

## Gambaran Need for Independence Pada Motivasi Berwirausaha Entrepreneur Sukses Di Usia Muda: Sebuah Studi Fenomenologis Terhadap Pemilik “Dajan Perhiasan”

Zahera Safira<sup>1\*</sup>, Yanladila Yeltas Putra<sup>2</sup>

<sup>1, 2</sup> Departemen Psikologi Fakultas Psikologi dan Kesehatan Universitas Negeri Padang

E-mail: safirazahera@gmail.com

### ABSTRACT

Becoming a successful entrepreneur at a young age is an achievement desired by many who pursue entrepreneurship. The need for independence is one of the main motivational factors driving individuals to become entrepreneurs, especially among those who achieve success at a young age. This study focuses on how the need for independence influences entrepreneurial motivation and shapes entrepreneurial characteristics in young individuals who have attained success. The findings highlight the importance of independence as a key element in entrepreneurial success at a young age. This research uses a qualitative method with a phenomenological approach, employing data analysis techniques by Miles, Huberman, and Saldana, which consist of three stages: data condensation, data presentation, and conclusion drawing. Data collection was carried out through in-depth interviews with the owner of Dajan Perhiasan. The study identified three categories related to the need for independence in entrepreneurial motivation: in the category of entrepreneurial drivers, the concepts of family and independence emerged; in the category of sustaining entrepreneurial motivation, the concepts of goal setting, need for achievement, self-confidence, drive, and resilience were found; and in the category of business ventures, the concepts included business background, risk-taking, business challenges, relationships, principles of running a business, and risk analysis.

**Keywords:** entrepreneur, need for independence, entrepreneurial motivation, successful, youth

### PENDAHULUAN

Menjadi wirausaha yang sukses di usia muda merupakan sebuah pencapaian yang diinginkan semua orang yang terjun di bidang kewirausahaan. Memilih menjadi wirausaha atau yang disebut *entrepreneur* merupakan salah satu hal yang dilakukan oleh anak muda yang berinisial MF. Dirinya memiliki sebuah usaha perhiasan imitasi yang memanfaatkan *platform* digital yang dinamainya “Dajan Perhiasan”. Menjadi seorang pengusaha merupakan sebuah solusi untuk mengurangi jumlah pengangguran yang ada di Indonesia. Hal tersebut sejalan dengan data dari BPS (Badan Pusat Statistik) pada bulan Februari tahun 2023, Tingkat Pengangguran Terbuka (TPT) pada bulan Februari tahun 2023 mengalami penurunan dari tahun sebelumnya dari 5,83% menjadi 5,45% (BPS, 2023). Penurunan jumlah pengangguran di Indonesia tidak terlepas dari karena pengaruh perkembangan teknologi. Dimana teknologi cukup berperan dalam mengurangi angka pengangguran di Indonesia. Hal ini disebabkan karena individu dapat memanfaatkan teknologi sebagai media untuk membuat lapangan pekerjaan sendiri. Menurut data dari hasil survei Badan Pusat Statistik (BPS) terjadi peningkatan pelaku usaha melalui *e-commerce* pada tahun 2022 dibandingkan tahun sebelumnya dengan persentase 34,10% per Desember 2022. Namun, angka tersebut lebih kecil dari pada pelaku usaha yang berjualan secara *offline* (BPS, 2022). Karena salah satu alasan sedikitnya persentase pelaku usaha yang memanfaatkan *e-commerce* adalah karena ketidaktauhuan cara penggunaan media tersebut serta kurangnya keahlian di bidang tersebut. Berdasarkan urgensi tersebut peneliti memilih subjek penelitian adalah pengusaha muda.

Minat menjadi wirausaha berkaitan erat dengan kondisi ekonomi sosial orang tua. Jika orang tua memiliki kemampuan finansial untuk menyediakan modal usaha, maka kemungkinan besar anak mereka akan lebih tertarik untuk memulai suatu usaha (Mohulaingo dkk., 2023). Studi juga menunjukkan bahwa individu yang mendapatkan dukungan finansial dari orangtua mereka memiliki kecenderungan yang lebih tinggi untuk memulai bisnis dibandingkan dengan mereka yang tidak menerima dukungan finansial (Liu & Zhao, 2021; Patuelli dkk., 2020; Saeed dkk., 2014). Hal tersebut berbeda dengan temuan peneliti di lapangan yaitu subjek menunjukkan perilaku yang berlawanan dirinya mengatakan:

*“emang ndak tipe wak do minta-minta ke orang tua tu. Kalau laki-laki tipenyo*

*ndak suko malak. Kalau mamalak walaupun ka urang tuo pasti merasa risih”*

Maksudnya adalah subjek bukan tipe anak yang minta-minta ke orang tua. Anak laki-laki tu punya prinsip tidak suka meminta kepada orang tua, jika meminta kepada orang lain walaupun orang tua ia merasa tidak nyaman. Subjek memiliki prinsip kuat mengenai kemandirian, terutama dalam hal finansial. Keyakinan ini mencerminkan nilai-nilai personal yang menekankan pentingnya berdiri di atas kaki sendiri dan tidak bergantung pada orang tua. Prinsip ini dapat berasal dari keinginan untuk membangun identitas diri yang mandiri dan tangguh, serta dari dorongan untuk menunjukkan tanggung jawab dan kedewasaan. Ketika harus meminta bantuan, terutama dari orang tua, subjek merasakan ketidaknyamanan yang besar. Perasaan ini mungkin terkait dengan rasa harga diri dan kehormatan, dimana meminta bantuan dianggap sebagai bentuk kelemahan atau ketergantungan yang tidak sejalan dengan citra diri yang diinginkan. Oleh karena itu, subjek lebih memilih mencari solusi sendiri atau mencari bantuan dari sumber lain, meskipun ini bisa lebih sulit, karena hal tersebut lebih sesuai dengan prinsip dan nilai-nilai yang dipegang teguh

Menurut Shane dkk (2003) salah satu aspek dari motivasi berwirausaha adalah *need for independence* yaitu kebutuhan untuk mencapai sebuah kemandirian dan merupakan sebuah keinginan individu untuk mandiri dan membuat keputusan sendiri.

*“wak ndak cocok karajo jo urang karena basicnyo manggaleh, ndak suko waktu- waktu tabateh tu yang ndak suko”*

Ini maksudnya bahwa subjek tidak suka bekerja dengan orang lain karena tidak suka jika bekerja dengan adanya batasan-batasan waktu. Dengan menjadi wirausaha subjek bebas menentukan jam kerjanya sendiri dan bebas menentukan keputusannya sendiri. Studi yang dilakukan Sulistiani (2023) menyimpulkan bahwa kemandirian memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap minat berwirausaha. Analisis menunjukkan bahwa individu yang memiliki minat berwirausaha yang kuat cenderung memiliki tingkat kemandirian yang tinggi. Mereka tidak mudah menyerah ketika usaha kurang diminati, tetap antusias menghadapi tantangan, dan berusaha lebih keras saat target belum tercapai. Berdasarkan fenomena dan observasi yang telah peneliti lakukan dan didukung dengan teori yang berhubungan, maka peneliti ingin mendapatkan informasi lebih mendalam mengenai MF serta ingin memahami lebih dalam tentang apa saja yang berkontribusi pada kesuksesan MF menjalani bisnis “Dajan Perhiasan” di usia mudanya. Sehingga penelitian ini peneliti beri judul “Gambaran *Need For Independence* Pada Motivasi Berwirausaha *Entrepreneur* Sukses di Usia Muda : Sebuah Studi Fenomenologis Terhadap Pemilik Dajan Perhiasan”.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif adalah metode penelitian ilmiah yang berfokus pada pemahaman mendalam terhadap suatu fenomena dalam konteks sosial. Penelitian ini menekankan pada proses interaksi komunikasi yang mendalam antara peneliti dengan fenomena yang diteliti, dengan tujuan untuk memahami aspek-aspek yang kompleks dan kontekstual dari fenomena tersebut (Herdiansyah, 2019). Penelitian ini menggunakan pendekatan studi fenomenologis. Pendekatan fenomenologi adalah pendekatan filosofis yang menitikberatkan pada pengalaman subjektif manusia terhadap dunia sekitarnya. Teori ini memusatkan perhatian pada kemunculan benda, peristiwa, atau keadaan dalam persepsi manusia, serta bagaimana pengetahuan dibangun melalui pengalaman sadar (Nasir dkk., 2023). Subjek dalam penelitian ini ditentukan menggunakan teknik *purposive sampling*. Menurut Nugrahani (2014) mengatakan bahwa *purposive sampling* merupakan sebuah teknik pemilihan subjek yang didasari oleh beberapa pertimbangan tertentu. Karakteristik subjek dalam penelitian ini ialah subjek merupakan seorang wirausaha muda yang merintis usahanya sendiri (bukan warisan), memiliki omset lebih dari 20 juta rupiah/bulan, serta bersedia menjadi subjek penelitian.

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah dengan wawancara dan observasi. Metode pengumpulan data ini bergantung pada laporan dari individu itu sendiri atau self-report, atau minimal pada pengetahuan dan keyakinan pribadi (Sugiyono, 2013). Peneliti melakukan wawancara secara mendalam dengan metode wawancara semi struktural, dimana peneliti membuat panduan dalam wawancara namun dalam pelaksanaannya lebih leluasa dan tidak kaku. Dalam penelitian ini peneliti melakukan wawancara langsung yang dilakukan di Padang Panjang, Sumatera Barat. Metode

pengumpulan data melalui observasi digunakan ketika penelitian berkaitan dengan perilaku manusia, proses kerja, fenomena alam, dan ketika jumlah responden yang diamati tidak terlalu banyak (Sugiyono, 2013).

Analisis data yang digunakan adalah dengan menggunakan teknik analisis data dari Miles dkk (2014), terdapat tiga komponen utama dalam analisis data yakni, kondensasi data, kondensasi data mengacu pada proses pemilihan, pemfokusan, penyederhanaan, pengabstrakan, dan transformasi data dari catatan lapangan tertulis, transkrip wawancara, dokumen, dan materi empiris lainnya, dengan tujuan mendekati keseluruhan informasi yang terdapat dalam catatan tersebut. Proses ini dilakukan setelah peneliti mengumpulkan data dari wawancara dan materi lapangan lainnya, di mana transkrip wawancara dipilah-pilah untuk mendapatkan fokus penelitian yang diinginkan, penyajian data, penyajian data melibatkan pengorganisasian, penyatuan, dan penyajian informasi yang telah diperoleh dari kondensasi data. Proses ini membantu dalam memahami konteks penelitian dengan melakukan analisis yang lebih mendalam terhadap data, dan penarikan kesimpulan, penarikan kesimpulan dilakukan oleh peneliti setelah proses pengumpulan dan analisis data. Ini melibatkan pencarian pemahaman yang tidak memiliki pola, mencatat keteraturan penjelasan, dan alur sebab akibat. Tahap akhirnya adalah menyimpulkan keseluruhan data yang telah diperoleh oleh peneliti. Kesimpulan awal yang dibuat masih bersifat sementara, dan dapat berubah jika tidak ada bukti yang kuat yang mendukungnya pada tahap pengumpulan data berikutnya. Namun, jika kesimpulan awal tersebut didukung oleh bukti yang valid dan konsisten saat peneliti kembali ke lapangan untuk mengumpulkan data tambahan, maka kesimpulan tersebut dapat dianggap sebagai kesimpulan yang kredibel. Dan teknik keabsahan data yang digunakan adalah dengan menggunakan teknik triangulasi sumber yakni, memanfaatkan beberapa sumber informasi untuk memverifikasi atau memvalidasi temuan dalam pengumpulan data.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Bagian ini menjelaskan analisis penelitian yang mencakup deskripsi data subjek dan hasil temuan. Wawancara memberikan gambaran tentang *need for indepenence* pada motivasi kewirausahaan pada pemilik toko perhiasan imitasi Dajan Perhiasaan. Temuan penelitian kemudian diinterpretasikan dalam pembahasan. Dalam analisis data, model Miles, Huberman dan Saldana menggunakan proses yang disebut dengan *conclusion drawing* atau *verification*.

Subjek merupakan merupakan seorang laki-laki yang masih berusia sangat muda yaitu 23 tahun yang berinisial MF. MF memiliki kulit sawo matang dengan postur tubuh yang tidak kurus namun tidak gemuk yaitu dengan tinggi 179 cm dan berat badan 78 kg. Ketika pertama kali bertemu dengan MF, dirinya terlihat pendiam dan tidak banyak berinteraksi namun setelah beberapa saat terlihat MF merupakan sosok yang sangat banyak bercerita, ramah dan suka bercanda.

MF merupakan anak ke-3 dari 5 bersaudara, dimana dia memiliki 1 kakak laki-laki, 1 kakak perempuan, dan 2 adik laki-laki. MF merupakan seorang anak dari ayah dan ibu yang seorang wirausaha. Sejak masih berada di bangku SD (Sekolah Dasar) sudah memulai untuk mencoba berjualan dan menyukai hal tersebut. Ketertarikannya itu di bidang berdagang dimulai dengan membantu menjualkan dagangan keluarga yang hasilnya digunakan untuk tambahan uang jajan. Saat masih dibangku sekolah MF juga berjualan dari pasar ke pasar ketika libur sekolah dan hari besar seperti lebaran dan tahun baru. Dari sanalah MF memulai berjualan perhiasan imitasi. Pencapaian MF saat itu yang berhasil ia dapatkan adalah dapat membeli kendaraan pribadi berupa motor.

Setelah MF lulus dari SMA subjek memutuskan untuk tidak melanjutkan pendidikan di bangku kuliah, MF mengambil resiko untuk tidak kuliah dan lebih memilih berjualan kebab, jagung dan lain-lain. Namun, bisnis tersebut tidak berselang lama karena bisnisnya itu bangkrut efek dari pandemi Covid-19. MF memutuskan untuk merantau ke Batam dan harus merelakan untuk menjual motor yang ia beli dari hasil kerjanya sendiri untuk biaya hidup merantau. MF mencoba bekerja di PT Epson, setelah bekerja selama kurang lebih 2 tahun, dengan berbagai pertimbangan dan walau pada awalnya ditentang oleh orang tuanya akhirnya MF memberanikan diri untuk mengambil keputusan *resign*. Alasan MF untuk *resign* itulah yang membuat MF lebih memilih untuk memulai usahanya sendiri.

Setelah kembali ke kampung halaman MF memulai kembali usaha yang pernah dijalaninya dulu yaitu berjualan perhiasan imitasi dari satu pasar ke pasar lainnya. Usaha tersebut dimulai dengan modal yang MF kumpulkan sendiri dari gajinya selama kerja di Batam tanpa bantuan orang tuanya

MF berjuang untuk merintis usahanya. Saat berjualan di pasar kondisi usahanya tidak selalu baik, ekonomi masyarakat yang tidak stabil berdampak pada hasil penjualan usahanya. Saat itulah fenomena jual beli *online* sangat banyak dilakukan orang. Melihat adanya peluang tersebutlah MF mencoba untuk memulai usaha *online* yang saat ini bernama “Dajan Perhiasan”.

Berdasarkan hasil dari penelitian yang telah dilakukan ditemukan tiga kategorisasi yang terdiri dari beberapa konsep, kategori yang pertama merupakan sumber pendorong dengan konsep yang pertama ditemukan bahwa konsep yang paling menonjol pada penelitian ini adalah kebutuhan akan kemandirian atau yang disebut dengan *need for independence*, Kemandirian ini memberi mereka kemampuan untuk membuat keputusan sendiri, mengatur waktu, dan menciptakan peluang yang selaras dengan visi serta nilai-nilai pribadi. Penelitian menunjukkan bahwa kemandirian seringkali menjadi faktor motivasi utama bagi wirausahawan, karena mereka menginginkan kebebasan dalam bekerja dan kesempatan untuk mewujudkan potensi diri (Shane, Locke, & Collins, 2003). Menurut Monks dkk. (1994:279), individu yang mandiri menunjukkan perilaku yang eksploratif, mampu membuat keputusan, percaya diri, dan kreatif. Selain itu, mereka juga dapat bersikap kritis, tidak takut mencoba hal baru, merasakan kepuasan dalam aktivitasnya, mampu menerima kenyataan, serta mampu memanipulasi lingkungan, berinteraksi dengan teman sebaya, memiliki tujuan yang jelas, dan mampu mengendalikan diri.

Pada kategori sumber pendorong yang selanjutnya adalah keluarga. Dalam memulai usahanya keluarga menjadi salah satu yang berperan mendorong dan menumbuhkan jiwa berwirausaha itu. Keluarga memiliki peran penting dalam mendorong individu untuk berwirausaha. Menurut teori Darpujiyanto (2010), minat berwirausaha akan muncul dalam diri seseorang jika orang tua memberikan dukungan yang positif terhadap minat tersebut. Interaksi dan aktivitas di antara anggota keluarga berperan dalam membentuk minat ini, baik secara langsung maupun tidak langsung. Pola asuh yang diterapkan oleh orang tua subjek merujuk pada pola asuh demokratis, orang tua yang mengadopsi pola ini cenderung berkomunikasi dengan cara yang rasional, bertanggung jawab, terbuka, obyektif, tegas, hangat, realistis, dan fleksibel, mereka mendorong anak untuk percaya diri dalam mengambil keputusan terkait aktivitas dan kebutuhannya (Sunarty, 2016). Dalam hal ini pola didik orang tua subjek mengambil peran dalam mengajarkan subjek untuk sederhana dan mandiri, sehingga subjek secara tidak langsung diajarkan bagaimana cara mendapatkan apa yang diinginkan dengan hasil usaha sendiri dan subjek belajar dari pengalaman orang tuanya untuk mencapai apa yang dirinya inginkan.

Kategori yang kedua adalah mempertahankan dorongan berwirausaha. Konsep ketiga adalah *Goal setting* atau penetapan tujuan merupakan motivasi penting dalam berwirausaha. Penelitian mengenai teori penetapan tujuan di Indonesia, seperti yang dilakukan oleh Sitanggang dkk (2018), menunjukkan bahwa penerapan penetapan tujuan pada siswa meningkatkan motivasi mereka untuk meraih prestasi. Dalam hal ini subjek menetapkan berbagai tujuan adanya tujuan jangka panjang, dan dengan adanya target yang membuat subjek untuk mempertahankan dorongan berwirausaha.

Konsep keempat adalah *need for achievement* atau disebut dengan kebutuhan untuk memperoleh pencapaian merupakan faktor utama yang mendorong seseorang untuk terjun ke dunia wirausaha. *Need for achievement* adalah dorongan atau hasrat kuat dalam diri seseorang untuk menyelesaikan tugas sesuai dengan standar kesuksesan yang telah ditetapkan (Ermawati, 2017). Individu dengan *need for achievement* yang tinggi percaya pada kemampuannya sendiri dan yakin bahwa hasil yang baik diperoleh karena usaha yang dilakukan (Ermawati, 2017). Dalam hal ini terlihat bahwa subjek memiliki ambisi untuk lebih dari orang lain, ingin mempunyai usaha yang berkembang, senang mencapai goals yang akan terus mendorong subjek untuk mendapatkan tujuan yang lebih banyak lagi, serta subjek tidak mudah puas dengan apa yang telah dirinya capai sehingga hal tersebut mendorong rasa ingin terus mendapatkan pencapaian lainnya.

Konsep kelima *self-efficacy* atau keyakinan diri adalah motivasi penting dalam berwirausaha, mengacu pada keyakinan seseorang terhadap kemampuannya untuk berhasil. Dalam perspektif psikologis, menurut Luther (1995, h 115), kemandirian atau *independence* pada dasarnya dimulai dari adanya rasa keyakinan diri (*self-efficacy*), yaitu bagaimana individu mempersepsikan kemampuan mereka dalam menghadapi dan menyelesaikan masalah yang timbul. Individu yang memiliki tingkat *self-efficacy* tinggi biasanya lebih percaya diri dalam menghadapi risiko dan tantangan dalam bisnis.



Konsep keenam *drive* atau dorongan dalam konteks berwirausaha, *drive* berfungsi sebagai pendorong utama untuk memulai dan mengelola usaha, karena ia memenuhi kebutuhan dasar dan motivasi yang mendalam untuk mencapai kesuksesan dan pengakuan pribadi. Penelitian menunjukkan bahwa motivasi untuk mencapai tujuan pribadi dan profesional merupakan pendorong utama dalam memulai dan mengelola bisnis (Sari & Mulyani, 2017). Untuk mencapai tujuan yang tinggi, kita memerlukan banyak energi dan ketahanan. Jika kita terus berusaha menuju tujuan tersebut dalam waktu lama, ini disebut persistensi atau keteguhan yang merujuk pada sikap tidak mudah menyerah (Shane, dkk, 2003). Dalam konsep ini subjek terlihat tidak mudah menyerah yang ditunjukkan dengan tidak pernah ingin berhenti berjualan dan subjek memegang teguh bahwa jika dia berhenti maka apa yang dia usahakan selama ini akan habis, dan jika dia terus berjuang untuk lanjut pasti masih ada peluang nya untuk bangkit.

Konsep ketujuh resiliensi dalam dunia wirausaha adalah kemampuan seorang pengusaha untuk tetap bertahan dan maju meskipun menghadapi beragam tantangan dan hambatan. Resiliensi berperan penting dalam memotivasi wirausahawan untuk terus maju dan mengelola usaha mereka dengan efektif, meskipun menghadapi berbagai rintangan (Sutrisno & Fadhillah, 2020). Subjek dalam konsep ini mampu mengatasi masalah dengan sudah adanya perencanaan apa saja yang perlu dirinya lakukan untuk mengatasi situasi tersebut, selain itu subjek sudah biasa di hadapkan dengan masalah yang membuat subjek memiliki kemampuan resiliensi yang baik, dan subjek memiliki kemampuan adaptasi yang baik, ketika berada di situasi yang tak terduga subjek mampu beradaptasi dengan situasi dan langsung mengatasinya.

Kategori ketiga adalah usaha yang dijalani, pada kategori ini terdapat beberapa konsep di dalamnya. Konsep kedelapan adalah latar belakang usaha, pada latar belakang usaha ini menjelaskan latar belakang subjek yang berkaitan dengan bagaimana subjek mengenal tentang wirausaha dan mencoba untuk memulai usahanya. Pada konsep ini tak lepas dari latar belakang orang tua subjek yang merupakan seorang pengusaha juga, serta subjek yang melihat peluang untuk berwirausaha sehingga terbentuknya “Dajan Perhiasan”.

Konsep kesembilan mengambil resiko, menurut Lutfiansyah (2010) berani mengambil resiko merupakan karakteristik seorang yang *independence*, orang yang mandiri tidak pernah gentar menghadapi kegagalan dalam usahanya. Sebab, rasa takut dalam diri seseorang dapat membatasi kebebasan berpikir, yang pada akhirnya mempengaruhi sikap dan perilakunya. Pada konsep ini dalam usahanya subjek banyak mengambil resiko secara tidak langsung hal tersebut merupakan bentuk motivasi subjek, dengan merelakan sesuatu untuk mendapatkan hal lainnya seperti ketika subjek memutuskan untuk tidak kuliah dan memilih untuk menjadi pengusaha, dan ketika subjek memutuskan untuk *resign* dari pekerjaannya di PT serta adanya keberanian untuk mengambil pinjaman di bank. Wirausahawan yang siap menghadapi risiko cenderung memiliki motivasi yang lebih tinggi karena mereka merasa lebih tertantang untuk mencapai tujuan mereka dan mengatasi berbagai hambatan (Amelia & Pratama, 2021).

Konsep kesepuluh tantangan usaha, dalam memulai dan menjalankan usaha banyak tantangan yang harus dihadapi oleh seorang wirausahawan. Rintangan yang dihadapi dapat mendorong wirausahawan untuk mencari solusi yang kreatif dan inovatif, serta meningkatkan semangat mereka untuk mencapai tujuan (Yani & Alim, 2019). Ketika wirausahawan berhasil mengatasi tantangan, mereka merasakan kepuasan dan motivasi yang lebih besar untuk melanjutkan usaha mereka, karena mereka melihat hasil dari usaha dan ketekunan mereka. Tantangan yang dihadapi subjek dalam menjalankan usahanya adalah ketika orang tuanya tidak setuju saat subjek berniat untuk *resign* dari pekerjaannya di PT dan memutuskan untuk menjadi seorang pengusaha. Namun, subjek mampu membuktikan bahwa dirinya mampu.

Konsep kesebelas relasi, relasi sangat diperlukan dalam menjalankan sebuah usaha. Dalam relasi ini subjek memiliki teman yang bersedia membantu dengan memberikan dukungan kepada subjek seperti berusaha untuk membuat akun bisnis subjek memiliki jumlah penonton siaran langsung yang banyak, selain teman relasi yang dimaksudkan adalah para *reseller*. Relasi atau hubungan sosial memiliki peran penting dalam memotivasi seseorang untuk berwirausaha. Interaksi dengan keluarga, teman, mentor, dan jaringan profesional dapat mempengaruhi tingkat dorongan individu untuk memulai dan menjalankan usaha. Jaringan sosial yang kuat dapat meningkatkan motivasi wirausahawan dengan memberikan dukungan yang dibutuhkan untuk memulai dan

mengelola usaha, serta membantu mereka mengatasi berbagai tantangan yang dihadapi (Halim & Wijayanti, 2020).

Konsep keduabelas prinsip menjalankan usaha, dalam menjalankan usaha prinsip prinsip menjalankan usaha itu sangat penting keberadaanya. Dari hasil temuan subjek seorang yang tidak merasa paling hebat serta pemimpin yang disiplin dan menjunjung kerjasama yang baik, menurut Lutfiansyah (2010) salah satu karakteristik orang yang *independence* adalah disiplin yakni konsisten dalam menjalankan komitmen terhadap pekerjaan, terutama ketika pekerjaan tersebut membawa manfaat positif, baik bagi diri sendiri maupun bagi masyarakat dan lingkungan sekitar.

Konsep ketigabelas analisis resiko, analisis resiko yang dilakukan oleh subjek adalah dengan melakukan pertimbangan yang matang dalam usahanya, banyak hal yang harus di pertimbangkan sebelum membuka cabang. Penelitian menunjukkan bahwa wirausahawan yang aktif melakukan analisis risiko cenderung lebih termotivasi karena merasa lebih siap mengelola risiko. Analisis risiko yang baik terbukti meningkatkan motivasi wirausahawan dengan memberikan panduan dan strategi yang jelas untuk mengatasi tantangan, sehingga mereka lebih fokus dan sukses dalam mengembangkan usaha mereka (Wahyudi & Nugroho, 2020; Sari & Gunawan, 2021).

## KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk menggambarkan *need for independence* pada motivasi berwirausaha *entrepreneur* yang sukses di usia muda pada pemilik “Dajan Perhiasan”. Oleh karena itu, peneliti melakukan penggalan data secara mendalam pada subjek yang memiliki usaha dibidang perhiasan imitasi dajan perhiasan. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan studi fenomenologis dan menggunakan teknik analisis data menurut Miles, Huberman dan Saldana yang terdiri dari 3 tahapan yaitu kondensasi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian ini ditemukan bahwa sumber pendorong berwirausaha meliputi beberapa konsep yaitu : keluarga dan *independence*. Selain sumber pendorong berwirausaha ada juga yang disebut dengan mempertahankan dorongan berwirausaha, peneliti mendapatkan beberapa konsep terkait hal tersebut yakni : *goal setting*, *need for achievement*, keyakinan diri, *drive* dan resiliensi. Terakhir adalah usaha yang dijalani memiliki beberapa konsep seperti : latar belakang usaha, mengambil resiko, tantangan usaha, relasi, prinsip menjalankan usaha, dan analisis resiko.

Berdasarkan penelitian ini peneliti menyimpulkan bahwa *need for independence* merupakan konsep pendorong utama berwirausaha pada pemilik Dajan Perhiasan. *Need for independence* dalam penelitian ini merupakan bentuk dari sumber pendorong berwirausaha, sehingga dapat mempertahankan dorongan berwirausaha, dalam menjalankan usaha yang dijalani. Namun, tidak seluruh konsep yang ditemukan berkaitan langsung terhadap *need for independence*. Dalam penelitian ini kesuksesan yang diperoleh oleh pemilik Dajan Perhiasan ini karena adanya *need for independence* yang mendorong serta mempertahankan dorongan tersebut dalam menjalankan usahanya di usianya yang masih muda.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, penelitian mengajukan beberapa saran sebagai berikut:

1. Bagi orang yang tidak kuliah

Dapat memberikan pandangan bahwa sukses tidak hanya bisa diraih dengan berkuliah. Namun bisa juga diraih dengan memanfaatkan peluang yang ada sebaik mungkin.

2. Bagi wirausaha

Dapat memberikan gambaran untuk *entrepreneur* terutama yang berusia muda mengenai *need for independence* pada motivasi seorang *entrepreneur* yang berhasil sukses di usia muda. Harapan nya dengan hasil penelitian ini dapat membantu wirausaha muda lainnya untuk mencapai kesuksesan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Anand, F., & Meftahudin, M. (2020). Pengaruh lingkungan keluarga, pendidikan kewirausahaan, efikasi diri dan motivasi terhadap minat berwirausaha mahasiswa. *Journal of Economic, Business and Engineering (JEBE)*, 2(1), 88–97. <https://doi.org/10.32500/jebe.v2i1.1461>

- Austhi, D. (2017). Motivasi berwirausaha dan kesuksesan berwirausaha pada wirausahawan wanita Anne Avante. *AGORA*, 5(1).
- BPS. (2022, Desember 19). *statistik e-commerce 2022*. <https://www.bps.go.id/publication/2022/12/19/d215899e13b89e516caa7a44/statistik-e-commerce-2022.html>
- BPS. (2023, Mei 5). *Februari 2023: Tingkat pengangguran terbuka (TPT) sebesar 5,45 persen dan rata-rata upah buruh sebesar 2,94 juta rupiah per bulan*. <https://www.bps.go.id/pressrelease/2023/05/05/2001/februari-2023-tingkat-pengangguran-terbuka--tpt--sebesar-5-45-persen-dan-rata-rata-upah-buruh-sebesar-2-94-juta-rupiah-per-bulan.html>
- Dinyati, A., Hidayatullah, M. S., & Dewi, R. S. (2019). Hubungan perilaku konformitas dengan motivasi berwirausaha pada penjual jamu di kampung pejabat (penjual dan pengolah jamu loktabat) banjarbaru. *Jurnal kognisia*, 2(2), 64–67. <https://doi.org/10.20527/jk.v2i2.1658>
- Fauziah, A. R., & Prabowo, H. (2017). Life experience pada wirausaha generasi digital. *Jurnal Psikologi*, 10(1), 10–20.
- Hajaroh, M. (2010). Paradigma, pendekatan dan metode penelitian fenomenologi. *Jurnal Pendidikan Universitas Negeri Yogyakarta*, 1–21.
- Herdiansyah, H. (2019). *Metodologi penelitian kualitatif untuk ilmu-ilmu sosial: Perspektif konvensional dan kontemporer* (2 ed.). Salemba Humanika.
- Ie, M., & Visantia, E. (2013). Pengaruh efikasi diri dan motivasi terhadap keberhasilan usaha pada pemilik toko pakaian di pusat grosir metro tanah abang, Jakarta. *Jurnal Manajemen*, 13(1), 1–14.
- Indarti, N., & Rostiani, R. (2008). Intensi kewirausahaan mahasiswa: Studi perbandingan antara Indonesia, Jepang dan Norwegia. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia*, 23(4), 369–384. <https://doi.org/10.22146/jieb.6316>
- Liu, X., & Zhao, W. G. W. (2021). Family education? Unpacking parental factors for tourism and hospitality students' entrepreneurial intention. *Journal of Hospitality, Leisure, Sport & Tourism Education*, 29, 100284. <https://doi.org/10.1016/j.jhlste.2020.100284>
- Margahana, H., & Triyanto, E. (2019). Membangun tradisi entrepreneurship pada masyarakat. *Edunomika*, 03(02), 300–309.
- Miswanto, M., & Riana, R. (2021). Apakah adversity quotient, modal usaha, latar belakang keluarga dan bekal ilmu berwirausaha berpengaruh pada motivasi mahasiswa berwirausaha. *Jurnal Riset Ekonomi dan Bisnis*, 14(3), 167. <https://doi.org/10.26623/jreb.v14i3.4233>
- Mohulaingo, S. N., Hafid, R., Bahsoan, A., Ilato, R., & Mahmud, M. (2023). Pengaruh status sosial ekonomi orang tua terhadap minat berwirausaha alumni. *Journal of Economic and Business Education*, 1(1), 159–167.
- Muadin, D., Amalia, L. N., & Noormansyah, Z. (2021). Faktor-faktor keberhasilan berwirausahatani (Agribisnis): sebuah studi literatur. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Agroinfo Galuh*, 8(1), 232–236.
- Nasir, A., Nurjana, Shah, K., Sirodj, R. A., & Afgani, M. W. (2023). Pendekatan fenomenologi dalam penelitian kualitatif. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 3(5), 4445–4451.
- Nugrahani, F. (2014). *Metode penelitian kualitatif* (Vol. 1). Cakra Books.
- Patuelli, R., Santarelli, E., & Tubadji, A. (2020). Entrepreneurial intention among high-school students: the importance of parents, peers and neighbors. *Eurasian Business Review*, 10(2), 225–251. <https://doi.org/10.1007/s40821-020-00160-y>
- Putra, R. A. (2012). Faktor-faktor penentu minat mahasiswa manajemen untuk berwirausaha. *Jurnal Manajemen*, 01, 1–15.

- Ratnawati, D., & Kuswardani, I. (2010). Kematangan vokasional dan motivasi berwirausaha pada siswa sekolah menengah kejuruan (SMK). *Jurnal Psikohumanika*, 3(1).
- Saeed, S., Muffatto, M., & Yousafzai, S. Y. (2014). Exploring intergenerational influence on entrepreneurial intention: the mediating role of perceived desirability and perceived feasibility. *International Journal of Entrepreneurship and Innovation Management*, 18(2/3), 134. <https://doi.org/10.1504/IJEIM.2014.062877>
- Saputro, E. P., Achmad, N., & Handayan, S. (2016). Identifikasi faktor yang mempengaruhi sukses wirausaha. *BENEFIT Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 1(1), 10–20.
- Shane, S., Locke, E. A., & Collins, C. J. (2003). Entrepreneurial motivation. *Human Resource Management Review*, 13(2), 257–279. [https://doi.org/10.1016/S1053-4822\(03\)00017-2](https://doi.org/10.1016/S1053-4822(03)00017-2)
- Sina, P. (2021). Pengaruh motivasi intrinsik, motivasi ekstrinsik dan persepsi risiko terhadap pensiun sukses berwirausaha di indonesia. *Analitika: Jurnal Magister Psikologi UMA*, 13(1), 21–33. <https://doi.org/10.31289/analitika.v13i1.4728>
- Sudarmadi, A., Safira, D. I., & Heryadi, D. Y. (2021). Aspek-aspek yang melatarbelakangi keberhasilan dalam berwirausaha. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Agroinfo Galuh*, 8(1), 237–246.
- Sugiyono. (2013). *Metode Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Alfabeta.
- Suharti, L., & Sirine, H. (2011). Faktor-faktor yang berpengaruh terhadap niat kewirausahaan. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 13(2), 124–134.
- Supit, N. F. S., Lasut, J., & Kandowangko, N. (2022). Wirausaha mahasiswa universitas sam ratulangi manado pada masa pandemi covid 19. *Jurnal Ilmiah Society*, 2(3), 1–6.
- Wahyuningsih, T. (2017). Pengaruh lingkungan keluarga dan kepribadian wirausaha terhadap minat berwirausaha siswa kelas XI SMKN Pontianak. *Jurnal Pendidikan dan Pembelajaran Khatulistiwa (JPPK)*, 6(7).
- Wijaya, H. (2018). *Analisis Data Kualitatif Ilmu Pendidikan Teologi*. Sekolah Tinggi Theologia Jaffray.
- Yolanda, Y. (2014). Kiat-kiat menjadi wirausaha sukses. *Jurnal Manajemen FE-UB*, 2(1).
- Zimmerman, M., & Jiang, C. (2009). *Social competence of women entrepreneurs: moderating the effect of Social-, human- and reputational capital on entrepreneurial success*. Babson College Entrepreneurship Research Conference, Babson, Park, MA.