

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan besar pada cara masyarakat berinteraksi, belajar, dan berbisnis. Media sosial yang awalnya hanya dimanfaatkan untuk hiburan kini menjadi tempat ruang ekonomi yang dinamis dan mudah dijangkau oleh berbagai kelompok masyarakat. Perusahaan besar maupun UMKM berlomba-lomba memanfaatkan platform digital untuk menjangkau pasar yang lebih luas. Salah satunya adalah pemanfaatan platform TikTok sebagai tempat berbisnis, menurut datareportal.com yang di tulis oleh Simon Kemp tanggal 21 Februari 2024 menjelaskan jika TikTok ada di posisi ke 4 dengan jumlah pengguna 73,5% dari jumlah populasi penduduk (Nasywa Aurora & Wijiyanto, 2025, hlm. 2). TikTok menjadi salah satu platform yang berkembang sangat pesat karena formatnya berbasis konten singkat dan algoritma yang mampu menyebarkan konten secara cepat kepada audiens luas. Transformasi digital ini tidak hanya mengubah strategi pemasaran pelaku usaha, tetapi juga mengubah cara mereka memperoleh keterampilan bisnis, terutama bagi generasi Z yang tumbuh dalam lingkungan digital.

Generasi Z dikenal sebagai generasi yang lahir dan tumbuh dengan internet, sehingga mereka terbiasa menggunakan teknologi digital sebagai alat belajar dan bekerja. Karakteristik yang dimiliki oleh Gen Z yaitu: pola belajar yang cepat, menyukai media visual, dapat berkolaborasi dalam ruang daring serta memiliki kemampuan untuk mengelola bisnis secara kreatif dan fleksibel (Chairunisa et al., 2024, hlm. 2). Kemampuan ini membuat proses belajar mereka cenderung bersifat mandiri, visual, dan berbasis pengalaman langsung. Dalam konteks wirausaha, Mereka juga dapat lebih diandalkan, karena lebih terbuka terhadap perubahan dan terbiasa dengan teknologi baru, dibandingkan dengan generasi sebelumnya. generasi muda memainkan peran penting dalam mendorong transformasi bisnis keluarga ke ranah digital (Porfírio et al., 2024, hlm. 6). Hal ini menjadikan Gen Z sebagai aktor penting dalam digitalisasi UMKM.

Langkah ini diambil untuk mendorong partisipasi pelaku UMKM dalam ekonomi digital nasional. Studi empiris menunjukkan pemanfaatan teknologi digital mampu meningkatkan efisiensi transaksi dan memperluas jangkauan pasar UMKM. Menurut Vial (2019) dalam (Arifa Kurniawan & Andika Saputra, 2024, hlm. 114). Menyatakan bahwa teknologi digital memungkinkan perusahaan untuk meningkatkan efisiensi proses operasional, mempercepat inovasi produk, dan menciptakan pengalaman pelanggan yang lebih baik. Namun, proses penggunaan teknologi ini sangat dipengaruhi oleh kemampuan sumber daya manusia dalam keluarga atau organisasi kecil. Proses pembelajaran dalam keluarga melibatkan pengaruh timbal balik di antara anggota, dengan fokus pada peningkatan literasi komprehensif melalui dukungan dan keterlibatan pembelajaran. Ciri khas pembelajaran informal keluarga meliputi keterlibatan belajar, efektivitas pembelajaran, dukungan pembelajaran, dan pembelajaran berkelanjutan (Kong, 2024). Maka, proses pembelajaran informal menjadi faktor kunci dalam keberhasilan transformasi digital tersebut, dalam pembelajaran informal pembelajaran tidak selalu terjadi secara vertikal antara orangtua-anak, pembelajaran juga dapat terjadi secara horizontal.

Pembelajaran yang terjadi secara horizontal dalam keluarga dapat mempercepat adaptasi teknologi tanpa perlu struktur organisasi yang kompleks. Dalam penelitian yang dilakukan (Tan & Amran, 2024). Tentang Family Systems Theory menjelaskan bahwa struktur dan relasi keluarga dapat memengaruhi proses pengambilan keputusan bisnis. Penelitian mengenai digitalisasi dalam bisnis keluarga menunjukkan bahwa proses transformasi ini bukan hanya soal teknologi, tetapi juga soal kebiasaan belajar dan relasi sosial di dalam keluarga. Dalam usaha keluarga, keberhasilan digitalisasi usaha sangat dipengaruhi oleh kemampuan anggota keluarga untuk saling berbagi keterampilan. Proses belajar informal ini memungkinkan keluarga mengembangkan strategi yang cocok dengan karakter bisnisnya sendiri. Pada usaha keluarga Wearing, Delina, pembelajaran informal sangat terlihat dalam aktivitas kerja harian anggota keluarganya. Seluruh anggota yang terlibat berasal dari Generasi Z dan memiliki peran berbeda dalam pengelolaan usaha. Mereka saling mengajari keterampilan teknis seperti editing

video, mengelola iklan, mengelola omzet, packing produk dan strategi pemasaran melalui praktik langsung. Proses belajar ini tidak memiliki struktur formal, melainkan muncul dari kebutuhan usaha yang harus dipenuhi bersama. Setiap anggota berkontribusi berdasarkan keahlian yang dimiliki, sehingga terjadi pertukaran pengetahuan yang setara. Interaksi seperti ini membentuk pola pembelajaran yang organik dan responsif. Oleh karena itu Wearing.Delina dapat menjadi contoh nyata bagaimana pendidikan informal berkembang dalam konteks usaha keluarga.

Fenomena pembelajaran informal di Wearing.Delina berlangsung secara horizontal dalam hubungan antar saudara generasi Z. Proses belajar ini dikenal sebagai pembelajaran intragenerasional, yaitu pembelajaran yang terjadi dalam generasi yang sama (Huang et al., 2024, hlm. 13). Dinamika pembelajaran intragenerasional terjadi secara spontan melalui komunikasi, kolaborasi, dan eksperimen yang mereka lakukan bersama. Tidak ada peran guru-murid yang kaku, semua anggota dapat menjadi pembelajar maupun pengajar dalam waktu yang bergantian. Kondisi ini memperlihatkan fleksibilitas dalam pertukaran pengetahuan. Pembelajaran seperti ini sering muncul ketika keluarga harus menyesuaikan diri dengan perubahan teknologi yang cepat. Oleh karena itu, pembelajaran intragenerasional dapat menjadi strategi adaptasi yang efektif dalam pengelolaan usaha digital keluarga.

Platform TikTok menjadi media yang digunakan untuk proses pembelajaran intragenerasional dalam keluarga Wearing.Delina. TikTok menuntut pengguna untuk kreatif, cepat beradaptasi, dan peka terhadap tren yang berubah setiap saat (Angela, Rizqy, Henri, 2022). Situasi tersebut membuat anggota keluarga harus terus belajar hal baru agar konten tetap relevan. Mereka berdiskusi, mencoba fitur baru, dan menganalisis performa konten untuk meningkatkan visibilitas usaha. Aktivitas ini menjadi proses belajar yang berulang dan tidak terstruktur, karena mengikuti ritme algoritma platform. Oleh karena itu, TikTok berfungsi tidak hanya sebagai media pemasaran, tetapi juga sebagai ruang belajar digital (Fajriani et al., 2025). Hal ini memperkaya bentuk pembelajaran informal dalam keluarga.

Pembelajaran terjadi secara partisipatif melalui praktik harian, diskusi terbuka, dan pengambilan keputusan bersama. Kombinasi teori ini memberikan fondasi konseptual yang kuat untuk memahami proses pembelajaran intragenerasional dalam usaha keluarga digital. Urgensi penelitian ini tidak hanya terletak pada kontribusi teoritis, tetapi juga pada nilai praktisnya. Pola pembelajaran horizontal seperti dalam keluarga Wearing.Delina menunjukkan adanya potensi besar untuk mengembangkan strategi pembelajaran informal. Strategi semacam ini dapat menjadi alternatif pelatihan formal yang lebih murah dan kontekstual.

Penelitian ini berangkat dari kegelisahan akademik peneliti terhadap minimnya perhatian kajian pendidikan pada ruang-ruang belajar yang tumbuh secara alami dalam keluarga, khususnya pada keluarga Generasi Z yang terlibat aktif dalam usaha keluarga yang memanfaatkan platform digital. Selama ini, pembelajaran kerap dipahami terbatas pada ruang sekolah dan lembaga formal, sementara proses belajar yang terjadi di dalam keluarga sering dipandang sebagai aktivitas yang tidak terstruktur dan tidak memiliki nilai pedagogis yang kuat. Namun dalam konteks usaha keluarga berbasis digital, peneliti menemukan bahwa proses belajar justru berlangsung secara intens, spontan, dan kontekstual melalui interaksi antarsaudara yang berada dalam generasi yang sama.

Wearing.Delina dipilih sebagai kasus dalam penelitian ini karena memiliki karakteristik yang khas dibandingkan usaha keluarga pada umumnya. Seluruh anggota yang terlibat dalam pengelolaan usaha berasal dari Generasi Z dan menjalankan peran yang berbeda tanpa struktur organisasi formal yang kaku. Proses pembelajaran berlangsung secara alami melalui interaksi kerja sehari-hari, seperti praktik langsung, diskusi, observasi, dan saling menggantikan peran ketika diperlukan. Selain itu, penggunaan platform TikTok tidak hanya berfungsi sebagai media pemasaran, tetapi juga sebagai ruang belajar yang mendorong anggota keluarga untuk terus beradaptasi dengan perubahan tren dan teknologi. Kondisi ini menjadikan Wearing.Delina sebagai kasus yang relevan untuk dikaji secara mendalam, karena memperlihatkan bagaimana pembelajaran intragenerasional berkembang secara kontekstual dalam lingkungan usaha keluarga berbasis digital.

Berdasarkan konteks tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengkaji secara mendalam proses pembelajaran intragenerasional dalam satu kasus spesifik, yaitu usaha keluarga Wearing.Delina. Fokus penelitian diarahkan untuk memahami bagaimana proses belajar antaranggota keluarga Generasi Z berlangsung melalui praktik kerja, interaksi sosial, serta pemanfaatan media digital dalam pengelolaan usaha. Dengan pendekatan ini, penelitian diharapkan mampu memberikan gambaran yang utuh mengenai bagaimana pembelajaran intragenerasional terbentuk, berkembang, dan berkontribusi terhadap keberlangsungan usaha keluarga di era digital.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana proses pembelajaran intragenerasional Generasi Z berlangsung dalam pengelolaan usaha keluarga pada usaha online Daster Wearing.Delina?

1.3 Definisi Operasional

Bagian ini merupakan penjelasan konkret dari konsep-konsep yang digunakan agar dapat diamati dan dianalisis secara jelas di lapangan. Definisi ini berfungsi untuk memperjelas batasan penelitian, menyamakan pemahaman antara peneliti dan pembaca, serta menjadi dasar dalam proses pengumpulan dan analisis data.

1.3.1 Pembelajaran Intragenerational

Pembelajaran intragenerasional adalah proses transfer pengetahuan, keterampilan, dan nilai yang terjadi di antara individu dalam kelompok sebaya atau generasi yang sama, bukan lintas generasi. Dalam penelitian ini, proses tersebut berlangsung di antara anggota Generasi Z dalam satu keluarga pelaku UMKM digital Wearing.Delina. Bentuk pembelajarannya bersifat horizontal, tidak hierarkis, dan lebih menekankan kolaborasi daripada instruksi formal. Proses belajar ini terjadi melalui kegiatan sehari-hari, diskusi terbuka, praktik langsung, dan interaksi digital. Pengetahuan yang ditransfer meliputi keterampilan teknis seperti, editing konten, pengelolaan media sosial, mengelola iklan, strategi promosi, serta manajemen keuangan. Pembelajaran ini menjadi pondasi utama keberlangsungan bisnis keluarga yang digerakkan oleh generasi muda.

1.3.2 Generasi Z

Generasi Z adalah kelompok masyarakat yang lahir sekitar 1997 hingga 2012 dan tumbuh dalam lingkungan yang sangat dipengaruhi oleh perkembangan teknologi digital. Mereka dikenal adaptif, menyukai media visual, fleksibel, cepat belajar, kreatif, serta terbiasa menggunakan teknologi sebagai sarana belajar dan bekerja. Dalam konteks UMKM keluarga, Generasi Z sering berperan sebagai penggerak utama proses digitalisasi usaha. Kemampuan mereka untuk belajar secara mandiri, kreatif, dan fleksibel memungkinkan keluarga beradaptasi dengan cepat terhadap perubahan pasar digital. Dalam penelitian ini, Generasi Z bukan hanya objek pembelajaran, tetapi subjek aktif yang menciptakan proses belajar internal dalam keluarga. Mereka membangun cara belajar sendiri berdasarkan pengalaman dan kebutuhan praktis usaha. Dengan demikian, Generasi Z dalam penelitian ini dipahami sebagai aktor utama pembelajaran intragenerasional.

1.3.3 Pengelolaan Usaha Keluarga

Pengelolaan Usaha keluarga dalam penelitian ini mencakup seluruh aktivitas operasional Wearing.Delina sebagai usaha online penjual daster berbasis TikTok. Aktivitas ini meliputi produksi konten, promosi digital, manajemen penjualan, pelayanan konsumen, hingga pengelolaan pendapatan. Proses pengelolaan dilakukan secara kolaboratif oleh anggota keluarga Generasi Z tanpa adanya struktur formal atau pembagian kerja yang kaku. Interaksi di dalamnya memanfaatkan platform Tiktok untuk memasarkan dan berinteraksi kepada konsumen.

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan dan memahami proses pembelajaran intragenerasional Generasi Z dalam pengelolaan usaha keluarga pada usaha online Daster Wearing.Delina. Penelitian ini berupaya mengungkap bagaimana anggota keluarga yang berada dalam generasi yang sama saling mentransfer pengetahuan, keterampilan, serta pengalaman secara informal melalui aktivitas sehari-hari dalam menjalankan usaha.

1.5 Manfaat Penelitian

Penelitian ini di harapkan dapat memberikan banyak dampak manfaat kegunaan sesuai yang diharapkan oleh peneliti, demikian beberapa kegunaan penelitian baik dari segi teoritis maupun praktis yaitu sebagai berikut:

1.5.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya kajian keilmuan pendidikan masyarakat dalam bidang pembelajaran intragenerasional generasi Z dalam pengelolaan usaha keluarga. Selama ini, belum banyak kajian tentang pembelajaran dalam konteks keluarga yang berfokus pada hubungan intragenerasional, yaitu. transfer pengetahuan antar saudara dalam satu generasi, penelitian ini menyoroti pembelajaran horizontal antar saudara generasi Z sebagai agen perubahan digital dalam usaha keluarga. Selain itu penelitian ini juga dapat memperkaya literatur Pendidikan nonformal dengan mengangkat keluarga sebagai ruang belajar yang dinamis dan berbasis praktik, dalam konteks Wearing.Delina. Penelitian ini juga dapat memperkaya literatur teori bandura (1977) tentang Social learning, Simens (2004) tentang *connectivism*. Dalam praktik Wearing.Delina, teori ini menemukan bentuk konkret: anggota keluarga belajar dengan mengamati satu sama lain, membangun jaringan belajar melalui platform digital, mengelola pembelajaran mandiri berbasis kebutuhan praktis.

1.5.2 Manfaat Praktis

a. Bagi Wearing.Delina

Penelitian ini memberikan gambaran yang lebih jelas mengenai bagaimana proses pembelajaran intragenerasional berlangsung di antara anggota keluarga Generasi Z yang terlibat dalam pengelolaan usaha. Pemahaman tersebut dapat membantu keluarga mengenali pola belajar mana yang paling efektif dalam mendukung strategi pemasaran, produksi konten, dan kerja sama harian.

b. Bagi Lembaga Pendamping UMKM

Temuan penelitian ini dapat membantu lembaga pendamping UMKM memahami bagaimana keluarga muda khususnya Generasi Z belajar dan berkolaborasi dalam menjalankan usaha berbasis digital.

c. Bagi Universitas Siliwangi

Penelitian ini dapat menjadi kontribusi nyata bagi Universitas Siliwangi dalam mengembangkan khazanah keilmuan di bidang pendidikan masyarakat, khususnya pada kajian pendidikan informal dan pembelajaran generasi muda.

d. Bagi Usaha Keluarga Berbasis Digital Generasi Z

Penelitian ini dapat menjadi inspirasi bagi keluarga pelaku UMKM lain yang ingin mengembangkan usahanya melalui kerja sama antarsaudara dalam generasi yang sama. Temuan mengenai cara Generasi Z berbagi peran, membangun strategi digital, dan menyelesaikan masalah sehari-hari dapat menjadi contoh praktik baik yang bisa diterapkan keluarga lain.

e. Bagi Mahasiswa dan Peneliti Pendidikan Masyarakat

Penelitian ini menyediakan contoh empiris mengenai bagaimana pembelajaran intragenerasional berlangsung dalam konteks pendidikan informal di keluarga Generasi Z yang mengelola usaha digital. Temuan penelitian dapat menjadi referensi bagi mahasiswa dalam memahami konsep pembelajaran horizontal, pendidikan keluarga, dan dinamika belajar generasi muda dalam ekosistem digital.