

PERAN AKTIF GENERASI MUDA DALAM DUNIA WIRAUSAHA

Fransisca Wuri Wulandari¹, Fadil Habiburahman²

¹Administrasi Perkantoran Politeknik Pajajaran ICB Bandung

²Keuangan dan Perbankan, Politeknik Pajajaran ICB Bandung

Fransiska.wuri@poljan.ac.id¹, Fadil.habiburahman@poljan.ac.id²

Abstract

Discussions on entrepreneurship often position young people merely as objects of guidance rather than as agents of change. Young generations play a strategic role in fostering entrepreneurship in the era of digital transformation. This study aims to analyze the role of young people in entrepreneurship and identify the supporting factors and barriers influencing their interest and success. A quantitative descriptive method was employed, involving 100 respondents aged 18-30 years selected through purposive sampling. Data were collected using a closed-ended questionnaire with a 5-point Likert scale and analyzed using descriptive statistics. The findings indicate that young people play a significant role as innovators and agents of change, particularly in the utilization of digital technology (mean score 4.45). Entrepreneurial interest among respondents was high (80% categorized as high and very high interest). The main driving factor was technological advancement (35%), while the primary obstacle was limited capital (40%). This study concludes that although young people have substantial entrepreneurial potential, policy interventions such as access to capital and sustainable business mentoring are urgently needed to establish a conducive entrepreneurial ecosystem.

Keywords: youth; entrepreneurship; innovation; digital economy; entrepreneurial intention

Abstrak

Pembahasan mengenai dunia wirausaha sering kali menempatkan generasi muda hanya sebagai objek pembinaan, bukan sebagai subjek penggerak perubahan. Padahal, generasi muda memiliki peran strategis dalam mendorong pertumbuhan wirausaha di era transformasi digital. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran generasi muda dalam dunia wirausaha serta mengidentifikasi faktor pendukung dan hambatan yang memengaruhi minat dan keberhasilan mereka. Metode yang digunakan adalah kuantitatif deskriptif dengan melibatkan 100 responden generasi muda berusia 18-30 tahun yang dipilih melalui teknik *purposive sampling*. Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner tertutup dengan skala Likert 5 poin. Analisis data menggunakan statistik deskriptif berupa frekuensi, persentase, dan nilai rata-rata. Hasil penelitian menunjukkan bahwa generasi muda memiliki peran signifikan sebagai inovator dan agen perubahan, terutama dalam pemanfaatan teknologi digital (skor rata-rata 4,45). Minat berwirausaha responden tergolong tinggi (80% masuk kategori tinggi dan sangat tinggi). Faktor utama pendorong wirausaha adalah kemajuan teknologi (35%), sementara hambatan terbesar adalah keterbatasan modal (40%). Penelitian ini menyimpulkan bahwa potensi generasi muda memiliki potensi kewirausahaan yang besar, intervensi kebijakan seperti akses ke modal dan pendampingan bisnis berkelanjutan sangat dibutuhkan untuk membangun ekosistem kewirausahaan yang kondusif. sangat besar, namun membutuhkan intervensi kebijakan berupa akses permodalan dan pendampingan usaha berkelanjutan untuk menciptakan ekosistem kewirausahaan yang kondusif.

Kata kunci : generasi muda; kewirausahaan; inovasi; ekonomi digital; minat berwirausaha

Corresponding author : fransiska.wuri@poljan.ac.id

PENDAHULUAN

Revolusi industri 4.0 telah mengubah paradigma ekonomi global dari sektor konvensional menuju ekonomi berbasis pengetahuan dan teknologi. Perubahan ini menuntut sumber daya manusia yang kreatif, inovatif, dan mandiri. Dalam konteks tersebut, kewirausahaan tidak lagi dipandang sebagai pilihan alternatif, melainkan sebagai pilar utama dalam mendorong pertumbuhan ekonomi dan penciptaan lapangan kerja (Hisrich & Peters, 2017). Generasi muda, sebagai kelompok usia produktif, menempati posisi strategis dalam pembangunan ekonomi nasional.

Indonesia saat ini menghadapi tantangan serius terkait tingginya tingkat pengangguran terbuka (TPT) pada kelompok usia muda. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (2023), tingkat pengangguran terbuka lulusan perguruan tinggi masih berada di kisaran 5-7%. Kondisi ini diperparah oleh terbatasnya lapangan kerja formal yang mampu menyerap lulusan baru setiap tahunnya. Situasi tersebut menuntut adanya solusi berkelanjutan, dan pengembangan kewirausahaan menjadi salah satu jawaban strategis (Nabi et al., 2017). Generasi muda memiliki karakteristik yang berbeda secara fundamental dibandingkan generasi sebelumnya. Mereka merupakan bagian dari (*digital natives*) kelompok yang tumbuh bersama perkembangan teknologi informasi dan komunikasi. Karakter ini menjadikan generasi muda lebih adaptif terhadap perubahan, terbuka terhadap inovasi, serta memiliki kapabilitas tinggi dalam memanfaatkan platform digital. Hal ini membuka peluang usaha baru yang bersifat fleksibel seperti *startup*, bisnis berbasis *e-commerce*, dan ekonomi kreatif (Reki et al., 2024).

Namun demikian, potensi besar tersebut belum diimbangi dengan ekosistem pendukung yang memadai. Berbagai studi

menunjukkan bahwa wirausaha muda masih menghadapi hambatan struktural seperti keterbatasan akses permodalan, minimnya pengalaman manajerial, serta tidak tersedianya pendampingan usaha secara berkelanjutan (Endayani et al., 2024). Lebih jauh, faktor psikologis seperti *fear of failure* dan rendahnya efikasi diri turut menjadi determinan signifikan yang memengaruhi minat generasi muda untuk memulai usaha (Ajzen, 1991).

Kesenjangan antara potensi dan realitas ini menjadi urgensi akademik sekaligus praktis. Diperlukan kajian empiris yang tidak sekadar memotret minat generasi muda, tetapi juga menganalisis secara komprehensif bagaimana peran mereka dalam ekosistem wirausaha, apa yang mendorong, dan apa yang menghambat. Penelitian ini hadir untuk menjawab kesenjangan tersebut. Secara spesifik, penelitian ini bertujuan untuk: (1) mengidentifikasi peran generasi muda dalam kegiatan wirausaha; (2) menganalisis tingkat minat berwirausaha generasi muda; (3) mengkaji faktor-faktor pendukung dan penghambat kewirausahaan di kalangan generasi muda.

KAJIAN PUSTAKA

Generasi Muda sebagai Agen Perubahan Ekonomi

Generasi muda didefinisikan sebagai individu pada rentang usia produktif yang berada dalam fase transisi menuju kemandirian ekonomi dan sosial. Undang-Undang No. 40 Tahun 2009 tentang Kepemudaan mendefinisikan pemuda sebagai warga negara Indonesia berusia 16 - 30 tahun. Secara sosiologis, generasi muda dipandang sebagai *agent of change* yang memiliki kapasitas untuk mentransformasi struktur sosial ekonomi melalui pemikiran kritis, kreativitas, dan aksi kolektif (Suryana & Bayu, 2014).

Dalam perspektif ekonomi, generasi muda memiliki modal kognitif dan kultural yang berbeda. Mereka tumbuh dalam lanskap media digital sehingga memiliki literasi teknologi yang relatif lebih tinggi. Karakter ini menjadi *competitive advantage* ketika dihadapkan pada model bisnis modern yang sarat teknologi. Generasi muda tidak hanya menjadi pengguna teknologi, tetapi juga menjadi pencipta model bisnis baru berbasis inovasi digital (Kasmianti, 2021).

Kewirausahaan: Kreativitas, Inovasi, dan Keberanian Mengambil Risiko

Kewirausahaan merupakan proses dinamis yang melibatkan identifikasi peluang, mobilisasi sumber daya, serta keberanian mengambil risiko untuk menciptakan nilai tambah (Hisrich & Peters, 2017). Dalam ekonomi modern, kewirausahaan tidak hanya berorientasi pada keuntungan finansial, tetapi juga berdimensi sosial.

Schumpeter (1934) menekankan peran wirausahawan sebagai inovator yang melakukan (*creative destruction*) menghancurkan keseimbangan pasar lama dan menciptakan keseimbangan baru melalui inovasi. Sementara itu, dari perspektif psikologis, *Theory of Planned Behavior* (Ajzen, 1991) menjelaskan bahwa intensi berperilaku, termasuk intensi berwirausaha, ditentukan oleh sikap terhadap perilaku, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku.

Kerangka Konseptual: Sinergi Generasi Muda dan Ekosistem Kewirausahaan

Keterlibatan generasi muda dalam kewirausahaan merupakan hasil interaksi antara faktor internal (sikap, motivasi, kreativitas) dan faktor eksternal (lingkungan keluarga, pendidikan, kebijakan pemerintah). Penelitian (Arifah et al., 2025) menunjukkan bahwa pemanfaatan teknologi digital menjadi katalis utama dalam meningkatkan intensi berwirausaha di kalangan milenial. Namun

demikian, ekosistem kewirausahaan yang lemah dapat mereduksi potensi tersebut.

Berdasarkan tinjauan pustaka, kerangka berpikir dalam penelitian ini adalah bahwa generasi muda memiliki kapasitas inovatif dan adaptif yang dapat diaktualisasikan dalam kegiatan wirausaha. Aktualisasi tersebut dipengaruhi oleh faktor pendukung (teknologi, pendidikan, lingkungan sosial) dan dihadapkan pada berbagai hambatan (modal, pengalaman, psikologis). Penelitian ini akan mengukur keempat aspek tersebut secara empiris.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan **kuantitatif deskriptif**. Pendekatan ini dipilih karena bertujuan untuk mendeskripsikan karakteristik variabel penelitian serta hubungan antarvariabel secara sistematis dan faktual berdasarkan data numerik.

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah generasi muda berusia 18-30 tahun yang berdomisili di wilayah Bandung Raya dan memiliki minat serta keterlibatan aktif atau pasif dalam kegiatan kewirausahaan. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* dengan kriteria: (1) berusia 18-30 tahun; (2) berstatus mahasiswa, lulusan perguruan tinggi, atau pelaku usaha pemula; (3) memiliki pengalaman mengikuti pelatihan kewirausahaan atau menjalankan usaha mikro. Berdasarkan kriteria tersebut, diperoleh 100 responden.

Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian berupa kuesioner tertutup yang disusun berdasarkan indikator dari variabel penelitian:

1. **Peran generasi muda** (inovasi, kreativitas, pemanfaatan teknologi, penciptaan lapangan kerja).

2. **Minat berwirausaha** (keinginan, kesiapan, perencanaan usaha).
3. **Faktor pendukung** (teknologi, lingkungan sosial, pendidikan, dukungan keluarga).
4. **Hambatan** (modal, pengalaman, takut gagal, akses pasar).

Skala pengukuran menggunakan Likert 5 poin (1 = sangat tidak setuju, 5 = sangat setuju). Instrumen diuji coba kepada 30 responden di luar sampel. Uji validitas menggunakan korelasi *product moment* menunjukkan seluruh butir pernyataan valid ($r\text{-hitung} > r\text{-tabel}$ 0,361). Uji reliabilitas menggunakan *Cronbach's Alpha* menghasilkan nilai 0,842 ($>0,70$) yang berarti instrumen reliabel.

Uji reliabilitas menggunakan *Cronbach's*

Alpha menghasilkan nilai 0,842 ($>0,70$) yang berarti instrumen reliabel.

Teknik Analisis Data

Data dianalisis menggunakan statistik deskriptif. Analisis meliputi distribusi frekuensi, persentase, dan mean. Hasil analisis disajikan dalam bentuk tabel distribusi dan narasi interpretatif. Penelitian dilakukan dengan menjunjung tinggi prinsip etika akademik, termasuk anonimitas responden dan kerahasiaan data.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Dari 100 responden yang menjadi sampel, komposisi usia didominasi oleh kelompok 22-25 tahun (41%), diikuti 18-21 tahun (32%), dan 26-30 tahun (27%). Sebanyak 60% responden adalah mahasiswa aktif, 25% merupakan lulusan perguruan tinggi yang sedang merintis usaha, dan 15% lainnya sudah menjalankan usaha mikro minimal satu tahun. Komposisi ini mencerminkan kelompok *emerging adulthood* yang sedang dalam masa transisi karier dan memiliki urgensi ekonomi tinggi.

Peran Generasi Muda dalam Kewirausahaan

Tabel 1. Rata-rata Skor Peran Generasi Muda dalam Wirausaha

Indikator Peran	Rata-rata Skor	Kategori
Pemanfaatan Teknologi Digital	4,45	Sangat Tinggi
Inovasi Produk/Jasa	4,32	Sangat Tinggi
Penciptaan Lapangan Kerja	4,10	Tinggi
Kontribusi Ekonomi Lokal	4,05	Tinggi
Rata-rata Komposit	4,23	Sangat Tinggi

Sumber: Data primer diolah, 2024

Temuan paling signifikan adalah tingginya skor pada indikator pemanfaatan teknologi digital. Generasi muda tidak hanya menggunakan media sosial sebagai alat komunikasi, tetapi juga sebagai instrumen pemasaran, penjualan, bahkan pengelolaan hubungan pelanggan. Hal ini mengonfirmasi temuan Astuti & Rahmawati (2020) bahwa literasi digital menjadi pembeda utama antara wirausaha muda dan konvensional.

Tingkat Minat Berwirausaha

Tabel 2. Tingkat Minat Berwirausaha

Kategori Minat	Frekuensi	Persentase
Sangat Tinggi	38	38%
Tinggi	42	42%
Sedang	15	15%
Rendah	5	5%
Total	100	100%

Sumber: Data primer diolah, 2024

Data menunjukkan bahwa 80% responden memiliki minat berwirausaha pada kategori tinggi dan sangat tinggi. Temuan ini lebih optimistis dibandingkan laporan Global Entrepreneurship Index (2023) yang menempatkan Indonesia pada skor 32% untuk *entrepreneurial intention*. Tingginya angka ini dapat dijelaskan melalui karakteristik sampel yang memang diambil dari kalangan yang telah memiliki eksposur terhadap dunia wirausaha. Secara teoretis, hal ini sesuai dengan *Theory of Planned Behavior* di mana paparan informasi dan lingkungan sosial yang suportif mampu meningkatkan intensi berperilaku (Ajzen, 1991).

Faktor Pendukung Berwirausaha

Tabel 3. Distribusi Faktor Pendukung Utama

Faktor Pendukung	Persentase Responden
Kemajuan Teknologi	35%
Lingkungan Sosial (Teman/Komunitas)	25%
Pendidikan & Pelatihan	22%
Dukungan Keluarga	18%

Sumber: Data primer diolah, 2024

Kemajuan teknologi menjadi faktor paling dominan. Akses terhadap *e-commerce*, media sosial, dan *fintech* telah menurunkan hambatan masuk (*barrier to entry*) dalam berwirausaha. Hal ini relevan dengan pernyataan (Kotler & Keller, 2016) bahwa digitalisasi mengubah lanskap pemasaran *mass marketing* menuju *personalized marketing* yang lebih efisien.

Hambatan Berwirausaha

Tabel 4. Distribusi Hambatan Utama

Hambatan	Persentase Responden
Keterbatasan Modal	40%
Kurangnya Pengalaman	28%
Rasa Takut Gagal	20%
Akses Pasar Terbatas	12%

Sumber: Data primer diolah, 2024

Keterbatasan modal menempati posisi pertama sebagai hambatan struktural. Wirausaha muda umumnya tidak memiliki agunan (*collateral*) yang memadai untuk mengakses kredit perbankan formal (Nugroho & Wahyuni, 2021). Selain itu, kurangnya pengalaman dan ketakutan akan kegagalan menjadi hambatan psikologis yang tidak kalah penting.

Diskusi dan Implikasi

Penelitian ini membuktikan bahwa generasi muda bukanlah objek pasif pembangunan ekonomi, melainkan subjek aktif. Peran mereka dalam pemanfaatan teknologi dan inovasi produk membuktikan tesis Schumpeter (1934) tentang kewirausahaan sebagai motor *creative destruction*. Namun demikian, penelitian ini juga menemukan adanya ketimpangan antara aspirasi dan kapabilitas. Minat tinggi (80%) tidak serta-merta berbanding lurus dengan kesiapan menjalankan usaha, terutama karena hambatan modal dan pengalaman.

Temuan ini memiliki implikasi kebijakan yang jelas. Pertama, intervensi permodalan tidak bisa hanya bersifat konvensional, tetapi harus adaptif terhadap karakter usaha muda (misal: pembiayaan berbasis *equity crowdfunding* atau *venture capital*). Kedua, pendidikan kewirausahaan harus bergeser dari pendekatan teoretis normatif menuju *experiential learning* (inkubasi,

magang startup, simulasi bisnis). Ketiga, program pemerintah seperti "Wirausaha Muda Mandiri" dan "Gerakan Nasional 1000 Startup Digital" perlu diperluas jangkauannya hingga ke tingkat komunitas kampus dan pesantren.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan analisis data dan pembahasan, penelitian ini menyimpulkan beberapa hal:

1. **Peran Aktif:** Generasi muda memiliki peran yang signifikan dan aktif dalam dunia wirausaha, terutama sebagai inovator produk dan pengguna teknologi digital. Skor rata-rata komposit 4,23 mengindikasikan kontribusi yang sangat tinggi.
2. **Minat Tinggi:** Tingkat minat berwirausaha generasi muda sangat tinggi (80% dalam kategori tinggi dan sangat tinggi), menunjukkan kesiapan psikologis dan motivasi yang kuat.
3. **Determinan Utama:** Kemajuan teknologi merupakan faktor eksternal paling dominan dalam mendorong minat, sementara keterbatasan modal merupakan hambatan struktural paling krusial.
4. **Kesenjangan Ekosistem:** Terdapat kesenjangan antara potensi individu dengan dukungan ekosistem. Potensi besar generasi muda belum diimbangi dengan kebijakan akses permodalan dan pendampingan yang memadai.

Saran

1. Bagi Pemerintah dan Pemangku Kebijakan:

- Merancang skema pembiayaan alternatif seperti Kredit Usaha Rakyat (KUR) khusus pemula tanpa agunan dengan limit awal yang proporsional.
- Mengintegrasikan program inkubasi bisnis dengan kurikulum pendidikan tinggi melalui skema Kampus Merdeka Wirausaha yang lebih aplikatif.

2. Bagi Institusi Pendidikan

- Mengembangkan kurikulum berbasis proyek (project-based learning) yang berorientasi pada penciptaan produk atau jasa riil.
- Membangun pusat karir dan kewirausahaan (entrepreneurship hub) sebagai jembatan antara akademisi dan industri.

3. Bagi Generasi Muda

- Meningkatkan kapasitas diri melalui sertifikasi digital marketing, manajemen keuangan, dan desain produk.
- Membangun jejaring dengan komunitas wirausaha untuk memperluas akses informasi dan pasar.

4. Bagi Peneliti Selanjutnya

- Disarankan untuk melakukan analisis kuantitatif inferensial (regresi atau SEM) untuk menguji pengaruh variabel kreativitas dan literasi digital terhadap keberhasilan usaha.
- Memperluas cakupan geografis penelitian untuk mendapatkan gambaran nasional yang lebih komprehensif.

DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211. [https://doi.org/https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Astuti, R., & Rahmawati, D. (2020). Peran generasi muda dalam kewirausahaan berbasis teknologi digital di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Ekonomi & Bisnis*, 12(3), 145–158.
- Arifah, A., Waskita, G., Kusumadewi, R., Chakim, M., Rachmadi, K., Riswandi, D., Siddiq, H., Oemar, M., Nurzaman, F., Asbaruna, L., Fortuna, P., Dewi, M., Lestari, D., Lazuardini, A. D., Noerhatini, P., Eldon, M., Susanto, S., Ruhliandini, P., & Pustaka, S. (2025). *Bisnis dan Kewirausahaan Era Digital*.

- Endayani, F., R. D., Wahono, B., Nafisah, A., Septa, U., & Herwida, G. (2024). *MANAJEMEN UMKM DAN KEWIRAUUSAHAAN*.
- Hisrich, R., & Peters, M. (2017). *Entrepreneurship*.
- Kasmiati. (2021). *Digital Greenpreneur Inovasi Bisnis Berkelanjutan Di Era Digital* (Vol. 32, Issue 3).
- Kementerian Koperasi dan UKM RI. (2022). *Statistik UMKM Indonesia 2022*. Jakarta: Kemenkop UKM.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. Pearson India Education Services.
<https://books.google.co.id/books?id=5-U5zgEACAAJ>
- 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>
- Nugroho, A., & Wahyuni, S. (2021). Kewirausahaan generasi muda dan tantangan pembiayaan usaha. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 23(1), 35–46.
- Reki, Hajrah Finindi, F., Fanisa, S., Taufiq Jesra, M., Eka Sahputra, Y., & Ritel, M. (2024). Persepsi Generasi Milenial dan Generasi Z tentang Keadilandan Inovasi di Tempat Kerja. *Cakrawala: Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Bisnis*, 1(4), 1877–1887.
<https://jurnalamanah.com/index.php/cakrawala/index>
- Suryana, S., & Bayu, K. (2014). Kewirausahaan: Kiat dan proses menuju sukses. *Jakarta: Salemba Empat*.
- Schumpeter, J. A. (1934). *The theory of economic development: An inquiry into profits, capital, credit, interest, and the business cycle*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- World Bank. (2020). *Youth employment in Indonesia: Trends and challenges*. Washington, DC: World Bank Group.