

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI PERILAKU WIRAUSAHA

Zusy Aryanti^{1,2}, Tb. Zulrizka Iskandar¹, Hendriati Agustiani¹, Surya Cahyadi¹

¹Fakultas Psikologi Universitas Padjajaran Bandung
Jl. Raya Sumedang km 21, Bandung, Indonesia (022) 7794126

²Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan, Istitut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro
Jl. Ki Hajar Dewantara 15 A Iring Mulyo, Metro, Lampung, Indonesia (0725) 41507

zusyar4@gmail.com

Abstrak

Sebuah negara yang baik dapat dilihat dari jumlah pewirausaha. Saat ini di negara Indonesia, jumlah pewirausaha masih berjumlah 1,7 persen. Jumlah ini sangat sedikit jika dibandingkan dengan negara lain. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor-faktor yang memengaruhi perilaku wirausaha. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Pengambilan data dilakukan melalui wawancara semi terstruktur dengan pertanyaan *open ended* kepada pewirausaha muda sebanyak 10 orang (usia antara 18-21 tahun) yang memiliki usaha mandiri sekurang-kurangnya 3 tahun. Analisis data dilakukan dengan cara analisis dikelompokkan menjadi faktor eksternal dan faktor internal. Faktor eksternal terdiri dari pola asuh dan dukungan sosial, sementara faktor internal adalah motivasi.

Kata kunci: motivasi, pola asuh, dukungan sosial, perilaku wirausaha

PENDAHULUAN

Kewirausahaan diyakini sebagai kontributor terbesar terhadap pertumbuhan ekonomi negara, sehingga ia dianggap sebagai pahlawan (Malach-Pines, Levy, Utasi, & Hill, 2005). Saat ini, Indonesia hanya memiliki 1,7 persen unit kegiatan wirausaha. Negara Asia lainnya seperti Singapura memiliki 7 persen, Malaysia 5 persen, Thailand 4,5 persen serta Vietnam 3,3 persen (Humas Kementerian Koperasi dan UKM, 2017). Menurut Presiden Indonesia Joko Widodo, agar dapat bersaing dengan negara-negara Asia lainnya, Indonesia membutuhkan 5,8 juta pengusaha (Tempo.co, 2016).

Studi kewirausahaan terutama tentang perilaku berwirausaha banyak menarik perhatian peneliti di berbagai negara dengan beragam sudut pandang keilmuan, seperti ekonomi, sosiologi maupun psikologi (Wijaya, 2008). Belum lama para peneliti mengakui pentingnya perspektif psikologi dalam melihat kewirausahaan, karena kewirausahaan pada dasarnya bersifat individual (Baum, 2007). Kewirausahaan tidak hanya transaksi jual beli barang atau jasa, tetapi lebih dari itu, kewirausahaan mengandung kemampuan mengenali dan memanfaatkan peluang, keberanian mengambil resiko, mampu memimpin secara efektif, kreatif dan inovatif (Frese & Gielnik, 2014). Semua itu akan terjadi dalam proses mental yang akan membedakan antara orang yang mau berwirausaha dengan yang tidak, atau pewirausaha yang sukses dan yang gagal. Para ahli lebih memfokuskan pada penjelasan mengapa, kapan dan dimana individu dapat mencari dan mengeksploitasi peluang. Proses mental yang terjadi pada diri individu tidak terlepas dari pengaruh keberadaan individu beserta relasinya dengan orang lain (Hoeksema, Frederickson, Lotus, & Wagenaar, 2009). Berawal dari kajian bidang ekonomi, maka kewirausahaan sangat sarat nilai ekonomi, sempit dan spekulatif. Cantillon (dalam Baum, 2007) mendefinisikan pewirausaha sebagai orang

yang akan membeli barang dengan harga yang pasti dan menjualnya dengan harga yang tidak pasti. Ditambahkan oleh Schumpeter, bahwa kewirausahaan adalah sesuatu yang memiliki dampak perkembangan ekonomi (Kuratko, 2007). Kemudian cakupan definisi kewirausahaan berkembang menjadi lebih luas. Hisrich (2017) menyatakan bahwa kewirausahaan merupakan jiwa yang dibangun untuk memecahkan masalah yang membutuhkan kemampuan mengintegrasikan antara ilmu dan peluang pasar.

Secara garis besar, dalam membahas kategori kewirausahaan dapat dilihat dari dua hal. Pertama, kewirausahaan sebagai pekerjaan. Kedua, kewirausahaan sebagai proses dan aksi nyata dalam wirausaha. Kewirausahaan sebagai pekerjaan, menekankan pada pewirausaha sebagai pemilik sekaligus manajer usaha yang memiliki kuasa menerima atau mengeluarkan karyawan. Sedangkan kewirausahaan sebagai proses, menekankan pada hal-hal yang terkait dengan identifikasi dan/ atau penciptaan serta eksploitasi peluang (Gorgievski & Stephan, 2016). Berdasarkan lingkungannya, Kewirausahaan dapat dilihat pada lingkup organisasi dan individu. Kewirausahaan dalam lingkup organisasi membicarakan bagaimana peran individu dalam menjaga keberlangsungan organisasi dan mengembangkan organisasi. Sementara kewirausahaan pada lingkup individu membicarakan bagaimana proses individu membuka usaha dan melakukan aktivitas usaha (Frese & Gielnik, 2014). Pada konteks dimana perilaku wirausaha muncul, dapat dilihat dari dua sisi; pertama, perilaku yang berada pada konteks penciptaan usaha baru dan kedua perilaku dalam konteks pengembangan usaha atau manajerial (Allison, 2010; Hoeksema, Frederickson, Lotus & Wagenar, 2009). Untuk melihat melihat bagaimana fungsi psikologis bekerja pada proses membuka usaha baru, maka memahami kewirausahaan dalam lingkup individu menjadi fokus kajian ini.

Memasuki abad 21, kemampuan wirausaha menjadi penting dimiliki dan sangat dibutuhkan remaja pada masa yang akan datang. Hal ini dianggap sebagai kompetensi kunci saat menjalani pekerjaan dengan jenis apapun. Selain mempersiapkan kemandirian secara ekonomi, karakteristik pewirausaha seperti proaktif, responsif, kreatif, inovatif serta kompetitif menjadikan individu mudah beradaptasi dalam beragam kondisi pekerjaan (Obschonka & Silbereisen, 2012), sehingga dapat mengoptimalkan performa dalam bekerja (Obschonka, Hakkarainen, Lonka, & Salmela-Aro, 2016). Selain itu, sebagian individu menjadikan wirausaha sebagai pilihan karir yang sangat baik dan memuaskan (Binder & Coad, 2013). Saat ini *trend* pelaku wirausaha mulai bergeser dari orang tua atau dewasa menjadi remaja. Sebelumnya di Indonesia, rata-rata wirausaha dilakukan oleh individu pada usia 40-75 tahun (Susilo, 2006). Apa yang menyebabkan remaja mau berwirausaha? perlu digali lebih dalam tentang faktor yang dapat memengaruhi perilaku wirausaha, sebab perilaku wirausaha bukanlah suatu kemampuan yang dimiliki secara instan melainkan sebuah proses yang harus dilalui secara terus menerus dan berkesinambungan. Penelitian ini bertujuan menggali faktor-faktor yang dapat memengaruhi perilaku wirausaha.

METODE

Studi ini menggunakan pendekatan kualitatif, dimana data diperoleh melalui wawancara (Creswell, 2013). Partisipan dalam studi ini adalah pewirausaha muda dengan rentang usia 18-21 tahun yang memiliki usaha sekurang-kurangnya 3 tahun baik laki-laki maupun perempuan sebanyak 10 orang. Partisipan laki-laki berjumlah tujuh (7) orang dengan ragam usaha; kuliner, agen perjalanan, elektronik, periklanan, jasa cuci sepatu, lembaga pendidikan. Sementara partisipan perempuan sebanyak tiga (3) orang dengan usaha di bidang kuliner, lembaga penguatan mental wirausaha dan *fashion*. Pengambilan data dilakukan dengan cara wawancara semi terstruktur tipe *open ended* selama 20-120 menit dengan dibantu alat

perekam suara. Wawancara dilakukan pada bulan Oktober 2017. Garis besar pertanyaan wawancara adalah faktor apa saja yang dirasakan sebagai faktor yang memengaruhi perilaku dalam wirausaha. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis tematik.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil wawancara, faktor-faktor yang terungkap memengaruhi munculnya perilaku wirausaha dapat dikelompokkan menjadi dua, yaitu internal dan eksternal. Faktor internal meliputi motivasi (kebutuhan kerja, membantu orang lain, membuktikan kemampuan diri dan mandiri), ketertarikan dan hobi. Hal yang menarik dari temuan faktor internal ini adalah, semua responden menyatakan hal paling utama yang harus dimiliki untuk berwirausaha adalah motivasi. Artinya tidak ada individu yang menjadi pewirausaha tanpa adanya motivasi. Temuan ini sejalan dengan kajian teoretis yang mengatakan bahwa motivasi adalah hal yang penting, bahkan lebih penting dari ketersediaan modal sekalipun (Collins, Hanges, & Edwin, 2004), sebab motivasi akan menghasilkan perilaku (Locke, 2000). Pewirausaha mengembangkan usahanya disebabkan karena motivasi intrinsik yang dimiliki (Hanif, Meryem, Rao, & Nawaz, 2017). Dorongan dari dalam diri untuk berani mengambil resiko dengan pertimbangan tertentu, berkompetisi terhadap pewirausaha lain, merealisasikan ide-ide kreatif dan lain sebagainya merupakan wujud dari perilaku wirausaha. Salah satu contoh kutipan wawancara dengan MK adalah sebagai berikut:

"Awalnya karena saya melihat orangtua saya yang PNS selalu pergi pagi dan pulang malam, tidak ada lagi waktu di rumah. Kemudian saya berfikir gimana caranya saya bisa menghasilkan uang tetapi tidak meninggalkan rumah. Akhirnya saya mulai mencoba buka usaha, dan rajin mengikuti seminar, serta bergaul dengan para entrepreneur. Di situ saya timbul perasaan senang dan tertantang untuk membuka usaha. Saya senang wirausaha karena bebas, tidak terikat, profitabilitas tinggi. Dengan saya membuka usaha maka saya bisa membantu dengan cara memberdayakan orang banyak" (MK)

Di sisi lain, menurut Shane, Locke, & Collins (2003), saat ini hanya sedikit penelitian yang mempertimbangkan dampak motivasi pada langkah-langkah spesifik dalam proses kewirausahaan. Sebagian besar penelitian tentang motivasi dan kewirausahaan mengadopsi desain yang cenderung statis, yaitu hanya berfokus pada penentuan apakah terdapat perbedaan antara pendiri perusahaan atau wirausaha secara umum. Motivasi tidak dilihat secara mendalam perannya membentuk perilaku. Padahal kewirausahaan merupakan proses kreatif yang membutuhkan motivasi tinggi, sebab individu berperan sebagai *agent* yang akan mengejar peluang selama proses itu berlangsung.

Sementara faktor eksternal yang ditemukan pada studi awal meliputi pola asuh (cara orang tua bersikap, cara orang tua mendidik sejak kecil, persepsi orang tua terhadap wirausaha), lingkungan yang kreatif, dukungan sosial (keluarga, orang tua, teman bermain, komunitas, pemerintah). Faktor eksternal yang paling sering muncul dari jawaban responden adalah dukungan dari orang tua, yaitu karakteristik orang tua yang memberikan kebebasan dan mendorong individu untuk mengambil keputusan berwirausaha yang selanjutnya dikategorikan sebagai pola asuh orang tua. Salah satu kutipan wawancara tentang pola asuh orang tua dan dukungan sosial.

"Orang tua saya sejak dulu selalu memberikan kebebasan pilihan kepada kami. Meskipun begitu orang tua tetap memantau apa yang kami pilih itu. Seperti sekarang,

saya menjadi pewirausaha, orang tua sangat mendorong tapi tidak terlalu banyak ikut campur. Orang tua mendidik anaknya mandiri, mencukupkan modal yang terbatas, mendoakan, membebaskan mau jadi apa, sehingga walaupun orang tua saya bukan pengusaha tapi saya tetap ingin berwirausaha” (Ty)

“Pemerintah banyak memberikan program kompetisi pewirausaha muda yang membuat kami bersemangat dalam menjalankan usaha. Terkadang diberikan bantuan dana pinjaman yang lunak. Teman-teman di sini juga sangat mensupport terhadap usaha masing-masing” (BS)

Sebagaimana dinyatakan oleh Geldhof, dkk (2014), bahwa perkembangan jiwa kewirausahaan dalam diri individu membutuhkan kondisi sosial yang mendukung dalam menciptakan dan mengkreasikan suatu produk, sehingga memperkuat aktivitas dalam menjaga keberlangsungan usaha produktif (Geldhof, dkk 2014).

Jika merujuk pada hasil telusuran penelitian, perilaku wirausaha banyak dikaji dari *personality trait* sebagai faktor determinannya (Brandstätter, 2011; Ergeneli, 2014; Obschonka, Silbereisen, & Schmitt-rodermund, 2012; Tenibiaje, 2010). Sementara penelitian tentang wirausaha ditinjau dari pola asuh hanya ditemukan 1 penelitian (Schmitt-rodermund, 2004), tetapi penelitian tentang peran model orang tua mempengaruhi perilaku wirausaha ditemukan 3 (Ergeneli, 2014; Obschonka, Silbereisen, Schmitt-rodermund, & Stuetzer, 2011; Schoon & Duckworth, 2012). Hal ini menjadi temuan awal yang menarik untuk dilakukan penelitian lebih lanjut.

SIMPULAN

Perilaku wirausaha dipengaruhi oleh faktor eksternal dan faktor internal. Yang termasuk dalam faktor eksternal adalah pola asuh dan dukungan sosial. Sementara faktor internal adalah motivasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Baum, E. (2007). *The psychology of entrepreneurship*. London: Psychology Press
- Binder, M., & Coad, A. (2013). Life satisfaction and self-employment: A matching approach. *Small Business Economics*, 40(4), 1009–1033. doi:10.1007/s11187-011-9413-9
- Brandstätter, H. (2011). Personality aspects of entrepreneurship: A look at five meta-analyses. *Personality and Individual Differences* 51, 222–230.
- Creswell, J W, (2016). *Research design, pendekatan metode kualitatif, kuantitatif, dan campuran*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Collins, C., Hanges, P. J., & Edwin, A. (2004). The Relationship of Achievement Motivation to Entrepreneurial Behavior: A Meta-Analysis. *HUMAN PERFORMANCE*, 17(1), 95–117.
- Ergeneli, A. (2014). Women entrepreneurs' personality characteristics and parents' parenting style profile in Turkey. *Procedia - Social and Behavioral Sciences* (109), 92-97.

- Frese & Gielnik. (2014). The psychology of entrepreneurship; . *Annual Review of Organizational Psychology and Organizational Behavior*, 1, 413-38.
- Geldhof, G. J., Porter, T., Weiner, M. B., Malin, H., Bronk, K. C., Agans, J.P., Mueller, M., Damon, W., Lerner, R.M. (2013). Fostering youth entrepreneurship: Preliminary findings from the young entrepreneurs study. *Journal of Research on Adolescence* 24 (3), 431-446.
- Gorgievski, M., & Stephan, U. (2016). Advancing the psychology of entrepreneurship: A review of the psychological literature and an introduction. *Applied Psychology: An International Review*, 65 (3), 437-468.
- 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 businesses aggravated to grow. *Review of Integrative Business and Economics Research*, Vol. 6, Issue 3.
- Hisrich, R. P. (2016). *Entrepreneurship*. New York: Mc. GrawHill.
- Hoeksema, S., Frederickson, B., Lotus, G., & Wagenaar, W. (2009). *Atkinson & Hilgard's introduction to psychology (15th ed.)*. United Kingdom: Cengage.
- Humas Kementerian Koperasi dan UKM (2017, Maret 27). Ratio wirausaha indonesia naik jadi 3,1 persen. Diakses dari <http://www.depkop.go.id/content/read/ratio-wirausaha-indonesia-naik-jadi-31-persen/> pada tanggal 20 januari 2018
- Kuratko. (2007). *Entrepreneurship*. Australia: Thomson.
- Locke, E. (2000). Applied Psychology: an International review. *Motivation, Cognition and Action: An Analysis of Studies of Task Goals and Knowledge.*, 408-429. doi.org/10.1111/1464-0597.00023
- Malach-Pines, A., Levy, H., Utasi, A., & Hill, T.L. (2005). Entrepreneurs as cultural heroes: A cross-cultural, interdisciplinary perspective. *Journal of Managerial Psychology* 20(6), 541-555.
- Obschonka, M., & Silbereisen, R. K. (2012). Entrepreneurship from a developmental science perspective. *International Journal of Developmental Science* (6), 107-115.
Doi:10.3233/DEV-2012-12105.
- Obschonka, M., Silbereisen, R. K., & Rodermund, E. S. (2012). Explaining entrepreneurial behavior: dispositional personality traits, growth of personal entrepreneurial resources, and business idea generation. *The Career Development Quarterly* (60), 178-189..
- Obschonka, M., Hakkarainen, K., Lonka, K., & Salmela-Aro, K. (2016). Entrepreneurship as a Twenty-First Century Skill: Entrepreneuril Allertness and Intention in the Transition to Adulthood. *Small Bu Econ*. Doi: 10.1007/s11187-016-9798-6
- Shane, S., Locke, E., Collins, C.J. (2003). Entrepreneurial motivation. *Human Resource Management Review* (13), 257-279. doi:10.1016/S1053-4822(03)00017-2

- Schmitt-Rodermund, E (2004). Pathways to successful entrepreneurship: Parenting, personality, early entrepreneurial competence, and interests. *Journal of Vocational Behavior* 65 (2004) 498–518. doi:10.1016/j.jvb.2003.10.007
- Schoon, I & Duckworth, K. (2012). Who becomes an entrepreneur? Early life experiences as predictors of entrepreneurship. *Developmental Psychology*. 2012. 48 (6), 1719–1726
- Susilo, N. B. (2006). *Wisdom entrepreneur*. Yogyakarta: Galangpress Group.
- Tenibiaje. (2010). Personality traits, parenting and interest are precursors to successful entrepreneurial skills. *Journal of Emerging Trends in Educational Research and Policy Studies (JETERAPS)* 1, (1): 25-28.
- Tempo.co (2016). Menangkan MEA, Jokowi: RI Perlu 5,8 Juta Pengusaha Muda Baru. Diakses dari <https://bisnis.tempo.co/read/773404/menangkan-mea-jokowi-ri-perlu-58-juta-pengusaha-muda-baru-pada-tanggal-5-mei-2018>.
- Wijaya, T. (2008). Kajian Model Empiris Perilaku Berwirausaha UKM DIY dan Jawa Tengah. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, vol 10, 93-104.