

## Gambaran *Entrepreneurial Opportunity* pada Pemuda yang Berwirausaha (Studi Fenomenologis pada *Owner Sanjai Dul*)

Silfi Erisa Hestari<sup>1\*</sup>, Yanladila Yeltas Putra<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup> Dapertemen Psikologi Fakultas Psikologi Universitas Negeri Padang

E-mail: [silfierisahestari02@gmail.com](mailto:silfierisahestari02@gmail.com)

### ABSTRAK

Menjadi wirausaha memiliki tujuan yang beragam salah satunya dengan memanfaatkan peluang usaha yang ada. Mengembangkan bisnis melalui kesempatan yang ditemui dan merubahnya menjadi sebuah usaha dapat ditemukan melalui pengalaman hidup. Penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan *entrepreneurial opportunity* pada pengusaha muda *owner Sanjai Dul*. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan fenomenologis. Analisis data penelitian ini menggunakan teknik analisis data Miles dan Huberman. Pengumpulan data penelitian dilakukan dengan wawancara mendalam pada *owner Sanjai Dul*. Hasil penelitian ini menemukan duabelas konsep *entrepreneurial opportunity* yang terdiri dari tiga kategori. Kategori pertama sumber perilaku *entrepreneurial opportunity* terdiri dari konsep pengalaman, kerja keras, relasi dan hobi. Kategori kedua penerapan perilaku *entrepreneurial opportunity* terdiri dari konsep mengurangi resiko, melakukan inovasi, kemampuan marketing, kemampuan menganalisis peluang, dan kemampuan diferensiasi. Kategori ketiga penemuan *entrepreneurial opportunity* usaha yang dijalani mencakup konsep latar belakang usaha, prinsip berwirausaha dan tantangan berwirausaha.

**Kata kunci:** *Entrepreneurial opportunity*, pemuda berwirausaha, *owner sanjai dul*

### ABSTRACT

*Becoming an entrepreneur has various goals, one of which is by utilizing existing business opportunities. Developing a business through opportunities encountered and turning it into a business can be found through life experiences. This study aims to describe entrepreneurial opportunities in young entrepreneurs, the owner of Sanjai Dul. This study uses a qualitative research method with a phenomenological approach. Data analysis of this study uses the Miles and Huberman data analysis technique. Data collection was carried out through in-depth interviews with the owner of Sanjai Dul. The results of this study found twelve concepts of entrepreneurial opportunities consisting of three categories. The first category of sources of entrepreneurial opportunity behavior consists of the concepts of experience, hard work, relationships and hobbies. The second category of the application of entrepreneurial opportunity behavior consists of the concept of reducing risk, innovating, marketing skills, the ability to analyze opportunities, and the ability to differentiate. The third category of the discovery of entrepreneurial opportunities for businesses undertaken includes the concept of business background, entrepreneurial principles and entrepreneurial challenges.*

**Kata kunci:** *Entrepreneurial opportunity*, young entrepreneurs, *owner Sanjai Dul*

### PENDAHULUAN

Untuk mempertahankan mata pencaharian, seseorang memiliki banyak pilihan pekerjaan atau status pekerjaan yang bisa dijadikan profesi. Menurut Badan Pusat Statistik (BPS) ada tujuh kategori pekerjaan umum di Indonesia, salah satunya ialah wirausaha. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik 2024 ada sekitar 56,56 juta orang yang berwirausaha di Indonesia dengan mayoritas pemula. Sumatera Barat menjadi salah satu provinsi penyumbang terbanyak wirausaha, sekitar 113 ribu pada tahun 2024 dengan partisipasi pemuda yang signifikan (Antaraneews, 2024). Hal ini menandakan bahwa banyak pemuda di Indonesia memilih profesi sebagai wirausaha.

Menurut Shyrock pemuda ialah fase kesiapan individu dalam menghadapi dan mencari solusi (Lindayani dan Ernawati, 2023). Pilihan karir merupakan keputusan individu secara psikologis dalam menentukan pekerjaan yang sesuai dengan kompetensi yang dimiliki dalam memenuhi kebutuhan ekonomi serta meningkatkan identitas diri (Falentini, 2013). Menurut Tapscot pemuda dikenal suka

dengan kebebasan dan tidak ingin terikat atau dikekang serta memiliki rasa percaya diri dalam menentukan masa depan (Sari, 2019). Banyak pemuda yang terjun dalam dunia kewirausahaan karena perolehan pekerjaan cepat daripada profesi formal. Menurut Deakins dan Freel (2009) kewirausahaan juga dianggap sebagai solusi terhadap kesulitan mencari pekerjaan yang layak dan stabil. Namun sebagian individu cenderung terfokus pada tren bisnis yang sedang populer atau terinspirasi oleh kesuksesan yang tampak di luar tanpa memahami secara mendalam tantangan, risikonya, dan faktor-faktor penting yang mendasari kesuksesan dalam berwirausaha. Hal ini berdasarkan survei Badan Pusat Statistik dimana dari keseluruhan total wirausaha di Indonesia hanya 8,86% wirausaha mapan (CNBC Indonesia, 2024). Hal ini menandakan wirausaha perlu memperhatikan faktor-faktor keberhasilan dalam menjalankan sebuah bisnis. Perjalanan kewirausahaan itu sendiri tidak dapat diprediksi, tidak terkendali, dan seringkali penuh gejolak (McMullen dan Dimov 2013). Dengan demikian seorang entrepreneur dituntut untuk dapat melihat peluang bisnis dengan teliti serta meminimalisir resiko (Wijoyo et al, 2020).

Menjadi wirausaha memiliki tujuan yang beragam seperti memenuhi kebutuhan, menambah kekayaan, atau memanfaatkan peluang. Ada berbagai alasan atau motif yang mendasari seseorang dalam memilih profesi ini. Menurut Reylonds et al., (2002) membagi motif seseorang menjadi wirausaha yaitu (*necessity entrepreneur*) kewirausahaan kebutuhan dan (*opportunity entrepreneurs*) kewirausahaan yang didorong oleh peluang. Menurut Fairlie dan Fossen (2020) kewirausahaan kebutuhan ialah individu terpaksa memutuskan berwirausaha untuk memenuhi kebutuhan karena mereka tidak memiliki akses untuk masuk ke dunia kerja. Ada juga individu yang memutuskan berwirausaha karena terdorong adanya peluang bisnis. Menurut Putra et al., (2022) *opportunity entrepreneur* ialah mereka yang tidak menganggur atau memiliki pilihan pekerjaan lain tetapi berpartisipasi dalam wirausaha karena menemukan sebuah kesempatan bisnis. Menurut Block dan Wagner (2010) orang yang berpartisipasi dalam kewirausahaan peluang ialah orang yang telah berpindah dari pekerjaan satu ke pekerjaan lain untuk memperoleh kompetensi yang dianggap relevan untuk berwirausaha. Menurut Kurniasari (2013) wirausahawan yang berfokus pada peluang cenderung lebih sukses memanfaatkan peluang menguntungkan dan menghasilkan laba lebih tinggi dibandingkan dengan wirausahawan yang berfokus pada kebutuhan. Oleh karena itu banyak pengusaha yang sukses dibalik kemampuannya memanfaatkan peluang. Salah satu pemuda yang terjun dalam dunia bisnis yaitu *owner* Sanjai Dul.

Dalam mengembangkan usahanya *owner* Sanjai Dul memanfaatkan kesempatan yang ditemui merubahnya menjadi sebuah usaha. Salah satu peluang tersebut ditemuinya melalui pembelajaran dari pengalaman bekerja dan hobi. Hal juga ini terlihat ketika subjek menemukan peluang tersebut lalu memutuskan meninggalkan pekerjaan sebelumnya untuk berwirausaha. Menurut Drost (2010) menjelaskan bahwa jika individu memperoleh pengalaman yang bersifat positif, wirausahawan cenderung untuk mengulangi kegiatan tersebut, sementara jika pengalaman tersebut negatif, mereka akan berusaha untuk menghentikannya. Menurut Kolb (2014) pengalaman merupakan sumber pembelajaran dan perkembangan dalam proses perolehan pengetahuan yang lebih efektif, yang dapat diwujudkan melalui penerapan langsung. Kemampuan melihat peluang diperlukan dalam menjalankan bisnis, karena dalam dunia kewirausahaan, peluang dapat datang dari berbagai arah dan dalam berbagai bentuk. Mereka yang sukses ialah mereka yang mampu mengidentifikasi kebutuhan pasar yang belum terpenuhi atau menemukan cara baru untuk memberikan nilai lebih kepada konsumen. Hal ini juga yang menjadi kunci bagi *owner* Sanjai Dul dalam mengembangkan bisnisnya. Dengan memahami karakteristik pasar, *owner* Sanjai Dul berhasil mengubah peluang menjadi bisnis yang menguntungkan.

Peluang kewirausahaan (*entrepreneurial opportunity*) memainkan peran yang sangat penting dalam dunia kewirausahaan karena mereka adalah titik awal bagi terciptanya usaha baru dan inovasi yang dapat mempengaruhi ekonomi, masyarakat, dan individu itu sendiri. Penelitian yang dilakukan Kurniasari (2013) menunjukkan kewirausahaan peluang melalui bisnis baru dapat diidentifikasi membantu pertumbuhan ekonomi. Penelitian lain yang dilakukan Kawai dan Sibunruang (2025) individu yang mampu mengidentifikasi peluang usaha memiliki *self-efficacy* meraih kesuksesan dalam usaha mereka.

## METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang diterapkan dalam penelitian ini adalah kualitatif. Subjek pada penelitian ini ialah salah satu pengusaha sanjai di Sumatera Barat dengan pemilihan subjek menggunakan teknik *purposive sampling* dengan kriteria yaitu pemuda yang berwirausaha merintis dari awal bukan warisan. Partisipan dalam penelitian ini ialah satu orang subjek dengan satu informan. Proses pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan wawancara dan observasi. Teknik analisis data dalam penelitian ini ialah teknik analisis data menurut Miles dan Huberman (2014) yang terdiri dari tahap kondensasi data (*data condensation*), penyajian data (*data display*), dan menarik dan memverifikasi kesimpulan (*drawing and verifying conclusions*).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada hasil penelitian ini ditemukan bahwa gambaran *entrepreneurial opportunity* pada pemuda pengusaha sanjai yang mencakup tiga tema yaitu sumber perilaku *entrepreneurial opportunity*, penerapan perilaku *entrepreneurial opportunity* dan usaha yang dijalani yang mencakup duabelas konsep dari keseluruhan tema. Penemuan sumber perilaku *entrepreneurial opportunity* meliputi pengalaman, kerja keras, relasi dan hobi. Selain itu, penemuan dalam penerapan perilaku *entrepreneurial opportunity* pada subjek yang terdiri dari mengurangi resiko, melakukan inovasi, kemampuan marketing, kemampuan menganalisis peluang, dan kemampuan diferensiasi. Kemudian penemuan *entrepreneurial opportunity* dalam menjalani usaha meliputi latar belakang usaha, prinsip berwirausaha dan tantangan berwirausaha.

Konsep pertama mencakup konsep pengalaman. Pembelajaran dari pengalaman mempengaruhi kecenderungan individu untuk memilih suatu peluang (Corbett, 2007). Hal ini tergambar dari subjek yang mengikuti jejak orangtua bekerja sebagai pedagang kaki lima dan buruh angkat. Pekerjaan tersebut sudah dilakukan subjek baik menjadi buruh angkat ataupun pedagang kaki lima. Semasa sekolah subjek melakukan berbagai macam pekerjaan seperti sebagai buruh angkat barang, penjaga mushola, pencuci karpet, serabutan dan setelah lulus sekolah subjek bekerja sebagai karyawan rumah makan, karyawan cafe hingga bekerja ditoko saudara. Menurut Atiningsih dan Kristanto (2020) pengalaman memberi pengetahuan awal bagi seseorang untuk dapat memaksimalkan usahanya, sehingga tanpa disadari sudah memiliki kemampuan untuk memprediksi hasil dari tindakannya. Menurut Shane dan Venkataraman (2000) pengetahuan sebelumnya memungkinkan pengusaha untuk mengenali peluang dengan lebih baik dan memberi mereka kemampuan untuk memanfaatkannya.

Konsep yang kedua ialah relasi. dapat membantu secara lebih luas kepada wirausahawan dengan memperkenalkan mereka pada berbagai peluang dan informasi mereka memutuskan peluang yang akan yang akan mereka ubah menjadi usaha (Simoni dan Labory, 2007). Relasi subjek telah dibangun sejak awal mulai tinggal di lingkungan pasar. Sejak kelas tiga sekolah dasar subjek telah bekerja sebagai buruh dipasar sampai sebelum subjek mulai merintis usaha. Menurut Elfring dan Hulsink (2020) keterlibatan dalam jaringan sosial yang kuat, baik secara emosional maupun profesional, memberikan wirausahawan keuntungan dalam memperoleh dukungan, baik dari segi modal maupun pengetahuan, yang sangat penting dalam memanfaatkan peluang usaha. Menurut Simoni dan Labory (2007) jaringan sosial membantu wirausahawan secara lebih luas mengekspos mereka pada lebih banyak dan beragam peluang dan informasi untuk memutuskan peluang yang mereka ubah menjadi usaha. Rahmachandran dan Ramnarayan (1993) juga menyatakan bahwa wirausahawan mengorientasikan diri mereka untuk mengakses lingkungan secara sadar dan membangun hubungan dengan semua orang yang dapat menjadi bagian dari usaha ini yaitu pemasok, pelanggan, konsultan, dan pendukung keuangan.

Konsep yang ketiga ialah pekerja keras. Kerja keras itu sendiri dapat mendukung kemampuan untuk melihat dan memanfaatkan peluang, serta beradaptasi dengan perubahan lingkungan (Zhao et al., 2010). Sikap kerja keras subjek sudah digambarkan sebelum subjek mulai berwirausaha. Hal dilihat saat sekolah subjek setiap harinya memiliki jadwal kegiatan yang padat mulai dari les memasak, bekerja buruh dan juga sekolah hingga menjadi karyawan. Individu pekerja keras dengan jam pengalaman kerja yang panjang saat melihat peluang yang bagus akan dimanfaatkan dengan sebaik mungkin untuk merubah keberuntungan hidupnya (Alvarez & Busenitz, 2001). Pengusaha yang didorong oleh kebutuhan juga harus berhasil karena mereka cenderung

bekerja keras untuk menghindari kegagalan karena mereka tidak mempunyai pilihan untuk kembali lagi ke masa lalu (Langevang et al., 2012).

Konsep yang ke empat yaitu hobi. Peluang usaha yang berasal dari hobi dapat menjadi peluang usaha yang menguntungkan, karena hobi sering kali memunculkan ide-ide baru yang inovatif dari sesuatu yang digemari. Wirausahawan yang berbisnis berdasarkan hobi cenderung memiliki motivasi lebih tinggi, karena mereka merasa terhubung secara emosional dengan kegiatan tersebut (Nugroho et al., 2020). Selain itu, pengusaha yang mengembangkan usaha berdasarkan hobi mereka lebih mampu menciptakan produk yang relevan dengan kebutuhan pasar, karena mereka memiliki pemahaman yang lebih mendalam tentang minat dan keinginan konsumen (Mulyani, 2017). Subjek memiliki hobi memasak sejak kecil hingga subjek mengikuti les tata boga dan mengikuti pelatihan. Pada akhirnya subjek menuangkan hobi ini dengan berwirausaha.

Kategori yang kedua adalah penerapan perilaku *entrepreneurial opportunity* yang terdiri dari beberapa konsep. Konsep yang ke lima adalah mengurangi risiko. Individu untuk menilai, mengelola dan merespons risiko ini berperan untuk menentukan apakah mereka akan melangkah ke dunia wirausaha atau tidak (Simon et al., 2000). Individu yang paham dengan persepsi risiko yang tinggi cenderung memiliki intensi berwirausaha karena mereka lebih paham hal apa yang harus dipersiapkan sebelum melakukan usaha (Ljubotina, 2020). Awal mula berwirausaha subjek menghindari melakukan peminjaman modal karena dengan kondisi ekonomi yang kurang baik jika usaha tidak berjalan sesuai rencana akan menimbulkan beban finansial yang berlebihan. Selain itu subjek juga menerapkan *trial and error* saat awal mula produksi sendiri serta menerapkan keteraturan sumber daya manusia yang efisien guna meminimalisir risiko yang akan datang. Dengan dukungan kebijakan kewirausahaan yang baik risiko kewirausahaan dapat diubah menjadi peluang untuk meningkatkan motivasi wirausaha dikalangan muda (Walter dan Block, 2016). Modal psikologis yang baik dapat memperbaiki keterampilan sosial dalam berwirausaha dan mendukung wirausahawan untuk meningkatkan kinerja usahanya (Mardikaningsih, 2023).

Konsep yang enam yaitu perilaku inovasi. Inovasi yang diterapkan dalam usaha subjek yaitu menghadirkan usaha yang minim keberadaannya di daerah tempat tinggal. Subjek mendapatkan berbagai inspirasi produk yang kemudian subjek melakukan eksperimen kecil dalam membuat produk yang saat ini telah berhasil dikembangkan seperti produk sanjail dan usaha takjil. Saat melakukan percobaan untuk menghasilkan produk yang dianggap sempurna subjek mengalami beberapa kali gagal namun subjek tetap percaya dengan kemampuannya. Menurut Kusumaningrum (2019) modal psikologis memiliki peran penting dalam perkembangan perilaku inovatif yang mendukung kemajuan usaha. Memiliki pengetahuan bisnis saja tidak cukup untuk berinovasi dalam menjalankan usaha, seorang wirausaha perlu memiliki modal psikologis yang positif, optimis, dan berpikiran terbuka (Sulasari, 2016). Modal psikologis yang kuat mendorong wirausaha untuk percaya diri, optimis, penuh harapan, dan berani menghadapi berbagai kemungkinan, yang tercermin dalam perilaku inovatif sebagai upaya pemecahan masalah (Saputri et al., 2023). Menurut Hadiyati (2011) menyatakan dengan memiliki perilaku kreativitas dan inovasi pengusaha mampu dalam mengenali peluang pasar baru.

Konsep yang ke tujuh yaitu kemampuan marketing. Perilaku marketing berperan penting dalam keberhasilan peluang usaha melalui kemampuan mempengaruhi persepsi konsumen (Kotler dan Keller, 2012). Wirausaha yang berfokus pada proses menciptakan pengalaman dapat membangkitkan emosi konsumen, yang pada gilirannya dapat memengaruhi keputusan mereka (Schmitt, 1999). Selain itu wirausaha yang lebih percaya diri dan memiliki keterampilan pemasaran yang baik cenderung lebih mampu melihat dan memanfaatkan peluang usaha yang ada (Krueger dan Brazeal, 1994). Perilaku pemasaran usaha yang ditunjukkan subjek melalui sikap pemberian pemahaman mendalam dan solusi atas kebutuhan pelanggan, seperti saat pelanggan berkonsultasi tentang produk kepada subjek. Selain itu sikap supel yang ditampilkan subjek juga memberikan pengalaman positif bagi konsumennya. Subjek juga memasarkan produknya melalui reseller dan juga membuka cabang usaha sebagai upaya mendapatkan kesan global dan menjangkau konsumen yang lebih luas. Selain itu subjek juga memanfaatkan hubungan yang telah terjalin dengan konsumen, di mana kepercayaan yang dibangun dalam usaha sebelumnya secara tidak langsung telah terhubung dengan usaha lainnya. Kepercayaan ini berlanjut hingga promosi atau rekomendasi dari mulut kemulut ikut serta dalam pemasaran usaha subjek. Berger dan Milkman (2012) juga menyatakan

pengaruh sosial dan pemasaran dari mulut ke mulut menunjukkan bagaimana interaksi interpersonal dan rekomendasi dari teman dapat secara signifikan memengaruhi perilaku pelanggan. Menerapkan *metode relationship selling* dapat memperkuat keunggulan usaha dengan membantu pengusaha menjalin hubungan efektif, memungkinkan pelanggan untuk mengungkapkan perasaan mereka dan memberikan respons yang sesuai, akan membangun hubungan emosional yang kuat serta meningkatkan loyalitas pelanggan (Denga et al., 2022).

Konsep yang delapan yaitu kemampuan menganalisis peluang usaha. Seorang pengusaha harus melihat atau mengalami kondisi yang melibatkan peluang bisnis dan kemudian segera mengambil peluang itu (Jaja, 2007). Kemampuan memanfaatkan peluang ditunjukkan subjek dengan memanfaatkan relasi yang ada, lokasi minim pesaing, kebutuhan pasar belum terpenuhi dengan mengikuti arus dengan menghadirkan produk-produk sesuai minat masyarakat sekarang. Setiawan (2017) mengungkapkan bahwa kemampuan kognitif dalam menghadapi ketidakpastian sangat penting, karena pengusaha harus mampu mengevaluasi peluang meskipun tidak ada informasi yang lengkap. Kemampuan ini berkaitan dengan penalaran yang fleksibel dan penilaian yang berdasarkan pada pengalaman serta pengetahuan yang dimiliki oleh wirausaha. Krueger (2007) menunjukkan bahwa pengusaha yang sukses memiliki kemampuan kognitif untuk mengevaluasi risiko dan imbalan dengan cermat, serta menggunakan informasi yang terbatas untuk membuat keputusan yang rasional.

Konsep yang sembilan yaitu kemampuan diferensiasi. Pengusaha yang dapat menciptakan nilai tambah atau memberikan pengalaman yang unik kepada pelanggan memiliki peluang untuk bersaing secara efektif (Ernawati, 2020). Kemampuan diferensiasi subjek dengan menonjolkan ciri khas dan turun langsung dalam produksi usaha serta penggunaan bahan baku berkualitas. Rasa yang unik dapat memperkuat memori konsumen terhadap suatu produk, bahkan setelah jangka waktu yang lama (Setiawan dan Purnama, 2018). Selain itu rasa yang khas dapat menciptakan hubungan emosional dengan konsumen, seperti rasa nostalgia atau kebahagiaan, yang membuat mereka lebih cenderung untuk memilih produk tersebut di masa depan (Wahyuni dan Sari, 2020).

Kategori yang ketiga ialah usaha yang dijalani terdiri dari beberapa konsep. Konsep yang kesepuluh adalah latar belakang keluarga. Dalam hal ini subjek menjalankan usahanya yang dilatarbelakangi oleh beberapa hal seperti ekonomi sulit, orangtua sudah renta, punya hobi memasak, tidak mau merepotkan orangtua, melihat keberhasilan orang lain, tidak mau ketergantungan saat bekerja ditempat saudara dan dorongan dari bos saat menjadi karyawan. Sari dan Prasetyo (2019) individu yang memiliki latar belakang kehidupan yang penuh tantangan atau kegagalan memiliki potensi untuk menjadi wirausahawan yang lebih sukses karena mereka mengembangkan keterampilan adaptasi dan kreativitas yang diperlukan untuk mengatasi hambatan dalam dunia usaha. Susanti dan Suryani (2020) menunjukkan bahwa pendidikan dan pengalaman kerja yang baik memberikan dasar yang kuat bagi wirausahawan untuk melihat peluang usaha dan bertindak dengan lebih efektif. Selain itu keyakinan subjek berwirausaha juga mengharapkan perubahan ekonomi menjadi lebih baik.

Konsep yang kesebelas adalah prinsip berwirausaha. Subjek memiliki prinsip yang berfokus pada apa yang memberikan keuntungan atau disebut juga dengan *profit oriented*. Profit oriented merujuk pada perusahaan yang memiliki tujuan utama untuk fokus pada pencapaian keuntungan finansial, seperti meningkatkan pendapatan, mengurangi biaya, dan memaksimalkan efisiensi untuk meningkatkan profit (Ceopedia, 2023). Subjek memilih apa yang dapat menguntungkan terutama melalui hobi-hobi yang dimilikinya. Sikap percaya diri, pantang menyerah, dan ketidakmudahan terpengaruh oleh pendapat orang lain memberikan subjek kekuatan untuk tetap maju. Apriyanti (2022) menyatakan bahwa dengan memiliki keberanian yang teguh dan ketangguhan para wirausaha dapat mencapai kesuksesan mereka secara maksimal.

Konsep yang keduabelas adalah tantangan berwirausaha. dalam menjalankan usaha subjek menghadapi berbagai tantangan seperti bencana alam, buah/tanaman musiman menguasai pasar, kebutuhan bahan pokok naik, ribet kerjasama atau join dan belum memiliki alat produksi sendiri. Susanto dan Santosa (2021) menunjukkan bahwa keterbatasan modal memaksa wirausahawan untuk lebih inovatif dalam menggunakan sumber daya yang ada, serta mencari peluang usaha dengan modal yang relatif rendah namun berpotensi menghasilkan keuntungan besar. Lestari dan Tjahjadi (2018) menemukan bahwa meskipun risiko adalah bagian yang tidak terhindarkan dalam

berwirausaha, wirausahawan yang dapat mengelola risiko dengan baik cenderung lebih mampu memanfaatkan peluang yang datang.

#### KESIMPULAN DAN SARAN

Hasil penelitian ini ditemukan bahwa *entrepreneurial opportunity* pada pemuda pengusaha sanjai dengan penemuan sumber perilaku *entrepreneurial opportunity* meliputi pengalaman, kerja keras, relasi dan hobi. Selain itu, penemuan dalam penerapan perilaku *entrepreneurial opportunity* pada subjek yang terdiri dari mengurangi resiko, melakukan inovasi, kemampuan marketing, kemampuan menganalisis peluang, dan kemampuan diferensiasi. Kemudian penemuan *entrepreneurial opportunity* dalam menjalani usaha meliputi latar belakang usaha, prinsip berwirausaha dan tantangan berwirausaha. Melalui pengalaman yang diperoleh dari berbagai tantangan dan pembelajaran, individu dapat mengidentifikasi peluang yang belum terlihat sebelumnya. Kerja keras dan keyakinan memungkinkan individu untuk mengatasi hambatan dalam mewujudkan peluang tersebut. Selain itu, relasi atau jaringan sosial yang terbentuk dapat membuka akses ke sumber daya dan informasi yang mendukung dalam memanfaatkan peluang. Serta pengembangan hobi juga menjadi sumber kreativitas yang dapat menghasilkan ide-ide baru, yang pada akhirnya menciptakan peluang kewirausahaan yang inovatif. Dengan demikian, kombinasi dari pengalaman, kerja keras, relasi, dan hobi yang membentuk landasan yang kokoh untuk menciptakan diri *entrepreneurial opportunity* yang sukses.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan peneliti mengajukan beberapa saran yaitu bagi pemuda dapat memberikan dorongan dan meningkatkan kemampuan mengenali kesempatan berbisnis melalui memperbanyak pengalaman baru yang bermakna, mendalami hobi, serta membangun relasi sejak selagi muda yang dibarengi dengan kerja keras. Selain itu memiliki diri *entrepreneurial opportunity* dapat digunakan sebagai kerangka pembelajaran serta berperan krusial mewujudkan peluang usaha yang ditemukan. Bagi wirausaha sendiri dapat memberikan gambaran kepada *entrepreneur* lain mengenai *entrepreneurial opportunity* dalam memanfaatkan peluang usaha. Gambaran *entrepreneurial opportunity* dalam berwirausaha dapat dijadikan referensi dan implementasi pada wirausaha untuk mempertahankan eksistensi usaha miliknya. Saran bagi peneliti selanjutnya agar membangun raport lebih awal dapat memperoleh data yang maksimal serta yang ingin meneliti topik yang sama yaitu gambaran *entrepreneurial opportunity* pada wirausaha bisa memperbanyak lagi literatur mengenai hal ini.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Alvarez, S. A., & Busenitz, L. W. (2001). The entrepreneurship of resource-based theory. *Journal of management*, 27(6), 755-775.
- AntaraNews (2024) Pemprov Sumbar berhasil cetak 113 ribu entrepreneur sejak 2021 <https://www.antaraneews.com/berita/4326187/pemprov-sumbar-berhasil-cetak-113-ribu-entrepreneursejak-2021>
- Apriyanti, M. E. (2022). Berani Dan Tangguh Sebagai Modal Utama Berwirausaha. *Jurnal Usaha*, 3(1), 25-39.
- Atiningsih, S., & Kristanto, R. S. (2018). Peran self-efficacy dalam memediasi pengaruh pengetahuan berwirausaha, tingkat pendidikan, lingkungan keluarga, dan pengalaman kerja terhadap minat berwirausaha. *Jurnal Ilmiah Ekonomi*, 15(2), 385-404, P-ISSN: 1907-1603 E-ISSN: 2549-8991 <https://doi.org/10.34152/fe.15.2.385-404>
- Berger, J., & Milkman, K. L. (2012). What makes online content viral? *Journal of Marketing Research*, 49(2), 192-205. <https://doi.org/10.1509/jmr.10.0353>
- Block J. H. & Walter, S. G., (2016). Outcomes of Entrepreneurship Education: An Institutional Perspective. *Journal of Business Venturing*, 31(2), 216-233.
- CEOPedia. (2023, Maret 20). Profit Oriented. Retrieved from April 17, 2023 from [https://ceopedia.org/index.php/Profit\\_orientation](https://ceopedia.org/index.php/Profit_orientation)

- CNBC (2024). RI Punya 50 Juta Wirausaha Muda Beneran Niat Apa Kepepet?  
<https://www.cnbcindonesia.com/research/20241125084637-128590770/ri-punya-50-juta-wirausaha-muda-beneran-niat-apa-kepepet>
- Corbett, A.C. (2007) "Learning asymmetries and the discovery of entrepreneurial opportunities", *Journal of Business Venturing*, Vol. 22, No. 1, pp.97–118.
- Deakins, D., & Freel, M. (2009). *Entrepreneurship and Small Firms* (5th ed.). McGraw-Hill Education.
- Denga, E. M., Vajjhala, N. R., & Rakshit, S. (2022). Relationship selling as a strategic weapon for sustainable performance. In *Sales Management for Improved Organizational Competitiveness and Performance* (pp. 78-101). IGI Global.
- Drost, E.A. (2010) 'Entrepreneurial intentions of business students in Finland: implications for education', *Advances in Management*, Vol. 3, No. 7, pp.28–35.
- Elfring, T., & Hulsink, W. (2020). "Entrepreneurship and Relational Embeddedness: How Networking Shapes Opportunities." *Strategic Entrepreneurship Journal*, 14(2), 334-357.
- Ernawati. (2020). Peningkatan Keahlian Identifikasi Peluang Usaha Bagi Calon Wirausaha Di Kota Kendari. *Dinamisia : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(1).  
<https://doi.org/10.31849/Dinamisia.V5i1.4565>
- Fairlie, R. W., & Fossen, F. M. (2020). Defining opportunity versus necessity entrepreneurship: Two components of business creation. In *Change at home, in the labor market, and on the job* (pp. 253-289). Emerald Publishing Limited. DOI:10.2139/ssrn.3132357
- Falentini, F. Y., Taufik, T., & Mudjiran, M. (2013). Usaha yang dilakukan Siswa dalam Menentukan Arah Pilihan Karir dan Hambatan-hambatan yang ditemui. *Konselor*, 2(1)
- Kawai, N., & Sibunruang, H. (2025). Entrepreneurs' self-efficacy and business opportunity identification during COVID-19: the moderating role of social media interactions. *Entrepreneurship & Regional Development*, 1-23.
- Kolb, D. A. (2014). *Experiential learning: Experience as the source of learning and development* (2nd ed). Amerika Serikat: FT Press.  
[https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=jpbeBQAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR7&dq=info:cBzPyc88vIqJ:scholar.google.com/&ots=Vp3NqU0WJa&sig=bXiWSLpjfWNZL71RM7YKpuQTZtE&redir\\_esc=y#v=onepage&q&f=false](https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=jpbeBQAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR7&dq=info:cBzPyc88vIqJ:scholar.google.com/&ots=Vp3NqU0WJa&sig=bXiWSLpjfWNZL71RM7YKpuQTZtE&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false)
- Kotler, P. dan Keller, KL (2012) *Manajemen Pemasaran*. Edisi ke-14, Pearson Education
- Krueger, N. F. (2007). What lies beneath? The experiential essence of entrepreneurial thinking. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 31(1), 123-138.
- Krueger, N. F., & Brazeal, D. V. (1994). "Entrepreneurial Potential and Potential Entrepreneurs." *Entrepreneurship Theory and Practice*, 18(3), 91-104.
- Kurniasari, D. (2013). Peran opportunity entrepreneur dalam pertumbuhan ekonomi. *Jurnal Ilmu Manajemen Dan Akuntansi Terapan (JIMAT)*, 4(1), 35-40.
- Kusumaningrum, D. A. (2019). *Modal Psikologis dan Perilaku Inovatif pada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)*.
- 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.
- Lindayani, D., & Ernawati, E. (2023). *Hardiness wirausahawan dewasa awal di bidang fashion thrift* (Doctoral dissertation, UIN Surakarta).
- Ljubotina, P. (2020). *The Influence of Entrepreneurial Skills, Education and Risk Perception on*

- Career Choice Intent: The Case of European Students with Family Business Background. *Research in Social Change*, 12(1), 23-37.
- Mardikaningsih, R. (2023). Dampak Persepsi Risiko, Modal Psikologi, dan Pengalaman Kerja Dalam Membentuk Intensi Berwirausaha. *Journal of Management and Economics Research*, 1(3), 86-92.
- McMullen, J. S., & Dimov, D. (2013). Time and the entrepreneurial journey: the problems and promise of studying entrepreneurship as a process. *Journal of management studies*, n/a–n/a. doi:10.1111/joms.12049
- Mulyani, A. (2017). *Pengaruh kreativitas wirausaha terhadap penciptaan peluang usaha berbasis minat dan hobi*. *Jurnal Manajemen Indonesia*, 13(4), 205-218.
- Nugroho, A., Purnomo, M. E., & Prasetyo, R. (2020). *Pengaruh motivasi intrinsik terhadap kinerja usaha mikro kecil menengah di Yogyakarta*. *Jurnal Psikologi Sosial dan Budaya*, 13(1), 85-98.
- Putra, R., & Rahman, H., & Alfitman (2024). Illegal Entrepreneur: Necessity Base Entrepreneur Or Opportunity Base Entrepreneur (Exploratory Study of Illegal Entrepreneurship in Padang City). *Journal Publicuho*, 7(3), 1343-1351.
- Ramachandran, K. and Ramnarayan, S. (1993) 'Entrepreneurial orientation and networking: some Indian evidence', *Journal of Business Venturing*, Vol. 8, No. 6, pp.513–524.
- Reynolds, Paul, S. Michael Camp, William D. Bygrave, Erkkö Autio, and Michael Hay (2002), *Global Entrepreneurship Monitor 2001 Executive Report*, Babson Park/London: Babson College and London Business School.
- Saputri, V. F., Saputra, N. E., & Nofrianda R. (2023). Hubungan Modal Psikologis Dengan Perilaku Inovatif Pemilik Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Ukm) Kuliner Di Kota Jambi (Doctoral dissertation, Universitas Jambi).
- Sari, S. (2019). Literasi media pada generasi milenial di era digital. *Professional: Jurnal komunikasi dan administrasi publik*, 6(2), 30-42.
- Schmitt, B. (1999). Experiential marketing. *Journal of marketing management*, 15(1-3), 53-67.
- Setiawan, T., & Purnama, D. (2018). *Peran Rasa dalam Memori Konsumen dan Loyalitas Merek pada Industri Makanan di Indonesia*. *Jurnal Ilmu Ekonomi*, 19(1), 52-63.
- Shane, S. and Venkataraman, S. (2000) 'The promise of entrepreneurship as a field of research', *Academy of Management Review*, Vol. 25, No. 1, pp.217–226.
- Simoni, C. and Labory, S. (2007) "The influence of social capital on entrepreneurial behavior", in Zacharakis, A., Minniti, M., Spinelli, S., Rice, M.P. and Habbershon, T.G. (Eds.): *Entrepreneurship: The Engine of Growth*, Vol. 1, pp.1–20, Greenwood Publishing Group, Westport, CT.
- Sulasari, A. (2016). Pengembangan Metode Pembelajaran Kewirausahaan Berbasis Proyek untuk Meningkatkan Karakter Wirausaha Mahasiswa di Politeknik Negeri Malang. *Akuntansi Bisnis & Manajemen (ABM)*, 23(1), 16-28.
- Wahyuni, R., & Sari, M. (2020). *Peran Emosi dalam Pengalaman Konsumen terhadap Produk dengan Rasa Khas di Pasar Makanan Indonesia*. *Jurnal Psikologi Industri*, 16(2), 123-133.
- Zhao, H., Seibert, S. E., & Lumpkin, G. T. (2010). "The relationship of personality to entrepreneurial intentions and performance: A meta-analytic review." *Journal of Management*, 36(2), 381-404