Francis, T., & Hoefel, F. (2018). *True Gen: Generation Z and its implications for companies*. Mckinsey. Available at: <https://www.mckinsey.com/industries/consumer-packaged-goods/our-insights/true-gen-generation-z-and-its-implications-for-companies> (retrived on August 5th 2021).
- Genoveva, G. (2022). Tiktok Platform Opportunity: How Does It Influence SMEs Brand Awareness Among Generation Z? *Sriwijaya International Journal of Dynamic Economics and Business*, 5(3), 272-282.
- Genoveva, G. (2022b). Membangun Start-Up dan Etika Bisnis Technopreneurship di Era Digital. In G. Genoveva, *Technopreneurship: Inovasi Bisnis di Era Digital* (pp. 203-226). Solok: Yayasan Pendidikan Cendekia Muslim.
- Kusumawardhani, K., Widiyanto, H. A., & Tambunan, J. G. (2023). The role of gamification, social, hedonic and utilitarian values on e-commerce adoption. *Spanish Journal of Marketing-ESIC*, 27(2), 158-177.
- Perwita, D. (2021). Telaah Digital Entrepreneurship: Suatu Implikasi Dalam Mengatasi Permasalahan Ekonomi. *Jurnal Promosi*, 9(2), 40-51.
- Riyanto, G., & Pertiwi, W. K. (2024, Pebruari 04). *Pengguna Internet Indonesia Tembus 221 Juta, Didominasi Gen Z*. Retrieved August 2024, from Kompas.com:

<https://tekno.kompas.com/read/2024/02/01/09300027/pengguna-internet-indonesia-tembus-221-juta-didominasi-gen-z>

- Sonny, S., Manurung, S. P., Genoveva, F., Syahrivar, J., & Fortuna, D. (2023). Pembelajaran Online Marketplace sebagai bekal Kewirausahaan bagi Siswa SMK Informatika Amanah Bangsa, Cikarang. *Abdimas Galuh*, 5(2), 1277-1287.
- Widyanto, H., Syahrivar, J., Genoveva, G., & Chairy, C. (2022). Intention to use peer-to-peer (P2P) lending: The roles of perceived structural assurance and perceived critical mass. *Organizations and Markets in Emerging Economies*, 13(1), 183-208.