

## Hubungan Kepercayaan Diri dengan Minat Berwirausaha pada Generasi Z di Kelurahan Kadipaten Kota Yogyakarta

<sup>(1)</sup>Meylita Ayu Herbafalony, <sup>(2)</sup>Theresia Dewi Setyorini, <sup>(3)</sup>Femmy Lekahena

<sup>(1)(2)(3)</sup>Fakultas Psikologi, Universitas Proklamasi 45  
Email: meylitayu1105@gmail.com

### **ABSTRACT**

*Entrepreneurial interest in Generation Z plays an important role in efforts to reduce unemployment rates and drive economic growth through the creation of self-employment opportunities. This study aims to empirically prove the relationship between self-confidence and entrepreneurial interest among Generation Z in Kadipaten Village, Yogyakarta City. The sample in this study consisted of 136 Generation Z individuals, selected using probability sampling with stratified cluster random sampling techniques, from a total population of 272 Generation Z individuals. Data was collected using the Entrepreneurial Interest Scale and the Self-Confidence Scale. The data analysis technique used was Pearson Product Moment correlation analysis. The results of the study show a positive and significant relationship between self-confidence and entrepreneurial interest among Generation Z in Kadipaten Village, Yogyakarta City, with a correlation coefficient of 0,482 ( $p<0,01$ ).*

**Keywords:** Self-Confidence, Entrepreneurial Interest, Generation Z

### **PENDAHULUAN**

Kemiskinan merupakan permasalahan serius yang terjadi di Indonesia, dan hingga saat ini masih dalam proses pembangunan ekonomi (Sinurat, 2023). Pemerintah perlu menciptakan aktivitas ekonomi yang dapat mendorong pertumbuhan ekonomi, salah satunya yaitu dengan menyediakan lapangan pekerjaan untuk mengatasi kemiskinan yang diakibatkan oleh pengangguran (Zuhdiyat & Kaluge, 2017; Mulyadi, 2017).

Pemerintah telah mengalokasikan dana Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah (APBD) untuk pengembangan keterampilan dan pemberdayaan masyarakat sesuai Undang-undang Nomor 28 Tahun 2022 (Padang & Murtala, 2020). Hal tersebut bertujuan untuk mengurangi kesenjangan, penanggulangan kemiskinan, dan perluasan kesempatan kerja (Oktavia, 2019).

Sejak tahun 2013, Pemerintah Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) memperoleh dana keistimewaan dari pemerintah pusat yang menjadi bagian dari alokasi APBD setiap tahunnya, guna mendukung pembangunan dan pemberdayaan masyarakat, termasuk di Kota Yogyakarta (Hatomko, 2021; Pemerintah Indonesia, 2019). Penggunaan APBD, pemerintah daerah memfokuskan pada kegiatan produktif yang meningkatkan kualitas sumber daya manusia, pelayanan publik, ekonomi, serta mendanai sektor pendidikan, kesehatan, infrastruktur, pengawasan, dan kelurahan (Pemerintah Kota Yogyakarta, 2023). Dalam hal ini, salah satu Kelurahan Kota Yogyakarta yang menerima APBD adalah Kelurahan Kadipaten.

Kelurahan Kadipaten merupakan salah satu kelurahan yang terletak di Kecamatan Kraton Kota Yogyakarta. Tahun ini Kelurahan Kadipaten mendapatkan anggaran dana untuk pemberdayaan masyarakat dan pembangunan desa sebesar Rp100.000.000,00 yang bersumber dari APBD (Pemerintah Kota Yogyakarta, 2024). Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti kepada Kepala Kelurahan Kadipaten Kota Yogyakarta, dana tersebut dialokasikan untuk pembangunan desa sebesar 30% dan 70% dialokasikan untuk pemberdayaan masyarakat, namun hanya 10% dari dana pemberdayaan tersebut dialokasikan bagi Generasi Z untuk kegiatan pelatihan tanpa dukungan modal usaha bagi Generasi Z.

Generasi Z merupakan generasi yang lahir pada tahun 1997-2012 dan sering disebut sebagai *digital natives* karena kemahiran mereka yang tinggi dalam menggunakan teknologi digital (Warsiati, dkk., 2021). Meskipun mereka tumbuh dalam era digital yang memberikan

banyak kemudahan, Generasi Z juga menghadapi tantangan yang kompleks dalam dunia kerja (Anggara, dkk., 2024). Zumhas (2024) menjelaskan bahwa, ketidakmampuan menghadapi tantangan ini dapat berkontribusi terhadap tingginya angka pengangguran.

Data BPS bulan Februari 2024, menunjukkan Generasi Z sebagai penyumbang angka pengangguran paling banyak dengan total mencapai 7,2 juta orang (Ghita, 2024). Pasaribu (2024) menyebutkan faktor yang menyebabkan Generasi Z tidak bekerja adalah kurangnya pengalaman kerja, tingginya persaingan, dan keterbatasan lapangan kerja. Sebagai salah satu upaya untuk mengurangi angka pengangguran, Generasi Z dapat mendorong pertumbuhan ekonomi dan menciptakan lapangan kerja yaitu dengan berwirausaha (Chalimah & Putri, 2021).

Faktanya, masih banyak generasi muda yang tidak memiliki minat untuk berwirausaha, sebagian dari mereka lebih memilih untuk menjadi karyawan atau buruh daripada memulai usaha sendiri (Kumara, 2020). Hal ini dibuktikan dari hasil Survei Angkatan Kerja Nasional (Sakernas) tahun 2019-2020, tercatat bahwa hanya 43.704 orang dari lulusan Sekolah Menengah Atas (SMA) dan Perguruan Tinggi yang memiliki minat atau keinginan dalam bidang kewirausahaan, sementara 116.222 orang lainnya memilih untuk bekerja sebagai karyawan atau buruh (Kementerian Ketenagakerjaan Republik Indonesia, 2021). Fenomena serupa ditemukan di Kelurahan Kadipaten Kota Yogyakarta, yang memiliki potensi wisata sosiokultural tetapi belum dimanfaatkan oleh Generasi Z. Hasil survei awal menunjukkan bahwa sebagian besar Generasi Z belum memiliki minat berwirausaha karena kurangnya dukungan sosial, modal, dan keterampilan.

Menurut Zimmerer, dkk. (2005), wirausaha merupakan kemampuan individu untuk menciptakan bisnis dengan mengambil risiko serta menghadapi ketidakpastian demi mencapai keuntungan, dengan cara mengenali peluang dan menggabungkan sumber daya yang tersedia. Langkah pertama dalam memulai wirausaha adalah memiliki minat (Wijaya, 2008).

Minat berwirausaha dapat didefinisikan sebagai kondisi psikologis individu yang menunjukkan ketertarikan untuk melakukan tindakan kewirausahaan mulai dari perencanaan hingga pelaksanaan yang tercermin dari keinginan kuat untuk memulai usaha baru atau mengembangkan usaha bisnis yang sudah ada (Fini, dkk., 2009). Fini, dkk. (2009) mengungkap tiga aspek yang dapat digunakan untuk menunjukkan perilaku minat berwirausaha yaitu sikap terhadap perilaku (*attitude toward behaviour*), norma subjektif (*subjective norm*), dan persepsi kontrol perilaku (*perceived behavioral control*).

Minat berwirausaha adalah hal yang penting untuk diteliti, karena memiliki dampak psikologis terhadap individu, seperti mampu mengatasi stres dalam berwirausaha, dimana ketahanan mental dan sikap positif sangat diperlukan untuk menghadapi berbagai tantangan (Luthans, dkk., 2007). Hal ini tentunya akan membawa dampak positif bagi lingkungan sekitar, minat berwirausaha dapat menciptakan lapangan pekerjaan baru, mengurangi pengangguran, dan mampu menaikkan perekonomian daerah serta negara, sehingga dapat meningkatkan kesejahteraan ekonomi masyarakat, kewirausahaan berkontribusi pada penguatan ekonomi lokal dan nasional (Daryanto & Cahyono, 2013).

Faktor yang dapat memengaruhi minat berwirausaha adalah kepercayaan diri, (Ambarriyah & Fachrurrozie, 2019). Menurut Davies (2004) kepercayaan diri merupakan sikap yang menunjukkan keyakinan terhadap kemampuan dan pandangan positif terhadap diri sendiri untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Lebih lanjut, Davies (2004) menyebutkan tiga dimensi kepercayaan diri yaitu penerimaan positif terhadap diri sendiri, keberanian mengambil risiko, dan keyakinan akan potensi diri yang dimiliki.

Kepercayaan diri memainkan peran yang sangat penting dalam minat berwirausaha dengan membantu individu untuk percaya pada kemampuannya dalam menghadapi risiko dan tantangan wirausaha, serta memotivasi mereka untuk mengambil langkah awal dalam memulai dan mengembangkan usaha (Rahmatullah, dkk., 2023). Hal ini didukung berdasarkan hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Garaika, dkk. (2019) yang menjelaskan bahwa kepercayaan diri memiliki hubungan yang positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha, nilai korelasi sebesar 0,136 dengan signifikansi 0,025 ( $p<0,05$ ). Sejalan dengan hasil penelitian menurut Wardhana, dkk. (2022) menunjukkan bahwa nilai r sebesar

0,890 ( $p<0,01$ ), artinya kepercayaan diri berkorelasi secara positif terhadap minat berwirausaha.

Berdasarkan uraian di atas, maka peneliti tertarik melakukan suatu penelitian yang bertujuan untuk membuktikan secara empiris mengenai hubungan kepercayaan diri dengan minat berwirausaha pada Generasi Z di Kelurahan Kadipaten Kota Yogyakarta. Adapun hipotesis dalam penelitian ini, yaitu: terdapat hubungan yang positif antara kepercayaan diri dengan minat berwirausaha pada Generasi Z di Kelurahan Kadipaten Kota Yogyakarta. Artinya, semakin tinggi kepercayaan diri yang dimiliki, maka semakin tinggi minat berwirausaha pada Generasi Z. Sebaliknya, semakin rendah kepercayaan diri yang dimiliki, maka semakin rendah minat berwirausaha pada Generasi Z.

## METODE

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Sugiyono (2020) menjelaskan metode kuantitatif adalah penelitian yang didasarkan pada filsafat positivisme, diterapkan pada populasi atau sampel tertentu dengan menggunakan instrumen untuk pengumpulan data, dianalisis secara statistik kuantitatif, dan bertujuan untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan. Adapun variabel dalam penelitian ini adalah variabel minat berwirausaha sebagai variabel terikat dan variabel kepercayaan diri sebagai variabel bebas. Populasi dalam penelitian ini adalah Generasi Z dengan usia 17-19 tahun di Kelurahan Kadipaten, berjumlah 272 orang. Peneliti menggunakan rumus *Isaac* dan *Michael* untuk menghitung jumlah sampel dari populasi yang telah diketahui jumlahnya dengan tingkat kesalahan 10% (Sugiyono, 2020). Adapun hasil perhitungan menunjukkan bahwa jumlah sampel yang digunakan sebanyak 136 orang Generasi Z. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah *probability sampling* dengan teknik *stratified cluster random sampling* untuk menentukan sampel. Sugiyono (2020) menjelaskan bahwa *stratified cluster random sampling* merupakan teknik pengambilan sampel yang dilakukan secara bertahap yang melibatkan pembagian populasi ke dalam strata (kelompok), kemudian membagi strata tersebut ke dalam *cluster* dengan cara memilih wilayah yang lebih luas hingga wilayah terkecil, dan diakhiri dengan memilih individu dari wilayah terkecil secara acak.

Metode pengumpulan data yang digunakan terdapat dua instrumen yaitu Skala Minat Berwirausaha dan Skala Kepercayaan Diri. Setiap pernyataan terdiri atas pernyataan favourable dan unfavourable. Masing-masing pernyataan terdiri atas 5 alternatif jawaban, yaitu Sangat Sesuai (SS), Sesuai (S), Netral (N), Tidak Sesuai (TS), dan Sangat Tidak Sesuai (STS). Skala Minat Berwirausaha terdiri dari 20 aitem valid dengan koefisien alpha sebesar 0,879 yang disusun berdasarkan aspek-aspek yang dikemukakan oleh Fini, dkk. (2009) yaitu sikap terhadap perilaku (*attitude toward behaviour*), norma subjektif (*subjective norm*), dan persepsi kontrol perilaku (*perceived behavioral control*). Selanjutnya, pada Skala Kepercayaan Diri terdiri dari 22 aitem valid dengan koefisien alpha sebesar 0,906 dan disusun berdasarkan dimensi-dimensi yang dikemukakan oleh Davies (2004) yaitu penerimaan positif terhadap diri sendiri, keberanian mengambil risiko, dan keyakinan akan potensi diri yang dimiliki. Kedua skala ini sudah melalui *try-out*, uji validitas, uji daya diskriminasi aitem dan reliabilitas. Adapun teknik analisis data yang digunakan adalah korelasi *Pearson Product Moment* untuk mengetahui hubungan dan membuktikan hipotesis hubungan dua variabel apabila data kedua variabel berbentuk interval dan sumber data kedua variabel adalah sama (Sugiyono, 2020). Analisis data dalam penelitian menggunakan bantuan program *Statistical Packages for Social Sciences (SPSS) version 21*.

## HASIL

### 1. Uji Statika Deskriptif

#### a. Skala Minat Berwirausaha

Skala Minat Berwirausaha pada penelitian ini terdiri atas 20 aitem dengan lima pilihan jawaban. Menghasilkan skor tertinggi 100 dan skor terendah 20, sehingga jarak hipotetiknya adalah 80. Selanjutnya, untuk kategorisasi statistik hipotetik pada perhitungan mean hipotetik ( $\mu$ ) dalam penelitian ini adalah 60 dan standar deviasi hipotetiknya ( $\sigma$ ) adalah 13. Berikut ini merupakan tabel kategorisasi Minat Berwirausaha.

**Tabel 1. Hasil Perhitungan Kategorisasi Minat Berwirausaha**

| Rumus Interval                                  | Kategori | Interval            | Jumlah | %      | Rata-rata |
|-------------------------------------------------|----------|---------------------|--------|--------|-----------|
| $X > (\mu + 1 \sigma)$                          | Tinggi   | $X > 73$            | 2      | 1,47%  |           |
| $(\mu + 1 \sigma) \geq X \geq (\mu - 1 \sigma)$ | Sedang   | $73 \geq X \geq 47$ | 132    | 97,06% | 57,40     |
| $X < (\mu - 1 \sigma)$                          | Rendah   | $X < 47$            | 2      | 1,47%  |           |

Berdasarkan tabel di atas, dapat dilihat bahwa terdapat 2 subjek memiliki skor minat berwirausaha pada kategori tinggi dengan persentase sebesar 1,47%. Kemudian pada kategori sedang, terdapat 132 subjek dengan persentase sebesar 97,06% dan pada kategori rendah terdapat 2 subjek dengan persentase 1,47%. Perhitungan ini memperoleh rata-rata sebesar 57,40 sehingga dapat dikatakan bahwa rata-rata skor minat berwirausaha berada pada kategori sedang, dengan skor terendah subjek mulai dari 46 hingga skor tertinggi, yaitu 75. Berdasarkan uraian data di atas, dapat dikatakan bahwa Generasi Z di Kelurahan Kadipaten Kota Yogyakarta memiliki minat berwirausaha yang tergolong sedang.

### b. Skala Kepercayaan Diri

Skala Kepercayaan Diri pada penelitian ini terdiri atas 22 aitem dengan lima pilihan jawaban. Menghasilkan skor tertinggi 110 dan skor terendah 22, sehingga jarak hipotetiknya adalah 88. Selanjutnya, untuk kategorisasi statistik hipotetik pada perhitungan mean hipotetik ( $\mu$ ) dalam penelitian ini adalah 66 dan standar deviasi hipotetiknya ( $\sigma$ ) adalah 15. Berikut ini merupakan tabel kategorisasi Kepercayaan Diri.

**Tabel 2. Hasil Perhitungan Kategorisasi Kepercayaan Diri**

| Rumus Interval                                  | Kategori | Interval            | Jumlah | %      | Rata-rata |
|-------------------------------------------------|----------|---------------------|--------|--------|-----------|
| $X > (\mu + 1 \sigma)$                          | Tinggi   | $X > 81$            | 1      | 0,74%  |           |
| $(\mu + 1 \sigma) \geq X \geq (\mu - 1 \sigma)$ | Sedang   | $81 \geq X \geq 51$ | 110    | 80,88% | 59,59     |
| $X < (\mu - 1 \sigma)$                          | Rendah   | $X < 51$            | 25     | 18,38% |           |

Berdasarkan tabel di atas, dapat dilihat bahwa terdapat 1 subjek memiliki skor kepercayaan diri pada kategori tinggi dengan persentase sebesar 0,74%. Kemudian pada kategori sedang, terdapat 110 subjek dengan persentase sebesar 80,88% dan pada kategori rendah terdapat 25 subjek dengan persentase 18,38%. Perhitungan ini memperoleh rata-rata sebesar 59,59 sehingga dapat dikatakan bahwa rata-rata skor kepercayaan diri berada pada kategori sedang, dengan skor terendah subjek mulai dari 40 hingga skor tertinggi, yaitu 87. Berdasarkan uraian data di atas, dapat dikatakan bahwa Generasi Z di Kelurahan Kadipaten Kota Yogyakarta memiliki kepercayaan diri yang tergolong sedang.

## 2. Analisis Data

### a. Uji Asumsi Klasik

Uji normalitas dalam penelitian ini menggunakan uji normalitas *One-Sample Kolmogrov-Smirnov Z* pada kedua skala dan menunjukkan sebaran data berdistribusi normal dengan signifikansi di atas 0,05 yaitu pada variabel minat berwirausaha nilai signifikansinya sebesar 0,087 dan variabel kepercayaan diri sebesar 0,941.

Uji linieritas dalam penelitian ini menggunakan ANOVA menunjukkan hasil bahwa nilai F pada *linearity* variabel kepercayaan diri dengan minat berwirausaha sebesar 42,305 dengan signifikansi 0,000 ( $p < 0,05$ ). Dari hasil uji linieritas tersebut dapat dinyatakan bahwa variabel bebas dengan variabel tergantung dalam penelitian ini linier.

### b. Uji Hipotesis

**Tabel 3. Korelasi Kepercayaan Diri dengan Minat Berwirausaha**

| Variabel           | R     | R Squared | P     |
|--------------------|-------|-----------|-------|
| Kepercayaan Diri   | 0,482 | 23,23%    | 0,000 |
| Minat Berwirausaha |       |           |       |

Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa nilai koefisien korelasi variabel kepercayaan diri dengan minat berwirausaha adalah 0,482 dengan nilai signifikansi 0,000 ( $p < 0,01$ ). Hasil tersebut menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara kepercayaan diri dengan minat berwirausaha pada Generasi Z di Kelurahan Kadipaten Kota Yogyakarta. Semakin tinggi kepercayaan diri, maka semakin tinggi minat berwirausaha.

### 3. Analisis Tambahan

#### a. Konstribusi Tiap Dimensi Kepercayaan Diri Terhadap Minat Berwirausaha

Uji tambahan yang dilakukan dalam penelitian ini berupa uji hipotesis pada tiap dimensi kepercayaan diri terhadap minat berwirausaha. Hal ini dilakukan guna mengetahui besarnya konstribusi setiap dimensi pada variabel kepercayaan diri. Berdasarkan hasil perhitungan dengan rumus, peneliti memperoleh nilai uji dari tiga dimensi, yaitu:

**Tabel 4. Konstribusi Tiap Dimensi Kepercayaan Diri Terhadap Minat Berwirausaha**

| Dimensi Kepercayaan Diri                  | b     | Cross Product | Regression | SE           |
|-------------------------------------------|-------|---------------|------------|--------------|
| Penerimaan Positif terhadap Diri Sendiri  | 0,283 | 1351,640      |            | 6,69%        |
| Keberanian Mengambil Risiko               | 0,593 | 1628,265      | 1441,59    | 16,88%       |
| Keyakinan akan Potensi Diri yang Dimiliki | 0,079 | 1179,382      |            | 1,63%        |
| <b>Sumbangan Efektif Total</b>            |       |               |            | <b>25,2%</b> |

Mengacu pada hasil analisis tambahan variabel kepercayaan diri menunjukkan bahwa dimensi penerimaan positif terhadap diri sendiri berkonstribusi sebesar 0,283 dengan sumbangan efektif 6,69%, dimensi keberanian mengambil risiko 0,593 dengan sumbangan efektif 16,88%, dan dimensi keyakinan akan potensi diri yang dimiliki sebesar 0,079 dengan sumbangan efektif 1,63%. Dimensi yang berkonstribusi paling tinggi adalah dimensi keberanian mengambil risiko. Hasil tersebut menunjukkan bahwa dimensi penerimaan positif terhadap diri sendiri, dimensi keberanian mengambil risiko, dan dimensi keyakinan akan potensi diri yang dimiliki memiliki konstribusi yang positif terhadap minat berwirausaha.

#### b. Minat Berwirausaha Ditinjau dari Jenis Kelamin

Uji beda yang dilakukan dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perbedaan minat berwirausaha ditinjau dari jenis kelamin, maka digunakan uji beda *Mann-Whitney U*. Adapun hasil uji beda *Mann Whitney U* sebesar 2,619.000 dengan signifikansi sebesar 0,016 ( $p < 0,05$ ). Artinya, terdapat perbedaan yang signifikan minat berwirausaha ditinjau dari jenis kelamin. Jika dilihat rata-rata, perempuan sebesar 56,37 dan laki-laki sebesar 59,36, artinya bahwa minat berwirausaha laki-laki lebih tinggi daripada perempuan.

#### c. Minat Berwirausaha Ditinjau dari Agama

Uji beda dalam penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui perbedaan minat berwirausaha yang ditinjau dari agama, maka digunakan uji beda *Kruskal-Wallis*. Adapun nilai statistik dalam perhitungan uji beda *Kruskal-Wallis* sebesar 8,017 dengan signifikansi 0,091 ( $p > 0,05$ ). Artinya tidak terdapat perbedaan yang signifikan minat berwirausaha ditinjau dari agama.

#### d. Minat Berwirausaha Ditinjau dari Pekerjaan

Uji beda yang dilakukan dalam penelitian ini, untuk mengetahui perbedaan minat berwirausaha yang ditinjau dari pekerjaan, maka digunakan uji beda *Mann-Whitney U*. Menghasilkan nilai *Mann-Whitney U* sebesar 2.176,5 dengan signifikansi sebesar 0,867 ( $p > 0,05$ ). Artinya tidak terdapat perbedaan yang signifikan minat berwirausaha ditinjau dari pekerjaan.

### PEMBAHASAN

Hasil uji korelasi menggunakan *Pearson Product Moment* pada variabel kepercayaan diri dengan minat berwirausaha menunjukkan koefisien korelasi sebesar 0,482. Adapun sumbangan efektif variabel kepercayaan diri terhadap minat berwirausaha sebesar 23,3%. Dari uraian tersebut dapat diartikan bahwa kepercayaan diri memiliki hubungan yang positif dan signifikan dengan minat berwirausaha pada Generasi Z di Kelurahan Kadipaten Kota Yogyakarta.

Hasil penelitian ini juga didukung oleh penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Nathasia dan Rodhiah (2020), menyatakan bahwa kepercayaan diri memiliki hubungan positif terhadap minat berwirausaha, dimana kepercayaan diri memiliki peran penting dalam mendorong individu untuk terjun ke dunia wirausaha, karena adanya keyakinan terhadap kemampuan yang dimiliki. Hal ini diperkuat dengan hasil penelitian oleh Tanoto dan Hidayah (2021) yang menunjukkan bahwa kepercayaan diri berkorelasi secara positif terhadap minat berwirausaha, karena tercermin dari keyakinan akan kemampuan mereka dalam menghadapi tantangan dan risiko usaha, sehingga memunculkan minat yang kuat untuk berwirausaha.

Selanjutnya, analisis deskriptif menunjukkan bahwa pada variabel minat berwirausaha, sebagian besar Generasi Z di Kelurahan Kadipaten Kota Yogyakarta memiliki tingkat minat berwirausaha yang sedang dengan nilai rata-rata sebesar 57,40 sehingga dapat dikatakan bahwa rata-rata skor minat berwirausaha berada pada kategori sedang. Hal ini dapat diartikan bahwa Generasi Z cukup mandiri dalam memulai dan menjalankan usahanya tanpa bergantung pada orang lain, dengan kemampuan bekerja keras pada tingkat sedang, cukup kreatif dan inovatif, serta memiliki visi jangka panjang (Hayani, 2021). Generasi Z dengan minat berwirausaha yang sedang sudah memiliki kesediaan, semangat, dan persiapan untuk melakukan segala usaha untuk memenuhi kebutuhan dasar mereka tanpa khawatir akan potensi bahaya (Purnamasari, 2018).

Hasil analisis tambahan uji beda minat berwirausaha yang ditinjau dari jenis kelamin yaitu, terdapat perbedaan yang signifikan minat berwirausaha pada laki-laki dan perempuan, dengan rata-rata perempuan sebesar 56,37 dan laki-laki sebesar 59,27, artinya bahwa minat berwirausaha pada laki-laki lebih tinggi daripada perempuan. Hal ini didukung oleh penelitian Santos, dkk. (2016) yang menunjukkan bahwa minat berwirausaha pada laki-laki lebih tinggi dibandingkan perempuan. Sejalan dengan Mazzarol, dkk. (1999), menjelaskan bahwa perempuan cenderung kurang menyukai usaha baru dibandingkan dengan laki-laki yang memiliki antusias dan semangat untuk berwirausaha.

Analisis tambahan uji beda selanjutnya yaitu minat berwirausaha yang ditinjau dari agama menunjukkan bahwa, tidak terdapat perbedaan yang signifikan minat berwirausaha ditinjau dari agama. Dibuktikan dengan nilai statistik sebesar 8,017 dengan signifikansi 0,091 ( $p > 0,05$ ). Hasil ini didukung oleh penelitian Anwari dan Hati (2020), menunjukkan bahwa tidak terdapat perbedaan minat berwirausaha yang ditinjau dari agama. Sejalan dengan pendapat Laksono dan Sholeh (2022), bahwa tidak semua Generasi Z beranggapan agama akan mendorong individu untuk memiliki minat dalam berwirausaha. Hal ini dikarenakan, agama bukan sebagai keterampilan praktis, melainkan sebagai wujud keyakinan dan penghayatan individu menjalankan sesuatu berlandaskan ketaatan terhadap ajaran agama (Boskovic, 2002).

Terakhir, peneliti juga melakukan uji analisis tambahan uji beda minat berwirausaha yang ditinjau dari pekerjaan. Secara psikologis, status pekerjaan dapat menciptakan dinamika dalam pembentukan minat berwirausaha (Kautonen, dkk., 2015). Individu yang belum bekerja sering kali melihat kewirausahaan sebagai alternatif untuk memenuhi kebutuhan aktualisasi diri dan kemandirian ekonomi (Krueger, dkk., 2000). Sementara itu, individu yang sudah

bekerja cenderung mempertimbangkan faktor keamanan dan stabilitas, sehingga minat berwirausaha dipengaruhi oleh sejauh mana mereka menilai peluang usaha lebih memberikan kepuasan dibanding pekerjaan tetap (Douglas & Shepherd, 2002). Hasil uji beda menunjukkan bahwa, tidak terdapat perbedaan yang signifikan minat berwirausaha ditinjau dari pekerjaan. Dibuktikan dengan nilai statistik sebesar 2,176,5 dengan signifikansi sebesar 0,867 ( $p > 0,05$ ). Hal ini dikarenakan, dari segi pekerjaan tidak akan memengaruhi persepsi Generasi Z terhadap minat mereka untuk berwirausaha, karena minat tersebut lebih ditentukan oleh sejauh mana individu merasa tertarik dan kemampuan diri dalam berwirausaha, bukan oleh status pekerjaan itu sendiri (Mcstay, 2008).

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan diantaranya sebagai berikut: (1). Tidak memperhatikan tahapan perkembangan remaja yang menunjukkan perbedaan karakteristik di setiap tahapannya. (2). Penelitian ini belum menelusuri apakah subjek memiliki latar belakang keluarga berwirausaha atau tidak, sehingga tidak dapat membedakan pengaruh faktor internal dan lingkungan keluarga terhadap minat berwirausaha. (3). Sampel yang digunakan dalam penelitian ini hanya fokus di usia 17-19 tahun dan tidak menyertakan subjek berusia 20-27 tahun yang masih termasuk Generasi Z, sehingga hasil penelitian belum mampu menggambarkan minat berwirausaha generasi tersebut secara menyeluruh. Berdasarkan hasil penelitian dan keterbatasan yang telah dipaparkan, terdapat beberapa saran sebagai berikut:

1. Bagi Kelurahan Kadipaten Kota Yogyakarta: Hal ini dapat menjadi perhatian bagi pihak kelurahan untuk lebih mengoptimalkan program-program pemberdayaan pemuda, khususnya dalam membangun dan mengembangkan kepercayaan diri Generasi Z. Kegiatan seperti pelatihan, seminar, mentoring, dan pembinaan berkelanjutan dapat menjadi strategi yang efektif untuk membantu Generasi Z lebih mengenali dan meyakini akan potensi yang dimiliki. Hal tersebut dapat meningkatkan kepercayaan diri Generasi Z yang dapat menumbuhkan minat berwirausaha.
2. Bagi Generasi Z: Diperlukan upaya menumbuhkan kesadaran bahwa wirausaha dapat menjadi jalan menuju kemandirian dan pemenuhan tujuan hidup. Proses ini dapat dimulai melalui refleksi diri, mencoba proyek usaha sederhana, belajar dari tokoh inspiratif, serta bergabung dalam komunitas wirausaha muda agar motivasi, relevansi nilai pribadi, dan kepercayaan diri semakin kuat untuk memulai usaha.
3. Bagi Peneliti Selanjutnya: Diharapkan dapat meneliti variabel lain yang dapat memengaruhi minat berwirausaha agar dapat memberikan pemahaman lebih lengkap dan mendalam mengenai faktor-faktor yang berkontribusi dalam minat berwirausaha. Faktor lain yang dapat memengaruhi minat berwirausaha selain kepercayaan diri, yaitu pendidikan kewirausahaan, lingkungan dan kecerdasan adversitas. Selain itu, dapat menambahkan faktor eksternal yang dapat memengaruhi minat berwirausaha seperti dukungan materi dan dukungan sosial.

## KESIMPULAN

Hasil uji korelasi menggunakan *Pearson Product Moment* pada variabel kepercayaan diri dengan minat berwirausaha menunjukkan koefisien korelasi sebesar 0,482 ( $p<0,01$ ). Hal tersebut dapat diartikan bahwa kepercayaan diri memiliki hubungan yang positif dan signifikan dengan minat berwirausaha pada Generasi Z di Kelurahan Kadipaten Kota Yogyakarta. Dengan kata lain, semakin tinggi kepercayaan diri yang dimiliki individu, maka semakin tinggi minat berwirausaha. Adapun sumbangan efektif variabel kepercayaan diri terhadap minat berwirausaha sebesar 23,3%.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ambarrisyah, S. B., & Fachrurrozie, F. (2019). Efek efikasi diri pada pengaruh pendidikan kewirausahaan, lingkungan, dan kecerdasan adversitas terhadap intensi berwirausaha mahasiswa. *Economic Education Analysis Journal*, 8(3), 1045–1060.
- Anggara, B., Masfufah, A. F., Sari, I. P., Rahayu, L., Hakim, L., Prastio, M., ... & Sari, S. F. (2024). Menangani tantangan sosial dan ekonomi di era Gen Z. *Jurnal Ilmu Pendidikan*, 1(4), 279–287.

- Anwari, M., & Hati, R. H. (2020). Analysis of motivational factors of MSMEs entrepreneurs to be halalpreneurs. *International Journal of Business & Society*, 21(3), 1122-1138.
- Boskovic, A. (2002). Clifford geertz: writing and interpretation. *Sociologija*, 44(1), 41-55.
- Chalimah, C., & Putri, A. (2021). Membangun mental dan spiritual wirausaha dengan Sekolah Wirausaha 'Aisyiyah (SWA) Kabupaten Pekalongan. *Indonesian Journal of Community Service*, 1(3), 598–605.
- Daryanto, D., & Cahyono, A. D. (2013). *Penanaman jiwa kewirausahaan*. Gava Media.
- Davies, P. (2004). *Meningkatkan rasa percaya diri*. Torrent Books.
- Douglas, E. J., & Shepherd, D. A. (2002). Self-employment as a career choice: Attitudes, entrepreneurial intentions, and utility maximization. *Entrepreneurship theory and practice*, 26(3), 81-90.
- Fini, R., Grimaldi, R., Marzocchi, G. L., & Sobreiro, M. (2009). The foundation of entrepreneurial intention. *Summer Conference*, 7, 17–19.
- Garaika, G., Margahana, H. M., & Negara, S. T. (2019). Self efficacy, self personality, and self confidence on entrepreneurial intention: study on young enterprises. *Journal of Entrepreneurship Education*, 22(1), 1–12.
- Ghita, C. (2024, Juni 9). Generasi Z menjadi penyumbang terbanyak angka pengangguran di Indonesia. *Kompasiana*. <https://www.kompasiana.com/ghitaasal/6665ac2ec925c472071f11b2/generasi-z-menjadi-penyumbang-terbanyak-angka-pengangguran-di-indonesia>
- Hatmoko, A. W. (2021). Model konseptual analisis kinerja keuangan Pemprov DIY sebelum dan sesudah menerima danais. *National Accounting & Finance*, 3, 13–30.
- Hayani, H. (2021). Hubungan antara tingkat ekstroversitas dengan minat berwirausaha pada Mahasiswa Universitas 45 Surabaya. *Humanistik'45*, 4(2), 1-5.
- Kautonen, T., Van Gelderen, M., & Fink, M. (2015). Robustness of the theory of planned behavior in predicting entrepreneurial intentions and actions. *Entrepreneurship theory and practice*, 39(3), 655-674.
- Kementerian Ketenagakerjaan Republik Indonesia. (2021). *Review rencana tenaga kerja nasional 2020-2024*. Kementerian Ketenagakerjaan Republik Indonesia. [https://satadata.kemnaker.go.id/satadata-public/2022/04/files/publikasi/1649938621648\\_Buku%2520Review%2520RTKN\\_2020\\_2024.pdf](https://satadata.kemnaker.go.id/satadata-public/2022/04/files/publikasi/1649938621648_Buku%2520Review%2520RTKN_2020_2024.pdf)
- Krueger, N. F., Reilly, M. D., & Carsrud, A. L. (2000). Competing models of entrepreneurial intentions. *Journal of Business Venturing*, 15(5), 411–432.
- Kumara, B. (2020). Analisis faktor yang mempengaruhi minat berwirausaha dengan menggunakan media sosial. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia*, 6(1), 52–56.
- Laksono, W. B., & Soleh, M. (2022). Pengaruh pelatihan kewirausahaan, religiusitas, kreativitas terhadap minat berwirausaha dengan motivasi sebagai variabel intervening. *Indonesian Journal of Islamic Economics and Business*, 7(1), 1-22.
- Luthans, F., Youssef, C. M., & Avolio, B. J. (2007). *Psychological capital: developing the human competitive edge*. Oxford University Press.
- Mazzarol, T., Volery, T., Doss, N., & Thein, V. (1999). Factors influencing small business start-ups. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, 5(2), 48-63.
- Mcstay, D. (2008). An investigation of undergraduate student self-employment intention and the impact of entrepreneurship education and previous entrepreneurial experience. *School of Business*, 179.
- Mulyadi, M. (2017). Peran pemerintah dalam mengatasi pengangguran dan kemiskinan dalam masyarakat. *Kajian*, 21(3), 221–236.
- Nathasia, N., & Rodhiah, R. (2020). Pengaruh inovasi, kepercayaan diri dan pengambilan risiko terhadap intensi berwirausaha pada Mahasiswa Universitas Tarumanagara. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 2(1), 12–21.
- Oktavia, T. (2019). Pengaruh dana desa terhadap tingkat kemiskinan, pengangguran, dan tingkat partisipasi angkatan kerja di Provinsi Kalimantan Barat. *Jurnal Pembangunan Dan Pemerataan*, 8(3), 4–15.
- Padang, L., & Murtala, M. (2020). Pengaruh jumlah penduduk miskin dan tingkat pengangguran terbuka terhadap pertumbuhan ekonomi di Indonesia. *Jurnal Ekonomika Indonesia*, 9(1), 9–16.
- Pasaribu, A. (2024, Oktober 27). Benarkah Gen Z susah cari kerja? begini faktanya! ANTARA Kantor Berita Indonesia. <https://www.antaranews.com/berita/4425285/benarkah-gen-z-susah-cari-kerja-begini-faktanya>
- Pemerintah Indonesia. (2019). *Peraturan Pemerintah (PP) nomor 12 tahun 2019 tentang pengelolaan keuangan daerah*. Pemerintah Indonesia. <https://peraturan.bpk.go.id/Details/103888/pp-no-12-tahun-2019>
- Pemerintah Kota Yogyakarta. (2023). *Kebijakan umum anggaran pendapatan dan belanja daerah tahun anggaran 2024*. Pemerintah Kota Yogyakarta.

- <https://bpkad.jogjakota.go.id/assets/instansi/bpkad/files/kebijakan-umum-anggaran-pendapatan-dan-belanja-daerah-tahun-angg-12214.pdf>
- Pemerintah Kota Yogyakarta. (2024). *Perubahan penjabaran anggaran pendapatan dan belanja daerah tahun anggaran 2024*. Pemerintah Kota Yogyakarta. <https://bpkad.jogjakota.go.id/assets/instansi/bpkad/files/peraturan-walikota-no-56-tahun-2024-tentang-perubahan-penjabaran-14859.pdf>
- Purnamasari, W. (2018). Pengaruh lingkungan keluarga dan minat berwirausaha dalam perspektif pendidikan ekonomi. *Jurnal Ekonomi dan Pendidikan*, 1(1), 81-86.
- Rahmatullah, R., Hasyim, S. H., & Noviani, L. (2023). Kepercayaan diri, kreativitas, dan motivasi pengaruhnya terhadap minat berwirausaha Generasi Milenial. *Indonesian Journal of Learning Education and Counseling*, 5(2), 157–166.
- Santos, F. J., Roomi, M. A., & Linan, F. (2016). About gender differences and the social environment in the development of entrepreneurial intentions. *Journal of Small Business Management*, 54(1), 49–66.
- Sinurat, R. P. P. (2023). Analisis faktor-faktor penyebab kemiskinan sebagai upaya penanggulangan kemiskinan di Indonesia. *Jurnal Registratie*, 5(2), 87–103.
- Sugiyono, S. (2020). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Alfabetal.
- Tanoto, S., & Hidayah, N. (2021). Pengaruh kepercayaan diri, pendidikan, dan dukungan relasional terhadap intensi berwirausaha mahasiswa UNTAR. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 3(1), 127–136.
- Wardhana, A. M. P., Frendika, R., & Assyofa, A. R. (2022). Pengaruh kepercayaan diri dan efikasi diri terhadap minat berwirausaha. *Business and Management*, 2(1), 225–231.
- Warsiati, W., Sudartono, T., & Aliansi, Z. I. (2021). Menumbuhkan minat usaha melalui affiliate marketing bagi Generasi Z dalam peningkatan ekonomi masyarakat. *Sembadha*, 2, 296–300.
- Zimmerer, T. W., Scarborough, N. M., & Wilson, D. (2005). *Essential of entrepreneurship and small business management* (4th ed.). Pearson Prentice Hall.
- Zuhdiyat, N., & Kaluge, D. (2017). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi kemiskinan di indonesia selama lima tahun terakhir: studi kasus pada 33 provinsi. *Jurnal Ilmiah Bisnis Dan Ekonomi Asia*, 11(2), 27–31.
- Zumhas, C. S. (2024). Studi eksplorasi pengalaman pekerja Generasi Z terkait PHK massal. *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi*, 11(1), 271–295.