

ABSTRAK

Eco-entrepreneurship di Yogyakarta menghadirkan tantangan dan peluang yang unik dalam konteks keberlanjutan. Fokus penelitian ini adalah untuk menggali motivasi intrinsik yang menjadi pendorong utama bagi pelaku usaha dalam mempertahankan dan mengembangkan bisnis ramah lingkungan. Dengan pendekatan fenomenologi, penelitian ini mengeksplorasi pengalaman subjektif eco-entrepreneurs melalui lensa *Self-Determination Theory* (SDT), dengan menyoroti tiga dimensi utama: otonomi, kompetensi, dan keterhubungan. Temuan menunjukkan bahwa motivasi intrinsik bukan hanya faktor yang memperkuat daya tahan bisnis dalam jangka panjang, tetapi juga menjadi kunci untuk mengatasi tantangan eksternal, seperti keterbatasan sumber daya dan kesadaran pasar yang rendah terhadap produk ramah lingkungan. Otonomi memberikan kebebasan untuk berinovasi, kompetensi membangun kepercayaan dalam mengelola bisnis yang berkelanjutan, dan keterhubungan dengan komunitas serta pelanggan memperkaya pengalaman emosional yang mendorong inovasi berkelanjutan. Penelitian ini memperkaya pemahaman tentang peran motivasi intrinsik dalam keberlanjutan *Eco-entrepreneurship* dan menawarkan rekomendasi strategis untuk mendukung pengembangan bisnis ramah lingkungan di masa depan.

Kata Kunci: *Eco-entrepreneurs*, Motivasi Intrinsik, *Self-Determination Theory* (SDT), Keberlanjutan Bisnis Ramah Lingkungan