

“MENGEMBANGKAN BEHAVIOR CREATIVE GENERASI Z”

Siti Aisyah¹, Rimada Firdauzil Danila², Dira Intan Permata Sari³, DR.Mochammad Isa Anshori, SE., M.Si⁴

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Trunodjoyo Madura

Korespondensi Penulis : aisyahsyaa741@gmail.com, rimadafirdauzil@gmail.com,
dira02510@gmail.com

Abstrak

Generasi Z merupakan generasi yang tumbuh bersamaan dengan perkembangan teknologi dan menghadapi perubahan sosial serta tuntutan kehidupan yang semakin cepat. Dalam keadaan tersebut, kreativitas menjadi kemampuan yang penting. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana creative behavior Generasi Z berkembang, bentuk perilaku kreatif yang ditunjukkan, faktor yang mendukung maupun menghambatnya, serta peran lingkungan pendidikan, keluarga, teknologi, dan tempat kerja dalam proses tersebut. Penelitian menggunakan metode Systematic Literature Review (SLR) dengan menganalisis delapan artikel yang telah dipilih sebagai sumber penelitian. Hasil kajian menunjukkan bahwa creative behavior Generasi Z dapat dilihat dari berbagai bentuk, seperti kemampuan menciptakan dan menerapkan ide baru, menyelesaikan masalah, menunjukkan kreativitas dalam pembelajaran dan kewirausahaan, melakukan inovasi di tempat kerja, serta menggunakan teknologi dan media sosial untuk berbagi pengetahuan dan mengembangkan gagasan. Perkembangan perilaku kreatif tersebut didukung oleh self-efficacy, psychological capital, kemampuan digital, literasi AI, lingkungan belajar yang mendukung, hubungan sosial, serta adanya kesempatan untuk bekerja sama dan bereksplorasi. Sebaliknya, ketidakpastian karier, tekanan dalam pekerjaan, dan lingkungan yang kurang mendukung dapat menghambat perkembangan kreativitas. Oleh karena itu, pengembangan creative behavior Generasi Z membutuhkan lingkungan yang memberikan kesempatan untuk belajar, mencoba hal baru, berkolaborasi, dan menggunakan teknologi secara positif. Dengan begitu, kreativitas tidak hanya menjadi kemampuan, tetapi juga dapat diwujudkan dalam tindakan dan menghasilkan solusi yang inovatif.

Kata kunci: creative behavior, Generasi Z, kreativitas, teknologi, inovasi, Systematic Literature Review.

Abstract

Generation Z is a generation that has grown up alongside technological advancements and faces social changes and the demands of an increasingly fast-paced life. In this context,

Article history

Received: September 2026

Reviewed: September 2026

Published: September 2026

Plagirism checker no 80

Copyright : author

Publish by : musytari



This work is licensed under a [creative commons attribution-noncommercial 4.0 international license](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

creativity has become a vital skill one demonstrated not only through the ability to generate new ideas but also through the ability to develop ideas, solve problems, capitalize on opportunities, and apply concepts in real life. This study aims to understand how Generation Z's creative behavior develops, the forms of creative behavior they exhibit, the factors that support or hinder it, and the roles of the educational environment, family, technology, and the workplace in its development. This study employed a Systematic Literature Review (SLR) approach by analyzing eight articles selected as the sources for the study. The results indicate that, based on the analyses conducted by the researchers in these eight articles, Generation Z's creative behavior manifests in various forms, such as generating and implementing new ideas, problem-solving skills, creativity in learning and entrepreneurship, innovative work behavior, and the use of technology and social media to share knowledge and generate ideas. The development of creative behavior is also supported by self-efficacy, psychological capital, digital skills, AI literacy, a supportive learning environment, social relationships, and opportunities for collaboration and exploration. On the other hand, the study's findings indicate that career uncertainty, workplace pressures, and a lack of a supportive environment can act as barriers to the development of creativity. Thus, fostering creative behavior in Generation Z requires an environment that provides space to learn, experiment, collaborate, and utilize technology in a positive way so that creativity is not merely a skill but is translated into action and generates innovative solutions.

Keywords: creative behavior, Generation Z, creativity, technology, innovation, Systematic Literature Review.

PENDAHULUAN

Kreativitas menjadi salah satu kemampuan yang penting untuk dikembangkan oleh setiap individu dalam menghadapi perubahan serta tuntutan kehidupan yang semakin kompleks. Setiap orang memiliki kemampuan dan potensi yang berbeda-beda. Oleh karena itu, kreativitas dapat menjadi salah satu hal yang membedakan seseorang dalam menghasilkan ide, menyelesaikan masalah, maupun melihat sebuah peluang. Kreativitas sendiri tidak hanya berarti menciptakan sesuatu yang benar-benar baru, tetapi juga dapat berupa kemampuan untuk mengembangkan atau memperbaiki sesuatu yang sudah ada. Selain itu, kreativitas memiliki unsur kebaruan atau novelty serta kesesuaian dengan permasalahan yang sedang dihadapi (Ie & Fransiska, 2021).

Kebutuhan terhadap kreativitas semakin penting ketika dikaitkan dengan Generasi Z. Generasi Z merupakan kelompok yang tumbuh di tengah perkembangan teknologi sehingga memiliki karakteristik dan pola pikir yang berbeda dari generasi sebelumnya. Generasi ini juga berkembang dalam situasi sosial dan ekonomi yang penuh dengan ketidakpastian serta

kompleksitas. Di sisi lain, kedekatan dengan teknologi memberikan kesempatan bagi Generasi Z untuk mengembangkan kemampuan dan menghasilkan berbagai gagasan baru. Kondisi tersebut membuat Generasi Z perlu mampu beradaptasi, mengembangkan potensi yang dimiliki, serta mempersiapkan diri dalam menghadapi peluang dan tantangan di masa depan.

Dalam kondisi tersebut, kreativitas tidak cukup hanya dipandang sebagai kemampuan atau potensi untuk menghasilkan ide. Kreativitas juga perlu diwujudkan dalam bentuk tindakan nyata. Hal inilah yang menjadi dasar dalam memahami creative behavior atau perilaku kreatif. Dalam penelitian ini, creative behavior mengarah pada perilaku individu dalam menciptakan gagasan baru, mengembangkan ide yang sudah ada, menemukan pilihan penyelesaian masalah, serta melihat dan memanfaatkan peluang yang tersedia. Pengertian tersebut sesuai dengan Ie dan Fransiska (2021) yang menjelaskan bahwa kreativitas dapat diwujudkan melalui penciptaan penemuan baru, pengembangan terhadap penemuan yang telah ada, pemecahan masalah, dan kemampuan dalam melihat peluang. Dengan demikian, perilaku kreatif dapat dianggap sebagai bentuk nyata dari potensi kreativitas yang dimiliki seseorang.

Pengembangan kreativitas Generasi Z juga berkaitan erat dengan lingkungan tempat mereka tumbuh dan berkembang. Kreativitas dapat mulai dikembangkan sejak usia dini melalui keluarga dan sekolah. Kedua lingkungan tersebut dapat memberikan kesempatan kepada individu untuk mengeksplorasi kemampuan, mencoba berbagai hal, mengembangkan ide, serta mengetahui potensi yang dimiliki. Oleh sebab itu, pengembangan creative behavior membutuhkan lingkungan yang mampu memberikan kesempatan kepada Generasi Z untuk bereksplorasi dan menyampaikan gagasan secara positif.

Kreativitas juga berkaitan dengan kemampuan seseorang dalam menghadapi perubahan dan menyelesaikan permasalahan. Ketika kondisi terus mengalami perubahan, kemampuan untuk menghasilkan ide baru dan menemukan solusi menjadi semakin dibutuhkan. Kreativitas dapat membantu individu menghadapi berbagai tantangan, mempercepat penyelesaian masalah, menciptakan penemuan baru, serta mengembangkan atau memperbaiki sesuatu yang sebelumnya sudah ada (Ie & Fransiska, 2021). Oleh karena itu, pengembangan creative behavior Generasi Z penting dilakukan agar mereka tidak hanya menjadi pengguna teknologi, tetapi juga dapat menggunakan pengetahuan, teknologi, dan sumber daya yang dimiliki untuk menciptakan ide serta solusi yang inovatif.

KAJIAN PUSTAKA

1. Creative Behavior

Creative behavior atau perilaku kreatif adalah kemampuan seseorang untuk menemukan ide, mengembangkan gagasan, dan menggunakannya dalam menyelesaikan masalah atau menghasilkan sesuatu yang baru. Pada Generasi Z, perilaku ini dapat dilihat dari cara mereka mencari solusi, mencoba berbagai cara, menggunakan teknologi, dan melihat peluang. Putri dan Ninawati (2024) menunjukkan bahwa psychological capital memiliki hubungan positif dengan innovative work behavior pada Generasi Z, sehingga kondisi psikologis dan rasa percaya diri dapat membantu munculnya perilaku kreatif.

2. Generasi Z

Generasi Z merupakan kelompok yang sejak kecil sudah dekat dengan perkembangan teknologi digital. Internet dan media sosial banyak digunakan dalam kegiatan sehari-hari, seperti belajar, berkomunikasi, mencari informasi, dan bekerja. Benítez-Márquez et al. (2022) menunjukkan bahwa kajian tentang Generasi Z banyak berkaitan dengan pekerjaan, manajemen, karier, pembelajaran, dan pendidikan. Namun, terbiasa menggunakan teknologi saja belum cukup untuk membentuk perilaku kreatif karena tetap dibutuhkan pengalaman dan kesempatan untuk mencoba serta mengembangkan ide.

3. Faktor Individu

Perkembangan perilaku kreatif juga dipengaruhi oleh kemampuan yang dimiliki seseorang. Salah satunya adalah self-efficacy, yaitu keyakinan seseorang terhadap kemampuan dirinya dalam melakukan suatu hal. Sari dan Soelaiman (2025) menemukan bahwa kemampuan digital dan kepribadian kreatif berkaitan dengan self-efficacy serta minat berwirausaha Generasi Z. Selain itu, Virojrut et al. (2026) menunjukkan bahwa literasi AI memiliki hubungan positif dengan creative thinking, prestasi belajar, dan kesiapan berwirausaha.

4. Teknologi dan Media Sosial

Bagi Generasi Z, teknologi dan media sosial tidak hanya digunakan untuk hiburan dan komunikasi, tetapi juga dapat menjadi sarana untuk mencari informasi dan bertukar pengetahuan. Jasmine, Basrowi, dan Khaeruman (2025) menunjukkan bahwa penggunaan media sosial dapat mendukung knowledge sharing yang kemudian membantu meningkatkan kreativitas. Namun, penggunaan teknologi tetap perlu dikendalikan karena hubungan media sosial dengan kreativitas juga berkaitan dengan kemampuan menjaga perhatian dan proses berpikir (Chenji & Raghavendra, 2025).

5. Lingkungan Pendidikan dan Sosial

Lingkungan pendidikan dan sosial memiliki peran dalam membentuk perilaku kreatif Generasi Z. Lingkungan yang memberikan kesempatan untuk bertanya, berdiskusi, mencoba hal baru, dan menyampaikan pendapat dapat membantu seseorang mengembangkan ide. Ie dan Fransiska (2021) menjelaskan bahwa keluarga dan sekolah dapat menjadi tempat yang mendukung Generasi Z dalam mengeksplorasi kreativitas. Dukungan dari teman, guru, dosen, dan lingkungan sekitar juga dapat memberikan pengalaman serta sudut pandang baru.

6. Creative Behavior dalam Dunia Kerja

Di lingkungan kerja, perilaku kreatif dapat ditunjukkan melalui pemberian ide, pencarian cara kerja yang lebih efektif, penyelesaian masalah, dan penerapan inovasi. Putri dan Ninawati (2024) menunjukkan bahwa psychological capital berperan dalam innovative work behavior Generasi Z. Sebaliknya, Putra, Utomo, dan Istiyani (2024) menemukan bahwa perlakuan dikucilkan di tempat kerja dan tekanan kerja dapat menghambat perilaku inovatif. Karena itu, Generasi Z membutuhkan lingkungan kerja yang nyaman, menghargai pendapat, dan memberi kesempatan untuk berkontribusi.

7. Creative Behavior dan Kewirausahaan

Kreativitas dapat membantu Generasi Z dalam menemukan ide dan peluang usaha, terutama dengan memanfaatkan teknologi digital. Sari dan Soelaiman (2025) menunjukkan bahwa

kemampuan digital dan self-efficacy berkaitan dengan minat berwirausaha. Hal ini menunjukkan bahwa ide kreatif perlu dikembangkan dan diwujudkan menjadi inovasi agar dapat memberikan hasil yang lebih nyata.

8. Pengembangan Creative Behavior Generasi Z

Dari berbagai penelitian tersebut, dapat dilihat bahwa perilaku kreatif Generasi Z dipengaruhi oleh faktor dari dalam diri dan lingkungan sekitar. Kemampuan seperti self-efficacy, creative thinking, dan kemampuan digital perlu didukung oleh lingkungan yang memberikan kesempatan untuk belajar, mencoba, berdiskusi, dan bekerja sama. Dengan dukungan tersebut, kreativitas Generasi Z tidak hanya berhenti sebagai ide, tetapi dapat diwujudkan menjadi tindakan, inovasi, dan solusi.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode Systematic Literature Review (SLR) untuk mengetahui bagaimana creative behavior berkembang pada Generasi Z. Metode tersebut dipilih karena penelitian tidak memperoleh data secara langsung dari responden, melainkan mengumpulkan serta membandingkan hasil penelitian yang sebelumnya telah dilakukan oleh peneliti lain. Artikel yang digunakan membahas Generasi Z dalam berbagai konteks, seperti pendidikan, dunia kerja, kewirausahaan, penggunaan teknologi, media sosial, dan berbagai faktor yang berhubungan dengan kreativitas.

Artikel yang digunakan sebagai sumber penelitian dipilih berdasarkan kesesuaiannya dengan topik yang dibahas. Artikel tersebut harus membahas Generasi Z serta memiliki hubungan dengan kreativitas, perilaku inovatif, kemampuan menghasilkan ide, penyelesaian masalah, teknologi, self-efficacy, lingkungan kerja, pendidikan, atau kewirausahaan. Setelah artikel dikumpulkan, setiap penelitian dipelajari dan dicatat bagian-bagian pentingnya, seperti tujuan penelitian, metode yang digunakan, karakteristik responden, variabel atau fokus penelitian, serta hasil penelitian.

Selanjutnya, hasil dari setiap artikel dibandingkan untuk melihat persamaan dan perbedaannya. Berdasarkan proses tersebut, hasil kajian kemudian dikelompokkan ke dalam beberapa tema, yaitu bentuk creative behavior Generasi Z, faktor yang mendukung dan menghambat kreativitas, peran teknologi dan media sosial, lingkungan pendidikan dan sosial, serta penerapan kreativitas dalam dunia kerja dan kewirausahaan. Melalui proses tersebut, hasil dari berbagai sumber dapat memberikan gambaran yang lebih luas mengenai perkembangan creative behavior pada Generasi Z.

HASIL PENELITIAN

Berdasarkan hasil kajian terhadap artikel-artikel yang telah dipilih, creative behavior Generasi Z dapat terlihat melalui kemampuan menghasilkan dan mengembangkan ide, menyelesaikan masalah, memanfaatkan teknologi, berbagi pengetahuan, serta menerapkan gagasan dalam kegiatan belajar, bekerja, dan berwirausaha. Dengan demikian, kreativitas tidak hanya dilihat dari kemampuan menciptakan sesuatu yang benar-benar baru, tetapi juga dari kemampuan seseorang dalam mengembangkan dan menggunakan ide yang dimilikinya.

Hasil beberapa penelitian menunjukkan bahwa faktor dari dalam diri memiliki peran dalam perkembangan perilaku kreatif Generasi Z. Krishna dan Agrawal (2025) menemukan adanya hubungan antara pentingnya nilai moral dalam pekerjaan dengan creative performance Generasi Z. Sementara itu, Sari dan Soelaiman (2025) menunjukkan bahwa kemampuan digital dan kepribadian kreatif berkaitan dengan self-efficacy, sedangkan kemampuan digital dan self-efficacy berhubungan dengan minat berwirausaha. Temuan tersebut menunjukkan bahwa keyakinan terhadap kemampuan diri dan kemampuan menggunakan teknologi menjadi bagian yang penting dalam mengembangkan potensi kreatif Generasi Z.

Teknologi dan media sosial juga menjadi salah satu bagian yang banyak muncul dalam hasil kajian. Jasmine, Basrowi, dan Khaeruman (2025) menemukan bahwa penggunaan media sosial dapat mendukung knowledge sharing, yang kemudian berhubungan dengan peningkatan kreativitas karyawan Generasi Z. Namun, Chenji dan Raghavendra (2025) menunjukkan bahwa hubungan antara media sosial dan kreativitas tidak selalu sederhana karena penggunaan media sosial juga berkaitan dengan proses berpikir dan perhatian seseorang. Artinya, teknologi dapat menjadi sarana untuk mengembangkan kreativitas apabila digunakan secara tepat.

Lingkungan pendidikan dan lingkungan kerja juga berperan dalam membentuk perilaku kreatif. Ie dan Fransiska (2021) menekankan pentingnya keluarga dan sekolah dalam memberikan ruang kepada Generasi Z untuk mengeksplorasi dan mengembangkan kreativitas. Dalam lingkungan kerja, Putri dan Ninawati (2024) menunjukkan bahwa psychological capital berperan positif terhadap innovative work behavior Generasi Z, sedangkan kondisi seperti tekanan pekerjaan dan workplace ostracism dapat menjadi hambatan. Secara keseluruhan, hasil kajian menunjukkan bahwa perilaku kreatif Generasi Z dipengaruhi oleh gabungan faktor individu, teknologi, serta lingkungan yang memberikan dukungan dan kesempatan untuk mengembangkan ide.

PEMBAHASAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa creative behavior Generasi Z tidak cukup dipahami hanya sebagai kemampuan menghasilkan ide. Perilaku kreatif baru terlihat lebih jelas ketika ide tersebut dikembangkan, digunakan untuk menyelesaikan masalah, dibagikan kepada orang lain, atau diterapkan dalam kegiatan nyata. Hal ini terlihat dari berbagai penelitian yang menghubungkan kreativitas Generasi Z dengan pembelajaran, kewirausahaan, penggunaan teknologi, dan innovative work behavior.

Dari sisi individu, self-efficacy menjadi salah satu hal yang penting karena keyakinan terhadap kemampuan diri dapat mendorong seseorang untuk lebih berani mencoba dan mengembangkan gagasan. Kemampuan digital juga semakin relevan karena Generasi Z terbiasa menggunakan teknologi dalam kehidupan sehari-hari. Namun, kedekatan dengan teknologi saja belum cukup untuk membuat seseorang menjadi kreatif. Teknologi perlu digunakan untuk belajar, mencari informasi, bertukar pengetahuan, mengembangkan ide, dan menghasilkan sesuatu yang memiliki manfaat.

Dari sisi lingkungan, dukungan juga menjadi bagian penting dalam mengembangkan kreativitas. Lingkungan keluarga dan pendidikan yang memberikan kesempatan untuk mencoba dan mengeksplorasi dapat membantu Generasi Z mengembangkan kemampuannya. Hal yang sama berlaku di tempat kerja, karena lingkungan yang memberikan dukungan dan kesempatan

untuk menyampaikan ide dapat mendorong munculnya perilaku inovatif, sedangkan tekanan dan perlakuan negatif dapat menjadi penghambat.

Temuan tersebut menunjukkan bahwa pengembangan creative behavior Generasi Z membutuhkan hubungan antara kemampuan individu dan lingkungan yang mendukung. Generasi Z perlu diberikan kesempatan untuk mencoba, berdiskusi, bekerja sama, menggunakan teknologi, dan menerapkan ide yang dimiliki. Dengan demikian, kreativitas tidak hanya berhenti pada munculnya gagasan, tetapi dapat berkembang menjadi perilaku nyata dan inovasi yang bermanfaat.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil Systematic Literature Review, dapat disimpulkan bahwa creative behavior Generasi Z ditunjukkan melalui kemampuan menghasilkan dan mengembangkan ide, memecahkan masalah, memanfaatkan teknologi, berbagi pengetahuan, serta menerapkan gagasan dalam kegiatan belajar, bekerja, dan berwirausaha. Perkembangan perilaku tersebut dipengaruhi oleh faktor individu seperti self-efficacy, kemampuan digital, psychological capital, dan kemampuan berpikir kreatif, serta faktor lingkungan seperti keluarga, pendidikan, hubungan sosial, dan tempat kerja.

Teknologi dapat menjadi salah satu sarana penting dalam mengembangkan kreativitas Generasi Z, terutama ketika digunakan untuk belajar, berkomunikasi, berbagi pengetahuan, dan mengembangkan ide. Namun, penggunaan teknologi yang tidak tepat juga dapat menjadi hambatan, sehingga diperlukan kemampuan untuk menggunakannya secara bijak. Oleh karena itu, mengembangkan creative behavior Generasi Z tidak cukup hanya dengan meningkatkan kemampuan individu. Diperlukan lingkungan yang memberikan ruang untuk mencoba, mengeksplorasi, bekerja sama, menyampaikan pendapat, dan menerapkan ide. Dengan dukungan tersebut, kreativitas Generasi Z dapat berkembang dari sekadar gagasan menjadi perilaku nyata yang menghasilkan inovasi dan solusi.

DAFTAR PUSTAKA

- Alvarez-Delgado, A., & Caratozzolo-Martelliti, P. O. (2021). Creativity in criticality: Tools for Generation Z students in STEM. IEEE Global Engineering Education Conference (EDUCON), 591-598. <https://doi.org/10.1109/EDUCON46332.2021.9454110>
- Benítez-Márquez, M. D., Sánchez-Teba, E. M., Bermúdez-González, G., & Núñez-Rydman, E. S. (2022). Generation Z within the workforce and in the workplace: A bibliometric analysis. Frontiers in Psychology, 12, 736820. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.736820>
- Chenji, K., & Raghavendra, S. (2025). Social media, mind wandering, and creativity: The Gen Z perspective. Journal of Creativity, 35(3), 100116. <https://doi.org/10.1016/j.yjoc.2025.100116>
- Durman, T. Y., Peerzadah, S. A., Hanoum, S., & Abdullah, N. A. (2026). Empathetic and inclusive leadership: Job crafting and employee engagement among Generation Z. Management Decision, 1-23. <https://doi.org/10.1108/MD-02-2025-0281>

- Hill, J., Kim, M., Oja, B. D., Kim, H. S., & Lee, H.-W. (2024). Innovation is the key: Identifying factors to increase career satisfaction and psychological well-being in millennial and Generation Z sport employees. *Sport, Business and Management: An International Journal*, 14(3), 360-379. <https://doi.org/10.1108/SBM-05-2023-0064>
- Ie, M., & Fransiska, A. (2021). Pengembangan kreativitas Generasi Z. *Seminar Nasional Ke-III Universitas Tarumanagara*, 1915-1920.
- Jasmine, V. J., Basrowi, & Khaeruman. (2025). The role of social media platforms in enhancing employee creativity through knowledge sharing among Generation Z. *Cendekia: Jurnal Pendidikan dan Pembelajaran*, 18(2), 206-217. <https://doi.org/10.30957/cendekia.v18i2.969>
- Krishna, S. M., & Agrawal, S. (2025). Creative performance of Millennials and Generation Z: What matters more, intrinsic or extrinsic rewards? *Administrative Sciences*, 15(1), 11. <https://doi.org/10.3390/admsci15010011>
- Nguyen, C. N., Tho, A., & Nguyen, T. B. (2023). Understanding Generation Z's job engagement and performance in generationally diverse workplace. *Ho Chi Minh City Open University Journal of Science - Economics and Business Administration*, 14(2), 93-108. <https://doi.org/10.46223/HCMCOUJS.econ.en.14.2.2633.2024>
- Putra, Y. S., Utomo, H., & Istiyani, A. (2024). Determinan innovative work behavior Generasi Z: Dengan grit sebagai pemoderasi. *Journal of Business and Banking*, 14(1), 59-78. <https://doi.org/10.14414/jbb.v14i1.4443>
- Putri, R. A., & Ninawati. (2024). The role of workplace well-being and psychological capital on innovative work behavior in Generation Z employees. *International Journal of Application on Social Science and Humanities*, 2(4), 46-56. <https://doi.org/10.24912/ijassh.v2i4.35713>
- Salvadorinho, J., Hines, P., Kumar, M., Ferreira, C., & Teixeira, L. (2026). Empowering Generation Z in manufacturing organizations: A 6-factor self-determination extension. *Journal of Work-Applied Management*, 18(1), 130-149. <https://doi.org/10.1108/JWAM-07-2024-0087>
- Sari, V. R., & Soelaiman, L. (2025). Enhancing Generation Z's role as digital natives and creative minds in entrepreneurship through self-efficacy. *International Journal of Application on Economics and Business*, 3(2), 974-983. <https://doi.org/10.24912/ijaeb.v3i2.974-983>
- Surugiu, C., Surugiu, M.-R., Grădinaru, C., & Grigore, A.-M. (2025). Factors motivating Generation Z in the workplace: Managerial challenges and insights. *Administrative Sciences*, 15(1), 29. <https://doi.org/10.3390/admsci15010029>
- Tarigan, J., Cahya, J., Valentine, A., Hatane, S., & Jie, F. (2022). Total reward system, job satisfaction and employee productivity on company financial performance: Evidence from Indonesian Generation Z workers. *Journal of Asia Business Studies*, 16(6), 1041-1065. <https://doi.org/10.1108/JABS-04-2021-0154>
- Virojrut, T., Teeratansirikool, L., Imjai, N., Somwethee, P., Usman, B., Nui-Suk, C., & Aujirapongpan, S. (2026). Artificial intelligence literacy, creative thinking, and entrepreneurial readiness: The mediating role of learning achievement among

Generation Z business students in Thailand. *Frontiers in Education*, 11, 1907121.
<https://doi.org/10.3389/feduc.2026.1907121>

Wisuchat, W., & Taecharungroj, V. (2022). A place to work: Examining workplace location attributes that appeal to Generation Y and Z talent. *Journal of Place Management and Development*, 15(3), 264-283. <https://doi.org/10.1108/JPMD-08-2020-0081>

Widyanty, W., Oktasari, D. P., Riyanto, S., Nusraningrum, D., Damayanti, S., Sumaedi, S., Bakti, I. G. M. Y., Dinaseviani, A., Prasetya, P., Fahlevi, M., & Yaman, A. (2025). Green innovative work behaviour model on Generation Z employees in the manufacturing industry: An empirical evidence from Indonesia. *Sustainable Futures*, 9, 100765.
<https://doi.org/10.1016/j.sftr.2025.100765>

Wijayanti, E., Saputra, R. S., & Muliati. (2026). Career crafting strategies developed by Generation Z in navigating career uncertainty: A multi-case study in the creative sector. *Journal of Economics and Management*, 4(2), 413-423.
<https://doi.org/10.70716/ecoma.v4i2.492>