

MENGAPA REMAJA BERWIRAUSAHA?

¹Zusy Aryanti, ²Tb. Zulrizka Iskandar, ³Hendriati Agustiani, ⁴Surya Cahyadi

¹Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan, IAIN Metro, Lampung

^{1,2,3,4}Fakultas Psikologi, Universitas Padjajaran, Bandung

¹zusy4@gmail.com

Received: 12 Januari 2021

Revised: 20 April 2021

Accepted: 22 April 2021

Abstrak

Pemerintah Indonesia aktif menggerakkan kewirausahaan bagi kaum muda di berbagai daerah. Hal ini dilakukan sebagai upaya mempercepat pertumbuhan perekonomian bangsa. Kegiatan wirausaha mulai tumbuh dan berkembang secara pesat, namun tidak sedikit yang menutup usaha sebelum usaha tersebut berkembang. Motivasi intrinsik adalah faktor yang diduga sangat berpengaruh terhadap berlangsung dan bertahannya wirausaha dalam jangka panjang. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perilaku wirausaha remaja yang diprediksi dari motivasi intrinsik. Pengukuran dilakukan dengan menggunakan skala motivasi intrinsik dan skala perilaku wirausaha. Subjek penelitian adalah remaja akhir usia 18-21 tahun yang berwirausaha di kota Bandung berjumlah 64 orang dengan pengambilan sampel menggunakan teknik random sampling. Teknik analisa yang digunakan adalah regresi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa motivasi intrinsik mampu memprediksi munculnya perilaku wirausaha remaja.

Kata Kunci: Perilaku wirausaha, motivasi intrinsik, remaja

Abstract

The Indonesian government is actively encouraging entrepreneurship for young people in various fields. This is an effort to accelerate the nation's economic growth. Entrepreneurship grows and develops quickly, but many entrepreneurs close their businesses before they develop. Intrinsic motivation is a factor that is considered very influential on the survival of entrepreneurs so far. This study aims to determine whether adolescent entrepreneurial behavior is predicted by intrinsic motivation? Measurements were made using the scale of intrinsic motivation and the scale of entrepreneurial behavior. Research subjects were 64 late adolescents in the age of 18-21 years who were entrepreneurs. The analysis technique used is regression. The results showed that intrinsic motivation predicts the emergence of adolescent entrepreneurial behavior.

Keywords: entrepreneurial behavior, intrinsic motivation, adolescent

PENDAHULUAN

Sektor ekonomi masih dianggap hal krusial yang akan menopang sektor lainnya dalam kehidupan suatu bangsa. Kondisi perekonomian yang maju dan berkembang menjadi penentu maju dan berkembangnya peradaban suatu negara. Pesatnya

pertumbuhan ekonomi di negara maju diakui karena banyaknya jumlah unit kewirausahaan yang dimiliki. Kewirausahaan merupakan proses penciptaan sesuatu yang berbeda dan bernilai dengan mengorbankan waktu serta usaha yang diperlukan, demi menanggung resiko secara finansial, psikologis serta

sosial, kemudian dapat menerima hasil dari usaha tersebut berupa imbalan materi serta kepuasan diri (Hisrich, 2016).

Selain mempersiapkan kemandirian secara ekonomi, karakteristik pewirausaha seperti proaktif, responsif, kreatif, inovatif serta kompetitif menjadikan individu mudah beradaptasi dalam beragam kondisi pekerjaan (Obschonka, Goethner, Silbereisen, & Cantner, 2012). Karakteristik tersebut dianggap sebagai kompetensi kunci ketika menjalani jenis pekerjaan apapun untuk mencapai hasil optimal yang penting untuk dimiliki dan sangat dibutuhkan oleh remaja saat ini dan saat yang akan datang (Obschonka, Hakkarainen, Lonka, & Salmela-Aro, 2016). Karakteristik pewirausaha yang dianggap penting tersebut menjadikan konsep kewirausahaan berkembang menjadi konsep yang dapat diterapkan dalam berbagai bidang, seperti kewirausahaan teknologi, kewirausahaan pendidikan atau kewirausahaan sosial, dan bidang-bidang lain yang menekankan pada pengembangan usaha atau keorganisasian dari kegiatan yang dijalani. Sejauh ini sebagian besar kajian tentang konsep kewirausahaan masih memfokuskan diri pada konteks ekonomi. Kewirausahaan merupakan padanan kata *entrepreneurship* dalam bahasa Inggris, sedangkan kata pewirausaha berasal dari bahasa Perancis, yaitu *entreprende* yang berarti menjalankan. Di Indonesia, *entrepreneurship* memiliki arti kewirausahaan, kegiatannya disebut wirausaha (*entrepreneurial*) dan orang atau

pelakunya disebut wirausahawan atau pewirausaha (*entrepreneur*). Perdebatan tentang definisi kewirausahaan belum menemukan titik terang akan definisi tunggal dari kewirausahaan. Masing-masing memiliki alasan dengan sudut pandang sendiri, sehingga sulit untuk mendefinisikan secara utuh tentang kewirausahaan yang sesungguhnya (Raimi, 2015; Szaban, & Skrzek-Lubasińska, 2018). Namun demikian, para peneliti bidang kewirausahaan dapat mengacu pada pemahaman bahwa kewirausahaan merupakan proses pembentukan atau pertumbuhan suatu usaha baru yang berorientasi pada keuntungan, penciptaan dan pembentukan produk baru (da Silva Veiga, Demo & Neiva, 2017). Di dalam proses menjalankan kewirausahaan ini, kreativitas pewirausaha menjadi hal yang utama untuk menghasilkan nilai tambah sehingga menghasilkan nilai jual lebih baik yang pada akhirnya dapat meningkatkan perekonomian suatu negara (Chen, Chang, & Lo, 2015; Langevang, Namatovu, & Dawa, 2012). Pesatnya pertumbuhan wirausaha di Indonesia saat ini telah menggeser kecenderungan pelaku wirausaha dari dewasa menjadi remaja. Sebelumnya pelaku kewirausahaan didominasi oleh orang-orang yang sudah matang baik dari usia kronologis maupun usia psikologis. Mereka mempersiapkan diri terjun ke dalam kewirausahaan dengan berbagai persiapan yang matang pula seperti memiliki modal yang cukup, keterampilan, pengetahuan tentang kewirausahaan,

pengalaman positif dari pewirausaha lain serta kedewasaan berfikir dan bertindak (van Trang, Do, & Luong, 2019). Kini banyak remaja dengan usia kronologis masih muda dan usia psikologis pradewasa telah terlibat dalam berbagai kegiatan kewirausahaan, bahkan tidak sedikit remaja menjadikan wirausaha sebagai pilihan karir yang baik dan memuaskan (Binder & Coad, 2013). Mereka telah mengembangkan wirausaha ke berbagai daerah dimana mereka menemukan peluang melebihi dari yang diperkirakan (Cannone, Pisoni, & Onetti, 2014). Hal ini mengindikasikan bahwa pewirausaha dengan usia muda juga dapat sukses melampaui usia dewasa terutama yang memiliki modal psikologis (Ephrem dkk., 2021).

Karakteristik remaja yang dinamis, energik, senang mencoba hal baru merupakan sumber daya yang kuat untuk berwirausaha, namun sumber daya tersebut sulit berkembang jika tidak memiliki motivasi yang kuat (Ephrem dkk., 2021). Motivasi adalah dorongan yang menghasilkan perilaku tertentu pada individu sebagai faktor yang penting dalam wirausaha. Modal dianggap sebagai kebutuhan fisik yang dapat diwujudkan kapanpun sepanjang waktu, sementara motivasi merupakan kebutuhan psikologis yang harus ada sebagai pendorong terwujudnya kebutuhan fisik (modal) itu. Motivasi merupakan faktor yang berpengaruh sangat signifikan terhadap perilaku wirausaha (Al-Jubari dkk., 2019; Ismail dkk., 2016; Mardta & Usman, 2019; Seun, Kalsom,

Bilkis, & Raheem, 2017). Secara umum motivasi terbagi menjadi motivasi ekstrinsik dan motivasi intrinsik. Motivasi intrinsik adalah dorongan otonom. Perilaku yang termotivasi secara intrinsik merupakan perilaku yang bersifat otonom, dialami atas kemauan sendiri dan berasal dari diri sendiri yang imbalannya berupa afeksi dan kenikmatan yang menyertai perilaku tersebut, sedangkan motivasi ekstrinsik merupakan dorongan yang imbalannya berupa penghargaan eksternal atau persetujuan sosial, penghindaran hukuman atau pencapaian hasil yang dihargai (Ryan & Deci, 2000). Perilaku yang termotivasi secara ekstrinsik dicirikan sebagai perilaku terkontrol. Sejauh ini, kajian kewirausahaan yang dikaitkan dengan motivasi banyak dibahas dalam sudut pandang ekonomi dimana motivasi diulas sebagai dorongan atau keinginan yang dapat dilihat secara langsung baik ekstrinsik maupun instrinsik, namun tidak melihat bagaimana motivasi itu terjadi dalam diri pewirausaha. Sebagaimana teori penentuan diri (*Self determination theory* atau SDT) yang melihat motivasi bukan sebagai satu kesatuan, tetapi motivasi dibedakan secara jelas untuk mempertimbangkan efek dari berbagai jenis motivasi baik kualitas maupun dinamika perilakunya. Beberapa bentuk motivasi sebenarnya bersifat sukarela (sesuai keinginan) yang mencerminkan minat atau nilai individu yang disebut motivasi intrinsik, dan sebagian lain bersifat eksternal, yang dikendalikan oleh hal hal di luar keinginan

diri atau biasa disebut motivasi ekstrinsik (Ryan & Deci, 2017). Motivasi intrinsik mencerminkan minat atau nilai, membuat individu bersemangat, bergairah dan memiliki tujuan, sehingga aktivitas yang dilakukan tidak berhenti pada satu titik tujuan saja, tetapi tujuan yang telah tercapai akan memunculkan tujuan-tujuan berikutnya. Motivasi intrinsik erat kaitannya dengan perasaan otonomi diri. Selain memiliki perasaan menyenangkan terhadap aktivitas yang dilakukan, remaja wirausaha juga memiliki perasaan bertanggung jawab terhadap diri sendiri dan bebas menentukan pilihan sebagai bentuk otonomi diri. Oleh karena itu motivasi intrinsik menjadi penting dalam perilaku wirausaha, sebab individu akan menentukan sendiri perilaku yang dapat mengembangkan usahanya secara terus menerus.

Terdapat dua hal yang selalu terkait dengan motivasi, yaitu *energizes* (memberi tenaga) dan *gives direction* (mengarahkan) perilaku (Ryan & Deci, 2017). Perilaku wirausaha merupakan perilaku yang ditentukan oleh diri sendiri (*self determined*), di mana individu memutuskan sendiri apa yang harus dilakukan. Kerangka perilakunya mengacu pada 4 hal, yaitu (1) berperilaku secara otonomi, (2) perilaku merupakan hasil regulasi diri, (3) individu merespon suatu kejadian dengan kekuatan psikologis, dan (4) individu bertindak dengan kesadaran diri (Kirkley, 2010).

Beberapa indikator perilaku wirausaha

adalah perilaku inovatif dan perilaku kreatif yang menggerakkan individu untuk mempelajari dan mengembangkan ide-ide menantang demi mengembangkan usahanya secara terus menerus (Barroso-Tanoira, 2017; Mardta & Usman, 2019; Wang, Kim, & Lee, 2016). Perilaku-perilaku tersebut muncul ketika memiliki rasa otonomi terhadap diri yang mendorong munculnya motivasi intrinsik. Individu yang kreatif akan melakukan apa yang disukai daripada sekedar melakukan apa yang diketahui (Barroso-Tanoira, 2017). Dengan adanya kreativitas dalam diri, maka akan ada penggerak untuk belajar dalam mengembangkan hal-hal baru dan menunjukkan keingintahuan serta mengekspresikan kesenangannya (Kim & Lee, 2018). Adanya otonomi memberikan ruang untuk terjaganya afeksi positif yang selanjutnya akan menggerakkan perilaku (Shir, Nikolaev, Wincent, 2019).

Tidak dapat dipungkiri bahwa selain motivasi terdapat juga beberapa faktor yang menjadi penyebab individu tertarik dan melakukan wirausaha seperti pengetahuan wirausaha, pendidikan kewirausahaan yang didapat, kepribadian dan orang tua yang berwirausaha (Iremadze, 2016). Faktor-faktor tersebut merupakan faktor eksternal yang pengaruhnya tidak langsung menimbulkan perilaku wirausaha, namun ada variabel lain yang menjadi penghubung sebelum sampai pada perilaku wirausaha. Hal ini dapat dijelaskan bahwa meskipun remaja yang berwirausaha disebabkan oleh pendidikan

wirausaha yang diterima atau karena orang tua yang sudah menekuni wirausaha, tetapi remaja adalah individu yang paling berhak mengendalikan diri mereka untuk berwirausaha atau tidak (Seun dkk., 2017). Pendidikan wirausaha yang diterima atau orang tua yang pewirausaha hanyalah lingkungan yang menyediakan sumber daya sebagai pencetusnya. Indikasi terjadinya perilaku wirausaha manakala terdapat motivasi intrinsik yang memediasi antara pendidikan wirausaha atau model orang tua yang berwirausaha (Iremadze, 2016).

Otonomi diri juga dapat muncul karena individu mendapatkan dukungan dari orang sekitarnya. Dukungan yang diberikan menyebabkan individu merasa diakui kemampuannya sehingga timbul perasaan otonomi yang melahirkan motivasi intrinsik untuk memulai dan mempertahankan usaha (Seun dkk., 2017). Individu dengan otonomi tinggi lebih menyukai tugas tugas yang subjektif, karena dapat mengeksplorasi apa yang senang dan bebas melakukannya (Kunz, 2015) sehingga individu yang memiliki motivasi intrinsik lebih kuat dalam mengerjakan tugas tugas subjektif dibanding tugas-tugas objektif (Al-Jubari et al., 2019).

Meskipun motivasi adalah dorongan namun belum tentu dapat menggerakkan perilaku secara konsisten. Seringkali pewirausaha yang memiliki motivasi disertai kepercayaan diri yang tinggi pada awal berwirausaha menjadi rendah saat tidak memenuhi target capaian. Dorongan dari luar

diri menyebabkan perilaku wirausaha mudah menghilang ketika target sudah tercapai. Tidak demikian dengan dorongan yang datang dari dalam diri, meskipun belum mampu mencapai target, pewirausaha tetap menjalankan aktivitas wirausaha dengan perasaan senang dan menimbulkan kepuasan.

Penelitian ini didasarkan pada hipotesis bahwa motivasi intrinsik dapat memprediksi perilaku wirausaha. Perasaan otonomi yang mewujud dalam motivasi intrinsik dapat memunculkan perilaku wirausaha. Perilaku yang terjadi akibat rasa senang terhadap aktivitas tersebut akan menimbulkan kebahagiaan, kebebasan dan timbul keinginan untuk melakukannya kembali. Pada titik ini pewirausaha merasa memiliki otonomi terhadap diri sehingga ia dapat melakukan apa saja sepanjang rasa senang mengikuti aktivitas tersebut. Hipotesis ini membawa pada keingintahuan peneliti untuk menggali lebih dalam, apakah memang motivasi intrinsik yang menggerakkan perilaku wirausaha?

METODE PENELITIAN

Penelitian dilakukan pada bulan Juni 2019 di kota Bandung. Remaja sebagai populasi dan remaja yang berwirausaha sebagai sampelnya. Pemilihan sampel menggunakan teknik random sampling sebanyak 64 orang dengan karakteristik sebagai berikut; remaja akhir usia 18-24 tahun, memiliki usaha atau bisnis apapun sekurang kurangnya 3 bulan berjalan, metode

penjualan secara daring maupun konvensional. Pengukuran dalam penelitian ini menggunakan instrument berupa skala, yaitu skala perilaku wirausaha dan skala motivasi intrinsik, yang masing masing memiliki 5 pilihan respon jawaban yaitu Sangat Sesuai (SS), Sesuai (S), Kurang Sesuai (KS), Tidak Sesuai (TS) dan Sangat Tidak Sesuai (STS). Skala perilaku wirausaha dibangun oleh peneliti berdasarkan temuan awal di lapangan yang kemudian dicocokkan dengan teori Hisrich (2016) sebagai acuannya. Terdiri dari empat dimensi, yaitu kreatif, inovatif, gigih dan berani mengambil risiko yang dibagi ke dalam 51 aitem pernyataan. Salah satu aitem pernyataan dalam skala Perilaku wirausaha adalah "Saya menciptakan produk yang unik, menarik dan berbeda dari lainnya baik dari segi jenis, rasa, warna kemasan dan cara pemasaran". Begitu pula dengan skala motivasi intrinsik, dibangun oleh peneliti berdasarkan teori Ryan

and Deci yaitu *self determination theory*. Dimensinya terdiri dari *interest, enjoyment, inherent satisfaction* yang dibagi ke dalam 35 aitem pernyataan. Contoh aitem dalam skala Motivasi intrinsik adalah "Meskipun terdapat risiko, saya tetap menikmati berwirausaha". Kedua skala diujicobakan dan memperoleh nilai reliabilitas 0.937 untuk skala perilaku wirausaha dan 0.925 untuk skala motivasi intrinsik. Hipotesis yang diajukan diuji dengan analisis regresi melalui bantuan software IBM SPSS Statistik 25.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dilihat berdasarkan data deskriptif pada Tabel 1, rerata pada skor empirik lebih besar nilainya dibanding rerata pada skor hipotetik. Hal ini menunjukkan bahwa baik secara individual remaja pewirausaha memiliki perilaku wirausaha maupun motivasi intrinsik yang lebih tinggi dibandingkan jika berkelompok.

Tabel 1.
Data Deskriptif

	N	Skor Empirik				Skor Hipotetik			
		Min	Max	Mean	SD	Min	Max	Mean	SD
Perilaku wirausaha	64	68	131	103.25	14.194	51	255	102	34
Motivasi intrinsik	64	108	243	193.33	22.573	35	175	70	23.33

Tabel 2.
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.653 ^a	.426	.417	17.232

a. Predictors: (Constant), MotivasiIntrinsik

Tabel 3.
ANOVA

	Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	13689.351	1	13689.351	46.100	.000 ^b
	Residual	18410.758	62	296.948		
	Total	32100.109	63			

a. Dependent Variable: PerilakuWirausaha

b. Predictors: (Constant), MotivasiIntrinsik

Tabel 4.
Coefficients

	Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	88.317	15.616		5.656	.000
	MotivasiIntrinsik	1.017	.150	.653	6.790	.000

a. Dependent Variable: Perilaku Wirausaha

Nilai korelasi (R) sebesar 0.653 menunjukkan hubungan yang kuat antara motivasi intrinsik dengan perilaku wirausaha. Nilai korelasi yang positif menegaskan bahwa semakin tinggi motivasi intrinsik maka semakin tinggi pula perilaku wirausahanya. Nilai sig 0.00 < 0.05, menunjukkan bahwa motivasi intrinsik berpengaruh terhadap perilaku wirausaha. Sementara besaran pengaruhnya sebesar 42.6 yang ditunjukkan oleh nilai R² 0.426. Dari hasil analisis regresi muncul persamaan regresi yaitu $y = a + bx$, di mana $y = 88.317 + 1.017x$. Artinya setiap peningkatan 1 poin motivasi intrinsik, maka perilaku wirausaha akan meningkat sebesar 1.017. Ada pengaruh positif dan signifikan dari motivasi berwirausaha baik secara intrinsik maupun ekstrinsik terhadap kesiapan memuai bisnis. Remaja dapat sepenuhnya terlibat dalam wirausaha melalui berbagai motif. Motivasi ekstrinsik lebih berpengaruh saat akan memulai bisnis sementara motivasi intrinsik

lebih berpengaruh pada perilaku mempertahankan usaha (Seun et al., 2017), namun tetap motivasi menjadi modal penentu berlanjut tidaknya wirausaha. Motivasi intrinsik terbukti dapat memprediksi perilaku wirausaha pada remaja pewirausaha di Bandung.

Sebagaimana penelitian terdahulu, bahwa pewirausaha yang dapat mengembangkan usaha, salah satunya disebabkan motivasi instrinsik yang dimiliki (Hanif, Meryem, Rao, & Nawaz, 2017). Motivasi intrinsik dapat terjadi jika remaja memiliki ketertarikan terhadap wirausaha yang dapat menimbulkan perasaan senang dan bahagia. Perasaan senang inilah yang mendorong munculnya perilaku wirausaha seperti berani mengambil resiko, berkompetisi, merealisasikan ide-ide kreatif dan inovatif tanpa merasa terbebani. Respon afeksi terhadap kegiatan wirausaha membuat remaja memiliki perhatian lebih terhadap wirausaha. Gairah yang ditimbulkan akibat ketertarikan pada bidang usaha tertentu membuat individu

merasa senang lalu melibatkan diri lebih dalam sehingga muncul kepuasan terhadap apa yang dilakukannya. Remaja pewirausaha tidak terpengaruh terhadap hal-hal eksternal di luar diri yang tidak berkaitan dengan rasa senang mereka, seperti iming iming hadiah, tekanan, tuntutan, penghargaan dan sebagainya. Semakin tinggi motivasi intrinsik yang dimiliki, maka semakin rendah keinginan untuk mendapat penghargaan dari luar (Liang, Wang, Wang, & Xue, 2017). Peluang untuk menjadi pewirausaha sebenarnya terbuka bagi siapa saja yang mau belajar, bukan hanya individu tertentu (Helmi, 2011), asal memiliki ketertarikan terhadap apa yang akan dituju. Keberhasilan usaha dapat dicapai jika individu memiliki kesukaan dalam berwirausaha yang akan menimbulkan motivasi intrinsik secara terus menerus (Ismail, Husin, Abdul, Mohd., & Che, 2016). Ahli lain menyebut motivasi yang muncul akibat otonomi diri disebut motivasi otonom, hal ini ditemukan berhubungan positif dengan kemungkinan sukses dalam berwirausaha keluarga (Schroder & Schmitt-Rodermund, 2013). Meskipun lingkungan dapat mempengaruhi remaja untuk berwirausaha, tetapi ia tetap harus menentukan sendiri perilaku wirausahanya. Remaja dengan latar belakang keluarga pewirausahapun menganggap motivasi yang mereka miliki adalah motivasi yang mereka tentukan sendiri karena merasa tertarik dengan wirausaha, bukan akibat diwarisi usaha oleh orang tuanya (Schroder &

Schmitt-Rodermund, 2013). Remaja yang memiliki motivasi intrinsik diasumsikan telah terpenuhi kebutuhan psikologisnya, yaitu kebutuhan *autonomy*, *competence* dan *relatedness*. *Autonomy* merupakan kebutuhan untuk mandiri dimana individu memiliki keinginan secara bebas, mengalami perasaan dapat memilih dan bebas secara psikologis. *Competence* merupakan kebutuhan merasa berguna karena memiliki kemampuan ketika berinteraksi dengan lingkungan. *Relatedness* merupakan kebutuhan untuk terhubung dengan orang lain sebagaimana makhluk sosial (Ryan & Deci, 2000).

Berdasarkan data deskriptif yang ditemukan di lapangan dibandingkan dengan data yang dihipotesiskan memiliki skor yang jauh lebih tinggi. Ini menegaskan bahwa remaja pewirausaha Bandung memiliki perilaku wirausaha yang tinggi. Mereka aktif memasarkan produk, kreatif dan inovatif dalam mencipta dan mengkreasi produk, bersemangat dan berani mengambil resiko dengan tetap memperhitungkan potensi kerugian dalam pengembangan usahanya.

Pada data motivasi intrinsik yang ditemukan juga lebih tinggi dari data hipotetik menunjukkan bahwa remaja pewirausaha di Bandung juga memiliki afeksi positif dalam menghadapi situasi wirausaha yang pasang surut meskipun kondisi sedang tidak baik. Hal ini karena rasa senang terhadap wirausaha yang dimiliki, sehingga kondisi yang tidak menguntungkan sekalipun tetap dapat menggerakkan perilaku

wirausahanya. Mereka menyenangi wirausaha secara bebas sesuai dengan nilai diri yang mereka miliki tanpa ada tekanan dari manapun. Mereka dapat menyalurkan hobi, menggali potensi lebih dalam dan menikmati keahlian masing masing. Selain bertanggung jawab terhadap perasaannya, remaja pewirausaha juga mewujudkannya dalam bentuk perilaku wirausaha. Mereka sangat otonom terhadap perasaan dan perilakunya, sehingga kebutuhan otonomi mereka dapat terpenuhi. Fenomena merbaknya unit unit wirausaha baru yang didominasi oleh remaja menegaskan bahwa remaja dapat memulai dan mengembangkan usaha meskipun belum menjadi kewajiban untuk mencari penghasilan. Kecenderungan remaja pewirausaha berperilaku wirausaha karena pemenuhan kebutuhan otonomi di mana mereka merasakan kebahagiaan saat mampu membuktikan bahwa mereka berkuasa penuh atas dirinya. Mereka dapat menentukan sendiri ide-ide pengembangan usaha tanpa campur tangan orang lain. Adanya perasaan senang karena merasa otonom, merasa mampu dan terhubung dengan orang lain memunculkan motivasi intrinsik dan menjadikan remaja konsisten dalam menjalankan usahanya secara terus menerus. Sehingga, wirausaha yang dijalani tidak dirasa sebagai beban tetapi justru tetapi justru melahirkan kebahagiaan.

Kebutuhan *competence* terpenuhi saat remaja pewirausaha merasa berguna karena mampu melakukan aktivitasnya sendiri.

Kebutuhan *competence* ini biasanya lebih mengemuka saat remaja pewirausaha mengeksplorasi dunia sekitar dan terlibat pada aktivitas yang menantang untuk menguji keterampilan dan kemampuannya, seperti mengembangkan kreativitas, inovasi atau bertindak berani mengambil resiko. Selain muncul perasaan senang, mereka juga akan puas terhadap apa yang dilakukan sehingga mendorong untuk melakukan lagi dan seterusnya. Terpenuhinya kebutuhan *competence* ini memungkinkan remaja pewirausaha beradaptasi dengan lingkungan kewirausahaan yang kompleks dan dinamis. Kegagalan memenuhi kebutuhan ini cenderung akan mengakibatkan perasaan tidak berdaya dan berdampak pada kurangnya motivasi (Deci & Ryan, 2000). Sementara kebutuhan *relatedness* akan terpenuhi manakala remaja pewirausaha memiliki keterhubungan dengan orang lain, misalnya terhubung dengan komunitas pewirausaha. Di dalam komunitas wirausaha atau kelompok social yang terbentuk karena kesamaan aktivitas memfasilitasi remaja untuk mengembangkan hubungan yang lebih dekat dengan orang lain. Diasumsikan bahwa dengan memiliki keterhubungan dengan lingkungan social, maka akan memberikan keuntungan pada diri sendiri maupun orang lain (van den Broeck, Vansteenkista, Witte, Soenens, & Lens, 2010).

Perilaku karena ketertarikan dan memenuhi kebutuhan psikologis dasar adalah prototipe perilaku yang ditentukan oleh diri sendiri sesuai dengan nilai yang dimiliki.

Remaja melakukan wirausaha karena memiliki tujuan nilai sendiri seperti kepuasan dan kesenangan karena dapat menyalurkan hobi. Adanya afeksi terhadap aktivitas fisik tertentu, maka motivasi intrinsik akan muncul yang kemudian dinyatakan lewat perilaku (Schneider & Kwan, 2013). Ketika remaja pewirausaha menyenangi aktivitas wirausaha, akan muncul afeksi bahagia yang akan mendorong lahirnya imajinasi, kreasi serta inovasi dalam usaha. Apabila motivasi intrinsiknya tinggi maka imajinasi, kreasi dan inovasi juga akan terus tinggi (Liang, Hsu, & Chang, 2013). Afeksi positif sangatlah penting dalam mengendalikan motivasi intrinsik, sebab hal ini akan membuat remaja secara konsisten dan terus menerus menjalankan usaha, tanpa memikirkan keuntungan sebagai hal utama. Bahkan bekerja secara prososial dan tanpa imbalan keuntungan dapat dilakukan karena adanya motivasi intrinsik ini (Serra, Serneels, & Barr, 2011). Jadi sangat jelas bahwa perilaku wirausaha yang muncul benar benar ditentukan oleh dirinya sendiri tanpa terganggu oleh iming iming yang ditawarkan dari luar. Meskipun kebutuhan untuk terhubung dengan orang lain tetap ada, namun baik perilaku wirausaha maupun motivasi intrinsik dapat terjadi tergantung pada diri masing masing. Terbukti dengan temuan hasil analisa data dimana rerata empiric lebih besar dari rerata hipotetik, ini berarti baik perilaku wirausaha maupun motivasi intrinsik lebih tinggi jika dilihat

secara individual dibanding secara berkelompok. Rasa senang dan bahagia terhadap wirausaha menggerakkan remaja untuk berperilaku lebih menantang dan menimbulkan kepuasan. Oleh sebab itu motivasi intrinsik dapat dikatakan sebagai penentu munculnya kepuasan dalam aktivitas yang dilakukan (Hayati & Caniago, 2014).

SIMPULAN DAN SARAN

Hasil penelitian ini membuktikan hipotesis yang diajukan bahwa motivasi intrinsik dapat memprediksi munculnya perilaku wirausaha pada remaja pewirausaha di Bandung dapat diterima. Remaja yang telah berwirausaha ternyata tidak semata mata didorong oleh faktor ekonomi yang mengutamakan keuntungan, tetapi ada dorongan dari dalam diri yang jauh lebih berpengaruh terhadap perilaku wirausaha. Persentase pengaruh motivasi intrinsik terhadap perilaku wirausaha remaja Bandung cukup besar yaitu 42.6%, sisanya sebesar 57.4 dapat dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak menjadi bagian dalam penelitian ini seperti faktor kognitif, kepribadian atau pendidikan remaja. Keterbatasan dalam penelitian ini selain hanya meneliti variabel tunggal sebagai faktor yang mempengaruhi juga penelitian hanya terbatas pada remaja yang sudah berwirausaha. Perlu dilakukan penelitian lanjutan bagaimana perilaku wirausaha dapat dimunculkan melalui niat berwirausaha pada remaja yang belum memiliki usaha.

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Jubari, I., Mosbah, A., & Talib, Z. (2019). Do intrinsic and extrinsic motivation relate to entrepreneurial intention differently? A self-determination theory perspective. *Academy of Entrepreneurship Journal*, 25(Special Issue 2), 1-14.
- Barroso-Tanoira, F. G. (2017). Motivation for increasing creativity, innovation and entrepreneurship. An experience from the classroom to business firms. *Journal of Innovation Management*, 5(3), 55-74.
- Binder, M., & Coad, A. (2013). Life satisfaction and self-employment: A matching approach. *Small Business Economics*, 40(4), 1009-1033.
- Cannone, G., Pisoni, A., & Onetti, A. (2014). Born global companies founded by young entrepreneurs. A multiple case study. *International Journal of Entrepreneurship and Innovation Management*, 18(2-3). <https://doi.org/10.1504/IJEIM.2014.062875>
- Chen, M. H., Chang, Y. Y., & Lo, Y. H. (2015). Creativity cognitive style, conflict, and career success for creative entrepreneurs. *Journal of Business Research*, 68(4), 906-910). <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2014.11.050>
- da Silva Veiga, H. M., Demo, G., & Neiva, E. R. (2017). The psychology of entrepreneurship. *Organizational Psychology and Evidence-Based Management: What Science Says about Practice*, 135-155. https://doi.org/10.1007/978-3-319-64304-5_8
- Deci, E. L., & Ryan, R. M. (2000). The darker and brighter sides of human existence: Basic psychological needs as a unifying concept. *Psychological Inquiry*, 11(4), 37-41. <https://doi.org/10.1207/S15327965PLI1104>
- Ephrem, A. N., Nguetzet, P. M. D., Charmant, I. K., Murimbika, M., Awotide, B. A., Tahirou, A., Lydie, M. N., & Manyong, V. (2021). Entrepreneurial motivation, psychological capital, and business success of young entrepreneurs in the DRC. *Sustainability*, 13(8), 1-22. <https://doi.org/10.3390/su13084087>
- Hanif, M. I., Meryem, M., Rao, H., & Nawaz, M. K. (2017). Women's entrepreneurship in rural areas of Punjab, Pakistan: How are women possess and supervising home-based business aggravated to grow. *Review of Integrative Business and Economic Research*, 6(3), 308-323.
- Hayati, K., & Caniogo, I. (2014). Islamic work ethic: The role of intrinsic motivation, job satisfaction, organizational commitment and job performance. *Procedia Social & Behavioral Sciences*, 65, 102-1106.

- <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.05.148>
- Helmi, A. F. (2011). Model determinan perilaku inovatif pada mahasiswa yang berwirausaha. *Jurnal Psikologi*, 38(2), 134-146.
- Hirsch, R. D. (2016). *Enterpreunership*. New York: McGraw-Hill Education.
- Iremadze, D. (2016). Towards entrepreneurial motivation: The self-determination theory approach. *Proceedings of the 11Th European Conference on Innovation and Entrepreneurship*, 960-970.
- Ismail, I., Husin, N., Abdul, N., Mohd, M. H., & Che, R. (2016). Entrepreneurial success among single mothers: The role of motivation and passion. *Procedia Economics and Finance*, 37(16), 121-128. [https://doi.org/10.1016/S2212-5671\(16\)30102-2](https://doi.org/10.1016/S2212-5671(16)30102-2)
- Issoufou, C. (2019). Creation of young entrepreneurs as resources of economic development and alleviation of poverty in muslim countries: An Islamic approach. *Humanities and Social Sciences Reviews*, 7(5), 1060-1064. <https://doi.org/10.18510/hssr.2019.75141>
- Kim, D., & Lee, D. (2018). Impacts of metacognition on innovative behaviors: Focus on the mediating effects of entrepreneurship. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 4(2), 1-9. <https://doi.org/10.3390/joitmc4020018>
- Kirkley, W. W. (2010). *Self-determination and intreprenurship: Personal values as intrinsic motivators of intreprenurial behavior*. Unpublished dissertation. Auckland: Massey University.
- Kunz, J. (2015). Objectivity and subjectivity in performance evaluation and autonomous motivation: An exploratory study. *Management Accounting Research*, 27, 27-46. <https://doi.org/10.1016/j.mar.2015.01.003>
- Langevang, T., Namatovu, R., & Dawa, S. (2012). Beyond necessity and opportunity entrepreneurship: Motivations and aspirations of young entrepreneurs in Uganda. *International Development Planning Review*, 34(4), 439-460. <https://doi.org/10.3828/idpr.2012.26>
- Liang, C., Hsu, Y., & Chang, C. (2013). Intrinsic motivation as a mediator on imaginative capability development. *Thinking Skills and Creativity*, 8, 109-119. <https://doi.org/10.1016/j.tsc.2012.09.001>
- Liang, H., Wang, M., Wang, J., & Xue, Y. (2017). How intrinsic motivation and extrinsic incentives affect task effort in crowdsourcing contests: A mediated moderation model. *Computers in Human Behavior*, 81, 168-176.

- <https://doi.org/10.1016/j.chb.2017.11.040>
- Mardta, R., & Usman, O. (2019). Effect of intrinsic motivation, knowledge entrepreneurship and personality of the student interest in entrepreneurship. *SSRN Electronic Journal*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.3415376>
- Obschonka, M., Goethner, M., Silbereisen, R. K., & Cantner, U. (2012). Social identity and the transition to entrepreneurship: The role of group identification with workplace peers. *Journal of Vocational Behavior, 80*, 137-147.
- Obschonka, M., Hakkarainen, K., Lonka, K., Salmela-Aro, K. (2016). Entrepreneurship as a twenty-first century skill: Entrepreneurial alertness and intention in the transition to adulthood. *Small Business Economy*. doi: 10.1007/s11187-016-9798-6
- Raimi, L. (2015). Discourse analysis of entrepreneurship definitions and theories: Implication for strengthening academic research. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business, 26*(3), 368-388. <https://doi.org/10.1504/IJESB.2015.072399>
- Ryan, R. M., & Deci, E. L. (2000). Intrinsic and extrinsic motivations: Classic definitions and new directions. *Contemporary Educational Psychology, 25*(1), 54-67. <https://doi.org/10.1006/ceps.1999.1020>
- Ryan, R. M., & Deci, E. L. (2017). *Self-determination theory: Basic psychological needs in motivation, development, and wellness*. The Guilford Press. <https://doi.org/10.1521/978.14625/28806>
- Schneider, M. L., & Kwan, B. M. (2013). Psychological need satisfaction, intrinsic motivation and affective response to exercise in adolescents. *Psychology of Sport & Exercise, 14*(5), 776-785. <https://doi.org/10.1016/j.psychsport.2013.04.005>
- Schroder, E., & Schmitt-Rodermund, E. (2013). Antecedents and consequences of adolescents' motivations to join the family business. *Journal of Vocational Behavior, 83*(3), 476-485. <https://doi.org/10.1016/j.jvb.2013.07.006>
- Serra, D., Serneels, P., & Barr, A. (2011). Intrinsic motivations and the non-profit health sector: Evidence from Ethiopia. *Personality and Individual Differences, 51*(3), 309-314. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2010.04.018>
- Seun, A. O., Kalsom, A. W., Bilkis, A., & Raheem, A. I. (2017). What motivates youth enterprenuership? Born or made. *Pertanika Journal of Social Sciences and Humanities, 25*(3), 1419-1448.

- Shir, N., Nikolaev, B. N., & Wincent, J. (2019). Entrepreneurship and well-being: The role of psychological autonomy, competence, and relatedness. *Journal of Business Venturing*, 34(5), 105875. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2018.05.002>
- Szaban, J., & Skrzek-Lubasińska, M. (2018). Self-employment and entrepreneurship: A theoretical approach. *Journal of Management and Business Administration. Central Europe*, 26(2), 89-120. <https://doi.org/10.7206/jmba.ce.2450-7814.230>
- van den Broeck, A., Vansteenkiste, M., De Witte, H., Soenens, B., & Lens, W. (2010). Capturing autonomy, competence, and relatedness at work: Construction and initial validation of the Work-related Basic Need Satisfaction Scale. *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 83(4), 981-1002. <https://doi.org/10.1348/096317909X481382>
- van Trang, T., Do, Q. H., & Luong, M. H. (2019). Entrepreneurial human capital, role models, and fear of failure and start-up perception of feasibility among adults in Vietnam. *International Journal of Engineering Business Management*, 11. <https://doi.org/10.1177/1847979019873269>
- Wang, X. F., Kim, T., & Lee, D. (2016). Cognitive diversity and team creativity: Effects of team intrinsic motivation and transformational leadership. *Journal of Business Research*, 69(9), 3231-3239. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2016.02.026>