



## **Implementasi Manajemen Kewirausahaan pada Usaha yang Dimiliki Generasi Z di Era Digitalisasi (Studi Kasus : Dani Orchids)**

**Rini Fitriani<sup>1),a)</sup>, Mashudi<sup>2),b)</sup>**

<sup>1),2)</sup>Program Studi Magister Ekonomi Syariah, UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, Tulungagung, Indonesia

*fitrianiirini@gmail.com<sup>a)</sup>, mashudi\_stain@yahoo.co.id<sup>b)</sup>*

### **ABSTRACT**

*The purpose of this research is to find out the implementation of entrepreneurship management in businesses owned by Generation Z in the digitalization era using the unique characteristic approach of Generation Z. This research is a qualitative research with a case study type. The data used in this study is primary data that was extracted using interviews with informants and observation. The informant in this study is Setiawan Ramadhani or usually called Dani. Dani is the owner of "Dani Orchids". The data from the interviews and observations are then carried out by organizing, analyzing, and interpreting non-numeric data into information to be used as a reference for narrative analysis. The findings from this study are that the implementation of entrepreneurship management at Dani Orchids has been implemented in the form of future business development plans, bookkeeping that already uses digital applications, business control that is carried out online. However, this application is not fully in accordance with the theory because the business has not been registered with the relevant agency. This is because Generation Z likes things that are practical. The characteristics of Generation Z are that they like the freedom to be creative and have high self-confidence because of their optimism in facing challenges in this digital era.*

**Keywords:** *implementation; management; entrepreneurship; generation z; digitalization*

### **ABSTRAK**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui implementasi manajemen kewirausahaan pada usaha yang dimiliki oleh Generasi Z di era digitalisasi dengan pendekatan karakteristik unik yang dimiliki oleh Generasi Z. Penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan jenis studi kasus. Data yang digunakan pada penelitian ini merupakan data primer yang digali dengan menggunakan metode wawancara kepada informan dan observasi. Informan dalam penelitian ini yakni Setiawan Ramadhani atau biasa dipanggil Dani. Dani merupakan pemilik dari "Dani Orchids". Data hasil wawancara dan observasi tersebut untuk selanjutnya dilakukan pengorganisasian, penganalisisan, dan penginterpretasian data non-numerik menjadi sebuah informasi untuk digunakan sebagai acuan analisis naratif. Temuan dari penelitian ini yakni implementasi manajemen kewirausahaan di Dani Orchids sudah diterapkan dalam bentuk perencanaan pengembangan usaha di masa yang akan datang, pembukuan yang sudah menggunakan aplikasi digital, pengontrolan usaha yang dilakukan secara online. Akan tetapi penerapan

tersebut belum sepenuhnya sesuai dengan teori karena usaha tersebut belum didaftarkan pada instansi terkait. Hal ini dikarenakan Generasi Z menyukai hal-hal yang bersifat praktis. Karakteristik Generasi Z merupakan menyukai kebebasan berkreasi dan mempunyai kepercayaan diri yang tinggi karena keoptimisan mereka dalam menghadapi tantangan di era digital ini.

**Kata kunci:** implementasi; manajemen; kewirausahaan; generasi z; digitalisasi

## PENDAHULUAN

Kewirausahaan atau *Entrepreneurship* telah menjadi istilah yang populer selama bertahun-tahun, tetapi cara pendekatan dan praktiknya oleh generasi yang berbeda-beda. Hasil Sensus Penduduk Indonesia tahun 2020 menunjukkan Generasi Z mendominasi populasi yang ada di Indonesia dengan jumlah 74,93 juta atau 27,97% dari total jumlah penduduk Indonesia. Jumlah penduduk di Indonesia menurut generasinya dapat ditampilkan dalam bentuk tabel berikut ini :

**Tabel 1.** Jumlah Penduduk Indonesia menurut Generasinya

No	Nama	Nilai / %
1	Gen Z (1997-2012)	27,94
2	Milenial (1981-1996)	25,87
3	Gen X (1965-1980)	21,88
4	Baby Boomer (1946-1964)	11,56
5	Post Gen Z (setelah 2013)	10,88
6	Pre Boomer (sebelum 1946)	1,87

Sumber: Katadata (2021)

Menurut data UN World Population Estimate tahun 2015 yang dapat diunduh, menunjukkan bahwa jumlah Generasi Z kurang lebih 2,5 miliar jumlah jiwa atau 34,05% dari jumlah penduduk di dunia. Secara demografi penduduk Amerika dibagi menjadi beberapa kelompok generasi, yaitu : *The Baby Boom*, merupakan kelompok generasi yang lahir antara tahun 1946 sampai dengan 1964; *The Baby Bust*, merupakan kelompok generasi yang lahir antara tahun 1965 sampai dengan 1976; *The Millennial*, merupakan kelompok generasi yang lahir antara tahun 1977 sampai dengan 1997; *Generation Net* (Generasi Z), merupakan kelompok generasi yang lahir antara tahun 1998 hingga kini (Tapscott 2013).

Menurut penelitian tentang Generasi Z, mereka dikenal karena kesukaan dalam penggunaan media sosial (Pujiono 2021). Karakteristik yang lain dari Generasi Z yaitu

kesukaan dalam mengekspresikan diri dan bersosialisasi, suka bergerak atau tidak malas gerak (mager), berpikiran global, berkomunikasi secara digital, dan menyukai hal-hal yang bersifat visual (Suganda 2018). Batas usia Generasi Z saat ini adalah 8-23 tahun. Tidak semua Generasi Z merupakan usia produktif, namun dalam waktu sekitar sepuluh tahun yang akan datang, semua Generasi Z akan memasuki usia produktif. Pendekatan lain untuk manajemen kewirausahaan bagi Generasi Z adalah memberi mereka kesempatan untuk belajar berdasarkan pengalaman, bimbingan yang dipersonalisasi, dan rasa kebersamaan. *Experiential Learning* melibatkan pengalaman dunia nyata yang memungkinkan Generasi Z menerapkan pengetahuan dan keterampilan mereka dengan cara yang praktis. Generasi Z merupakan generasi yang cenderung menyukai hal-hal yang bersifat instan (Juhász 2016).

Penelitian menunjukkan bahwa orientasi kewirausahaan dianggap sebagai keterampilan yang dapat dikembangkan melalui pendidikan dan pelatihan kewirausahaan, yang mempengaruhi motivasi seseorang untuk menjadi wirausaha (Hatta 2015). Selain itu, bimbingan yang dipersonalisasi sangat penting untuk kesuksesan kewirausahaan Generasi Z. Mereka menghargai bimbingan dari pengusaha berpengalaman dan sukses yang dapat menawarkan saran dan dukungan yang relevan. Terakhir, membangun rasa kebersamaan juga penting bagi pengusaha Generasi Z karena mereka menghargai kolaborasi dan kerja tim. Selain itu, penelitian telah menunjukkan bahwa Generasi Z diharapkan menjadi kreatif di tempat kerja, wirausaha, dan individu yang melakukan banyak tugas (Pratama 2020).

Pendekatan khusus ini termasuk memberikan kesempatan untuk pembelajaran pengalaman, bimbingan yang dipersonalisasi, dan rasa komunitas untuk mendukung kemandirian mereka, keinginan untuk dampak sosial dan inovasi sambil meningkatkan kenyamanan mereka dengan teknologi dan beragam sudut pandang. Selain itu, sangat penting untuk mengenali minat mereka dalam masalah tanggung jawab sosial dan keberlanjutan. Dengan mengenali dan memenuhi kebutuhan ini, organisasi dapat berhasil mengelola kewirausahaan di Generasi Z dan menumbuhkan generasi baru wirausahawan yang sadar sosial yang mampu beradaptasi dengan lanskap bisnis yang berubah dengan cepat. Pendekatan ini tidak hanya menguntungkan pengusaha Generasi Z tetapi juga ekonomi yang lebih luas karena mendorong inovasi, mendorong pertumbuhan ekonomi, dan menciptakan lapangan kerja.

Selanjutnya, kecenderungan positif dari ciri-ciri kepribadian di Generasi Z terhadap *e-entrepreneurship* yang ditingkatkan juga harus diperhitungkan, karena penelitian telah menunjukkan bahwa mereka biasanya merasa nyaman menggunakan media baru untuk membangun citra, jaringan, dan pemecahan masalah secara kreatif (Ibrahim and Lucky 2014). Oleh karena itu, sangat penting untuk memanfaatkan literasi digital pengusaha Generasi Z dengan menyediakan alat dan sumber daya yang memfasilitasi kewirausahaan elektronik.

Selain hal tersebut diatas, penting untuk mengakui bahwa keterampilan kerja memainkan peran penting dalam mempersiapkan Generasi Z untuk berwirausaha. Keterampilan ini termasuk berpikir kritis, pemecahan masalah, komunikasi, keterampilan sosial, dan tanggung jawab. Singkatnya, agar berhasil dalam mengelola kewirausahaan di Generasi Z membutuhkan pendekatan yang mengenali dan memenuhi nilai, kebutuhan, dan karakteristik unik mereka. Pendekatan yang disesuaikan ini termasuk memberikan kesempatan untuk pembelajaran pengalaman, bimbingan yang dipersonalisasi, rasa kebersamaan untuk mendukung kemandirian dan keinginan mereka untuk berinovasi sambil memanfaatkan kenyamanan mereka dengan teknologi dan beragam sudut pandang. Pendekatan ini harus mengakui ketertarikan mereka pada tanggung jawab sosial dan masalah keberlanjutan, memanfaatkan literasi digital mereka untuk *e-entrepreneurship*, dan mempersiapkan mereka dengan keterampilan kerja yang penting untuk kesuksesan kewirausahaan. Secara khusus, organisasi dapat memfasilitasi kewirausahaan di Generasi Z dengan memberikan kesempatan untuk pembelajaran berdasarkan pengalaman, bimbingan yang dipersonalisasi, dan rasa kebersamaan untuk mendukung kemandirian, inovasi, dan tanggung jawab sosial mereka.

Kewirausahaan merupakan kemampuan untuk melihat peluang atau kesempatan di masa yang akan datang sehingga tercipta inovasi untuk memanfaatkan peluang tersebut. Kewirausahaan adalah sikap atau kemampuan untuk melakukan atau menciptakan sesuatu yang baru, bernilai dan berguna bagi diri sendiri atau orang lain dengan tujuan dan atribut yang berbeda (Dewi, Yaspita, and YuliandaAirine 2020). Dalam pengertian yang lain kewirausahaan adalah jiwa kewirausahaan yang diciptakan untuk menggabungkan pengetahuan dan keterampilan pemasaran (Hisrich, P., and S. 2005). Pendapat lain mengatakan bahwa *enterpreneurship* atau kewirausahaan merupakan suatu keterampilan yang diperoleh melalui berpikir kreatif guna meraih peluang bisnis untuk mencapai tujuan

diinginkan (Rahayu and Sulistyowati 2022). Dapat disimpulkan bahwa kewirausahaan merupakan kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru, bernilai dan berguna untuk diri sendiri atau orang lain berdasarkan pengetahuan yang dimiliki untuk kemudian dilakukan pemasaran terhadap hasil ciptaan.

Dalam kewirausahaan dibutuhkan juga manajemen agar usaha yang dilakukan dapat bertahan dalam waktu yang lama. Pada dasarnya manajemen merupakan ilmu yang telah melekat pada diri setiap manusia. Manajemen diterapkan dalam kehidupan sehari-hari manusia, mulai dari manajemen keuangan, manajemen waktu maupun manajemen hidup. Manajemen disebut juga dengan pengaturan, dengan melaksanakan manajemen maka kehidupan akan menjadi lebih tertata. Manajemen kewirausahaan dari sudut pandang ekonomi adalah konsep pasar terbuka dan bebas yang memungkinkan arus barang, jasa dan pekerjaan tanpa hambatan dan manfaat dari proses produktivitas dan efisiensi produksi, yang dilakukan perusahaan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan dan tujuan terpenuhi serta mampu memenuhi tanggung jawab sosial kepada masyarakat, disini peran pemimpin bisnis diminta untuk menentukan keberhasilan perusahaan dalam kepemimpinan dan kepemimpinan kewirausahaan, diperlukan koordinasi nyata dan dapat diidentifikasi untuk terus bekerja untuk mencapai tujuan tersebut karena memiliki budaya organisasi dan etos kerja yang mengarah pada kepemimpinan yang tepat dan kepemimpinan kewirausahaan (Utomo and Supriyanto 2020). Prinsip-prinsip dasar manajemen yaitu perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, pengontrolan dan evaluasi atau dikenal dengan *Planning, Organizing, Actuating, Controlling and Evaluating* (POACE).

Dalam pelaksanaan kegiatan kewirausahaan, diperlukan rencana agar operasi atau kegiatan kewirausahaan tetap berjalan lancar dan mendapatkan hasil sebanyak mungkin. Dalam bisnis, perencanaan merupakan aspek yang sangat penting dalam proses pengembangan bisnis. Dengan perencanaan yang tepat, dapat membantu pengusaha menetapkan tujuan jangka panjang dan jangka pendek untuk bisnis baru yang mereka inginkan. (Octovian et al. 2021)

Kewirausahaan organisasi dapat didefinisikan sebagai berikut : sebuah organisasi yang menggunakan inovasi dan oportunistik untuk menciptakan nilai ekonomi atau sosial. Namun, bagi banyak organisasi, ini hanyalah momen dalam perkembangan mereka. Faktanya, siklus alami untuk sebagian besar kewirausahaan ini, melalui pertumbuhan (*growth*), perlindungan (*protection*), terhentinya pertumbuhan (*atrophy*), krisis (*crisis*) dan

akhirnya mencapai kepunahan atau transformasi (*extinction or transformation*). (Setiawan and Zaenal 2017)

Pada fase eksekusi atau pelaksanaan usaha, atau diringkas sebagai “fase jalan”, pada fase ini pengusaha mengendalikan berbagai aspek usahanya, antara lain : keuangan, Sumber Daya Manusia (SDM), kepemilikan, organisasi, kepemimpinan termasuk risiko dan pengambilan keputusan, pemasaran dan evaluasi (Binus 2019). Pada fase ini, dapat dikatakan bahwa sangat mempengaruhi kemampuan manajer atau seorang pemimpin suatu usaha terutama dalam pengambilan keputusan dan resiko.

Pengontrolan adalah proses untuk selalu memeriksa, mengevaluasi dan melaporkan apakah pelaksanaan tidak menyimpang dari tujuan yang telah ditetapkan, sehingga ada tahap perbandingan antara hasil yang ditetapkan dalam rencana untuk menjelaskan dan mengevaluasi kinerja masa lalu dan mengidentifikasi kemungkinan pertanggungjawaban terhadap penyimpangan yang mungkin dilakukan, sehingga pelaksanaan bisnis menjadi lebih efisien dan efektif. Pengontrolan adalah kekuasaan untuk mengatur dan menentukan kebijakan keuangan dan operasional perusahaan dengan tujuan untuk mendapatkan keuntungan dari kegiatan yang bersangkutan. (Nurmalina 2016)

Setelah dilakukan perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengontrolan dalam manajemen kewirausahaan, maka selanjutnya diperlukan adanya evaluasi usaha. Evaluasi dalam bisnis bertujuan untuk mengukur tingkat keberhasilan terhadap bisnis yang telah dijalankan. Evaluasi akan memberikan informasi kepada pemilik bisnis/usaha tentang bagian-bagian yang perlu diperbaiki dan ditingkatkan atau hal-hal yang perlu untuk ditambahkan agar keuntungan semakin bertambah dan usaha yang dijalankan bertahan (Dewi et al. 2020).

Dari paparan diatas dapat disimpulkan bahwa ada kebutuhan untuk mengkaji ulang bagaimana kewirausahaan dikelola dalam era digitalisasi saat ini. Salah satu cara pendekatan manajemen kewirausahaan bagi Generasi Z adalah dengan mengenali karakteristik dan nilai unik mereka. Dan penelitian ini bertujuan untuk mengetahui implementasi manajemen kewirausahaan pada usaha yang dimiliki oleh Generasi Z di era digitalisasi seperti sekarang ini.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan teknik pendekatan penelitian kualitatif dengan jenis studi kasus. Data yang digunakan pada penelitian ini merupakan data primer yang digali dengan menggunakan metode wawancara kepada informan dan observasi. Informan dalam penelitian ini menggunakan teknik purposive sampling yaitu proses mengidentifikasi informan yang sengaja diidentifikasi berdasarkan kriteria atau pertimbangan tertentu. Pertimbangan tersebut yakni Generasi Z yang mempunyai usaha. Informan dalam penelitian ini yakni Setiawan Ramadhani atau biasa dipanggil Dani. Dani merupakan pemilik dari “Dani Orchids” yang beralamat Jln. Sekolahan Mangelo, Sooko, Mojokerto. Dani Orchid yaitu kebun bunga yang menjual berbagai macam tanaman anggrek, mulai dari *seedling* sampai dengan anggrek dewasa yang siap berbunga atau sudah berbunga. Jenis anggrek yang dijual juga variatif, antara lain anggrek *Dendrobium*, *Catleya*, *Phalaenopsis*, *Vanda*. Dani merupakan Generasi Z yang lahir pada tahun 2004. Dan usia yang masih muda sudah mempunyai usaha dengan 1 orang karyawan tetap dan 3 orang karyawan tidak tetap. Selanjutnya data hasil wawancara dan observasi tersebut untuk selanjutnya dilakukan pengorganisasian, penganalisisan, dan penginterpretasian data non-numerik menjadi sebuah informasi untuk digunakan sebagai acuan analisis naratif.

Penelitian kualitatif pada latar belakang ilmiah sebagai kebutuhan mengandalkan manusia sebagai alat penelitian, memanfaatkan metode kualitatif dan menganalisis data secara induktif. Diceritakan oleh pernyataan bahwa penelitian kualitatif lebih dari itu. Prioritaskan orang sebagai tujuan penelitian dan lebih focus proses dan bukan hasil. Melalui analisis induktif, penelitian menemukan makna dari keadaan yang dia amati sementara itu untuk menjawab masalah penelitian literatur terapan secara teoritis, di mana beberapa variabel yang digunakan sebagai faktor akan dianalisis penyelidikan yang lebih rinci. (Kemal and Hasibuan 2017)

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Generasi Z merupakan generasi yang saat ini berusia antara 8 – 23 tahun, mereka tumbuh dalam era digitalisasi yang saat ini menguasai perekonomian dunia. Bahkan untuk belanja keperluan sehari-hari, orang lebih memilih pembelian *online*. Selain karena dapat menghemat waktu juga dapat menghemat tenaga. Orang sudah tidak perlu repot-repot untuk datang ke toko, cukup berdiam diri di rumah maka barang akan diantar ke rumah. Selain itu konsumen dapat dengan mudah membandingkan harga, barang yang dijual

beragam, dan aktivitas pembayaran yang sederhana yaitu melalui transfer (Sadya 2022). Terlebih lagi untuk masa pandemi *Covid-19* antara tahun 2020-2021, adanya larangan dari pemerintah untuk keluar rumah bahkan ada istilah sekolah dan bekerja dari rumah atau lebih dikenal dengan *Work from Home (WFH)* maka pembelian secara online meningkat tajam.

Adanya kondisi ini bagi sebagian orang khususnya Generasi Z dapat dimanfaatkan dengan baik untuk memulai sebuah usaha atau untuk menaikkan omzet usaha dengan inovasi dalam berwirausaha. Karakteristik Generasi Z yang lebih memilih berkomunikasi melalui dunia maya, media sosial daripada menghabiskan waktu bertatap muka dengan orang lain menjadi pendukung inovasi dalam berwirausaha. Hal ini juga didukung dengan mereka mempunyai kemampuan untuk menggunakan teknologi dengan cepat. Transformasi digital mengacu pada proses dan strategi di mana teknologi digital digunakan untuk secara radikal mengubah cara berbisnis dan beroperasi dalam melayani pelanggan (Rosita 2020). Seperti yang sudah dilakukan oleh anak muda kelahiran tahun 2004 yakni Setiawan Ramadhani atau biasa dipanggil Dani pemilik “Dani Orchids” yang pada awalnya menjual anggrek secara *offline* menjadi *online* melalui *live sale* di media sosial. Hobi untuk merawat tanaman anggrek membawa Dani untuk memulai usahanya pada tahun 2017, ketika masih berusia 13 tahun atau kelas XI Sekolah Menengah Pertama dan belum dibekali ilmu tentang kewirausahaan di pendidikan formal. Sekarang Dani sedang mengenyam pendidikan di bangku kuliah jurusan Agroteknologi Universitas Brawijaya semester 2. Generasi Z terbiasa hidup dalam budaya yang cepat, anak-anak ini sering menyelesaikan beragam persoalan dalam sekali waktu (Bhakti and Safitri 2017). Sehingga seperti yang dilakukan oleh Dani, meskipun dia merupakan seorang pelajar tetapi dia juga mempunyai bisnis yang lahir dari hobi di usia yang belum genap 20 tahun.

Dimulai dari hanya kebun kecil di samping rumah, sekarang usaha tersebut menjadi besar dengan pelanggan dari seluruh Indonesia. Awal usaha omzet Dani Orchids kurang begitu banyak karena penjualan hanya dari *offline*. Akan tetapi ketika pandemi *Covid-19* merabak, omzet usaha tersebut menjadi berkisar 50 juta lebih per bulan. Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) dan himbauan untuk tidak keluar rumah untuk urusan yang kurang mendesak membuat orang harus beraktivitas di rumah. Salah satu cara menghilangkan kejenuhan karena hal tersebut maka orang mencari aktivitas yang bisa dikerjakan di rumah, salah satunya adalah berkebun. Kegiatan berkebun merupakan

kegiatan yang bersifat rekreatif untuk mengisi waktu luang dan merupakan kegiatan hiburan dan hobi (Nur and Sabatini 2023). Pada masa pasca pandemi *Covid-19* omzet penjualan tanaman anggrek di Dani Orchids mengalami penurunan sehingga setiap bulan hanya berkisar antara 20 sampai 40 juta. Hal ini disebabkan karena kehidupan yang mulai berangsur normal seperti sebelum pandemi *Covid-19*, dimana orang sudah sibuk dengan rutinitasnya. Pelanggan dari Dani Orchids sekarang adalah orang-orang yang memang mempunyai hobi untuk merawat tanaman anggrek.

Pelanggan dari Dani Orchids merupakan orang dari latar belakang pekerjaan dan umur yang beragam. Ada yang masih pelajar, dokter, dosen, ibu rumah tangga, karyawan swasta. Dani membuatkan *group Whatapps* untuk pelanggannya. Sampai dengan tanggal 21 April 2023 anggota *group Whatapps* tersebut mencapai 225 peserta. Penjualan anggrek dilakukan Dani tidak hanya melalui media sosial Instagram tetapi juga melalui *group Whatapps* tersebut. Media sosial Instagram memiliki begitu banyak fitur penyiaran profesional yaitu streaming dan reel yang bisa dimanfaatkan semaksimal mungkin untuk membangun interaksi atau memposting sesuatu yang bermanfaat bagi banyak orang. Ada sedikit perbedaan antara live dan reel, dengan live streaming kita dapat mengirim video secara langsung, tetapi dengan reel video direkam terlebih dahulu di smartphone dan kemudian dikirim (Tinezia Alvi Putri and Wirda Yulita Putri 2022). Penjualan di Instagram dilakukan melalui *live sale* dengan ditunjukkan tanaman yang dijual dan diberikan keterangan tentang identitas, contoh bunga, kondisi tanaman dan harga tanaman anggrek. Untuk selanjutnya pelanggan dipersilahkan mengetikkan kode yang telah disebutkan untuk membeli tanaman anggrek tersebut. Penjualan ini menggunakan sistem rebutan dengan ketentuan kecepatan mengirimkan kode di kolom komentar. Begitu juga untuk penjualan via *group Whatapps*. Generasi Z lebih mudah dalam memanfaatkan teknologi yang lebih interaktif karena memberikan kesempatan untuk kreatifitas mereka berkembang sehingga Generasi Z merasa lebih dihargai daripada program yang monoton dan tidak bervariasi menurut mereka (Rachmawati 2019).

Penjualan tanaman anggrek via media sosial digagas oleh Dani setelah berdiskusi dengan teman sekolah yang juga membantu dalam mengepak pesanan tanaman dari pelanggan. Dani mempekerjakan teman-temannya dalam menjalankan usahanya ini. Karyawan yang bekerja di Dani Orchids merupakan teman-teman Dani dan juga berstatus mahasiswa di Perguruan Tinggi sehingga dengan bekerja dapat membantu dalam

pembayaran biaya kuliah bahkan juga untuk membantu perekonomian keluarga. Untuk saat ini Dani Orchids mempunyai 4 orang karyawan dengan rincian 1 orang karyawan tetap dan 3 orang karyawan yang hanya membantu pengepakan barang setiap akhir pekan. Pada saat Generasi Z diberi kesempatan untuk berkembang, mereka merasa lebih terlibat dan termotivasi untuk bertahan lebih lama di organisasi mereka saat ini. Hal ini tentu saja menghemat uang dan waktu organisasi dalam jangka panjang dibandingkan dengan merekrut dan mempertahankan anggota baru (Laudert 2018).

Dalam pengembangan usahanya di masa yang akan datang, Dani sudah menyiapkan perencanaan untuk semakin membesarkan usahanya yakni membuat kebun lagi. Akan tetapi pengembangan kebun direncanakan dengan menggunakan pemasukan dari akun Tik Tok dan Youtube. Dani Orchids selain akun Instagram @dani\_orchids dengan 23.000 pengikut juga mempunyai akun Tik Tok @daniorchidsofficial dan Youtube @daniorchidsofficial9232 dengan 11.100 subscriber. Dalam hal ini semakin dipertajam bahwa Generasi Z lebih senang untuk pemanfaatan teknologi yang lebih interaktif. Dani juga berencana untuk mempunyai Laboratorium Kultur Jaringan untuk budidaya anggrek hibrida setelah lulus kuliah Agroteknologi. Untuk saat ini Dani lebih banyak berperan sebagai *reseller* dengan mengambil bibit tanaman dari kebun lain karena keterbatasan waktu dan lahan perkebunannya.

Dani yang juga merupakan seorang mahasiswa semester 2 di Universitas Brawijaya harus membagi waktu antara kuliah dengan bisnisnya. Secara berkala Dani melakukan pengontrolan terhadap jalannya bisnis yang telah digelutinya sejak tahun 2017 baik secara *offline* maupun *online*. Pengontrolan tersebut dilakukan dari Malang untuk setiap harinya dan pengontrolan langsung di kebun Mojokerto setiap akhir pekan. Dani mempercayakan jalannya bisnis dan perawatan tanamannya kepada satu orang karyawan. Karena satu karyawan itu bukan berasal dari latar belakang pertanian maka minim pengalaman masalah tanaman. Dani harus banyak memberikan saran dan evaluasi untuk detail perawatan tanaman anggrek.

Selain merawat anggrek karyawan tersebut juga berperan sebagai admin dari akun Instagram Dani Orchids. Posting jualan anggrek di Instagram merupakan salah satu tugas admin. Untuk rekap penjualan juga sudah terkomputerisasi dengan menggunakan aplikasi Microsoft Excel. Selain rekap penjualan, pencatatan pada aplikasi Excel juga berisi tentang tagihan pelanggan, tagihan utang dan lainnya. Pembukuan dengan menggunakan aplikasi

Excel juga membantu dalam melakukan pengontrolan terhadap jumlah barang dan jumlah uang meski pemilik usaha tidak berada di tempat usaha. File pembukuan dapat dikirimkan kepada pemilik usaha melalui pesan di media sosial, sehingga pengontrolan terhadap jalannya usaha dapat dengan mudah dilaksanakan.

Tidak hanya jalannya usaha yang harus dimanajemen, tetapi pelanggan juga harus dimanajemen. Salah satu cara yang dilakukan untuk manajemen pelanggan yakni menjaga hubungan baik dengan pelanggan. Memperbaiki kekurangan yang disampaikan oleh pelanggan melalui media sosial juga merupakan salah satu cara menjaga hubungan baik dengan pelanggan. Dani tidak segan-segan memberikan *give away* kepada pelanggannya berupa *seedling* tanaman anggrek atau memberikan pengurangan harga (diskon) agar memberikan kepuasan terhadap pelanggan sehingga terciptalah loyalitas pelanggan terhadap penjual. Ketika pelanggan memberikan testimoni atau *review* positif terhadap pelayanan dari toko kita, hal tersebut juga merupakan salah satu teknik pemasaran untuk meningkatkan keuntungan.

Ketika ada pertanyaan seputar pendaftaran usaha pada dinas terkait, jawaban dari pemilik Dani Orchids yakni :”*Dani Orchids belum terdaftar di dinas terkait*”. Bahkan belum ada rencana untuk mendaftarkan usaha tersebut di dinas terkait. Hal ini disebabkan karena keengganan untuk berurusan dengan birokrasi. Padahal dengan mendaftarkan usaha pada dinas terkait dapat membantu pemerintah dalam pengambilan keputusan terkait kewirausahaan. Bagi pemilik Dani Orchids berurusan dengan birokrasi dapat menghabiskan banyak waktu, tenaga dan materi. Meski pelayanan pemerintahan sudah banyak yang berbasis *online*, akan tetapi efek yang ditimbulkan setelahnya tidak serta merta dapat dipahami secara *online*. Butuh bimbingan teknis atau pelatihan terkait hal tersebut.

Generasi Z merupakan generasi yang cenderung menyukai hal-hal yang bersifat praktis dan berperilaku instan (Santosa 2015). Dalam penyelesaian masalah mereka menyukai pemecahan masalah yang praktis. Mereka tidak ingin menghabiskan waktu lama untuk menyelidiki suatu masalah. Ini karena mereka lahir dalam dunia yang serba instan. Sehingga timbul rasa keengganan untuk berhubungan dengan birokrasi meski sekarang untuk pendaftaran usaha bisa melalui *online*. Dampak setelah pengurusan izin usaha tersebut sebenarnya juga membuat mereka enggan mendaftarkan usahanya, yakni mereka harus laporan kepada dinas terkait setiap tahunnya. Sedangkan mereka adalah generasi

yang kurang dalam hal literasi digital. Generasi Z sekarang ini kurang terlalu bisa membaca dan menulis dengan baik dan benar, sehingga ilmu yang digalinya hanya separo-separo atau tidak utuh (Uyeni, Dayini, and Respiandari 2023). Teknologi yang serba cepat dan canggih sekarang mudah sekali untuk mengakses jaringan baik negatif maupun positif.

## **KESIMPULAN**

Generasi Z merupakan generasi yang lahir antara tahun 1998 hingga kini. Pendekatan manajemen kewirausahaan bagi Generasi Z yakni dengan mengenali karakteristik dan nilai unik mereka. Untuk saat ini ada 1.600 ribu usaha yang dimiliki oleh Generasi Z di Indonesia. Angka ini cukup tinggi mengingat Generasi Z saat ini berusia paling tinggi 23 tahun. Seperti pemilik Dani Orchids yang merupakan Generasi Z dengan usia 19 tahun. Berdasarkan hasil penelitian implementasi manajemen kewirausahaan di Dani Orchids sudah diterapkan, akan tetapi penerapan tersebut belum sepenuhnya sesuai dengan teori. Hal ini disebabkan karena pemilik Dani Orchids masih lulusan Sekolah Menengah Atas yang belum mendapatkan mata pelajaran kewirausahaan, sehingga perlu pengkajian ulang kurikulum yang diterapkan di sekolah agar Generasi Z memperoleh keilmuan tentang kewirausahaan secara formal sejak dini.

Karakter-karakter positif dari Generasi Z sebagai pendukung implementasi manajemen kewirausahaan dalam menghadapi tantangan di era digital saat ini dapat dimanfaatkan dengan optimal agar semakin banyak wirausahawan-wirausahawan muda di Indonesia. Karakter Generasi Z tidak terlepas dari sisi negatifnya, yakni kecenderungan mereka menyukai hal-hal yang bersifat praktis dan instan sehingga mereka enggan untuk berurusan dengan birokrasi. Dengan menggalakkan peningkatan literasi digital dapat meminimalisir karakter negatif tersebut. Serta pemerintah atau pihak terkait bisa merancang pelatihan yang praktis, kreatif dan interaktif sehingga Generasi Z tertarik untuk berpartisipasi dalam pelatihan tersebut.

## DAFTAR PUSTAKA

- Bhakti, Caraka Putra, and Nindiya Eka Safitri. 2017. "Peran Bimbingan Dan Konseling Untuk Menghadapi Generasi Z Dalam Perspektif Bimbingan Dan Konseling Perkembangan." *Konseling GUSJIGANG* 3(1):10.
- Binus, University. 2019. "Proses Kewirausahaan." Retrieved (<https://binus.ac.id/entrepreneur/2019/07/04/proses-kewirausahaan/>).
- Dewi, Kurnia, Hasanah Yaspita, and Yulianda Airine. 2020. *Manajemen Kewirausahaan*. Yogyakarta: Deepublish.
- Hatta, I. .. 2015. "Orientasi Pasar, Orientasi Kewirausahaan, Kapabilitas Pemasaran Dan Kinerja Pemasaran." *Jurnal Aplikasi Manajemen (JAM)* 13(4):654–60.
- Hisrich, R. D., Michael P. P., and n Dean A. S. 2005. *Entrepreneurship 6th*. edited by McGraw-Hill. New York.
- Ibrahim, Najafi Auwalu, and Esuh Ossai-Igwe Lucky. 2014. "Relationship between Entrepreneurial Orientation, Entrepreneurial Skills, Environmental Factor and Entrepreneurial Intention among Nigerian Students in UUM." *Entrepreneurship and Innovation Management Journal* 2(4):11.
- Juhász, A. Bencsik and T. 2016. "Y and Z Generations at Workplaces." *J. Compet* 8(3):90–106. doi: 10.7441/joc.2016.03.06.
- Kemal, Isthifa, and Rossy Angelia Hasibuan. 2017. "Manajemen Kewirausahaan Melalui Strategi Berbasis Sekolah Di Islamic Solidarity School." *Journal of Chemical Information and Modeling* 21(2):1689–99.
- Laudert, Elizabeth. 2018. "Generation Z: Utilizing Adaptive and Authentic Leadership to Promote Intergenerational Collaboration at Work." *M.A. in Leadership Studies: Capstone Project Papers* 30.
- Nur, Christmastuti, and Stefani Natalia Sabatini. 2023. "Dampak Pandemi COVID-19 Terhadap Peningkatan Hobi Berkebun." *Productum: Jurnal Desain Produk (Pengetahuan Dan Perancangan Produk)* 6(1):15–24. doi: 10.24821/productum.v6i1.7403.
- Nurmalina, Radna. 2016. "Pengendalian Intern Dalam Berwirausaha Pada Toko Nabil." *Jurnal Humaniora Teknologi* 1(1):14–23. doi: 10.34128/jht.v1i1.11.
- Octovian, R., E. S. Wardani, O. I. Khair, and ... 2021. "Manajemen Perencanaan Dalam Kewirausahaan Di Desa Kedaung Ciputat." ... *Journal of Society* ... 2(1):39–45.

- Pratama, Gilang. 2020. “Analisis Motivasi Kerja, Kepemimpinan Transformasional Dan Budaya Organisasi Terhadap Kinerja Karyawan Dimediasi Kepuasan Kerja Pada Angkatan Kerja Generasi Z.” *Jurnal Ekonomi : Journal of Economic* 11(2). doi: 10.47007/jeko.v11i2.3503.
- Pujiono, Andrias. 2021. “Media Sosial Sebagai Media Pembelajaran Bagi Generasi Z.” *Didache: Journal of Christian Education* 2(1):1. doi: 10.46445/djce.v2i1.396.
- Rachmawati, Dewi. 2019. “Welcoming Gen Z in Job World ( Selamat Datang Generasi Z Di Dunia Kerja).” *Proceeding Indonesia Career Center Network IV*:21–24.
- Rahayu, Erva Puspita, and Shanti Nugroho Sulistyowati. 2022. “Pengaruh Media Sosial Dan Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha.” *Pekobis : Jurnal Pendidikan, Ekonomi, Dan Bisnis* 7(1):12. doi: 10.32493/pekobis.v7i1.p12-23.20905.
- Rosita, Rahmi. 2020. “Pengaruh Pandemi Covid-19 Terhadap Umkm Di Indonesia.” *Jurnal Lentera Bisnis* 9(2):109. doi: 10.34127/jrlab.v9i2.380.
- Sadya, Sarnita. 2022. “Ini Sederet Alasan Konsumen Makin Giat Belanja Online.” Retrieved (<https://dataindonesia.id/digital/detail/tetap-belanja-online-meski-pandemi-mereda-ini-alasannya>).
- Santosa, Elizabeth T. 2015. *Raising Children in Digital Era*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Setiawan, Hayun, and Pupi Indriati Zaenal. 2017. “Studi Mengenai Pengorganisasian Kewirausahaan Dan Daya Saing Usaha Kecil Menengah Di Jawa Barat.” *Media Komunika (Jurnal Komunikasi) ...* 1(1):81–87.
- Suganda, T. 2018. “Pengelolaan Pembelajaran Generasi Z.” Retrieved (researchgate.net).
- Tapscott, Don. 2013. *Grown Up Digital*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Tinezia Alvi Putri, and Wirda Yulita Putri. 2022. “Strategi Pemanfaatan Instagram @Mami.Sneakers Untuk Menciptakan Brand Awareness Bagi Generasi Z.” *Jurnal Riset Manajemen Komunikasi* 63–74. doi: 10.29313/jrmk.v2i2.1078.
- Utomo, Prambudi Kurniawan, and Supriyanto. 2020. “Pengaruh Layanan Kualitas Dan Budaya Kerja Terhadap Kepuasan Masyarakat Kecamatan Bekasi Utara.”
- Uyeni, Ni Wayan Amira, Ni Wayan Sri Mira Dayini, and Ni Nengah Respiandari. 2023. “Mengimplementasikan Budaya Melek Literasi Digital Pada Generasi Z Di Era Globalisasi Demi Mewujudkan Indonesia Emas.”