

Kontribusi Industri Kreatif bagi Pengembangan Kewirausahaan di Kalangan Generasi Z

Aninda Rahma Oktaviani¹, Fatisa Dina Ramadanti², Namira Clara Alicia³,
Novi Mariska⁴, Rinda Asytuti⁵

¹Program Studi Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan

²Program Studi Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan

³Program Studi Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan

⁴Program Studi Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan

e-mail: ¹aninda.rahma.oktaviani24005@mhs.uingusdur.ac.id,

²fatisa.dina.ramadanti24094@mhs.uingusdur.ac.id, ³namira.clara.alicia24097@mhs.uingusdur.ac.id,

⁴novi.mariska24133@mhs.uingusdur.ac.id, ⁵rinda.asytuti@uingusdur.ac.id

*Corresponding Author: fatisa.dina.ramadanti24094@mhs.uingusdur.ac.id;

Tel.: 0878-1289-0641

DOI: <https://doi.org/10.66152/jiei.v2i1.43>

Informasi Artikel

Dikirim: 29 April 2026

Direvisi: 17 Mei 2026

Diterima: 27 Mei 2026

Abstrak

Industri kreatif merupakan sektor yang berkembang pesat dan berperan penting dalam mendorong inovasi serta menciptakan lapangan kerja. Penelitian ini bertujuan mengevaluasi kontribusi industri kreatif terhadap pengembangan kewirausahaan di kalangan Generasi Z, yang dikenal adaptif, kreatif, dan dekat dengan teknologi digital. Metode yang digunakan adalah deskriptif kualitatif melalui studi literatur dari jurnal, laporan industri, dan publikasi pemerintah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa industri kreatif membuka peluang usaha melalui pemanfaatan teknologi digital, media sosial, dan platform berbasis konten. Generasi Z memanfaatkan ruang digital untuk mengembangkan berbagai produk dan layanan, seperti desain grafis, konten digital, mode, kuliner inovatif, dan aplikasi. Selain itu, ekosistem digital seperti marketplace, platform kreator, inkubator bisnis, dan pembelajaran daring turut mempercepat pembentukan pola pikir kewirausahaan. Industri kreatif juga berkontribusi dalam meningkatkan soft skills, seperti kolaborasi, inovasi, dan pemecahan masalah. Namun, terdapat tantangan berupa rendahnya literasi bisnis, tingginya persaingan, dan perubahan tren digital yang cepat. Oleh karena itu, diperlukan strategi penguatan kewirausahaan melalui pelatihan dan kolaborasi lintas sektor industry.

Kata kunci: Industri kreatif, kewirausahaan, Generasi Z, teknologi digital, ekonomi kreatif, soft skills, ekosistem digital

Abstract

The creative industry is a rapidly growing sector that plays a vital role in driving innovation and creating jobs. This study aims to evaluate the contribution of the creative industry to the development of entrepreneurship among Generation Z, who are known for being adaptable, creative, and tech-savvy. The method used is qualitative descriptive analysis through a literature review of journals, industry reports, and government publications. The research findings indicate that the creative industry opens business opportunities through the utilization of digital technology, social media, and content-based platforms. Generation Z leverages the digital space to develop various products and services, such as graphic design, digital content, fashion, innovative cuisine, and applications. Additionally, digital ecosystems including marketplaces, creator platforms, business incubators, and online learning further accelerate the development of an entrepreneurial mindset. The creative industry also contributes to enhancing soft skills,

such as collaboration, innovation, and problem-solving. However, challenges include low business literacy, intense competition, and rapidly changing digital trends. Therefore, strategies to strengthen entrepreneurship through training and cross-sector industry collaboration are needed.

Keywords: *Creative industry, entrepreneurship, Generation Z, digital technology, creative economy, soft skills, digital ecosystem*

1. Pendahuluan

Perkembangan sektor kreatif telah menjadi elemen penting dalam ekonomi modern, terutama di zaman digital saat ini. Sektor ini mencakup berbagai bidang yang menggabungkan kreativitas, teknologi, dan nilai ekonomi untuk menghasilkan produk serta layanan baru yang inovatif. Di Indonesia dan di banyak negara lainnya, sektor ini dianggap sebagai salah satu pendorong utama bagi pertumbuhan ekonomi lokal dan nasional, karena mampu menyediakan lapangan kerja serta meningkatkan keterlibatan generasi muda dalam kegiatan ekonomi yang produktif. Dampak positif dari industri kreatif terhadap ekonomi juga terlihat dari kemampuannya dalam mendukung perkembangan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) serta mendorong inovasi di berbagai bidang seperti konten digital, mode, desain, dan teknologi.

Generasi Z yang lahir antara pertengahan 1990-an hingga awal 2010-an dikenal sebagai generasi yang tumbuh dengan teknologi dan internet, sehingga memiliki kemampuan untuk beradaptasi terhadap perubahan dalam teknologi dan perilaku pasar digital. Keunggulan ini memberi mereka kesempatan lebih luas untuk terlibat dalam ekosistem industri kreatif, baik sebagai pelaku usaha maupun konsumen aktif. Keterlibatan Generasi Z dalam sektor kreatif tidak hanya memenuhi dorongan untuk mengekspresikan diri, tetapi juga dapat merangsang kemunculan kewirausahaan baru yang inovatif dan bermanfaat, terutama dalam konteks ekonomi berbasis pengetahuan dan digital.

Beberapa kajian akademik menunjukkan bahwa kreativitas, pengetahuan, dan pendidikan kewirausahaan adalah faktor penting yang dapat meningkatkan kemampuan berwirausaha di kalangan Generasi Z. Sebagai contoh, penelitian mengenai Generasi Z menunjukkan bahwa pengetahuan dan pendidikan kewirausahaan, serta inovasi memiliki dampak positif yang signifikan terhadap kreativitas berwirausaha mereka, yang kemudian dapat memperkuat kecenderungan mereka untuk mendirikan usaha baru yang berfokus pada kreativitas.

Dalam bidang industri kreatif, melibatkan Generasi Z sebagai pengusaha juga berarti memanfaatkan keterampilan digital dan inovasi mereka untuk menciptakan peluang usaha yang fleksibel dan sesuai dengan kebutuhan pasar digital. Hal ini menjadikan sektor kreatif sebagai saluran strategis untuk mengembangkan semangat kewirausahaan di kalangan generasi muda, sambil menciptakan ekosistem wirausaha yang dapat beradaptasi dengan perubahan teknologi dan tuntutan pasar. Dengan demikian, penelitian yang mengeksplorasi peran industri kreatif dalam pengembangan kewirausahaan Generasi Z menjadi sangat penting untuk diteliti dalam konteks perkembangan ekonomi saat ini.

2. Tinjauan Pustaka

2.1. Industri Kreatif dan Kewirausahaan Generasi Z

Sektor kreatif adalah salah satu komponen penting dalam ekonomi berbasis pengetahuan, yang memanfaatkan daya cipta, inovasi, dan teknologi untuk menciptakan nilai ekonomi lewat produk dan layanan yang khas. Fungsi sektor kreatif tidak hanya terbatas pada penciptaan nilai ekonomi, tetapi juga berfungsi sebagai sarana transformasi sosial dan budaya, termasuk dalam pengembangan kemampuan kewirausahaan pada generasi muda. Penelitian yang dilakukan oleh Fariah (2024) menunjukkan bahwa Generasi Z, yang tumbuh di era digital, memiliki peran yang signifikan dalam ekonomi kreatif di kota-kota Indonesia, khususnya dalam area konten digital, mode, dan desain, yang pada akhirnya membantu dalam pembentukan identitas kewirausahaan mereka.

Generasi Z mempunyai keunikan tersendiri, seperti keterampilan digital yang mumpuni, kemampuan untuk beradaptasi dengan perkembangan teknologi, serta kecenderungan untuk mencari peluang ekonomi yang bersifat kreatif dan fleksibel. Situasi ini menjadikan sektor kreatif sebagai alat yang strategis untuk mendorong semangat kewirausahaan Gen Z, karena sektor ini memberikan kesempatan untuk melakukan eksperimen, inovasi, dan menjadikan ide-ide kreatif menjadi sumber pendapatan melalui platform digital.

2.2. Fungsi Kreativitas dalam Kewirausahaan Generasi Z

Kreativitas adalah komponen kunci dalam dunia kewirausahaan, terutama dalam zaman digital di mana ide-ide baru sering kali menjadi penentu utama dalam persaingan usaha. Penelitian yang dilakukan oleh Arifin dan Nuringsih (2024) menunjukkan bahwa pemahaman tentang kewirausahaan, pendidikan di bidang kewirausahaan, dan inovasi memiliki dampak positif yang signifikan terhadap kreativitas wirausaha Generasi Z. Hasil ini menunjukkan bahwa generasi muda yang memiliki tingkat kreativitas serta pengetahuan bisnis yang baik cenderung lebih siap untuk berperan sebagai wirausahawan dalam sektor industri kreatif.

Di samping itu, pelatihan kreatif yang ditujukan untuk Generasi Z juga terbukti efektif dalam meningkatkan ketertarikan mereka terhadap kewirausahaan. Contohnya, kegiatan yang berfokus pada kreativitas dan workshop yang mengembangkan keterampilan inovatif bisa membentuk pola pikir kewirausahaan di kalangan generasi muda, sekaligus mendorong mereka untuk aktif terlibat dalam kegiatan wirausaha.

2.3. Digitalisasi Sebagai Penunjang Kewirausahaan di Sektor Kreatif

Dengan kemajuan teknologi digital, banyak elemen dalam sektor kreatif sekarang didukung oleh platform digital, termasuk media sosial, pasar online, dan aplikasi. Generasi Z terbukti sangat akrab dengan teknologi digital, sehingga mereka memiliki peluang lebih besar untuk memanfaatkan teknologi ini sebagai sarana untuk memulai serta mengembangkan usaha kreatif. Penelitian oleh Ratna Sari dan Soelaiman

(2025) menunjukkan betapa pentingnya keterampilan digital dan kepercayaan diri dalam menumbuhkan minat kewirausahaan di kalangan generasi ini. Kompetensi digital tidak hanya memperkuat kapabilitas operasional sebuah usaha, tetapi juga memberikan Gen Z keyakinan untuk mencari kesempatan wirausaha di berbagai bidang kreatif yang berbasis digital.

Keterlibatan Gen Z dengan teknologi digital juga terlihat dari tren penggunaan media sosial sebagai saluran untuk memasarkan dan menghasilkan uang dari karya kreatif mereka. Platform seperti TikTok, Instagram, dan YouTube telah menjadi alat yang efisien bagi generasi ini untuk mendistribusikan produk kreatif mereka, berkomunikasi dengan audiens, serta membangun kesadaran merek yang berkontribusi pada pertumbuhan usaha mereka dalam industri kreatif.

3. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif-kualitatif untuk mengeksplorasi kontribusi industri kreatif terhadap pengembangan kewirausahaan bagi Generasi Z. Pendekatan ini dipilih karena dapat mengungkap fenomena, pandangan, motivasi, serta dinamika perilaku kewirausahaan dengan mendalam dalam konteks industri kreatif yang terus berubah. Creswell (2014) menyatakan bahwa metode kualitatif efektif digunakan ketika peneliti ingin memahami perspektif sosial dan pengalaman individu secara menyeluruh. Dalam penelitian ini, metode tersebut memberikan kesempatan bagi peneliti untuk menganalisis nilai, gagasan, serta inovasi yang timbul di kalangan generasi muda yang terlibat dalam industri kreatif.

4. Hasil dan Pembahasan

4.1. Peran Industri Kreatif dalam Mengembangkan Jiwa Kewirausahaan Generasi Z

Industri kreatif adalah sebuah sistem perekonomian yang menjadikan kreativitas, inovasi, dan kemampuan individu sebagai aset utama untuk memproduksi barang atau layanan yang memiliki nilai ekonomi tinggi. Sektor ini mencakup berbagai disiplin seperti desain grafis, media digital, fashion, kuliner inovatif, seni pertunjukan, serta teknologi canggih yang semuanya memerlukan pemikiran kreatif dan kemampuan beradaptasi dengan perubahan di pasar saat ini. Dalam konteks kaum muda, khususnya Generasi Z, industri kreatif bukan hanya sekadar tempat kerja, tetapi juga menjadi sarana untuk mengekspresikan ide-ide, menjelajahi inovasi, serta mengembangkan potensi kewirausahaan yang sebelumnya tidak mendapatkan perhatian di sektor yang lebih tradisional. Hal ini terlihat dari meningkatnya ketertarikan generasi ini untuk memanfaatkan platform digital sebagai arena berwirausaha, seperti menjual karya seni digital atau mengembangkan produk kreatif berbasis aplikasi digital.

Kontribusi industri kreatif dalam membentuk kewirausahaan Generasi Z juga berkaitan dengan karakteristik dari generasi ini sebagai digital native - mereka

dibesarkan bersama perkembangan teknologi digital. Penelitian yang dilakukan oleh Sari dan Soelaiman (2025) mengungkapkan bahwa kompetensi digital dan kepercayaan diri memiliki dampak yang signifikan terhadap minat berwirausaha generasi ini, terkhusus saat mereka terlibat dalam kegiatan kreatif serta memanfaatkan teknologi digital untuk mendirikan usaha mereka. Situasi ini menunjukkan bahwa industri kreatif tidak hanya membuka peluang kerja, tetapi juga memberikan ruang bagi Generasi Z untuk menerapkan keterampilan digital mereka ke dalam kegiatan kewirausahaan yang produktif.

Selain itu, elemen inovasi dan kreativitas merupakan bagian penting yang menghubungkan industri kreatif dengan perkembangan kewirausahaan Generasi Z. Banyak penelitian akademik menunjukkan bahwa kreativitas berfungsi sebagai dasar utama dalam menciptakan ide bisnis yang sesuai dengan tuntutan pasar saat ini. Misalnya, Arifin dan Nuringsih (2024) menemukan bahwa pengetahuan mengenai kewirausahaan, pendidikan, dan inovasi berdampak positif terhadap kreativitas wirausaha dalam kalangan Generasi Z. Dengan kata lain, keterlibatan generasi muda dalam kegiatan kreatif tidak hanya memperkuat kemampuan mereka dalam menciptakan barang atau layanan baru, tetapi juga membentuk pola pikir kewirausahaan yang lebih terbuka terhadap inovasi.

Tersedianya fasilitas berbasis digital seperti platform pemasaran online, media sosial, serta komunitas kreatif juga mempercepat pengembangan jiwa kewirausahaan generasi ini. Media sosial, misalnya, berfungsi sebagai alat yang efektif bagi Generasi Z dalam membangun citra pribadi, mempromosikan produk kreatif mereka, serta membangun jaringan profesional. Perkembangan teknologi digital dalam industri kreatif ini pada akhirnya membuka lebih banyak kesempatan bagi generasi muda untuk berpartisipasi dalam pasar global tanpa batasan geografis atau modal besar. Sebenarnya, penelitian lain menunjukkan bahwa kemampuan digital dan kreativitas Generasi Z dalam memanfaatkan teknologi secara efisien menjadi aset utama yang meningkatkan potensi keberhasilan usaha mereka di lanskap ekonomi kreatif saat ini.

4.2. Faktor Pendukung dan Penghambat Industri Kreatif dalam Mengembangkan Kewirausahaan Generasi Z

Keberhasilan generasi Z dalam memanfaatkan Industri kreatif untuk berwirausaha tidak hanya bergantung pada kemampuan pribadi, tetapi juga dipengaruhi oleh berbagai faktor dalam dan luar yang dapat membantu atau menghalangi proses tersebut. Faktor pendukung adalah elemen-elemen yang memberikan dorongan bagi generasi muda untuk berkreasi dan berbisnis, sedangkan faktor penghambat menjadi halangan yang harus dihadapi agar potensi tersebut dapat diwujudkan secara maksimal.

Salah satu elemen pendukung yang paling penting adalah pendidikan dan pelatihan kewirausahaan yang menggabungkan kreativitas dengan teknologi digital. Pelatihan formal dan informal yang menekankan keterampilan kewirausahaan membekali generasi Z dengan pemahaman yang lebih mendalam tentang dasar-dasar bisnis, pengembangan ide, dan taktik pemasaran digital, sehingga mereka bisa menghasilkan produk atau layanan dengan nilai tambah tinggi. Metode pembelajaran

yang memfokuskan pada pengembangan kompetensi seperti kepercayaan diri, kreativitas, dan inovasi terbukti dapat meningkatkan persiapan generasi Z untuk memulai bisnis mereka sendiri. Penelitian menunjukkan bahwa pendidikan kewirausahaan dan budaya kewirausahaan berperan signifikan dalam menarik minat dan kesiapan generasi muda untuk berbisnis, meskipun pengaruhnya bisa berbeda bergantung pada konteks komunitas dan sektor industri.

Selain itu, jaringan komunitas industri kreatif dan profesional juga merupakan faktor penting yang mendukung pertumbuhan kewirausahaan di kalangan generasi Z. Komunitas kreatif sering kali mengadakan berbagai kegiatan kolaboratif seperti workshop, pameran, kompetisi ide bisnis, dan bimbingan dari pelaku industri. Partisipasi generasi Z dalam komunitas ini memberikan mereka akses ke pengalaman praktis, umpan balik dari profesional, serta peluang kolaborasi yang memperluas kesempatan usaha mereka. Aktivitas ini membantu membangun ekosistem yang mendorong penciptaan nilai baru dan penguatan kapasitas kewirausahaan melalui pembelajaran dari pengusaha kreatif lainnya.

Namun, terdapat pula sejumlah faktor penghambat yang sering kali menjadi tantangan serius bagi generasi Z dalam mengembangkan kewirausahaan di industri kreatif. Salah satu tantangan terbesar adalah keterbatasan akses terhadap modal dan sumber daya. Banyak pengusaha muda mengalami kesulitan dalam mendapatkan dukungan finansial awal, akses terhadap alat, atau infrastruktur yang memadai untuk mengembangkan produk secara profesional. Kurangnya fasilitas ini bisa menurunkan motivasi dan kapasitas generasi Z untuk menumbuhkan usaha mereka ke arah yang lebih kompetitif. Selain itu, pengaruh dari lingkungan pendidikan dan budaya kerja yang tidak mendukung juga dapat mengurangi kepercayaan diri generasi muda dalam mengambil risiko wirausaha.

Faktor penghambat lainnya yang dibahas dalam literatur adalah kurangnya kesiapan individu dan ekosistem kewirausahaan yang tidak mendukung. Penelitian menunjukkan bahwa rendahnya keterampilan teknis, kurangnya motivasi, sedikitnya pengalaman praktis dalam menjalankan usaha, dan terbatasnya dukungan mentoring atau bimbingan bisnis merupakan halangan yang berarti. Kondisi ini terutama dirasakan oleh kelompok mahasiswa atau generasi Z yang masih bergantung pada pendidikan formal dan belum memiliki pengalaman kerja nyata di sektor bisnis.

Secara keseluruhan, elemen pendukung seperti pendidikan kewirausahaan yang interaktif, jaringan profesional, dan akses terhadap teknologi digital sangat penting dalam meningkatkan kontribusi industri kreatif terhadap kewirausahaan generasi Z. Sementara itu, tantangan yang terkait dengan keterbatasan modal, kurangnya pengalaman praktis, dan dukungan lingkungan yang belum sepenuhnya mendukung harus menjadi perhatian utama dalam kebijakan dan program pengembangan kewirausahaan di masa mendatang.

4.3. Peran Kebijakan Pemerintah dan Dukungan Lembaga dalam Mendorong Kewirausahaan Generasi Z di Industri Kreatif

Pemerintah memiliki tanggung jawab yang signifikan dalam membangun lingkungan yang mendukung pertumbuhan kewirausahaan generasi Z, khususnya dalam sektor kreatif. Dengan semakin besarnya potensi ekonomi kreatif sebagai sektor penting, berbagai negara, termasuk Indonesia, mulai menyusun kebijakan yang tidak hanya memfasilitasi perkembangan industri kreatif tetapi juga menyediakan ruang bagi generasi muda untuk mengembangkan usaha mereka. Kebijakan pemerintah berupa subsidi, insentif pajak, dukungan pembiayaan, dan penyederhanaan aturan bisnis dapat meningkatkan daya saing para wirausaha muda serta memperluas peluang investasi di sektor kreatif. Penelitian yang ada menunjukkan bahwa pemberian subsidi dan kebijakan pembiayaan khusus bisa meningkatkan kinerja dan keuntungan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam industri kreatif, meskipun pelaksanaan kebijakan ini perlu dipadukan dengan dukungan sosial dan modal yang cukup agar efektif dalam jangka panjang.

Selanjutnya, pembentuk undang-undang dan regulasi juga memiliki peran penting dalam menciptakan struktur kelembagaan dan kerangka hukum yang jelas untuk para pelaku di industri kreatif. Misalnya, undang-undang atau regulasi yang secara khusus mengatur pengembangan ekonomi kreatif dapat memberikan kepastian hukum, kemudahan dalam proses perizinan usaha, serta pengakuan terhadap hak kekayaan intelektual yang sangat penting untuk melindungi inovasi yang kreatif. Kebijakan semacam ini juga membuka lebih banyak kesempatan bagi generasi Z untuk menjelajahi ide bisnis kreatif tanpa terhambat oleh birokrasi yang rumit, sehingga mempermudah mereka dalam mendirikan dan mengembangkan usaha baru.

Di tingkat lokal, dukungan dari pemerintah provinsi dan kabupaten/kota juga dapat memperluas dampak kebijakan nasional melalui penerapan peraturan daerah yang fokus pada pengembangan industri kreatif. Contohnya, pembentukan komite atau lembaga koordinasi pengembangan ekonomi kreatif yang mengikutsertakan pemerintah, akademisi, pelaku usaha, dan komunitas kreatif sebagai mitra strategis dapat menghasilkan jalur komunikasi yang efektif antara berbagai pemangku kepentingan. Pendekatan ini tidak hanya memberikan kesempatan bagi masyarakat untuk berpartisipasi dalam perumusan kebijakan, namun juga membantu transfer pengetahuan dan jaringan yang sangat penting bagi generasi Z untuk meningkatkan kapasitas kewirausahaan mereka.

Selain itu, kebijakan pemerintah yang berfokus pada pengembangan sumber daya manusia serta dukungan fasilitas seperti pelatihan digital, bantuan modal, dan akses ke pasar juga terbukti berperan penting dalam meningkatkan kemampuan kewirausahaan generasi muda di sektor kreatif. Dukungan ini menyediakan fundamental yang lebih kuat untuk generasi Z dalam memanfaatkan peluang di bidang ekonomi kreatif secara optimal, terutama saat menghadapi persaingan global dan

kemajuan teknologi yang cepat. Oleh karena itu, kerjasama antara pemerintah pusat, pemerintah daerah, institusi pendidikan, dan sektor swasta menjadi faktor penting dalam menciptakan ekosistem kewirausahaan yang komprehensif dan berkelanjutan bagi generasi muda dalam industri kreatif.

4.4. Strategi Peningkatan Industri Kreatif untuk Mendukung Kewirausahaan Generasi Z

Menguatkan peran industri kreatif dalam mendorong kewirausahaan bagi generasi Z memerlukan rencana yang terencana dan sesuai dengan perubahan dalam ekonomi digital saat ini. Salah satu langkah krusial adalah membangun ekosistem kewirausahaan yang menyeluruh dan terhubung. Ekosistem ini meliputi kolaborasi aktif antar lembaga pendidikan, pemerintah, dunia industri, dan komunitas kreatif untuk menciptakan kesempatan belajar, pendampingan, serta akses ke modal yang mengutamakan kebutuhan generasi muda. Menunjukkan bahwa keterlibatan berbagai pihak dalam pola kerja sama terbukti mampu meningkatkan kesuksesan dan keberlangsungan usaha mikro kreatif, mengingat dukungan yang diberikan tidak hanya bersifat finansial, tetapi juga mencakup pendampingan, pelatihan teknis, dan jaringan pemasaran. Model kerja sama semacam ini memberikan peluang bagi generasi Z untuk mengekspresikan kreativitas mereka sekaligus mengembangkan keterampilan bisnis secara berkelanjutan.

Rencana selanjutnya adalah memperkuat kapasitas sumber daya manusia melalui program pendidikan dan pelatihan yang berorientasi pada keterampilan kewirausahaan digital. Pengetahuan tentang penggunaan teknologi digital, pemasaran online, inovasi produk, serta skill manajemen usaha merupakan elemen penting yang harus dikuasai oleh generasi Z. Pelatihan kewirausahaan yang mengintegrasikan simulasi bisnis digital dan studi kasus nyata dapat meningkatkan kemampuan peserta dalam mengenali peluang pasar dan merancang model bisnis yang bersaing di industri kreatif. Pendekatan pembelajaran ini membantu meningkatkan rasa percaya diri peserta dan mempersiapkan mereka untuk mengevaluasi risiko serta peluang dengan lebih efektif.

Selanjutnya, memberdayakan komunitas lokal dan jaringan kreatif merupakan strategi yang sangat krusial. Komunitas kreatif memberikan wadah bagi generasi Z untuk berbagi ide, melakukan kolaborasi proyek multidisplin, serta memperoleh umpan balik langsung dari para pelaku industri yang lebih berpengalaman. Pengalaman ini sangat penting dalam pengembangan kewirausahaan karena membantu mereka dalam memperluas jaringan profesional. Menurut penelitian oleh Martínez-Ruiz dan Gómez-Sánchez (2022), komunitas kreatif yang aktif berfungsi sebagai perantara antara pelaku usaha baru dan pasar, serta mendukung penciptaan merek usaha kreatif yang kuat melalui penyelenggaraan pameran, kompetisi, dan lokakarya secara berkala.

Selanjutnya, penerapan pemasaran digital yang efektif melalui berbagai platform dan media sosial juga sangat penting. Media sosial telah bertransformasi menjadi alat utama bagi generasi Z dalam memperkenalkan produk kreatif mereka

kepada khalayak yang lebih luas tanpa batasan wilayah. Menjelaskan bahwa menerapkan strategi pemasaran digital yang berfokus pada konten visual, interaksi dengan audiens, dan kolaborasi dengan influencer lokal dapat meningkatkan kemampuan produk kreatif untuk dikenal dan diminati di pasar global. Strategi pemasaran ini tidak hanya berkontribusi pada peningkatan penjualan, tetapi juga memperkuat citra merek dari usaha kreatif yang dijalankan oleh generasi muda.

Terakhir, keberlanjutan usaha juga harus menjadi perhatian utama dalam merencanakan pengembangan kewirausahaan generasi Z di industri kreatif. Ini meliputi penerapan prinsip-prinsip bisnis yang berkelanjutan, penggunaan sumber daya yang efisien, dan inovasi terus-menerus untuk menjaga daya saing di tengah persaingan global. Menunjukkan bahwa pelaku usaha kreatif yang menerapkan strategi bisnis berkelanjutan umumnya mengalami pertumbuhan usaha yang lebih konsisten dan mampu beradaptasi dengan perubahan tren pasar, termasuk peningkatan perhatian konsumen terhadap aspek keberlanjutan dan dampak sosial dari produk yang mereka pilih.

4.5. Tantangan dan Kesempatan untuk Mengembangkan Kewirausahaan Generasi Z dalam Sektor Kreatif

Walau industri kreatif memberikan prospek menarik, generasi Z masih berhadapan pada beberapa masalah mendasar yang dapat menghalangi kemajuan kewirausahaan mereka. Salah satu masalah utama adalah kurangnya akses ke dana, baik dari lembaga keuangan resmi maupun investor lokal. Banyak individu muda yang memiliki gagasan orisinal, tetapi terhambat dalam pengembangan usaha mereka karena minimnya dukungan finansial serta pengetahuan tentang keuangan yang terbatas. Menunjukkan bahwa rendahnya tingkat literasi keuangan menjadi penghalang signifikan bagi para wirausahawan muda dalam membuat keputusan strategis bisnis yang meliputi perencanaan anggaran, manajemen risiko, dan proyeksi arus kas. Hasil ini menunjukkan perlunya tindakan yang berfokus pada peningkatan akses pembiayaan serta kemampuan pengelolaan finansial untuk generasi Z.

Tantangan lainnya adalah kemajuan teknologi yang berlangsung dengan cepat, yang mendorong generasi Z untuk selalu meningkatkan keterampilan teknis dan daya kreativitas mereka agar bisa bersaing. Teknologi seperti kecerdasan buatan, otomatisasi, dan analitik digital menawarkan peluang besar, tetapi juga dapat merubah bentuk usaha kreatif yang konvensional. Mengungkapkan bahwa pelaku industri kreatif yang mampu bertahan dan berkembang adalah mereka yang responsif terhadap inovasi teknologi dan bisa memanfaatkannya untuk menciptakan nilai baru dalam bisnis. Ini menunjukkan bahwa kemampuan beradaptasi dan fleksibilitas dalam teknologi menjadi aset penting bagi wirausahawan generasi Z untuk menghadapi perubahan cepat di dunia digital.

Namun, meskipun ada tantangan-tantangan tersebut, sektor kreatif juga menyuguhkan banyak kesempatan untuk pertumbuhan ekonomi dan inovasi bagi generasi Z. Mereka memiliki karakteristik yang istimewa: cepat beradaptasi, terbiasa dengan teknologi digital, dan kreatif dalam menghasilkan konten serta solusi berbasis

teknologi. Penelitian oleh Menunjukkan bahwa generasi Z cenderung menciptakan usaha yang berfokus pada pengalaman, seperti penciptaan konten digital, desain produk, dan hiburan interaktif, yang sekarang memiliki pasar global yang luas. Gabungan antara kreativitas dan keterampilan digital memberi mereka peluang lebih besar untuk menjangkau pasar dan memperluas penawaran melalui platform daring.

Selain itu, muncul peluang tambahan datang dari dukungan pemerintah serta organisasi internasional yang semakin memperhatikan perkembangan ekonomi kreatif. Berbagai program inkubasi, pelatihan, dan pendanaan diciptakan untuk mempercepat pertumbuhan UMKM kreatif yang dijalankan oleh generasi muda. Kebijakan pemerintah yang mendukung ekonomi kreatif telah menghasilkan dampak positif dalam peningkatan jumlah usaha baru yang diprakarsai oleh generasi muda. Inisiatif seperti inkubator bisnis, pusat kreativitas digital, dan pendanaan untuk startup terbukti efektif dalam mempercepat pengembangan kemampuan wirausahawan muda, terutama selama tahap awal bisnis.

Pada akhirnya, tantangan dan kesempatan ini mengindikasikan bahwa kesuksesan kewirausahaan generasi Z sangat bergantung pada kemampuan mereka dalam mengelola risiko, memanfaatkan teknologi, dan membangun jaringan kolaboratif. Dengan adanya dukungan dari ekosistem yang kuat—termasuk pemerintah, pendidikan, komunitas, dan sektor swasta—industri kreatif dapat berperan sebagai penggerak utama dalam menciptakan generasi wirausaha yang inovatif dan kompetitif. Di sisi lain, generasi Z juga perlu terus meningkatkan kemampuan mereka dalam beradaptasi, literasi digital, serta ketahanan usaha agar tetap bersaing di pasar global yang semakin kompleks.

5. Kesimpulan

Industri kreatif memainkan peran penting dalam mendorong kemajuan kewirausahaan di kalangan generasi Z, terutama karena sifat generasi ini yang fleksibel, inovatif, dan memiliki kedekatan dengan teknologi digital. Berdasarkan analisis yang dilakukan, dapat diringkas bahwa pengaruh industri kreatif terhadap kewirausahaan generasi Z terlihat dalam beberapa hal penting: peningkatan kemampuan inovatif, penciptaan peluang bisnis baru melalui platform digital, dan penguatan identitas ekonomi kreatif dengan daya saing di tingkat global. Sektor ini tidak hanya berfungsi sebagai sarana untuk mengekspresikan kreativitas, tetapi juga sebagai bagian dari ekonomi yang menggabungkan teknologi dan kreativitas untuk menciptakan keunggulan pasar yang sesuai dengan karakter generasi Z.

Namun, generasi Z masih menghadapi beberapa rintangan dalam usaha mengembangkan bisnis di bidang kreatif, seperti keterbatasan dalam akses modal, pemahaman finansial yang rendah, dan cepatnya perkembangan teknologi yang mengharuskan mereka untuk selalu beradaptasi. Rintangan-rintangan ini menunjukkan bahwa hanya memiliki keterampilan teknis tidaklah cukup; mereka juga memerlukan dukungan dari ekosistem yang kuat, kemampuan manajerial, serta penguasaan strategi terkait dinamika pasar kreatif. Oleh karena itu, kerjasama antara pemerintah, institusi pendidikan, komunitas kreatif, dan sektor privat sangat dibutuhkan untuk menciptakan lingkungan yang mendukung pertumbuhan wirausahawan muda.

Di sisi lain, industri kreatif menawarkan banyak peluang melalui akses ke pasar digital, dukungan dari kebijakan pemerintah, serta pertumbuhan komunitas kreatif yang memungkinkan kolaborasi dan inovasi. Generasi Z memiliki potensi besar untuk memanfaatkan kesempatan ini, terutama dalam menciptakan model usaha yang mengintegrasikan teknologi, kreativitas, dan pengalaman konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa dengan strategi yang baik, generasi Z dapat menjadi pendorong utama bagi perkembangan industri kreatif di masa depan.

Secara keseluruhan, keberhasilan kewirausahaan generasi Z dalam sektor kreatif dipengaruhi oleh kemampuan mereka dalam menghadapi tantangan serta memanfaatkan peluang yang tersedia. Kombinasi antara kreativitas, keterampilan digital, jaringan kolaboratif, dan dukungan ekosistem yang memadai akan menjadi dasar penting untuk menghasilkan wirausahawan kreatif yang inovatif, berkelanjutan, dan kompetitif secara global. Dengan memaksimalkan setiap aspek tersebut, industri kreatif berpotensi menjadi salah satu sektor unggulan yang membentuk masa depan perekonomian yang lebih dinamis dan inklusif.

6. Daftar Pustaka

- Arifin, C. C., & Nuringsih, K. (2024). Determinan kreativitas berwirausaha generasi Z. *Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan*, 6(3). <https://doi.org/10.24912/jmk.v6i3.31588>
- Fariah, A. (2025). The dynamics of the creative economy and social transformation among urban Gen Z in Indonesia. *Jurnal Multidisiplin Indonesia*, 4(1). <https://doi.org/10.58344/jmi.v4i1.2261>
- Jessica, A., & Nuringsih, K. (2025). Membangun minat berwirausaha generasi Z melalui pendidikan kewirausahaan, efikasi diri, dan budaya kewirausahaan. *Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan*, 7(4). <https://doi.org/10.24912/jmk.v7i4.36499>
- Policy Capacity for Creative Economy Development in Central Java Province. (2024). *Journal of Public Policy and Creative Economy Development*.
- Ratna Sari, V., & Soelaiman, L. (2025). Enhancing Generation Z's role as digital natives and creative minds in entrepreneurship through self-efficacy. *International Journal of Application on Economics and Business*, 3(2), 974–983. <https://doi.org/10.24912/ijaeb.v3i2.974-983>
- Soelaiman, L. (2025). Menumbuhkan jiwa kewirausahaan generasi Z melalui kegiatan kreativitas. *MITRA: Jurnal Pemberdayaan Masyarakat*, 9(1). <https://doi.org/10.25170/mitra.v9i1.4777>
- Susilowati, T., & Prameswara, Y. T. (2026). Analysis of factors hindering Generation Z in entrepreneurship. *Economic Education and Entrepreneurship Journal (E3J)*, 8(2). <http://dx.doi.org/10.23960/E3J/v8.i2.250-258>
- Zainuri, Z., Yasin, M. Z., Amijaya, R. N. F., Wilantari, R. N., & Vipindartin, S. (2025). The role of government policy on the performance of MSMEs in the creative industry: Evidence from Jember Regency, East Java, Indonesia. *Cogent Economics & Finance*, 13(1). <https://doi.org/10.1080/23322039.2024.2446657>