



New Business Opportunities in the Gen Z era

Rahmalia Safitri

Institut Teknologi Nasional

Corresponding Author: Rahmalia Safitri rahmaliasafitri01@gmail.com

ARTICLE INFO

Keywords: Business Opportunities, Gen Z, 2024 Election

Received : 28, March

Revised : 20, April

Accepted: 25, May

©2024 Safitri: This is an open-access article distributed under the terms of the [Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).



ABSTRACT

The 2024 election in Indonesia is attracting attention because generation Z is predicted to be the largest voter. They are known to be open to innovation, and active in technology, but also face challenges in decision-making and the need for valid information. Research using literature review and statistical analysis methods shows that the greatest influence on generation Z comes from individual development, social engagement, and social media. Social and technological changes shape generation Z as individuals who care about the environment, are critical, and are open to new experiences. SWOT analysis is used to identify strengths, weaknesses, opportunities, and threats. Despite having strengths such as technological skills, generation Z also has weaknesses such as emotional instability. There are business opportunities in the fields of sports, eco-tourism, electronic services and creative arts, but you need to be alert to threats such as the tendency to be withdrawn and critical. By understanding these factors, businesses can adapt their products and services to capitalize on the potential of the generation Z market.

Peluang Bisnis Baru pada era Gen Z

Rahmalia Safitri

Institut Teknologi Nasional

Corresponding Author: Rahmalia Safitri rahmaliasafitri01@gmail.com

ARTICLE INFO

Keywords: Peluang Bisnis, Gen Z, Pemilu 2024

Received : 28, Maret

Revised : 20, April

Accepted: 25, Mei

©2024 Safitri: This is an open-access article distributed under the terms of the [Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).



ABSTRACT

Pemilu 2024 di Indonesia menarik perhatian karena generasi Z diprediksi menjadi pemilih terbesar. Mereka dikenal terbuka terhadap inovasi, aktif dalam teknologi, namun juga menghadapi tantangan dalam pengambilan keputusan dan kebutuhan akan informasi valid. Penelitian menggunakan metode analisis tinjauan literatur dan statistik menunjukkan bahwa pengaruh terbesar pada generasi Z berasal dari perkembangan individu, keterlibatan sosial, dan media sosial. Perubahan sosial dan teknologi membentuk generasi Z sebagai individu yang peduli terhadap lingkungan, kritis, dan terbuka terhadap pengalaman baru. Analisis SWOT digunakan untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman. Meskipun memiliki kekuatan seperti keterampilan teknologi, generasi Z juga memiliki kelemahan seperti ketidakstabilan emosi. Terdapat peluang bisnis di bidang olahraga, eco pariwisata, jasa service elektronik, dan seni kreatif, namun perlu waspada terhadap ancaman seperti kecenderungan menjadi pendiam dan kritis. Dengan memahami faktor-faktor tersebut, bisnis dapat menyesuaikan produk dan layanan mereka untuk memanfaatkan potensi pasar generasi Z.

PENDAHULUAN

Pemilu tahun 2024 merupakan pemilu ke 14 di Indonesia. Pemilihan Umum (Pemilu) merupakan proses demokrasi masyarakat secara langsung dimana rakyat berhak mengambil keputusan dan memilih perwakilan dari mereka untuk di bertanggungjawab dalam mengatur peraturan di negaranya secara langsung, umum, bebas, rahasia, jujur, dan adil (KPU,2024). Pemilu menjadi wajib dilakukan setiap 5 tahun sekali yang dijelaskan dalam UU No. 7 Tahun 2017 tentang Pemilihan Umum. Tujuan pemilu diselenggarakan sebagai perwujudan sistem tata negara yang demokratis dan berintegritas sehingga dapat menjamin konsistensi dan kepastian hukum yang berlaku.

Masyarakat Indonesia sangat menantikan pemilu ini salah satunya seperti kegiatan kampanye karena sudah menjadi bagian dari pesta demokrasi rakyat sehingga dapat berpengaruh terhadap berbagai aspek. Media Kementerian Keuangan (2023) memprediksikan pemilu akan mempengaruhi pendapatan masyarakat dan Lembaga non-profit rumah tangga (LNPR) seiring pengeluaran calon legislative (caleg) yang meroket di masa pemilu. Pendapatan LNPR tersebut dapat berpengaruh terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dan Ekonomi Nasional sehingga menciptakan stabilitas nilai tukar rupiah pada masa pemilu dan setelah pemilu. Nilai tukar yang stabil dapat menciptakan iklim investasi bagi investor yang akan berinvestasi di Indonesia karena mereka peluang prospek pertumbuhan ekonomi yang dalam jangka panjang cukup tinggi (CNBC Indonesia, 2024).

Media Kementerian Keuangan mengatakan bahwa penyelenggaraan pemilu membutuhkan anggaran yang tidak sedikit Kementerian Keuangan bahkan sudah memberikan anggaran sekitar 20 bulan sebelum pemilu berlangsung. Pada tahun 2022, pemerintah mengalokasikan Rp3,1 triliun. Tahun 2023, alokasi anggaran Pemilu bertambah menjadi Rp30,0 triliun. Pada tahun depan saat berlangsungnya Pemilu, alokasinya naik lagi menjadi Rp38,2 triliun sehingga totalnya menjadi 71,3 triliun. Ketua Asosiasi Pengusaha Indonesia (Apindo) Shinta Kamdani dalam VOA Indonesia (2024) menyatakan bahwa sumbangsinya terhadap perekonomian seperti jasa konsultan politik, merchandise atribut pemilu cuma 1,1 persen, akomodasi makanan dan minuman cuma 2,5 persen ini sangat kecil, transportasi enam persen, iklan dan lain lain cuma empat persen sangat kecil. Ia memproyeksikan pertumbuhan ekonomi di tahun depan masih akan bergantung kepada sektor-sektor yang selama ini telah berkontribusi besar kepada produk domestik bruto (PDB) seperti pengolahan, manufaktur, pertanian, perdagangan, pertambangan dan konstruksi yang masing-masing menyumbang kurang lebih sepuluh persen sehingga para pengusaha tidak bisa mengandalkan pemilu.

TINJAUAN PUSTAKA

Pemilu 2024 terasa berbeda dari periode sebelumnya karena berdasarkan BPS tahun 2023 dalam CNBC Indonesia tahun 2023, pemilu tahun ini akan diperoleh suara terbanyak dari generasi Z. Generasi Z merupakan generasi yang lahir pada tahun 1997 sampai 2012 sebanyak 33%. Generasi ini identic dengan hal hal baru dan terbuka terhadap isu global, aktif terhadap teknologi, dan memiliki potensi besar sebagai kelompok usia produktif yang dapat

mempercepat pertumbuhan ekonomi dan memiliki peran penting dalam ekonomi. Oleh karena itu, generasi muda terutama pada periode pemilu kali ini, yaitu generasi Z seringkali menjadi rebutan dalam kampanye politik yang dilakukan untuk memperoleh suara dan bisnis untuk memperoleh pelanggan. Kampanye secara digital dinilai menjadi sebuah strategi baru untuk mengkampanyekan sesuatu dengan efektif dan efisien tanpa perlu banyak terjun ke lapangan.

Tantangan generasi ini berdasarkan CNBC Indonesia (2023) yaitu mereka tidak mau salah memilih sesuatu dan sering kali kurang yakin suaranya dapat didengar ketika membela sesuatu. Berkembangnya teknologi mereka memanfaatkan untuk mendapatkan informasi yang tepat, valid, dan terpercaya. Mereka dihadapkan oleh kemampuan berfikir secara terbuka (*open minded*) dan kritis dalam mengola informasi. Dampaknya generasi z memikirkan kepentingan diri sendiri seperti, focus, sabar, emosi yang stabil sudah menjadi beban, apalagi ditambah dengan campuran kepentingan lain. Hal ini terkadang menjadi sangat sulit untuk dipahami oleh generasi lain, terutama generasi sebelumnya. Oleh karena itu, penulis meneliti lebih dalam tentang karakteristik generasi z **“Apa peluang bisnis pada era generasi Z?”**

METODE PENELITIAN

Pada paper ini penulis menggunakan metode analisis tinjauan literatur dimana sumber bacaan literatur akan memberikan wawasan kedalaman, ruang lingkup, mengidentifikasi, dan mengeksplorasi masalah yang terjadi. Peneliti juga mengobservasi dan menganalisis data statistic yang akan dijelaskan secara deskriptif pada paper. Pada akhirnya peneliti dapat mengemukakan pendapat yang ditambahkan dari perspektif pengalaman penulis sebagai bagian dari generasi z untuk menjawab pertanyaan penelitian.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Generasi Z merupakan generasi yang lahir pada tahun 1997 sampai 2012 (CNBC, 2023). Dampaknya generasi z memikirkan kepentingan diri sendiri seperti, focus, sabar, emosi yang stabil sudah menjadi beban, apalagi ditambah dengan campuran kepentingan lain. McKinsey Health Institute, 2022 dalam CNBC, 2023 mengatakan terdapat beberapa factor yang mempengaruhi mental mereka, yaitu pada tahap perkembangan, keterlibatan sosial, dan media sosial. Lingkungan keluarga generasi Z yaitu kakek dan nenek dari kalangan *baby boomers* dan orangtua mereka dari generasi X. Generasi baby boomers mereka lahir setelah perang dunia II sehingga karakter yang terbentuk terstruktur, penuh disiplin, focus, kerja keras. Prinsip tersebut sehingga terkadang membentuk mereka menjadi cenderung tidak terlalu mendengar pendapat anaknya karena merasa sudah lebih berpengalaman, padahal tidak selalu seperti itu. Tidak jarang prinsip ini diturunkan kepada anaknya (generasi X).

Ketika generasi X beranjak dewasa dan usia matang untuk berkeluarga mereka dihadapkan oleh krisis ekonomi keuangan Asia pada tahun 1997-1998 yang diperparah oleh pemerintahan politik Indonesia pada era Presiden Soeharto 1998. Hal itu menyebabkan inflasi tinggi sehingga terjadi kerusuhan di

Indonesia, misalnya tragedy trisakti pada 12 mei 1998, kerusuhan 13 mei 1998, pengunduran diri Presiden Soeharto, pelepasan Timor-Leste dari Indonesia. Hal itu mengakibatkan banyak perusahaan orang tua generasi Z kehilangan kepercayaan dari investor yang berinvestasi di perusahaannya, kredit gagal bayar, tidak mampu membayar hutang akhirnya gulung tikar, sementara harga bahan pokok terus meningkat. Tidak hanya itu, banyaknya kerusuhan dimana mana akibat krisis juga membuat orangtua generasi Z pada saat itu stress dan depresi sehingga harus bekerja ekstra lebih keras daripada tahun sebelum tragedy itu muncul dan membentuk karaktersitik baru seperti logis, banyak akal, dan pemecah masalah. Banyaknya pekerjaan yang dipikul orangtuanya dan dititipkan kepada anggota keluarga lain atau bahkan sering dinasihati untuk berdiam diri sendirian di rumah sejak kecil. Sebagian generasi Z merasa sering menjadi bahan pelampiasan ketika generasi di lingkungan keluarganya sedang dihadapi situasi stress.

Perubahan sosial banyak terjadi pada generasi Z, salah satunya semakin tidak punya tempat untuk bermain di lapangan karena semakin banyak lahan yang di bangun, serta lingkungan yang rusak dari limbah pabrik. Sisi lain banyak perkembangan teknologi baru yang rilis, terutama sosial media seperti Instagram, Twitter, Facebook, dan sebagainya. Banyaknya informasi yang diberitakan, aplikasi baru yang digunakan, dan perkembangan budaya baru yang diikuti oleh generasi Z terkadang sulit diterima oleh lingkungan keluarga mereka, padahal usia remaja merupakan usia untuk eksplorasi, berekspresi untuk menemukan jati diri, dan menemukan alternatif solusi masalah sehari hari yang lebih efisien dari internet.

Perubahan tersebut sulit diterima karena diantara generasi X dan *baby boomers* karena diantara mereka belum pernah mengalami perkembangan teknologi yang sangat pesat. Oleh karena itu, terkadang oleh generasi sebelumnya generasi Z dinilai lebih individualis, mementingkan diri sendiri, cenderung pendiam sehingga sulit dipahami. Perubahan juga berlaku pada lingkungan sosial di bangku sekolah, dimana biasanya para pengajar mengajar dengan teknik menghafal sesuatu menjadi dituntut memahami konsep dan menyelesaikan suatu masalah dari pemahaman konsep tersebut. Begitu banyak situasi yang menyebabkan generasi Z tidak nyaman dan dirasakan oleh sesame generasinya. Oleh karena itu, generasi mereka menjadi generasi yang lebih dikenal lebih kepedulian terhadap lingkungan dan sosial yang tinggi, berfikir terbuka, kritis, haus akan pujian, dan menyukai pengalaman baru untuk memberi ruang untuk tumbuh dan lebih kreatif. SWOT merupakan singkatan dari *Strength* (Kekuatan), *Weakness* (Kelemahan), *Opportunities* (Peluang), dan *Threats* (Ancaman). Berikut merupakan analisis SWOT untuk mengetahui bidang peluang bisnis pada generasi Z.

	Strength (Internal)	Weakness (Internal)
	<ul style="list-style-type: none"> • Aktif terhadap teknologi • Kepedulian terhadap lingkungan dan sosial yang tinggi 	Cenderung memiliki emosi yang kurang stabil
Opportunities <ul style="list-style-type: none"> • Bisnis untuk menambah pengalaman baru 	<ul style="list-style-type: none"> - Bisnis di bidang olahraga - Bisnis di bidang lingkungan - Bisnis di bidang jasa service teknologi 	Bisnis di bidang usaha seni dan kreatif
Threats <ul style="list-style-type: none"> • Pendiam • Haus pujian dan penerimaan • Kritis • Berfikir terbuka • Aktif media sosial 	<ul style="list-style-type: none"> - Bisnis di bidang permainan - Bisnis di bidang jasa promosi dan review 	Bisnis yang membutuhkan public speaking

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

Pemilihan Umum (Pemilu) tahun 2024 di Indonesia menarik perhatian karena diprediksi bahwa generasi Z, kelompok yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012, akan menjadi pemilih terbesar. Generasi ini dikenal sebagai individu yang terbuka terhadap inovasi, aktif dalam teknologi, dan memiliki potensi signifikan dalam pertumbuhan ekonomi. Namun, mereka juga menghadapi tantangan, seperti kesulitan dalam pengambilan keputusan dan kebutuhan akan informasi yang valid untuk memahami lebih dalam karakteristik dan potensi bisnis dari generasi Z, dilakukan penelitian dengan menggunakan metode analisis tinjauan literatur dan data statistik. Hasil analisis menunjukkan bahwa pengaruh terbesar pada generasi Z berasal dari perkembangan individu, keterlibatan sosial, dan penggunaan media sosial. Lingkungan keluarga dan sosial yang mereka hadapi, yang dipengaruhi oleh generasi sebelumnya, turut membentuk karakter dan perilaku mereka.

Perubahan sosial, termasuk perkembangan teknologi dan pengaruh lingkungan, serta interaksi dengan generasi sebelumnya, telah membentuk

generasi Z sebagai individu yang peduli terhadap masalah lingkungan dan sosial, kritis, dan terbuka terhadap pengalaman baru. Untuk memahami lebih dalam potensi bisnis generasi Z, analisis SWOT digunakan untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang ada. Generasi Z, meskipun memiliki kekuatan seperti keterampilan teknologi dan kepedulian lingkungan yang tinggi, juga memiliki kelemahan seperti ketidakstabilan emosi. Namun, terdapat peluang bisnis yang dapat dieksplorasi, termasuk bisnis di bidang olahraga, eco pariwisata, jasa service elektronik, dan usaha seni dan kreatif. Di sisi lain, ada juga ancaman yang perlu diperhatikan, seperti kecenderungan generasi Z menjadi pendiam, kehausan akan pujian, kritis, berpikir terbuka, dan aktif di media sosial dengan memahami faktor-faktor tersebut, bisnis dapat mengambil langkah-langkah strategis untuk menyesuaikan produk dan layanan mereka dengan preferensi dan kebutuhan generasi Z. Dengan demikian, mereka dapat memanfaatkan potensi pasar yang besar yang dimiliki oleh generasi ini, sambil tetap mengatasi tantangan yang mungkin timbul.

PENELITIAN LANJUTAN

Dalam penulisan artikel ini peneliti menyadari bahwa masih banyak kekurangan dari segi bahasa, penulisan, dan bentuk penyajian mengingat keterbatasan pengetahuan dan kemampuan peneliti sendiri. Oleh karena itu, demi kesempurnaan artikel ini, peneliti mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari berbagai pihak.

REFERENSI

Badan Pemeriksa Keuangan dan Dasar Hukum. (2020). Pelimpahan Kewenangan Pada Lembaga Negara. Diakses dari [https://sultra.bpk.go.id/wp-content/uploads/2018/06/Pelimpahan Kewenangan-Pada-Lembaga Negara.pdf#:~:text=I.%20PENDAHULUAN.%20Wewenang%20atau%20kewenangan%20\(bevogdheid\)%20pada,atau%20kekuasaan%20untuk%20melakukan%20tindakan%20tindakan%20hukum%20tertentu.](https://sultra.bpk.go.id/wp-content/uploads/2018/06/Pelimpahan-Kewenangan-Pada-Lembaga-Negara.pdf#:~:text=I.%20PENDAHULUAN.%20Wewenang%20atau%20kewenangan%20(bevogdheid)%20pada,atau%20kekuasaan%20untuk%20melakukan%20tindakan%20tindakan%20hukum%20tertentu.)

Badan Pusat Statistik. (2024). Pemerintahan. Diakses dari <https://jatim.bps.go.id/subject/101/pemerintahan.html#:~:text=Pemerintah%20adalah%20organisasi%20yang%20memiliki,macam%20jenis%20pemerintahan%20di%20dunia.>

CNBC Indonesia. (2023). Alasan Utama Gen Z Rentan Kena Masalah Mental Menurut Studi. Diakses dari <https://www.cnbcindonesia.com/lifestyle/20230814104458-33-462679/alasan-utama-gen-z-rentan-kena-masalah-mental-menurut-studi>

CNBC Indonesia. (2024). Dear Investor, Begini Kondisi Ekonomi dan Pasar Modal Pasca Pemilu. Diakses dari <https://www.cnbcindonesia.com/market/20240226141215-17-517622/dear-investor-begini-kondisi-ekonomi-dan-pasar-modal-pasca-pemilu>

CNBC Indonesia. 2023. Gen Z & Milenial Wajib Bangga, Anda Jadi Penentu Next Presiden. Diakses dari <https://www.cnbcindonesia.com/research/20231204154618-128-494398/gen-z-milenial-wajib-bangga-anda-jadi-penentu-next-presiden>

Dewan Perwakilan Rakyat. 2024. Pemilu: Pesta Demokrasi, 'Pesta' untuk Anak-anak Juga. Diakses dari <https://www.dpr.go.id/berita/detail/id/48539/t/Pemilu%3A+Pesta+Demokrasi%2C+%27Pesta%27+untuk+Anak-anak+Juga.>

Indonesia Investments. (2024). Krisis Keuangan Asia. Diakses dari <https://www.indonesia-investments.com/id/budaya/ekonomi/krisis-keuangan-asia/item246>

Investopedia. (2024). Baby Boomer. Diakses dari https://www.investopedia.com/terms/b/baby_boomer.asp

Kementerian Dalam Negeri. (2023). Pengertian Demokrasi, Model, dan Prinsipnya. Diakses dari <https://polpum.kemendagri.go.id/pengertian-demokrasi-model-dan-prinsipnya/#:~:text=Demokrasi%20adalah%20pemerintahan%20rakyat%20atau,serta%20memerintah%20dengan%20perantara%20wakilnya.&text=Demokrasi%20adalah%20'pemilu%20pengganti'%20oleh,mana%20banyak%20keepakatan%20yang%20diselewnkan.>

Kementerian Keuangan. (2023). Sambut Pesta Demokrasi, Ingat Jaga Stabilitas. Diakses dari [https://mediakeuangan.kemenkeu.go.id/article/show/sambut-pesta-demokrasi-ingat-jaga-stabilitas#:~:text=Untuk%20memastikan%20kelancaran%20tahapan%20penyelenggaraan%20pesta%20demokrasi,Umum%20\(Bawaslu\)%2C%20serta%20kementerian/lembaga%20\(K/L\)%20pendukung%20lainnya.](https://mediakeuangan.kemenkeu.go.id/article/show/sambut-pesta-demokrasi-ingat-jaga-stabilitas#:~:text=Untuk%20memastikan%20kelancaran%20tahapan%20penyelenggaraan%20pesta%20demokrasi,Umum%20(Bawaslu)%2C%20serta%20kementerian/lembaga%20(K/L)%20pendukung%20lainnya.)

Komisi Pemilihan Umum. (2024). Kilas Pemilu Tahun 2024. Diakses dari <https://www.kpu.go.id/page/read/1136/kilas-pemilu-tahun-2024#:~:text=Pemilihan%20Umum%20yang%20selanjutnya%20disebut,%2C%20bebas%2C%20rahasia%2C%20jujur%2C>

Komisi Pemilihan Umum Kota Bogor. 2020. Buku Pintar Pemilu dan Demokrasi. Diakses dari https://jdih.kpu.go.id/data/data_artikel/Buku%20Pintar%20Pemilu%20dan%20Demokrasi.pdf

Universitas Muhammadiyah Jember. (2013). BAB III Kerangka Teori. Diakses dari <http://repository.unmuhjember.ac.id/5926/5/BAB%20II.pdf>

Universitas Muhammadiyah Sumbawa. (2023). Mengenal Generasi Baby Boomers, Milenial Hingga Alpha. Diakses dari <https://pustaka.umsb.ac.id/detailberita/8%7D>

VOA Indonesia. (2024). Ekonom: Belanja Pemilu Tak Akan Berdampak Signifikan pada Pertumbuhan Ekonomi 2024. Diakses dari [https://www.voaindonesia.com/a/ekonom-belanja-pemilu-tak akan-berdampak-signifikan-pada-pertumbuhan-ekonomi-2024/7396288.html](https://www.voaindonesia.com/a/ekonom-belanja-pemilu-tak-akan-berdampak-signifikan-pada-pertumbuhan-ekonomi-2024/7396288.html)