



STUDI FENOMENOLOGI PENGUSAHA MUDA PENJUAL UBI KOPONG DALAM BERWIRAUSAHA

Achmad Fachri¹, Yanladila Yeltas Putra²

^{1, 2}Universities Negeri Padang, Jl. Prof. Dr. Hamka, Air Tawar Barat, Padang, Sumatera Barat, 25132, Indonesia
Email: amdfchri1602@gmail.com

Article History

Received: 04-04-2025

Revision: 13-05-2025

Accepted: 25-05-2025

Published: 09-06-2025

Abstract. This research aims to understand the phenomenon experienced by sweet potato sellers in entrepreneurship. The approach used is qualitative with a phenomenological method. Data collection was carried out through unstructured interviews with a young entrepreneur selling sweet potatoes in Bukittinggi. Data analysis is carried out qualitatively with the stages of data reduction, data presentation, and conclusion drawing. The results of this study reveal seven subthemes that describe the experience of potato sellers in running their businesses. This research highlights the important role of internalizing family values in building entrepreneurial interest, seller behavior in managing business, and their ability to face and overcome various obstacles, such as limited capital and market competition

Keywords: Family Internalization, Entrepreneurial Interest, Entrepreneurial Barriers

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk memahami fenomena yang dialami penjual ubi kopong dalam berwirausaha. Pendekatan yang digunakan adalah kualitatif dengan metode fenomenologi. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara tidak terstruktur dengan seorang pengusaha muda penjual ubi kopong di Bukittinggi. Analisis data dilakukan secara kualitatif dengan tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian ini mengungkapkan tujuh subtema yang menggambarkan pengalaman penjual ubi kopong dalam menjalankan usahanya. Penelitian ini menyoroti peran penting internalisasi nilai-nilai keluarga dalam membangun minat berwirausaha, perilaku penjual dalam mengelola usaha, serta kemampuan mereka dalam menghadapi dan mengatasi berbagai hambatan, seperti keterbatasan modal dan persaingan pasar.

Kata Kunci: Internalisasi Keluarga, Minat Berwirausaha, Hambatan

How to Cite: Fachri, A & Putra, A. A. (2025). Studi Fenomenologi Pengusaha Muda Penjual Ubi Kopong dalam Berwirausaha. *PRODUCTIVITY: Journal of Integrated Business, Management, and Accounting Research*, 2 (1), 53-67. <http://doi.org/10.54373/product.v2i1.87>

PENDAHULUAN

Saat ini, kewirausahaan merupakan isu yang sangat penting untuk meningkatkan perekonomian negara. Pertumbuhan dan perkembangan ekonomi suatu negara sangat tergantung pada keberadaan pengusaha. Perkembangan kewirausahaan di Indonesia masih sangat lemah dibandingkan dengan negara-negara Asia lainnya. Pentingnya kewirausahaan dalam masyarakat tidak hanya menjadi sarana untuk mewujudkan perubahan kualitas hidup individu dan masyarakat, tetapi juga membuktikan bahwa kewirausahaan memiliki kemampuan untuk berperan penting dalam mencapai kualitas masyarakat. Saiman (2009) mendefinisikan wirausaha sebagai individu yang memilih untuk memulai suatu bisnis,

berperan sebagai pewaralaba atau terwaralaba, memperbesar perusahaan, membeli perusahaan yang sudah ada, atau bahkan meminjam uang untuk memproduksi produk baru atau menawarkan jasa baru, serta berfungsi sebagai manajer dan pengambil risiko. Kewirausahaan merupakan faktor utama yang mendorong inovasi, pertumbuhan ekonomi, dan perubahan sosial.

Keinginan untuk menjadi wirausaha bukan datang secara tiba-tiba melainkan karena adanya minat yang kuat yang ada dalam diri seseorang. Menurut Alma (2009), ada tiga faktor utama yang berperan dalam minat berwirausaha yaitu personal yang berkaitan dengan aspek-aspek kepribadian seseorang, seperti keinginan untuk memiliki kebebasan dalam berbisnis, tujuan untuk menghasilkan uang, membuka bisnis untuk hobi, kesenangan, tantangan, dan kepuasan diri. Sociological, yang mencakup hubungan dengan keluarga dan sosial, seperti tanggung jawab terhadap keluarga. Environmental, yang melibatkan hubungan dengan lingkungan sekitar, seperti peluang, aktivitas yang ada, pesaing, sumber daya, dan kebijakan pemerintah. Selain dipengaruhi faktor diatas, orang tua juga dapat menjadi penyebab anak memiliki keinginan untuk berwirausaha. Menurut Suryana (2013), internalisasi nilai kewirausahaan bertujuan untuk menumbuhkan jiwa kreatif, inovatif, mandiri, dan berorientasi pada peluang. Proses internalisasi ini melibatkan pengajaran, pelatihan, dan pengalaman langsung dalam menjalankan aktivitas kewirausahaan.

Dalam memulai usaha, atau berwirausaha pastinya selalu terdapat rintangan maupun kendala. Hisrich, et al., (2010) menyatakan bahwa hambatan berwirausaha adalah segala sesuatu yang menghambat seorang individu untuk mengambil langkah berwirausaha. Hambatan ini bisa berasal dari lingkungan eksternal seperti persaingan dan kebijakan pemerintah, atau dari faktor internal seperti ketidakmampuan mengelola risiko. Di sinilah kemampuan dan pengetahuan pengusaha diuji dalam menerapkan strategi bisnis. Hambatan, tantangan, dan rintangan tidak hanya dihadapi oleh pengusaha pemula, tetapi juga oleh pengusaha yang sudah berpengalaman. Hal ini merupakan bagian dari proses untuk terus berkembang, mendorong kreativitas, dan menciptakan inovasi baru dalam memulai suatu usaha. Masalah umum yang dihadapi oleh pengusaha, baik yang baru memulai maupun yang berpengalaman, adalah kekurangan modal saat usaha sudah berjalan. Ada berbagai cara untuk memperoleh pinjaman dana yang dibutuhkan tidak hanya berasal dari bank saja. Tergantung dari bagaimana kita mau menyelesaikan masalah tersebut dan segera mengambil tindakan sebelum akhirnya usaha kita kehabisan dana untuk operasional. Hal tersebut juga di sampaikan subjek dimana subjek kesulitan dalam mencari modal untuk memulai usahanya. Modal adalah faktor yang mempunyai peran cukup penting dalam proses berkembangnya suatu

usaha, karena modal diperlukan ketika pengusaha hendak mendirikan perusahaan baru atau untuk memperluas usaha yang sudah ada, tanpa modal yang cukup maka akan berpengaruh terhadap kelancaran usaha, sehingga akan mempengaruhi pendapatan yang diperoleh.

Berdasarkan hasil wawancara awal dengan subjek peneliti tertarik meneliti fenomena yang ada pada subjek. Penelitian ini nantinya menggunakan pendekatan fenomenologis, yang mana penelitian fenomenologis difokuskan pada pengalaman individu tersebut untuk melihat bagaimana gambaran fenomena yang muncul dari pengalaman yang dialaminya (Kahija, 2017). Dari hasil wawancara awal peneliti tertarik untuk mendalami bagaimana penjual ubi kopong dalam berwirausaha, bagaimana minat berwirausaha tumbuh pada diri subjek berwirausaha dan bagaimana cara subjek mengatasi masalah dalam menjalankan usahanya.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan fenomenologi, yang mengeksplorasi pengalaman subjektif atau fenomenologis individu. Melalui pendekatan ini, penelitian bertujuan untuk mencari tau apa saja yang melandasi subjek dalam membangun keinginan untuk berwirausaha. Fenomenologi juga diartikan sebagai sudut pandang yang menitikberatkan pada pengalaman-pengalaman dan narasi subjektif manusia serta interpretasi pelaksanaan di dunia (Moleong, 2012). Aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara dinamis dan terus-menerus hingga selesai, sehingga data yang diperoleh mencapai kejenuhan. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi dan wawancara langsung ke responden. Teknik analisis data terdiri dari tiga tahapan yaitu reduksi data, penyajian data dan kesimpulan Milles dan Huberman (2014). Keabsahan data dapat diperoleh dengan menggunakan proses pengumpulan data melalui teknik triangulasi. Menurut Wijaya (2018), triangulasi data adalah teknik untuk memverifikasi data dari berbagai sumber, dengan berbagai metode, dan dalam berbagai waktu. Dalam hal ini, terdapat tiga jenis triangulasi yaitu triangulasi sumber, triangulasi teknik, dan triangulasi waktu

HASIL DAN DISKUSI

Perjalanan berwirausaha

Internalisasi dan Keputusan Berwirausaha

Keputusan berwirausaha adalah langkah penting yang diambil oleh seseorang untuk memulai atau memasuki dunia usaha dengan tujuan menciptakan bisnis, menghasilkan keuntungan, dan mencapai kebebasan finansial atau tujuan pribadi lainnya. Keputusan ini

sering kali datang dengan pertimbangan yang matang, karena berwirausaha melibatkan risiko, tantangan, serta komitmen waktu dan energi yang besar.

- Pengaruh orang tua; dalam mengenal wirausaha subjek mengaku adanya dampak secara tidak langsung oleh orang tuanya, orangtua subjek yang merupakan seorang yang juga berwirausaha membuat subjek tertarik dengan wirausaha berikut pernyataan subjek:

“Mengenal wirausaha awal mulanya tu mungkin dari orang tua, orang tua emang berkehidupan sampai titik kini ko emang mangaleh gitu kan jadi disitu wak nampak gambaran wirausaha tu baa, baa mangaleh ko maatur profitnyo baa, fleksibel waktunyo baa....” (KY/W1/2-6)

Hal tersebut juga dibenarkan oleh hasil wawancara dengan informen:

“Dari ibu sii kayaknyo soalnya pas sma tu kan dagangan ibu yang di jual abang, dan abang pun acok juo nolong-nolong ibu buek dagangan tuu”(FI/83-84)

- Memilih pekerjaan yang fleksibel dalam waktu; subjek merasa tidak cocok jika bekerja dengan orang lain, subjek merasa jam kerja yang tidak fleksibel dan tekanan kerja membuat subjek merasa tidak nyaman jika terus bekerja dengan orang lain berikut pernyataan subjek:

“Misal wak jadi karyawan urang, tantu ado jam karajo tetapnyo, mungkin dek wak suko pekerjaan yang fleksibel menurut wak ndak cocok se wak karajo jadi karyawan do ndak produktifse rasonyo waktu wak....” (KY/W1/35-38)

Hal tersebut juga dibenarkan oleh hasil wawancara dengan informen:

“Yang mambuek abang berhenti karna inyo nio bukak usaho lo surang, tu kan pas lo abang baranti kuliah, jadi ndak mungkin lah rasonyo kalau abang karajo jo urang.” (FI/24-26)

- Memiliki waktu luang untuk melakukan pekerjaan lain; dalam melakukan pekerjaan subjek menginginkan pekerjaan yang fleksibel dalam waktu, dimana subjek dapat melakukan pekerjaan lain ketika sedang istirahat atau sebelum melakukan pekerjaan utama berikut pernyataan subjek:

“...fleksibel nyo di wirausaha tu jadi itu yang mambuek wak nyaman, sebab wak punyo banyak kesibukan lain yang bisa wak lakukan....” (KY/W2/8-10)

Hal tersebut juga dibenarkan oleh hasil wawancara dengan informen:

“...dan abang ndak lo ciek se yang dikarajoannyo kayak maojek tu maantaan kue ka kadai-kadai” (FI/45-46)

- Internalisasi dalam awal berwirausaha; awal berwirausaha adalah momen di mana seseorang mulai mengambil langkah pertama untuk menjalankan sebuah usaha. Pada tahap ini, wirausahawan sering memulai dalam skala kecil atau dengan sumber daya terbatas untuk menguji kelayakan ide dan memahami kebutuhan pasar.

- Membantu menjual dagangan orang tua; saat pertamakali berwirausaha, subjek mencoba dengan menjual dagangan orang tuanya di sekolah, setelah mendapatkan modal subjek menambah dagangan dengan makanan lain berikut pernyataan subjek:

“Kelas satu smk gaek wak yang buek kue awak yang manjuaannya, kayak gorrengan tadi, gaek mambuek awak manjua, kelas 2 smk baru galeh wak surang cuman ado sebagian galeh gaek ado sebagian yang wak buek surang” (KY/W1/136-139)

Hal tersebut juga dibenarkan oleh hasil wawancara dengan informen:

“...soalnya pas sma tu kan dagangan ibu yang di jual abang...” (FI/83)

- Keadaan keluarga; keadaan keluarga saat itu menjadi faktor pendorong subjek untuk memulai berwirausaha saat SMK berikut pernyataan subjek:

“Kalau smk tu mungkin karna wak punyo adiak, adiak wak masuak rumah sakik dek jantuang nyo bocor, aa itu lah, dirumah tu mungkin sado-sadonyo lah bajua Cuma ado kasua samo kompor senyo, kompor untuak masak kasua untuak lalok, itu senyo labiahnyo kebutuhan hiburan alah bajua” (KY/W1/126-131)

Hal tersebut juga dibenarkan oleh hasil wawancara dengan informen:

“...adiak abang kan ado panyakik jadi abang pun maraso ndak nio lo untuak manambah baban urang tuonyo”(FI/32)

- Tidak ingin membebankan orang tua; subjek merasa dalam memenuhi kebutuhan pribadi tidak harus membebankan orang tua berikut pernyataan subjek:

“...ndak mungkin kebutuhan di prioritaskan ka awak surang, jadi wak tapikia kalau nio wak barang tu arus barusaho wak untuk mangapainyo gitu aa, gitu lah dengan wak mangaleh kecil-kecilan tuu...” (KY/W/112-115)

Hal tersebut juga dibenarkan oleh hasil wawancara dengan informen:

“...abang pun maraso ndak nio lo untuak manambah baban urang tuonyo”(FI/32)

Presepsi Terhadap Usaha

Persepsi adalah cara seseorang memahami, menilai, dan menafsirkan berbagai aspek dalam kewirausahaan, termasuk peluang, risiko, dan potensi hasil. Persepsi ini dipengaruhi oleh pengalaman pribadi, keyakinan, dan faktor lingkungan, yang kemudian memengaruhi keputusan dan tindakan wirausahawan dalam menjalankan usaha.

- Pengaruh orang tua; dalam memilih usaha subjek mengaku adanya peran orang tua. Dimana orang tua subjek merupakan pengusaha di bidang makanan. Subjek yang dari kecil sudah mulai menolong orangtuanya mengaku mendapat keahlian yang sama dengan orang tuanya berikut pernyataan subjek:

“Kalau keahlian pastry tu emang lah dari urang tuo sahari-hari, jadi emang lah kuek juo kapandaian wak disitu, kalau kecek urang kalau gaek petani wak rajin nolong setidaknyo ilmu pertanian pasti dapek agak sagetek gai, awak gaek rutin buek kue rajin lo wak tolong iyo dapek lo wak ilmuno gitu kan” (KY/W2/109-114)

Hal tersebut juga dibenarkan oleh hasil wawancara dengan informen:

Dari ibu sii kayaknyo soalnyo pas sma tu kan dagangan ibu yang di jual abang, dan abang pun acok juo nolong-nolong ibu buek dagangan tuu (FI/83-84)

- Produk yang sudah di uji terlebih dahulu; sebelum terjun langsung ke masyarakat subjek mengeku pernah mengikut program mahasiswa wirausaha, subjek membawa produk ubi kopong untuk program tersebut dan ternyata sukses berikut pernyataan subjek:

“...ubi kopong ko pernah wak ajukan ka PMW program mahasiswa wirausaha kan kalau di unp anak unp pasti tau dan tembus dulu kalua modal dari kampus, tu wak ikuikan kontes dari enterprenur sukses chalange yang di adoan wakil gubernur sumbar tembus wak sampai detik terakhir menuju grand final....” (KY/W1/228-235)

Hal tersebut juga dibenarkan oleh hasil wawancara dengan informen:

“pokoknyo program mahasiswa yang berwirausahako bang di bantu lah dek kampus sagetek”(FI/52-53).

- Produk berbahan ubi; subjek melihat banyaknya komunitas ubi di kampungnya, yang belum terlalu dimanfaatkan membuat subjek memiliki keinginan untuk mengolah ubi tersebut dan memasarkan sebagai makanan ubi kopong berikut pernyataan subjek:

“...contoh ubi ungu cuman di dimanfaatkan sebagai pewarna se nyo tapi secara olahan langsung ndak dimanfaatkan bana, Cuma wak kini wak memanfaatkan iyo bana ubinyo....” (KY/W1/192-195)

Hal tersebut juga dibenarkan oleh hasil wawancara dengan informen:

“...ubi ko banyak di siko tapi alun di dimanfaatkan bana dek urang lai”(FI/69-70)

- Menjadi satu-satunya produk di pasaran; subjek melihat adanya peluang di prodak ubi kopong ini, dimana belum terdapat prodak sejenis dan menjadi satu-satunya di Bukittinggi berikut pernyataan subjek:

“Yoo galeh nyo tadi emang ndak ado kan kayak susu murni emang ndak ado di siko, milkshake emang ndak ado disiko, ubi kopong apo lai kan, emang dari produk yang membedakan....” (KY/W2/230-233)

Hal tersebut juga dibenarkan oleh hasil wawancara dengan informen:

“Karna pertamu ubi kopong ko emang alun ado di bukittinggi dan ubi ko banyak di siko tapi alun di dimanfaatkan bana dek urang lai”(FI/69-70)

Hambatan dan Cara Menyelesaikannya

Hambatan

Hambatan dalam berwirausaha adalah berbagai tantangan, kendala, atau rintangan yang menghalangi seseorang untuk memulai, menjalankan, atau mengembangkan suatu usaha. Hambatan ini dapat berasal dari berbagai faktor, baik internal maupun eksternal, yang memengaruhi kemampuan wirausahawan untuk mencapai tujuan bisnisnya. Hambatan tersebut bisa bersifat finansial, operasional, psikologis, atau bahkan sosial, yang pada akhirnya dapat memengaruhi keberlangsungan usaha.

- Tidak adanya bantuan modal dari orang tua; dalam permodalan subjek mengaku tidak ada bantuan dari orang tua. Kehidupan yang berkecukupan membuat orang tua subjek tidak dapat membantu dalam modal usaha berikut pernyataan subjek:

“Keadaan ekonomi emang menengah kebawah sampai kini gaek masi ngontrak, kalau untuak modal orang tua ndak bisa suport” (KY/W1/337-339)

Hal tersebut juga dibenarkan oleh hasil wawancara dengan informen:

“Ooo paliang di modal si bang, orang tuo ndak bisa bantu kan bang jadi emang di awal tu modal si bang”(FI/107-108)

- Kendala dalam peminjaman ke bank; subjek mengaku saat ingin melakukan peminjaman ke bank ada beberapa syarat yang tidak dapat terpenuhi. Membuat subjek tidak dapat untuk meminjam modal usaha ke bank berikut pernyataan subjek:

“Mungkin di permodalan lah itu lah, problem umkm tu selain inovasi samo aa jenis usaho yang ka diapoannyo contoh misal kalau nio minjam ka bank dulu awal nio usaho tu dari umur 18 itu terkendala samo pihak bank umur belum mencukupi, yang status wak sebagai siswa”(KY/W2/134-138)

Hal tersebut juga dibenarkan oleh hasil wawancara dengan informen:

“ka maminjam ka bank pun adolo kendala dulu bang, jadi di modal tu lah kendalanya bang” (FI/105-106)

- Pengurangan omset karena relokasi tempat; relokasi tempat yang dilakukan pemerintah menjadi hambatan bagi subjek dan mempengaruhi usaha subjek yang membuat pendapatan berkurang berikut pernyataan subjek:

“...kebijakan pemerintah kayak kenaikan pangan iko sagalomacam gitu kan harga pokok gitu kan, jadi itu kan memang ndak awak yang mangontrol tapi tetap berpengaruh untuk kebijakannyo contohnya kayak wak mangaleh dulu di lua dipindahkan kadalam itu berpengaruh....” (KY/W2/156-160)

Hal tersebut juga dibenarkan oleh hasil wawancara dengan informen:

“Kalau akhir-akhir ko pengunjung yang datang kamari berkurang dan dek alah pindah ka dalam menurun pendapatan dari biaso kalau di lua”(FI/111-112)

Mengatasi Hambatan

Mengatasi hambatan dalam berwirausaha adalah proses yang dilakukan oleh wirausahawan untuk mengidentifikasi, memahami, dan mengambil langkah-langkah strategis dalam menghadapi berbagai tantangan atau kesulitan yang muncul selama menjalankan bisnis.

- Kerja keras yang diperlihatkan orang tua; nilai-nilai yang diberikan orang tua subjek seperti kerja keras, pantang menyerah, dan hidup sederhana membuat subjek dapat melalui hambatan yang dialaminya selama berwirausaha berikut pernyataan subjek:

“Wak bisa dikecakkan dari keluarga yang menengah kebawah, apolagi pas adiak wak sakik emang ndak ado barang di rumah selain kasua untuak lalok dan kompor untuak masak. Jadi disitu wak caliak baa urang gaek wak karajo kareh untuak mencari pitih, agar bisa maagiah wak lanjo untuak sakolah”(KY/W2/274-280)

Hal tersebut juga dibenarkan oleh hasil wawancara dengan informen:

“adiak abang kan ado panyakik jadi abang pun maraso ndak nio lo untuak manambah baban urang tuonyo” (FI/32-33)

- Melakukan banyak pekerjaan; dalam mengumpulkan modal subjek mengaku harus melakukan banyak pekerjaan, semua pekerjaan yang menurut subjek dalam akan di kerjakan dalam mengumpulkan modal awal berikut pernyataan subjek:

“Wak modal tadi tu dari kayak tadi tu lah, contoh wak sma kelas 2 alah maojek sampai kini ado jo wak maojek, dari misal kok ado job-job kayak disuruah urang mamabarasihan rumah pitihnyo wak andokan, tu dulu wak tipikal urang balanjo dari gaek untuak wak sahari-hari kalau pitih yang dapek tu wak simpan, jadi itu lah tabungan wak untuak wak pertaruhkan ka usaho....”(KY/W1/327-333)

Hal tersebut juga dibenarkan oleh hasil wawancara dengan informen:

“Paliang dulu tu abang manabuang dengan cara melakukan berbagai pekerjaan di luar usaho ubi kopong ko”(FI/107-108)

- Memanfaatkan media online; Subjek mengaku manfaat media online cukup besar dalam usahanya, ketika pandemi subjek merasakan manfaat dari media online seperti gofood dan lainnya berikut pernyataan subjek:

“....contoh di masa pandemi pembeli dilarang keluar jadi urang buliah manggaleh tapi pembeli ndak buliah kalua, dima-dima ado portal penghambatan kan, jadi strateigi wak tu baa wak memasarkan prodak wak ko baa bisa sampai ke costumer tanpa costumer keluar, yoo melalui media sosial gitu kan gofood atau ndak

graabfood gitu kan, atau ndak kayak di padang pakai shoopefood gitu kan, jadi yoo memasarkan online” (KY/W2/209-216)

Hal tersebut juga dibenarkan oleh hasil wawancara dengan informen:

‘Paliang mempromosikan nyo di media sosial se nyo dan mintak tolong ka kawan mampromosian bang”(FI/114)

Minat Berwirausaha

Motivasi Internal

Motivasi internal dalam berwirausaha adalah dorongan kuat yang muncul dari dalam diri individu untuk memulai, menjalankan, dan mengembangkan usaha. Motivasi ini berakar pada nilai-nilai, keyakinan, dan tujuan pribadi yang tidak dipengaruhi secara langsung oleh penghargaan atau dorongan eksternal, seperti uang atau pengakuan sosial. Sebaliknya, motivasi internal bersumber dari kepuasan batin yang dirasakan individu saat mereka mencapai sesuatu yang bermakna bagi diri mereka sendiri.

- Untuk memenuhi keinginan; dalam berwirausaha pada awalnya subjek hanya ingin membeli keinginannya, dan hal tersebut menjadi motivasi bagi subjek untuk terus berwirausaha berikut pernyataan subjek:

“Sabananyo motivasi wak dulu misal contoh nio bali hp atau bali sepatu atau nio bali baju sabananyo motivasi wak untuk memenuhi kebutuhan pribadi....” (KY/W1/108-110)

“....wak lah bisa memenuhi kebutuhan prioritas wak, jadi wak akan berusaha lo untuak mencapai keinginan yang alun wak capai, dengan catatan kebutuhan yang paralu bana alah wak penuhi, kalau untuk kebutuhan tu alah wak susun, maa yang paralu bana wak penuhi dulu.” (KY/W/119-123)

Hal tersebut juga dibenarkan oleh hasil wawancara dengan informen:

“Abang alah bisa bali barang-barang yang diinginkannyo, tu abang ndak lo mamintak pitih ka urang tuonyo untuak itu”(FI/37-38)

- Merasa nyaman dalam berwirausaha; setelah mencoba berwirausaha subjek merasakan enaknyanya mendapatkan uang dan dapat membeli barang yang diinginkannya, dan subjek mengaku nyaman dalam berwirausaha berikut pernyataan subjek:

“....motivasi wak untuak mangaleh surang, dan wak bapikia mangaleh ko lamak tergantung dari awaknyo, sabananyo segala sesuatu kalau di jalani emang pasion nyo di situ lamak-lamak senyo....” (KY/W/131-134)

“Mungkin yang mambuek bisa bertahan yoo dengan benefit disiko ko lebih nyaman wak rasonyo berwirausaha ko dengan beberapa kelebihan-kelebihan dibanding karajo jo urang lain....”(KY/W2/2-5)

Hal tersebut juga dibenarkan oleh hasil wawancara dengan informen:

“...alah bisa depek pitih sanang nyo kan, jadi tumbuh lah keinginan untuk berwirausaha taruih”(FI/33-34)

Motivasi Eksternal

Motivasi eksternal berhubungan erat dengan insentif, penghargaan, tekanan, atau peluang yang ada di lingkungan sekitar, yang dianggap sebagai faktor penting dalam mencapai tujuan tertentu dalam berwirausaha. Motivasi eksternal adalah respons seseorang terhadap rangsangan atau kondisi eksternal yang memengaruhi tindakan mereka dalam berwirausaha.

- Mempertimbangkan pendapatan untuk kehidupan; subjek merasa jika bekerja dengan orang lain dan memiliki pendapatan UMR tidak dapat membiayai kehidupan subjek dimana subjek sudah mencoba memperhitungkan pendapatan dan pengeluarannya berikut pernyataan subjek:

“Paliang motivasi wak tu kuat ingin sukses baa ee, ooo awak ko kan mambuek perhitungan contoh kalau wak jadi karyawan urang contoh dengan gaji umr dima sajo lah, misal contoh kalau gaji umr sumbar agab lah 2,5, awak harus realistsis juo dengan segala perhitungan....” (KY/W2/77-81)

Hal tersebut juga dibenarkan oleh hasil wawancara dengan informen:

“Paliang di gaji si bang, abang maraso gaji tu ndak cukuik untuk kebutuhan hidup abang yang agak tinggi lo dulu kan”(FI/44)

- Membahagiakan keluarga; dalam berwirausaha hal yang diinginkan subjek adalah membahagiakan keluarganya, hal tersebut dapat dicapai dengan kebebasan finansial menurut subjek berikut pernyataan subjek:

“...jadi itu sabananyo nio mencapai kebahagiaan di keluarga wak, tapi emang harus membutuhkan sumber daya finansial yang kuat, misal anak nio sakolah di sakolah yang apo kan, bukanyo wak nio mancacek sakolah lain, tapi awak punyo sakolah favorit untuak anak tentu membutuhkan uang, misal nio les pasti paralu pitih jo ujuang-ujuangnyo, kalau nio bini ancak tantu harus dibalian badaknyo” (KY/W2/123-130)

Hal tersebut juga dibenarkan oleh hasil wawancara dengan informen:

“Iyaa, dia pengen menjadi pengusaha sukses, biar bisa membahagiakan keluarga dengan mendapatkan uang yang banyak”(FI/15-16)

- Termotivasi dari orang terkenal yang sukses berwirausaha; dalam berwirausaha subjek juga menyempatkan untuk membaca beberapa biograsi orang terkenal yang sukses dalam berwirausaha berikut pernyataan subjek:

“...cuman wak tipikal urang yang suko mambaco biografi kayak khairul tanjung, basrizal koto atau beberapa publik-publik pengusaha sumbar atau di indonesia lah, itu lah salah satu yng momtivasi wak....” (KY/W1/298-302)

“...jadi wak mancotoh ka yang lebih tuo yang lebih berpengalaman, baco-baco biografi kan jadi motivasi bagi wak tuu” (KY/W1/307-310)

Hal tersebut juga dibenarkan oleh hasil wawancara dengan informen:

“Paliang abang acok baco tetang biografi Khairul tanjung si bang” (FI/101)

DISKUSI

Perjalanan Wirausaha

Perjalanan wirausaha mencakup bagaiman awala subjek mengenal wirausaha, apa keputusan yang membuat subjek memilih berwirausaha, apa, keputusan memilih wirausaha, kapan awal mula subjek berwirausaha, kenapa subjek memilih ubi kopong sebagai usahanya, dan eksperien serta presepsi subjek terhadap usahanya. Keputusan subjek dalam berwirausaha secara tidak langsung dipengaruhi oleh orang tua subjek. Subjek mengaku orang tua yang juga berwirausaha mempengaruhi minat subjek terhadap wirausaha. Menurut Suharti (2011) dalam penelitiannya mengatakan, faktor sosial demografi, termasuk pekerjaan orang tua, terbukti memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat seseorang anak dalam memilih pekerjaannya. Melalui proses modeling, dan observasi, subjek dapat menginternalisasi nilai kewirausahaan dari keluarganya. Faktor ketidakpuasan kerja juga mempengaruhi subjek dalam memilih berwirausaha. Ketidakpuasan kerja yang disebabkan oleh faktor waktu, sering dikaitkan dengan ketidak seimbangan antara kehidupan kerja dan kehidupan pribadi. Ketidakpuasan kerja dapat timbul dari beberapa aspek waktu, seperti jam kerja yang terlalu panjang, jadwal kerja yang tidak fleksibel, dan kurangnya waktu luang untuk kegiatan pribadi. (Kossek, et.al, 2011) menyoroti pentingnya fleksibilitas jadwal kerja dalam meningkatkan keseimbangan antara tuntutan pekerjaan dan kehidupan pribadi.

Awal subjek berwirausaha dimulai saat bangku sekolah, keadaan yang terjadi di keluarga membuat subjek berfikir untuk berwirausaha agar bisa mengurangi beban orang tuanya. Penelitian oleh Fairlie & Robb (2007) menemukan bahwa individu yang berasal dari keluarga dengan keterbatasan finansial lebih cenderung terdorong untuk memulai usaha. Orangtua yang merupakan wirausaha mempengaruhi cara subjek dalam mengurangi beban orang tua dan memenuhi kebutuhannya. Dalam hal ini orang tua yang merupakan seorang wirausaha membuat subjek memiliki pemikiran untuk mencari uang dengan berwirausaha kecil-kecilan di sekolahnya. Dalam berwirausaha subjek memilih untuk berjualan ubi kopong dikarenakan

adanya pengaruh orang tua yang juga seorang pengusaha makanan. Keterampilan yang didapatkan dari orangtua membuat subjek memilih berwirausaha di bidang FNB atau makanan. Penelitian oleh Basco (2017) menunjukkan bahwa usaha keluarga sering menjadi tempat berkembangnya generasi baru pengusaha. Anak-anak yang terlibat dalam bisnis keluarga tidak hanya membantu menjaga keberlanjutan usaha tetapi juga membawa inovasi baru yang relevan dengan kebutuhan pasar modern.

Subjek memilih ubi kopong sebagai usahanya dikarenakan tanggapan positif yang diberikan ketika subjek mencoba mengikut sertakan produk ini dalam program mahasiswa wirausaha yang ada di kampusnya dulu. Setelah berhasil mengikuti program tersebut subjek juga mengikuti kontes dari enterprenur sukses chalange yang di adakann wakil gubernur sumbar saat itu. Penelitian yang dilakukan oleh Veciana et al. (2005), wirausahawan muda yang berhasil dalam kompetisi bisnis lebih cenderung melanjutkan usaha mereka karena mendapatkan validasi pasar dan dukungan jaringan.

Hambatan dan Cara Mengatasinya

Hambatan dalam berwirausaha adalah segala faktor atau kondisi yang menghalangi atau menghambat seseorang dalam memulai, mengelola, atau mengembangkan usaha. Subjek mengaku tidak adanya dukungan finansial dari keluarga membuat subjek kesulitan dalam mendapat modal usahanya. Subjek juga mendapat hambatan dalam usaham meminjam uang ke bank, usia muda membuat subjek tidak dapat memenuhi syarat dalam peminjaman uang. Dalam penelitian Purwanti (2013) mengungkapkan, modal usaha terbukti memiliki dampak positif dan signifikan terhadap kemajuan usaha. Selain modal, kebijakan pemerintah juga berdampak bagi usaha subjek, kebijakan pemerintah yang mengatur untuk memindahkan tempat usaha ke pasar lambuang berdampak terhadap pendapatan yang menurun hingga 70% dibandingkan saat sebelum di pindahkan ke dalam.

Internalisasi nilai keluarga seperti kerja keras menjadi modal bagi subjek dalam menghadapi hambatan berwirausaha. Sorensen, (2007) berpendaptan, melalui pola asuh yang menekankan kerja keras untuk meraih tujuan dapat berperan sebagai panutan bagi anak dalam mengelola dan menyelesaikan masalah dalam berwirausaha. Nilai-nilai tersebut membuat subjek mencari jalan keluar dengan melakukan banyak pekerjaan dalam mengumpulkan uang modal usahanya. Ekanem et al., (2007) dalam penelitiannya mengatakan seorang yang mengalami permasalahan modal akan cenderung mengandalkan sumber keuangan lain seperti penghasilan dari pekerjaan lain, dukungan finansial dari teman dan keluarga, serta tabungan pribadi. Sedangkan untuk mengatasi berkurangnya pendapatan subjek melakukan periklanan

dalam meningkatkan kembali pendapatannya. Hal tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan Nurzamzami & Siregar (2014), menyebutkan bahwa pemasaran kewirausahaan berpengaruh positif secara langsung terhadap daya saing pada pelaku industri kecil alas kaki di Bogor.

Minat Berwirausaha

Minat berwirausaha adalah keinginan, dorongan, atau kecenderungan seseorang untuk memulai dan menjalankan usaha atau bisnis. Minat berwirausaha biasanya dipengaruhi oleh faktor internal serta faktor eksternal. Minat berwirausaha juga bisa diartikan sebagai ketertarikan pada dunia kewirausahaan, kesediaan untuk berpartisipasi dalam aktivitas berwirausaha, keberanian menghadapi risiko dan tantangan, serta rasa antusias terhadap kegiatan kewirausahaan. Motivasi internal adalah suatu dorongan yang berasal dari dalam diri seseorang (Sutrisno 2010). Ada beberapa hal yang membuat subjek termotivasi untuk berwirausaha antara lain, subjek mengaku ingin meringankan beban orang tua dalam memenuhi kebutuhannya. Keinginan untuk berwirausaha agar dapat membeli atau memenuhi keinginannya terhadap suatu barang. Dalam penelitian oleh Chigunta (2002), banyak wirausahawan muda memulai bisnis kecil-kecilan seperti penjualan makanan ringan atau barang kerajinan untuk memenuhi kebutuhan konsumsi pribadi. Subjek juga merasa nyaman dan puas jika berwirausaha dibanding dengan pekerjaan lain. Menurut Sunyoto (2012) kepuasan kerja adalah keadaan emosional yang menyenangkan atau tidak menyenangkan dimana para seseorang memandang pekerjaannya. Hal tersebut membuat subjek memilih dan bertahan dalam berwirausaha.

Selain motivasi internal juga terdapat motivasi eksternal yang membuat subjek memilih berwirausaha. Deci & Ryan (2000) menyebutkan bahwa motivasi eksternal adalah motivasi yang berasal dari hasil atau konsekuensi luar yang diharapkan dari suatu perilaku. Salah satu motivasi eksternal subjek dalam berwirausaha adalah, subjek merasa jika bekerja dengan orang lain gaji yang diterima tidak cukup untuk memenuhi keinginannya. Maslow (1943) mengungkapkan bahwa kebutuhan finansial adalah bagian dari kebutuhan dasar yang harus dipenuhi untuk mencapai kesejahteraan. Hal tersebut juga berhubungan dengan motivasi lain subjek, subjek juga mengaku memilih berwirausaha agar bisa membahagiakan keluarganya. Subjek juga termotivasi berwirausaha karena subjek sering membaca biografi orang terkenal seorang pengusaha sukses seperti khairul Tanjung. Penelitian yang dilakukan oleh (Dewi, 2017) menunjukkan bahwa kesuksesan pengusaha lain menjadi salah satu motivasi kuat yang mendorong individu untuk memulai usaha sendiri. Hal tersebut juga sejalan dengan penelitian

yang dilakukan oleh Prasetyo & Purnomo, (2018) hasil penelitian menunjukkan bahwa interaksi sosial dengan pengusaha lain yang berhasil memberikan inspirasi dan dorongan yang kuat untuk memulai usaha sendiri

KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan dan menjelaskan fenomena pengusaha muda penjual ubi kopong dalam berwirausaha. Menggunakan pendekatan kualitatif fenomenologis dengan teknik analisis data Miles & Huberman, penelitian ini mengungkap bahwa perjalanan wirausaha subjek dipengaruhi oleh lingkungan keluarga, terutama peran orang tua yang juga wirausaha. Nilai-nilai kewirausahaan seperti kerja keras, kemandirian, dan pantang menyerah menjadi dasar utama minat berwirausaha subjek. Pengalaman membantu orang tua dan inovasi produk juga berperan penting dalam memilih dan mengembangkan usaha. Meskipun menghadapi hambatan finansial dan usia dalam mengakses pinjaman bank, subjek berhasil mengatasinya dengan penghasilan sampingan dan tabungan pribadi. Motivasi internal, seperti keinginan untuk meringankan beban keluarga, serta motivasi eksternal, termasuk kebutuhan finansial dan inspirasi dari pengusaha sukses, turut mendorong subjek untuk memulai dan mempertahankan usaha. Kombinasi nilai keluarga, pengalaman pribadi, serta motivasi internal dan eksternal membuat subjek mampu mengatasi tantangan dan terus berkembang dalam usahanya.

REFERENSI

- Alma, Buchari. 2016. *Kewirausahaan*. Bandung: Alfabeta
- Bandura, A. (1977). *Social Learning Theory*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Basco, R. (2017). "Where do you want to take your family firm?" *A theoretical and empirical exploratory study of family business goals*. BRQ Business Research Quarterly, 20(1), 28–44.
- Deci, E. L., & Ryan, R. M. (2000). The "what" and "why" of goal pursuits: Human needs and the self-determination of behavior. *Psychological Inquiry*, 11(4), 227–268.
- Dewi, R. S. (2017). *Pengaruh Inspirasi dari Pengusaha Sukses terhadap Minat Berwirausaha di Kalangan Generasi Muda*. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 22(2), 85-92.
- Ekanem, Ignatius, dan Peter Wyer. 2007. —A Fresh Start dan the Learning Experience of Ethnic Minority Entrepreneurs. *International Journal of Consumer Studies* 31
- Fairlie, R. W., & Robb, A. M. (2007). Families, human capital, and small business: Evidence from the characteristics of business owners survey. *Industrial & Labor Relations Review*, 60(2), 225-245
- Hisrich, R. D., Peters, M. P., & Shepherd, D. A. (2010). *Entrepreneurship*. New York, NY: McGraw-Hill.
- Isenberg, D. J. (2010). The big idea: How to start an entrepreneurial revolution. *Harvard Business Review*, 88(6).

- Kahija, Y. (2017). *Penelitian fenomenologis jalan memahami pengalaman hidup*. Yogyakarta: Kanisius.
- Kossek, E. E., Baltes, B. B., & Matthews, R. A. (2011). How work–family research can finally have an impact in organizations. *Industrial and Organizational Psychology*, 4(3), 352–369.
- Maslow, A. H. (1943). *A Theory of Human Motivation*. *Psychological Review*, 50(4), 370–396.
- Miles, M.B, Huberman, A.M, & Saldana, J. (2014). *Qualitative Data Analysis, A Methods Sourcebook, Edition 3*. USA: Sage Publications. Terjemahan Tjetjep Rohindi Rohidi, UI-Press.
- Moleong, Lexy J. "Metodologi penelitian kualitatif edisi revisi." (2012).
- Nurzamzami, A., & Siregar, E. H. (2014). Peningkatan Daya Saing UMKM Alas Kaki di Kecamatan Ciomas, Kabupaten Bogor dan Implikasinya terhadap Strategi Pemasaran. *Jurnal Manajemen dan Organisasi*, 5(1), 15–29.
- Purwanti, E. (2013). Pengaruh karakteristik wirausaha, modal usaha, strategi pemasaran terhadap perkembangan UMKM di Desa Dayaan dan Kalilondo Salatiga. *Jurnal Ilmiah Among Makarti*, 5(9).
- Saiman, L. (2009). *Kewirausahaan : Teori, Praktik dan Kasus-Kasus*. Jakarta: Salemba Empat
- Soekanto, S. (2002). *Sosiologi: Suatu Pengantar*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Sorensen, J. (2007). Closure and Exposure: Mechanisms in the Intergenerational Transmission of Self-employment. *The Sociology of Entrepreneurship*, 25, 83–124.
- Suhartini, Yati. 2011. Analisis Faktor-Faktor yang mempengaruhi minat wirausaha mahasiswa dalam berwiraswasta. *Jurnal AKMENIKA UPY*, Vol 7, tahun 2011.
- Sunyoto, Danang. 2012. *Sumber Daya Manusia: Teori, Kuesioner, dan Analisis Data*. Jakarta: Caps Publishing.
- Suryana. (2013). *Kewirausahaan: Pedoman Praktis: Kiat dan Proses Menuju Sukses*. Salemba Empat.
- Veciana, J. M., Aponte, M., & Urbano, D. (2005). University students' attitudes towards entrepreneurship: A two countries comparison. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 1(2), 165–182.
- Van Praag, M., & Versloot, P. (2007). What is the value of entrepreneurship? *A review of recent research*. *Small Business Economics*, 29(4), 351-382.
- Wijaya, T. (2018). *Manajemen Kualitas Jasa. Edisi Kedua*. Jakarta: PT.Indeks.