

Dari Scroller Jadi Creator
Dari Anak Biasa Jadi Pengusaha Digital

GEN Z PRENEUR

Sukses di Era Digital

Murdan Sianturi, S.Kom, M.Kom



**Pusat Karir dan Riset STIE Mulia
Pratama 2026**

*Dari Scroller Jadi Creator
Dari Anak Biasa Jadi Pengusaha Digital*

GEN Z PRENEUR

Sukses di Era Digital

Murdan Sianturi, S.Kom, M.Kom



**Pusat Karir dan Riset STIE
Mulia Pratama 2026**

GEN Z PRENEUR Sukses di Era Digital

Penulis :

Murdan Sianturi, S.Kom, M.Kom.

ISBN : 978-634-96891-0-6

Desain Sampul dan Tata Letak :

Murdan Sianturi, S.Kom, M.Kom

Penerbit :

Pusat Karir dan Riset

STIE Mulia Pratama

Redaksi :

Gedung STIE Mulia Pratama

Lantai 1, Jl. H.M. Joyomartono Kav. 5 Kota Bekasi

Bekasi Timur 17113

Telp. 021 88353599, 88354599

Fax 021 88359799

Cetakan Pertama, 15 Februari 2026

Hak cipta dilindungi undang-undang

Dilarang memperbanyak karya tulis ini dalam bentuk dan dengan cara apapun tanpa izin tertulis dari penerbit

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	x
BAGIAN 1 — MINDSET GEN-Z PRENEUR.....	1
Bab 1. Gen-Z Bukan Pemalas, Tapi Berpikir Beda	1
1.1 Dunia Lama, Aturan Lama	2
1.2 Gen Z Tidak Anti Kerja, Tapi Anti Kerja Tanpa Makna	2
1.3 HP Bukan Gangguan, Tapi Alat	3
1.4 Berpikir Beda Bukan Berarti Salah	4
1.5 GEN Z Yang Berhasil	4
1.6 Penutup.....	5
Bab 2. Gagal di Umur 20 Itu Normal, Gagal Mulai Itu Fatal	6
2.1 Usia 20-an adalah Fase Eksperimen	6
2.2 Takut Mulai Lebih Berbahaya dari Takut Gagal	7
2.3 Media Sosial dan Ilusi Kesuksesan	7
2.4 Mulai dari Kecil Itu Bukan Aib	7
2.5 Mulai dari Mana? Panduan Sederhana untuk Gen Z	8
2.6 Penutup.....	9
BAGIAN 2 — PELUANG BISNIS DIGITAL NYATA.....	10
Bab 3. Bisnis Digital yang Bisa Dimulai dari Nol	10
3.1 Bisnis Digital Tidak Selalu Butuh Modal Uang	10
3.2 Skill Adalah Produk Pertama	11
Contoh:	12
1. Skill: Edit Video (HP aja cukup)	12
2. Skill: Nulis Caption & Copywriting	12
3. Skill: Desain Sederhana	13
4. Skill: Admin Media Sosial	13
5. Skill: Ngomong Depan Kamera	13
7. Skill: Ngajar / Jelasin Sesuatu	14
Intinya Buat Gen Z	14
3.3 Contoh Bisnis Digital yang Realistis	15
3.4 Konsistensi Lebih Penting dari Ide Brilian	16
3.5 Penutup.....	16
Bab 4. Personal Brand: Modal Gratis Paling Mahal.....	17
4.1 Apa Itu Personal Brand Sebenarnya.....	17
4.2 Semua Orang Sudah Punya Personal Brand.....	17
4.3 Personal Brand sebagai Aset Jangka Panjang	18
4.4 Membangun Personal Brand dengan Jujur dan Otentik	18
4.5 Contoh Gen Z yang Sukses Bangun Personal Brand.....	19
1. Jerome Polin – “Iseng Upload, Kok Ditonton Banyak?”	19

2. Fadil Jaidi – “Iseng Ngerjain Bapak”	19
3. Abel Cantika – “Iseng Review Skincare”	20
4. Gita Savitri – “Iseng Nulis & Cerita Hidup”	21
4.6 Tips Membuat Video Viral dari Pengalaman Pribadi.....	21
4.7 Penutup.....	23
BAGIAN 3 — STRATEGI PRAKTIS GEN-Z	24
Bab 5. Dari HP Jadi Mesin Uang	24
5.1 HP Sudah Cukup, Asal Dipakai dengan Tujuan	24
5.2 Media Sosial Bukan Hanya untuk Hiburan	25
5.3 Pilih Satu Jalur, Jangan Semua Dicoba Sekaligus.....	25
5.4 Disiplin Kecil Lebih Berharga dari Motivasi Besar	26
5.5 PRAKTIKUM WAJIB: Konten Pertama dari HP	26
Tujuan Praktikum	27
Alat yang Digunakan	27
Langkah Praktis	27
Target Praktikum.....	28
5.6 PRAKTIKUM: Pilih 1 Skill & Latihan 7 Hari	30
Tujuan Praktikum	31
Pilih Satu Skill (WAJIB SATU SAJA).....	31
Aturan Latihan 7 Hari	31
Contoh Pola Latihan	32
Target Praktikum.....	33
Kesalahan yang Harus Dihindari.....	33
Cara Melihat & Menggunakan Template di CapCut (Mobile)	33
Catatan Penting untuk Hari 1–2	34
Refleksi Akhir.....	34
5.7 PRAKTIKUM: Dari Konten ke Uang Pertama	35
Tujuan Praktikum	35
Prinsip Dasar	35
Langkah Praktis	36
Target Praktikum.....	37
Kesalahan Umum yang Harus Dihindari.....	37
Refleksi Akhir.....	38
Bab 6. Uang Pertama dari Internet (Target Rp100 Ribu Pertama).....	40
6.1 Kenapa Target Rp100.000 Itu Penting	40
6.2 Prinsip Dasar Mendapatkan Uang Pertama	41
6.3 Cara Realistis Mendapatkan Uang Pertama.....	41
6.4 Jangan Tunggu Sempurna untuk Menjual.....	42
6.5 PRAKTIKUM: Rp100.000 Pertama (Step-by-Step)	42
6.6 Dari Uang Kecil ke Sistem yang Bisa Diulang.....	43
6.7 Naik Level Tanpa Kehilangan Arah	43
6.8 Penutup.....	44
BAGIAN 4 — REALITA, ETIKA, DAN NILAI HIDUP.....	45

Bab 7. Hustle Culture Itu Overrated.....	45
7.1 Kerja Keras Bukan Berarti Mengorbankan Diri	46
7.2 Media Sosial dan Romantisasi Sibuk	46
7.3 Batasan Adalah Bentuk Kedewasaan	47
7.4 Hidup Bukan Perlombaan Tanpa Garis Akhir	47
7.5 Contoh Kasus Nyata	47
7.6 Praktikum 1 – Audit Energi Harian	48
7.7 Praktikum 2 – Boundary Setting Canvas	49
7.8 Penutup.....	49
Bab 8. Sukses, Uang, dan Nilai Hidup di Era Digital.....	50
8.1 Uang Itu Alat, Bukan Tujuan Akhir	50
8.2 Sukses Tidak Selalu Terlihat di Layar	51
8.3 Nilai Hidup sebagai Kompas Digital	51
8.4 Menjadi Relevan Tanpa Kehilangan Diri	52
BAGIAN 5 — ACTION PLAN	52
Bab 9. 30 Hari Menjadi GEN-Z PRENEUR.....	53
9.1 Minggu 1 — Menentukan Arah dan Fondasi	53
9.2 Minggu 2 — Mulai Bergerak dan Muncul	54
9.3 Minggu 3 — Uji Coba dan Perbaikan	55
9.4 Minggu 4 — Monetisasi dan Penguatan Mental.....	55
Catatan Penting	56
9.5 Penutup.....	56
Bab 10. Skill Wajib GEN Z PRENEUR	57
10.1. Skill Mindset: Berpikir sebagai Creator	58
10.2. Skill Digital Dasar: Mengubah HP Menjadi Alat Produksi.....	58
10.3. Skill Spesifik: Satu Keterampilan yang Bisa Dijual	59
10.4. Skill Personal Branding: Membangun Kepercayaan.....	60
10.5. Skill Konsistensi dan Disiplin Kecil	60
10.6. Skill Monetisasi Dasar: Mendapatkan Uang Pertama	61
10.7. Skill Etika dan Nilai Hidup Digital.....	61
10.8. Penutup.....	62
DAFTAR PUSTAKA	63

KATA PENGANTAR

Generasi Z hidup di era yang serba cepat, digital, dan penuh tuntutan. Belum mapan, tetapi sudah ditanya arah hidup. Belum selesai belajar, namun sudah dituntut untuk sukses. Di tengah kondisi tersebut, Gen Z kerap dicap malas, padahal sesungguhnya mereka sedang mencari cara hidup yang lebih masuk akal dan bermakna.

Buku **GEN Z PRENEUR: Sukses di Era Digital** hadir untuk menjawab keresahan tersebut. Buku ini tidak menawarkan jalan pintas menuju kesuksesan, melainkan mengajak pembaca memahami bahwa peluang di era digital terbuka bagi siapa saja yang berani memulai. Menjadi GEN Z PRENEUR bukan tentang pamer pencapaian, tetapi tentang keberanian mengambil tanggung jawab atas masa depan sendiri.

Melalui pembahasan mengenai mindset, peluang bisnis digital, serta langkah-langkah praktis, buku ini disusun dengan bahasa yang ringan, relevan, dan dekat dengan kehidupan Gen Z. Harapannya, buku ini dapat menjadi teman berpikir sekaligus pendorong untuk bertindak secara sadar dan terarah.

Semoga buku ini tidak hanya dibaca, tetapi juga mampu menggerakkan pembacanya untuk mulai melangkah—meskipun dari langkah kecil.

Selamat membaca, dan selamat memulai.

Bekasi, 5 Februari 2026

Murdan Sianturi, S.Kom., M.Kom.

BAGIAN 1 — MINDSET GEN-Z PRENEUR

Gen Z adalah generasi yang lahir di masa internet sudah ada di mana-mana. Sejak kecil mereka akrab dengan ponsel, media sosial, dan dunia digital. Kondisi ini membuat Gen Z sering disebut sebagai digital natives, yaitu generasi yang tumbuh dan berkembang bersama teknologi digital sejak usia dini (Prensky, 2001; Tapscott, 2009).

Bab 1. Gen-Z Bukan Pemalas, Tapi Berpikir Beda

“Gen Z itu malas.”

Kalimat ini sering terdengar. Biasanya datang dari orang-orang yang hidup di dunia lama, tetapi mengomentari dunia baru. Gen Z dinilai terlalu sering memegang ponsel, kurang tahan tekanan, dan ingin serba instan. Padahal, kenyataannya tidak sesederhana itu.

Gen Z bukan generasi malas. Gen Z adalah generasi yang **berpikir berbeda**.

1.1 Dunia Lama, Aturan Lama

Pada generasi sebelumnya, kesuksesan digambarkan dengan satu jalur yang hampir sama untuk semua orang: sekolah, kuliah, bekerja, naik jabatan, lalu pensiun. Jalur ini berhasil pada masanya karena dunia bergerak lebih lambat dan pilihan hidup lebih terbatas.

Namun, dunia yang dihadapi Gen Z saat ini adalah dunia yang sangat berbeda. Perkembangan teknologi digital telah mengubah cara manusia bekerja, berbisnis, dan menciptakan nilai ekonomi (Drucker, 2007). Teknologi berkembang cepat, pekerjaan baru terus bermunculan, dan informasi tersedia dalam hitungan detik. Banyak profesi lama menghilang, sementara profesi baru lahir dari hal-hal yang dulu dianggap tidak serius.

Karena itu, ketika Gen Z mempertanyakan pola lama, itu bukan bentuk kemalasan, melainkan bentuk adaptasi terhadap perubahan zaman (Tapscott, 2009).

1.2 Gen Z Tidak Anti Kerja, Tapi Anti Kerja Tanpa Makna

Gen Z tidak menolak kerja keras. Yang ditolak adalah kerja keras tanpa arah, tanpa keadilan, dan tanpa makna. Bekerja berjam-jam tetapi tidak berkembang, dituntut loyal tanpa dihargai, atau mengorbankan kesehatan mental demi sesuatu yang tidak diyakini.

Penelitian menunjukkan bahwa generasi muda cenderung mencari pekerjaan yang selaras dengan nilai hidup dan kesejahteraan psikologis, bukan sekadar stabilitas finansial (Twenge, 2017).

Gen Z ingin bekerja dengan cara yang lebih masuk akal:

- Waktu dihargai
- Usaha berbanding lurus dengan hasil
- Ada ruang untuk berkembang

Bagi Gen Z, bekerja bukan hanya soal bertahan hidup, tetapi juga soal kualitas hidup.

1.3 HP Bukan Gangguan, Tapi Alat



Bagi banyak orang, ponsel dianggap sumber distraksi. Namun bagi Gen Z, ponsel adalah alat kerja. Sebagai digital natives, Gen Z memanfaatkan teknologi bukan hanya untuk hiburan,

tetapi juga untuk belajar, berjejaring, dan menciptakan peluang ekonomi (Prensky, 2001).

Dari satu perangkat kecil di tangan, Gen Z bisa belajar, membangun jaringan, menciptakan karya, bahkan menghasilkan uang. Ponsel dapat berfungsi sebagai ruang kelas, kantor, sekaligus ladang penghasilan dalam ekonomi digital modern (Tapscott, 2009).

Masalahnya bukan pada ponselnya, tetapi pada bagaimana ponsel itu digunakan. Ketika digunakan dengan tujuan, ponsel bisa menjadi pintu masuk menuju peluang. Ketika digunakan tanpa arah, ia hanya menjadi hiburan.

GEN Z PRENEUR melihat teknologi bukan sebagai pelarian, tetapi sebagai alat produksi (Sianturi, 2025).

1.4 Berpikir Beda Bukan Berarti Salah

Sering kali Gen Z merasa tidak cukup baik hanya karena caranya berbeda. Padahal, dunia tidak lagi membutuhkan orang yang hanya mengikuti pola lama. Dunia membutuhkan orang yang mampu membaca perubahan dan berani mencoba pendekatan baru.

Berpikir berbeda bukan tanda pembangkangan, melainkan tanda bahwa seseorang sedang menyesuaikan diri dengan zaman.

1.5 GEN Z Yang Berhasil

Adi (bukan nama sebenarnya) adalah lulusan SMA yang sempat dianggap “tidak jelas arah hidupnya”. Ia tidak langsung kuliah, sering terlihat bermain ponsel, dan menghabiskan banyak waktu di kamar. Bagi sebagian orang di sekitarnya, Adi tampak seperti anak muda yang malas dan tidak punya rencana.

Namun, apa yang tidak terlihat adalah apa yang sedang ia bangun.

Lewat ponselnya, Adi belajar desain grafis dari video gratis, mengikuti komunitas daring, dan mulai menerima proyek kecil dari media sosial. Proses belajar mandiri dan praktik langsung seperti ini merupakan karakter khas pembelajaran generasi digital (Tapscott, 2009).

Dua tahun kemudian, Adi sudah memiliki penghasilan yang stabil—bahkan melebihi gaji rata-rata pekerja pemula. Ia bekerja tanpa kantor tetap, tanpa jam kerja kaku, tetapi dengan tanggung jawab yang nyata.

Apa yang dilakukan Adi mencerminkan pola pikir Gen Z: membangun nilai dari keterampilan dan pengalaman, bukan semata-mata dari gelar atau status formal (Sianturi, 2025).

1.6 Penutup

Gen Z bukan generasi malas. Gen Z adalah generasi yang sedang mencari bentuk kerja dan hidup yang lebih relevan dengan dunia hari ini. Ketika diarahkan dengan benar, pola pikir ini justru menjadi kekuatan besar.

Pola pikir inilah yang menjadi dasar lahirnya GEN Z PRENEUR—bukan untuk melawan dunia, tetapi untuk menemukan cara hidup yang lebih relevan di dalamnya.

Bab 2.

Gagal di Umur 20 Itu Normal, Gagal Mulai Itu Fatal

Banyak anak muda takut gagal. Bukan karena mereka lemah, tetapi karena mereka terlalu peduli pada penilaian orang lain—bahkan sebelum benar-benar mencoba.

Banyak anak muda takut gagal. Takut dicap tidak berhasil, takut dibandingkan, dan takut mengecewakan orang lain. Ironisnya, ketakutan itu justru membuat banyak orang tidak pernah benar-benar memulai.

Padahal, gagal di usia 20-an adalah bagian dari proses.

2.1 Usia 20-an adalah Fase Eksperimen

Usia 20-an bukan usia untuk sudah tahu segalanya. Ini adalah fase mencoba, salah, belajar, lalu mencoba lagi. Mengharapkan kesempurnaan di usia ini justru tidak realistis.

Orang yang berhasil di kemudian hari biasanya adalah mereka yang paling banyak mencoba di usia muda.

Mencoba bisnis kecil, ikut proyek freelance, membangun akun konten, atau sekadar belajar skill baru — semua itu bagian dari eksperimen, bukan kegagalan.

2.2 Takut Mulai Lebih Berbahaya dari Takut Gagal

Gagal memberi pelajaran. Tidak memulai tidak memberi apa-apa. Ketika seseorang terus menunda karena ingin sempurna, ia sedang kehilangan waktu yang tidak bisa diulang.

Kesalahan masih bisa diperbaiki. Waktu yang hilang tidak.

2.3 Media Sosial dan Ilusi Kesuksesan

Media sosial sering menampilkan hasil akhir tanpa proses. Kita melihat pencapaian, tetapi tidak melihat kegagalan yang mendahuluinya. Hal ini membuat banyak Gen Z merasa tertinggal, padahal yang mereka lihat hanyalah potongan kecil dari perjalanan orang lain.

Membandingkan proses diri sendiri dengan hasil orang lain adalah jebakan.

Yang berbahaya bukan media sosialnya, tetapi ketika kita lupa bahwa setiap orang punya garis waktu yang berbeda.

2.4 Mulai dari Kecil Itu Bukan Aib

Tidak semua harus dimulai besar. Penghasilan kecil, proyek kecil, atau audiens kecil tetap lebih baik daripada rencana besar yang tidak pernah dijalankan.

Setiap langkah kecil adalah fondasi untuk langkah berikutnya.

2.5 Mulai dari Mana? Panduan Sederhana untuk Gen Z

Banyak Gen Z sebenarnya ingin mulai, tetapi terjebak pada satu pertanyaan: *“Saya harus mulai dari mana?”* Jawaban jujurnya: bukan dari ide besar, tetapi dari **apa yang sudah ada di tangan**.

Mulai tidak selalu berarti langsung membuka bisnis besar atau menghasilkan uang banyak. Mulai berarti **bergerak satu langkah dari kondisi sekarang**.

Berikut panduan sederhana untuk memulai:

Pertama, mulai dari apa yang kamu bisa, bukan dari apa yang terlihat keren.

Skill sederhana seperti desain, menulis, editing video, mengelola media sosial, atau bahkan kemampuan mengorganisir bisa menjadi pintu awal. Jangan menunggu ahli—cukup lebih tahu satu langkah dari orang lain.

Kedua, mulai dari skala kecil yang bisa dijalankan hari ini.

Tidak perlu rencana lima tahun. Cukup rencana tujuh hari. Proyek kecil, akun kecil, atau penghasilan kecil jauh lebih berharga daripada ide besar yang hanya tinggal di kepala.

Ketiga, izinkan dirimu jelek di awal.

Hasil pertama hampir pasti tidak sempurna. Itu normal. Semua orang yang sekarang terlihat hebat pernah menghasilkan karya yang biasa saja—hanya saja kita tidak melihatnya.

Keempat, konsisten lebih penting daripada cepat.

Lebih baik bergerak pelan tapi rutin daripada semangat besar di awal lalu berhenti. Dalam jangka panjang, konsistensi selalu mengalahkan motivasi sesaat.

Kelima, evaluasi sambil jalan, bukan sebelum jalan.

Kejelasan sering datang setelah melangkah, bukan sebelum. Banyak jawaban baru muncul justru ketika seseorang sudah mulai mencoba.

Mulai memang tidak menjamin langsung berhasil. Tetapi tidak mulai hampir selalu menjamin penyesalan.

2.6 Penutup

Gagal di umur 20-an adalah bagian dari pembelajaran hidup. Namun, tidak pernah memulai karena terlalu takut gagal justru dapat menjadi penyesalan terbesar.

GEN Z PRENUR bukan mereka yang tidak pernah jatuh, tetapi mereka yang berani melangkah meskipun belum yakin sepenuhnya.

BAGIAN 2 — PELUANG BISNIS DIGITAL NYATA

Bagian ini membahas peluang nyata yang bisa dimanfaatkan Gen Z di dunia digital. Bukan janji instan atau mimpi kosong, tetapi pilihan-pilihan realistis yang bisa dimulai dari nol, dengan sumber daya terbatas, dan berkembang seiring proses.

Bab 3.

Bisnis Digital yang Bisa Dimulai dari Nol

Banyak orang ingin memulai bisnis digital, tetapi langsung berhenti karena merasa tidak punya modal, tidak punya relasi, atau tidak punya pengalaman. Padahal, bisnis digital justru lahir dari keterbatasan. Internet membuat jarak, modal, dan latar belakang menjadi kurang relevan dibandingkan nilai dan konsistensi.

Bisnis digital bukan soal siapa yang paling kaya di awal, tetapi siapa yang paling cepat belajar dan berani memulai.

3.1 Bisnis Digital Tidak Selalu Butuh Modal Uang

Ketika mendengar kata bisnis, banyak orang langsung membayangkan modal besar. Dalam bisnis digital, modal utama justru adalah waktu, kemauan belajar, dan keberanian mencoba.

Banyak model bisnis digital yang bisa dimulai tanpa uang, seperti:

- Jasa berbasis skill (desain, menulis, editing, admin media sosial)
- Affiliate marketing
- Content creator berbasis niche tertentu
- Dropship dan print-on-demand

Uang memang membantu, tetapi bukan syarat utama untuk memulai.

3.2 Skill Adalah Produk Pertama

Di dunia digital, skill adalah produk. Ketika seseorang memiliki kemampuan tertentu dan mampu menyelesaikan masalah orang lain, di situlah nilai muncul.

Skill tidak harus langka. Yang penting adalah:

- Bisa digunakan
- Bisa dikembangkan
- Bisa ditawarkan

Skill sederhana yang dikerjakan dengan konsisten sering kali lebih menghasilkan daripada skill hebat yang tidak pernah dipakai.

Contoh:

1. Skill: Edit Video (HP aja cukup)

Skill-nya:

Edit video pendek (CapCut, VN, InShot)

Action-nya:

- Edit video TikTok / Reels temen
- Bikin konten quote, podcast potongan, atau video gereja
- Upload hasil edit ke IG / TikTok:
"Edit pakai HP, belajar otodidak"

:: Awalnya gratis → lama-lama **dibayar per video**

2. Skill: Nulis Caption & Copywriting

Skill-nya:

Nulis caption jualan, quotes, atau story IG

Action-nya:

- Bantu UMKM nulis caption IG
- Tulis ulang caption toko online biar lebih menarik
- Posting contoh caption di akun sendiri

::: Skill nulis + konsisten = **order DM datang sendiri**

3. Skill: Desain Sederhana

Skill-nya:

Desain pakai Canva

Action-nya:

- Bikin poster event, flyer, feed IG
- Upload hasil desain ke status WA
- Tawarkan: *"Bisa bikin desain cepat & murah"*

:: Bukan jago Photoshop, tapi **berguna & cepat**

4. Skill: Admin Media Sosial

Skill-nya:

Posting, balas DM, upload konten

Action-nya:

- Pegang akun IG toko kecil
- Jadwalin posting
- Balas komentar & chat

:: Skill ini **remeh tapi dicari banyak orang**

5. Skill: Ngomong Depan Kamera

Skill-nya:

Public speaking versi digital

Action-nya:

- Review barang
- Cerita pengalaman hidup
- Sharing insight singkat (30–60 detik)

:: Bukan soal tampang, tapi **keberanian mulai**

7. Skill: Ngajar / Jelasin Sesuatu**Skill-nya:**

Menjelaskan hal sederhana dengan jelas

Action-nya:

- Bikin thread / video “cara pakai Excel dasar”
- Tutor adik kelas
- Share ilmu di TikTok / YouTube

:: Skill ngajarin = **nilai + trust**

Intinya Buat Gen Z

Skill kecil + action konsisten = mesin uang pelan tapi pasti

Bukan:

- Nunggu jago
- Nunggu alat mahal
- Nunggu diakui dulu

Tapi:

- Mulai dari HP
- Mulai dari nol
- Mulai dari sekarang

3.3 Contoh Bisnis Digital yang Realistis

Bisnis digital yang realistis biasanya tidak terdengar mewah di awal. Justru karena kesederhanaannya, bisnis ini lebih mudah dimulai.

Beberapa contoh:

- Freelancer pemula yang menawarkan jasa murah untuk membangun portofolio
- Akun konten edukasi kecil yang fokus pada satu topik
- Toko online berbasis sistem pre-order.

“Menawarkan jasa murah untuk membangun portofolio” itu maksudnya:

- **Sengaja pasang harga rendah (bahkan bisa gratis)**
- **Tujuannya bukan cari untung dulu**
- **Tapi buat ngumpulin contoh hasil kerja (portofolio)**

Yang terpenting bukan besar kecilnya hasil di awal, tetapi proses membangun fondasi.

3.4 Konsistensi Lebih Penting dari Ide Brilian

Banyak orang punya ide bagus, tetapi sedikit yang bertahan menjalankannya. Di bisnis digital, konsistensi sering mengalahkan kecerdasan.

Melakukan hal kecil setiap hari akan membawa hasil yang lebih besar dibandingkan menunggu momen sempurna.

3.5 Penutup

Bisnis digital bukan jalan pintas menuju kaya, tetapi jalan realistis menuju kemandirian. Dimulai dari nol bukan kelemahan, melainkan titik awal yang sama bagi semua orang.

Bab 4.

Personal Brand: Modal Gratis Paling Mahal

Di era digital, orang tidak hanya membeli produk. Mereka membeli kepercayaan. Di sinilah personal brand menjadi penting.

Personal brand bukan tentang pencitraan berlebihan, melainkan tentang bagaimana seseorang dikenal dan diingat.

4.1 Apa Itu Personal Brand Sebenarnya

Personal brand adalah persepsi orang lain terhadap diri kita. Ia terbentuk dari apa yang kita bagikan, bagaimana kita bersikap, dan nilai apa yang kita bawa.

Personal brand tidak harus dibuat-buat. Justru yang paling kuat adalah yang paling jujur dan konsisten.

4.2 Semua Orang Sudah Punya Personal Brand

Disadari atau tidak, setiap orang sudah memiliki personal brand. Pertanyaannya bukan punya atau tidak, tetapi dikendalikan atau dibiarkan.

Media sosial mempercepat pembentukan citra. Apa yang kita unggah hari ini bisa menjadi kesan jangka panjang.

4.3 Personal Brand sebagai Aset Jangka Panjang

Personal brand adalah aset yang nilainya terus bertambah jika dirawat.

Dengan personal brand yang jelas:

- Peluang datang lebih mudah
- Kepercayaan terbentuk lebih cepat
- Nilai diri meningkat tanpa harus selalu menjual

Ini adalah modal gratis, tetapi membutuhkan kesabaran.

4.4 Membangun Personal Brand dengan Jujur dan Otentik

Personal brand bukan soal tampil sempurna. Justru **kejujuran dan proses** yang membuat orang terhubung.

Mulailah dari:

- **Satu topik** yang dikuasai atau sedang dipelajari
- **Satu platform** utama
- **Satu gaya komunikasi** yang konsisten

Tidak perlu viral. Yang penting **relevan dan otentik**.

4.5 Contoh Gen Z yang Sukses Bangun Personal Brand

1. Jerome Polin – “Iseng Upload, Kok Ditonton Banyak?”

Awal isengnya:

- Upload video matematika + kehidupan mahasiswa di Jepang
- Awalnya cuma buat seru-seruan dan dokumentasi pribadi

Yang bikin beda:

- Gaya santai, polos, tapi konsisten
- Matematika dibikin nggak serem

Personal brand terbentuk:

“Anak pintar tapi ramah & relatable”

Hasil akhirnya:

- YouTuber edukasi besar
- Brand ambassador
- Bisnis + pendidikan

:: **Pelajaran:** Iseng + konsisten + jujur = brand kuat

2. Fadil Jaidi – “Iseng Ngerjain Bapak”

Awal isengnya:

- Cuma rekam interaksi lucu sama ayahnya
- Tanpa konsep bisnis

Yang bikin meledak:

- Kejujuran, spontan, dan keluarga apa adanya

Personal brand terbentuk:

:: “Anak Gen Z yang hangat, family man, lucu natural”

Hasil akhirnya:

- Endorsement mahal
- TV, YouTube, brand besar

Pelajaran: Jadi diri sendiri itu mahal harganya

3. Abel Cantika – “Iseng Review Skincare”

Awal isengnya:

- Cuma share pengalaman pakai skincare
- Kamera seadanya

Yang bikin naik:

- Review jujur, edukatif, bukan lebay
- Konsisten di satu niche

Personal brand terbentuk:

:: “Cewek pintar skincare, terpercaya”

Hasil akhirnya:

- Beauty influencer
- Brand sendiri

Pelajaran: Iseng + fokus niche = dipercaya

4. Gita Savitri – “Iseng Nulis & Cerita Hidup”

Awal isengnya:

- Nulis dan share opini hidup di medsos
- Tanpa target viral

Yang bikin kuat:

- Berani beda
- Konten bernilai & reflektif

Personal brand terbentuk:

:: “Cewek Gen Z kritis, berisi, berani jujur”

Hasil akhirnya:

- Penulis
- Speaker
- Influencer intelektual

:: **Pelajaran:** Isi kepala itu aset

4.6 Tips Membuat Video Viral dari Pengalaman Pribadi

Berdasarkan pengalaman saya sendiri, video bisa viral kalau **kontennya jujur, relevan, dan strategi tepat**. Contohnya, jika di YouTube ketik keyword “**balasan purnama**”, video saya muncul paling atas pencarian.

Tips praktis:

1. **Pilih Konten yang Ada Cerita / Emosi**
 - Orang suka video yang bikin mereka **merasakan sesuatu** (terhibur, terinspirasi, tersentuh).
2. **Gunakan Keyword Strategis**
 - Keyword harus muncul di **judul, deskripsi, dan tag** video.
 - Contoh: keyword “**balasan purnama**” bikin video mudah dicari.
3. **Konsisten & Otentik**
 - Jangan paksakan viral, fokus ke **konten jujur & sesuai gaya sendiri**.
 - Konsistensi membuat algoritma YouTube “menyukai” channel kamu.
4. **Thumbnail & Hook Menarik**
 - Gambar thumbnail jelas & judul bikin penasaran, tapi **hindari clickbait**.
5. **Belajar dari Data / Insight**
 - Cek analytics: video mana yang paling banyak ditonton → ulangi formula yang sukses.

Pelajaran: Viral itu bukan cuma keberuntungan, tapi kombinasi **konten bagus + keyword tepat + konsisten + jujur**.

4.7 Penutup

Personal brand adalah investasi jangka panjang di dunia digital. Ketika uang habis, personal brand tetap tinggal. Ketika tren berganti, kepercayaan tetap bernilai.

GEN Z PRENEUR yang memahami ini tidak hanya membangun bisnis, tetapi membangun dirinya sendiri.

BAGIAN 3 — STRATEGI PRAKTIS GEN-Z

Di bagian ini, kamu diajak turun ke level paling praktis. Kamu akan belajar bagaimana memanfaatkan alat yang sudah kamu punya, kebiasaan yang sudah kamu jalani, dan waktu yang tersedia untuk menghasilkan nilai nyata.

Tidak ada teori rumit. Tidak ada konsep bertele-tele. Fokusnya adalah **langkah-langkah kecil** yang bisa langsung kamu coba dan kembangkan sendiri.

Bab 5. Dari HP Jadi Mesin Uang

Bagi Gen Z, ponsel bukan barang mewah. Ia sudah menjadi bagian dari hidup sehari-hari. Masalahnya bukan pada alatnya, tetapi pada cara menggunakannya. Di tangan yang tepat, HP bukan sekadar alat hiburan, tetapi bisa berubah menjadi mesin penghasil uang.

Bab ini tidak membahas cara cepat kaya, tetapi cara realistis memanfaatkan HP untuk menciptakan peluang.

5.1 HP Sudah Cukup, Asal Dipakai dengan Tujuan

Banyak orang menunda memulai karena merasa perangkatnya kurang canggih. Padahal, sebagian besar aktivitas digital bisa dilakukan hanya dengan HP.

Dengan HP, seseorang bisa:

- Membuat dan mengunggah konten
- Berkomunikasi dengan klien
- Mengelola akun media sosial
- Belajar skill baru

Yang dibutuhkan bukan alat baru, tetapi tujuan yang jelas.

5.2 Media Sosial Bukan Hanya untuk Hiburan

Waktu yang dihabiskan di media sosial sebenarnya adalah aset. Sayangnya, aset ini sering habis untuk konsumsi tanpa produksi.

Mengubah HP menjadi mesin uang dimulai dari perubahan sederhana: lebih banyak membuat daripada menonton.

Konten tidak harus sempurna. Yang penting konsisten dan relevan.

5.3 Pilih Satu Jalur, Jangan Semua Dicoba Sekaligus

Kesalahan umum pemula adalah mencoba terlalu banyak hal dalam waktu bersamaan. Akibatnya, tidak ada yang berkembang.

Pilih satu jalur terlebih dahulu, misalnya:

- Konten edukasi sederhana
- Jasa berbasis skill
- Affiliate produk yang dipahami

Fokus selama beberapa bulan jauh lebih efektif daripada lompat-lompat tanpa arah.

5.4 Disiplin Kecil Lebih Berharga dari Motivasi Besar

Motivasi sering naik turun. Yang menentukan hasil justru disiplin harian.

Mengalokasikan waktu 30–60 menit per hari untuk aktivitas produktif jauh lebih realistis daripada rencana besar yang jarang dijalankan.

5.5 PRAKTIKUM WAJIB: Konten Pertama dari HP

Bab ini tidak menuntut kamu jago, viral, atau langsung menghasilkan uang. Targetnya cuma satu: **berhenti jadi penonton, mulai jadi pembuat.**

Banyak Gen Z merasa belum siap karena belum punya konsep, belum percaya diri, atau takut dinilai. Padahal, hampir semua kreator dan pelaku bisnis digital memulai dari konten yang biasa saja.

Praktikum ini dirancang agar bisa dilakukan **hanya dengan HP**, dalam waktu **30–60 menit**, tanpa alat mahal.

Tujuan Praktikum

- Melatih keberanian memulai
- Mengubah HP dari alat konsumsi menjadi alat produksi
- Membuktikan bahwa membuat konten itu mungkin dilakukan siapa saja

Alat yang Digunakan

- HP
- Salah satu aplikasi berikut (pilih satu):
 - CapCut
 - Canva

Tidak perlu menguasai semuanya. Satu saja cukup.

Langkah Praktis

1. **Pilih satu ide sederhana**

Ide tidak perlu orisinal. Ambil dari pengalaman sendiri, misalnya:

- Hal yang baru dipelajari
- Tips sederhana yang kamu pahami
- Kalimat refleksi dari pengalaman hidup

2. **Buat konten versi paling sederhana**

Gunakan template yang sudah tersedia di CapCut atau Canva.

Fokus pada teks dan pesan, bukan efek.

3. **Batasi waktu pengerjaan**

Maksimal 60 menit.

Tujuannya bukan sempurna, tetapi selesai.

4. **Simpan hasilnya**

Upload **boleh**, tidak upload **tidak apa-apa**.

Yang penting: satu konten selesai dibuat.

Target Praktikum

- ✓ Satu konten jadi
- ✓ Tidak perlu viral
- ✓ Tidak perlu bagus

Jika kontennya terasa “biasa saja”, itu tandanya kamu normal.

Contoh Konten :

Jika masih bingung harus membuat konten seperti apa, gunakan salah satu contoh berikut. Tidak perlu dimodifikasi. Cukup jalankan.

Contoh 1 — Konten Refleksi Sederhana

Format: Teks di video (Canva / CapCut)

Isi teks:

“Dulu aku pikir harus jago dulu baru mulai.

Ternyata mulai dulu yang bikin pelan-pelan jago.”

- Cocok untuk pemula total
- Tidak perlu tampil wajah

Contoh 2 — Konten Pengalaman Pribadi Singkat

Format: Video + teks

Isi teks:

“Hari ini aku sadar,

scroll 1 jam nggak ngubah apa-apa.

Tapi bikin 1 konten, ngubah caraku mikir.”

- Aman untuk semua topik
- Relevan dengan Gen Z

Contoh 3 — Konten Edukasi Mini

Format: Teks berurutan (3 slide / 3 cut)

Isi teks:

“3 Hal yang Baru Aku Pelajari Minggu Ini

- Mulai itu lebih penting dari rencana
- Konten pertama nggak harus bagus
- Konsisten kecil lebih kuat dari niat besar”

- Cocok untuk TikTok / Reels
- Bisa dikembangkan jadi niche edukasi

Contoh 4 — Konten Skill Ringan

Format: Screen record + teks

Isi teks:

“Belajar edit video pakai HP.

Masih jelek, tapi jalan.”

- Cocok untuk CapCut
- Modal screen record + teks

Contoh 5 — Konten Pernyataan Jujur

Format: Video statis + teks

Isi teks:

“Aku belum sukses.

Tapi aku sudah mulai.”

- Sangat relevan untuk Gen Z
- Aman, tidak pamer, tidak menggurui

Catatan dari Penulis :

Tidak ada format terbaik.

Yang ada hanyalah konten yang jadi dan konten yang tidak pernah dibuat.

Jika kamu bisa membuat satu dari contoh di atas, berarti praktikum 5.5 berhasil.

Catatan Penting

Banyak orang gagal bukan karena tidak mampu, tetapi karena tidak pernah memberi dirinya izin untuk memulai. Konten pertama hampir selalu jelek. Itu bukan kegagalan, itu proses. Keberanian membuat konten pertama jauh lebih penting daripada kualitas konten itu sendiri.

Refleksi Singkat

Setelah praktikum ini, tanyakan pada diri sendiri:

- Apakah ternyata membuat konten tidak sesulit yang dibayangkan?
- Apa satu hal kecil yang bisa diperbaiki di konten berikutnya?
- Perbaiki datang setelah produksi, bukan sebelum.

5.6 PRAKTIKUM: Pilih 1 Skill & Latihan 7 Hari

Setelah konten pertama dibuat, langkah berikutnya bukan mencoba banyak hal sekaligus, tetapi **memilih satu skill dan melatihnya secara konsisten**. Banyak Gen Z berhenti bukan

karena tidak mampu, tetapi karena terlalu cepat berpindah fokus.

Praktikum ini membantu kamu membangun kebiasaan kecil yang realistis, tanpa tekanan harus langsung ahli.

Tujuan Praktikum

- Menentukan satu skill awal yang bisa dikembangkan
- Melatih konsistensi, bukan kesempurnaan
- Membuktikan bahwa kemajuan datang dari pengulangan

Pilih Satu Skill (WAJIB SATU SAJA)

Pilih yang **paling dekat dengan kebiasaanmu**, bukan yang paling terlihat keren.

Opsi Skill Awal:

- Edit video pendek (CapCut)
 - Desain konten sederhana (Canva)
 - Menulis caption & teks pendek
 - Bicara depan kamera (tanpa edit rumit)
- Jangan memilih lebih dari satu
- Fokus 7 hari penuh

Aturan Latihan 7 Hari

- Waktu latihan: **30–60 menit per hari**
- Alat: **HP saja**
- Target harian: **1 karya kecil**

Tidak perlu upload setiap hari. Produksi tetap lebih penting daripada publikasi.

Contoh Pola Latihan

Jika memilih edit video (CapCut):

- Hari 1–2: tiru template
 - Hari 3–4: ganti teks & musik
 - Hari 5–6: modifikasi transisi
 - Hari 7: buat versi sendiri
- Tidak perlu hasil bagus
- Yang penting selesai

Jika memilih desain (Canva):

- Hari 1–2: pakai template
- Hari 3–4: ganti warna & font
- Hari 5–6: konsisten satu gaya
- Hari 7: desain tanpa template

Fokus rapi, bukan ramai

Jika memilih menulis caption:

- Hari 1–2: tulis ulang caption orang lain
- Hari 3–4: ringkas jadi versi sendiri
- Hari 5–6: buat dari pengalaman pribadi
- Hari 7: tulis tanpa contoh

Jujur lebih penting dari pinter

Target Praktikum

- ✓ 7 karya kecil selesai
- ✓ Tidak harus viral
- ✓ Tidak harus dipuji

Jika dalam 7 hari kamu merasa “lebih cepat” atau “lebih percaya diri”, berarti praktikum berhasil.

Kesalahan yang Harus Dihindari

- Ganti-ganti skill di tengah jalan
 - Terlalu lama mikir konsep
 - Berhenti karena hasil terasa biasa
- Semua orang merasa biasa di awal
- Yang beda hanya yang bertahan

Cara Melihat & Menggunakan Template di CapCut (Mobile)

Di CapCut versi mobile, template sudah disediakan dan bisa langsung dipakai tanpa harus edit dari nol.

Langkahnya:

1. **Buka aplikasi CapCut**
2. Di halaman awal, pilih menu “**Template**”
(biasanya ada di bagian bawah layar)

3. Scroll dan pilih template video pendek
(banyak yang memang dibuat untuk TikTok / Reels)
4. Ketuk template yang dipilih
5. Pilih tombol **“Gunakan Template”**
6. Masukkan foto atau video dari galeri HP
7. CapCut akan otomatis menyusun video
8. Ganti teks sesuai kebutuhan
9. Simpan hasilnya

- Tidak perlu mengubah efek
 - Tidak perlu mengerti timeline
 - Fokus pada teks dan pesan
-

Catatan Penting untuk Hari 1-2

Pada tahap ini:

- jangan utak-atik terlalu banyak
 - jangan ganti semua efek
 - jangan kejar hasil bagus
- Tujuannya hanya satu: **paham alur konten**
 - Edit rapi itu urusan hari ke-5 ke atas

Refleksi Akhir

Setelah 7 hari, tanyakan pada diri sendiri:

- Skill mana yang paling nyaman dijalankan?
- Bagian mana yang paling ingin diperbaiki?

- Apakah konsistensi kecil terasa lebih realistis daripada niat besar?

Skill tidak dibangun dari bakat, tetapi dari keberanian mengulang.

5.7 PRAKTIKUM: Dari Konten ke Uang Pertama

Konten yang dibuat tanpa tujuan akan berhenti sebagai hiburan. Namun konten yang diarahkan dengan sederhana bisa menjadi pintu menuju penghasilan pertama. Praktikum ini tidak menargetkan jumlah besar, tetapi **membuktikan bahwa uang dari internet itu nyata dan bisa diulang.**

Target uang pertama tidak harus besar. Bahkan **Rp50.000–Rp100.000** sudah cukup untuk mengubah cara pandang seseorang terhadap usaha digital.

Tujuan Praktikum

- Mengalami transaksi pertama dari skill digital
- Melatih keberanian menawarkan, bukan menunggu
- Membuktikan bahwa skill sederhana bisa bernilai

Prinsip Dasar

Uang pertama jarang datang dari orang asing.
Ia hampir selalu datang dari **lingkar terdekat.**

- Jangan tunggu viral
- Jangan tunggu jago

Langkah Praktis

1. Tentukan jasa kecil yang jelas

Pilih satu yang sudah kamu latih di 5.6, misalnya:

- Edit video pendek
- Desain konten sederhana
- Menulis caption
- Admin media sosial ringan

2. Siapkan contoh sederhana

Tidak perlu portofolio profesional.

Cukup 1–3 contoh hasil latihan.

Contoh lebih penting daripada janji

3. Tawarkan ke lingkaran terdekat

Hubungi 5–10 orang:

- teman
- UMKM kecil
- panitia kegiatan
- akun online shop kecil

Contoh pesan sederhana:

“Aku lagi belajar edit video/desain.

Kalau butuh konten IG/TikTok, aku bisa bantu.

Murah dulu / latihan.”

- Jangan malu
- Ini latihan, bukan jualan agresif

4. Pasang harga kecil dan jujur

Harga awal bukan untuk kaya, tapi untuk belajar:

- Rp10.000–Rp25.000 per konten
- atau paket kecil (misalnya 5 konten)

Harga kecil yang dibayar lebih bernilai daripada gratis selamanya

5. **Kerjakan dengan rapi & tepat waktu**

Uang pertama sering datang lagi bukan karena skill, tetapi karena:

- tepat waktu
- komunikasi baik
- mau revisi ringan

Target Praktikum

- ✓ 1 klien pertama
- ✓ 1 transaksi nyata
- ✓ Uang pertama masuk

Jumlah tidak penting. Pengalaman jauh lebih berharga.

Kesalahan Umum yang Harus Dihindari

- Menunggu viral dulu baru jualan
 - Takut nawar karena belum merasa ahli
 - Memberi gratis terus tanpa batas
- Belajar boleh gratis
- Tapi nilai harus dihargai

Refleksi Akhir

Setelah uang pertama didapat, tanyakan:

- Skill mana yang paling laku?
- Proses mana yang paling mudah diulang?
- Bagian mana yang perlu diperbaiki?

Uang pertama bukan akhir, tetapi **bukti bahwa kamu bisa membangun sistem kecil.**

5.8 Penutup

HP tidak akan menghasilkan apa-apa jika hanya digunakan untuk hiburan. Namun ketika dipakai dengan tujuan, disiplin, dan keberanian untuk mencoba, alat sederhana ini bisa menjadi pintu masuk menuju peluang nyata.

Bab ini tidak bertujuan membuat siapa pun langsung berhasil. Tujuannya lebih sederhana: membuktikan bahwa produksi itu mungkin, konsistensi itu bisa dilatih, dan nilai bisa diciptakan bahkan dari skill yang masih berkembang.

Konten pertama, latihan 7 hari, dan tawaran jasa kecil bukan langkah besar. Namun dari langkah-langkah inilah kepercayaan diri mulai terbentuk. Bukan dari teori, melainkan dari pengalaman langsung.

Bab berikutnya akan membawa proses ini satu tingkat lebih konkret: **mengubah usaha kecil menjadi hasil nyata berupa uang pertama dari internet.** Jumlahnya mungkin tidak besar, tetapi maknanya sering kali sangat menentukan.

Dari sinilah banyak perjalanan GEN Z PRENEUR benar-benar dimulai.

Bab 6.

Uang Pertama dari Internet (Target Rp100 Ribu Pertama)

Uang pertama dari internet sering kali kecil. Namun secara mental, inilah momen yang paling besar. Ia mengubah keraguan menjadi keyakinan, dan teori menjadi pengalaman nyata.

Bab ini tidak membahas cara cepat kaya. Fokusnya satu: **membantu Gen Z membuktikan bahwa usahanya bisa menghasilkan uang—meski kecil, meski sederhana.**

6.1 Kenapa Target Rp100.000 Itu Penting

Banyak orang gagal bukan karena kurang mampu, tetapi karena memasang target terlalu tinggi di awal. Target besar terlihat memotivasi, tetapi sering kali justru melumpuhkan.

Target Rp100.000 pertama bukan soal jumlah uangnya, tetapi soal bukti bahwa:

- skill yang dilatih punya nilai,
- sistem yang dijalankan bisa bekerja,
- dan usaha digital bukan sekadar wacana.

Rp100.000 pertama = bukti, bukan tujuan akhir

Dari bukti kecil inilah kepercayaan diri mulai tumbuh.

6.2 Prinsip Dasar Mendapatkan Uang Pertama

Ada satu kesamaan dari hampir semua uang pertama di dunia digital:

datangnya sederhana dan tidak dramatis.

Biasanya uang pertama datang dari:

- orang yang sudah mengenal kita,
- kebutuhan kecil,
- atau masalah sederhana yang bisa diselesaikan.

- Jangan tunggu viral

- Jangan tunggu sempurna

Uang pertama datang bukan karena hebat, tetapi karena **berani menawarkan.**

6.3 Cara Realistis Mendapatkan Uang Pertama

Pilih **SATU** cara, jangan semua.

Pilihan paling realistis:

- Menjual jasa kecil (edit video, desain, caption)
- Menjadi admin media sosial ringan
- Affiliate produk yang benar-benar digunakan
- Membantu tugas digital ringan (legal & etis)

- Fokus pada satu pintu
 - Jangan lompat sebelum berhasil
-

6.4 Jangan Tunggu Sempurna untuk Menjual

Kesalahan umum pemula adalah menunda menawarkan jasa karena merasa:

- skill belum cukup
- hasil belum rapi
- belum pantas dibayar

Padahal, **kesiapan sering datang setelah praktik**, bukan sebelumnya.

- Skill berkembang karena klien
- Bukan klien datang karena skill sempurna

Belajar sambil jalan bukan kelemahan, tetapi strategi.

6.5 PRAKTIKUM: Rp100.000 Pertama (Step-by-Step)

Target:

- ✓ 1 transaksi nyata
- ✓ Rp50.000–Rp100.000 masuk

Langkah:

1. Tentukan 1 jasa kecil

2. Siapkan 1–3 contoh hasil
3. Tawarkan ke lingkaran terdekat
4. Pasang harga kecil & jujur
5. Kerjakan rapi & tepat waktu

- Jangan kejar untung
 - Kejar pengalaman yang bisa diulang
-

6.6 Dari Uang Kecil ke Sistem yang Bisa Diulang

Uang pertama bukan akhir. Yang lebih penting adalah **memahami polanya**.

Setelah transaksi pertama, lakukan evaluasi sederhana:

- Dari mana uang datang?
 - Proses mana yang paling mudah?
 - Apa yang bisa dipercepat atau diperbaiki?
- Uang kecil yang bisa diulang lebih berharga
 - daripada uang besar yang cuma sekali

Di sinilah usaha kecil mulai berubah menjadi sistem.

6.7 Naik Level Tanpa Kehilangan Arah

Setelah sistem kecil terbentuk, barulah berpikir naik level:

- menaikkan harga perlahan,

- menambah klien dengan kapasitas yang sama,
- atau memperbaiki kualitas layanan.

- Jangan lompat terlalu jauh
- Naik pelan tapi stabil

Pertumbuhan yang sehat selalu datang dari pengulangan, bukan keberuntungan.

6.8 Penutup

Rp100.000 pertama mungkin terlihat kecil di mata orang lain. Namun bagi banyak Gen Z, itulah momen ketika mereka berhenti bertanya *“bisa atau tidak”* dan mulai berkata *“ternyata bisa.”*

Dari sinilah pola baru terbentuk: belajar, mencoba, mengevaluasi, lalu mengulang. Bukan dengan langkah besar, tetapi dengan langkah yang konsisten.

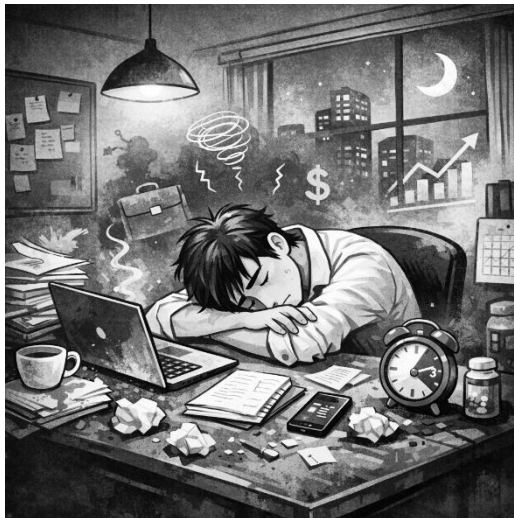
GEN Z PRENEUR tidak menunggu besar untuk bergerak. Mereka bergerak dari kecil, memahami proses, dan membangun kepercayaan diri dari pengalaman nyata.

BAGIAN 4 — REALITA, ETIKA, DAN NILAI HIDUP

Di bagian ini, pembaca diajak berhenti sejenak dan melihat gambaran yang lebih besar. Setelah membahas peluang, strategi, dan uang, ada aspek penting yang sering luput dari perhatian dalam kewirausahaan digital, seperti kelelahan, tekanan sosial, dan pertanyaan tentang makna hidup (Twenge, 2017).

Bagian ini tidak bertujuan mematahkan semangat, tetapi membantu agar langkah yang diambil tetap sehat, seimbang, dan bernilai—baik di dunia digital maupun dalam kehidupan nyata.

Bab 7. Hustle Culture Itu Overrated



Di media sosial, kerja keras sering digambarkan sebagai hidup tanpa henti: bangun pagi, tidur larut, dan selalu sibuk. Hustle culture kerap dipromosikan seolah-olah kelelahan adalah tanda kesuksesan. Padahal, budaya kerja yang menormalisasi kelelahan justru berisiko menurunkan kesejahteraan dan produktivitas jangka panjang (Twenge, 2017).

Kerja keras itu penting. Namun, hidup yang hanya diisi kerja tanpa batas justru bisa menjadi jebakan.

7.1 Kerja Keras Bukan Berarti Mengorbankan Diri

Banyak orang salah paham antara disiplin dan eksploitasi diri. Bekerja dengan sungguh-sungguh berbeda dengan memaksa diri terus berjalan meski sudah kelelahan.

Produktivitas yang sehat memberi ruang untuk istirahat, refleksi, dan kehidupan personal. Tanpa keseimbangan tersebut, kualitas keputusan dan hasil kerja justru menurun dalam jangka panjang (Drucker, 2007).

7.2 Media Sosial dan Romantisasi Sibuk

Media sosial sering menampilkan kerja tanpa henti sebagai sesuatu yang patut dibanggakan. Yang jarang ditampilkan adalah kelelahan mental, relasi yang rusak, dan tubuh yang diabaikan.

Fenomena ini memperkuat ilusi bahwa kesibukan identik dengan produktivitas, padahal keduanya tidak selalu berjalan beriringan (Twenge, 2017).

7.3 Batasan Adalah Bentuk Kedewasaan

Menetapkan batasan bukan tanda malas, melainkan tanda kedewasaan dan kesadaran diri. Dalam konteks kerja modern, kemampuan menetapkan batas justru membantu menjaga energi dan kualitas pengambilan keputusan (Drucker, 2007).

Batasan bisa berupa:

- Jam kerja yang jelas
- Waktu offline yang disengaja
- Prioritas di luar pekerjaan

Dengan batasan yang sehat, produktivitas menjadi lebih berkelanjutan.

7.4 Hidup Bukan Perlombaan Tanpa Garis Akhir

Setiap orang memiliki ritme hidup yang berbeda. Membandingkan diri dengan orang lain, terutama melalui media sosial, sering kali menciptakan tekanan psikologis yang tidak perlu (Twenge, 2017).

Bergerak pelan tetapi konsisten sering kali lebih berkelanjutan dibanding berlari cepat lalu berhenti total.

7.5 Contoh Kasus Nyata

Andi kerja 12 jam sehari. Notifikasi nyala terus. Tapi setelah 6 bulan,

- tabungan nggak signifikan
- badan gampang capek
- ide malah mandek

Refleksi singkat:

Masalahnya bukan kurang kerja keras, tetapi tidak memiliki batas dan arah yang jelas.

7.6 Praktikum 1 – Audit Energi Harian

Tools: Kertas / Notes HP / Google Keep

Instruksi:

Selama 3 hari berturut-turut, catat aktivitas harianmu menggunakan tabel sederhana berikut::

Aktivitas	Durasi	Bikin Energi Naik / Turun
Scroll medsos	1 jam	Turun
Kerja fokus	2 jam	Naik
Chat nggak penting	45 mnt	Turun

Makanya audit energi ini penting. Bukan untuk menambah jam kerja, tapi untuk:

- tahu aktivitas mana yang **ngisi tenaga**
- tahu aktivitas mana yang **nguras tanpa sadar**
- dan berani **memotong yang tidak perlu**

Produktivitas bukan tentang menambah jam kerja, tetapi tentang mengurangi kebocoran energi—sebuah prinsip

penting dalam pengelolaan kerja modern (Ries, 2011).

7.7 Praktikum 2 – Boundary Setting Canvas

Tools: Google Docs / Notion / Kertas

Isi 3 kolom:

1. Hal yang WAJIB aku jaga
(kesehatan, keluarga, ibadah, tidur)
2. Hal yang BOLEH fleksibel
3. Hal yang HARUS aku batasi

7.8 Penutup

Kerja keras tetap penting. Namun, hidup yang seimbang jauh lebih bernilai. Hustle culture boleh dipelajari, tetapi tidak harus dijalani sepenuhnya. Keseimbangan antara produktivitas dan kesehatan menjadi kunci keberlanjutan jangka panjang (Drucker, 2007).

Bab 8.

Sukses, Uang, dan Nilai Hidup di Era Digital



Era digital membuka banyak peluang, termasuk peluang finansial. Namun, penelitian menunjukkan bahwa uang dan popularitas tidak selalu berbanding lurus dengan kepuasan hidup jika tidak disertai nilai yang jelas (Twenge, 2017).

Bab ini mengajak pembaca mendefinisikan ulang arti sukses.

8.1 Uang Itu Alat, Bukan Tujuan Akhir

Uang memudahkan hidup, memberi pilihan, dan membuka kesempatan. Namun, ketika uang dijadikan satu-satunya tujuan, banyak aspek penting kehidupan berisiko terabaikan.

Menjadikan uang sebagai alat, bukan tujuan akhir, membantu individu mengambil keputusan yang lebih bijak dan berkelanjutan (Drucker, 2007).

8.2 Sukses Tidak Selalu Terlihat di Layar

Di media sosial, sukses sering diukur dari angka: pengikut, tayangan, dan pendapatan. Padahal, banyak bentuk keberhasilan yang tidak terlihat, seperti kesehatan mental, relasi yang sehat, dan rasa cukup.

Fenomena ini menegaskan bahwa indikator kesuksesan digital sering kali bersifat semu dan tidak mencerminkan kondisi nyata seseorang (Twenge, 2017).

8.3 Nilai Hidup sebagai Kompas Digital

Di tengah banjir informasi dan peluang, nilai hidup berfungsi sebagai kompas dalam mengambil keputusan.

Nilai membantu menjawab pertanyaan penting:

- Pekerjaan seperti apa yang ingin dijalani?
- Batas apa yang tidak ingin dilanggar?
- Kesuksesan versi siapa yang ingin dikejar?

Dalam ekonomi digital, nilai personal berperan sebagai pengarah agar teknologi tetap menjadi alat, bukan pengendali (Tapscott, 2009; Sianturi, 2025).

8.4 Menjadi Relevan Tanpa Kehilangan Diri

Beradaptasi dengan perubahan zaman adalah keharusan. Namun, adaptasi tidak berarti kehilangan jati diri.

GEN Z PRENEUR yang kuat adalah mereka yang mampu memanfaatkan teknologi secara sadar dan strategis tanpa kehilangan nilai hidup yang diyakini (Tapscott, 2009).

8.5 Penutup

Sukses sejati bukan hanya tentang uang dan pencapaian, tetapi tentang hidup yang selaras dengan nilai yang diyakini. Di era digital yang serba cepat, kemampuan menjaga arah dan makna hidup merupakan keunggulan yang tidak tergantikan (Sianturi, 2025).

BAGIAN 5 — ACTION PLAN

Di bagian ini, kamu tidak lagi hanya membaca—kamu mulai bertindak. Setelah memahami cara berpikir, melihat peluang,

menyusun strategi, dan memaknai nilai hidup, sekarang waktunya mengambil langkah nyata.

Rencana tindakan ini tidak menuntut kamu menjadi sempurna. Tujuannya sederhana: **membuat kamu mulai**. Karena dari langkah kecil yang dilakukan terus-menerus, perubahan besar akan tercipta.

Kamu tidak perlu alat baru. Kamu tidak perlu modal besar. Yang kamu butuhkan hanyalah **komitmen kecil** yang dijalankan dengan konsisten selama **30 hari**.

Bab 9.

30 Hari Menjadi GEN-Z PRENEUR

Tiga puluh hari bukan waktu yang cukup untuk mengubah hidup sepenuhnya. Namun, tiga puluh hari cukup untuk membangun kebiasaan baru, membuktikan bahwa perubahan itu mungkin, dan menumbuhkan kepercayaan diri.

Bab ini adalah panduan sederhana, fleksibel, dan realistis. Silakan menyesuaikan dengan kondisi masing-masing.

9.1 Minggu 1 — Menentukan Arah dan Fondasi

Fokus: sadar tujuan dan memilih satu jalur.

Hari 1–2: Refleksi Diri

- Tulis alasan kenapa ingin memulai
- Tentukan target sederhana (misalnya Rp100 ribu pertama)
- Pilih satu platform utama (Instagram, TikTok, atau WhatsApp)

Hari 3–4: Pilih Jalur Utama

- Pilih satu jalur: konten, jasa, atau affiliate
- Tentukan topik atau skill utama
- Amati 3 akun atau orang yang sudah berjalan di jalur tersebut

Hari 5–7: Persiapan Sederhana

- Rapikan profil media sosial
- Tentukan gaya komunikasi yang nyaman
- Buat rencana aktivitas mingguan

9.2 Minggu 2 — Mulai Bergerak dan Muncul

Fokus: mengatasi rasa takut dan mulai terlihat.

Hari 8–10: Produksi Pertama

- Buat konten sederhana atau tawaran jasa pertama
- Tidak perlu sempurna
- Fokus pada kejelasan, bukan keindahan

Hari 11–14: Konsistensi Awal

- Unggah atau tawarkan sesuatu secara rutin
 - Mulai berinteraksi dengan audiens kecil
 - Catat respon yang masuk
-

9.3 Minggu 3 — Uji Coba dan Perbaikan

Fokus: belajar dari respon nyata.

Hari 15–17: Evaluasi Ringan

- Konten atau pendekatan mana yang paling mendapat respon
- Bagian mana yang terasa sulit

Hari 18–21: Penyesuaian

- Perbaiki gaya komunikasi
 - Fokuskan energi ke hal yang paling efektif
 - Kurangi hal yang tidak berdampak
-

9.4 Minggu 4 — Monetisasi dan Penguatan Mental

Fokus: hasil pertama dan kesiapan mental.

Hari 22–24: Penawaran Nyata

- Tawarkan jasa, produk, atau link affiliate secara jelas
- Jangan takut ditolak

Hari 25–27: Uang Pertama dan Validasi

- Kejar target kecil (Rp100 ribu pertama)
- Catat prosesnya

Hari 28–30: Refleksi dan Rencana Lanjut

- Evaluasi apa yang berhasil dan tidak
- Tentukan langkah 30 hari berikutnya
- Rayakan progres sekecil apa pun

Catatan Penting

- Jika ada hari yang terlewat, jangan berhenti
 - Konsistensi lebih penting daripada kesempurnaan
 - Setiap orang punya kecepatan berbeda
-

9.5 Penutup

Menjadi GEN Z PRENEUR bukan tentang berubah dalam semalam, tetapi tentang berani memulai dan bertahan dalam proses.

Jika setelah 30 hari ini kamu belum besar, itu wajar. Namun jika setelah 30 hari ini kamu sudah bergerak, itu berarti kamu sudah selangkah lebih jauh dari versi dirimu yang kemarin.

Perjalanan ini tidak harus cepat. Yang penting, ia nyata dan terus berjalan.

Bab 10.

Skill Wajib GEN Z PRENEUR

Bab ini merangkum kemampuan-kemampuan inti yang perlu dikuasai oleh Gen Z untuk bertahan, berkembang, dan sukses sebagai GEN Z PRENEUR di era digital. Skill yang dibahas bukan skill elit yang hanya bisa dipelajari segelintir orang, melainkan keterampilan realistis yang dapat dilatih dari nol, dengan alat sederhana, dan relevan dengan kebutuhan zaman.

GEN Z PRENEUR tidak ditentukan oleh usia, latar belakang, atau modal besar. Ia ditentukan oleh kesiapan skill dan keberanian bertindak.

10.1. Skill Mindset: Berpikir sebagai Creator

Skill pertama dan paling mendasar bukanlah skill teknis, melainkan cara berpikir. Gen Z perlu menguasai mindset creator, yaitu pola pikir yang menempatkan diri sebagai pencipta nilai, bukan sekadar konsumen.

Berpikir sebagai creator berarti:

- Tidak hanya menikmati konten, tetapi terdorong untuk membuat
- Tidak menunggu sempurna untuk memulai
- Tidak hanya bertanya “apa yang aku dapat”, tetapi “apa yang bisa aku buat”

Mindset ini menjadi fondasi semua skill lain. Tanpa mindset creator, skill teknis mudah berhenti di tengah jalan.

10.2. Skill Digital Dasar: Mengubah HP Menjadi Alat Produksi

GEN Z PRENEUR wajib menguasai penggunaan HP sebagai alat kerja, bukan sekadar alat hiburan. Skill ini mencakup kemampuan dasar menggunakan aplikasi digital untuk produksi konten dan layanan.

Skill digital dasar meliputi:

- Membuat konten sederhana (teks, gambar, video pendek)
- Menggunakan aplikasi seperti CapCut, Canva, atau aplikasi sejenis
- Mengelola file, akun media sosial, dan komunikasi digital

Penguasaan skill ini tidak menuntut perangkat mahal. Yang dibutuhkan adalah tujuan yang jelas dan kemauan untuk berlatih.

10.3. Skill Spesifik: Satu Keterampilan yang Bisa Dijual

GEN Z PRENEUR tidak harus menguasai banyak hal sekaligus. Justru fokus pada satu skill awal jauh lebih efektif.

Skill spesifik yang realistis antara lain:

- Edit video pendek
- Desain grafis sederhana
- Menulis caption dan copywriting
- Admin media sosial
- Public speaking versi digital
- Mengajar atau menjelaskan suatu topik

Kunci dari skill ini bukan kehebatan, melainkan kegunaan. Skill sederhana yang konsisten dipakai akan berkembang dan bernilai.

10.4. Skill Personal Branding: Membangun Kepercayaan

Di era digital, kepercayaan adalah mata uang utama. Oleh karena itu, GEN Z PRENEUR perlu menguasai skill membangun personal brand secara jujur dan otentik.

Personal branding mencakup:

- Konsistensi topik dan gaya komunikasi
- Kejujuran dalam berbagi proses
- Keberanian tampil apa adanya

Personal brand bukan pencitraan berlebihan, tetapi akumulasi persepsi orang terhadap nilai yang kita bawa. Ini adalah aset jangka panjang yang terus bertumbuh jika dirawat.

10.5. Skill Konsistensi dan Disiplin Kecil

Banyak usaha digital gagal bukan karena kurang ide, tetapi karena kurang konsistensi. GEN Z PRENEUR perlu menguasai skill disiplin kecil yang dijalankan rutin.

Disiplin kecil meliputi:

- Menyediakan waktu khusus setiap hari
- Menyelesaikan tugas meski hasil belum sempurna
- Bertahan meski respon masih kecil

Konsistensi mengalahkan motivasi. Dalam jangka panjang, disiplin kecil menciptakan hasil besar.

10.6. Skill Monetisasi Dasar: Mendapatkan Uang Pertama

GEN Z PRENEUR perlu memahami cara mengubah skill menjadi penghasilan, meski dalam skala kecil. Target awal bukan kekayaan, melainkan validasi.

Skill monetisasi dasar meliputi:

- Berani menawarkan jasa atau produk
- Menentukan harga kecil yang realistis
- Memberi layanan tepat waktu dan profesional
- Mengevaluasi proses untuk diulang

Uang pertama, meski kecil, memiliki dampak psikologis besar. Ia mengubah keraguan menjadi keyakinan.

10.7. Skill Etika dan Nilai Hidup Digital

Skill terakhir yang sering diabaikan adalah kemampuan menjaga nilai hidup di tengah dunia digital yang serba cepat.

GEN Z PRENEUR perlu menguasai:

- Menetapkan batasan kerja
- Menjaga kesehatan mental dan fisik
- Menempatkan uang sebagai alat, bukan tujuan akhir

Kesuksesan tanpa nilai hidup akan mudah runtuh. Sebaliknya, kesuksesan yang selaras dengan nilai akan bertahan lebih lama.

10.8. Penutup

Skill wajib GEN Z PRENEUR bukan tentang menjadi sempurna, tetapi tentang menjadi siap. Siap belajar, siap mencoba, siap gagal, dan siap bertumbuh.

Dengan menguasai mindset yang tepat, satu skill yang berguna, konsistensi kecil, dan nilai hidup yang jelas, Gen Z memiliki modal kuat untuk membangun masa depan di era digital.

Menjadi GEN Z PRENEUR bukan soal siapa yang paling cepat sukses, tetapi siapa yang paling berani memulai dan bertahan dalam proses.

DAFTAR PUSTAKA

Drucker, P. F. (2007). *Innovation and entrepreneurship*. Butterworth-Heinemann.

Prensky, M. (2001). *Digital natives, digital immigrants*. *On the Horizon*, 9(5), 1–6.

Ries, E. (2011). *The lean startup*. Crown Business.

Tapscott, D. (2009). *Grown up digital*. McGraw-Hill.

Twenge, J. M. (2017). *iGen*. Atria Books.

Sianturi, M. (2025). *Bahan Ajar Bisnis Digital*. Pusat Karir dan Riset STIE Mulia Pratama.