

## **MOTIVASI DAN ALASAN BERWIRAUSAHA: STUDI KASUS WIRAUSAHAWAN MUDA DI SUMATERA UTARA**

Hammuda Sitorus<sup>1</sup>, Asmar Yulastri<sup>2</sup>, Henny Yustisia<sup>3</sup>, Yudha Aditya Fiandra<sup>4</sup>  
<sup>1,2,3,4</sup> Pendidikan Teknologi Kejuruan, Fakultas Teknik, Universitas Negeri Padang  
Alamat e-mail : <sup>1</sup>[hammuda2003@gmail.com](mailto:hammuda2003@gmail.com), <sup>2</sup>[yun064@fpp.unp.ac.id](mailto:yun064@fpp.unp.ac.id), <sup>3</sup>[hennyustisia@ft.unp.ac.id](mailto:hennyustisia@ft.unp.ac.id), <sup>4</sup>[yudhaaditya@unp.ac.id](mailto:yudhaaditya@unp.ac.id)

### **ABSTRACT**

*This study aims to identify and analyze the main motivations and reasons people choose entrepreneurship, particularly in the context of young entrepreneurs in North Sumatra. This research uses a qualitative approach with a case study method through direct observation and in-depth interviews. The results show that entrepreneurial motivation stems from internal and external factors that interact with each other, including economic pressures, family responsibilities, spiritual values, the desire for independence, opportunity exploitation, and social concern. These findings are reinforced by entrepreneurial motivation theories that emphasize the role of push and pull factors in the decision to start a business. This research is expected to contribute to the development of entrepreneurship education in higher education and serve as a reference for prospective young Indonesian entrepreneurs.*

*Keywords: entrepreneurial motivation, push-pull factor, young entrepreneurs, social entrepreneurship, North Sumatra*

### **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan menganalisis motivasi serta alasan utama seseorang memilih berwirausaha, khususnya pada konteks wirausahawan muda di Sumatera Utara. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus melalui observasi langsung dan wawancara mendalam. Hasil penelitian menunjukkan bahwa motivasi berwirausaha bersumber dari faktor internal dan eksternal yang saling berinteraksi, meliputi dorongan ekonomi, tanggung jawab keluarga, nilai spiritual, keinginan mandiri, pemanfaatan peluang, dan kepedulian sosial. Temuan ini diperkuat oleh teori motivasi wirausaha yang mengedepankan peran push dan pull factors dalam keputusan seseorang untuk merintis usaha. Penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi bagi pengembangan pendidikan kewirausahaan di perguruan tinggi serta menjadi referensi bagi calon wirausahawan muda Indonesia.

Kata Kunci: motivasi berwirausaha, push-pull factor, wirausahawan muda, kewirausahaan sosial, Sumatera Utara

## **A. Pendahuluan**

Kewirausahaan telah menjadi salah satu pilar penting dalam pembangunan ekonomi bangsa. Di Indonesia, pengembangan jiwa wirausaha terus didorong melalui berbagai kebijakan pemerintah, termasuk integrasi mata kuliah kewirausahaan pada seluruh jenjang pendidikan tinggi. Hal ini dilandasi keyakinan bahwa lulusan perguruan tinggi harus mampu menciptakan lapangan pekerjaan, bukan hanya menjadi pencari kerja (Mulyani & Wibowo, 2020). Fenomena pengangguran terdidik yang masih menjadi tantangan nasional memperkuat urgensi penumbuhan jiwa wirausaha di kalangan generasi muda.

Dalam berbagai literatur, motivasi seseorang untuk berwirausaha dijelaskan melalui dua pendekatan utama: push factors dan pull factors. Push factors merujuk pada dorongan yang bersifat tekanan, seperti ketidakpuasan terhadap pekerjaan, keterbatasan penghasilan, atau ketidakstabilan ekonomi. Sementara pull factors merupakan daya tarik dari luar, seperti peluang

pasar, potensi keuntungan, kebebasan bekerja, dan hasrat berinovasi (Santoso & Rachmat, 2021). Keduanya berperan secara sinergis dalam membentuk keputusan seseorang untuk memilih jalur wirausaha.

Wirausaha muda di Indonesia, khususnya di Sumatera Utara, semakin menunjukkan perkembangan yang signifikan. Data dari BPS Sumatera Utara (2024) mencatat pertumbuhan jumlah pelaku UMKM baru yang sebagian besar diinisiasi oleh generasi muda berusia 20–35 tahun. Namun demikian, pemahaman mendalam mengenai motivasi dan alasan yang melatarbelakangi pilihan mereka untuk berwirausaha masih memerlukan kajian yang lebih spesifik dan kontekstual.

Penelitian ini berangkat dari kegiatan observasi dan wawancara mendalam dengan seorang wirausahawan muda yang berhasil merintis usaha berbasis produk lokal di Kabupaten Batu Bara, Sumatera Utara. Penelitian ini tidak berfokus pada produk yang dihasilkan, melainkan pada dimensi motivasional dan alasan-alasan mendasar yang

mendorong seseorang memasuki dunia wirausaha.

Tujuan penelitian ini adalah: (1) mengidentifikasi faktor-faktor motivasi utama yang mendorong wirausahawan muda memilih berwirausaha; (2) menganalisis interaksi antara push factors dan pull factors dalam keputusan berwirausaha; dan (3) mendeskripsikan karakter dan nilai-nilai yang menjadi landasan keberlanjutan usaha.

## **B. Metode Penelitian**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain studi kasus tunggal (*single case study*). Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian ini bertujuan untuk memahami secara mendalam fenomena motivasi berwirausaha yang bersifat personal dan kontekstual (Creswell & Poth, 2021). Subjek penelitian adalah seorang wirausahawan muda yang telah berhasil membangun dan mengembangkan usaha selama lebih dari lima tahun di Kabupaten Batu Bara, Sumatera Utara, dipilih secara purposive.

Teknik pengumpulan data meliputi: (1) wawancara mendalam

(in-depth interview) selama 60 menit yang dilaksanakan pada Jumat, 27 Februari 2026 pukul 15.00–16.00 WIB, (2) observasi langsung terhadap kondisi tempat usaha, serta (3) studi dokumentasi terhadap profil dan perkembangan usaha. Instrumen penelitian berupa pedoman wawancara semi-terstruktur yang dikembangkan berdasarkan teori push-pull motivation dan teori karakter wirausahawan.

Analisis data dilakukan menggunakan model Miles et al. (2020) yang mencakup tiga tahapan: reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan/verifikasi. Keabsahan data dijamin melalui triangulasi sumber, member checking, serta peer debriefing (Sugiyono, 2021).

## **C. Hasil Penelitian dan Pembahasan**

### **C.1 Faktor Push: Tekanan yang Mendorong Berwirausaha**

Berdasarkan hasil wawancara mendalam, faktor push yang paling dominan dalam keputusan narasumber untuk berwirausaha adalah ketidakmampuan penghasilan dari pekerjaan formal (sebagai guru honorer) dalam memenuhi kebutuhan rumah tangga. Hal ini mencerminkan

kondisi yang banyak dialami tenaga pendidik honorer di Indonesia. Pernyataan narasumber mengonfirmasi temuan Rahayu et al. (2022) bahwa ketidakcukupan penghasilan dari pekerjaan utama merupakan push factor terkuat yang mendorong seseorang beralih ke wirausaha.

Faktor push lainnya yang teridentifikasi adalah rasa tanggung jawab terhadap keluarga pasca kehilangan sosok kepala keluarga. Narasumber mengungkapkan bahwa motivasi utama berwirausaha adalah untuk membantu ibu dan adik-adiknya setelah ayahnya meninggal dunia. Temuan ini sejalan dengan Widodo & Prasetya (2023) yang menyebutkan bahwa beban tanggung jawab keluarga merupakan salah satu push factor yang signifikan dalam konteks budaya kolektif seperti Indonesia.

## **C.2 Faktor Pull: Daya Tarik Peluang Wirausaha**

Di samping tekanan, keputusan berwirausaha narasumber juga ditarik oleh berbagai peluang yang teridentifikasi dari lingkungan sekitar. Pull factor utama adalah kemampuan narasumber dalam mengidentifikasi peluang dari kondisi yang semula

dipandang sebagai limbah atau bahan tidak produktif ciri khas wirausahawan dengan entrepreneurial alertness tinggi (Husain & Surya, 2021). Proses ini membutuhkan waktu eksperimentasi selama enam bulan sebelum menghasilkan produk yang dapat diterima pasar.

Pull factor lainnya adalah keinginan untuk mandiri secara ekonomi dan menentukan nasib sendiri. Keinginan untuk mandiri ini merupakan pull factor universal yang ditemukan dalam berbagai penelitian lintas budaya tentang motivasi wirausaha (Suryana, 2022; Prasetyo & Wahyuni, 2022).

## **C.3 Motivasi Spiritual dan Sosial sebagai Fondasi Berwirausaha**

Temuan yang menonjol dalam penelitian ini adalah kuatnya dimensi spiritual dan sosial sebagai fondasi motivasi berwirausaha. Narasumber memaknai wirausaha sebagai "seni kehidupan" dan cara berikhtiar untuk mendapatkan rezeki dengan ridho Allah, mencerminkan integrasi nilai-nilai keislaman dalam praktik kewirausahaan atau Islamic entrepreneurship (Widyastuti & Pramono, 2022). Aspek kepedulian sosial juga kuat narasumber

menyatakan kepuasan mendalam ketika usahanya memberdayakan warga lanjut usia yang tidak lagi memiliki akses ke lapangan pekerjaan formal.

Temuan ini sejalan dengan Irawan & Budiman (2020) yang mengidentifikasi bahwa wirausahawan dengan motivasi berbasis nilai (value-based motivation) cenderung menunjukkan keberlanjutan usaha yang lebih baik dibandingkan yang semata-mata termotivasi oleh faktor finansial.

#### **C.4 Karakter Wirausahawan sebagai Penentu Keberhasilan**

Analisis terhadap hasil wawancara dan observasi mengungkapkan delapan karakter wirausahawan yang menjadi penentu keberhasilan subjek penelitian, disajikan dalam Tabel 1 berikut.

**Tabel 1. Karakter Wirausahawan yang Menonjol Berdasarkan Hasil Wawancara dan Observasi**

| No | Karakter | Deskripsi                                             |
|----|----------|-------------------------------------------------------|
| 1  | Jujur    | Selalu dapat dipercaya dalam perkataan, tindakan, dan |

pekerjaan; tidak memanipulasi informasi kepada pelanggan maupun karyawan.

|   |                  |                                                                                                             |
|---|------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 2 | Pantang Menyerah | Tidak mudah menyerah menghadapi hambatan; selalu mencari alternatif solusi ketika menghadapi masalah usaha. |
|---|------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

|   |             |                                                                                                                            |
|---|-------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 3 | Kerja Keras | Menunjukkan upaya sungguh-sungguh dalam setiap proses produksi dan pemasaran; tidak mengeluh terhadap proses yang panjang. |
|---|-------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

|   |                    |                                                                                                      |
|---|--------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 4 | Inovatif & Kreatif | Mampu mengembangkan produk baru dan strategi pemasaran yang adaptif terhadap perubahan selera pasar. |
|---|--------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------|

|   |                     |                                                                                                                            |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
|---|---------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 5 | Kepemimpinan        | Terbuka terhadap masukan, mampu mengarahkan dan memotivasi karyawan dari berbagai latar belakang dan usia.                 | finansial; berani mencoba inovasi baru meski belum ada jaminan keberhasilan.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| 6 | Mandiri             | Tidak bergantung pada orang lain dalam pengambilan keputusan strategis, berani menanggung konsekuensi dari setiap pilihan. | <p>Tabel 1 menunjukkan bahwa keberhasilan wirausahawan tidak hanya ditentukan oleh satu karakter tunggal, melainkan oleh kombinasi karakter yang saling menopang. Temuan ini mendukung pandangan Mulyani &amp; Wibowo (2020) yang menyatakan bahwa karakter wirausahawan merupakan sistem nilai yang terintegrasi.</p> <p><b>C.5 Model Motivasi Berwirausaha: Temuan Penelitian</b></p> <p>Berdasarkan sintesis seluruh temuan penelitian, dapat dikonstruksi sebuah model motivasi berwirausaha yang kontekstual. Model ini menggambarkan bahwa motivasi berwirausaha bukan proses linear, melainkan interaksi dinamis antara push factors, pull factors, dan nilai-nilai personal. Push factors berperan sebagai katalis awal; pull factors sebagai penarik yang mengarahkan energi individu menuju wirausaha; sementara nilai-nilai spiritual dan</p> |
| 7 | Komunikatif         | Mampu membangun hubungan yang baik dengan pelanggan, pemasok, dan karyawan; aktif memanfaatkan media digital.              |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| 8 | Berani Ambil Risiko | Bersedia menanggung risiko finansial dan non-                                                                              |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |

sosial berperan sebagai stabilizer yang mempertahankan motivasi jangka panjang. Model ini memiliki implikasi penting bagi pendidikan kewirausahaan di perguruan tinggi (Rahayu et al., 2022; Kusuma & Handayani, 2023).

### **E. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut: Pertama, motivasi berwirausaha wirausahawan muda di Sumatera Utara bersumber dari interaksi push factors (keterbatasan ekonomi dan tanggung jawab keluarga) dan pull factors (identifikasi peluang, keinginan mandiri, dan hasrat berinovasi) secara simultan.

Kedua, dimensi spiritual dan sosial merupakan temuan khas yang membedakan konteks wirausaha Indonesia dari perspektif Barat—nilai-nilai keagamaan dan kepedulian sosial berperan sebagai motivasi intrinsik yang memberikan ketahanan dan keberlanjutan berwirausaha.

Ketiga, keberhasilan wirausahawan ditentukan oleh kombinasi karakter yang meliputi kejujuran, ketekunan, kreativitas, kepemimpinan, kemandirian,

keberanian mengambil risiko, kemampuan komunikasi, dan inovasi. Keempat, model motivasi berwirausaha yang dikonstruksi menggambarkan interaksi dinamis antara push factors, pull factors, dan nilai-nilai personal yang bersama-sama membentuk komitmen berwirausaha secara berkelanjutan.

### **DAFTAR PUSTAKA**

- Aini, Q., & Oktafani, F. (2020). Pengaruh pengetahuan kewirausahaan, motivasi berwirausaha dan lingkungan keluarga terhadap minat berwirausaha mahasiswa Fakultas Komunikasi dan Bisnis Telkom University. *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, 17(2), 135–144. <https://doi.org/10.31849/jieb.v17i2.3845>
- BPS Sumatera Utara. (2024). *Perkembangan UMKM di Sumatera Utara 2023*. Badan Pusat Statistik Provinsi Sumatera Utara.
- Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2021). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches* (4th ed.). SAGE Publications.
- Febriyanto, A., & Martono, S. (2021). Resiliensi dan adaptabilitas sebagai prediktor keberhasilan wirausaha muda di era disruptif. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 23(1), 45–58. <https://doi.org/10.9744/jmk.23.1.45>

- Hisrich, R. D., Peters, M. P., & Shepherd, D. A. (2023). *Entrepreneurship* (11th ed.). McGraw-Hill Education.
- Husain, T., & Surya, B. (2021). Motivasi wirausaha berbasis hierarki kebutuhan Maslow pada UMKM di Kawasan Timur Indonesia. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 24(2), 112–129. <https://doi.org/10.24914/jeb.v24i2.4132>
- Irawan, D., & Budiman, A. (2020). Value-based entrepreneurial motivation and business sustainability: Evidence from Indonesian MSMEs. *Asian Journal of Entrepreneurship*, 1(3), 88–104.
- Irwanto, A., & Ie, M. (2023). Pengaruh efikasi diri, pengetahuan kewirausahaan, motivasi kewirausahaan terhadap keberhasilan usaha UMKM F&B di Jakarta Barat. *Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan*, 5(1), 259–267. <https://doi.org/10.24912/jmk.v5i1.22674>
- Kementerian Koperasi dan UKM RI. (2023). Laporan perkembangan UMKM Indonesia tahun 2022. Kementerian Koperasi dan UKM.
- Kusuma, D. A., & Handayani, T. (2023). Penguatan pendidikan kewirausahaan berbasis karakter di perguruan tinggi: Tinjauan teoritis dan empiris. *Jurnal Pendidikan Vokasi*, 13(1), 32–47. <https://doi.org/10.21831/jpv.v13i1.50112>
- Listyaningsih, E., et al. (2024). Entrepreneurship education, entrepreneurship intentions, and entrepreneurship motivation on students' entrepreneurship interest among higher education students. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 31(3), 540–560. <https://doi.org/10.1177/17577438231217035>
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldana, J. (2020). *Qualitative data analysis: A methods sourcebook* (4th ed.). SAGE Publications.
- Mulyani, E., & Wibowo, A. (2020). Karakter wirausahawan dan dampaknya terhadap keberhasilan UMKM: Studi empiris di Pulau Jawa dan Sumatera. *Jurnal Ekonomi dan Pendidikan*, 17(2), 21–35. <https://doi.org/10.21831/jep.v17i2.30456>
- Nasution, A. I., Mu'minin, A. M., & Nur'aeni. (2023). Pengaruh motivasi, pengetahuan kewirausahaan, dan ekspektasi pendapatan terhadap minat berwirausaha generasi muda di sektor agrowisata. *Journal of Applied Islamic Economics and Finance*, 4(1), 1–9.
- Nugroho, B. A., & Lestari, P. (2020). Kewirausahaan sosial sebagai model pemberdayaan masyarakat: Tinjauan konseptual dan empiris. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 16(1), 55–68.
- Prasetyo, H., & Wahyuni, S. (2022). Entrepreneurial mindset di era revolusi industri 4.0: Telaah teoritis dan implikasi pendidikan. *Jurnal Pendidikan dan Kewirausahaan*, 10(1), 78–92. <https://doi.org/10.47668/pkwu.v10i1.356>

- Rahayu, S., Oktavia, D., & Kurniawan, R. (2022). Push-pull factors dan keputusan berwirausaha pada generasi milenial Indonesia. *Jurnal Kewirausahaan dan Bisnis*, 27(1), 14–29.  
<https://doi.org/10.20961/jkb.v27i1.55213>
- Santoso, I., & Rachmat, M. (2021). Analisis faktor pendorong dan penarik kewirausahaan pada generasi muda di Indonesia: Pendekatan teori push-pull. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 18(3), 235–252.  
<https://doi.org/10.33096/jmb.v18i3.779>
- Satriadi, S., et al. (2022). Determinants of entrepreneurial intention: A study on Indonesian students. *Bisnis & Birokrasi: Jurnal Ilmu Administrasi dan Organisasi*, 29(3), 180–191.  
<https://doi.org/10.20476/JBB.V29I3.1323>
- Sugiyono. (2021). Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D (3rd ed.). Alfabeta.
- Suryana. (2022). Kewirausahaan: Pedoman praktis, kiat dan proses menuju sukses (Edisi revisi). Salemba Empat.
- Widodo, R., & Prasetya, F. (2023). Dimensi spiritual dalam kewirausahaan muslim Indonesia: Tinjauan teoritis dan implikasi praktis. *Jurnal Ekonomi Islam*, 14(1), 62–81.  
<https://doi.org/10.21580/eki.v14i1.14023>
- Widyastuti, R., & Pramono, H. (2022). Kearifan lokal sebagai fondasi kewirausahaan berkelanjutan: Perspektif budaya Nusantara. *Jurnal Pengembangan Wirausaha*, 24(2), 101–118.  
<https://doi.org/10.14710/jpw.24.2.101-118>
- Zimmerer, T. W., & Scarborough, N. M. (2021). Essentials of entrepreneurship and small business management (8th ed.). Pearson Education.