

Perilaku Inovatif pada Mahasiswa yang Berwirausaha (Innovative Behavior In Entrepreneurs Students)

Iffah Dewi Amalya
Fakultas Psikologi dan Kesehatan, Universitas Islam Negeri Ampel Surabaya
dewiiffah@yahoo.co.id

Abstrak

Deskripsi komponen perilaku inovatif pada siswa wirausaha, serta mengeksplorasi, menemukan dan menggambarkan faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku inovatif siswa yang berwirausaha. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan *studi* kasus. Pengumpulan data dan wawancara dilakukan untuk subjek dan signifikan lainnya dan didukung oleh dokumentasi. Subjek penelitian adalah 2 siswa, masing-masing berusia 22 tahun. Perilaku inovatif yang dimiliki keduanya dalam penelitian ini cukup beragam. Ada komponen inovatif dari perilaku inovatif, serta menemukan, dan menjelaskan faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku inovatif. Hasil penelitian menunjukkan perilaku inovatif baik subjek maupun faktor perilaku inovatif. Faktor-faktor yang menyebabkan perilaku inovatif adalah lingkungan, persepsi, emosi, konsep dan motivasi / tujuan. Serta komponen perilaku inovatif yang mempengaruhi perilaku siswa kewirausahaan adalah eksplorasi kesempatan, generativitas, penyelidikan formatif, juara, dan aplikasi.

Kata kunci: Perilaku Inovatif, Siswa

Abstract

The purpose of this study is to determine the description of innovative behavioral components in entrepreneurial students, as well as explore, discover, and describe the factors that influence the innovative behavior of students who entrepreneurship. This research uses qualitative method with case study approach. Data collection techniques in this study using the method of observation and interview conducted to the subject and significant other and supported by the documentation. The subjects were 2 students, each aged 22 years. Innovative behavior that both subjects have in this study is quite diverse. There are four of the components of innovative behavior to show all the components of innovative behavior, as well as discovering, and describing the factors that influence innovative behavior. The results show the innovative behavior form that both subject and factor of innovative behavior. The factors that cause innovative behavior are the environment, perceptions, emotions, concepts and motivation / goals. As well as innovative behavioral components that affect the behavior of entrepreneurial students is opportunity exploration, generativity, formative investigation, championing, and application.

Keywords: *Innovative Behavior, Student*

Pendahuluan

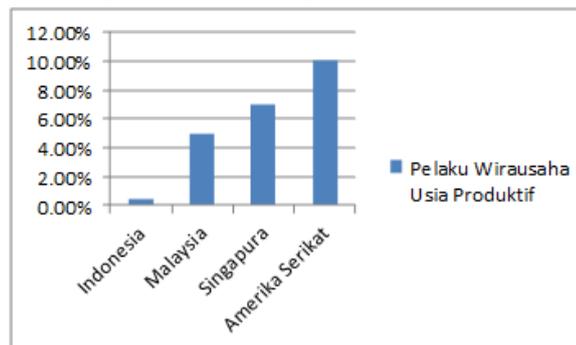
Pada kewirausahaan dalam krisis perekonomian global, tidak mati karena barisan pengusaha baru justru tumbuh di tengah krisis global. Salah satu indikasinya, separuh lebih perusahaan dalam daftar Fortune 500 didirikan di masa resesi atau keterpurukan pasar modal. Kewirausahaan menjadi kunci penting di beberapa negara seperti Korea Selatan, Taiwan, China, dan India, karena dapat mendorong ekonomi, menciptakan lapangan kerja, dan memberdayakan masyarakat (Helmi, 2011).

Berdasarkan survei yang dilakukan Kompas pada tahun 2010, Helmi (2011) menambahkan bahwa di Indonesia budaya dan tradisi kewirausahaan masih tergolong lemah, sehingga inovasi kurang sukses. Menurut Kartono (2010) strategi secara sinergis antara akademisi, pelaku bisnis, dan pemerintah (ABG), juga masih lemah.

Jumlah wirausahawan muda di Indonesia masih tergolong sedikit. Dari data yang diperoleh Hanif, dari 240 juta jumlah penduduk Indonesia, pelaku wirausaha baru sekitar 0.43 persen dari total usia produktif (Jawapos, 2016).

Sementara, menurut LIPI (2016) Indonesia merupakan salah satu negara berpenduduk tinggi di dunia dengan jumlah penduduk usia produktif (15 hingga 64 tahun) yang sangat besar. "Idealnya untuk menggerakkan perekonomian suatu negara diperlukan wirausaha minimal 2 persen dari total jumlah penduduk," jelasnya.

Berikut data pelaku wirausaha usia produktif (Jawapos, 2016).



Gambar 1. Data Pelaku Wirausaha Usia Produktif (Sumber: Jawapos, 2016)

Dari data tersebut diketahui bahwa pelaku wirausaha usia produktif di Indonesia sangat rendah, jika dibandingkan Singapura, Malaysia dan Amerika Serikat. Jumlah wirausahawan muda di Indonesia tergolong sangat tertinggal dibandingkan Singapura yang mencapai 7 persen maupun Malaysia (5 persen) dan Thailand (3 persen) dari penduduknya. Di AS lebih tinggi lagi mencapai sekitar 10 persen. (Jawapos, 2016)

Setiap tahun, perguruan tinggi se-Indonesia melahirkan jutaan lulusan. Meskipun jumlah penduduk yang besar, letak yang strategis dengan dukungan kekayaan alam yang melimpah seharusnya menjadikan Indonesia sebagai negara maju. Tetapi, sebagian besar di antara mereka tidak terserap pasar tenaga kerja dan menganggur. Guru Besar Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia (UII) Yogyakarta Edy Suandi Hamid mengatakan, data dari Badan Pusat Statistik (BPS) 2015 Tingkat Pengangguran Terbuka (TPT) di Indonesia pada Agustus 2015 menapak 7,56 juta orang. Angka ini setara dengan 6,18 persen dari total 122,4 juta orang angkatan kerja. "Angka itu mengalami peningkatan dibanding TPT Februari 2015 sebesar 5,81 persen dan TPT Agustus 2014 sebesar 5,94 persen. Sekitar 600 ribu penganggur terbuka itu lulusan perguruan tinggi baik diploma maupun sarjana," katanya (Okezone, 2015).



Gambar 1. Tingkat Pengangguran Terbuka di Indonesia (Okezone, 2015)

Menurut Edy, pengangguran terbuka yang diluluskan perguruan tinggi masih relatif banyak dari jumlah angkatan kerja di Indonesia. Hal itu menunjukkan penyerapan tenaga kerja lulusan perguruan tinggi cenderung lambat sehingga menyuburkan pengangguran berlabel sarjana. Banyaknya pengangguran tersebut bisa jadi karena rendahnya kompetensi dan minimnya soft skills yang dimiliki oleh calon tenaga kerja sehingga alokasi lapangan pekerjaan tidak sepenuhnya terpenuhi. Selain itu juga masih melekatnya mentalitas untuk mencari pekerjaan ketimbang menciptakan pekerjaan sendiri.

Ketua Umum Asosiasi Perguruan Tinggi Swasta Indonesia mengatakan bahwa dalam menghadapi dunia kerja tersebut, lulusan perguruan tinggi memang tidak harus melamar menjadi tenaga kerja, melainkan juga bisa dengan menjadi pengusaha. Dengan menjadi pengusaha, selain akan berkontribusi dalam pembangunan bangsa juga memiliki nilai mulia serta mampu menciptakan lapangan kerja (Okezone, 2015).

Dalam penjelasan diatas, maka dari itu sebaiknya mahasiswa sudah memulai untuk berwirausaha. Untuk itu peneliti tertarik untuk meneliti perilaku inovatif pada mahasiswa yang berwirausaha, gambaran subjek dalam penelitian ini adalah seorang mahasiswa yang berumur sekitar 18-24 tahun, yang berwirausaha serta subjek juga memiliki perilaku inovatif dalam menggeluti usahanya.

Kewirausahaan sebagai suatu proses penerapan kreativitas dan inovasi dalam memecahkan persoalan dan menemukan peluang untuk memperbaiki kehidupan (usaha dan kerja). Salah satu kesimpulan yang bisa ditarik dari berbagai pengertian wirausaha adalah bahwa kewirausahaan dipandang sebagai fungsi yang mencakup eksploitasi peluang-peluang yang muncul di pasar atau di dunia kerja. Eksploitasi tersebut sebagian besar berhubungan dengan pengarahan dan atau kombinasi input yang produktif.

Pengertian kewirausahaan adalah semangat, sikap, perilaku kemampuan seseorang dalam menangani usaha dan atau kegiatan yang mengarah pada upaya mencari, menciptakan, menerapkan cara kerja, teknologi dan produk baru dengan meningkatkan efisiensi dalam rangka memberikan pelayanan yang lebih baik dan atau memperoleh keuntungan yang lebih besar. Kewirausahaan adalah suatu proses kreativitas dan inovasi yang mempunyai resiko tinggi untuk menghasilkan nilai tambah bagi produk yang bermanfaat bagi masyarakat dan mendatangkan kemakmuran bagi wirausahawan (Sandiasa, 2009).

Wess & Farr (dalam Helmi, 2011) mengartikan perilaku inovatif adalah intensi untuk menciptakan, memperkenalkan, dan mengaplikasikan ide baru dalam kelompok dan organisasi, yang dimaksudkan untuk mengoptimalkan kinerja kelompok dan organisasi. Perilaku inovatif adalah perilaku dalam mengkreasikan dan mengkombinasikan sesuatu yang baru, apakah dalam bentuk produk atau jasa yang mampu memberikan nilai tambah sosial dan ekonomis. Perilaku tersebut terdiri atas menghasilkan ide, mendiskusikan ide, dan merealisasikan ide dalam bentuk produk atau jasa (Helmi, 2011). Perilaku inovatif memiliki pengaruh positif terhadap produktivitas kerja (Pramayani & Adnyani, 2018).

Dalam teori Kleysen & Street (dalam Kresnandito & Fajrianti, 2012) terdapat lima komponen dalam perilaku inovatif:

1. Opportunity Exploration, mempelajari atau mengetahui lebih banyak tentang peluang untuk berinovasi.
2. Generativity, yang mengarah pada pemunculan konsep-konsep untuk tujuan pengembangan.
3. Formative Investigation, memberikan perhatian untuk menyempurnakan ide, solusi, opini dan coba untuk menginvestigasikannya.
4. Championing, praktek-praktek usaha untuk merealisasikan ide-ide.
5. Application, mencoba untuk mengembangkan, menguji coba, dan mengkomersilkan ide-ide inovatif.

Dewi, Setyanti & Saleh, (2015) meneliti tentang pengaruh kreativitas dan perilaku inovatif terhadap keberhasilan usaha industri kecil melalui motivasi usaha sebagai variabel mediasi. Menurutnya, kewirausahaan merupakan sikap, jiwa, semangat mulia pada diri seseorang yang inovatif, kreatif, berupaya untuk kemajuan pribadi dan masyarakat.

Pendekatan perilaku seperti halnya pendekatan trait lebih menekankan perilaku apa saja yang menjadi penentu dalam kewirausahaan yang sukses. Dalam pendekatan ini, mitos-mitos mengenai kewirausahaan dipatahkan. Misalnya kewirausahaan itu tidak dapat dipelajari. Justru pendekatan

perilaku lebih menekankan peluang bagi siapa saja untuk belajar berwirausaha. Dalam konteks kewirausahaan, perilaku inovatif adalah perilaku dalam mengkreasikan dan mengkombinasikan sesuatu yang baru, apakah dalam bentuk produk atau jasa yang mampu memberikan nilai tambah sosial dan ekonomis. Perilaku tersebut terdiri atas menghasilkan ide, mendiskusikan ide, dan merealisasikan ide dalam bentuk produk atau jasa (Helmi, 2011).

Tingkah laku dan sikap kewirausahaan yang istimewa adalah keberaniannya untuk mengubah dan menghadirkan hal yang baru, dengan mengambil resiko yang telah diperhitungkan. Istilah yang dapat digunakan tentang melakukan perubahan dengan menghadirkan hal yang baru adalah berinovasi. Saat ini dikenali bahwa inovasi tidak hanya satu jenis. Inovasi dapat dilakukan dalam hal produk atau jasa, dan dapat pula dalam hal proses. Inovasi tidak pula hanya bersifat radikal, tetapi juga berskala kecil, dan berkesinambungan, yang sering disebut sebagai kaizen. Kaizen adalah metode “penyempurnaan secara berkelanjutan” (kaizen continual improvement) yang dikembangkan oleh perusahaan Jepang (Sandiasa, 2009).

Perilaku inovatif sangat berkaitan dengan inovasi. Inovasi dan perilaku inovatif merupakan perubahan sosial. Perbedaannya hanya pada penekanan ciri dari perubahan tersebut. Inovasi menekankan pada ciri adanya sesuatu yang diamati sebagai hal yang baru bagi individu atau masyarakat. Sedangkan, perilaku inovatif menekankan pada adanya sikap kreatif agar terjadi proses perubahan sikap daritradisional ke modern, atau dari sikap yang belum maju ke sikap yang sudah maju. Seseorang yang mempunyai perilaku inovatif adalah orang yang sikap kesehariannya adalah selalu berfikir kritis, berusaha agar selalu terjadi perubahan di lingkungannya yang sifatnya menuju pembaharuan dari tradisional ke modern, atau dari sikap yang belum maju ke sikap yang sudah maju dan diupayakan agar perubahan itu memiliki kegunaan atau nilai tambah tertentu. Orang yang berperilaku inovatif akan selalu berupaya agar melakukan upaya pemecahan masalah dengan cara yang berbeda-beda dengan biasanya tetapi lebih efektif dan efisien (Triswanda, 2018).

Perilaku inovatif sangat berkaitan dengan inovasi. Inovasi dan perilaku inovatif merupakan perubahan sosial, perbedaannya hanya pada penekanan ciri dari perubahan tersebut. Inovasi menekankan pada ciri adanya sesuatu yang diamati sebagai hal yang baru bagi individu atau masyarakat. Sedangkan, perilaku inovatif menekankan pada adanya sikap kreatif agar terjadi proses perubahan sikap dari tradisional ke modern, atau dari sikap yang belum maju ke sikap yang sudah maju. Seseorang yang mempunyai perilaku inovatif adalah orang yang sikap kesehariannya adalah selalu berfikir kritis, berusaha agar selalu terjadi perubahan di lingkungannya yang sifatnya menuju pembaharuan dari tradisional ke modern, atau dari sikap yang belum maju ke sikap yang sudah maju dan diupayakan agar perubahan itu memiliki kegunaan atau nilai tambah tertentu. Orang yang berperilaku inovatif akan selalu berupaya agar melakukan upaya pemecahan masalah dengan cara yang berbeda-beda dengan biasanya tetapi lebih efektif dan efisien (Sujarwo, 2017).

Seorang wirausaha harus memiliki pengetahuan, kemampuan dan kemauan, ketiga konsep ini saling mengisi dan memiliki keterkaitan satu sama lain. Pengetahuan yang harus dimiliki oleh wirausaha, yaitu pengetahuan mengenai usaha yang harus dimasuki/dirintis dan lingkungan usaha yang ada, pengetahuan tentang peran dan tanggungjawab, pengetahuan tentang manajemen dan organisasi bisnis. Sedangkan ketrampilan yang harus dimiliki wirausaha diantaranya adalah ketrampilan konseptual dalam mengatur strategi dan memperhitungkan resiko, ketrampilan kreatif dalam menciptakan nilai tambah, ketrampilan dalam memimpin dan mengelola, ketrampilan berkomunikasi dan berinteraksi, ketrampilan teknik usaha yang akan dilakukan (Sandiasa, 2009).

Berdasarkan data yang diperoleh diatas, informasi yang didapat dengan wawancara subjek, subjek juga memaparkan untuk selalu melihat kompetitor dalam menjalankan usahanya, serta subjek juga memaparkan bahwa subjek masih belajar dan terus belajar untuk membuat jaringan web. Sedangkan berdasarkan wawancara terhadap subjek kedua, subjek memaparkan juga melakukan promosi yang subjek lakukan adalah bermain dengan sosial media. Karena itu, banyak wirausahawan yang mulai mempertimbangkan untuk menempatkan inovasi sebagai salah satu visi dan misi yang ingin dicapai atau kompetensi yang harus dipenuhi oleh dirinya sendiri ataupun para pekerjanya.

Fokus dalam penelitian ini disusun untuk menjawab pernyataan-pernyataan sebagai berikut:

1. Bagaimanakah gambaran komponen perilaku inovatif mahasiswa yang berwirausaha?
2. Faktor-faktor apakah yang mengimbas terhadap perilaku inovatif mahasiswa yang berwirausaha?

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif yaitu menurut Moleong (dalam Larasati, 2005) pendekatan kualitatif adalah pendekatan yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku persepsi, motivasi, tindakan dan lain-lain.

Lokasi penelitian merupakan tempat dimana peneliti melakukan penelitian seperti wawancara dan dokumentasi. Lokasi pengambilan data pada subjek pertama dan subjek kedua adalah dirumah masing-masing subjek.

Subjek penelitian ini adalah mahasiswa yang berwirausaha. Jumlah subjek dalam penelitian ini adalah dua orang. Subjek yang keduanya merupakan seorang mahasiswa sebagai key informan (kunci informasi). Subjek akan di wawancara dengan beberapa pertanyaan yang telah disiapkan. Kriteria subjek penelitian adalah:

1. Mahasiswa aktif.
2. Berwirausaha.
3. Terdapat inovasi tertentu dalam usahanya.
4. Bersedia untuk di wawancara.

Penjelasan tentang peran peneliti akan turut menentukan penjelasan tentang masalah-masalah yang mungkin muncul dalam proses pengumpulan data. Langkah-langkah pengumpulan data meliputi usaha membatasi penelitian, mengumpulkan informasi melalui observasi dan wawancara, baik yang terstruktur maupun tidak, dokumentasi, materi-materi visual, serta usaha merancang protokol untuk merekam/mencatat informasi.

Prosedur analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis tematik dengan melakukan koding terhadap hasil transkrip wawancara yang telah di verbatim dan deskripsi observasi.

Hasil Penelitian

Data dalam penelitian ini adalah tentang komponen dan faktor perilaku inovatif mahasiswa dalam berwirausaha. Komponen Perilaku Inovatif pada subjek 1 menunjukkan 4 dari 5 komponen perilaku inovatif pada mahasiswa yang berwirausaha, sedangkan pada subjek 2 menunjukkan seluruh komponen perilaku inovatif pada mahasiswa yang berwirausaha.

Pembahasan

Perilaku inovatif merupakan kemampuan/tindakan individu melakukan perubahan sebagai tindakan untuk menciptakan, memperkenalkan, mengaplikasikan dan mengadopsi ide baru serta cara kerja dalam bentuk mengadopsi prosedur, praktek dan teknik kerja yang baru dalam menyelesaikan tugas dan pekerjaannya. Maka gambaran perilaku inovatif pada subjek pertama dan kedua adalah kedua subjek melakukan perubahan sebagai tindakan untuk menciptakan wirausaha yang dibangun sendiri, memperkenalkan dan menciptakan brand sendiri dalam wirausahanya, mengaplikasikan dan mengadopsi ide baru dari wirausahanya untuk mengembangkan sehingga menjadi wirausaha yang berbeda dari wirausaha lainnya, serta melakukan praktek dan teknik kerja yang baru dengan membuka outlet secara offline dan online untuk memajukan usahanya.

Dalam teori Kleysen & Street (dalam Kresnandito & Fajrianti, 2012) terdapat lima komponen dalam perilaku inovatif, serta menurut Koutstaal & Binks (2015) faktor yang mempengaruhi perilaku inovatif. Berdasarkan hasil analisis yang dibahas pada bab sebelumnya, pembahasan ini mengenai hasil analisis dari perilaku inovatif pada mahasiswa yang berwirausaha dengan membandingkan teori pada bab sebelumnya. Pada bab analisis data telah menggambarkan hasil analisis dari masing-masing pertanyaan penelitian. Berikut ini pembahasan dari hasil analisis data kedua subjek.

Perilaku inovatif merupakan kemampuan/tindakan individu melakukan perubahan sebagai tindakan untuk menciptakan, memperkenalkan, mengaplikasikan dan mengadopsi ide baru serta cara kerja dalam bentuk mengadopsi prosedur, praktek dan teknik kerja yang baru dalam menyelesaikan tugas dan pekerjaannya. Perilaku inovatif berkaitan dengan komponen perilaku inovatif, yang termasuk komponen perilaku inovatif adalah opportunity exploration, generativity, formative investigation, championing, dan application. Komponen perilaku inovatif pada kedua subjek umumnya relatif sama berkaitan dengan opportunity exploration, generativity, formative investigation, championing, dan application.

Opportunity exploration pada kedua subjek relatif sama yaitu sama-sama memanfaatkan skill. Pada subjek pertama lebih memanfaatkan skill dari seluruh keluarganya, serta selalu melihat kompetitor dalam menjalankan usahanya. Sedangkan pada subjek kedua dengan memanfaatkan skill menjadi reseller dahulu lalu berkembang menjadi supplier, serta bermain dengan sosial media.

Generativity pada kedua subjek relatif sama yaitu sama-sama menjual dengan harga yang terjangkau, tetapi pada subjek pertama mendapatkan ide ini dari mas kandungunya, sehingga pada subjek pertama tidak terdapat komponen ini. Subjek banyak mengarah pada pemunculan konsep-konsep untuk tujuan pengembangan dengan menjual produk harga terjangkau.

Formative Investigation pada kedua subjek relatif sama yaitu sama-sama melakukan penataan dalam usahanya, hanya saja berbeda dalam hal usahanya. Pada subjek pertama usahanya adalah kuliner, maka subjek mengelola dalam pengemasan dan isi dalam takaran yang akan dijualnya. Sedangkan pada subjek kedua, usahanya adalah fashion retail maka dengan membuat sendiri, mencari bahan sendiri dan di desain sendiri. Subjek kedua juga selalu belajar agar mengikuti perkembangan jaman dengan berbagai sistem media sosial.

Championing pada kedua subjek relatif sama yaitu sama-sama membuka stand dengan mengikuti bazar.

Aplication pada kedua subjek relatif sama yaitu sama-sama menambahkan pembaruan ide pada usahanya. Pada subjek pertama, subjek menu dalam usahanya. Sedangkan pada subjek kedua, subjek juga melakukan pembaruan produk, desain, model.

Faktor perilaku inovatif pada menurut Koutstaal & Binks, (2015) disebabkan karena faktor lingkungan, otak, pikiran dan pemikiran dimana pikiran dan pemikiran mencakup lebih dari memori dan pengetahuan; pada penginderaan, perasaan, niat dan motivasi untuk tindakan; kemudian merujuk pada empat konstituen itu dari pemikiran sebagai konsep, persepsi (proses mengetahui atau mengenali objek dan kejadian objektif dengan bantuan indera), emosi, dan motivasi/tujuan.

Faktor lingkungan, pada kedua subjek subjek relatif sama yaitu sama-sama mendapatkan dukungan dari keluarganya.

Persepsi, pada kedua subjek subjek relatif sama yaitu sama-sama memiliki persepsi positif. Pada subyek pertama, subjek memiliki persepsi bahwa dalam menjalankan usaha catering wajib untuk dapat mengatur kebutuhan serta selalu untuk berpikir positif. Sedangkan pada subjek kedua, menurutnya dari segi financial itu penting dan merupakan sebuah prestasi tersendiri. Subjek kedua juga memiliki persepsi tentang uang itu menjadi sebuah kebutuhan. Serta, subjek kedua juga memiliki persepsi bahwa berjualan menurutnya sebuah prestasi tersendiri.

Emosi, pada kedua subjek relatif sama yaitu sama-sama memiliki emosi yang sempat terganggu karena kondisi subjek. Pada subjek pertama, subjek memiliki emosi yang masih labil dan sempat putus asa dalam mengikuti program beasiswa. Selain itu, teman terdekat subjek pertama memaparkan bahwa subjek memiliki emosi yang labil dan tergantung oleh keadaan yang dialami subjek. Sedangkan pada subjek kedua, subjek kedua dengan emosi adalah yang berambisi tinggi terhadap usahanya. Subjek tetap melakukannya walau gagal pada akhirnya. Selain itu, ibu subjek juga menilai bahwa subjek memiliki ambisi tinggi. Subjek juga sempat usahanya tidak terurus karena kondisi dan kesibukan kuliahnya.

Konsep (memori & ilmu pengetahuan), pada kedua subjek relatif sama yaitu sama-sama memiliki konsep dalam usahanya untuk mendesain sendiri modelnya.

Motivasi/Tujuan, pada kedua subjek relatif sama yaitu sama-sama memiliki motivasi/tujuan yang tinggi. Pada subjek pertama, subjek termotivasi untuk mengikuti beasiswa dari Bank CIMB. Selain itu, subjek juga memiliki motivasi dan tujuan untuk membangun wirausahanya karena keluarga subjek yang memang memiliki pemikiran positif. Teman terdekat subjek juga memaparkan bahwa, subjek juga orang yang gigih dan orang yang tatak. Sedangkan pada subjek kedua, subjek kedua memiliki motivasi/tujuan mendirikan usaha dalam hal finansial untuk kehidupannya dan untuk membahagiakan kedua orang tuanya. Subjek juga termotivasi untuk terus meningkatkan tabungan. Subjek juga memiliki motivasi tinggi dari teman-teman onlineshopnya. Selain itu, ibu subjek memaparkan motivasi subjek tinggi, karena subjek juga ingin bersekolah dan memajukan usahanya. Kakak subjek juga memaparkan bahwa tujuan/motivasi subjek sudah ada yang terkabulkan.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil temuan dari penelitian dapat disimpulkan bahwa gambaran perilaku inovatif pada subjek pertama dan kedua adalah kedua subjek melakukan perubahan sebagai tindakan untuk menciptakan wirausaha yang dibangun sendiri, memperkenalkan dan menciptakan brand sendiri dalam wirausahanya, mengaplikasikan dan mengadopsi ide baru dari wirausahanya untuk mengembangkan sehingga menjadi wirausaha yang berbeda dari wirausaha lainnya, serta melakukan praktek dan teknik kerja yang baru secara offline (membuka stand/outlet) dan online (dengan media sosial) untuk memajukan usahanya. Pada subjek pertama menunjukkan 4 dari 5 komponen perilaku inovatif pada mahasiswa yang berwirausaha yaitu opportunity exploration, formative investigation, championing, dan application. Sedangkan pada subjek kedua juga menunjukkan semua komponen perilaku inovatif pada mahasiswa yang berwirausaha yaitu opportunity exploration, generativity, formative investigation, championing, dan application. Faktor-faktor yang dapat mempengaruhi perilaku inovatif pada mahasiswa yang berwirausaha adalah faktor eksternal dan faktor internal. Kedua subyek terdapat kedua faktor tersebut.

Daftar Pustaka

- Dewi, Setyanti & Saleh. (2015). *Pengaruh kreativitas dan perilaku inovatif terhadap keberhasilan usaha industri kecil melalui motivasi usaha sebagai variabel mediasi*. Artikel Ilmiah Mahasiswa. Jember: Universitas Jember.
- Helmi, Avin Fadilla. (2011). *Model determinan perilaku inovatif pada mahasiswa yang berwirausaha*. Jurnal Psikologi, 134.
- Jawapos. (2016). *Indonesia kekurangan wirausahawan muda*. Diakses dari <http://www.jawapos.com/read/2016/02/22/18904/indonesia-kekurangan-wirausahawan-muda>. pada tanggal 5 Desember 2016.
- Koutstaal & Binks. (2015). *Innovating minds rethinking creativity to inspire change*. New York: Oxford University Press
- Kresnandito & Fajrianti. (2012). *Pengaruh persepsi kepemimpinan transformasional terhadap perilaku inovatif penyiar radio*. Jurnal Psikologi Industri dan Organisasi, 98.
- Larasati, T. (2005). *Jurnal kualitas hidup pada wanita yang sudah memasuki masa menopause*. Jurnal Kualitas Hidup.
- Lipi. (2016). *Jumlah usia produktif besar indonesia berpotensi tingkatkan produktivitas*. Diakses dari <http://lipi.go.id/berita/jumlah-usia-produktif-besar-indonesia-berpeluang-tingkatkan-produktivitas/15220>. pada tanggal 14 Desember 2016.
- Okezone. (2015). *7,5 juta pengangguran banyak bertitel sarjana*. Diakses dari <http://news.okezone.com/read/2015/12/30/65/1277253/7-5-juta-pengangguran-banyak-bertitel-sarjana>. pada tanggal 14 Desember 2016.
- Pramayani & Adyani. (2018). *Pengaruh Pemberdayaan, Perilaku Inovatif, dan Motivasi Kerja Terhadap Produktifitas Kerja Karyawan Bumbu Bali Restoran Tanjung Benoa Badung, Bali*. Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia.
- Sandiasa. (2009). *Kewirausahaan*. Universitas Panji Sakti
- Sujarwo, Anton. (2017). *Pengaruh motivasi kerja dan perilaku inovatif terhadap kinerja karyawan dengan kepuasan kerja sebagai variabel mediasi (studi kasus pada LKP Alfabank Semarang)*. Artikel INFOKAM.
- Triswanda. (2018). *Hubungan antara iklim organisasi dengan perilaku inovatif pada karyawan bagian pemasaran PT. Indobismar Surabaya*. Jurnal Psikologi.