

Membaca Mindset Wirausaha: Analisis Determinan Minat Berwirausaha pada Mahasiswa Generasi Z

**Rexy Andalangi Maatui¹, Maria Bungkaes², Deske Lin Djole³, Chrystania Dodopo⁴,
Marsya Langi⁵, Jindro Djojobo⁶**

Program Studi Manajemen, Fakultas Ilmu Pengetahuan Teknologi dan Keguruan, Universitas Trinita,
Manado, Indonesia^{1,2,3,4,5,6}

*Email

: rexymaatui1999@gmail.com, thzmariabungkaes@gmail.com, deskedjole@gmail.com,
intandodopo@gmail.com, marsyalangi982@gmail.com, djodjobodion@gmail.com

Diterima: 02-12-2025 | Disetujui: 12-12-2025 | Diterbitkan: 14-12-2025

ABSTRACT

This study aims to deeply analyze the entrepreneurial mindset among Generation Z students and identify the main factors that drive their interest in entrepreneurship. Through a literature review approach, this research examines various academic sources, such as local and international journals, to formulate thinking patterns, internal factors, external factors, and the technological context that influence the entrepreneurial tendencies of this generation. The findings reveal that this mindset is formed by a combination of self-efficacy, desire for autonomy, family support, and entrepreneurial education environment. Furthermore, the advancement of digital technology has been proven to boost entrepreneurial spirit through access to information, new business opportunities, and an online environment that stimulates creativity and innovation. This research emphasizes that Generation Z's interest in entrepreneurship depends not only on personal traits but also on dynamic technological and educational conditions. These findings contribute theoretically to understanding the determinants of entrepreneurship in young generations and provide practical guidance for educational institutions and policymakers to design more appropriate entrepreneurship development programs.

Keywords: *Entrepreneurial Mindset, Generation Z, Entrepreneurial Ecosystem, Digital Entrepreneurship, Entrepreneurial Motivation Factors.*

ABSTRAK

Kajian ini bertujuan menganalisis secara mendalam pola pikir kewirausahaan di kalangan mahasiswa Generasi Z serta menentukan faktor utama yang mendorong minat mereka berwirausaha. Melalui pendekatan studi pustaka, riset ini meninjau beragam sumber akademik, seperti jurnal lokal dan global, untuk merumuskan pola berpikir, unsur internal, unsur eksternal serta konteks teknologi yang mempengaruhi kecenderungan wirausaha generasi ini. Hasilnya mengungkap bahwa pola pikir tersebut terbentuk dari gabungan keyakinan diri, hasrat otonomi, bantuan keluarga, dan suasana pendidikan kewirausahaan. Lebih lanjut, kemajuan teknologi digital terbukti meningkatkan semangat berwirausaha lewat akses data, peluang usaha baru, dan lingkungan daring yang merangsang kreativitas serta inovasi. Penelitian ini menekankan bahwa minat berwirausaha Generasi Z tidak hanya bergantung pada sifat pribadi, melainkan juga pada kondisi teknologi dan pendidikan yang dinamis. Temuan ini berkontribusi secara

teoritis pada pemahaman penentu kewirausahaan generasi muda, serta memberikan panduan praktis bagi lembaga pendidikan dan pengambil keputusan untuk merancang program pengembangan wirausaha yang lebih sesuai

Katakunci: Mindset Kewirausahaan, Generasi Z, Ekosistem Kewirausahaan, Kewirausahaan Digital, Faktor Motivasi Kewirausahaan

Bagaimana Cara Sitas Artikel ini:

Andalangi Maatuil, R., Maria Bungkaes, Deske Lin Djole, Chrystania Dodopo, Marsya Langi, & Jindro Djojobo. (2025). Membaca Mindset Wirausaha: Analisis Determinan Minat Berwirausaha pada Mahasiswa Generasi Z. *Indonesia Economic Journal*, 1(2), 3024-3032. <https://doi.org/10.63822/s29yj609>

PENDAHULUAN

Dalam rentang waktu satu dekade belakangan ini, evolusi dalam aspek sosial, ekonomi, dan pendidikan telah mendorong perhatian yang lebih besar terhadap pentingnya menumbuhkan jiwa wirausaha di kalangan pemuda. Dalam kelompok usia ini, Generasi Z menduduki posisi kunci karena dilengkapi dengan ciri khas seperti kecenderungan untuk berpikir bebas, ambisi mencapai kemandirian finansial, dan fokus pada inovasi. Beragam riset mengindikasikan bahwa generasi ini memiliki potensi wirausaha yang signifikan, meskipun realisasi minat mereka untuk terjun ke dunia bisnis sangat dipengaruhi oleh berbagai faktor psikologis, sosial, dan kelembagaan (Hossain et al., 2023). Studi-studi terdahulu menegaskan bahwa elemen internal seperti *Self-efficacy*, pandangan tentang wirausaha, kreativitas, dan motivasi memainkan peran krusial dalam membentuk ketertarikan mahasiswa terhadap wirausaha (Rasmi et al., 2023). Tak hanya itu, faktor eksternal seperti dukungan dari keluarga, kurikulum pendidikan wirausaha dan ekosistem pembelajaran di kampus. (Putri & Wahyuni, 2023; Delvantly, 2022). Temuan-temuan ini menjelaskan bahwa minat berwirausaha bukanlah sesuatu yang timbul secara tiba-tiba, melainkan manifestasi dari interaksi kompleks antara aspek personal dan lingkungan sekitar.

Selain itu, perbedaan hasil antar studi menunjukkan variasi dalam faktor yang dianggap paling berpengaruh terhadap minat mahasiswa; beberapa penelitian menitikberatkan pada pendidikan wirausaha, sementara yang lain menemukan dominasi dari sikap pribadi atau dukungan sosial (Hossain et al., 2023). Variasi ini menandakan perlunya riset yang lebih terarah untuk memahami determinan minat wirausaha pada generasi ini dengan lebih menyeluruh. Lebih jauh, literatur internasional mengungkapkan bahwa faktor kognitif seperti sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku yang dirasakan, sesuai dengan Theory of Planned Behavior (Ajzen, 1991), secara konsisten memprediksi niat wirausaha di berbagai belahan dunia. Temuan ini sejalan dengan karya Krueger et al. (2000) serta Liñán dan Chen (2009), yang menekankan bahwa niat wirausaha adalah konstruk psikologis yang terbentuk dari evaluasi pribadi, tekanan sosial, dan persepsi kemampuan diri. Dalam konteks mahasiswa, penelitian Nabi et al. (2017) menunjukkan bahwa mutu pendidikan wirausaha dapat meningkatkan persepsi tentang kelayakan dan atraksi kegiatan wirausaha, sehingga mempertegas niat mereka untuk memulai bisnis. Dengan demikian, pemahaman terhadap minat wirausaha Generasi Z harus melibatkan bukan hanya faktor individu dan sosial, tetapi juga elemen kognitif dan persepsi kendali diri sebagai komponen utama dalam proses pembentukan niat.

Selain hal tersebut, karakteristik Generasi Z yang lebih menekankan makna pribadi, fleksibilitas dalam karir, dan pencapaian kreatif turut membentuk pandangan mereka tentang wirausaha (Schroth, 2019). Beberapa studi menunjukkan bahwa generasi ini lebih tertarik pada wirausaha yang bernilai sosial atau yang membuka peluang untuk inovasi berkelanjutan (Bencsik et al., 2016). Berdasarkan kesenjangan tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengkaji dan menganalisis pola pikir wirausaha mahasiswa Generasi Z serta mengidentifikasi determinan yang memengaruhi ketertarikan mereka untuk berwirausaha. Penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi empiris dan teoritis pada bidang wirausaha, sekaligus menawarkan implikasi praktis bagi perguruan tinggi dalam merancang strategi pengembangan wirausaha yang cocok dengan ciri khas dan kebutuhan Generasi Z.

KAJIAN TEORITIS

Mindset Wirausaha (Entrepreneurial Mindset)

Mindset kewirausahaan berfungsi sebagai dasar pemikiran yang mendorong individu untuk

mengidentifikasi peluang, menerima risiko sebagai elemen wajar dalam pembentukan nilai, serta membangun cara pandang yang aktif dan fleksibel menghadapi perubahan. Menurut Neneh (2019), konsep ini melampaui sekadar pola berpikir, melibatkan kecenderungan pribadi untuk menafsirkan hambatan sebagai peluang pertumbuhan. Pendapat ini sejalan dengan Haynie et al. (2010), yang menyatakan bahwa pemilik mindset kewirausahaan mampu menyesuaikan strategi kognitif saat berhadapan dengan kondisi yang baru atau rumit.

Dalam lingkup mahasiswa, mindset ini menjadi pijakan krusial untuk mempersiapkan diri menghadapi karier yang tidak konvensional. Penelitian Hossain et al. (2023) menunjukkan bahwa mahasiswa Generasi Z memiliki kecenderungan kuat terhadap otonomi, ambisi finansial, dan keinginan mengendalikan nasib melalui wirausaha. Namun, mindset tersebut tidak muncul begitu saja; ia dipengaruhi oleh aspek internal seperti psikologi dan kognisi, serta eksternal seperti dukungan sosial dan lingkungan kewirausahaan yang mendukung. Dengan kata lain, mindset kewirausahaan merupakan kerangka konseptual yang membentuk pemikiran mahasiswa Generasi Z dalam memutuskan langkah berwirausaha.

Self-Efficacy sebagai Determinan Minat Berwirausaha

Self-efficacy, seperti yang didefinisikan oleh Bandura (1997), adalah kepercayaan diri seseorang terhadap kemampuannya untuk merencanakan dan melaksanakan langkah-langkah yang dibutuhkan demi mencapai tujuan spesifik. Di bidang kewirausahaan, self-efficacy berperan krusial dalam menentukan apakah individu merasa siap menghadapi tantangan bisnis, dari mendeteksi peluang hingga menangani risiko. Hossain et al. (2023) menambahkan bahwa mahasiswa Generasi Z yang memiliki self-efficacy kuat lebih tangguh menghadapi rintangan seperti kekurangan dana, fluktuasi pasar, dan minimnya pengalaman. Di sisi lain, self-efficacy rendah bisa menjadi penghalang psikologis yang membatasi niat berwirausaha, meski ada sikap positif atau dukungan sosial. Dalam lingkungan pendidikan tinggi, self-efficacy dapat ditingkatkan lewat praktik langsung, pembelajaran proyek, dan keterlibatan dengan dunia bisnis. Dengan begitu, self-efficacy bertindak sebagai penghubung antara motivasi dalam diri dan pembentukan minat berwirausaha.

Pendidikan Kewirausahaan (Entrepreneurship Education)

Dalam membentuk minat berwirausaha, pendidikan kewirausahaan juga memiliki peran yang kuat dengan menyediakan bukan hanya ilmu teoretis, melainkan juga keterampilan tangan dan pengalaman lapangan yang relevan bagi dunia bisnis. Nabi et al. (2017) menekankan bahwa pendidikan ini dapat meningkatkan persepsi tentang kelayakan dan daya tarik usaha. Program efektif umumnya mencakup pembelajaran melalui proyek, inkubasi bisnis, mentoring dari praktisi, serta lomba wirausaha yang memberikan mahasiswa pengalaman nyata. Delvany (2022) mengungkapkan bahwa pendidikan yang terintegrasi dengan baik mampu membangun kepercayaan diri mahasiswa untuk berbisnis dan memperkaya wawasan mereka terhadap peluang usaha. Ini sejalan dengan penelitian Hossain et al. (2023), yang menemukan bahwa mahasiswa generasi Z butuh pendekatan pembelajaran yang lebih aplikatif, fleksibel, dan selaras dengan dinamika pasar modern.

Dukungan Sosial dan Lingkungan (Social and Environmental Support)

Dukungan sosial dan lingkungan dinilai berperan besar dalam membentuk pandangan mahasiswa tentang apakah berwirausaha itu layak. Nabi et al. (2017) menjelaskan bahwa dorongan dari keluarga dan

kampus dapat menambah semangat, memberikan rasa aman, serta meyakinkan bahwa wirausaha adalah karier yang masuk akal. Dukungan ini bisa datang dalam bentuk semangat emosional, bantuan finansial, pengaruh sosial, atau contoh dari keluarga yang sudah terjun ke dunia usaha. Di Indonesia, Putri & Wahyuni (2023) mengidentifikasi dukungan keluarga sebagai faktor paling signifikan yang memengaruhi niat mahasiswa untuk berwirausaha. Lingkungan akademik dengan fasilitas seperti unit kewirausahaan, pusat inkubasi, dan bimbingan juga membantu mahasiswa siap memulai bisnis. Hossain et al. (2023) menambahkan bahwa kurangnya dukungan sosial, seperti akses modal dan kebijakan yang lemah, sering menjadi rintangan besar bagi generasi Z. Dengan demikian, ekosistem kewirausahaan sangat mendukung dalam mendorong minat berwirausaha di kalangan generasi muda.

Teknologi Digital

Gen Z tumbuh dalam lingkungan yang sepenuhnya terhubung, sehingga teknologi digital menjadi bagian alami dari cara mereka belajar, berinteraksi, dan bekerja. Kemajuan digital membuka peluang usaha dengan risiko rendah, modal minimal, dan jangkauan pasar yang luas, sehingga memudahkan mereka melihat kewirausahaan sebagai sesuatu yang realistik dan mudah diakses. Secara teoretis, teknologi digital berfungsi sebagai pendorong minat berwirausaha melalui akses informasi yang cepat, efisiensi operasional, dan tersedianya platform monetisasi. Kebiasaan mahasiswa Gen Z menggunakan TikTok, Instagram, marketplace, dan e-commerce turut membentuk pola pikir praktis dalam menangkap peluang bisnis.

Studi dalam *Business Innovation and Entrepreneurship Journal* menunjukkan bahwa e-commerce dan literasi digital secara langsung meningkatkan niat berwirausaha karena proses bisnis digital dinilai lebih sederhana dan terstruktur. Penelitian di *Nusantara Economics and Entrepreneurship Journal* juga menegaskan bahwa kesiapan teknologi dan media sosial memperkuat kepercayaan diri mahasiswa untuk memulai usaha digital. Dengan demikian, teknologi digital menjadi faktor penentu dalam perilaku berwirausaha Gen Z, karena menyediakan ruang untuk bereksperimen, belajar cepat, dan menguji ide bisnis tanpa hambatan besar.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menerapkan pendekatan studi Pustaka (library research) sebagai metode utama. Pengumpulan data dilakukan melalui pencarian sumber-sumber akademis terindeks baik, seperti Scopus, Google Scholar, serta jurnal-jurnal seperti *Journal of Innovation & Entrepreneurship*, *Journal of Entrepreneurship Education* dan berbagai jurnal terkemuka lainnya. Kajian ini juga melibatkan tinjauan mendalam terhadap penelitian internasional, misalnya karya Hossain et al. (2023) tentang *Entrepreneurial Intentions of Gen Z University Students and entrepreneurial constraints in Bangladesh*, yang berkontribusi signifikan dalam memahami pengaruh elemen pribadi serta hambatan lingkungan terhadap niat berwirausaha mahasiswa Generasi Z.

Selain itu, literatur domestik seperti tulisan Putri & Wahyuni (2023) serta Rasmi et al. (2023) dianalisis untuk menambah wawasan empiris yang memperkuat kerangka teoritis. Teknik analisis yang diterapkan adalah analisis isi (content analysis), yang memungkinkan interpretasi ilmiah yang komprehensif tentang dinamika minat berwirausaha mahasiswa Generasi Z. Dengan strategi studi pustaka yang terstruktur, penelitian ini bertujuan menghasilkan wawasan konseptual yang solid mengenai pola pikir kewirausahaan dan penentu minat berwirausaha pada Generasi Z.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pola Dominan Faktor Penentu Minat Berwirausaha pada Mahasiswa Generasi Z

Hasil analisis terhadap berbagai literatur menunjukkan bahwa minat berwirausaha Generasi Z dibentuk oleh pola faktor yang relatif konsisten, namun memiliki karakteristik berbeda dibandingkan generasi sebelumnya. Sintesis pustaka mengungkap bahwa faktor internal, terutama self-efficacy, motivasi intrinsik, kebutuhan akan kemandirian, dan orientasi pada inovasi, menjadi determinan yang paling sering muncul dalam berbagai penelitian (Hossain et al., 2023; Rasmi et al., 2023). Faktor-faktor ini mencerminkan bahwa Generasi Z memiliki kecenderungan kuat untuk melihat wirausaha sebagai wadah aktualisasi diri, bukan sekadar pilihan karier. Tingginya keinginan untuk mencoba hal baru, berpikir kreatif, dan terlibat dalam aktivitas yang memberikan tantangan intelektual turut memperkuat dorongan internal tersebut.

Generasi Z cenderung menempatkan keputusan berwirausaha sebagai bentuk ekspresi diri sekaligus pencapaian personal sehingga faktor internal memainkan peran dominan dalam proses pembentukan minat. Dorongan untuk bebas, tidak terikat pada struktur kerja yang kaku, serta keinginan untuk menciptakan karya yang unik menjadi pembeda mendasar dibandingkan generasi sebelumnya. Temuan ini berbeda dengan studi-studi sebelum 2018 yang banyak menempatkan faktor eksternal, khususnya keluarga dan kondisi ekonomi, sebagai penggerak utama minat berwirausaha. Dalam konteks generasi yang tumbuh di era digital dan memiliki akses luas terhadap informasi, perkembangan mindset wirausaha lebih banyak dibentuk oleh kesadaran diri dan paparan pada berbagai peluang baru.

Dari keseluruhan literatur yang dianalisis, terlihat bahwa semakin tinggi kepercayaan diri mahasiswa terhadap kemampuan mengelola bisnis, semakin kuat intensi mereka untuk memasuki dunia wirausaha. Oleh karena itu, pola dominan yang muncul mengarah pada kesimpulan bahwa mindset wirausaha Generasi Z dibangun dari internal drive yang kuat, dan ini menjadi perbedaan penting dibanding generasi sebelumnya yang lebih banyak bergantung pada legitimasi sosial dan dukungan lingkungan.

Peran Teknologi Digital sebagai Penguatan Kunci Mindset Wirausaha Generasi Z

Analisis berbagai sumber pustaka menyoroti teknologi digital sebagai pembeda kunci dalam semangat wirausaha Generasi Z. Ketersediaan platform seperti jejaring sosial, e-commerce, dan AI menciptakan kesan bahwa memulai bisnis kini lebih mudah, ekonomis, dan minim modal. Hal ini membuat generasi ini memandang wirausaha sebagai sesuatu yang sangat mungkin dilakukan tanpa harus memiliki sumber daya besar. Penelitian yang dikaji mengungkap bahwa paparan teknologi meningkatkan persepsi tentang kelayakan (perceived feasibility) dan keinginan (perceived desirability) untuk berbisnis, terutama karena Gen Z terinspirasi oleh panutan muda yang sukses lewat jalur digital. Model bisnis digital yang fleksibel dan cepat berkembang memperkuat keyakinan bahwa peluang dapat muncul kapan saja dan dari mana saja. Teknologi juga memperluas peluang bagi Generasi Z untuk belajar sendiri, bereksplorasi, dan menguji ide bisnis secara kilat. Melalui tutorial daring, bootcamp, short course, dan konten edukasi, mahasiswa dapat membangun keterampilan bisnis tanpa harus melalui pendidikan formal yang panjang. Hal ini membuat mereka lebih gesit, tanggap terhadap dinamika, serta lebih siap menghadapi ketidakpastian. Kecepatan memperoleh informasi membuat Generasi Z mampu mengambil keputusan bisnis dengan lebih percaya diri.

Akibatnya, teknologi digital tidak hanya mendukung, tapi juga membentuk kerangka utama yang

mengubah mindset wirausaha Generasi Z. Teknologi menjadi faktor struktural yang memperkuat self-efficacy, meningkatkan persepsi peluang, dan menormalisasi eksperimen bisnis sejak usia muda. Dalam konteks penelitian ini, teknologi bertindak sebagai faktor sistemik yang mempercepat peningkatan minat berwirausaha.

Dinamika Faktor Sosial dan Psikologis: Konsistensi dan Variasi Temuan dalam Literatur

Analisis ini mengungkap dinamika dan inkonsistensi dalam dampak faktor sosial, khususnya mengenai dukungan keluarga. Beberapa kajian menemukan bahwa bantuan keluarga penting untuk meningkatkan minat berwirausaha mahasiswa (Putri & Wahyuni, 2023; Delvany, 2022). Dukungan keluarga sering kali berupa dorongan moral, bantuan finansial, maupun pemberian kepercayaan untuk mencoba usaha. Namun, hasil sintesis menunjukkan bahwa dukungan ini, bagi Generasi Z, lebih bersifat sebagai pelengkap daripada faktor utama. Generasi ini telah berkembang dalam lingkungan digital yang memungkinkan mereka memperoleh inspirasi dari banyak sumber lain seperti figur publik, influencer bisnis, dan komunitas daring.

Elemen sosial hanya memperkuat kondisi psikologis yang sudah ada, seperti motivasi batin dan keyakinan diri. Artinya, dukungan keluarga memiliki peran lebih pada penguatan kepercayaan diri daripada memengaruhi preferensi karier secara langsung. Temuan ini didukung oleh Hossain et al. (2023), yang menjelaskan bahwa dalam konteks sosial tertentu, keluarga memberikan dorongan kepercayaan diri tanpa selalu memengaruhi pilihan karier. Hal ini menunjukkan bahwa bagi Generasi Z, orientasi internal jauh lebih kuat dalam membentuk minat berwirausaha.

Dengan demikian, bagi Generasi Z, dukungan sosial masih berperan tapi tidak dominan seperti dalam penelitian sebelumnya. Faktor psikologis seperti self-efficacy, kebutuhan kemandirian, dan orientasi pada inovasi menjadi penentu yang lebih signifikan. Variasi temuan dalam literatur mencerminkan bahwa meskipun konteks sosial tetap relevan, perubahan pola pikir generasi membuat faktor internal lebih menonjol. Hal ini menunjukkan adanya pergeseran paradigma dalam memahami minat berwirausaha pada generasi muda.

KESIMPULAN

Penelitian ini menarik kesimpulan bahwa kecenderungan berwirausaha pada mahasiswa Generasi Z muncul dari interaksi dinamis antara aspek internal dan eksternal. Aspek individu seperti self-efficacy, motivasi batin, orientasi otonom, dan ambisi inovatif terbukti sebagai penentu terkuat dalam membentuk mindset kewirausahaan generasi tersebut. Adapun dukungan dari keluarga, lingkungan sosial, serta edukasi kewirausahaan masih memiliki andil, tetapi lebih berfungsi sebagai peningkat kesiapan psikologis ketimbang sebagai pemicu utama. Temuan pokok lainnya adalah peran teknologi digital sebagai pembeda yang mendorong percepatan minat berwirausaha melalui akses informasi yang mudah, kesempatan bisnis virtual, dan paparan pada model wirausaha generasi muda. Implikasi praktis dari temuan ini meliputi saran bagi universitas, institusi pelatihan, dan perumus kebijakan. Program-program kewirausahaan sebaiknya dirancang lebih aplikatif dan terintegrasi dengan teknologi melalui kegiatan bisnis, inkubasi, mentoring, serta pembelajaran elektronik, mengingat pendekatan ini paling cocok dengan karakteristik Gen Z. Lingkungan akademik dan keluarga juga perlu ditingkatkan sebagai sistem pendukung yang menyediakan stimulus psikologis dan arena eksplorasi.

Secara teoretis, studi ini menawarkan perspektif segar bahwa digitalisasi kini bukan sekadar konteks, melainkan elemen yang berpengaruh dalam model pembentukan minat berwirausaha. Integrasi dimensi digital ke dalam teori seperti Theory of Planned Behavior atau Social Cognitive Theory menjadi sumbangan penting penelitian ini, sambil membuka peluang untuk kajian empiris selanjutnya mengenai hubungan antara teknologi digital, pola pikir kewirausahaan, dan intensi berwirausaha di Generasi Z.

IMPLIKASI

Temuan penelitian ini memberikan sejumlah implikasi penting bagi dunia pendidikan, pemerintah, dan pelaku industri. Bagi institusi pendidikan tinggi, hasil penelitian menegaskan perlunya merancang program kewirausahaan yang lebih adaptif terhadap karakteristik Generasi Z. Kurikulum tidak cukup hanya menekankan teori, tetapi harus memperkuat praktik melalui inkubasi bisnis, proyek inovasi digital, kolaborasi dengan pelaku industri, serta pelatihan berbasis teknologi seperti e-commerce, digital marketing, dan analitik bisnis. Pendekatan ini akan memperkuat self-efficacy, kreativitas, dan kemampuan problem solving mahasiswa sebagai faktor kunci minat berwirausaha.

Bagi pemerintah dan lembaga pembinaan UMKM, implikasi penelitian ini menunjukkan urgensi menyediakan ekosistem pendukung yang inklusif bagi wirausaha muda. Program pendanaan, perizinan sederhana, akses platform digital, dan pelatihan keterampilan teknologi perlu diperkuat agar Generasi Z dapat mengembangkan usaha secara mandiri. Selain itu, peran keluarga dan lingkungan sosial tetap penting sebagai sumber motivasi dan dukungan psikologis, meskipun bukan faktor utama dalam pembentukan minat berwirausaha.

Bagi peneliti selanjutnya, temuan ini membuka peluang eksplorasi lebih jauh mengenai interaksi antara faktor psikologis dan teknologi digital dalam memengaruhi niat dan perilaku berwirausaha generasi muda. Kajian empiris yang menguji model konseptual berbasis digitalisasi akan memberikan kontribusi teoretis yang lebih signifikan bagi pengembangan ilmu kewirausahaan modern.

DAFTAR PUSTAKA

- 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)
- Bandura, A. (1997). *Self-efficacy: The exercise of control*. New York: W. H. Freeman.
- Bencsik, A., Horváth-Csikós, G., & Juhász, T. (2016). Y and Z generations at workplaces. *Journal of Competitiveness*, 8(3), 90–106. <https://doi.org/10.7441/joc.2016.03.06>
- Colman, M., Da Silva, J., Westermann, B., & Dlamini, S. (2021). The factors that influence the entrepreneurial intentions of university students. *Journal of Entrepreneurship Education*, 24(5), 1–11.
- Delvanyt, M. E. (2022). Pengaruh Mental Kewirausahaan, Kreativitas dan Sosial Ekonomi Orang Tua Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*. <https://doi.org/10.32493/jpkpk.v5i2.17358>
- Farrukh, M., Ying, C. W., & Mansori, S. (2017). Entrepreneurial intentions: The role of personality traits in perspective of the theory of planned behaviour. *World Journal of Entrepreneurship, Management and Sustainable Development*, 13(3), 303–317. <https://doi.org/10.1108/WJEMSD-03-2017-0018>

- Haynie, J. M., Shepherd, D., Mosakowski, E., & Earley, P. C. (2010). A situated metacognitive model of the entrepreneurial mindset. *Journal of Business Venturing*, 25(2), 217–229. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2008.10.001>
- Hossain, M. I., Tabash, M. I., Siow, M. L., Ong, T. S., & Anagreh, S. (2023). Entrepreneurial intentions of Gen Z university students and entrepreneurial constraints in Bangladesh. *Journal of Innovation & Entrepreneurship*, 12(1), 1–22. <https://doi.org/10.1186/s13731-023-00279-y>
- Koe, W.-L., & Safin, S. Z. (2015). Entrepreneurial orientation and entrepreneurial intention among university students. *International Journal of Business and Technopreneurship*, 5(1), 65–82.
- Kritikos, A. S. (2014). Entrepreneurs and their impact on jobs and economic growth. *IZA World of Labor*, 1–10. <https://doi.org/10.15185/izawol.8>
- Nabi, G., Liñán, F., Fayolle, A., Krueger, N., & Walmsley, A. (2017). The impact of entrepreneurship education in higher education: A systematic review and research agenda. *Academy of Management Learning & Education*, 16(2), 277–299. <https://doi.org/10.5465/amle.2015.0026>
- Neneh, B. N. (2019). From entrepreneurial intentions to behavior: The role of anticipated regret and proactive personality. *Journal of Vocational Behavior*, 112, 311–324. <https://doi.org/10.1016/j.jvb.2019.04.005>
- Nugroho, Y., & Sihombing, S. (2020). Social media exposure and entrepreneurial intention among Indonesian youth. *International Journal of Innovation, Creativity and Change*, 12(7), 684–698.
- Putri, A. I., & Wahyuni, M. A. (2023). Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan, Penggunaan Sosial Media, Love of Money dan Self Efficacy terhadap Minat Mahasiswa Berwirausaha — Studi pada Mahasiswa Aktif Prodi S1 Akuntansi Universitas Pendidikan Ganesha dan Universitas Udayana. *Vokasi: Jurnal Riset Akuntansi*, 12(1). <https://doi.org/10.23887/vjra.v12i01.51841>
- Rasmi, M., Ihsan, M., & Lubis, T. A. (2025). Pengaruh efikasi diri dan Kreativitas terhadap Minat Berwirausaha yang Dimediasi oleh Motivasi Berwirausaha pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Jambi. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 9(2), 3125–3144. <https://doi.org/10.31955/mea.v9i2.6057>
- Sahban, M. A., Kumar, D., & Kavita, K. (2016). The influence of social support on entrepreneurial inclination among students. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 23(4), 1222–1237.
- Sánchez, J. C. (2013). The impact of an entrepreneurship education program on entrepreneurial competencies and intention. *Journal of Small Business Management*, 51(3), 447–465. <https://doi.org/10.1111/jsbm.12025>
- Syam, A. (2020). Pengaruh media sosial terhadap minat kewirausahaan mahasiswa. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*, 20(2), 140–150.
- 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>