



Mengulik Longevity : Dinamika Usaha Gen Z yang Berhenti di Tengah Jalan

Putri Fildzatul Jannah, Naili Nuzul Fadila, Rauly Sijabat

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas PGRI Semarang
E-mail : putrifildzatuljannah@gmail.com, nailinuzul017@gmail.com, raulysijabat@upgris.ac.id

ABSTRAK.. Fenomena berhentinya usaha di tengah jalan masih banyak dialami oleh pelaku usaha Generasi Z, khususnya mahasiswa yang menjalankan bisnis secara mandiri. Penelitian ini bertujuan untuk mengulik dinamika longevity usaha Gen z dengan menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi keberlangsungan maupun penghentian usaha. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode grounded theory untuk menggali hubungan antar variable, meliputi kesesuaian passion, motivasi berwirausaha, dukungan sosial, strategi pemasaran, hambatan manajemen waktu, hambatan operasional, siklus hidup bisnis, serta kepuasan dan penyesalan pasca-usaha. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kesesuaian passion dan dukungan sosial berperan penting dalam membentuk motivasi serta ketahanan usaha, sementara strategi pemasaran digital memengaruhi dinamika keramaian usaha. Namun, keterbatasan manajemen waktu dan kendala operasional menjadi faktor dominan yang mempercepat penghentian usaha. Pengalaman menjalani siklus bisnis membentuk pembelajaran, kepuasan, maupun penyesalan yang pada akhirnya memengaruhi niat individu untuk melanjutkan Kembali usaha di masa depan. Penelitian ini menegaskan bahwa longevity usaha gen z bersifat dinamis dan dipengaruhi oleh interaksi faktor internal dan eksternal dalam konteks kewirausahaan mahasiswa.

Kata Kunci : Generasi Z; longevity Usaha; Siklus Hidup Bisnis; hambatan Usaha; Niat Melanjutkan Usaha

ABSTRACT.. *The phenomenon of business termination mid-stream is still widely experienced by Generation Z entrepreneurs, particularly students who run their own businesses. This study aims to explore the dynamics of Gen Z business longevity by analyzing factors influencing business continuity and termination. This study uses a qualitative approach with a grounded theory method to explore the relationships between variables, including passion alignment, entrepreneurial motivation, social support, marketing strategy, time management barriers, operational barriers, the business life cycle, and post-business satisfaction and regret. The results indicate that passion alignment and social support play a significant role in shaping motivation and business resilience, while digital marketing strategies influence the dynamics of business activity. However, limited time management and operational constraints are dominant factors that accelerate business termination. Experience navigating the business cycle shapes learning, satisfaction, and regret, which ultimately influence an individual's intention to continue a business in the future. This study confirms that Gen Z business longevity is dynamic and influenced by the interaction of internal and external factors in the context of student entrepreneurship.*

Keywords: Generation Z; Business Longevity; Business Life Cycle; Business Barriers; Intention to Continue Business

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Fenomena berhentinya usaha di kalangan generasi muda semakin sering ditemui di era digital saat ini. Berdasarkan hasil wawancara awal dengan salah satu pelaku usaha muda di kalangan mahasiswa, diketahui bahwa banyak bisnis yang dirintis oleh Generasi Z tidak mampu bertahan lama. Responden mengungkapkan, “Penyebab

utamanya adalah saya terlalu terbebani dengan keseimbangan waktu antara kelompok, bisnis, dan kuliah. Selain itu, seiring perubahan tren, penjualan mulai menurun.” Ia juga menambahkan bahwa keputusan untuk berhenti telah melalui pertimbangan panjang karena penurunan laba dan stok produk yang sering tersisa. Faktor utama yang paling dirasakan adalah hilangnya motivasi dan keterbatasan waktu. “Saya kehilangan semangat untuk melanjutkan bisnis ketika semangat saya mulai memudar dan saya kehabisan waktu,” ujarnya.

Fenomena serupa juga dialami oleh beberapa pelaku usaha muda lainnya yang menyebutkan bahwa tantangan utama bukan hanya dari sisi modal, tetapi juga manajemen waktu dan konsistensi motivasi. Salah satu informan bahkan menyebutkan bahwa kerusakan bahan baku dan keluhan pelanggan menjadi titik balik dalam keputusannya untuk menutup bisnis. “Ketika pelanggan mengeluh dan bahan baku rusak akibat penyimpanan yang buruk, saya pikir perusahaan itu belum siap dikelola secara profesional,” ungkapnya. Upaya untuk memperbaiki usaha, seperti mengubah tampilan kemasan dan menambah varian menu, pernah dilakukan, namun hasilnya tidak signifikan.

Fenomena ini menunjukkan bahwa semangat dan kreativitas Generasi Z dalam berwirausaha belum sepenuhnya diiringi dengan kemampuan manajerial, perencanaan, dan ketahanan menghadapi dinamika pasar. Generasi Z dikenal sebagai generasi yang lahir di tengah perkembangan teknologi, media sosial, dan ekonomi digital. Mereka cenderung adaptif, inovatif, serta kreatif dalam memanfaatkan platform digital sebagai sarana bisnis. Nur Syafika et al. (2025) Generasi Z menggunakan media sosial sebagai arena ekonomi baru yang memungkinkan mereka menjadi pemilik bisnis mandiri. Namun, di sisi lain, karakteristik digital ini juga membuat mereka lebih cepat bosan, mudah terdistraksi oleh tren, dan memiliki tingkat ketekunan yang fluktuatif.

Penelitian Adzka Tarigan et al. (2025) menegaskan bahwa meskipun Gen Z berperan penting dalam inovasi dan digitalisasi UMKM, mereka juga menghadapi tantangan berupa keterbatasan pendanaan, kurangnya ketajaman bisnis, dan kecenderungan untuk berpindah fokus dengan cepat. Hal ini sejalan dengan hasil wawancara di atas, yang menunjukkan bahwa banyak usaha rintisan anak muda berhenti karena kehilangan motivasi dan kesulitan menjaga komitmen jangka panjang.

Hal ini sejalan dengan temuan Aditya et al. (2025) yang menegaskan bahwa minat berwirausaha digital pada mahasiswa Gen Z tidak hanya dipengaruhi oleh kemajuan teknologi, tetapi juga oleh motivasi pribadi, dukungan lingkungan sosial, dan latar belakang pendidikan. Banyak di antara mereka memiliki potensi besar untuk berinovasi di dunia digital, tetapi tidak sedikit pula yang berhenti karena kurangnya dukungan sistematis dan perencanaan jangka panjang.

Permasalahan Penelitian

Banyaknya pelaku usaha dari kalangan Generasi Z yang tidak mampu mempertahankan keberlanjutan usahanya dan memilih untuk berhenti di tengah jalan.

Tujuan Penelitian

Penelitian ini berfokus untuk memahami lebih dalam dinamika di balik fenomena berhentinya usaha Generasi Z di tengah jalan.

LITERATUR REVIEW

Grand Theory

Penelitian ini berlandaskan teori motivasi kebutuhan (Hierarchy of Needs Theory) dikemukakan oleh Abraham H. Maslow dalam artikelnya berjudul “A Theory of Human Motivation” yang diterbitkan pada tahun 1943 dalam Psychological Review. Menurut Maslow (1943) bahwa perilaku manusia didorong oleh serangkaian kebutuhan yang tersusun secara bertingkat (hierarkis), dari kebutuhan dasar hingga kebutuhan tertinggi.

Menurut Maslow (1943) manusia adalah makhluk yang selalu ingin lebih (a wanting being). Ketika satu kebutuhan telah terpenuhi, kebutuhan lain yang lebih tinggi akan muncul dan menjadi penggerak utama perilaku. Teori ini menjelaskan bahwa manusia memiliki lima tingkatan kebutuhan, yaitu kebutuhan fisiologis, keamanan, sosial, penghargaan, dan aktualisasi diri. Dalam konteks kewirausahaan Generasi Z, motivasi untuk memulai dan mempertahankan bisnis tidak hanya dipengaruhi oleh kebutuhan ekonomi (fisiologis), tetapi juga oleh keinginan untuk diakui (penghargaan) dan mencapai potensi diri (aktualisasi diri).

Dalam teori kebutuhan Maslow (1943), ketika kebutuhan dasar sudah terpenuhi maka kebutuhan berikutnya menjadi dominan. Dari sudut motivasi, teori tersebut mengatakan bahwa meskipun tidak ada kebutuhan yang benar-benar dipenuhi, sebuah kebutuhan yang pada dasarnya telah dipenuhi tidak lagi memotivasi. Bagi pelaku usaha muda, kebutuhan untuk mengaktualisasikan diri melalui bisnis menjadi dorongan kuat di awal, namun ketika kebutuhan sosial atau penghargaan tidak terpenuhi, misalnya dukungan lingkungan, pengakuan, atau hasil finansial yang stabil, motivasi dapat menurun dan menyebabkan bisnis berhenti di tengah jalan.

Teori ini relevan karena menjelaskan mekanisme psikologis di balik fluktuasi semangat berwirausaha, terutama pada generasi yang tumbuh dalam lingkungan digital cepat berubah seperti Generasi Z. Dengan kata lain, longevity bisnis Gen Z sangat dipengaruhi oleh kemampuan individu menjaga motivasi internal di tengah tekanan eksternal.

METODE PENELITIAN

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif yaitu pengamatan (observasi) dan wawancara. Metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah. Pada penelitian ini, peneliti menyajikan hasil penelitian secara kualitatif deskriptif yaitu data-data yang dikumpulkan berupa kata-kata, gambar dan bukan angka. Data tersebut berasal dari naskah wawancara, catatan lapangan, foto, dan video.

Dalam penelitian ini, peneliti terjun langsung ke lapangan guna mendokumentasikan proses penelitian sebagai bukti dalam pelaksanaan penelitian. Peneliti melibatkan 2 informan dalam penelitian ini yang terdiri dari 2 orang pemilik UMKM. Adapun data-data yang peneliti dapatkan dalam penelitian ini yakni berupa data (naskah) wawancara dalam bentuk rekaman (recording), catatan lapangan, foto serta video. Selanjutnya data yang didapat dalam bentuk rekaman wawancara ditranskip

secara utuh untuk kemudian digabungkan dengan data-data lain yang berasal dari catatan lapangan, video dan foto. Setelah semua data terkumpul, peneliti kemudian menganalisis data-data tersebut dan selanjutnya menyusun data data yang telah diperoleh kedalam bentuk deskripsi kata-kata.

Subjek dan Informan Penelitian

Subjek penelitian ini adalah pelaku usaha Gen Z yang telah menghentikan usahanya. Pemilihan informan dilakukan dengan teknik purposive sampling, yaitu penentuan informan secara sengaja berdasarkan kriteria tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian (Sugiyono, 2019:126).

Adapun kriteria informan adalah sebagai berikut:

1. Berusia 18–26 tahun (kategori Gen Z).
2. Pernah memiliki atau menjalankan usaha
3. Usaha yang dijalankan telah berhenti atau tidak aktif lagi.
4. Bersedia memberikan informasi secara terbuka dan jujur.

Jumlah informan dalam penelitian ini bersifat fleksibel dan akan disesuaikan dengan prinsip saturation point (data jenuh), yaitu ketika informasi yang diperoleh sudah berulang dan tidak ada data baru yang muncul.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang penting dalam penelitian, karena pada dasarnya tujuan utama dari sebuah penelitian adalah untuk mendapatkan data, tentunya dalam pengumpulan data menggunakan teknik pengumpulan data yang memenuhi standar data yang ditetapkan (Sugiyono, 2009: 224). Penelitian ini menggunakan sumber data lisan dan tertulis, sehingga dalam penelitian ini teknik pengumpulan data yang digunakan Adalah :

1. Wawancara Mendalam (In-depth Interview)

Teknik utama pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam untuk menggali pandangan, pengalaman, dan alasan para pelaku usaha Gen Z menghentikan aktivitas usahanya. Wawancara dilakukan secara tatap muka maupun daring menggunakan pedoman wawancara yang bersifat terbuka dan fleksibel.

2. Observasi

Dalam penelitian ini, peneliti melakukan observasi secara langsung terhadap aktivitas dan lingkungan para pelaku usaha Gen Z yang telah menghentikan usahanya. Observasi dilakukan untuk memperoleh gambaran nyata mengenai dinamika, perilaku, dan situasi sosial yang melatarbelakangi keputusan mereka dalam menghentikan kegiatan usaha.

3. Dokumentasi

Dokumentasi digunakan untuk melengkapi hasil wawancara dan observasi, seperti data berupa foto, catatan, unggahan media sosial, laporan keuangan sederhana, atau arsip kegiatan usaha informan.

Teknik Analisis Data

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan model Miles dan Huberman, 1994 dalam (Zulfirman, 2022) yang terdiri dari tiga tahap utama, yaitu:

1. Reduksi Data (Data Reduction)

Pada tahap ini, peneliti menyeleksi, menyederhanakan, dan memfokuskan data hasil wawancara, observasi, serta dokumentasi sesuai dengan fokus penelitian, yaitu penyebab dan dinamika berhentinya usaha Generasi Z. Data yang tidak relevan disisihkan, sedangkan data yang penting dikategorikan menurut tema tertentu seperti motivasi, hambatan, faktor psikologis, dukungan sosial, dan refleksi usaha.

2. Penyajian Data (Data Display)

yang telah direduksi disusun dalam bentuk uraian naratif, tabel, atau kutipan langsung dari hasil wawancara untuk memudahkan pemahaman. Penyajian data ini bertujuan agar hubungan antar-kategori dan pola dari setiap informan dapat terlihat secara jelas.

3. Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi (Conclusion Drawing/Verification)

Pada tahap akhir, peneliti menarik kesimpulan berdasarkan hasil interpretasi dari keseluruhan data yang telah dianalisis. Kesimpulan sementara yang diperoleh akan diverifikasi dengan melakukan pengecekan ulang terhadap data lapangan dan hasil wawancara, guna memastikan keabsahan serta konsistensi temuan penelitian.

Proses analisis dilakukan secara berulang dan simultan, artinya analisis data sudah mulai dilakukan sejak pengumpulan data berlangsung hingga penelitian selesai.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

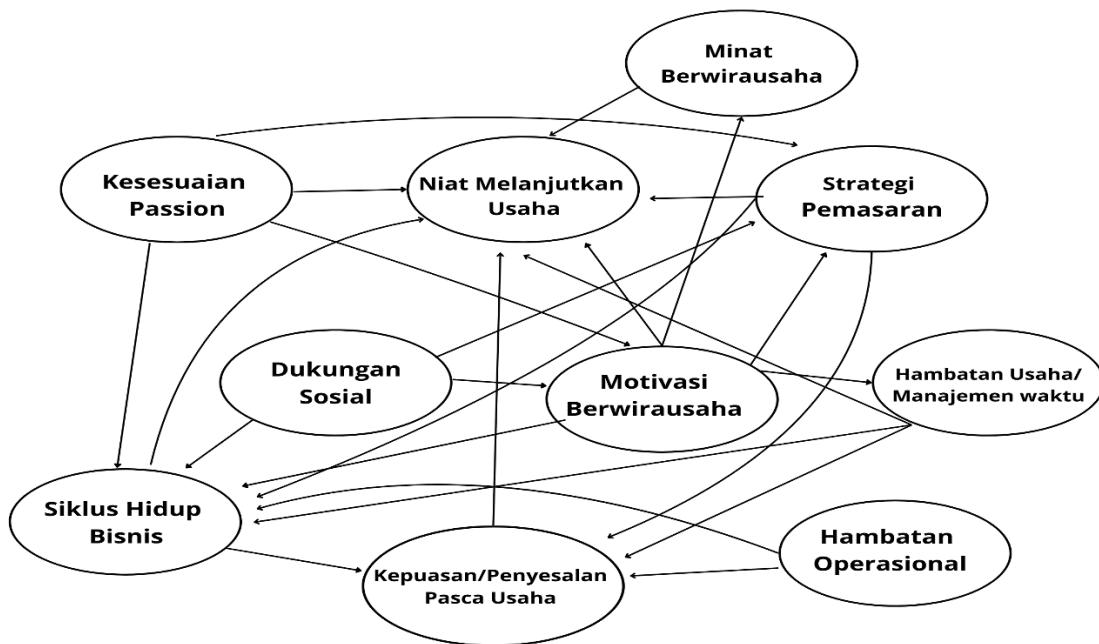
Tabel 1. Tabel *Mind Mapping*

Pertanyaan	Partn er Peneli tian/I nform an	Jawaban	Konsept ualisasi Variabel
Apa alasan utama mendirikan usaha?	Infor man 1 (Nail Art)	Menyukai kutek dan menggambar sejak kecil serta melihat tren Nail Art sehingga tertarik menjadikannya usaha.	Motivasi berwirausaha
	Infor man 2 (Drag olico us)	Berawal dari tugas mata kuliah kewirausahaan dan ide kreatif mengolah buah naga menjadi mie dan pangsit.	
Bagaimana cara memasarkan usaha?	Infor man 1	Promosi melalui Instagram, WhatsApp, kadang TikTok, serta iklan lewat HIMA Manajemen.	Strategi pemasaran

	Infor man 2	Menggunakan Instagram dan pamflet open PO secara online.	
Apa kendala utama dalam menjalankan usaha?	Infor man 1	Mood, keterbatasan waktu, dan kurang relasi sehingga usaha berjalan on-off.	Hambatan usaha / manajemen waktu
	Infor man 2	Sulit mencari tempat gilingan mie yang bersedia menggunakan bahan buah naga.	Hambatan operasional
Apakah usaha sesuai dengan hobi dan passion?	Infor man 1	Sesuai dengan hobi, namun pengerjaan melelahkan dan persaingan tinggi.	Kesesuaian passion
	Infor man 2	Sesuai dengan passion kewirausahaan dan kegemaran memasak.	
Bagaimana dukungan keluarga dan teman?	Infor man 1	Keluarga sangat mendukung, kakak mengajarkan dasar Nail Art.	Dukungan sosial
	Infor man 2	Keluarga dan rekan mendukung serta membantu promosi.	
Bagaimana perjalanan usaha hingga berhenti/on-off?	Infor man 1	Awalnya ramai, kemudian menurun karena kurang mengikuti tren dan keterbatasan waktu.	Siklus hidup bisnis
	Infor man 2	Usaha berjalan sejak Mei dan berhenti pertengahan Juli karena kesibukan tim.	
Faktor apa yang paling memotivasi berwirausaha?	Infor man 1	Ingin sukses di usia muda, namun kurang konsisten.	Motivasi kewirausahaan
	Infor man 2	Ingin mengembangkan jiwa wirausaha dan memperoleh penghasilan tambahan.	
Bagaimana perasaan setelah usaha berhenti/on-off?	Infor man 1	Merasa menyesal tetapi masih ingin melanjutkan usaha.	Kepuasan / penyesalan pasca usaha
	Infor man 2	Menyesal karena potensi usaha besar, namun lega karena kesibukan lain.	
Apakah ingin berwirausaha kembali?	Infor man 1	Ingin melanjutkan usaha Nail Art dan mengembangkan bisnis lain.	Niat melanjutkan usaha

	Infor man 2	Ingin kembali berwirausaha di bidang F&B atau bidang lain.	
Apa pandangan terhadap semangat wirausaha Gen Z?	Infor man 1	Gen Z kreatif tetapi sering kurang konsisten.	Minat berwirausaha
	Infor man 2	Minat wirausaha Gen Z tinggi.	

Gambar 1. Grounded Theory



Pembahasan

1. Kesesuaian Passion → Motivasi Berwirausaha:

Kegemaran terhadap hobi seperti menggambar kuku atau memasak menjadi akar utama yang menumbuhkan motivasi kuat untuk memulai bisnis secara mandiri karena aktivitas usaha dirasakan menyenangkan dan sesuai dengan minat pribadi.

2. Kesesuaian Passion → Strategi Pemasaran:

Kedekatan emosional dengan hobi mendorong individu untuk lebih antusias, percaya diri, dan konsisten dalam memasarkan produknya melalui kanal media sosial.

3. Kesesuaian Passion → Siklus Hidup Bisnis:

Meskipun usaha mengalami pasang surut, kesesuaian dengan *passion* membuat pelaku usaha memiliki daya tahan yang lebih besar sebelum memutuskan berhenti.

4. Dukungan Sosial → Motivasi Berwirausaha:

Dukungan keluarga, seperti kakak yang mengajarkan teknik dasar, secara langsung memperkuat motivasi awal dan keyakinan individu untuk menjalankan usaha.

5. Dukungan Sosial → Strategi Pemasaran:

Keluarga dan rekan berperan membantu memperluas jangkauan strategi pemasaran dengan ikut mempromosikan produk kepada jaringan sosial yang dimiliki.

6. Motivasi Berwirausaha → Strategi Pemasaran:

Adanya dorongan untuk sukses atau menjalankan tugas kuliah memicu individu untuk merancang dan menjalankan strategi pemasaran seperti iklan melalui organisasi kampus atau Instagram.

7. Motivasi Berwirausaha → Hambatan Usaha / Manajemen Waktu:

Motivasi yang kurang konsisten sering kali menjadi akar munculnya hambatan manajemen waktu serta fluktuasi *mood* yang berdampak pada ketidakteraturan usaha.

8. Motivasi Berwirausaha → Siklus Hidup Bisnis:

Kuat atau lemahnya motivasi individu menentukan seberapa cepat siklus hidup bisnis berpindah dari fase ramai ke fase *on-off*.

9. Strategi Pemasaran → Siklus Hidup Bisnis:

Efektivitas promosi melalui media sosial dan sistem *open PO* sangat menentukan volume keramaian konsumen serta keberlangsungan usaha.

10. Strategi Pemasaran → Kepuasan / Penyesalan Pasca Usaha:

Kegagalan dalam mengikuti tren pemasaran terbaru sering kali menjadi sumber utama penyesalan ketika usaha akhirnya berhenti.

11. Hambatan Usaha / Manajemen Waktu → Siklus Hidup Bisnis:

Keterbatasan waktu sebagai mahasiswa dan masalah *mood* menyebabkan operasional usaha berjalan tidak stabil atau berhenti di tengah jalan.

12. Hambatan Operasional → Siklus Hidup Bisnis:

Kendala teknis, seperti sulitnya mencari tempat gilingan mie, menjadi faktor determinan yang secara langsung memaksa usaha untuk berhenti.

13. Hambatan Operasional → Kepuasan / Penyesalan Pasca Usaha:

Sulitnya mengatasi kendala teknis menciptakan perasaan lega karena beban berkurang, namun sekaligus menimbulkan penyesalan atas potensi usaha yang tidak berlanjut.

14. Siklus Hidup Bisnis → Kepuasan / Penyesalan Pasca Usaha:

Penghentian usaha setelah berjalan beberapa bulan memicu rasa menyesal karena peluang dan potensi besar yang belum dimaksimalkan.

15. Siklus Hidup Bisnis → Niat Melanjutkan Usaha:

Pengalaman menjalankan siklus bisnis, meskipun relatif singkat, membentuk pembelajaran penting yang menjadi landasan niat untuk kembali berwirausaha.

16. Kepuasan / Penyesalan Pasca Usaha → Niat Melanjutkan Usaha:

Perasaan menyesal atas kurangnya konsistensi di masa lalu bertransformasi menjadi niat kuat untuk memperbaiki diri dan melanjutkan usaha kembali.

17. Dukungan Sosial → Siklus Hidup Bisnis:

Kurangnya dukungan dalam hal pembagian tugas tim dapat mempercepat berakhirnya siklus hidup sebuah usaha bersama.

18. Kesesuaian Passion → Niat Melanjutkan Usaha:

Pengalaman menjalankan usaha yang sesuai dengan minat membuat individu tetap ingin berwirausaha di bidang yang sama atau serupa.

19. Hambatan Usaha / Manajemen Waktu → Niat Melanjutkan Usaha:

Keinginan untuk melanjutkan usaha sering kali disertai dengan evaluasi diri agar manajemen waktu dapat diperbaiki di masa depan.

20. Motivasi Berwirausaha → Niat Melanjutkan Usaha:

Adanya keinginan awal untuk memperoleh penghasilan tambahan tetap terjaga sehingga niat melanjutkan usaha tetap ada meskipun bisnis sebelumnya terhenti.

21. Strategi Pemasaran → Niat Melanjutkan Usaha:

Keberhasilan strategi promosi digital di masa lalu memberikan kepercayaan diri bagi individu untuk berniat membuka usaha baru.

22. Hambatan Usaha / Manajemen Waktu → Kepuasan / Penyesalan Pasca Usaha:

Ketidakmampuan mengatur waktu yang berujung pada penghentian usaha menjadi faktor utama munculnya penyesalan pasca-usaha.

23. Motivasi Berwirausaha → Minat Berwirausaha:

Dorongan untuk mandiri, sukses, dan memperoleh penghasilan membentuk ketertarikan individu terhadap aktivitas bisnis yang kemudian berkembang menjadi minat berwirausaha.

24. Minat Berwirausaha → Niat Melanjutkan Usaha:

Minat berwirausaha yang kuat mendorong komitmen individu untuk kembali menjalankan atau melanjutkan usaha di masa depan.

KESIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa kesesuaian passion, motivasi berwirausaha, dukungan sosial, dan strategi pemasaran berperan penting dalam membentuk siklus hidup usaha mahasiswa Gen Z. Passion yang selaras dengan usaha mendorong motivasi dan ketahanan dalam berbisnis, sementara dukungan sosial memperkuat keyakinan dan jangkauan pemasaran. Namun, hambatan manajemen waktu dan kendala operasional sering menjadi penyebab utama ketidakstabilan hingga berhentinya usaha. Pengalaman tersebut membentuk kepuasan maupun penyesalan pasca-usaha yang pada akhirnya memengaruhi minat dan niat individu untuk melanjutkan kembali usaha di masa depan.

SARAN

Studi ini menyarankan agar pemilik usaha Gen Z, khususnya mahasiswa, tidak hanya mengandalkan semangat awal, tetapi juga meningkatkan kecerdasan bisnis, manajemen waktu, dan efisiensi operasional agar usaha berkelanjutan. Jaringan sosial dan pemasaran digital perlu dimanfaatkan secara konsisten, sementara lembaga pendidikan diharapkan memberikan pelatihan kewirausahaan yang praktis dan berkelanjutan. Penelitian selanjutnya disarankan untuk mengkaji faktor psikologis dan struktural yang memengaruhi keberlangsungan usaha Gen Z dengan metode yang lebih komprehensif.

DAFTAR PUSTAKA

- Aditya Aditya, Rey Mora Pandia, Tioma Theresia Tampubolon, Amanda Lestari, & Andi Taufiq Umar. (2025). ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT BERWIRAUSAHA MAHASISWA GEN Z TERHADAP BISNIS DIGITAL DI ERA PERUBAHAN GLOBALISASI DI FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS NEGERI MEDAN. *JURNAL RUMPUN MANAJEMEN DAN EKONOMI*, 2(3), 575–582. <https://doi.org/10.61722/jrme.v2i3.4874>
- Adzka Tarigan, Y., Gusfira, A., & Ria Armayani Hasibuan, R. (2025). Peran Aktif Generasi Z dalam Inovasi dan Pemasaran Digital UMKM di Era Teknologi. *Bisnis Dan Digital*, 2(3). <https://doi.org/10.61132/jimakebidi.v2i3.603>
- Maslow, A. H. (n.d.). *A THEORY OF HUMAN MOTIVATION*. www.Abika.com
- Nur Syafika, Aini Nurpratiwi, Lukman Ismail, & Nasriah Nasriah. (2025). Ketika Tren Menjadi Peluang : Analisis Sosiologi Ekonomi Atas Perilaku Bisnis Gen Z di Era Digital. *Journal of Management and Social Sciences*, 4(1), 37–46. <https://doi.org/10.55606/jimas.v4i1.1720>
- Sugiyono. (2009). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D* (ed. terbaru). Alfabeta.
- Hasil Belajar Siswa Pada Mata Pelajaran Pendidikan Agama Islam Man, P. DI, & Rony Zulfirman, M. (n.d.). IMPLEMENTASI METODE OUTDOOR LEARNING DALAM. *Pendidikan Dan Pengajaran* |, 3, 2022. <http://dx.doi.org/10.30596%2Fjppp.v3i2.11758>