

ANALISIS TEORI KEBUTUHAN DAN MOTIVASI DALAM MEMBANGUN JIWA WIRAUSAHA PADA KAUM MUDA

Abiyadh Raissa Ramadhan¹, Muhammad Farhan², Putri Nur Amaliya Sariman³, Putri Nur Ramdhani⁴, Wiji Aulia Fatihah⁵, Wustari L. Mangundjaya⁶

1, 2, 3, 4, 5, 6 Prodi Psikologi, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya

202110515164@mhs.ubharajaya.ac.id¹, 202210515212@mhs.ubharajaya.ac.id²,
202210515032@mhs.ubharajaya.ac.id³, 202210515132@mhs.ubharajaya.ac.id⁴,
202210515077@mhs.ubharajaya.ac.id⁵, wustari.larasati@dsn.ubharajaya.ac.id⁶

Abstract

This study discusses the application of need theory in the context of entrepreneurship, focusing on Maslow's hierarchy of needs and McClelland's motivation theory. The results of the analysis show that understanding basic human needs, such as physiological, safety, social, esteem, and self-actualization, can be the foundation for building entrepreneurial motivation. Additionally, characteristics such as visionary thinking, creativity, and resilience in the face of challenges are also key factors in success. These findings emphasize the importance of a psychological approach in developing an entrepreneurial spirit in an era marked by change and competition, especially for university students.

Keyword: *Entrepreneurship, Entrepreneurial Characteristics, Need Theory*

Abstrak

Studi ini membahas penerapan teori kebutuhan dalam konteks kewirausahaan, dengan fokus pada teori hierarki kebutuhan Maslow dan teori motivasi McClelland. Hasil analisis menunjukkan bahwa pemahaman terhadap kebutuhan dasar manusia, seperti fisiologis, rasa aman, sosial, penghargaan, dan aktualisasi diri, dapat menjadi landasan dalam membangun motivasi berwirausaha. Selain itu, karakteristik seperti visioner, kreativitas, dan ketahanan terhadap tantangan juga menjadi faktor kunci kesuksesan. Temuan ini menegaskan pentingnya pendekatan psikologis dalam mengembangkan jiwa kewirausahaan di era yang penuh dengan perubahan dan persaingan, khususnya pada para mahasiswa di perguruan tinggi.

Kata kunci: *Kewirausahaan, Karakteristik Wirausaha, Teori Kebutuhan*

Article History

Received: Juli 2025
Reviewed: Juli 2025
Published: Juli 2025

Plagiarism Checker No 77
DOI : Prefix DOI :
10.8734/Musytari.v1i2.365
Copyright : Author
Publish by : Liberosis



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

1. Pendahuluan

Dunia wirausaha saat ini mengalami transformasi besar yang dipicu oleh kemajuan teknologi digital dan perubahan pola konsumsi masyarakat. Banyak orang muda sekarang lebih memilih untuk membangun bisnis sendiri dibandingkan bekerja sebagai karyawan. Mereka termotivasi oleh kisah sukses pengusaha muda dan kemudahan memulai usaha melalui platform digital. Meskipun demikian, masih banyak juga yang memilih untuk menjadi karyawan dan bekerja di suatu organisasi (Mangunndjaya, 2013). Hal ini antara lain disebabkan karena, mereka menyadari bahwa menjadi pengusaha sukses tidak semudah yang dibayangkan. Banyak tantangan seperti persaingan ketat, perubahan tren pasar, dan ketidakpastian ekonomi yang harus dihadapi. Untuk itu, intensi berwirausaha para kaum muda menjadi berkurang, dan meskipun bekerja mandiri, mereka cenderung untuk yang menghasilkan pendapatan secara cepat tanpa harus banyak berpikir, berinovasi, maupun mencari dan mengelola modal usaha (Mangundjaya, 2013). Hal ini membuat pemerintah Indonesia berupaya untuk mengembangkan intensi berwirausaha pada para kaum muda dan mengetahui faktor apa saja yang dapat memengaruhi intensi berwirausaha para kaum muda, khususnya mahasiswa (Mangundjaya, 2012). Salah satu cara untuk mengembangkan intensi berwirausaha adalah dengan meneliti aspek psikologis yang terdapat dalam kewirausahaan.

Artikel ini menyoroti peran penting aspek psikologis dalam dunia kewirausahaan dengan mengulas dua teori motivasi yang berpengaruh, yaitu teori kebutuhan Maslow dan teori motivasi McClelland. Teori Maslow menggambarkan bahwa keberhasilan seseorang dalam berwirausaha tidak lepas dari proses pemenuhan kebutuhan dasar yang berjenjang, mulai dari kebutuhan fisiologis hingga aktualisasi diri. Sementara itu, teori McClelland memberikan wawasan mengenai motivasi internal yang mendorong individu, seperti dorongan untuk berprestasi, keinginan untuk memengaruhi orang lain (kekuasaan), serta kebutuhan untuk menjalin hubungan sosial (afiliasi). Memahami kedua teori ini menjadi sangat penting karena aktivitas kewirausahaan tidak hanya menuntut kemampuan teknis, tetapi juga mengandalkan kekuatan mental, motivasi pribadi, dan karakter yang kuat.

Selain faktor motivasi, penelitian ini juga mengkaji karakter penting yang dibutuhkan pengusaha di era modern. Karakter seperti visioner, kreatif, pantang menyerah, dan mampu beradaptasi dengan cepat menjadi kunci kesuksesan di tengah perubahan pasar yang dinamis. Studi ini menggunakan metode kajian literatur dengan menganalisis berbagai sumber terpercaya untuk memberikan gambaran komprehensif tentang psikologi kewirausahaan. Hasil penelitian diharapkan dapat menjadi panduan berharga bagi calon pengusaha maupun mereka yang sudah menjalankan bisnis untuk mengembangkan potensi diri secara optimal.

Dengan memahami aspek psikologis dan karakter yang dibutuhkan, diharapkan akan muncul lebih banyak wirausaha sukses yang berasal dari para mahasiswa. Wirausaha tersebut tidak hanya berorientasi pada keuntungan, tetapi juga mampu memberikan dampak positif bagi masyarakat. Penelitian ini sekaligus ingin menunjukkan bahwa kesuksesan berwirausaha bisa dicapai melalui kombinasi antara pengetahuan teoritis dan penerapan praktis yang seimbang.

2. Metodologi

Artikel ini disusun berdasarkan studi pustaka yang membahas konsep pengaplikasian teori kebutuhan dalam konteks kewirausahaan. Sumber informasi yang digunakan berasal dari jurnal ilmiah dan publikasi terpercaya lainnya. Data dianalisis dengan merangkum isi dari berbagai sumber yang telah dikumpulkan sebelumnya (Aliwijaya & Suyono, 2023). Pemilihan literatur didasarkan pada tingkat keterkaitan dengan topik serta waktu terbit yang masih cukup baru, yaitu dalam lima tahun terakhir. Proses analisis dilakukan secara kualitatif dengan cara

membaca, memahami, membandingkan, dan merangkum berbagai teori untuk membentuk gambaran yang utuh mengenai topik yang dibahas.

3. Pembahasan

A. Teori Kebutuhan Maslow

Teori Kebutuhan Maslow merupakan salah satu konsep penting dalam psikologi yang dikembangkan oleh Abraham Maslow pada tahun 1943. Teori ini menggambarkan kebutuhan manusia sebagai suatu hierarki yang tersusun secara bertingkat, dimulai dari kebutuhan paling mendasar hingga mencapai puncak aktualisasi diri. Menurut Maslow, seseorang tidak dapat mencapai tingkat kebutuhan yang lebih tinggi tanpa terlebih dahulu memenuhi kebutuhan dasar. Kerangka berpikir ini kemudian dikenal luas sebagai “Piramida Kebutuhan Maslow” (McLeod, 2025). Adapun lima tingkatan dalam piramida tersebut adalah sebagai berikut:

1. Kebutuhan Fisiologis

Ini merupakan kebutuhan paling fundamental bagi kelangsungan hidup manusia, seperti makan, minum, tidur, dan bernapas. Tanpa terpenuhinya kebutuhan ini, individu akan sulit untuk fokus pada hal-hal lain.

2. Kebutuhan Rasa Aman

Setelah kebutuhan fisik terpenuhi, seseorang akan mulai mencari stabilitas dan perlindungan dalam hidupnya. Hal ini mencakup rasa aman secara fisik, jaminan ekonomi, kesehatan yang stabil, serta perlindungan dari ancaman eksternal.

3. Kebutuhan Kasih Sayang atau Sosial

Pada tahap ini, individu mulai merasakan pentingnya hubungan sosial. Kebutuhan akan diterima, dicintai, serta membangun kedekatan emosional dengan orang lain menjadi hal yang utama. Persahabatan, keluarga, dan keterlibatan dalam kelompok sosial menjadi bagian penting dari pemenuhan kebutuhan ini.

4. Kebutuhan Penghargaan

Setelah merasakan koneksi sosial yang kuat, individu akan berusaha untuk mendapatkan pengakuan atas dirinya. Ini termasuk kebutuhan akan pencapaian, rasa dihargai, serta penghormatan dari orang lain atas kemampuan, usaha, atau prestasi yang dicapai.

5. Kebutuhan Aktualisasi Diri

Setelah kebutuhan akan penghargaan terpenuhi, individu akan berupaya mencapai aktualisasi diri, yaitu proses untuk mewujudkan potensi diri secara maksimal dan meraih tujuan hidup. Pada tahap ini, muncul dorongan untuk terus berkembang, belajar hal-hal baru, dan mencapai tingkat pencapaian diri yang optimal.

Teori motivasi Maslow disebut sebagai teori hirarkhi kebutuhan, karena menurut Maslow (dalam McLeod, 2025), lima kebutuhan tersebut adalah berjenjang dengan dimulai dari kebutuhan fisiologis, dan kebutuhan selanjutnya tidak dapat terpenuhi sebelum kebutuhan dengan hirarkhi yang lebih rendah terpenuhi.

B. Teori Motivasi McClelland

Setiap individu pada dasarnya memiliki motivasi untuk mencapai kinerja unggul dan prestasi. Berbagai upaya akan dilakukan guna mewujudkan keinginan tersebut. Semakin besar tingkat prestasi yang ingin diraih, maka semakin besar pula usaha yang perlu dicurahkan. McClelland (1961) mengemukakan konsep motivasi berprestasi sebagai salah satu bentuk motivasi yang

berkembang dalam diri individu. Motivasi ini merupakan kebutuhan psikologis yang mulai terbentuk sejak masa kanak-kanak dan terus berkembang seiring bertambahnya usia hingga dewasa (Ridho, 2020).

David McClelland (1961) mengemukakan bahwa setiap individu memiliki cadangan energi potensial yang bisa diaktifkan, tergantung pada seberapa besar dorongan motivasinya serta adanya situasi dan peluang yang mendukung. Menurutnya, motivasi memainkan peran penting dalam menggerakkan seseorang untuk mencapai tujuan pribadi maupun profesional. McClelland mengidentifikasi tiga kebutuhan utama yang menjadi pendorong utama perilaku manusia, terutama dalam konteks pekerjaan dan kewirausahaan, yaitu: kebutuhan akan prestasi, kekuasaan, dan afiliasi.

1. Kebutuhan Akan Prestasi (*need of achievement*)

McClelland menyatakan bahwa dorongan untuk meraih prestasi merupakan kebutuhan yang sangat personal dan dibentuk oleh karakter serta cara berpikir individu. Orang dengan motivasi berprestasi tinggi cenderung tidak terlalu fokus pada penghargaan eksternal, melainkan lebih terdorong oleh pencapaian pribadi. Mereka biasanya senang mengambil risiko yang terukur, menyukai umpan balik untuk mengukur keberhasilannya, dan lebih nyaman bekerja secara mandiri agar dapat mengevaluasi kinerja dan potensi dirinya secara langsung.

2. Kebutuhan akan Kekuasaan (*need of power*)

Kebutuhan ini berkaitan dengan dorongan untuk memengaruhi, mengarahkan, atau mengendalikan orang lain. Individu yang memiliki kebutuhan kekuasaan tinggi umumnya memiliki jiwa kepemimpinan, suka bersaing, dan ingin memiliki pengaruh yang signifikan dalam lingkungannya. Mereka tidak hanya mengejar status sosial, tetapi juga merasa terpanggil untuk mengambil tanggung jawab dan membuat keputusan yang berdampak besar. Dalam konteks organisasi, mereka sering muncul sebagai figur dominan yang tegas dan berorientasi pada pencapaian bersama (Ridho, 2020).

3. Kebutuhan akan Afiliasi (*need of affiliation*)

Kebutuhan ini mencerminkan dorongan untuk membentuk hubungan sosial yang hangat dan harmonis. Individu dengan motivasi afiliasi tinggi biasanya menikmati kerja sama, menghindari konflik, dan mencari suasana yang mendukung terjalinnya hubungan emosional yang erat. Mereka merasa nyaman dalam lingkungan yang penuh pengertian dan memiliki kecenderungan untuk menjalin kedekatan emosional dengan orang-orang di sekitarnya. Tingkat kebutuhan ini dapat meningkat atau menurun, tergantung pada situasi dan kondisi yang dihadapi (Ridho, 2020).

Kebutuhan tersebut dapat berubah, yang disesuaikan dengan situasi dan kondisi orang tersebut, termasuk didalamnya usia, status, maupun posisi jabatan.

C. Karakteristik Wirausaha

Untuk dapat memahami bagaimana teori motivasi memengaruhi wirausaha, maka perlu diketahui sejumlah karakteristik penting yang sebaiknya dimiliki oleh seorang wirausaha agar mampu bersaing dan bertahan di tengah dinamika perubahan. Karakteristik ini tidak hanya mencerminkan pola pikir wirausaha yang tangguh, tetapi juga menjadi fondasi dalam mengambil keputusan serta menjalankan usaha secara berkelanjutan. Dalam hal ini Stoltz (2000) menjelaskan karakteristik wirausaha antara lain sebagai berikut:

1. Visioner, mampu melihat peluang di masa depan

Dalam hal ini seorang wirausaha harus memiliki tujuan dan gambaran visi yang akan dicapai di masa depan, yang akan menjadi pengarah dalam hal bersikap dan berperilaku.

2. Berorientasi pada masa depan

Seorang wirausaha tidak hanya sekedar memiliki visi, tetapi juga harus diikuti dengan orientasi yang jelas dan terfokus pada masa depan.

3. Mandiri dan tidak bergantung pada orang lain

Seorang wirausaha harus memiliki rasap percaya diri yang dapat membuatnya mandiri dalam bersikap dan bertindak, serta tidak bergantung pada orang lain dalam mengambil suatu keputusan.

4. Bertanggung jawab

Sikap bertanggung jawab atas apa yang dilakukannya harus dimiliki, karena hal ini mencerminkan bahwa ia adalah seorang yang dapat diandalkan, dan tidak melepaskan tanggung jawabnya kepada orang lain maupun menyalahkan lingkungan atas situasi yang ada.

5. Memiliki inisiatif

Inisiatif dan proaktif diperlukan sebagai seorang wirausaha, karena dengan adanya hal tersebut ia akan dapat dengan cepat mengambil keputusan secara mandiri.

6. Berani mengambil risiko dengan perhitungan

Seorang wirausaha pada umumnya berani mengambil risiko, tetapi risiko yang diambil biasanya dilakukan dengan perhitungan tertentu.

7. Beradaptasi dengan cepat (*Agile*)

Mampu beradaptasi dengan perubahan dan tuntutan lingkungan secara cepat, baik tuntutan konsumen, persaingan yang ketat, kemajuan teknologi serta perubahan lainnya harus dapat diikuti dan diadaptasi secara cepat

8. Kreatif & Inovatif

Seorang wirausaha juga harus dapat mengembangkan kreativitas serta melakukan inovasi dalam berbagai hal, karena tanpa hal tersebut maka produk maupun jasanya akan tertinggal.

9. Memiliki *Adversity Quotient* yang tinggi

Rintangan dan tantangan selalu ada dalam setiap kehidupan seorang wirausaha, untuk itu ia harus memiliki AQ (*Adversity Quotient*) yang tinggi untuk dapat menghadapi berbagai rintangan dan tantangan tersebut.

10. Tidak mudah putus asa (resiliensi)

Seorang wirausaha harus memiliki daya lentur (resiliensi) yang tinggi, karena harus mampu mengatasi berbagai kegagalan yang dihadapinya, sebelum mencapai kesuksesan.

D. Teori motivasi dan hubungannya dengan kewirausahaan

Motivasi memainkan peran krusial dalam dunia kewirausahaan, karena menjadi kekuatan utama yang mendorong seseorang untuk bertindak dan bertahan dalam menjalankan usaha. Menurut Suyonto (dalam Ardiyanti & Mora, 2019), motivasi dapat dipahami sebagai suatu unsur yang merangsang keinginan dan menjadi penggerak kemauan seseorang untuk bekerja demi mencapai tujuan tertentu. Dalam perspektif psikologi, motivasi bukan sekedar keinginan sesaat, melainkan merupakan pendorong utama yang membuat individu tetap konsisten dan

aktif dalam aktivitas wirausaha. Ketika seseorang memiliki motivasi yang kuat, ia cenderung lebih gigih, tidak mudah menyerah, dan terus berusaha mengembangkan usahanya.

Sarwono (1995) juga menekankan bahwa kebutuhan dan dorongan merupakan elemen penting yang berada di antara rangsangan dan perilaku sebagai respons terhadap rangsangan tersebut. Misalnya, ketika seseorang melihat pakaian di toko dan kebetulan sedang membutuhkannya, maka dorongan untuk membeli menjadi kuat. Contoh ini menunjukkan bagaimana kebutuhan dan rangsangan saling bekerja sama dalam membentuk motivasi. Dengan kata lain, motivasi dapat tumbuh dari interaksi antara kebutuhan internal dan stimulus eksternal.

Dalam konteks kewirausahaan, Wikanso (dalam Ardiyanti & Mora, 2019) menjelaskan bahwa motivasi adalah keseluruhan kekuatan yang ada di dalam diri seorang wirausaha yang mendorong munculnya kegiatan berwirausaha, menjamin keberlanjutan usaha, dan memberi arah agar kegiatan tersebut tetap berjalan menuju tujuan yang diharapkan. Sementara itu, Hweng (dalam Ardiyanti & Mora, 2019) menambahkan bahwa motivasi berwirausaha merupakan dorongan kuat dari dalam diri seseorang untuk mulai mewujudkan potensi diri melalui pemikiran yang kreatif dan inovatif. Dorongan ini mendorong individu untuk menciptakan produk baru yang memiliki nilai tambah dan bermanfaat bagi banyak orang.

Sementara itu, bila dihubungkan antara karakteristik seorang wirausaha dengan teori motivasi terlihat bahwa seorang wirausaha sangat berhubungan dengan teori motivasi dari McClelland (1961), baik dalam hal kebutuhan untuk berprestasi, kebutuhan untuk berkuasa maupun kebutuhan untuk menjalin hubungan interpersonal karena tanpa adanya pemenuhan ketiga kebutuhan tersebut, seseorang belum tentu dapat menjalankan perannya sebagai seorang wirausaha secara optimal.

Lebih lanjut, bila dihubungkan dengan teori motivasi Maslow (McCleod, 2025), tampak bahwa untuk menjadi seorang wirausaha yang handal, maka pemenuhan kebutuhan tidak hanya pada kebutuhan primer (fisiologis) dan rasa aman saja, tetapi harus mencakup pada pemenuhan kebutuhan sosial, harga diri dan aktualisasi.

4. Penutup

Berdasarkan analisis yang dilakukan, dapat disimpulkan bahwa teori kebutuhan Maslow dan motivasi McClelland memberikan kerangka yang kuat untuk memahami dinamika kewirausahaan. Pemenuhan kebutuhan dasar hingga aktualisasi diri, serta dorongan untuk berprestasi, berkuasa, dan berafiliasi, menjadi salah satu faktor pendorong utama dalam pengembangan diri menjadi seorang wirausaha yang sukses. Ditunjang dengan pemahaman mengenai karakteristik seorang wirausaha antara lain visioner, kreatif, dan resilient juga menjadi kunci untuk bertahan di tengah persaingan. Dalam hal ini dengan adanya pemahaman mengenai pendekatan psikologis diharapkan dapat tercipta wirausaha yang tidak hanya tangguh, tetapi juga adaptif terhadap perubahan.

Daftar Referensi

- Aliwijaya, A., & Suyono, H. C. (2023). Peluang Pemanfaatan Big Data Di Perpustakaan. *Info Bibliotheca: Jurnal Perpustakaan Dan Ilmu Informasi*, 4(2), 1-17. <https://doi.org/10.24036/ib.v4i2.397>
- Ardiyanti, D. A., & Mora, Z. (2019). Pengaruh Minat Usaha dan Motivasi Usaha terhadap Keberhasilan Usaha Wirausaha Muda di Kota Langsa. *JURNAL SAMUDRA EKONOMI DAN BISNIS*, 10(2), 168-178.
- Kusumawati, N. A., Dewi PF, K. A. P., & Purwadi, K. D. A. (2024). Implementasi Teori Kebutuhan Maslow Dalam Pembelajaran Abad 21: Pendekatan Psikologi Humanistik. *Sang Acharya: Jurnal Profesi Guru*, 5(1), 98-112.

<https://doi.org/http://dx.doi.org/10.25078/sa.v5i1.4019>

Mangundjaya, W.L.H (2013). *Challenges in Developing Young Entrepreneurs (A study of unemployed youth in Jakarta)*, Proceedings Conference: International Conference on Regional Development (ICRD), Semarang, Jawa Tengah, Indonesia, November 2013.

Mangundjaya, W.L.H (2012), *What are the factors strengthening the entrepreneurial intention in University students? (Study at University Students in Indonesia)*, Proceedings 11 th International Entrepreneurship Forum (IEF), Kuala Lumpur, Malaysia, 3-6 September 2012,

McClelland, D (1961). *The Achieving Society*, Van Nirstand, Princeton.

McLeod, S (2025). *Maslow's Hierarchy of Needs*, Simply Psychology, Published on March 14, 2025

Ridho, M. (2020). Teori Motivasi McClelland dan Implikasinya dalam Pembelajaran PAI. *PALAPA : Jurnal Studi Keislaman Dan Ilmu Pendidikan*, 8(1), 1-16.

<https://doi.org/https://ejournal.stitpn.ac.id/index.php/palapa>

Sarwono, S,W (1995), *Teori-Teori Psikologi Sosial*, Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.

Stoltz, P. (2000). *Your Adversity Quotient*. www.peaklearning.com