

Menelisik Peran IQ, EQ, Dan SQ dalam Kesuksesan Bisnis Generasi Z

*Arista Fauzi Kartika Sari ^{a,b}, Lilik Purwanti ^b

^a Universitas Islam Malang

^b Universitas Brawijaya, Malang, Indonesia

*Email Korespondensi: aristakartika20@student.ub.ac.id

Received:	Revised:	Accepted:	Available Online:	Published:
26/8/2025	29/10/2025	30/10/2025	31/10/2025	31/10/2025

Abstract

This study aims to examine in more depth how IQ, EQ, and SQ intelligence are practiced by Generation Z in supporting the success of their businesses. As is known, Gen Z is close to technology, and has a high entrepreneurial spirit and creativity. This study is expected to provide a holistic understanding and practical recommendations for the development of sustainable young entrepreneurship. This study uses an interpretive paradigm of the ethnomethodology method by examining three informants with different businesses, but focused on Gen Z who started their own business. The results show that the three informants have integrated IQ, EQ, and SQ to develop their businesses through the indexicality of utilizing technology for marketing, one informant did trial and error. In terms of emotional intelligence (EQ), there is an indexicality of support for other Gen Z, maintaining the mental health of the team, and paying attention to concern for their environment. In terms of spiritual intelligence (SQ), there is an indexicality of belief in the provision of sustenance from God, ensuring the halalness of the products sold, charging prices that are not too high for charity to customers.

Keywords: Intellectual Quotient; Emotional Quotient; Spiritual Quotient; Generation Z; Ethnomethodology.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menelisik lebih dalam bagaimana kecerdasan IQ, EQ, dan SQ yang dipraktikkan oleh Generasi Z dalam mendukung kesuksesan usahanya. Sebagaimana diketahui bahwa Gen Z dekat dengan teknologi, serta memiliki semangat kewirausahaan dan kreativitas yang tinggi. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang holistik serta rekomendasi praktis bagi pengembangan kewirausahaan muda yang berkelanjutan. Penelitian ini menggunakan paradigma interpretif metode etnometodologi dengan meneliti tiga informan dengan usaha yang berbeda, namun difokuskan pada Gen Z yang merintis usahanya sendiri. Hasil penelitian menunjukkan ketiga informan telah mengintegrasikan IQ, EQ, dan SQ guna pengembangan usahanya melalui indeksikalitas memanfaatkan teknologi untuk pemasaran, satu informan melakukan *trial and error*. Dari segi kecerdasan emosional (EQ), terdapat indeksikalitas *support* kepada Gen Z yang lain., menjaga *mental health* tim, dan memerhatikan kepedulian terhadap lingkungannya. Dari segi kecerdasan spiritual (SQ), terdapat indeksikalitas keyakinan pemberian rejeki dari Tuhan, memastikan kehalalan dari produk yang dijual, pengambilan harga yang tidak terlalu tinggi untuk sedekah kepada pelanggan.

Kata Kunci: Kecerdasan Intelektual; Kecerdasan Emosional; Kecerdasan Spiritual; Generasi Z; Etnometodologi.



Copyrights © Author(s). This work is licensed under a Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License (CC BY-SA 4.0). All writings published in this journal are personal views of the author and do not represent the views of this journal and the author's affiliated institutions.

PENDAHULUAN

Indonesia dikenal dengan negara dengan populasi yang terbanyak keempat di dunia, dengan jumlah penduduk 283,5 juta jiwa per tahun 2024 menurut data dari World Bank, Biro Sensus Amerika Serikat. Total Generasi Z (Gen Z) di Indonesia mencapai 27,94 persen dari total populasi dan generasi milenial sebanyak 25,87 persen, dan kedua kategori ini masuk dalam usia produktif. Gen Z yang lahir antara tahun 1996 dan 2012, telah muncul sebagai generasi yang tidak hanya akrab dengan teknologi, tetapi juga memiliki semangat kewirausahaan dan kreativitas yang tinggi. Dalam beberapa tahun terakhir, semakin banyak anak muda dari generasi ini yang memilih untuk memulai usaha sendiri, baik sebagai sumber penghasilan utama maupun sampingan.

Hardian V. & Hermawan E (2022) menyatakan bahwa Gen Z banyak yang bercita-cita untuk memiliki bisnis. Hal itu tentu saja didukung oleh kreatifitas dan kedekatan mereka dengan teknologi yang mendorong mereka untuk menjadi wirausahawan. Tentu saja keberadaan Gen Z ini memegang peranan penting dan memberikan pengaruh pada perkembangan perekonomian Indonesia melalui keuntungan ekonomis dan ketergantungan pada lapangan pekerjaan (Anjani, Awali, and Misidawati D. N 2022; Viana, Febrianti, and R. 2022). Generasi Z memiliki ciri mampu memahami dirinya sendiri, banyak berinteraksi dengan internet, berkarakter hiperkustomisasi (mengkritisi banyak hal di sekelilingnya), *Weconomist* (lebih menyukai kegiatan yang sifatnya berkelompok dan selalu terhubung dengan sejawatnya) (Hardian V. and Hermawan E 2022).

Gen Z dalam bidang usaha lebih banyak melakukan di bisnis kreatif (Kusumadewi et al. 2023). Cortellazzo et al., (2019) mendefinisikan bisnis kreatif di mana bisnis yang mendorong kreatifitas, konvergensi pengetahuan, dan teknologi ilmiah canggih berdasarkan pembelajaran terkoordinasi untuk menciptakan pasar dan lapangan kerja baru. Bisnis kreatif di Indonesia mencakup berbagai industri yang menciptakan nilai tambah melalui desain, seni, dan inovasi. Ini termasuk industri fashion, film, seni rupa, desain grafis, musik, kuliner, teknologi digital, dan banyak lagi.

Namun, di balik gelombang kewirausahaan ini, tingkat kegagalan usaha yang dijalankan oleh generasi muda masih relatif tinggi. Menurut Laporan *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM) 2023, sekitar 60% startup di Indonesia gagal dalam tiga tahun pertama, dengan faktor internal seperti kurangnya pengalaman, manajemen emosi, dan ketahanan mental menjadi penyebab utama. Hal ini mengindikasikan bahwa kesuksesan usaha tidak hanya bergantung pada *Intelligence Quotient* (IQ) semata, melainkan juga pada *Emotional Quotient* (EQ) dan *Spiritual Quotient* (SQ).

Usaha digital yang dilakukan oleh Gen Z berangkat dari fenomena FOMO (*Fear of Missing Out*), yang membuat Gen Z selalu mengikuti *trend* terkini. Ika and Riduwan (2024) menemukan bahwa bisnis Gen Z bisa sukses tanpa melibatkan endorsement influencer yang sering kali juga memberikan dengan harga yang tinggi. Para Gen Z ini memaksimalkan media sosial sebagai media promosi dengan aktif memposting dan membuat konten yang menarik untuk memperkenalkan produk mereka ke masyarakat. Berkembangnya bisnis Gen Z dari ke-FOMO-an membuktikan bahwa pengelolaan EQ yang baik bisa memberikan jalan kesuksesan. Fomo tersebut bisa memberikan ide dan inspirasi untuk membuat ide berwirausaha.

Penelitian lainnya dari Siregar, Amanda, and Syahputra (2025) yang meneliti usaha Gen Z di bidang *Thrifting* karena kesadaran akan lingkungan, keberlanjutan dan keinginan menciptakan pengalaman unik. Kesadaran isu lingkungan pada Gen Z

berhubungan dengan kecerdasan emosional dan spiritual. Dengan usia yang masih muda, namun mereka telah consent pada isu lingkungan dan keberlanjutan bumi.

Penelitian terdahulu oleh Goleman P (1999) telah mengungkap bahwa EQ berkontribusi hingga 80% terhadap kesuksesan seseorang dalam lingkungan kerja, termasuk dalam mengelola tim, bernegosiasi, dan membangun relasi. Sementara itu, Zohar and Marshall (2001) menekankan peran SQ sebagai fondasi dalam memberikan makna, nilai, dan ketahanan dalam menghadapi tantangan. Nggermanto dalam penelitian yang dilakukan oleh (Muttaqiyathun, 2009) mengatakan bahwa ada tiga macam kecerdasan yang mesti dimiliki oleh seseorang, yaitu *Emotional Quotient* (EQ), *Intellectual Quotient* (IQ), dan *Spiritual Quotient* (SQ). Ketiga unsur ini saling berkaitan antara satu dengan yang lainnya. Kecerdasan intelektual (IQ) adalah syarat minimum kompetensi, sementara untuk mencapai puncak, kecerdasan spiritual (SQ) lebih berperan sedangkan kecerdasan emosional mencakup kemampuan-kemampuan yang berbeda tetapi saling melengkapi dengan kecerdasan akademik yaitu kemampuan kognitif yang diukur dengan IQ. Penelitian yang secara khusus membahas dinamika tiga kecerdasan ini pada usaha yang dijalankan Gen Z masih terbatas, terutama dalam konteks lokal Indonesia.

Oleh karena itu, artikel ini bertujuan menelisis lebih dalam bagaimana kecerdasan IQ, EQ, dan SQ yang dipraktikkan oleh Generasi Z dalam mendukung kesuksesan usahanya. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang holistik serta rekomendasi praktis bagi pengembangan kewirausahaan muda yang berkelanjutan. Penelitian ini berfokus pada usaha Gen Z yang mereka rintis sendiri mulai awal, dengan begitu integrasi ketiga kecerdasan untuk mendukung keberhasilan usaha mereka semakin konkrit.

TINJAUAN TEORI

Kecerdasan intelektual atau *Intellectual Quotient* (IQ) merupakan istilah yang sering digunakan untuk mengukur tingkat kecerdasan individu. Kecerdasan Intelektual pertama kali diperkenalkan oleh Alferd Binet pada awal abad ke-20 yang seorang ahli psikologi. IQ merupakan sebuah kecerdasan formal yang mempelajari cara memanipulasi dan menggunakan aturan-aturan formal, seperti aturan tata Bahasa atau aturan aritmatika (Zohar and Marshall 2001). Selain itu, Dwijayanti dalam Risela (2017) mendefinisikan IQ sebagai kemampuan seseorang untuk memperoleh pengetahuan, menguasai dan menerapkannya dalam menghadapi permasalahan. Sehingga dapat ditarik benang merah bahwa IQ adalah kemampuan manusia yang membuat manusia mampu untuk melakukan kegiatan terstruktur dan mampu berfikir logis dan rasional.

Kecerdasan emosional atau *Emotional Quotient* (EQ) merupakan kemampuan individu untuk mengenal emosi diri sendiri, emosi orang lain, memotivasi diri sendiri, serta mengelola dengan baik emosi dalam diri sendiri yang berhubungan dengan orang lain (Goleman P 1999). EQ adalah istilah kecerdasan yang dipopulerkan oleh Daniel Golleman. Berdasarkan pada penelitiannya, setiap manusia memiliki dua potensi pikiran, yaitu pikiran rasional dan pikiran emosional. Pikiran rasional digerakan oleh kecerdasan intelektual, sedangkan pikiran emosional digerakan oleh kecerdasan emosional.

Selain dua kecerdasan di atas, kecerdasan lainnya yang tidak kalah penting adalah kecerdasan spiritual atau *Spiritual Quotient* (SQ). kecerdasan spiritual berperan sebagai landasan yang diperlukan untuk memaksimalkan IQ dan EQ. Zohar and Marshall (2001) mengklaim bahwa SQ adalah inti dari segara intelegensia, dan merupakan kecerdasan tertinggi dalam diri kita. Kecerdasan ini digunakan untuk menyelesaikan permasalahan terkait kaidah etika dan nilai-nilai spiritual. Dengan memaksimalkan kecerdasan ini, akan membawa seseorang untuk mencapai kebahagiaan yang hakiki.

Generasi Z yang lahir setekah tahun 1995 adalah generasi yang menjadi *digital native*. *Digital native* adalah istilah yang mengacu pada orang-orang yang tumbuh besar di era digital, di mana komputer, internet, *smartphone*, dan media sosial sudah menjadi hal yang biasa dan terintegrasi dalam kehidupan sehari-hari. Menurut penelitian yang dilakukan oleh McKinsey & Company pada tahun 2018, perilaku Gen Z dapat dikelompokkan menjadi empat karakteristik utama, yaitu pertama “*unidentified identity*” generasi ini menghargai ekspresi individu tanpa memberikan label tertentu. Pencarian identitas memberikan generasi Z peluang terbuka yang besar untuk memahami keunikan masing-masing individu. Kedua, Generasi Z diidentifikasi sebagai “Comunaholic”, yaitu generasi yang sangat inklusif dan tertarik untuk berinteraksi dengan beragam komunitas dengan menggunakan kecanggihan teknologi untuk memperluas manfaat yang mereka harapkan.

Ketiga, Generasi Z, yang dikenal sebagai “*The Interlocutor*” yaitu percaya akan pentingnya komunikasi dalam menyelesaikan konflik dan membawa perubahan melalui dialog. Selain itu, Generasi Z terbuka terhadap pemikiran berbeda dari setiap individu dan senang berinteraksi dengan berbagai individu dan kelompok. Keempat, Generasi Z dinilai “*realistic*”, generasi yang cenderung lebih praktis dan analitis dalam mengambil keputusan dibandingkan generasi sebelumnya. Generasi Z merupakan generasi yang memiliki kemandirian tertentu dalam proses pencarian dan pencarian informasi. Generasi Z menyadari pentingnya stabilitas keuangan di masa depan.

Generasi Z juga dinilai sangat berbakat dalam kreativitas dan inovasi. Hal ini sesuai dengan minat Generasi Z terhadap budaya kerja inovatif dan kewirausahaan Chillakuri & Mahanandia, (2018). Selaras dengan hasil tersebut, Gen Z diidentikan dengan generasi yang inovatif dan produktif, berorientasi pada tujuan dan memiliki cara pandang yang realistis. Dengan kreatifitas dan keamatan hubungan mereka dengan teknologi, maka menurut penelitian yang sama, menemukan fakta bahwa 62% Gen Z lebih memilih untuk membuka bisnisnya sendiri dibandingkan mereka bekerja di organisasi.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan paradigma interpretif, dalam ranah penelitian non-positivis atau *non-mainstream*. Berbeda dengan penelitian mainstream (positivis) yang digunakan untuk mengeneralisasi suatu teori, penelitian non-positivis melihat kedalaman suatu realitas. Alasan menggunakan penelitian non-positivis adalah untuk menangkap sebuah realitas lebih mendalam dan dapat menemukan suatu konsep dari suatu kejadian. Penelitian ini akan melihat cara atau praktik berbisnis para Generasi Z, maka metode yang tepat untuk digunakan adalah kualitatif etnometodologi. Etnometodologi menurut Garfinkel (1967) digunakan untuk mengungkapkan indeksikalitas dan tindakan-tindakan praktis lainnya dalam kehidupan sehari-hari kelompok masyarakat. Analisis data menggunakan indeksikalitas dan reflektivitas dari tindakan masyarakat.

Indeksikalitas digunakan untuk melihat praktik bisnis yang digunakan oleh Gen Z, dan reflektivitas merupakan analisis peneliti atas suatu ungkapan dari informan di dalam indeksikalitas. Reflektivitas mengarah pada makna yang disampaikan melingkupi kecerdasan yang ditemukan dalam penelitian ini. Pengumpulan data penelitian dilakukan dengan menggunakan wawancara semi-terstruktur. Pendokumentasian diperoleh melalui rekaman suara dan rekaman video serta dokumentasi yang diperlukan untuk memperkuat validitas data. Triangulasi menggunakan triangulasi sumber dan triangulasi data. Informan terdiri dari 3 orang yaitu Rizqi Mubarak (RM) 25 tahun, pemilik usaha konveksi mulai tahun 2020, makanan kekinian Ilmas Maulidiah (IM) usia 19 tahun mulai usaha

tahun 2023, dan Mochammad Khafidin (MK) usia 23 tahun peternak ayam kampung mulai tahun 2021.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gen Z lebih dikenal sebagai generasi dengan kreativitas dan inovatif. Harris Poll pada tahun 2020 melakukan survei pada Gen Z, dengan hasilnya 635 Gen Z ingin melakukan banyak pekerjaan kreatif setiap hari. Kreativitas tersebut juga terbentuk dari aktivitas mereka di media social, maka Gen Z dikenal sebagai generasi *digital native*. Para informan memanfaatkan media social untuk melakukan pemasaran produk mereka, seperti tiktok dan Instagram. Seperti yang dilakukan oleh RM pengusaha konveksi yang sudah dijalani mulai tahun 2020, “saya berinisiatif mempromosikan usaha saya baik dari mulut ke mulut juga melalui media sosial.” Indeksikalitas dari pernyataan informan adalah praktik pemasaran RM dengan menggunakan media sosial. Refleksivitasnya adalah RM menggunakan kecerdasan intelektual (IQ) untuk memperluas pemasaran usahanya dan mencari peluang pasar dan lebih dikenal oleh masyarakat.

Banyaknya kompetitor dengan usaha yang sama tidak membuat RM berkecil hati, karena usaha ini ada di bidang kreatif pasti banyak anak muda yang menjajal bisnis ini, seperti yang disampaikan dalam wawancara,

“Banyak anak muda yang ingin belajar mengenai bidang ini (konveksi), itu bagus kalo saya, karena pastinya akan menambah kreativitas untuk mendesain. Namun untuk masalah kompetitor kalo saya tidak masalah, karena saya yakin semua sudah memiliki rezekinya masing-masing. karena meskipun usaha kita sama, rezeki setiap orang pasti berbeda-beda sesuai kadarnya.”

Berdasarkan pada penjelasan RM di atas, indeksikalitas berbesar hati dengan banyaknya kompetitor. RM berpendapat bahwa kompetitor dapat menambah kreativitas RM dengan belajar lagi tentang desain untuk konveksinya. RM juga meyakini bahwa rejeki sudah diatur masing-masing sesuai porsinya. Hal itu dapat direfleksikan dengan kecerdasan spiritual (SQ) yang dimiliki oleh RM karena meyakini bahwa Tuhan sudah memberikan rezeki pada setiap manusia dengan takarannya masing-masing. juga terdapat kecerdasan emosional (EQ) yang dimiliki oleh RM karena *support* yang dilakukan untuk anak-anak muda lainnya yang ini terjun dalam industri kreatif khususnya industry konveksi ini.

Pemanfaatan teknologi juga dilakukan oleh IM yang menjalankan usaha makanan kekinian yaitu kimbab. Dia menggunakan teknologi digital untuk memantau perkembangan pasar, seperti yang disampaikan,

*“Saya melakukan pemantauan pasar yang cermat menggunakan *trend* teknologi. Dari *trend* yang ada saya bisa meningkatkan keahlian tim saya dan lebih *responsive* terhadap peluang dan tantangan yang baru.”*

Berdasarkan pada indeksikalitas pemanfaatan teknologi yang disampaikan IM, dapat dilihat refleksivitas yaitu menggunakan kecerdasan intelektual (IQ) untuk semakin mengembangkan usahanya menggunakan pemanfaatan teknologi. Tantangan lainnya yang dihadapi oleh wirausaha Gen Z adalah *mental health*, dalam hal ini pengelolaan stress. Informan IM mengaku tantangan stress ini dapat berpengaruh pada kinerja dirinya dan tim. IM mengaku tekanan di lingkungan bisnis bisa membuat stress, seperti dalam jawaban wawancara berikut,

“Dalam mengelola stres dan tekanan di lingkungan bisnis, saya fokuskan pada komunikasi yang terbuka dengan tim saya, kemudian membuat pendelegasian yang baik kepada tim, juga mendukung keseimbangan kerja dan kehidupan pribadi tim saya juga menjadi perhatian penting”

Berdasarkan pada jawaban IM di atas, indeksikalitas yang ditangkap yaitu untuk menghadapi tantangan *mental health* di usahanya, IM melakukan komunikasi terbuka dengan timnya, sehingga ada keseimbangan antara pekerjaan dan kehidupan pribadi untuk timnya. Hal itu dapat merefleksikan adanya kecerdasan emosional (EQ) dari IM yang juga memikirkan kesehatan mental dari timnya, tidak hanya memikirkan profit yang di dapat dari hasil usahanya, namun juga ada *work-life balance* timnya. Hal itu sesuai dengan penelitian dari Agarwal & Vaghela, (2018) bahwa Gen Z menjadikan *work-life balance* sebagai preferensi dan prioritas utama untuk memilih karier dalam sebuah perusahaan/organisasi.

Selain menjaga hubungan dengan tim, IM juga menjaga hubungan baik dengan pelanggannya melalui penyediaan layanan yang amanah dan mematuhi prinsip-prinsip etika dan nilai keagamaan,

“Untuk membuat produk (makanan kimbap) ini, yang pastinya saya pastikan kehalalannya agar memberikan manfaat positif bagi pembeli atau konsumen saya. Juga memastikan bahwa proses produksi dan penyediaan layanan ini mematuhi semua prinsip-prinsip dan etika, nilai keagamaan.”

Indeksikalitas usaha IM untuk menjaga hubungan baik dengan konsumen yaitu melakukan praktik usaha yang memastikan kehalalannya dan memastikan seluruh proses produksinya sesuai dengan prinsip etika. Refleksivitas dari hal tersebut yaitu kecerdasan spiritual (SQ) yang dilakukan oleh IM, dengan tidak hanya berfokus pada profit, namun juga menjaga kehalalan kimbapnya, apalagi makanan ini berasal dari negara yang bukan mayoritas beragama islam, yang menjadikan makanan ini di negara asalnya beresiko dengan bahan-bahan yang non-halal. Penelitian dari Safira et al., (2025) juga menunjukkan bahwa melalui transparansi, kejujuran dan komitmen etis dalam menjalankan bisnis mampu meningkatkan loyalitas konsumen.

Tantangan usaha juga dirasakan oleh MK, pengusaha peternakan ayam kampung yang sudah mulai pada tahun 2022. Hambatan yang dialami yaitu mengurangi bau kotoran ayam agar tidak mengganggu lingkungan sekitarnya. Hal itu dikatakan oleh MK dalam wawancara,

“Saya melakukan *trial and error* untuk menghilangkan bau kotoran ini, ya gimana lagi, karna saya *gak tau* ilmunya. saya tanya-tanya sama yang sudah *expert*. Pokoknya kan terus mencoba dan gak putus asa, supaya lingkungan sini juga gak merasa keganggu sama usaha (ternak ayam) saya ini.”

Dari jawaban MK dapat dilihat indeksikalitas berupa usaha *trial and error* untuk menghilangkan bau kotoran dari ayam ternaknya agar lingkungan sekitar usahanya tidak terganggu. Hal itu merefleksikan kecerdasan intelektual (IQ) dengan selalu belajar untuk menghilangkan bau kotoran ayam. Selain itu juga terdapat kecerdasan emosional (EQ) dari MK dengan tetap memerhatikan kepedulian terhadap lingkungannya supaya tidak terganggu dengan usaha ternak ayam yang dia jalani.

Selain kepedulian terhadap lingkungan, dalam menjalankan usahanya MK juga memperhatikan kepercayaan pelanggan dengan cara memberikan harga yang lebih rendah dari harga pasar. Hal itu disampaikan oleh MK dalam wawancara,

“Dalam usaha saya, yang saya pentingkan adalah kepercayaan pelanggan, maka dari itu saya tetap memberikan harga yang lebih rendah dari harga pasar. Karena saya yakin dalam setiap usaha tidak hanya berfokus pada untung-rugi, namun juga terdapat nilai sedekah dan nilai ibadah. Makanya saya tidak terlalu ketat mengenai harga.”

Dari jawaban yang disampaikan oleh MK terdapat indeksikalitas mengambil keuntungan yang tidak terlalu tinggi, bahkan di bawah harga pasar. Dari indeksikalitas tersebut terdapat reflektivitas pada kecerdasan spiritual (SQ) yang dilakukan oleh MK dalam mengembangkan usahanya, karena MK menyadari bahwa usaha tidak hanya tentang untung dan rugi namun juga ada aspek nilai sedekah dan ibadah. Praktik usaha yang dilakukan oleh MK tersebut dapat membuat pelanggan loyal pada usahanya.

KESIMPULAN

Berdasarkan pada penelitian, dapat disimpulkan bahwa Generasi Z memiliki potensi yang besar dalam melakukan wirausaha. Mereka memiliki kreativitas yang tinggi dan juga sangat dekat dengan teknologi. Usaha yang mereka lakukan tidak terlepas dari integrasi ketiga kecerdasan yang ada dalam diri manusia, yaitu IQ, EQ dan SQ. Dari hasil penelitian pada tiga informan, didapatkan hasil bahwa kecerdasan intelektual telah dimiliki oleh ketiga informan berdasarkan pada reflektivitas peneliti. Indeksikalitas dari dua informan memanfaatkan teknologi untuk pemasaran dengan menggunakan media social dan satu informan melakukan *trial and error* untuk menghilangkan bau kotoran ayam. Dari segi kecerdasan emosional (EQ), informan pertama menunjukkan indeksikalitas *support* kepada Gen Z yang lain untuk mengembangkan kreativitas meskipun di bidang usaha yang sama. Informan kedua menjaga *mental health* tim. Informan ketiga yaitu memerhatikan kepedulian terhadap lingkungannya. Dari segi kecerdasan spiritual (SQ), juga terlihat dari indeksikalitas semua informan. Informan pertama meyakini pemberian rejeki dari Tuhan, kedua memastikan kehalalan dari produk yang dijual, ketiga pengambilan harga yang tidak terlalu tinggi untuk sedekah kepada pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- Agarwal, H., and P.S Vaghela. 2018. “Work Values of Gen Z: Bridging The Gap to The Next Generation.” In *National Conference on Innovative Business Management Practices in 21st Century*. Faculty of Management Studies, Parul University, Gujarat, India.
- Anjani, D, H Awali, and Misidawati D. N. 2022. “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Generasi Z Dalam Menggunakan Sistem Pembayaran E-Wallet.” *Sahmiyya: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis* 1 (1): 124–34.
- Cortellazzo, L, E. Bruni, and R. Zampieri. 2019. “The Role of Leadership in a Digitalized World: A Review.” *Frontiers in Psychology* 10 (1).
- Garfinkel, Harold. 1967. *Studies in Ethnomethodology*. Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice-Hall, Inc.
- Goleman P. 1999. *Working with Emotional Intelligent*. New York: Bantam Book.

- Hardian V., and Hermawan E. 2022. "Gaya Kepemimpinan Transformatif Untuk Gen Z." *KENDALI: Economics and Social Humanities* 1 (1): 32–38.
- Ika, Windy Tegar, and Muhammad Tarmuji Riduwan. 2024. "Merintis Usaha Di Era Digitalisasi Oleh Gen Z FOMO Dengan Strategi Pemasaran Bersaing Tanpa Bantuan Influencer." *JEBISMA: Jurnal Ekonomi Bisnis Manajemen Akuntansi* 2 (2): 1–8.
- Kusumadewi, Rita, Heri Fitriadi, Arista Fauzi Kartika Sari, and Akbar Lufi Zulfikar. 2023. *Perkembangan Ekonomi Kreatif Dan Ekonomi Industri Berbasis Digital*. Pertama. Yogyakarta: Penerbit Adab.
- Muttaqiyathun, Ani. 2009. "Hubungan Emotional Quotient, Intellectual Quotient Dan Spiritual Quotient Dengan Entrepreneur's Performance." *Integritas: Jurnal Manajemen Bisnis* 2 (3): 221–34.
- Risela, Deska Amarilia. 2017. "Pengaruh IQ, EQ Dan SQ Terhadap Persepsi Etis Mahasiswa Mengenai Akuntansi Kreatif." *Jurnal Nominal* VI (1).
- Safira, Dinda, Nur Zalfa, Rifqo Nabila, Ahmad Zaeni Ismail, and Karomatul Izzah. 2025. "Analisis Peran Etika Bisnis Islam Dalam Membangun Strategi Loyalitas Di UMKM Berbasis Syariah Kabupaten Pekalongan Pada." *Ekonosfera: Jurnal Ekonomi, Akuntansi, Manajemen, Bisnis Dan Teknik Global* 1 (2): 195–205.
- Siregar, Ilham Jaya Kusuma, Tasya Amanda, and Heru Syahputra. 2025. "Kewirausahaan Dikalangan Gen Z: Suatu Kajian" 25 (1): 239–43. <https://doi.org/10.33087/jiubj.v25i1.5857>.
- Viana, E D, F Febrianti, and Dewi F. R. 2022. "Literasi Keuangan, Inklusi Keuangan Dan Minat Investasi Generasi Z Di Jabodetabek." *Jurnal Manajemen Dan Organisasi* 12 (3): 252–64.
- Zohar, D, and Marshall. 2001. *SQ Memanfaatkan Kecerdasan Spiritual Dalam Berpikir Integralistik Dan Holistik Untuk Memaknai Kehidupan*. Bandung: Mizan.