

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengungkap motif dan pengalaman subjektif para entrepreneur dari generasi Z dalam membangun usaha mereka. Menggunakan pendekatan fenomenologi Alfred Schutz, penelitian ini mengkaji dua jenis motif, yaitu *because of motive* alasan masa lalu yang mendorong tindakan dan *in order to motive* tujuan masa depan yang ingin dicapai. Melalui metode kualitatif dengan teknik wawancara mendalam dan observasi, data dikumpulkan dari lima informan yang merupakan *entrepreneur* muda dari generasi Z dengan latar belakang bisnis berbeda seperti fashion, kuliner, dan kosmetik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor keluarga, lingkungan sosial, serta dorongan pribadi berperan penting dalam membentuk motif menjadi wirausaha. Sementara itu, pengalaman subjektif seperti tantangan dalam membagi waktu, memanfaatkan dorongan untuk mandiri dan berdaya secara ekonomi menjadi bagian penting dari perjalanan kewirausahaan mereka. Penelitian ini memberikan kontribusi dalam memahami dinamika kewirausahaan generasi Z yang dipengaruhi oleh pengalaman hidup dan interpretasi pribadi terhadap realitas bisnis.

Kata Kunci: *Entrepreneur* muda, fenomenologi, generasi Z, motif, pengalaman subjektif.