

## ***Self-Driven Success: Studi Kualitatif Motivasi Intrinsik Mahasiswa Edupreneur melalui Lensa Teori Determinasi Diri***

**Isfridus Tabin Tnopo, Sirilus Ugi Daeng, Hanggara Budi Utomo\***

Universitas Negeri Malang, Jl. Semarang No. 5 Malang, Jawa Timur, Indonesia

\*Penulis korespondensi, Surel: Email: [hanggara.psi@um.ac.id](mailto:hanggara.psi@um.ac.id)

### **Abstract**

The phenomenon of students engaging in entrepreneurship while undergoing higher education is growing, marking the emergence of a new identity as edupreneurs. This is influenced by various psychological factors that play a significant role in shaping entrepreneurial intentions and behaviors among university students. This study aims to explore in depth the intrinsic motivation of students in running a business through a phenomenological approach based on self-determination theory. Data were collected through in-depth interviews with three students who run different businesses, namely a fresh vegetable provider, a coffee shop, and a used clothing seller. Thematic analysis was conducted based on three fundamental psychological needs: autonomy, competence, and connectedness. The results show that students' intrinsic motivation is formed through the experience of running a business that provides freedom in making decisions, opportunities to develop skills, and support from the social environment. These findings reinforce the concept of self-determination theory that sustainable and meaningful motivation stems from the fulfillment of basic psychological needs. The contribution of this research is that it can broaden the understanding of the formation of student entrepreneurial behavior and the importance of the role of higher education in supporting the development of the intrinsic motivation of edupreneur students.

**Keywords:** intrinsic motivation; self-determination theory; student entrepreneurs

### **Abstrak**

Fenomena mahasiswa yang terlibat dalam dunia kewirausahaan sambil menjalani pendidikan tinggi semakin berkembang, menandai munculnya identitas baru sebagai edupreneur. Hal ini dipengaruhi oleh berbagai faktor psikologis yang memainkan peran penting dalam membentuk niat dan perilaku kewirausahaan di kalangan mahasiswa. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi secara mendalam motivasi intrinsik mahasiswa dalam berwirausaha melalui pendekatan fenomenologi berdasar teori determinasi diri. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam terhadap tiga mahasiswa yang menjalankan usaha berbeda yaitu penyedia sayuran segar, penjual warung kopi, dan penjual pakaian bekas. Analisis tematik dilakukan berdasarkan tiga kebutuhan psikologis dasar yaitu otonomi, kompetensi, dan keterhubungan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa motivasi intrinsik mahasiswa terbentuk melalui pengalaman menjalankan usaha yang memberikan kebebasan dalam mengambil keputusan, kesempatan untuk mengembangkan keterampilan, dan dukungan dari lingkungan sosial. Temuan ini memperkuat konsep teori determinasi diri bahwa motivasi yang berkelanjutan dan bermakna berakar dari pemenuhan kebutuhan psikologis dasar. Kontribusi penelitian ini adalah dapat memperluas pemahaman mengenai pembentukan perilaku kewirausahaan mahasiswa dan pentingnya peran pendidikan tinggi untuk mendukung pengembangan motivasi intrinsik mahasiswa edupreneur.

**Kata kunci:** mahasiswa edupreneur; motivasi intrinsik; teori determinasi diri

## **1. Pendahuluan**

Fenomena mahasiswa dalam beberapa dekade tahun terakhir yang menjalankan usaha sambil menempuh pendidikan tinggi semakin marak (Bahri, 2023). Hal ini mencerminkan semangat kewirausahaan yang tumbuh di kalangan generasi muda, khususnya di lingkungan perguruan tinggi yang mendorong semangat kewirausahaan (Boldureanu et al., 2020).

Mahasiswa tidak hanya belajar di perguruan tinggi, tetapi juga sebagai pelaku usaha yang aktif menciptakan nilai ekonomi dan sosial. Meskipun belum ada pembahasan mengenai peran kewirausahaan terhadap pendidikan, beberapa literatur tentang masalah ini menyatakan pendidikan kewirausahaan memiliki kontribusi positif yang signifikan terhadap peningkatan sikap, pengetahuan, keterampilan, dan dorongan kewirausahaan (Barba-Sánchez & Atienza-Sahuquillo, 2016; Fayolle et al., 2006; Irham et al., 2022; Packham et al., 2010; Ridhuan et al., 2022). Fenomena ini menandai munculnya identitas baru, yaitu edupreneur mahasiswa yang mengintegrasikan peran sebagai pelajar dan wirausahawan yang belajar tentang sumber utama dalam menemukan berbagai ide bisnis (Boldureanu et al., 2020).

Sebuah studi oleh Rudnák et al. (2025) di lima universitas di Hungaria membandingkan niat kewirausahaan antara mahasiswa lokal dan internasional. Hasil riset menunjukkan kesamaan di antara kedua kelompok adalah niat kewirausahaan. Namun, faktor seperti kemampuan operasional dan toleransi risiko memiliki pengaruh signifikan terhadap niat kewirausahaan. Penelitian oleh Al-Qadasi et al. (2023) yang mengkaji pengaruh faktor kepribadian dan lingkungan terhadap niat kewirausahaan di kalangan mahasiswa universitas di Yaman, menyatakan bahwa kebutuhan akan pencapaian dan *locus of control* memiliki korelasi positif dengan *self-efficacy* kewirausahaan dan niat kewirausahaan. Selain itu, faktor situasional juga menunjukkan hubungan positif dengan niat kewirausahaan. Sebuah studi di China yang dilakukan oleh Lyu et al. (2024) meneliti niat kewirausahaan sosial di kalangan pelajar. Hasilnya menunjukkan bahwa nilai-nilai terhadap keberlanjutan, kompetensi dalam mengenali peluang, sikap terhadap kewirausahaan, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku berpengaruh signifikan terhadap niat kewirausahaan sosial. Selain itu, sikap terhadap kewirausahaan menjadi mediator parsial korelasi antara kecenderungan mengambil risiko, *self-efficacy*, dan kebutuhan akan pencapaian terhadap niat kewirausahaan sosial. Hal ini mengindikasikan bahwa niat kewirausahaan mahasiswa dipengaruhi oleh faktor individual dan situasional. Faktor-faktor seperti kemampuan operasional, toleransi risiko, kepribadian (misalnya *locus of control* dan kebutuhan akan pencapaian), efikasi diri, serta nilai-nilai terhadap keberlanjutan dan sikap terhadap kewirausahaan terbukti berperan penting. Sisi yang lain, sikap terhadap kewirausahaan juga berfungsi sebagai mediator faktor-faktor psikologis dan niat kewirausahaan, termasuk dalam konteks kewirausahaan sosial.

Selama kurun waktu lima tahun terakhir, Indonesia mengalami peningkatan signifikan dalam minat mahasiswa terhadap kewirausahaan. Fenomena ini dipengaruhi oleh berbagai faktor psikologis yang memainkan peran penting dalam membentuk niat dan perilaku kewirausahaan di kalangan mahasiswa. Survei *Global University Entrepreneurial Spirit Students' Survey* (GUESSS) tahun 2020 – 2025 menunjukkan bahwa semakin banyak mahasiswa Indonesia yang tertarik untuk menjadi wirausahawan setelah lulus. Faktor-faktor seperti latar belakang keluarga wirausaha dan lingkungan akademik yang mendukung kewirausahaan berkontribusi terhadap peningkatan minat ini (Sieger et al., 2023). Penelitian oleh Dude dan Mulyani (2024) menemukan bahwa karakteristik psikologis seperti *locus of control*, kepercayaan diri, kebutuhan akan pencapaian, dan inovasi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap niat kewirausahaan sosial pada mahasiswa di Universitas Pendidikan Indonesia. Senada dengan kajian tersebut, Prastiwi et al. (2022) menyatakan bahwa ada korelasi positif pengetahuan kewirausahaan dan efikasi diri terhadap intensi berwirausaha mahasiswa. Selain itu, hasil penelitian Wardana et al. (2020) juga mengidentifikasi bahwa pendidikan kewirausahaan dapat mempengaruhi efikasi diri kewirausahaan, sikap kewirausahaan, dan pola pikir kewirausahaan. Studi ini menekankan pentingnya faktor

psikologis dalam membentuk sikap dan niat kewirausahaan. Sisi lain, modal psikologis, yang mencakup harapan, efikasi diri, resiliensi, dan optimisme, memiliki hubungan positif yang signifikan dengan orientasi kewirausahaan mahasiswa yang menjalankan usaha. Temuan ini menunjukkan bahwa pengembangan modal psikologis dapat meningkatkan orientasi kewirausahaan mahasiswa, dan adanya optimisme kewirausahaan dalam mendorong niat kewirausahaan mahasiswa (Sembiring & Amalia, 2018; Zhang et al., 2023). Berdasarkan uraian tersebut, penguatan faktor psikologis dan pemahaman kewirausahaan melalui pendidikan yang relevan dan tepat dapat menjadi strategi yang efektif dalam peningkatan minat dan niat berwirausaha mahasiswa. Oleh karena itu, pengembangan keterampilan dengan intervensi berbasis psikologi positif perlu adanya dorongan dengan tujuan agar mahasiswa siap dan memiliki keyakinan diri menjadi edupreneur.

Mahasiswa edupreneur mengalami dinamika psikologis yang kompleks. Mahasiswa harus menyeimbangkan tuntutan akademik dengan tantangan menjalankan usaha. Proses ini memerlukan motivasi intrinsik yang kuat, ketahanan mental, kemampuan belajar dari pengalaman, serta pembentukan identitas diri yang kokoh. Oleh karena itu, penting untuk memahami bagaimana aspek-aspek psikologis berperan dalam membentuk jiwa edupreneur pada mahasiswa. Salah satu teori yang relevan dalam konteks ini adalah *Self-Determination Theory* (SDT) yang dikembangkan oleh Ryan dan Deci (2000). Teori ini menekankan pentingnya motivasi intrinsik dalam mendorong individu untuk bertindak secara otonom dan berkomitmen terhadap tujuan pribadi.

Teori determinasi diri adalah teori motivasi yang dikembangkan oleh Ryan dan Deci (2017), menjelaskan bahwa manusia memiliki kebutuhan dasar psikologis yang mendorong individu untuk bertindak secara sukarela, berdaya, dan bermakna. Menurut teori ini, motivasi manusia tidak hanya dipengaruhi oleh insentif eksternal, tetapi lebih dalam lagi oleh motivasi intrinsik, dorongan yang timbul dari dalam diri untuk melakukan suatu aktivitas karena aktivitas itu sendiri dirasakan menarik, memuaskan, atau bermakna (Deci & Ryan, 2000). Dalam konteks pendidikan dan kewirausahaan, teori determinasi diri memberikan kerangka yang kuat untuk memahami bagaimana mahasiswa dapat termotivasi dari dalam untuk membangun dan menjalankan usaha mereka, bukan karena tekanan eksternal atau sekadar keuntungan material, tetapi karena adanya nilai pribadi dan identifikasi terhadap peran sebagai edupreneur.

Kajian penelitian ini lebih menekankan pada motivasi intrinsik sebagai dorongan internal mahasiswa untuk terlibat dalam aktivitas wirausaha secara sukarela karena mahasiswa merasa kegiatan lebih bermakna, menantang, dan memberikan kepuasan pribadi, bukan karena tekanan atau hadiah dari luar. Indikator komponen utama teori determinasi diri berfungsi sebagai: (1) kebutuhan akan otonomi, yaitu kebebasan dalam mengambil keputusan usaha; (2) kebutuhan akan kompetensi, yaitu kepercayaan diri dalam menghadapi tantangan bisnis; dan (3) kebutuhan akan keterhubungan (*relatedness*), yaitu rasa terhubung dengan orang lain atau komunitas dalam proses wirausaha (Walker et al., 2020). Ketiga kebutuhan dasar ini akan dijadikan lensa analisis untuk memahami narasi pengalaman mahasiswa edupreneur secara mendalam.

Kajian indikator komponen utama teori tersebut sejalan dengan temuan Bodnar et al. (2015) yang menunjukkan bahwa mahasiswa cenderung menunjukkan ketekunan dalam menjalankan usaha ketika aktivitas tersebut memenuhi kebutuhan mereka akan makna dan

kepuasan pribadi, bukan sekadar insentif ekonomi. Sebuah studi oleh Kraus et al. (2019) menunjukkan bahwa keberhasilan mahasiswa dalam wirausaha sering dikaitkan dengan kebebasan mengambil keputusan, keyakinan akan kemampuannya, serta dukungan sosial dari lingkungan sekitar. Kajian studi sebelumnya oleh Padilla-Angulo et al. (2024), menemukan bahwa ada hubungan positif antara kepuasan kebutuhan akan otonomi dan kompetensi dengan motivasi, yang pada gilirannya berhubungan positif dengan kepuasan kerja. Ketiga kebutuhan dasar yaitu *autonomy*, *competence*, and *relatedness* telah terbukti menjadi prediktor penting dari motivasi intrinsik dalam konteks kewirausahaan mahasiswa dan akan digunakan sebagai lensa analisis fenomenologis dalam penelitian ini untuk menggali narasi dan makna subjektif dari pengalaman para mahasiswa yang berwirausaha.

Meskipun teori determinasi diri yang dikembangkan oleh Ryan dan Deci (2000) telah banyak digunakan dalam penelitian motivasi di bidang pendidikan dan kewirausahaan, sebagian besar studi terdahulu masih berfokus pada pengukuran kuantitatif terhadap intensi berwirausaha atau kaitannya dengan performa bisnis mahasiswa. Kajian mendalam secara kualitatif mengenai bagaimana mahasiswa secara subjektif memaknai dan membentuk motivasi intrinsik dalam konteks kewirausahaan, terutama dalam bingkai kebutuhan akan otonomi, kompetensi, dan keterhubungan masih relatif jarang dilakukan, khususnya di lingkungan pendidikan tinggi di Indonesia. Penelitian ini hadir untuk mengisi kekosongan tersebut dengan menggali pengalaman personal mahasiswa wirausaha melalui pendekatan fenomenologis, sehingga memberikan pemahaman yang lebih kontekstual dan reflektif tentang pembentukan jiwa edupreneur dari perspektif psikologi motivasi.

Oleh karena itu penelitian ini penting dengan memberikan kontribusi pada pemahaman mendalam tentang bagaimana mahasiswa membangun motivasi intrinsik dalam menjalankan kegiatan kewirausahaan di tengah kompleksitas tuntutan akademik dan sosial. Dalam konteks perubahan ekonomi digital dan meningkatnya tuntutan *soft skill* di dunia kerja, mahasiswa yang mampu mengembangkan jiwa kewirausahaan secara mandiri menjadi aset strategis bagi pembangunan bangsa. Namun, studi kualitatif yang menggali proses pembentukan motivasi intrinsik mahasiswa edupreneur masih terbatas, terutama di Indonesia. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi secara mendalam motivasi intrinsik mahasiswa dalam menjalankan usaha melalui pendekatan fenomenologi berdasar teori determinasi diri.

## 2. Metode

Penelitian ini menggunakan jenis pendekatan kualitatif dengan metode fenomenologis. Fenomenologi berfokus pada pengalaman subjektif individu atas suatu fenomena dalam kehidupan secara langsung, dan bagaimana makna dibangun melalui kesadaran dan refleksi atas pengalaman tersebut (Creswell, 2018). Dalam penelitian ini pendekatan fenomenologis memungkinkan peneliti untuk menangkap nuansa makna yang hidup dan kaya dari pengalaman mahasiswa edupreneurship menyakuti aspek-aspek psikologis seperti motivasi intrinsik serta pembentukan identitas diri sebagai wirausaha muda dalam hal *autonomy*, *competence* dan *relatedness* (van Manen, 2023).

Pengumpulan data dilakukan dengan observasi dan wawancara mendalam. Pendekatan ini dipilih untuk mengamati, menggali dan memahami secara mendalam pengalaman subjektif mahasiswa dalam membentuk dan mengembangkan motivasi intrinsik sebagai edupreneur dalam mahasiswa. Contoh pertanyaan wawancara:1) Kebutuhan Otonomi: Sejauh mana Anda

merasa memiliki kebebasan dalam mengambil keputusan dalam usaha yang Anda jalani? 2). Kebutuhan akan kompetensi: Bagaimana Anda mengembangkan kemampuan atau keahlian yang diperlukan untuk mengelola usaha? 3). Kebutuhan akan keterhubungan: Siapa saja yang paling berperan atau memberikan dukungan selama Anda menjalankan usaha?. Dengan menggunakan pendekatan ini, peneliti dapat mengungkap struktur esensial dari pengalaman para mahasiswa wirausaha, yang tidak hanya bersifat personal, tetapi juga dapat memberikan pemahaman teoretis dan praktis yang relevan dalam pengembangan psikologi edukatif dan inovasi kewirausahaan di pendidikan tinggi. Subjek penelitian dilakukan terhadap tiga mahasiswa yang menjalankan usaha berbeda yaitu penyedia sayuran segar, penjual warung kopi, dan penjual pakaian bekas.

Selama tahap analisis, interpretasi atas pengalaman tiap subjek diverifikasi melalui proses *member checking* dengan melibatkan ketiga partisipan. Setiap subjek memberikan tanggapan terhadap hasil interpretasi yang disusun peneliti, dan mengonfirmasi bahwa deskripsi tersebut mencerminkan pengalaman secara tepat. Proses analisis data dilakukan setelah seluruh data hasil wawancara terkumpul. Penelitian ini menggunakan tiga tahapan analisis data yang mengacu pada model kualitatif Miles dan Huberman (2014), yaitu tahap reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

### 3. Hasil dan Pembahasan

Pada bagian ini peneliti menyajikan temuan utama dari observasi dan wawancara mendalam terhadap informan dengan tujuan memahami motivasi intrinsik mahasiswa edupreneur dalam menjalankan aktivitas wirausaha sambil berkuliah. Dengan menggunakan pendekatan fenomenologis dan berdasarkan teori determinasi diri (Deci & Ryan, 2000), analisis dilakukan berdasarkan tiga kebutuhan psikologis dasar: otonomi (*autonomy*), kompetensi (*competence*), dan keterhubungan (*relatedness*). Setiap tema dijelaskan disertai bukti kutipan narasi informan dan dikaitkan dengan teori serta hasil penelitian sebelumnya.

#### Kebutuhan Akan Otonomi (*Autonomy*)

Mahasiswa edupreneur menunjukkan dorongan internal untuk menjalankan usaha yang sesuai dengan nilai dan keinginan pribadi mereka. Mahasiswa merasa memiliki kendali atas pilihan dan strategi yang digunakan dalam bisnis. Berikut tabel hasil wawancara mendalam dengan partisipan:

**Tabel 1. Hasil wawancara terkait Kebutuhan akan otonomi**

Koding	Hasil wawancara	Makna Fenomenologi
Keputusan memulai usaha berasal dari diri sendiri	“Ketika saya menyadari restoran-restoran di Malang ini kesulitan mendapatkan pasokan sayuran atau sumplai sayuran segar yang baik. Kualitas secara konsisten. Dari situ saya terinspirasi menjembatani para petani dengan restoran-restoran yang ada.” (P1)	Ada kesadaran internal yang menjadi sumber inspirasi.  Subjek merasa memiliki kontrol penuh dalam memulai usaha sebagai bentuk tanggapan terhadap kebutuhan nyata.  Otonomi dipahami sebagai inisiatif pribadi yang bermakna dan bukan sekadar tuntutan ekonomi.

Otonomi dalam mengatur waktu dan jadwal pribadi	“hmm...bisa diibaratkan ide ini datang (turun) dari langit...hahahahaha.....memang saat itu ditengah-tengah kefakuman setelah lulus SMA dan menanti waktu kuliah sih...sebelum masuk S1, saya punya ide itu untuk mengisi waktu dengan memulai usaha kecil-kecilan....dan saya senang dengan usaha warung kopi...” (P2)	Otonomi muncul dalam bentuk kebebasan menentukan aktivitas produktif saat tidak ada tekanan eksternal.  Usaha bukan dipicu oleh keterpaksaan, tapi oleh keinginan untuk mengisi kekosongan secara bermakna.  Adanya nuansa emosional dan spiritualitas ringan (“ide turun dari langit”), yang menguatkan dimensi subjektif otonomi.
Otonomi dalam memilih jenis usaha sesuai minat	“Dulu awal saya belum bekerja, kan saya mencari pekerjaan. Awalnya saya ikut even-even di Malang plaza. Saya lalu berpikir sesulit apa sih pekerjaan ini. Akhirnya saya memulai usaha penjualan pakian <i>second</i> ini” (P3)	Pengalaman awal memicu refleksi personal dan keputusan aktif untuk mencoba jenis usaha tertentu.  Terjadi pencocokan antara minat pribadi dan pilihan usaha, yang menunjukkan dimensi otonomi

Berdasarkan hasil wawancara pada tabel 1 mencerminkan kebutuhan akan otonomi sebagaimana dijelaskan oleh Deci dan Ryan (2000), yaitu individu terdorong secara intrinsik ketika merasa memiliki kebebasan dalam mengambil keputusan. Hal ini juga selaras dengan temuan Vitai dan Benke (2021) bahwa individu cenderung lebih termotivasi secara intrinsik ketika mereka merasa memiliki kebebasan dalam pengambilan keputusan, motivasi intrinsik lebih berkembang ketika kebutuhan otonomi dipenuhi. Penelitian lain yang juga mendukung pernyataan bahwa intervensi yang dirancang untuk memenuhi kebutuhan otonomi dapat mengurangi tingkat amotivasi dan meningkatkan motivasi yang lebih otonom pada individu (Slemp et al., 2021). Hal ini menunjukkan bahwa dengan memberikan kebebasan dalam belajar dan berusaha, mahasiswa tidak hanya merasa lebih terlibat tetapi juga lebih terinspirasi untuk mengambil inisiatif dalam pengembangan usaha.

Secara keseluruhan, hasil pendekatan fenomenologi menunjukkan bahwa kebutuhan otonomi mahasiswa dalam berwirausaha tidak sekadar tentang kebebasan formal, melainkan tentang pengalaman bermakna dalam mengambil keputusan, menciptakan makna dari waktu luang, serta memilih jenis usaha yang sesuai dengan minat dan nilai pribadi. Dinamika kebutuhan otonomi dialami sebagai proses reflektif yang memperkuat rasa kepemilikan atas usaha mereka, yang menjadi ciri khas motivasi intrinsik dalam teori determinasi diri.

### **Kebutuhan Akan Kompetensi (*competence*)**

Mahasiswa eduprenuer yang diwawancara juga menyampaikan bahwa keterlibatan dalam aktivitas wirausaha membantu mereka mengembangkan keterampilan, kepercayaan diri, dan pengetahuan praktis sebagai dapat dibaca pada kutipan tebal hasil wawancara berikut:

**Tabel 2. Hasil wawancara terkait Kebutuhan akan Kompetensi**

Koding	Hasil wawancara	Makna Fenomenologi
Belajar keterampilan baru melalui pengalaman	“Saya memilih menjadi mahasiswa edupreneur untuk mengasah <i>skill</i> dan pengalaman karena melalui dunia wirausaha ini, saya diajarkan banyak hal yang tidak dapat di bangku kuliah seperti manajemen waktu, komunikasi dan lain-lain..” (P1)	Makna pengalaman sebagai proses belajar transformatif. Subjek merasakan bahwa dunia edupreneur memberikan ruang belajar otentik yang tidak ditemukan di ruang kelas formal. Aktivitas wirausaha menjadi sarana mengembangkan keterampilan hidup ( <i>life skills</i> ) secara langsung, seperti manajemen waktu dan komunikasi interpersonal. Hal ini mencerminkan aktualisasi otonomi dan kompetensi dalam kerangka teori determinasi diri.
Merasa berkembang dalam menghadapi tantangan	“Tantangan terberatnya itu adalah menyeimbangkan dua kesibukan ini yakni kuliah dan usaha....dalam keadaan itu saya terbentur...terbentur...terbentuk... mungkin dari itu saya bisa menjadikan diri saya lebih baik.”(P2)	Makna tantangan sebagai proses pembentukan diri. Pengalaman tekanan dan konflik peran antara mahasiswa dan wirausaha bukan dianggap sebagai hambatan, tetapi sebagai peluang tumbuh dan berkembang.  Kalimat “terbentur...terbentur...terbentuk” menggambarkan proses resiliensi yang menumbuhkan kepribadian dan karakter. Hal ini mencerminkan pengalaman eudaimonik, yaitu makna pertumbuhan yang mendalam dari proses sulit.
Percaya diri karena respons positif dari pelanggan	“saya makin percaya diri...soalnya berjualan ini kita harus bertemu orang-orang...ya harus butuh kepercayaan diri. Jadi salesman harus ramah....” (P3)	Makna hubungan sosial sebagai sumber penguatan diri. Interaksi dengan pelanggan menjadi arena sosial yang meningkatkan kepercayaan diri partisipan. Umpan balik positif dari lingkungan menjadi pengalaman emosional yang memperkuat efikasi diri dan keterhubungan. Hal ini menunjukkan bahwa relasi sosial yang bermakna ( <i>relatedness</i> ) dapat memperkuat motivasi intrinsik

Berdasarkan tabel 2 mencerminkan aspek kebutuhan akan kompetensi dalam ranah teori determinasi diri, yang menunjukkan pentingnya kemampuan diri serta keterampilan khusus yang dimiliki dalam menjalankan wirausaha. Penelitian oleh Wakhudin et al. (2024) menunjukkan bahwa kegiatan kewirausahaan membantu mahasiswa dalam mengembangkan keterampilan baru yang relevan, serta meningkatkan rasa percaya diri mahasiswa. Adanya praktik pengalaman langsung yang menantang, mahasiswa didorong untuk memperluas keterampilan dan pengetahuan, yang pada gilirannya meningkatkan rasa kompetensi mahasiswa. Kajian penelitian sebelumnya mengkonfirmasi bahwa kepercayaan diri yang muncul akibat respons positif dari konsumen adalah aspek krusial dalam proses kewirausahaan. Penelitian menunjukkan bahwa ketika mahasiswa menerima umpan balik positif dari konsumen, hal ini mendorong peningkatan kepercayaan diri dan keyakinan dalam

kemampuan untuk mengelola dan mengembangkan usaha mereka (Wakhudin et al., 2024). Rangkaian umpan balik positif ini tidak hanya berkontribusi pada pengembangan keterampilan mahasiswa, tetapi juga memperkuat motivasi intrinsik untuk terus belajar dan berkembang sebagai seorang entrepreneur.

Subjek menggambarkan bahwa keikutsertaan dalam edupreneurship bukan hanya aktivitas ekonomi, melainkan sebuah pengalaman eksistensial yang memperkaya diri, memperkuat nilai-nilai kemandirian, pertumbuhan pribadi, dan relasi sosial yang bermakna. Ketiga makna tersebut sejalan dengan tiga kebutuhan dasar dalam teori determinasi diri, yaitu otonomi, kompetensi, dan keterhubungan. Fenomenologi menyoroti bagaimana mahasiswa menghayati dunia edupreneur sebagai proses pembentukan identitas dan makna diri yang autentik.

### Kebutuhan Akan Keterhubungan (*relatedness*)

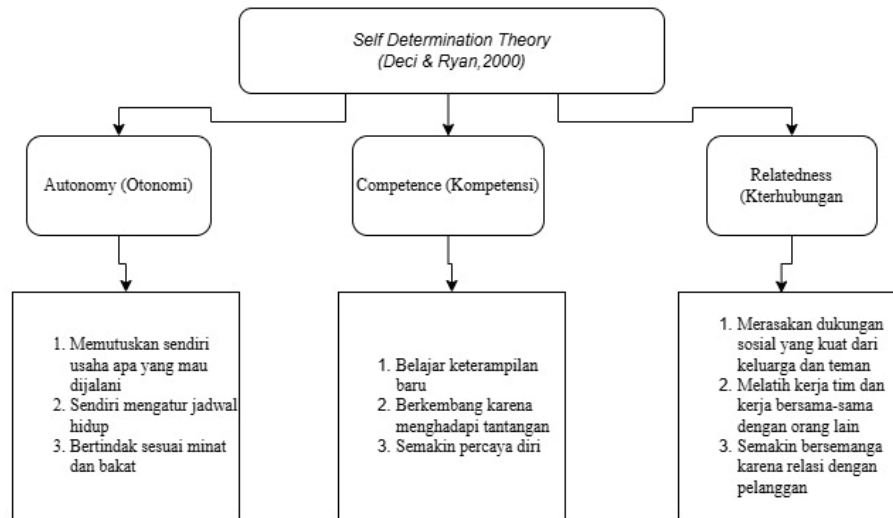
Mahasiswa edupreneur juga merasakan bahwa aktivitas wirausaha yang mereka jalankan memperkuat hubungan sosial mereka, baik dengan pelanggan, keluarga, maupun sesama mahasiswa. Hal-hal tersebut dapat dibaca pada tabel berikut:

**Tabel 3. Hasil wawancara terkait Kebutuhan akan Keterhubungan**

Koding	Hasil wawancara	Makna Fenomenologi
Dukungan sosial dari teman dan keluarga	“Saya mendapat dukungan paling utama orang tua. Apapun kondisinya orang tua selalu mendukung. Yang kedua dari teman-teman khususnya teman terdekat.” (P3)	Partisipan merasakan kehadiran orang tua dan teman sebagai elemen kunci yang memberi rasa aman dan percaya diri dalam menjalani peran sebagai edupreneur. Keterhubungan ini memperkuat motivasi intrinsik, sesuai dengan kebutuhan dasar psikologis dalam teori determinasi diri.
Melatih kerja sama tim dan kerja bersama-sama dengan orang lain	“Ketika saya sibuk maka saya mempercayakan usaha ini kepada rekan dan tim yang ada dan itu sering jadi titik penting dalam pertumbuhan kepemimpinan saya....”(P1)	Pengalaman bekerja dalam tim tidak hanya membagi tugas, tetapi juga membangun rasa tanggung jawab dan kepemimpinan. Hal ini menunjukkan pencapaian kompetensi sebagai salah satu pilar dalam teori determinasi diri yang memperkuat motivasi intrinsik.
Relasi dengan pelanggan memperkuat semangat	“Ada <i>customer</i> yang menjengkelkan. Ada arogansi....sok-sok menantang...saya merasa mental saya kalah...kok saya kalah?? Namun saya berusaha tidak impulsif....saya melayani dengan baik dan berusaha tidak membuatnya tersinggung....” (P2)	Interaksi yang penuh tantangan dipahami sebagai kesempatan untuk mengembangkan ketahanan mental dan penguasaan emosi. Proses ini menunjukkan adanya otonomi dalam mengelola respons dan memperkuat regulasi diri, yang mendukung motivasi intrinsik dari pengalaman nyata

Berdasarkan hasil wawancara pada tabel 3 di atas menunjukkan aspek penting yang didapat oleh mahasiswa edupreneur yakni keterhubungan, yaitu perasaan terhubung secara emosional dan sosial dengan orang lain. Kebutuhan ini menurut Ryan dan Deci (2017) penting untuk kesejahteraan psikologis dan konsistensi dalam motivasi jangka panjang. Penelitian membuktikan bahwa dukungan dari keluarga dan teman dapat memberikan dorongan positif yang signifikan bagi mahasiswa untuk mengejar tujuan kewirausahaan mereka (Arthur & Peprah, 2024). Ketika mahasiswa merasa didukung oleh lingkungannya, mereka cenderung memiliki kepercayaan diri yang lebih tinggi dan lebih berani mengambil risiko dalam usaha yang mereka jalani. Selain itu, melatih kerja sama tim dan menjalani pengalaman kerja bersama-sama dengan orang lain sangat bermanfaat untuk membangun keterampilan interpersonal dan kolaborasi yang diperlukan dalam dunia kewirausahaan. Menurut Chien-Chi et al., (2020) mengemukakan bahwa kolaborasi dalam proyek sosial meningkatkan efisiensi individu serta memberikan pengalaman praktis yang berharga. Dalam konteks ini, mahasiswa dapat belajar untuk bekerja sama dengan pesaing dan kolega, sehingga menciptakan sinergi yang dapat meningkatkan kinerja usaha mereka. Selanjutnya relasi dengan pelanggan yang positif juga mampu memperkuat semangat mahasiswa dalam menjalankan usaha. Penelitian lain menunjukkan bahwa meskipun dukungan sosial memiliki peran, umpan balik positif dari konsumen berfungsi sebagai penguat motivasi dan dapat meningkatkan kepercayaan diri mahasiswa (Isma & Diarra, 2025). Ketika mahasiswa merasakan respons yang baik dari konsumen terhadap produk atau layanan yang ditawarkan, mahasiswa merasa lebih terhubung dengan komunitas, sehingga memperkuat motivasi mahasiswa untuk terus berkembang dalam bidang kewirausahaan.

Temuan penelitian menunjukkan bahwa motivasi intrinsik mahasiswa edupreneur terbentuk melalui pemenuhan kebutuhan otonomi, kompetensi, dan keterhubungan. Tiga komponen utama dalam teori determinasi diri ini memberikan kerangka pemahaman yang kuat untuk menjelaskan bagaimana mahasiswa membangun dan mempertahankan motivasi dalam konteks wirausaha. Secara lebih mendalam, hal yang diperoleh mahasiswa edupreneur dalam aspek otonomi adalah mahasiswa dapat memutuskan sendiri usaha apa yang mau dijalaninya, mengatur waktu dan jadwal pribadi, bertindak sesuai minat dan bakatnya. Dalam hal kompetensi mahasiswa dapat belajar keterampilan baru melalui pengalaman, merasa berkembang karena menghadapi tantangan, merasa makin percaya diri, sedangkan melalui aspek keterhubungan mahasiswa dapat merasakan dukungan sosial yang kuat dari keluarga dan teman, melatih kerja sama tim dan kerja bersama-sama dengan orang lain serta semakin bersemangat karena relasi dengan konsumen. Secara sederhana, temuan penelitian ini dapat dilihat dalam skema berikut:



Gambar 1. Skema Temuan Penelitian

#### 4. Simpulan

Penelitian ini menyimpulkan bahwa motivasi intrinsik mahasiswa edupreneur terbentuk dan berkembang melalui pemenuhan tiga kebutuhan psikologis utama dalam teori determinasi diri, yaitu otonomi, kompetensi, dan keterhubungan. Mahasiswa merasa termotivasi ketika bebas memilih jenis usaha yang sesuai dengan minat pribadi, memiliki ruang untuk mengembangkan keterampilan baru melalui pengalaman langsung, serta mendapatkan dukungan sosial dari keluarga, teman, dan pelanggan. Ketiga aspek ini saling menguatkan dan menjadi fondasi dalam pembentukan karakter kewirausahaan yang tahan uji dan berkelanjutan. Dengan demikian, penting bagi institusi pendidikan tinggi untuk menciptakan lingkungan yang mendukung tumbuhnya motivasi intrinsik mahasiswa melalui pendekatan yang memberdayakan, reflektif, dan berorientasi pada pembentukan identitas diri. Hasil penelitian ini juga menjadi pijakan awal bagi pengembangan kurikulum kewirausahaan berbasis psikologi positif dan praktik reflektif yang lebih kontekstual dengan dunia mahasiswa.

#### Ucapan Terima Kasih

Ucapan terima kasih kepada semua subjek penelitian yang sudah berpartisipasi dan rela bersedia memberikan informasi yang membantu dalam penelitian ini.

#### Daftar Rujukan

- Al-Qadasi, N., Zhang, G., Al-Awlaqi, M. A., Alshebami, A. S., & Aamer, A. (2023). Factors influencing entrepreneurial intention of university students in Yemen: The mediating role of entrepreneurial self-efficacy. *Frontiers in Psychology, 14*, 1111934. <https://doi.org/10.3389/FPSYG.2023.1111934/BIBTEX>
- Arthur, S., & Peprah, W. K. (2024). Correlation Between Social Support and Entrepreneurial Intentions: Evidence From Private and Public Universities in Ghana. *Pan-African Journal of Education and Social Sciences, 5*(1), 71–86. <https://doi.org/10.56893/pajes2024v05i01.06>
- Bahri, B. (2023). *Ekosistem Kampus Wirausaha*. <https://lldikti5.kemdikbud.go.id/home/detailpost/ekosistem-kampus-wirausaha>
- Barba-Sánchez, V., & Atienza-Sahuquillo, C. (2016). The development of entrepreneurship at school: The Spanish experience. *Education and Training, 58*(7–8), 783–796. <https://doi.org/10.1108/ET-01-2016-0021>

- Bodnar, C. A., Clark, R. M., & Besterfield-Sacre, M. (2015). Lessons learned through sequential offerings of an innovation and entrepreneurship boot camp for sophomore engineering students. *The Journal of Engineering Entrepreneurship*, 6(1), 52–67. <https://doi.org/10.7814/JEENV6P5>
- Boldureanu, G., Ionescu, A. M., Bercu, A. M., Bedrule-Grigoruță, M. V., & Boldureanu, D. (2020). Entrepreneurship Education through Successful Entrepreneurial Models in Higher Education Institutions. *Sustainability* 2020, Vol. 12, Page 1267, 12(3), 1267. <https://doi.org/10.3390/SU12031267>
- Chien-Chi, C., Bin, S., Yang, H., Zheng, M., & Beibei, L. I. (2020). Emotional Competence, Entrepreneurial Self-Efficacy, and Entrepreneurial Intention: A Study Based on China College Students' Social Entrepreneurship Project. *Frontiers in Psychology*, 11. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2020.547627>
- Creswell, J. W. (2018). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (A. Fawaid (ed.); 5th ed.). Sage.
- 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. [https://doi.org/10.1207/S15327965PLI1104\\_01](https://doi.org/10.1207/S15327965PLI1104_01)
- Dude, S. A., & Mulyani, H. (2024). The influence of personality traits and university green entrepreneurial support on students green entrepreneurial intentions. *Dinamika Pendidikan*, 19(1), 17–30. <https://doi.org/10.15294/dp.v19i1.8455>
- Fayolle, A., Gailly, B., & Lassas-Clerc, N. (2006). Assessing the impact of entrepreneurship education programmes: A new methodology. *Journal of European Industrial Training*, 30(9), 701–720. <https://doi.org/10.1108/03090590610715022/FULL/XML>
- Irham, I., Harnawati, H., & Purnamawati, P. (2022). Kontribusi kewirausahaan terhadap pengembangan sikap keterampilan berwirausaha peserta didik. *ACADEMIA: Jurnal Inovasi Riset Akademik*, 2(1), 35–40. <https://doi.org/10.51878/academia.v2i1.1119>
- Isma, A., & Diarra, S. (2025). Self-Efficacy and Social Support as Predictors of Entrepreneurial Intention With Entrepreneurial Motivation as a Mediator. *J. Of Economics, Entrepreneurship, Manag. Bus. and Account.*, 3(1), 23–34. <https://doi.org/10.61255/jeemba.v3i1.564>
- Kraus, S., Palmer, C., Kailer, N., Kallinger, F. L., & Spitzer, J. (2019). Digital entrepreneurship: A research agenda on new business models for the twenty-first century. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, 25(2), 353–375. <https://doi.org/10.1108/IJEER-06-2018-0425/FULL/HTML>,
- Lyu, X., Al Mamun, A., Yang, Q., & Aziz, N. A. (2024). Social entrepreneurial intention among university students in China. *Scientific Reports*, 14(1), 1–20. <https://doi.org/10.1038/s41598-024-58060-4>
- Miles, M. B., & Huberman, A. (2014). *Qualitative data analysis: A methods sourcebook* (3rd ed.). Sage Publications.
- Packham, G., Jones, P., Miller, C., Pickernell, D., & Thomas, B. (2010). Attitudes towards entrepreneurship education: A comparative analysis. *Education + Training*, 52(8–9), 568–586. <https://doi.org/10.1108/00400911011088926/FULL/XML>
- Padilla-Angulo, L., Lucia-Casademunt, A. M., & Gómez-Baya, D. (2024). Satisfaction of basic psychological needs and European entrepreneurs' well-being and health: The association with job satisfaction and entrepreneurial motivation. *Scandinavian Journal of Psychology*, 65(2), 291–303. <https://doi.org/10.1111/SJOP.12977>
- Prastiwi, I., Kurjono, K., & Setiawan, Y. (2022). Pengaruh pengetahuan kewirausahaan dan efikasi diri terhadap intensi berwirausaha pada mahasiswa UPI. *Journal of Finance, Entrepreneurship, and Accounting Education Research*, 1(2), 143–152.
- Ridhuan, S., Tamzil, F., & Mauludi, A. (2022). Kontribusi pendidikan kewirausahaan di perguruan tinggi menyiapkan sdm berminat membuka usaha, mengatasi kemiskinan dan mengurangi pengangguran. *EduScience : Jurnal Ilmu Pendidikan*, 7(02). <https://doi.org/10.47007/edu.v7i02.5541>
- Rudnák, I., Kollár, K., & Wu, J. (2025). Factors influencing entrepreneurial intentions of international and local students in Hungary. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 14(1), 1–25. <https://doi.org/10.1186/S13731-025-00490-Z/METRICS>
- Ryan, R., & Deci, E. (2000). Self-determination theory and the facilitation of intrinsic motivation, social development, and well-being. *American Psychologist*. <https://doi.org/10.1037/0003-066X.55.1.68>
- Ryan, R., & Deci, E. (2017). *Self-determination theory: Basic psychological needs in motivation, development, and wellness*. Guilford Press.

- Sembiring, L. S., & Amalia, V. (2018). Hubungan psychological capital dan orientasi kewirausahaan pada mahasiswa yang berwirausaha. *Jurnal RAP (Riset Aktual Psikologi Universitas Negeri Padang)*, 9(2), 138. <https://doi.org/10.24036/rapun.v9i2.102210>
- Sieger, P., Raemy, L., Zellweger, T., Fueglistaller, U., & Hatak, I. (2023). *Student entrepreneurship 2023: Insights from 57 countries*. KMU-HSG/IMU-U. [www.guesssurvey.org](http://www.guesssurvey.org).
- Slemp, G. R., Lee, M. A., & Mossman, L. H. (2021). Interventions to Support Autonomy, Competence, and Relatedness Needs in Organizations: A Systematic Review With Recommendations for Research and Practice. *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 94(2), 427–457. <https://doi.org/10.1111/joop.12338>
- van Manen, M. (2023). Phenomenology of practice : Meaning-giving methods in phenomenological research and writing. 2nd Edition. In *Phenomenology of Practice*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781003228073>
- Vitai, Z., & Benke, M. (2021). Motivation to Learn? An Advanced Exploratory Study of Learning Motivation of Central-East European Business Students. *Marketing & Menedzsment*, 55(2), 27–35. <https://doi.org/10.15170/mm.2021.55.02.03>
- Wakhudin, W., Basri, H., Wahyudi, A. S., & Ginanjar, M. A. (2024). Entrepreneurship-Based Education: Teaching Students to Think Creatively and Innovatively. *Nawala Education*, 1(5), 117–123. <https://doi.org/10.62872/5z2nxz92>
- Walker, G. J., Yan, N., & Kono, S. (2020). Basic psychological need satisfaction and intrinsic motivation during leisure: A cross-cultural comparison. *Journal of Leisure Research*, 51(1), 1–22. <https://doi.org/10.1080/00222216.2020.1735973>
- Wardana, L. W., Narmaditya, B. S., Wibowo, A., Mahendra, A. M., Wibowo, N. A., Harwida, G., & Rohman, A. N. (2020). The impact of entrepreneurship education and students' entrepreneurial mindset: the mediating role of attitude and self-efficacy. *Heliyon*, 6(9), e04922. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2020.E04922>
- Zhang, Y., Rana, A. M., Bashir, H., Adeel, I., Khokhar, S., & Ding, J. (2023). Can university students' psychological resources stimulate the relationship between entrepreneurial optimism and green entrepreneurial intentions? Moderating Role of Sustainability Orientation. *Sustainability 2023, Vol. 15, Page 6467*, 15(8), 6467. <https://doi.org/10.3390/SU15086467>