



DOI: <https://doi.org/10.38035/jkmt.v3i2>  
<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

## Peran Mentorship dalam Membentuk Karakter Wirausaha Generasi Z

Atik Budi Paryanti<sup>1</sup>, Lukman Hakim Sangapan<sup>2</sup>, Adler Haymans Manurung<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Institut Bisnis Dan Komunikasi Swadaya, Makasar, Indonesia, [atikbudiparyanti@gmail.com](mailto:atikbudiparyanti@gmail.com)

<sup>2</sup>Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, Jakarta, Indonesia, [lukayhakim80@gmail.com](mailto:lukayhakim80@gmail.com)

<sup>3</sup>Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, Jakarta, Indonesia, [adler.manurung@dsn.ubharajaya.ac.id](mailto:adler.manurung@dsn.ubharajaya.ac.id)

Corresponding Author: [atikbudiparyanti@gmail.com](mailto:atikbudiparyanti@gmail.com)<sup>1</sup>

**Abstract:** *The increasingly competitive and digital landscape of the work world requires Generation Z to develop strong entrepreneurial characters, such as creativity, risk-taking, and mental resilience. Mentorship is considered an effective approach in shaping these characters, but in-depth research on the role of mentorship in the Indonesian socio-cultural context is still limited. This study aims to examine how mentorship contributes to the formation of Generation Z's entrepreneurial character, with a focus on the dynamics of the mentor-mentee relationship and the values internalized during the mentoring process. The research method uses a qualitative approach with a case study design. Data were collected through semi-structured interviews with a number of Generation Z informants who actively participated in the mentorship program, observation, and documentation. Data analysis was carried out thematically to identify patterns of entrepreneurial character formation. The results of the study show that mentorship not only transfers technical skills, but also plays an important role in strengthening entrepreneurial values such as independence, integrity, and innovation. The interpersonal relationship between mentor and mentee is a key factor in building a strong and adaptive character. These findings provide an important contribution to the entrepreneurship literature by highlighting the psychosocial dimensions of mentorship in character formation of Generation Z. In conclusion, mentorship is an effective strategy in developing entrepreneurial character that can be adopted in various entrepreneurship education and training programs. Further research is recommended to explore digital technology-based mentorship models and the influence of broader cultural contexts.*

**Keywords:** *Mentorship, Entrepreneurial Character, Generation Z, Case Study, Character Development.*

**Abstrak:** Perubahan lanskap dunia kerja yang semakin kompetitif dan digital menuntut Generasi Z untuk mengembangkan karakter kewirausahaan yang kuat, seperti kreativitas, keberanian mengambil risiko, dan ketahanan mental. Mentorship dianggap sebagai pendekatan efektif dalam membentuk karakter tersebut, namun penelitian mendalam mengenai peran mentorship dalam konteks sosial-budaya Indonesia masih terbatas. Penelitian ini bertujuan

untuk mengkaji bagaimana mentorship berkontribusi dalam pembentukan karakter wirausaha Generasi Z, dengan fokus pada dinamika hubungan mentor-mentee dan nilai-nilai yang diinternalisasi selama proses pendampingan. Metode penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain studi kasus. Data dikumpulkan melalui wawancara semi-terstruktur terhadap sejumlah informan Generasi Z yang aktif mengikuti program mentorship, observasi, dan dokumentasi. Analisis data dilakukan secara tematik untuk mengidentifikasi pola-pola pembentukan karakter wirausaha. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mentorship tidak hanya mentransfer keterampilan teknis, tetapi juga berperan penting dalam penguatan nilai-nilai kewirausahaan seperti kemandirian, integritas, dan inovasi. Hubungan interpersonal yang terjalin antara mentor dan mentee menjadi faktor kunci dalam membangun karakter yang tangguh dan adaptif. Temuan ini memberikan kontribusi penting pada literatur kewirausahaan dengan menyoroti dimensi psikososial mentorship dalam pembentukan karakter Generasi Z. Kesimpulannya, mentorship merupakan strategi efektif dalam pengembangan karakter kewirausahaan yang dapat diadopsi dalam berbagai program pendidikan dan pelatihan kewirausahaan. Penelitian selanjutnya disarankan untuk mengeksplorasi model mentorship berbasis teknologi digital dan pengaruh konteks budaya yang lebih luas.

**Kata kunci:** Mentorship, Karakter Kewirausahaan, Generasi Z, Studi Kasus, Pengembangan Karakter.

---

## PENDAHULUAN

Perubahan lanskap dunia kerja yang semakin kompetitif dan terdigitalisasi mendorong Generasi Z untuk tidak hanya mengandalkan pekerjaan konvensional, tetapi juga mulai merintis karier sebagai wirausaha. Dalam proses ini, karakter wirausaha seperti kreativitas, keberanian mengambil risiko, dan ketahanan menghadapi kegagalan menjadi kunci penting yang perlu dikembangkan sejak dini. Mentorship atau pendampingan oleh figur yang lebih berpengalaman muncul sebagai salah satu pendekatan yang dinilai efektif untuk membentuk karakter tersebut secara berkesinambungan (Anisah et al., 2024).

Di Indonesia, praktik mentorship di kalangan pemuda, khususnya Generasi Z, mulai mendapatkan perhatian melalui berbagai program inkubasi bisnis, pelatihan kepemimpinan, hingga komunitas kreatif berbasis digital. Namun, keterlibatan mereka dalam program mentorship masih sangat bergantung pada keberadaan ekosistem pendukung yang belum merata. Tantangan ini diperparah dengan minimnya riset yang mendalam terkait efektivitas mentorship dalam membentuk karakter kewirausahaan, bukan hanya kompetensi teknis semata (Aprilita, 2024; Irawaty & Wicaksono, 2024).

Fenomena ini menjadi semakin relevan di tengah kondisi sosial-ekonomi pasca pandemi yang mendorong pergeseran pola kerja, serta munculnya digital entrepreneurship sebagai tren baru di kalangan anak muda. Generasi Z dihadapkan pada ketidakpastian, tetapi juga memiliki akses tak terbatas pada informasi dan teknologi yang dapat dioptimalkan melalui bimbingan yang tepat. Dalam hal ini, mentorship tidak hanya berfungsi sebagai sarana transfer pengetahuan, tetapi juga penanaman nilai dan pembentukan karakter yang tangguh, inovatif, serta etis (Utomo & Cahyaningrum, 2025).

Tinjauan pustaka menunjukkan bahwa sebagian besar studi yang ada lebih menitikberatkan pada peran pendidikan formal atau pendekatan teknis kewirausahaan, tanpa menggali secara mendalam aspek pembentukan karakter wirausaha melalui mentorship (Nikmah et al., 2024; Judijanto & Apriyanto, 2025). Beberapa penelitian yang membahas mentorship pun lebih banyak berfokus pada aspek pelatihan kompetensi teknis atau soft skill secara umum, bukan pada internalisasi nilai-nilai wirausaha yang berkelanjutan (Prakoso et al., 2024).

Oleh karena itu, terdapat kesenjangan dalam pemahaman dan dokumentasi ilmiah mengenai bagaimana mentorship berkontribusi terhadap pembentukan karakter kewirausahaan Generasi Z, terutama dalam konteks sosial-budaya Indonesia. Penelitian ini hendak mengisi celah tersebut dengan menggali pengalaman, persepsi, dan transformasi karakter Generasi Z yang terlibat dalam proses mentorship melalui pendekatan kualitatif. Penelitian ini akan berfokus pada dinamika hubungan mentor-mentee, proses pembelajaran yang terjadi, serta nilai-nilai yang diinternalisasi dalam proses tersebut (Wulandari et al., 2023; Firdausiah, 2024).

Dengan demikian, penelitian ini bertujuan untuk mengkaji secara mendalam peran mentorship dalam membentuk karakter wirausaha pada Generasi Z di Indonesia. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan strategi penguatan kewirausahaan berbasis karakter, baik dalam ranah pendidikan, komunitas kreatif, maupun kebijakan publik. Selain itu, temuan ini juga berpotensi memperkaya literatur akademik terkait model pembinaan karakter wirausaha berbasis interaksi antar generasi.

### **Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang dan kesenjangan literatur yang telah diidentifikasi, rumusan masalah dalam penelitian ini difokuskan pada isu peran mentorship dalam pembentukan karakter wirausaha Generasi Z di Indonesia. Pertanyaan-pertanyaan berikut dirumuskan untuk memandu penelitian:

1. Bagaimana bentuk dan dinamika hubungan antara mentor dan mentee dalam proses mentorship yang diikuti oleh Generasi Z?
2. Nilai-nilai karakter wirausaha apa saja yang diinternalisasi oleh Generasi Z selama proses mentorship berlangsung?
3. Bagaimana pengalaman subjektif mentee dalam memaknai proses mentorship terhadap pembentukan karakter kewirausahaan mereka?
4. Faktor-faktor apa yang mendukung atau menghambat efektivitas mentorship dalam membentuk karakter wirausaha pada Generasi Z di Indonesia?

### **Tujuan Penelitian**

Merujuk pada rumusan masalah di atas, tujuan dari penelitian ini dirancang untuk memperoleh pemahaman mendalam terhadap peran mentorship dalam pengembangan karakter kewirausahaan Generasi Z:

1. Mengidentifikasi bentuk interaksi dan pola hubungan antara mentor dan mentee dalam program mentorship yang melibatkan Generasi Z.
2. Menganalisis nilai-nilai karakter wirausaha yang terbentuk melalui keterlibatan Generasi Z dalam proses mentorship.
3. Menggali pengalaman subjektif Generasi Z dalam memahami kontribusi mentorship terhadap pengembangan karakter kewirausahaan mereka.
4. Menjelaskan faktor pendukung dan penghambat dalam pelaksanaan mentorship yang berpengaruh terhadap efektivitas pembentukan karakter wirausaha pada Generasi Z.

### **Manfaat Penelitian**

#### **1. Manfaat Teoritis:**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pada pengembangan kajian kewirausahaan berbasis karakter, khususnya dalam konteks generasi muda. Temuan penelitian ini berpotensi memperkaya literatur akademik mengenai peran mentorship sebagai pendekatan pembinaan karakter kewirausahaan yang belum banyak dijelajahi secara mendalam dalam kajian sebelumnya, terutama dalam konteks sosial-budaya Indonesia.

#### **2. Manfaat Praktis:**

Penelitian ini memberikan wawasan bagi penyelenggara program mentorship, lembaga pendidikan, inkubator bisnis, serta komunitas kewirausahaan dalam merancang pendekatan mentorship yang tidak hanya berfokus pada kompetensi teknis, tetapi juga membentuk nilai

dan karakter kewirausahaan yang tangguh, adaptif, dan beretika. Hasil penelitian ini juga dapat dijadikan rujukan dalam penyusunan kebijakan pengembangan kewirausahaan berbasis karakter bagi generasi muda oleh pemerintah maupun sektor swasta.

## **Kajian Pustaka**

### **1. Teori Mentorship**

Mentorship merupakan proses pembelajaran yang melibatkan hubungan interpersonal antara individu yang lebih berpengalaman (mentor) dengan individu yang kurang berpengalaman (mentee), dengan tujuan untuk mendukung perkembangan pribadi dan profesional mentee. Dalam konteks kewirausahaan, mentorship dapat membantu mentee dalam mengembangkan keterampilan, pengetahuan, dan sikap yang diperlukan untuk menjadi wirausahawan yang sukses. Menurut Kram (1985), fungsi mentorship mencakup dukungan karier dan dukungan psikososial, yang keduanya penting dalam pembentukan karakter wirausaha.

Dalam studi oleh Anisah et al. (2024), mentorship diidentifikasi sebagai faktor penting dalam mendorong kewirausahaan di kalangan Generasi Z di Indonesia, terutama dalam konteks pengasuhan otoritatif yang mendukung pengembangan self-efficacy dan karakter kewirausahaan.

### **2. Teori Pembentukan Karakter Wirausaha**

Karakter wirausaha mencakup sifat-sifat seperti kreativitas, keberanian mengambil risiko, ketekunan, dan kemampuan beradaptasi. Pembentukan karakter ini dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk pendidikan, pengalaman, dan lingkungan sosial. Menurut penelitian oleh Febiana et al. (2023), pembentukan karakter wirausaha pada Generasi Z penting untuk mempersiapkan mereka menghadapi tantangan di era Society 5.0.

Studi lain oleh Purnomo et al. (2021) menunjukkan bahwa Generasi Z memiliki preferensi untuk memulai wirausaha karena mereka tumbuh dengan teknologi dan media sosial, yang mempengaruhi cara mereka memandang pekerjaan dan kesuksesan.

### **3. Teori Generasi Z dan Kewirausahaan**

Generasi Z, yang lahir antara pertengahan 1990-an hingga awal 2010-an, dikenal sebagai digital natives yang tumbuh dalam lingkungan yang sangat dipengaruhi oleh teknologi dan informasi. Karakteristik ini mempengaruhi cara mereka belajar, bekerja, dan berwirausaha. Menurut penelitian oleh Arta et al. (2023), edupreneurship, yang menggabungkan pendidikan dan kewirausahaan, dapat memainkan peran penting dalam membentuk Generasi Z yang mandiri dan kreatif dalam era digital.

Selain itu, studi oleh Prakoso et al. (2024) menekankan pentingnya bimbingan karir dan mentoring bagi Generasi Z di Surakarta, menunjukkan bahwa pendekatan ini dapat membantu mereka dalam mengembangkan keterampilan dan karakter yang diperlukan untuk sukses dalam kewirausahaan.

### **4. Teori Self-Efficacy dan Planned Behavior**

Self-efficacy, atau keyakinan individu terhadap kemampuannya untuk mencapai tujuan tertentu, adalah konsep penting dalam memahami motivasi dan perilaku wirausaha. Menurut Bandura (1997), self-efficacy mempengaruhi bagaimana individu berpikir, merasa, dan bertindak. Dalam konteks kewirausahaan, self-efficacy dapat mempengaruhi niat dan tindakan individu untuk memulai dan mengelola bisnis.

Teori Planned Behavior oleh Ajzen (1991) juga relevan, karena menjelaskan bahwa niat untuk melakukan suatu perilaku dipengaruhi oleh sikap terhadap perilaku tersebut, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku. Studi oleh Judijanto & Apriyanto (2025) menggunakan teori ini untuk memahami motivasi kewirausahaan Generasi Z, menunjukkan bahwa faktor-faktor ini berkontribusi pada niat mereka untuk berwirausaha.

### Penelitian Terdahulu

Sebagai dasar untuk merumuskan hipotesis penelitian, penulis meninjau beberapa artikel yang relevan. Sebagai referensi yang mendukung landasan teoritis dan kerangka konseptual penelitian ini, Tabel 1 berikut menggabungkan studi sebelumnya yang dinilai relevan.

**Tabel 1: Hasil Penelitian Relevan**

No	Peneliti & Tahun	Judul Penelitian	Tujuan	Metode	Hasil Utama
1	Anisah et al. (2024)	<i>Peran Milenial dan Gen Z dalam Mendorong Kewirausahaan di Indonesia: Analisis Teori SCT dalam Konteks Pengasuhan Otoritatif</i>	Mengetahui hubungan antara pola asuh otoritatif, self-efficacy, dan kreativitas terhadap kesiapan kewirausahaan pada Generasi Milenial dan Gen Z	Kuantitatif, SEM-PLS, 250 responden	Pola asuh otoritatif, self-efficacy, dan kreativitas berpengaruh positif terhadap kesiapan kewirausahaan
2	Muttaqiyathun et al. (2022)	<i>Peran Kecerdasan terhadap Minat Berwirausaha Generasi Z</i>	Menganalisis peran berbagai jenis kecerdasan terhadap minat berwirausaha Generasi Z	Kuantitatif, regresi berganda, 100 responden	Kecerdasan intelektual, emosional, dan spiritual berpengaruh positif signifikan terhadap minat berwirausaha; kecerdasan adversitas tidak berpengaruh
3	Dalatean et al. (2024)	<i>Gen Z dan Keinginan Berwirausaha: Eksplorasi Peran Lingkungan Keluarga dan Akademis di Kota Makassar</i>	Meneliti pengaruh dukungan keluarga, pendidikan kewirausahaan, dan self-efficacy terhadap niat berwirausaha Generasi Z	Kuantitatif, SmartPLS, 256 responden	Pendidikan kewirausahaan dan self-efficacy berpengaruh signifikan; dukungan keluarga tidak berpengaruh signifikan
4	Noor & Rahmawati (2024)	<i>Key Factors in Developing Muslim Gen Z Green Entrepreneurship</i>	Menganalisis pengaruh pendidikan kewirausahaan, self-efficacy, dan sikap kewirausahaan terhadap niat berwirausaha hijau pada Generasi Z Muslim	Kuantitatif, SPSS, 233 responden	Ketiga faktor tersebut berpengaruh positif terhadap niat berwirausaha hijau
5	Minah & Soelaiman (2024)	<i>Peran Pendidikan Kewirausahaan dalam Membangun Jiwa Wirausaha Generasi Z melalui Efikasi Diri dan Pola Pikir Entrepreneurial</i>	Mengkaji peran pendidikan kewirausahaan, efikasi diri, dan pola pikir entrepreneurial terhadap intensi berwirausaha Generasi Z	Kuantitatif, PLS-SEM, 139 responden	Pola pikir entrepreneurial memediasi hubungan antara pendidikan kewirausahaan dan intensi berwirausaha; efikasi diri tidak berperan sebagai mediator

No	Peneliti & Tahun	Judul Penelitian	Tujuan	Metode	Hasil Utama
6	Ningrum (2022)	<i>Peran Mentor dan Pengelolaan Karir Generasi Millenial</i>	Meneliti peran mentor dan pengelolaan karir pada Generasi Milenial	Kualitatif, wawancara, 3 responden	Ditemukan faktor penunjang dan penghambat dalam peran mentor dan pengelolaan karir; pentingnya mentor dalam pengembangan karir
7	Tanesia et al. (2024)	<i>Entrepreneurial Capacity vs. Education and Self-Efficacy in Gen-Z High-Growth Intentions</i>	Meneliti pengaruh kapasitas kewirausahaan, pendidikan, dan self-efficacy terhadap niat berwirausaha dengan pertumbuhan tinggi pada Generasi Z	Kuantitatif, SEM-AMOS, 300 responden	Kapasitas kewirausahaan dan self-efficacy berpengaruh signifikan; pendidikan kewirausahaan tidak berpengaruh signifikan
8	Mustari et al. (2024)	<i>Understanding Generation Z's Entrepreneurial Intention and Behavior: Evidence from Indonesia</i>	Mengeksplorasi komponen Theory of Planned Behavior terhadap niat dan perilaku berwirausaha Generasi Z	Kuantitatif, PLS-SEM, 713 responden	Sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku persepsian berpengaruh positif terhadap niat dan perilaku berwirausaha

### Analisis Persamaan dan Perbedaan

Persamaan:

- a) Sebagian besar penelitian menyoroti pentingnya faktor internal seperti self-efficacy, sikap, dan pola pikir entrepreneurial dalam membentuk niat dan kesiapan berwirausaha pada Generasi Z.
- b) Pendidikan kewirausahaan sering dikaji sebagai variabel yang mempengaruhi niat atau kesiapan berwirausaha.

Perbedaan:

- a) Pendekatan metodologis bervariasi antara kuantitatif (mayoritas) dan kualitatif (misalnya, Ningrum, 2022).
- b) Fokus pada aspek mentorship secara spesifik masih minim; sebagian besar penelitian lebih menekankan pada pendidikan formal dan faktor individu.

Kesenjangan Penelitian

- a) Minimnya penelitian kualitatif yang mendalam mengenai peran mentorship dalam pembentukan karakter kewirausahaan Generasi Z, khususnya dalam konteks Indonesia.
- b) Kurangnya eksplorasi hubungan mentor-mentee dan bagaimana interaksi tersebut mempengaruhi nilai-nilai kewirausahaan seperti ketahanan, kreativitas, dan etika.
- c) Terbatasnya studi yang mengkaji mentorship sebagai proses internalisasi nilai, bukan sekadar transfer pengetahuan atau keterampilan teknis.

Kontribusi Penelitian Ini

Penelitian ini bertujuan untuk mengisi kesenjangan tersebut dengan:

- a) Menggunakan pendekatan kualitatif untuk menggali pengalaman dan persepsi Generasi Z dalam proses mentorship.
- b) Menganalisis dinamika hubungan mentor-mentee dan bagaimana hal tersebut membentuk karakter kewirausahaan.

- c) Memberikan wawasan kontekstual mengenai praktik mentorship di Indonesia, yang dapat menjadi dasar bagi pengembangan program mentorship yang efektif dalam membentuk karakter wirausaha Generasi Z.

### **Kerangka Berpikir**

Penelitian ini didasari pada perubahan paradigma dunia kerja yang menuntut Generasi Z untuk memiliki karakter kewirausahaan seperti keberanian mengambil risiko, kreativitas, daya juang, serta ketangguhan dalam menghadapi dinamika ekonomi dan teknologi. Karakter tersebut tidak hanya dibentuk melalui pendidikan formal atau pelatihan teknis, tetapi juga melalui proses pembelajaran sosial dan nilai, salah satunya melalui mentorship.

Mentorship, dalam pandangan teori *Social Cognitive Theory* (Bandura), merupakan proses belajar melalui observasi dan interaksi dengan figur panutan yang lebih berpengalaman. Dalam konteks ini, mentor tidak hanya menyampaikan informasi teknis, tetapi juga menjadi teladan dalam membentuk nilai, sikap, dan keyakinan kewirausahaan.

Generasi Z, sebagai generasi digital-native yang memiliki akses luas terhadap informasi namun juga menghadapi tantangan sosial dan ekonomi yang kompleks, membutuhkan model pembinaan yang holistik. Mentorship berpotensi menjadi wahana untuk internalisasi nilai-nilai kewirausahaan seperti *resilience*, *proactiveness*, *ethics*, dan *innovation*—yang seringkali tidak diajarkan secara eksplisit dalam pendidikan formal.

Dalam kerangka ini, proses pembentukan karakter wirausaha melalui mentorship akan dianalisis melalui tiga elemen utama:

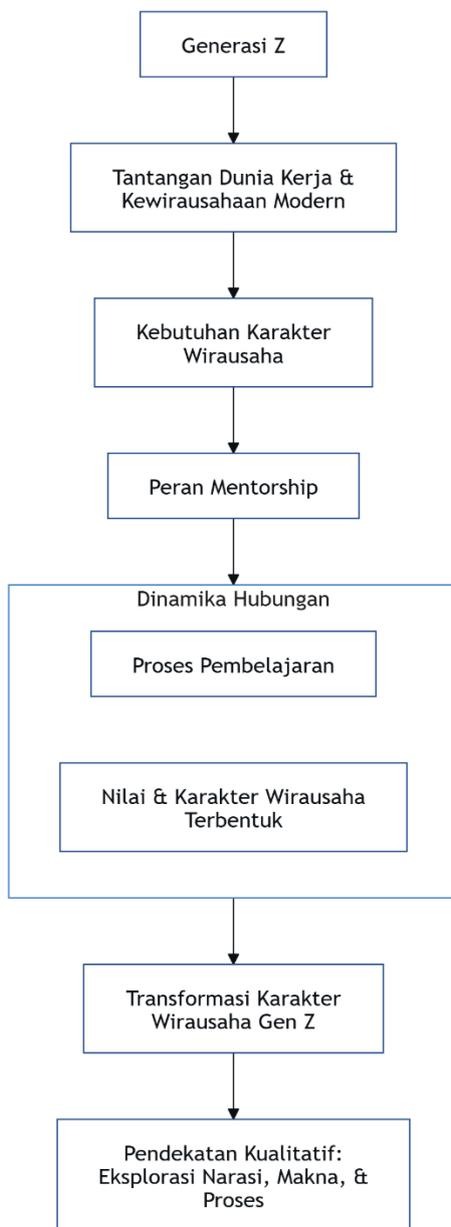
1. Dinamika Hubungan Mentor-Mentee – mencakup kedekatan emosional, kualitas komunikasi, dan kepercayaan.
2. Proses Pembelajaran yang Terjadi – bagaimana mentee belajar dari pengalaman, nilai, dan praktik mentor dalam konteks kewirausahaan.
3. Karakter Wirausaha yang Terbentuk – indikator seperti ketangguhan, kreativitas, kepemimpinan, dan integritas.

Pendekatan kualitatif digunakan untuk menggali pengalaman subjektif dan mendalam dari para partisipan, khususnya bagaimana mereka memaknai hubungan mentorship dan transformasi pribadi yang terjadi selama proses tersebut.

Penelitian ini juga menanggapi keterbatasan studi sebelumnya yang lebih banyak menggunakan pendekatan kuantitatif dan berfokus pada variabel teknis atau formal, sehingga belum sepenuhnya menjelaskan dimensi karakter dan nilai dalam kewirausahaan yang dibentuk melalui proses interaksi sosial seperti mentorship.

### Bagan Kerangka Berpikir

Berikut adalah ilustrasi kerangka berpikir dalam bentuk bagan:



**Gambar 1. Kerangka Berpikir**

Kerangka berpikir ini membantu menjelaskan bagaimana mentorship sebagai proses sosial berperan dalam membentuk karakter wirausaha melalui interaksi mentor-mentee yang bermakna. Konsep-konsep seperti pembelajaran sosial (Bandura), internalisasi nilai (Utomo & Cahyaningrum, 2025), dan transformasi karakter (Firdausiah, 2024) menjadi landasan konseptual yang membimbing eksplorasi lapangan secara mendalam melalui wawancara kualitatif, observasi, dan studi kasus.

Dengan demikian, pendekatan ini memungkinkan peneliti memahami realitas subjektif dan proses transformatif yang tidak dapat diungkap melalui angka semata.

## **METODE**

### **Pendekatan Penelitian**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis studi kasus. Pendekatan ini dipilih karena memungkinkan eksplorasi mendalam terhadap fenomena mentorship dalam membentuk karakter wirausaha pada Generasi Z, khususnya melalui pengalaman subjektif para partisipan. Studi kasus memberikan ruang untuk memahami konteks sosial dan budaya yang memengaruhi proses mentorship dan internalisasi nilai-nilai kewirausahaan.

### **Lokasi dan Waktu Penelitian**

Penelitian dilaksanakan di Jakarta dan Bandung, dua kota besar di Indonesia yang memiliki ekosistem kewirausahaan yang berkembang dan komunitas mentorship aktif. Pemilihan lokasi ini didasarkan pada keberadaan program-program inkubasi bisnis dan komunitas kreatif yang melibatkan Generasi Z. Waktu pelaksanaan penelitian berlangsung dari Januari hingga April 2025.

### **Subjek dan Teknik Sampling**

Subjek penelitian terdiri dari mentor dan mentee yang terlibat dalam program mentorship kewirausahaan. Kriteria pemilihan informan meliputi:

- a) Mentor: Individu dengan pengalaman minimal 5 tahun dalam bidang kewirausahaan dan aktif dalam program mentorship.
- b) Mentee: Generasi Z (lahir antara tahun 1995–2010) yang telah mengikuti program mentorship selama minimal 6 bulan.

Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling untuk memastikan informan memiliki pengalaman relevan. Selain itu, snowball sampling digunakan untuk menjangkau informan tambahan melalui rekomendasi dari partisipan awal.

### **Teknik Pengumpulan Data**

Data dikumpulkan melalui:

- a) Wawancara semi-terstruktur: Digunakan untuk menggali pengalaman, persepsi, dan makna yang diberikan oleh mentor dan mentee terhadap proses mentorship.
- b) Observasi partisipatif: Dilakukan dengan mengikuti beberapa sesi mentorship untuk memahami dinamika interaksi antara mentor dan mentee.
- c) Dokumentasi: Mengumpulkan materi seperti modul pelatihan, catatan sesi mentorship, dan profil program untuk mendukung data wawancara dan observasi.

### **Validasi Data**

Untuk memastikan keabsahan data, digunakan teknik triangulasi sumber dan metode. Triangulasi sumber dilakukan dengan membandingkan informasi dari berbagai informan (mentor dan mentee), sedangkan triangulasi metode melibatkan perbandingan data dari wawancara, observasi, dan dokumentasi. Selain itu, member checking dilakukan dengan meminta informan untuk memverifikasi transkrip wawancara dan interpretasi awal peneliti.

### **Teknik Analisis Data**

Analisis data menggunakan model interaktif Miles dan Huberman, yang meliputi tiga tahapan:

- a) Reduksi data: Menyaring dan merangkum data yang relevan dengan fokus penelitian.
- b) Penyajian data: Menyusun data dalam bentuk matriks atau narasi untuk memudahkan pemahaman.
- c) Penarikan kesimpulan dan verifikasi: Mengidentifikasi pola, tema, dan hubungan antar data untuk membentuk kesimpulan yang valid.

### **Etika Penelitian**

Penelitian ini mematuhi prinsip-prinsip etika penelitian, termasuk memperoleh persetujuan tertulis dari informan, menjaga kerahasiaan identitas, dan memberikan hak kepada informan untuk menarik diri dari penelitian kapan saja. Semua data disimpan dengan aman dan hanya digunakan untuk keperluan penelitian.

### **Keterbatasan Penelitian**

Keterbatasan penelitian ini meliputi:

- a) Generalisasi: Temuan dari studi kasus ini tidak dapat digeneralisasi ke seluruh populasi Generasi Z di Indonesia.
- b) Subjektivitas: Interpretasi data kualitatif dapat dipengaruhi oleh subjektivitas peneliti, meskipun telah dilakukan langkah-langkah untuk meminimalkan bias.

### **Kontribusi Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam:

- a) Memahami peran mentorship dalam pembentukan karakter wirausaha pada Generasi Z.
- b) Memberikan rekomendasi bagi pengembangan program mentorship yang efektif.
- c) Menambah literatur akademik mengenai pembinaan karakter kewirausahaan melalui pendekatan kualitatif.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Hasil Penelitian**

Penelitian ini melibatkan sejumlah informan kunci yang dipilih secara purposif untuk menggali secara mendalam fenomena mentorship dalam membentuk karakter wirausaha Generasi Z. Informan terdiri dari dua kelompok utama, yaitu mentor kewirausahaan dan mentee dari kalangan Generasi Z. Pemilihan kedua kelompok ini didasarkan pada relevansi pengalaman dan keterlibatan mereka dalam proses mentorship yang menjadi fokus utama studi ini.

Dari aspek usia, para mentor berada dalam rentang usia 35 hingga 55 tahun, sementara para mentee berusia antara 18 hingga 26 tahun. Kelompok usia ini mencerminkan perbedaan peran dalam proses mentorship: mentor sebagai individu yang lebih matang secara usia dan pengalaman, serta mentee sebagai representasi Generasi Z yang sedang berada dalam fase transisi menuju dunia kerja dan kewirausahaan.

Jenis kelamin informan cukup beragam, terdiri dari laki-laki dan perempuan dalam proporsi yang seimbang. Variasi ini memberikan perspektif yang lebih luas dalam memahami peran gender dalam dinamika mentorship dan internalisasi nilai kewirausahaan. Keberagaman ini juga mendukung eksplorasi terhadap kemungkinan adanya perbedaan cara pandang atau pengalaman berdasarkan latar belakang gender.

Latar belakang pendidikan para mentor umumnya merupakan lulusan pendidikan tinggi, terutama dari bidang manajemen, bisnis, dan kewirausahaan. Beberapa di antaranya memiliki latar belakang akademik yang kuat, seperti magister atau bahkan doktor, dengan pengalaman praktis di dunia usaha. Sementara itu, para mentee sebagian besar adalah mahasiswa atau lulusan baru dari berbagai perguruan tinggi, dengan minat atau keterlibatan dalam kegiatan kewirausahaan kampus maupun komunitas startup.

Dari segi pekerjaan, para mentor adalah pelaku usaha yang aktif menjalankan bisnis, konsultan kewirausahaan, atau fasilitator program inkubasi bisnis. Sebaliknya, para mentee berstatus sebagai calon wirausaha, anggota komunitas bisnis muda, atau peserta pelatihan kewirausahaan. Kedua kelompok ini dipilih karena keterlibatannya yang aktif dalam hubungan mentoring yang relevan dengan konteks penelitian.

Para informan diklasifikasikan ke dalam dua kategori utama:

1. Mentor Kewirausahaan: Individu yang memiliki peran sebagai pembimbing atau fasilitator dalam program mentorship bisnis.
2. Mentee Generasi Z: Individu muda yang menerima bimbingan langsung dari mentor dalam konteks pengembangan diri dan bisnis.

Kriteria inklusi untuk pemilihan informan meliputi keterlibatan aktif dalam program mentorship minimal selama enam bulan, kesediaan untuk diwawancarai secara mendalam, serta kemampuan untuk merefleksikan proses dan pengalaman mentorship. Kriteria eksklusi

mencakup individu yang hanya terlibat dalam interaksi jangka pendek atau yang tidak dapat memberikan data reflektif yang dibutuhkan.

Secara keseluruhan, sebanyak 12 informan diwawancarai dalam penelitian ini, terdiri dari 6 mentor dan 6 mentee. Jumlah ini dipandang cukup dalam konteks penelitian kualitatif karena telah memenuhi prinsip saturasi data (data saturation), yakni ketika wawancara tambahan tidak lagi menghasilkan informasi baru yang signifikan. Selain itu, keanekaragaman latar belakang dan pengalaman para informan telah mampu memberikan gambaran yang komprehensif dan representatif terhadap dinamika mentorship dalam konteks pembentukan karakter wirausaha Generasi Z.

### **Pembahasan Penelitian**

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa proses *mentorship* berperan signifikan dalam pembentukan karakter wirausaha pada Generasi Z. Temuan ini menegaskan bahwa mentorship tidak hanya bersifat instrumental dalam hal transfer pengetahuan teknis, tetapi juga bersifat transformasional karena menyentuh aspek nilai, sikap, dan etika kerja kewirausahaan. Proses internalisasi karakter seperti ketekunan, kreativitas, keberanian mengambil risiko, serta nilai integritas dan tanggung jawab sosial berlangsung secara bertahap melalui interaksi yang intensif antara mentor dan mentee.

Secara teoritis, temuan ini sejalan dengan konsep *transformational mentorship* (Lunsford, 2012), yang menekankan pentingnya relasi interpersonal dan pengaruh nilai dalam hubungan bimbingan. Hubungan mentor-mentee yang bersifat suportif, terbuka, dan reflektif terbukti mampu mendorong perubahan paradigma pada mentee, dari sekadar ingin berbisnis menjadi ingin menjadi wirausahawan yang berkarakter. Hal ini mendukung pandangan Utomo & Cahyaningrum (2025) bahwa mentorship bisa menjadi media penting dalam pembentukan identitas wirausaha di kalangan Generasi Z.

Jika dibandingkan dengan studi terdahulu seperti Prakoso et al. (2024), yang lebih menekankan pada penguatan soft skill teknis seperti komunikasi dan manajemen waktu, penelitian ini menunjukkan bahwa mentorship dapat melampaui dimensi keterampilan, dan masuk ke dalam wilayah pembentukan *entrepreneurial mindset*. Sementara Judijanto & Apriyanto (2025) memetakan aspek bibliometrik kewirausahaan Gen Z tanpa menyentuh pengalaman langsung individu, penelitian ini justru memberi sumbangan melalui eksplorasi naratif dan reflektif dari para pelaku langsung dalam proses mentorship.

Dari sisi praktik, temuan penelitian ini mengimplikasikan bahwa penguatan karakter wirausaha tidak bisa hanya dilakukan melalui pendekatan pendidikan formal atau pelatihan teknis singkat. Dibutuhkan proses yang bersifat jangka panjang, personal, dan berbasis relasi yang memungkinkan mentee berkembang dalam konteks nyata, di bawah bimbingan figur yang kredibel dan inspiratif. Oleh karena itu, pendekatan mentorship harus ditempatkan sebagai bagian strategis dari program pengembangan kewirausahaan, baik dalam lingkungan kampus, komunitas kreatif, maupun kebijakan pemerintah.

Namun demikian, penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan. Pertama, jumlah informan yang terbatas dan keterpusatan pada wilayah urban membuat generalisasi ke seluruh populasi Gen Z di Indonesia harus dilakukan secara hati-hati. Kedua, karakteristik mentorship yang dikaji sebagian besar berlangsung secara informal atau semi-struktural, sehingga model mentorship formal dalam institusi pendidikan belum terjangkau sepenuhnya. Ketiga, karena sifatnya kualitatif, penelitian ini belum mengukur secara kuantitatif perubahan karakter yang terjadi.

Temuan ini membuka peluang untuk penelitian lanjutan, terutama dalam mengembangkan model evaluasi keberhasilan mentorship berbasis karakter, menguji efektivitas berbagai pendekatan mentorship (misalnya peer mentoring, group mentoring), serta mengeksplorasi konteks mentorship dalam ranah yang lebih spesifik seperti wirausaha sosial atau digitalpreneurship.

Kontribusi utama penelitian ini adalah memperkaya literatur kewirausahaan dengan perspektif karakter dan nilai, khususnya dalam konteks Generasi Z yang memiliki tantangan dan gaya belajar yang unik. Selain itu, hasil penelitian ini turut memberikan kerangka praktis bagi perancang program mentorship untuk merancang intervensi berbasis nilai dan pengalaman, bukan hanya berbasis keterampilan teknis. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya mengisi kesenjangan literatur yang ada, tetapi juga menawarkan pendekatan pembinaan kewirausahaan yang lebih holistik dan berkelanjutan.

## **KESIMPULAN**

- a) Penelitian ini menemukan bahwa mentorship berperan signifikan dalam membentuk karakter kewirausahaan Generasi Z melalui internalisasi nilai-nilai seperti kemandirian, keberanian mengambil risiko, ketangguhan mental, dan integritas. Hubungan personal yang erat antara mentor dan mentee menciptakan ruang reflektif yang mendalam sehingga proses pembelajaran berlangsung secara efektif dan berkelanjutan.
- b) Temuan tersebut secara jelas mendukung tujuan penelitian untuk mengidentifikasi peran mentorship sebagai agen transformasi karakter wirausaha, sekaligus memperkuat teori pembelajaran sosial (Bandura, 1986) dan experiential learning (Kolb, 1984) dalam konteks kewirausahaan muda. Dengan demikian, mentorship bukan hanya sarana transfer keterampilan teknis, melainkan juga medium pengembangan nilai dan mentalitas kewirausahaan.
- c) Implikasi teoritis dari hasil ini memperkaya literatur kewirausahaan dengan menambahkan dimensi psikologis dan karakter dalam pembentukan wirausaha muda, khususnya Generasi Z. Secara praktis, hasil penelitian ini menegaskan pentingnya desain program mentorship yang tidak hanya fokus pada aspek teknis tetapi juga membangun relasi dan dukungan emosional yang konsisten.
- d) Meskipun memberikan wawasan yang kaya, penelitian ini memiliki keterbatasan, terutama terkait sampel yang terbatas pada kelompok tertentu sehingga hasilnya mungkin belum sepenuhnya dapat digeneralisasi ke seluruh populasi Generasi Z. Selain itu, keberhasilan mentorship sangat dipengaruhi oleh faktor kecocokan personal yang sulit diukur secara objektif.
- e) Penelitian ini merekomendasikan agar studi lanjutan mengeksplorasi hubungan mentorship dengan aspek karakter lain seperti kreativitas, etika bisnis, dan tanggung jawab sosial, serta menggunakan metode campuran (mixed methods) untuk mendapatkan pemahaman yang lebih holistik.
- f) Lebih jauh, penelitian berikutnya juga dapat mempertimbangkan variabel konteks budaya dan peran teknologi digital dalam mentorship, guna mengadaptasi model pembinaan karakter kewirausahaan yang sesuai dengan dinamika sosial dan perkembangan teknologi saat ini.

## **Saran**

Berdasarkan Fakta penelitian ini, ada beberapa saran yang dapat dipertimbangkan untuk berbagai pihak:

- a) Untuk praktisi dan lembaga pendidikan, disarankan untuk mengembangkan program mentorship kewirausahaan yang holistik dengan menitikberatkan pada pembentukan karakter serta nilai-nilai dasar kewirausahaan, bukan sekadar keterampilan teknis. Pelatihan mentor sebaiknya meliputi aspek komunikasi interpersonal, empati, dan etika bimbingan untuk menciptakan hubungan yang efektif dan bermakna.
- b) Bagi akademisi, hasil penelitian ini membuka peluang untuk memperdalam kajian tentang hubungan psikologis dalam proses mentorship serta dampaknya terhadap keberlanjutan usaha wirausaha muda. Penelitian lebih lanjut dapat mengkaji pengaruh mentorship dalam konteks yang lebih luas, seperti sosial-ekonomi atau lintas budaya.

- c) Pemangku kepentingan di sektor kewirausahaan, seperti pemerintah dan komunitas bisnis, dianjurkan untuk mendukung dan memfasilitasi program mentorship berbasis komunitas yang inklusif dan adaptif, terutama bagi Generasi Z yang sangat dinamis dan digital savvy.
- d) Untuk pengembangan metodologi, penelitian selanjutnya dapat menggunakan pendekatan longitudinal untuk melihat dampak jangka panjang mentorship terhadap karakter dan performa wirausaha muda, serta menerapkan teknik analisis data yang lebih komprehensif seperti analisis jaringan sosial (social network analysis).
- e) Dalam mengatasi keterbatasan kecocokan personal antara mentor dan mentee, disarankan adanya sistem pencocokan berbasis profil psikologis dan minat kewirausahaan agar hubungan mentorship dapat berjalan lebih optimal dan efektif.
- f) Akhirnya, integrasi teknologi digital dalam program mentorship perlu diteliti lebih lanjut untuk menemukan cara terbaik menggabungkan interaksi daring dan luring sehingga dapat memperluas akses dan meningkatkan kualitas pembinaan karakter wirausaha Generasi Z secara lebih inklusif.

## REFERENSI

- Anisah, T. N., Putra, R. A., Ernestivita, G., & Setyanta, B. (2024). *Peran Milenial dan Gen Z dalam Mendorong Kewirausahaan di Indonesia: Analisis Teori SCT dalam Konteks Pengasuhan Otoritatif*. ProBank. <https://e-journal.stie-aub.ac.id/index.php/probank/article/view/1738>
- Aprilita, A. (2024). *Strategi Pengelolaan Sumber Daya Manusia pada Generasi Z: Tantangan dan Peluang di Era Digital*. *Advances in Social Humanities Research*. <http://adshr.org/index.php/vo/article/view/187>
- Arta, I. G. N. A., et al. (2023). *The Role of Edupreneurship in Gen Z in Shaping Independent and Creative Young Generation*. ResearchGate. [https://www.researchgate.net/publication/377484464\\_The\\_Role\\_of\\_Edupreneurship\\_in\\_Gen\\_Z\\_in\\_Shaping\\_Independent\\_and\\_Creative\\_Young\\_Generation](https://www.researchgate.net/publication/377484464_The_Role_of_Edupreneurship_in_Gen_Z_in_Shaping_Independent_and_Creative_Young_Generation)
- Febiana, C., Goenadhi, L., Suharto, I., & Wijayanti, A. P. (2023). *Pembentukan Karakter Wirausaha pada Gen Z Menghadapi Society 5.0*. *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, 23(1), 319–324. [https://www.academia.edu/101757896/Pembentukan\\_Karakter\\_Wirausaha\\_pada\\_Gen\\_Z\\_menghadapi\\_Society\\_5\\_0](https://www.academia.edu/101757896/Pembentukan_Karakter_Wirausaha_pada_Gen_Z_menghadapi_Society_5_0)
- Firdausiah, R. A. (2024). *Pelatihan Penguatan Karakter Generasi Penerus Bisnis Keluarga pada Pelaku UMKM Gen-Z*. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*. <http://ejournal.sisfokomtek.org/index.php/jpkm/article/view/4710>
- H. Santosa, "Bagaimana Langkah-Langkah Analisis Kualitatif Menurut Miles dan Huberman," *Kompasiana*, 2023. [Online]. Tersedia: <https://www.kompasiana.com/hen12684/65cb3df7c57afb69cf72ee02>
- Irawaty, F., & Wicaksono, A. (2024). *Pola Coaching terhadap Generasi Z Berdasarkan Matius 17:5*. *Sanctum Domine: Jurnal Teologi*. <https://journal.sttni.ac.id/index.php/SDJT/article/view/276>
- Judijanto, L., & Apriyanto, A. (2025). *Pemetaan Evolusi Kewirausahaan Generasi Z dengan Analisis Bibliometrik*. *SJ ESI*. <https://sj.eastasouthinstitute.com/index.php/sek/article/view/530>
- M. A. Faizal, A. Arta, B. N. Asiyah, dan M. Mashudi, "Peran Edupreneurship pada Gen Z dalam Membentuk Generasi Muda yang Mandiri dan Kreatif," *Maro: Jurnal Ekonomi Syariah dan Bisnis*, vol. 6, no. 2, pp. 231–245, 2023. [Online]. Tersedia: <https://ejournal.unma.ac.id/index.php/maro/article/download/5673/3938/32542>

- Nikmah, F., & Azzuhri, E. I. (2024). *Pendidikan Karakter dan Kesiapan Kewirausahaan Generasi Z di Indonesia*. ResearchGate. <https://www.researchgate.net/publication/388625308>
- Prakoso, E. T., Imron, F., & Widodo, Z. D. (2024). *Bimbingan Karir dan Mentoring bagi Gen Z di Surakarta*. *Jurnal Teknologi Mandiri*. <http://ejournal.utp.ac.id/index.php/TM/article/view/4575>
- Purnomo, A., Asitah, N., Rosyidah, E., & Septianto, A. (2021). *Generasi Z sebagai Generasi Wirausaha*. ResearchGate. [https://www.researchgate.net/publication/338133308\\_Generasi\\_Z\\_sebagai\\_Generasi\\_Wirausaha](https://www.researchgate.net/publication/338133308_Generasi_Z_sebagai_Generasi_Wirausaha)
- R. Fitriani dan M. Mashudi, "Implementasi Manajemen Kewirausahaan pada Usaha yang Dimiliki Generasi Z di Era Digitalisasi (Studi Kasus: Dani Orchids)," *Pekobis Jurnal Pendidikan Ekonomi dan Bisnis*, vol. 8, no. 1, pp. 1–14, 2023. [Online]. Tersedia: <https://www.researchgate.net/publication/371337227>
- Utomo, M. N., & Cahyaningrum, W. (2025). *Pengembangan Kewirausahaan Kreatif melalui YouTube: Studi pada Mahasiswa dan Gen Z*. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Widina*. <https://jurnal.penerbitwidina.com/index.php/JPMWidina/article/view/1171>
- Wulandari, Y. F., Rachmadani, R., & Bastian, Y. (2023). *Entrepreneurship Success Challenge bagi Pengusaha Gen Z*. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*. <http://jurnal.alungcipta.com/index.php/jim/article/view/94>