

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang

Jumlah UKM di Indonesia lebih besar dibandingkan dengan industri berskala besar, UKM menjadi bagian penting dari sistem perekonomian. Ini pasti akan berdampak pada penyerapan tenaga kerja yang lebih besar dan mempercepat pemerataan pembangunan. Oleh karena itu, UKM memiliki potensi yang luar biasa untuk memajukan perekonomian, dan sektor ini harus diperhatikan dan dilindungi dalam kegiatan operasional dan pengembangannya. Namun, UKM masih menghadapi masalah yang menjadi kendalanya hingga saat ini, yaitu keterbatasan modal yang dimiliki dan kesulitan mendapatkan sumber permodalan (Wardhana, 2015).

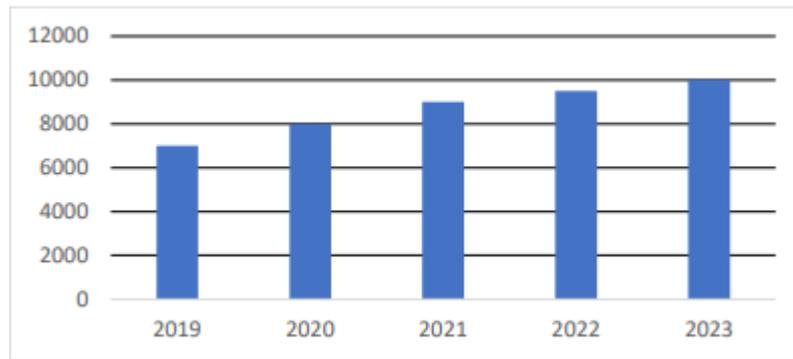
Perkembangan UKM dalam perekonomian Indonesia ditunjukkan oleh populasinya sebagai pelaku usaha terbesar, serta kontribusinya dalam penyerapan tenaga kerja, pembentukan produk domestik bruto (PDB), ekspor, dan penciptaan modal tetap atau investasi, UKM memiliki daya tahan yang lebih baik terhadap krisis terlepas dari produktivitas yang rendah. Hal ini dikarenakan struktur organisasi dan tenaga kerja UKM yang lebih fleksibel dalam menyesuaikan dengan perubahan pasar sehingga daya tahan dan fleksibilitas ini menjadikan UKM digunakan oleh sebagian besar masyarakat sebagai sumber utama penghidupan (Damayanti, et al 2023).

Proses pertumbuhan ekonomi yang pesat dapat dilihat dari banyak tumbuhnya industri terutama dikota-kota besar yang memberi bukti bahwa adanya

perubahan-perubahan yang signifikan pada pola kehidupan masyarakat di wilayah tersebut, pembangunan ekonomi merupakan suatu usaha yang dilakukan setiap negara agar dapat memajukan atau meningkatkan kesejahteraan rakyatnya (Iffan, 2022).

Salah satu faktor pendukung berkembangnya sebuah usaha adalah permodalan, pengusaha-pengusaha kecil didesa/daerah sebagian besar modalnya didapatkan dari lembaga keuangan terutama perbankan yang ada di desa-desa seperti halnya itu Badan Kredit Kecamatan (BKK), karena itu BKK harus menjawab tantangan sehubungan dengan kondisi masyarakat yang pada saat itu sangat memprihatinkan, UKM hadir sebagai salah satu solusi dari system perekonomian yang sehat (AudreyMSiahaandkk, 2020).

Indonesia termasuk bagian dari negara Asia Tenggara yang tingkat perekonomiannya belum mapan, kondisi ini telah menimbulkan masalah sosial seperti jumlah pengangguran dan kemiskinan yang tinggi, sehingga Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) diandalkan untuk dijadikan cara pengembangan ekonomi nasional. Hal ini selaras dengan UUD 1945 pasal 33 ayat 4 dimana UMKM merupakan bagian dari perekonomian nasional yang berpotensi meningkatkan kesejahteraan masyarakat (Wiranti et al., 2023)



Sumber: Asosiasi Pengusaha Kopi dan Cokelat Indonesia (APKCI) 2023

Gambar 1.1 Jumlah Kedai Kopi di Indonesia

Berdasarkan gambar 1.1 diatas terlihat peningkatan coffee shop setiap tahunnya selalu bertambah secara signifikan. Selain dikarenakan gaya hidup perkembangan industri FnB juga dikarenakan adanya perkembangan kawasan atau wilayah yang terus mengalami perubahan terutama di kota-kota seperti di jadikan lokasi berkumpul atau menghabiskan waktu. Terjadi juga pembangunan coffee shop di sekitaran universitas atau lokasi yang strategis dengan menyesuaikan fasilitas yang ditawarkan dengan kebutuhan konsumen. Ada fenomena lain yang dimana masyarakat kecanduan dengan sosial media dan fotografi lalu mempostingnya di sosial media sehingga perusahaan akan membuat citra yang sebaik mungkin agar masyarakat semakin tertarik untuk mendatangi coffee shop. Selain menyediakan makanan dan minuman, coffee shop juga menawarkan berbagai fasilitas untuk menunjang bisnisnya seperti ruangan yang nyaman untuk mengobrol atau rapat, adanya wi-fi, stop kontak dan suasana nyaman yang dibangun untuk konsumen (Aryani et al., 2022).

Berdasarkan tingkat produktivitas dan kebutuhan untuk meningkatkan populasi UKM maka pengembangan UKM dalam meningkatkan produktivitas usaha mikro harus lebih mendapat perhatian, peningkatan kapasitas usaha mikro

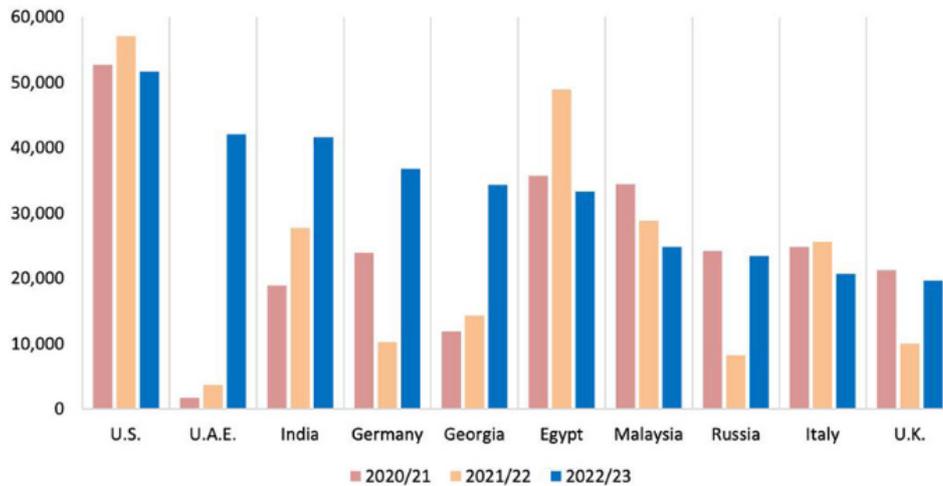
diharapkan dapat meningkatkan pendapatan masyarakat dan mengurangi kemiskinan, sehingga UKM menjadi wadah yang baik bagi penciptaan lapangan pekerjaan yang produktif, hal ini dikarenakan UKM merupakan usaha yang bersifat padat karya dan tidak membutuhkan persyaratan tertentu seperti tingkat pendidikan dan keahlian dalam keterampilan pekerjaan (Ahmad, 2019). Orientasi kewirausahaan merupakan komponen yang penting dalam mengembangkan usaha, yang diyakini bisa meningkatkan kinerja usaha (Aurelyca et al., 2024).

Indonesia bergabung dengan Masyarakat Ekonomi Asean (MEA) pada tahun 2016 untuk menghadapi perekonomian khususnya di ASEAN, Indonesia harus mampu bersaing dan menciptakan Sumber Daya Manusia (SDM) dengan kekalahan dalam persaingan ekonomi dapat disebabkan oleh ketidaksiapan dalam menghadapi persaingan dengan negara tetangganya, Indonesia membutuhkan lebih banyak pengusaha karena jika ada lebih banyak pengusaha di Indonesia, itu akan membantu pertumbuhan ekonomi negara (Rantung, 2017).

Masyarakat Indonesia masih mengabaikan kewirausahaan, wirausaha masih bukan pilihan terbaik bagi generasi muda, terutama mahasiswa yang baru lulus "Fresh graduate" adalah istilah yang digunakan untuk menggambarkan seseorang yang baru saja lulus dari perguruan tinggi, biasanya mereka bersemangat dan mengharapkan banyak, tidak seperti yang dibayangkan, dunia kerja tidak mudah. Mahasiswa Pendidikan Ekonomi mungkin berharap menjadi guru ekonomi, PNS (Pegawai Negeri Sipil), atau pegawai kantoran setelah lulus, ini karena perbedaan Indonesia dengan negara lain (Kahir, 2019).

Indonesia merupakan negara yang kaya akan sumber daya alamnya, salah satu sumber daya alam yang memiliki peluang besar dalam pengembangan industri yaitu kopi, Industri kopi memiliki pasar yang besardan juga didukung dengan potensi bahan bakuyang berlimpah, Indonesia adalah negara produsen biji kopi terbesar keempat di dunia setelah Brasil, Vietnam dan Kolombia dengan produksi rata-rata sekitar 700 ribu ton pertahun atau sekitar 9% dari produksi kopi dunia. Maka dari itu, biji kopi yang diolah di dalam negeriterus dipacu. Dengan didorong oleh pertumbuhan kelas menengah dan perubahan gaya hidup masyarakat Indonesia, kinerja industri pengolahan kopi di dalam negeri mengalami peningkatan yang signifikan, contohnya roastery, café dan warung atau kedai kopi berkembang pesat, baik di kota besar maupun kota kecil (Bahri & Banurea, 2024).

Dimulai sebagai produsen kopi, Indonesia perlahan berubah menjadi negara konsumen kopi selama perkembangan ini. Industri pengolahan kopi nasional bahkan menjadi pemain utama di pasar domestik dan global. Ekspor produk kopi olahan dari Indonesia, yang didominasi kopi instan, ekstrak, esens, dan konsentrat, telah masuk ke pasar asing di ASEAN, China, dan Uni Emirat Arab. Pada tahun 2018, ekspor ini menghasilkan pemasukan devisa yang signifikan, mencapai USD 579,98 juta, meningkat 19,1% dibandingkan tahun 2017. Selain itu, Kemenperin melaporkan bahwa perdagangan produk kopi olahan pada tahun 2018 mengalami surplus lebih dari USD 420 juta, naik 10,28% dari surplus tahun 2017. Indonesia terkenal sebagai produsen kopi (Aryani et al., 2022).



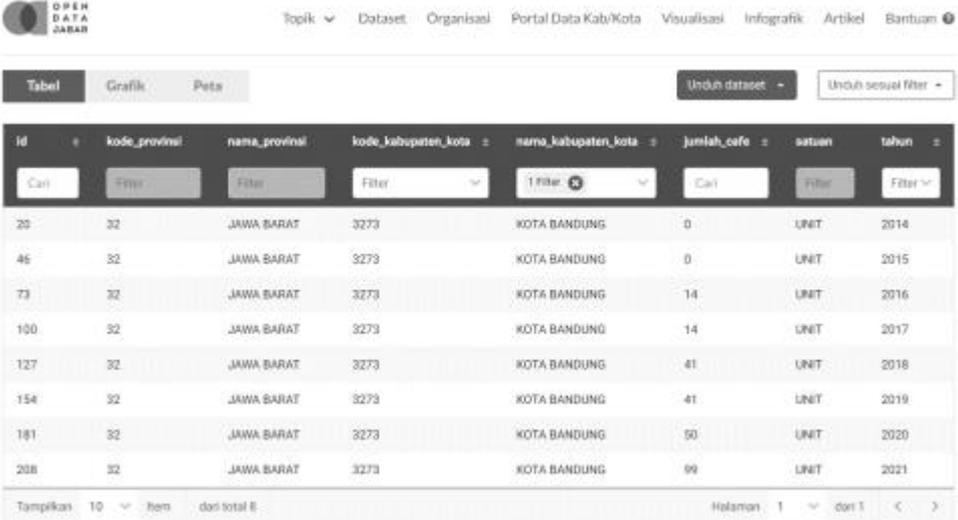
Sumber: BPS, 2023

Gambar 1.2 Perkembangan eskpor kopi Indonesia

Kemudian disebutkan bahwa pada gambar 1.2, berdasarkan laporan BPS 2023, Indonesia mengekspor 106,69 juta ton kopi pada tahun 2023. Namun, angka ini lebih rendah dari 138,8 juta ton yang dikirim dari Januari hingga Mei 2022. Karena permintaan yang meningkat, lebih banyak kopi yang diproduksi di Indonesia dan lebih banyak limbah yang dihasilkan. Limbah kopi dapat dimanfaatkan kembali dengan cara yang ekonomis. Kulit kopi yang sudah kering, juga dikenal sebagai cascara, adalah limbah dari kulit kopi cascara yang biasanya hanya diproses menjadi pupuk, pakan ternak, atau kadang-kadang dibuang langsung. Sebenarnya, cascara dapat digunakan kembali untuk menghasilkan produk yang bermanfaat. Cascara memiliki banyak manfaat, seperti menangkal radikal bebas, melindungi lambung, dan membantu kulit (Tania, R., Widjaya, S., & Suryani, A. 2020).

Coffee shop pada awal mulanya menyediakan tempat untuk minum kopi dengan cepat, akan tetapi, karena perkembangan dan banyaknya minat dari

pelanggan yang semakin lama semakin meningkat dan tidak ada habisnya, berkembanglah coffee shop menjadi seperti sekarang ini, pada awalnya, minum kopi adalah kebiasaan masyarakat Indonesia sejak zaman dahulu, karena Indonesia sendiri adalah negara penghasil biji kopi terbaik di seluruh dunia, Coffee shop sendiri sudah menjadi lahan bisnis yang menjanjikan, pertumbuhan coffee shop di Indonesia sendiri telah menjamur diberbagai kota-kota besar dan kota-kota kecil sekalipun telah memiliki banyak gerai kopi yang menjamur, meskipun masih memiliki standar dan pasar yang berbeda (Aziz, S. M., & Rifai, N. A. K. 2022).



id	kode_provinsi	nama_provinsi	kode_kabupaten_kota	nama_kabupaten_kota	jumlah_cafe	satuan	tahun
20	32	JAWA BARAT	3273	KOTA BANDUNG	0	UNIT	2014
46	32	JAWA BARAT	3273	KOTA BANDUNG	0	UNIT	2015
73	32	JAWA BARAT	3273	KOTA BANDUNG	14	UNIT	2016
100	32	JAWA BARAT	3273	KOTA BANDUNG	14	UNIT	2017
127	32	JAWA BARAT	3273	KOTA BANDUNG	41	UNIT	2018
154	32	JAWA BARAT	3273	KOTA BANDUNG	41	UNIT	2019
181	32	JAWA BARAT	3273	KOTA BANDUNG	50	UNIT	2020
208	32	JAWA BARAT	3273	KOTA BANDUNG	99	UNIT	2021

Sumber: Open Data Jabar

Gambar 1.3 Perkembangan Café di Kota Bandung

Melihat data dari gambar 1.3 terlihat perkembangan coffee shop di Kota Bandung terus meningkat hal itu membuat para entrepreneur atau pelaku bisnis wajib melakukan strategi yang berfokus pada konsumen hingga titik maksimal, sehingga coffee shop harus selalu membuat inovasi baru yang diminati konsumen. Salah satu persaingan usaha yang bisa dilakukan yaitu dengan melakukan update Variasi Produk. Banyak perusahaan yang membuat strategi yang efektif sehingga

bisa menarik konsumen seperti pada variasi produk. Variasi Produk akan menarik konsumen terhadap merek tertentu, meningkatkan citra dan membuat persepsi konsumen terhadap produk tersebut. Selain itu, variasi produk juga bisa menjadi ciri khas yang dimiliki perusahaan atau menjadi alat diferensiasi dan membantu konsumen sehingga dapat memutuskan perilaku pembelian konsumen (Hutasoit, M. F., Prasmatiw, F. E., & Suryani, A. 2020).

Sebagai salah satu provinsi dengan kontribusi signifikan terhadap ekonomi nasional, Jawa Barat memiliki banyak UMKM yang berperan dalam pembangunan ekonomi daerah dan juga memiliki ekosistem kewirausahaan yang dinamis dengan beragam faktor yang mempengaruhi perkembangan UKM, di Jawa Barat merupakan wirausaha kreatif namun UKM di Indonesia termasuk Jawa Barat, menghadapi tantangan seperti keterbatasan akses pasar, rendahnya pemahaman manajemen usaha, dan kurangnya penguasaan, kajian lain menemukan bahwa kinerja UKM di Jawa Barat tidak kunjung membaik dari waktu ke waktu dan penyebab lemahnya kinerja tersebut diduga karena lemahnya inovasi dan orientasi kewirausahaan serta knowledge management yang kurang memadai dalam mengelola usaha (E. Santoso et al., 2020).

Tabel 1.1 Jumlah UKM di Kota Bandung

No	Uraian	Tahun		
		2014	2015	2016
1	Mikro	4.301	4.578	4.689
2	Kecil	372	392	395
3	Menengah	276	281	281
	Jumlah	4.948	5.251	5.365

Sumber: Intan & Tintin, (2017)

Berdasarkan tabel 1.1 diatas persaingan yang semakin tinggi, kepemimpinan merupakan hal yang dibutuhkan, salah satunya adalah kepemimpinan stratejik, kepemimpinan strategis lebih jauh berarti kemampuan yang dimiliki pemimpin untuk mengelola, mengkoordinasikan, memengaruhi serta memotivasi dan meningkatkan kinerja orang-orang yang dipumpinnya untuk mencapai tujuan organisasi khususnya di UKM Café dan restoran (Anugrah & Suhaeni, 2017).

Perkembangan Usaha Kecil, dan Menengah (UKM) di Kota Bandung menggambarkan dinamika ekonomi lokal yang kaya akan kreativitas, inovasi, dan dukungan dari berbagai pihak. Berikut adalah beberapa faktor yang mempengaruhi perkembangan UKM di Kota Bandung, memiliki infrastruktur yang mendukung pertumbuhan UKM, seperti jaringan transportasi yang baik, aksesibilitas terhadap pasar regional dan nasional, serta keberadaan pusat-pusat perdagangan tradisional dan modern (Bernik, M., Indika, D. R., & Dewi, R. K. 2019).

Bandung dikenal sebagai kota yang kreatif dan inovatif, dengan banyaknya pelaku UKM yang aktif dalam industri kreatif, seperti fashion, desain grafis, kuliner, seni, dan teknologi. Inovasi dalam produk dan layanan menjadi daya tarik utama UMKM di kota ini, Kehadiran universitas-universitas ternama di Bandung, seperti ITB, UNPAD, dan UNIKOM, memberikan dukungan intelektual dan sumber daya manusia yang berkualitas bagi pengusaha UKM. Program-program inkubasi dan pelatihan kewirausahaan juga aktif dijalankan untuk memfasilitasi pertumbuhan UKM (Atika et al,2015)

Pemerintah Kota Bandung aktif dalam memberikan dukungan kebijakan, insentif, dan fasilitas bagi UKM, seperti pelatihan kewirausahaan, pemetaan potensi pasar, bantuan teknis, dan peningkatan akses terhadap sumber daya, dan memiliki komunitas-komunitas kewirausahaan yang aktif, baik dalam bentuk komunitas online maupun offline, yang memberikan dukungan sosial, jaringan, dan pertukaran informasi antarpengusaha. Hal ini memfasilitasi kolaborasi dan pertumbuhan bersama antara UKM di berbagai sector (Jazuli, 2019).

Kota Bandung identik dengan berbagai macam kuliner terutama mencari café yang mempunyai ciri khas yang unik, perkembangan café sekarang ini semakin berkembang dan pesat terutama di Kota Bandung, banyak café dengan berbagai macam konsep atau ide-ide yang ditawarkan untuk pelanggan, baik dari kalangan muda maupun orang tua, semakin banyaknya pesaing bisnis para pelaku usaha di Bandung mencari kesempatan dan menjalankan kegiatan usahanya dengan menjalankan sebuah usaha Café di Bandung, dengan adanya persaingan yang ketat antar café merupakan tantangan tersendiri bagi para pelaku usaha café di Bandung. Dibawah ini ada sebuah tabel data Café yang ada di Dago Bandung.

Tabel 1.2 Data Café di Dago Bandung

No	Nama Café/Resto	Alamat Café/Resto
1	Caffe Bene Dago	Jl. Ir. H. Juanda No.155, Lb. Siliwangi, Kecamatan Coblong, Kota Bandung
2	cikopi di cisitu	Jl. Cisitu Baru No.23, Dago, Kecamatan Coblong, Kota Bandung
3	Syura Coffee	Jl. Ir. H. Juanda No.278, Dago, Kecamatan Coblong, Kota Bandung
4	Bright Cafe	Jl. Ir. H. Juanda No.139, Lb. Siliwangi, Kecamatan Coblong, Kota Bandung
5	KOMA Fine Coffee	Jl. Siliwangi No.8, Dago, Kecamatan Coblong, Kota Bandung

No	Nama Café/Resto	Alamat Café/Resto
6	Linkco Coffe vol3 dago130	Jl.Ir. H Juanda Lebakgede, Kecamatan Coblong, Kota Bandung
7	Buttercup Bakery and Café	Jl. Ir. H. Juanda No.46, Citarum, Kec. Bandung Wetan, Kota Bandung
8	Koffie Prabu	Jl. Ir. H. Juanda No.343, Dago, Kecamatan Coblong, Kota Bandung
9	Eiger Coffee	Jl. Ir. H. Juanda No.88, Lebakgede, Kecamatan Coblong, Kota Bandung
10	Lo.Ka.Si Coffee & Space	Jl. Ir. H. Juanda No.92, Lebakgede, Kecamatan Coblong, Kota Bandung
11	Grind Joe Coffee	Jl. Ir. H. Juanda No.69, Tamansari, Kec. Bandung Wetan, Kota Bandung
12	Bomboo shack cafe	Jl. Ir. H. Juanda No.462D, Dago, Kecamatan Coblong, Kota Bandung
13	Eatboss Café	Jl. Ir.H.Djuanda No.72, Bandung
14	Kaikara Koffie	Jl. Ir. H. Juanda No.314B, Dago, Kecamatan Coblong, Kota Bandung
15	Garden Café	Jl. Cisitu 179-A, Dago, Coblong
16	Congo Gallery & Café	Jl. Ranca Kendal luhur No.8, Dago
17	Gedogan Dago	Jl. Ir. H. Juanda No.462D, Dago, Kecamatan Coblong, Kota Bandung
18	Cokotetra	Jl. Ir. H Juanda No. 322
19	Dago Roof Garden Café	Jl. Ir. H Juanda No.384
20	North Dago Cafe	The Jayakarta Hotel, Jl. Ir. H Juanda No.381A
21	Roger's Cafe & Lounge	Jl. Ir. H. Juanda No.97, Lb. Siliwangi, Kecamatan Coblong, Kota Bandung
22	Choosy Coffee	Jl. Ir. H. Juanda No.391, Dago, Kecamatan Coblong, Kota Bandung
23	Kupi Atjeh	Jl. Dipati Ukur No.197, Lebakgede, Kecamatan Coblong, Kota Bandung
24	Kyomi Coffee	Jl. Ir. H Juanda No.420, Dago
25	Syura Coffee	Jl. Ir. H Juanda No.278, Dago
26	Kopi Bakar 386	Jl. Ir. H Juanda No.386, Dago
27	Art Café and Resto	Jl. Ir. H Juanda No.254, Sekeloa, Coblong
28	Cai herang Cafe	Jl Ir H juanda No. 542, dago, bandung
29	Sans Co.	Jl. Ir. H. Juanda No.347, RT.05/RW05, Dago, Kecamatan Coblong, Kota Bandung
30	Cats and Ice Cream	Jl. Kanayakan No.13, Dago
31	Erla's Mexican Café	Jl. Dago pojok No.3, Dago
32	Café Bene Dago	Jl. Ir. H Juanda No.155, Dago
33	Demitasse	Jl. Ir. H. Juanda No.414a, Dago, Kecamatan Coblong, Kota Bandung
34	Kopi Dago Pakar	Jl. Pakar kulon No. 112, Ciburial, Cimenyan
35	Caffe Bene Dago	Jl. Ir. H. Juanda No.155, Lb. Siliwangi Kecamatan Coblong
36	Sidewalk Coffee Dago	Jl. Ir. H. Juanda No.53, Tamansari, Kec. Bandung Wetan, Kota Bandung
37	café dago 109	Jl. Ir. H. Juanda No.109 dago
38	Cokotetra	Jl. Ir. H. Juanda No.322 dago
39	Kyomi Coffee	Jl. Ir. H. Juanda No.420, Dago, Coblong, Bandung City

No	Nama Café/Resto	Alamat Café/Resto
40	Dago Bakery	Ir. H.Djuanda No.497a, Dago, Coblong, Ciburial, Kec.Cimenyan, Kota Bandung
41	Syura Coffee	Jl. Ir. H. Juanda No.278, Dago, Kecamatan Coblong, Kota Bandung
42	Kopi Seru Dago	Jl. Ir. H. Juanda No.185, Dago, Kecamatan Coblong, Kota Bandung
43	Dago Terrace Resto & Café	Jl. Ir. H. Juanda No.139-A, Lebakgede, Kecamatan Coblong, Kota Bandung
44	Silk Coffee Roastery	Jl. Ir. H. Juanda No.392, Dago, Kecamatan Coblong, Kota Bandung
45	Moka Coffee	Jl. Ir. H. Juanda No.176, Lb. Siliwangi, Kecamatan Coblong, Kota Bandung
46	Sbatang Cofe	Jl Siliwangi no.24 Dago Bandung
47	Coffee Tenang	Jl Ir H Djuanda no. 234 dago bandung
48	Alfago Cafe	Jl Cisitu lama No 124 Coblong Bandung
49	Cassap Coffee	Jl Cisitu Baru No 52 Dago bandung

Berdasarkan tabel 1.2 diatas membuktikan bahwa tren café juga terjadi dikota Bandung, banyak café sekarang ini dapat dengan mudah ditemui di kota Bandung, dengan banyaknya jumlah café membuat persaingan yang semakin meningkat terutama Café di sepanjang Jl Ir H Djuanda Dago Bandung ini.

Salah satu usaha Café atau Resto yang cukup menarik dan berada di Kota Bandung adalah Sans Co Café yang berada tepat di Dago Kota Bandung, Café ini salah satu yang menghadirkan suasana yang sejuk ditengah-tengah Kota Bandung karena masih banyak pohon disekeliling daerah tempat café tersebut, selain menyajikan suasana yang nyaman terdapat juga area working space dimana semua orang bisa merasakannya.

Usaha Kecil Menengah (UKM) memegang peranan krusial dalam perekonomian Indonesia, termasuk di Kota Bandung. Di kawasan Dago, Kota Bandung, UKM menjadi pilar penting yang mendukung pertumbuhan ekonomi lokal melalui penciptaan lapangan kerja, peningkatan pendapatan masyarakat, dan

kontribusi terhadap produk domestik bruto (PDB). Meskipun memiliki potensi yang besar, UKM di kawasan ini menghadapi berbagai tantangan yang menghambat perkembangan mereka. Tantangan-tantangan tersebut meliputi keterbatasan akses ke modal finansial, keterampilan manajerial, dan jaringan bisnis (Cumala, 2021).

Modal Psikologi juga memainkan peran penting dalam kesuksesan UKM, modal psikologi mencakup aspek-aspek seperti kepercayaan diri, ketahanan mental, dan optimisme yang diperlukan oleh para wirausahawan untuk mengatasi tantangan dan mencapai tujuan bisnis mereka, modal psikologi yang kuat memungkinkan para pelaku UKM untuk tetap termotivasi dan tangguh dalam menghadapi berbagai rintangan (Thousani & Afgani, 2023).

Sikap orientasi kewirausahaan, yang mencakup inovasi, proaktivitas, dan keberanian mengambil risiko, merupakan faktor kunci yang memediasi pengaruh modal sosial terhadap modal psikologi. Orientasi kewirausahaan yang kuat dapat membantu UKM untuk lebih efektif dalam memanfaatkan modal sosial untuk meningkatkan modal psikologi mereka. Dengan demikian, sikap orientasi kewirausahaan berfungsi sebagai penggerak yang menghubungkan modal sosial dan psikologi, dan pada akhirnya meningkatkan kinerja bisnis UKM (Dewantoro & Ellitan, 2022).

Berwirausaha memiliki potensi untuk menekan laju pengangguran karena kebutuhan akan tenaga kerja baru, di sisi lain angkatan kerja yang termasuk dalam kelompok pengangguran sebenarnya memiliki kemampuan untuk menciptakan lapangan pekerjaan sendiri melalui kewirausahaan, wirausaha dapat berfungsi

sebagai solusi dan peluang besar untuk mengatasi masalah kesempatan kerja, menciptakan peluang baru untuk bersaing, dan menghasilkan inovasi melalui bisnis yang dikemas dalam platform e-commerce (Aku, 2015).

Adapun Modal psikologi adalah suatu hal yang wajib dimiliki setiap individu sebab variabel ini akan sangat menunjang kehidupan manusia dalam bersosial. Keutamaan dari modal psikologis ialah hal-hal positif yang dapat membuat diri manusia hidup dalam rasa percaya diri dan kenyamanan. Maka dari itu untuk lebih bisa mendalami modal psikologi ini sehingga para UKM dapat melakukannya dengan baik dan akan menghasilkan generasi yang mempunyai jiwa UKM yang handal (Supriadi et al., 2022).

Konsep psikologi positif selalu menjadi fokus penelitian dan teori tokoh psikologi, psikologi positif juga dikenal sebagai tindakan positif organisasi (POB), telah menjadi konsep yang lebih umum digunakan dalam manajemen sumber daya manusia dalam organisasi. POB didefinisikan sebagai studi dan penerapan kekuatan dan kemampuan psikologis yang positif yang dimiliki sumber daya manusia yang dapat diukur, dikembangkan, dan dikelola dengan cara yang dapat meningkatkan kinerja organisasi. Menurut definisi tersebut, konsep psikologi positif memiliki empat komponen: harapan (harapan), ketabahan (ketabahan), optimism (optimisme), dan self-efficacy (keyakinan akan kemampuan diri sendiri). Semua komponen ini digabungkan untuk membentuk konsep yang disebut modal psikologi (Wijayanti. S.F.S, 2019).

Orientasi kewirausahaan bertujuan untuk mengukur sejauh mana individu memiliki sikap, perilaku, dan atribut yang mendukung kewirausahaan. Variabel ini seringkali mencakup indikator seperti inovasi, proaktivitas, dan pengambilan risiko. Untuk mendukung fenomena yang terjadi pada karyawan Café di Jl Ir H Djuanda, penulis melakukan survei dengan menyebarkan kuesioner awal kepada 30 karyawan dan responden. Hasil survei dapat dilihat pada table berikut:

Tabel 1.3 Survey Awal Orientasi Kewirausahaan

No	Pertanyaan	Hasil Kuisoner Awal			
		Ya		Tidak	
1	Apakah Anda tertarik untuk mendorong karyawan untuk berpikir kreatif dan menghasilkan ide-ide inovatif.? (Inovasi)	22	74%	8	26%
2	Apakah Anda memiliki Keputusan mengambil risiko besar dalam mengejar peluang yang berpotensi menguntungkan? (Berani mengambil Resiko)	21	70%	9	30%
3	Apakah Anda diberi kebebasan untuk mengeksplorasi dan mengimplementasikan ide sendiri.? (Proaktif)	8	26%	22	74%

Sumber: Hasil Survei Awal Peneliti, (2024)

Berdasarkan Tabel 1.3 Hasil Survey Awal mengenai variabel Modal Sosial terdapat permasalahan pada karyawan Café di Jl Ir H Djuanda Dago Bandung menunjukkan bahwa permasalahan terdapat pada pertanyaan “Apakah Anda diberi kebebasan untuk mengeksplorasi dan mengimplementasikan ide sendiri” dengan jumlah responden yang menjawab tidak sebanyak 19 (63,3%) dan sebagian yang menjawab ya sebanyak 11 (36,7%) kepada 30 responden karyawan Café di Jl Ir H Djuanda Dago Bandung. Jika mengacu kepada penjelasan penelitian terdahulu yang telah dijelaskan oleh peneliti sebelumnya untuk mencapai orientasi kewirausahaan itu bisa dikarenakan oleh karyawan nya sehingga tidak berpatok ke pada pemilik nya.

Melihat hal ini peneliti tertarik untuk mengetahui lebih dalam bagaimana Niat Kewirausahaan yang berada didalam karyawan Café di Jl Ir H Djuanda Dago Bandung, seperti berikut:

Tabel 1.4 Survey Awal Niat Kewirausahaan

No	Pertanyaan	Hasil Kuisioner Awal			
		Ya		Tidak	
1	Apakah Anda merasa bahwa berwirausaha adalah pilihan karier yang menarik? (Sikap)	24	80%	6	20%
2	Apakah Anda merasa mendapat dorongan dari lingkungan social untuk berwirausaha? (Norma Subjektif)	9	30%	21	70%
3	Apakah Anda yakin bahwa memiliki keterampilan untuk memulai dan menjalankan bisnis? (Persepsi Kontrol Perilaku)	18	60%	12	40%

Sumber: Hasil Survei Awal Peneliti, 2024

Berdasarkan Tabel 1.4 Hasil Survey Awal mengenai variabel Niat Kewirausahaan terdapat permasalahan pada Karyawan Café di Jl Ir H Djuanda Dago Bandung menunjukkan bahwa permasalahan terdapat pada pertanyaan “Apakah Anda merasa mendapat dorongan dari lingkungan social untuk berwirausaha” dengan jumlah responden yang menjawab tidak sebanyak 21 (70%) dan sebagian yang menjawab ya sebanyak 9 (30%) kepada 30 responden karyawan Café di Jl Ir H Djuanda Dago Bandung, karena kebanyakan pemilik tersebut tidak banyak menggunakan teori maupun edukasi yang mendukung mereka menjadi pengusaha sendiri yang akan berjalan secara langsung.

Melihat hal ini peneliti tertarik untuk mengetahui lebih dalam bagaimana Modal Psikologi pada Karyawan Café di Jl Ir H Djuanda Dago Bandung, seperti berikut:

Tabel 1.5 Survey Awal Modal Psikologi

No	Pertanyaan	Hasil Kuisioner Awal			
		Ya		Tidak	
1	Apakah Anda bisa menyelesaikan tugas sulit ditempat kerja? (Efikasi Diri)	24	80%	6	20%
2	Apakah Anda dapat mengukur tingkat harapan positif terhadap hasil yang diinginkan? (Optimisme)	9	30%	21	70%
3	Apakah Anda efektif dalam mengatasi situasi yang menimbulkan kecemasan atau ketidakpastian? (Ketahanan)	18	60%	12	40%
4	Apakah Anda yakin dengan kemampuan dan potensi diri sendiri? (Keyakinan diri)	27	90%	3	10%

Sumber: Hasil Survey Awal Peneliti, 2024

Berdasarkan Tabel 1.5 Hasil Survey Awal mengenai variabel Modal Psikologi terdapat permasalahan pada Karyawan Café di Jl Ir H Djuanda Dago Bandung menunjukkan bahwa permasalahan terdapat pada pertanyaan “Apakah Anda dapat mengukur tingkat harapan positif terhadap hasil yang diinginkan” dengan jumlah responden yang menjawab tidak sebanyak 22 (74%) dan sebagian yang menjawab ya sebanyak 8 (26%) kepada 30 responden karyawan Café di Jl Ir H Djuanda Dago Bandung. Namun, penting untuk diingat bahwa pengetahuan dan kemampuan dapat diperoleh seiring waktu, ini dapat dicapai dengan menggunakan berbagai sumber daya yang tersedia, seperti kursus online, buku, seminar, mentorship, dan pengalaman langsung. Untuk menjadi lebih percaya diri saat memulai perjalanan berwirausaha, jangan ragu untuk terus belajar dan mengembangkan diri.

Berdasarkan hasil survey awal diatas menunjukkan bahwa terdapat fenomena dimana para karyawan pada Café di Jl Ir H djuanda ini mengalami kesulitan dalam menghadapi tantangan, beberapa tantangan yang harus dihadapi berupa

ketidakmampuan sebagian orang yang ada didalam organisasi untuk ketertarikan dalam menjalankan usaha atau bisnis sendiri, dan tidak merasa memiliki keterampilan maupun pengetahuan dalam berwirausahanya.

Berdasarkan latar belakang tersebut penulis tertarik untuk membuat penelitian yang berjudul **“Pengaruh Orientasi Kewirausahaan terhadap Niat Kewirausahaan melalui Modal Psikologi Studi Kasus pada Café di Jl Ir H Djuanda Dago Bandung”**.

1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah

1.2.1 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang permasalahan diatas terdapat fenomena yang terjadi pada UMKM dikawasan Dago Kota Bandung yang terkait antara lain:

1. Dalam variable Orientasi Kewirausahaan sebagian besar Karyawan Café di Jl Ir H Djuanda Dago Bandung masih kurangnya pemahaman tentang apa itu orientasi kewirausahaan.
2. Dalam variable Niat Kewirausahaan sebagian besar Karyawan Café di Jl Ir H Djuanda Dago Bandung masih belum siap untuk membangun bisnis baru sendiri karena tidak ada dukungan dan motivasi.
3. Dalam variable Modal Psikologi sebagian besar Karyawan Café di Jl Ir H Djuanda Dago Bandung masih belum ada tingkat kepercayaan diri untuk memulai bisnis baru.

1.2.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah maka ditentukan perumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana tanggapan responden mengenai Orientasi Kewirausahaan, Niat Kewirausahaan dan Modal Psikologi pada Café di Jl Ir H Djuanda Dago Bandung?
2. Seberapa besar pengaruh Orientasi Kewirausahaan terhadap Niat Kewirausahaan melalui Modal Psikologi pada Café di Jl Ir H Djuanda Dago Bandung?
3. Seberapa besar pengaruh Orientasi Kewirausahaan terhadap Modal Psikologi pada Café di Jl Ir H Djuanda Dago Bandung?
4. Seberapa besar pengaruh Modal Psikologi terhadap Niat Kewirausahaan pada Café di Jl Ir H Djuanda Dago Bandung?
5. Seberapa besar pengaruh Orientasi Kewirausahaan terhadap Niat Kewirausahaan melalui Modal Psikologi pada Café di Jl Ir H Djuanda Dago Bandung baik secara simultan maupun secara parsial?

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.1 Maksud Penelitian

Maksud dari penelitian ini penulis ingin mengumpulkan data dan berbagai informasi yang terkait dengan “Pengaruh Orientasi Kewirausahaan terhadap Niat Kewirausahaan melalui Modal Psikologi pada Café di Jl Ir H Djuanda Dago Bandung” serta penulis dapat menerapkan ilmu yang didapat selama melakukan penelitian ini.

1.3.2 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui tanggapan responden mengenai Orientasi Kewirausahaan, Niat Kewirausahaan, dan Modal Psikologi pada Café di Jl Ir H Djuanda Dago Bandung.
2. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Orientasi Kewirausahaan terhadap Niat Kewirausahaan pada Café di Jl Ir H Djuanda Dago Bandung.
3. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Orientasi Kewirausahaan terhadap Modal Psikologi pada Café di Jl Ir H Djuanda Dago Bandung.
4. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Modal Psikologi terhadap Niat Kewirausahaan pada Café di Jl Ir H Djuanda Dago Bandung.
5. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Orientasi Kewirausahaan terhadap Niat Kewirausahaan melalui Modal Psikologi pada Café di Jl Ir H Djuanda Dago Bandung baik secara simultan maupun secara parsial.

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaan Praktis

1. Bagi perusahaan

Dengan penelitian ini di harapkan dapat membantu untuk menilai seberapa besar pengaruh Orientasi Kewirausahaan terhadap Niat Kewirausahaan melalui Modal Psikologi dan dapat membantu pelaku usaha dan karyawan untuk meningkatkan kinerja usahanya.

2. Bagi pihak terkait

Dengan penelitian ini dapat untuk membantu menambah wawasan tentang penelitian ini dimana pihak terkaitpun dapat mengetahui seberapa besar pengaruh Orientasi Kewirausahaan terhadap Niat Kewirausahaan melalui Modal Psikologi pada Café di Jl Ir H Djuanda Dago Bandung.

1.4.2 Kegunaan Akademis

1. Bagi pihak lain

Memberikan referensi untuk pihak lain dimana dapat untuk kembali mengembangkan hasil yang telah di dapatkan karena setiap perusahaan yang berbeda akan memperoleh hasil yang berbeda pula.

2. Bagi diri sendiri

Menambah wawasan untuk penulis, dimana menunjukkan bahwa sebuah teori yang diberikan dapat berbeda dengan hasil yang di peroleh di lapangan, penulis juga memaksimalkan penelitian ini sesuai dengan apa yang diinginkan oleh para pembacanya.

1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian

1.5.1 Lokasi Penelitian

Untuk memperoleh data dan informasi yang berkaitan dengan masalah yang diteliti maka penulis melakukan penelitian pada Karyawan Café di Jl Ir H Djuanda Dago Bandung yang bisa juga disebut dengan yang layak diteliti sesuai data yang ada di jurnal sebelumnya sehingga dapat memahami apa yang dapat di sampaikan oleh yang lainnya.

