

BAB V

PENUTUP

5.1. Pembahasan Hasil Penelitian

Pemilik *Coffee Shop* yang harus menghadapi tantangan-tantangan yang ada perlu memiliki modal psikologis yang kuat agar dapat menghadapi masalah tersebut dengan baik. Salah satu hal psikologis yang diperlukan seorang pemilik *Coffee Shop* dalam menghadapi masalah tersebut ialah resiliensi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana gambaran resiliensi pada *entrepreneur* milenial yang memutuskan membuka usaha *Coffee Shop*.

Resiliensi merupakan kemampuan psikologis yang harus dimiliki dari pemilik *Coffee Shop* agar ketika menghadapi masalah, dirinya tidak terpuruk, namun malah dapat bangkit dari masalah tersebut. Menurut Shatte & Reivich (2002) resiliensi adalah kemampuan seseorang untuk mengatasi trauma atau kejadian yang tidak menyenangkan. Secara umum menurut Shatte dan Reivich (2002), terdapat empat fungsi dari resiliensi pada individu, yaitu : (1) Resiliensi berfungsi menghindarkan individu dari dampak-dampak negatif, setelah muncul suatu permasalahan. Resiliensi dapat membantu individu melihat suatu masalah menjadi lebih positif, (2) Resiliensi juga membantu individu untuk dapat menggunakan kemampuan dirinya secara maksimal guna menyelesaikan masalah yang ada, (3) Resiliensi berfungsi untuk dapat mengembalikan individu ke kondisi awalnya dengan cepat setelah dihadapi suatu masalah, (4) terakhir fungsi lain dari resiliensi adalah agar dapat membuat individu melihat makna positif dibalik permasalahan yang ia hadapi.

Reivich dan Shatte (2002) mengatakan bahwa terdapat 7 dimensi yang mencakup resiliensi. Ketujuh aspek tersebut ialah: *Emotion regulation*,

Impulse control, Optimism, Causal analysis, Self-efficacy, dan Reaching out. Gambaran dari ketujuh dimensi inilah yang nantinya akan peneliti cari dalam hasil wawancara dengan ketiga informan. Dimensi pertama yaitu kontrol emosi, kontrol emosi merupakan suatu kemampuan untuk dapat tetap tenang meskipun sedang dalam tekanan. Individu yang memiliki kontrol emosi yang bagus, dapat mengendalikan emosinya dengan baik meskipun sedang dalam kondisi tertekan.

Dalam hasil wawancara dengan ketiga informan terlihat bahwa mereka memiliki kontrol emosi yang baik, meskipun dengan tantangan mereka sendiri-sendiri. Pada informan S terlihat tantangan yang ia hadapi ialah kondisi tidak *mood*, cara ia melawan emosi negatif tersebut yaitu dengan mempersuasif dirinya agar meskipun sedang tidak *mood* ia tetap harus bekerja. Kemudian pada informan G kontrol emosi juga terlihat ketika ia merasa bosan dan capek. Cara informan G mengontrol emosi negatif tersebut ialah dengan melihat kembali ke barista-baristanya, dan terkadang dia mengembalikan mood negatif yang ada dengan cara bermain terlebih dahulu dengan anaknya sebelum kembali bekerja di *Coffee Shopnya*. Selanjutnya pada informan R, kontrol emosi yang ia miliki ialah ketika ia menyerah terhadap bisnis *Coffee Shopnya* ia dapat menjadi tenang sejenak, dan mengingat pesan-pesan yang pernah disampaikan oleh dosennya dahulu, dan kembali memotivasi dirinya menghadapi tantangan yang ada.

Dalam hal ini terlihat bagaimana peran kontrol emosi pada jalannya bisnis. Tidak mungkin seorang individu terjebak dalam emosi negatifnya terus menerus sepanjang jalannya bisnis tersebut. Sejalan dengan hal tersebut, dalam penelitian yang dilakukan oleh Robin De Cock, Lien Denoo, dan Bart Clarysse, pada tahun 2019 dengan judul "*surviving the emotional rollercoaster called entrepreneurship: the role of emotion regulation*". Mengungkapkan bahwa dalam berjalannya bisnis, seorang pengusaha diuji

emosinya seperti halnya *rollercoaster*. Dalam hal ini terungkap bahwa pengusaha harus sadar mengenai emosi yang ia rasakan, yang kemudian harus dapat terbiasa mengatur emosi tersebut. Pengendalian emosi yang baik dapat memiliki dampak yang signifikan terhadap kelangsungan bisnis tersebut.

Selanjutnya pada aspek kedua terdapat *impulse control*, atau dalam penelitian ini disebut peneliti sebagai produktif. Seorang pengusaha atau pemilik usaha harus dapat mengontrol sifat tidak produktifnya agar selalu dapat produktif, demi berjalannya bisnis tersebut. Aspek ini terlihat di ketiga informan penelitian, meskipun dengan tantangannya masing-masing. Informan S memiliki masalah dalam produktivitas ketika ia sedang bosan atau tidak mood, hal ini berdampak pada pekerjaannya yang terkadang ia tinggalkan. Namun hal ini tidak berlaku ketika ia memiliki tugas untuk *roasting*. Ia secara perlahan untuk menggerakkan badannya agar dapat melawan rasa tidak mood dan bosan tersebut, guna mengerjakan pekerjaannya. Informan G juga mengalami hal yang hampir sama, G yang harus kembali ke *Coffee Shop* se usai pulang kerja, terkadang merasa capek. Dalam hal ini G akan tetap kembali bekerja di *Coffee Shop* miliknya, setelah ia beristirahat sejenak. Selanjutnya pada informan R, ia mengaku tidak pernah merasa malas bekerja. Hal ini karena ia tetap memotivasi dirinya untuk bekerja, demi anak dan cucunya kelak.

Menjadi tetap produktif dan melawan rasa malas juga menjadi salah satu komponen dalam menjalankan bisnis. Tidak mungkin bisnis dapat berjalan dengan baik, jika pemilik bisnis tersebut memilih untuk malas-malasan setiap hari. Hampir sama dengan *impulse control*, dalam penelitian yang dilakukan oleh Marco Van Gelderen, Teemu Kautonen, dan Matthias Fink, pada tahun 2015 dengan judul “*From Entrepreneurial intentions to actions: self-control and action related doubt, fear, and aversion*”.

Didapatkan hasil bahwa orang dengan kontrol diri yang rendah, maka juga berkorelasi dengan niat dalam usaha yang rendah. Sebaliknya semakin baik orang dapat mengontrol diri, maka semakin baik pula niatnya dalam menjalankan usaha tersebut.

Aspek ketiga yang juga terlihat di ketiga informan yaitu sikap optimis. Sikap optimis adalah suatu sikap dimana individu percaya terhadap kemampuan-kemampuan individu dalam menghadapi tantang yang ada. Dalam hal ini, semua informan penelitian memiliki sikap optimis di sisinya masing-masing. Informan S yang mampu mempelajari hal-hal baru yang menunjang bisnisnya. Informan G yang juga yakin dapat mengatasi masalah persaingan yang ada, dengan cara tetap berinovasi. Informan R yang juga merasa yakin dapat mengatasi masalah persaingan yang ada, dengan cara meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan. Dari ketiga informan, terlihat bahwa semua memiliki keyakinan sendiri terhadap usaha yang ia bangun.

Memiliki sifat optimis dalam menghadapi tantangan yang ada nampaknya hal yang penting dimiliki oleh setiap individu dalam menjalankan bisnis. Seperti halnya penelitian yang dilakukan oleh Francesco Roccio, Andrea Gheno dan Chris Brooks, pada tahun 2019, dengan judul "*Optimism, volatility, and decision-making in stock markets*". Menemukan bahwa sikap optimis sangatlah berpengaruh dalam individu karena sikap optimis akan berpengaruh dengan harapan seorang individu dalam menghadapi suatu resiko. Dalam hal ini jika dikaitkan dengan fenomena *Coffee Shop*, maka sikap optimis berperan penting ketika menghadapi masalah yang ada, karena akan mempengaruhi pandangannya terhadap usahanya.

Aspek keempat yaitu analisa sebab akibat. Aspek ini juga terlihat di ketiga informan penelitian, meskipun dengan keunikannya masing-masing.

Ketiga informan sama-sama akan mencari penyebab dari suatu masalah, dan mengetahui jalan keluar dari masalah yang ia hadapi. Informan S yang memiliki masalah ketika pasarnya tidak mengetahui metode *manual brew*, ia pun mencari cara untuk menjelaskan ke pasarnya mengenai produk itu. S pun sering menyeduh kopi *manual brew*, sambil menjelaskan ke konsumennya yang bertanya, dan kemudian mengajaknya ngopi bersama agar konsumen tersebut mengetahui produk tersebut. Selanjutnya pada informan G, ia pun memiliki masalah ketika menghadapi persaingan yang baginya cukup keras. Menghadapi persaingan itu, ia memutuskan untuk mengikuti trend yang ada, namun tetap menonjolkan sisi khas *Coffee Shopnya*, dan hal ini terbukti berhasil di menu tertentu. Kemudian pada informan R, salah satu bentuk analisa sebab akibat yang ia lakukan ialah ketika ia merasa ketika awal buka sepi. Ketika itu ia mengatasi hal tersebut dengan mengundang teman-temannya, dan melakukan promosi mulut ke mulut guna meramaikan *Coffee Shopnya*.

Pemikiran yang logis, dan beralasan agar mengetahui penyebab suatu persoalan, dan tidak terjebak lagi di persoalan itu menjadi hal penting dari pemilik usaha. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Daniel A. Lerner, Richard A. Hunt, dan Dimo Dimov pada tahun 2018, dengan judul "*Action! Moving beyond the intendedly-rational logics of entrepreneurship*". Didapatkan hasil bahwa semua tindakan dari pengusaha harus beralasan, dan tindakan tersebut diawali dari bermacam-macam pemikiran logis dan penalaran dalam mencari alasan dari suatu hal. Dalam penelitian ini juga menyebutkan merupakan hal yang tidak mungkin jika semua perilaku pengusaha dilakukan secara spontan tanpa melibatkan pemikiran yang logis, dan rasional.

Aspek kelima yaitu *self-efficacy*, juga terlihat di ketiga informan. Pada informan S ketika ia merasa yakin bahwa bisnisnya tidak akan tutup dalam 2

tahun kedepan. Selanjutnya pada informan G terlihat *self-efficacy*-nya mengalami penurunan. Menurutnya saat ini ia lebih tidak percaya dengan kemampuannya dalam menjalankan bisnisnya, dan lebih merasa percaya diri ketika dulu ketika awal buka. Kemudian pada informan R ketika ia merasa yakin terhadap kemampuannya dalam menjalankan bisnisnya.

Self-efficacy menjadi salah satu dimensi dalam resiliensi yang juga berperan penting dalam bertahannya usaha seseorang. Menurut Dan K. Hsu, dkk (2018), dengan judul penelitian “*I know i can, but i don't fit: perceived fit, self-efficacy, and entrepreneurial intention*”. Ditemukan hal bahwa *self-efficacy* berperan penting diawal berjalannya bisnis. Didalam penelitian itu pula ditemukan bahwa *self-efficacy* menjadi prediktor penting dari niat seorang pengusaha dalam membangun usahanya.

Selanjutnya aspek ke enam yaitu pemaknaan dari suatu masalah. Dari aspek ini, ketiga informan memenuhi aspek tersebut meskipun dengan pemaknaan yang cukup beragam. Dalam mengkaji aspek ini peneliti melihat cara informan memandang masalah dengan teori *positivity* yang dikemukakan oleh Barbara Fredrickson. *Positivity* ialah cara pandang yang memfokuskan kepada hal yang positif dari tidak melihat adanya suatu masalah. Dampak dari cara pandang *positivity* ini ialah informan tidak perlu merasa jatuh terlebih dahulu untuk bangkit, karena informan tidak memandang adanya hal negatif. Seperti halnya informan S yang melihat masalah yang ada dalam bisnisnya sebagai tantangan untuk mempertahankan bisnis kopinya. Selanjutnya pada informan G yang melihat masalah persaingan sebagai suatu cara untuk dirinya tetap berinovasi untuk mengembangkan bisnis kopinya. Kemudian di informan R yang melihat masalah ketika awal membuka bisnis *Coffee Shop* sebagai proses yang harus dilalui untuk kesuksesan bisnisnya.

Hal ini juga sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Revich, dan Shatte (2002), dimana salah satu fungsi resiliensi adalah pemberian makna positif dari informan terhadap masalah yang ia hadapi. Dari hal ini juga terlihat bahwa ketiga informan telah merasakan salah satu dampak dari resiliensi, yaitu dapat memaknai secara positif permasalahan yang ia alami.

Selanjutnya terdapat salah satu aspek yang menjadi temuan dari peneliti dalam penelitian ini, aspek tersebut ialah konsistensi dari ketertarikan. Setelah melakukan serangkaian proses wawancara dan analisa data, peneliti melihat konsistensi dari ketertarikan merupakan salah satu hal yang membuat informan terikat dan tetap didalam bisnisnya. Secara sederhana Duckworth, Peterson, Matthews, dan Kelly (2007) menjelaskan konsistensi minat adalah suatu kemampuan untuk dapat mempertahankan minat individu pada satu tujuan. Individu yang memiliki konsistensi minat, akan lebih fokus dengan minat yang ia tentukan beserta dengan tujuannya, dan tidak akan mudah teralihkan.

Konsistensi dari ketertarikan terlihat jelas di informan G dan R, namun tidak terlihat menonjol di subjek S. Hal ini dikarenakan informan G dan R, sama-sama tertarik di dunia kopi, dan sebelumnya memang sudah berkecimpung di dunia barista. Bahkan informan G dan R terang-terang menyebutkan jika mereka memiliki passion di kopi. Sebaliknya informan S tidak memiliki ketertarikan di kopi, namun meskipun tidak tertarik pada akhirnya ia sempat penasaran dengan kopi, dan sempat jatuh cinta dengan kopi. Namun sayangnya rasa tertarik itu tidak bertahan lama, dan saat ini ia menjadi kembali merasa *flat* dengan kopi. Hal ini juga mungkin menjadi indikasi mengapa informan S kerap merasa bosan, dan kesulitan untuk melawan rasa bosan tersebut. Berbanding terbalik dengan informan G dan R yang meskipun bosan, mereka tetap tidak bisa melepaskan *Coffee Shop* miliknya.

Mendukung hal tersebut menurut penelitian yang dilakukan oleh Brandon A. Mueller, Marcus T. Wolfe, dan Imran Syed pada tahun 2017, dengan judul penelitian "*Passion and grit: an exploration of the pathways leading to venture success*". Pada penelitian tersebut didapatkan hasil jika dalam kewirausahaan tidak hanya diperlukan percikap pemicu tindakan, namun diperlukan sebuah energi abadi yang dapat menopang dan menyemangati pemilik usaha sepanjang jalan yang panjang, dan sulit. Sumber energi abadi tersebut ialah passion atau ketertarikan pengusaha itu sendiri, di bidang yang ia tekuni,

Pada penelitian ini tidak terungkap aspek empati di ketiga subjek. Meskipun begitu ketiga informan memiliki hubungan yang baik dengan sesamanya baik keluarga, sesama pemilik bisnis *Coffee Shop* lain, dan pegawai. Tidak diketahui mengapa aspek empati tidak terungkap di ketiga informan penelitian, namun secara sederhana ketiga informan penelitian tetap memikirkan aspek keluarga dan bisnisnya ketika harus mengambil keputusan yang sulit. Namun disisi lain peneliti menemukan hal baru di penelitian ini, bahwa religiusitas dan dukungan eksternal juga menjadi penentu dalam berjalannya bisnis. Religiusitas terlihat perannya sebagai penguat dan pemberi gambaran positif terhadap bisnis yang sedang dilanda masalah.

Informan S yang secara terang-terangan mengungkapkan bahwa ia tidak memiliki agama, ia mengatakan bahwa dalam memecahkan masalah yang ada ia tidak melibatkan sisi agama, dan lebih menggunkan rasionalitas. Berbeda dengan informan G dan R yang memiliki agama, mereka melihat agama menjadi suatu cara untuk penguatan. Kedua informan tersebut merasa mendapat kekuatan yang tidak tau dari mana asalnya. Selain itu kedua informan juga merasa agama membuatnya dapat memandang positif masalah yang sedang dialami. Hal ini tentunya berkorelasi langsung terhadap pemaknaan masalah dari kedua informan tersebut.

Peran religiositas terhadap pengusaha juga sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Smith Brett B pada tahun 2018 dengan judul penelitian *why believe? The promise of research on the role of religion in entrepreneurial action*. Ditemukakan hasil bahwa agama dari pengusaha berdampak ke pengusaha tersebut terutama sebagai penenang ketika dirinya dalam masalah, dan juga sebagai jaminan bahwa adanya kekuatan di atasnya yang akan membantu. Kedua hal tersebut selanjutnya berperan di tiga situasi yaitu ketika hendak ingin mengetahui masalah dan solusi dari masalah. Selanjutnya juga berperan ketika dalam proses berjalannya bisnis agar dapat bertahan lama. Pada peran kedua ini agama menjadikan pengusaha tersebut percaya terhadap bisnisnya. Kemudian peran ketiga agama dalam bisnis ialah sebagai bahan pertimbangan pengambilan keputusan dalam bisnis.

Dukungan eksternal juga berperan penting di ketiga informan. Ketiga informan merasakan bagaimana dukungan eksternal baik secara instrumental maupun emosional, mendukung bertahannya bisnisnya. Seperti informan S, dan G yang pada awal buka tidak memiliki kemampuan di *manual brew* dan mereka belajar dari temannya mengenai *manual brew*. Proses belajar dengan temannya ini juga dikatakan sebagai dukungan eksternal disisi instrumental. Selanjutnya disisi informan R juga demikian, R awalnya tidak memiliki pengetahuan tentang bisnis, disini ia belajar dengan temannya yang sudah memiliki bisnis, dan dia mempelajari tentang perilaku konsumen Surabaya.

Hal ini sesuai dengan salah satu faktor dari resiliensi menurut Revich dan Shatte (2002) yaitu *I Have* dan *I can*. *I have* lebih menjelaskan bagaimana dukungan yang didapat dari individu berupa penerimaan dari keluarga dan orang terdekat. Selanjutnya *I can* lebih menjelaskan bagaimana individu memanfaatkan keadaan sosialnya untuk mempelajari suatu hal.

Penelitian gambaran resiliensi pada *entrepreneur* milenial yang memutuskan membuka usaha *Coffee Shop* ini penting dilakukan. Hal ini

tertujuan agar calon pengusaha *Coffee Shop* dapat mengetahui modal psikologis apa yang harus ia miliki dalam menghadapi dan mempertahankan bisnis *Coffee Shop*nya. Apa lagi trend membuka usaha *Coffee Shop* masih cukup menjamur di Indonesia saat ini, sehingga penelitian ini juga dapat dikatakan mengikuti perkembangan yang ada.

Individu yang memiliki resiliensi dalam dirinya terbukti mampu mempertahankan bisnisnya meskipun dilanda berbagai macam tantangan, baik tantangan individu maupun organisasi. Resiliensi tidak hanya membuat individu bangkit dari masalah yang ada, namun juga membuat individu tersebut dapat mengetahui jalan keluar dari masalah tersebut. Selain bangkit dan mengetahui jalan keluar yang tepat, resiliensi juga membentuk individu agar dapat memaknai masalah-masalah yang ada secara positif. Pemilik *Coffee Shop* yang tidak memiliki resiliensi, bisa saja terjebak di masalah yang ada, dan tidak dapat bangkit dari masalah tersebut, dan mengancam *Coffee Shop* yang ia bangun.

Temuan baru yang didapat peneliti dalam penelitian ini juga tidaklah kalah penting dalam proses berjalannya bisnis *Coffee Shop*. Konsistensi dari ketertarikan terbukti menjadi salah satu aspek terkuat dalam menjalankan bisnis *Coffee Shop*. Dua dari tiga informan penelitian mengalami konsistensi ketertarikan dengan kopi, dan hal itu membuatnya menjadi terikat, dan tidak mudah jenuh dengan bisnis yang dikelola.

Selain itu dimensi lain seperti kontrol emosi, dan dorongan untuk tetap produktif juga menjadi hal penting di pemilik *Coffee Shop*. Hal tersebut karena tidak mungkin usaha dapat berjalan jika individu tersebut bermalas-malasan dan tidak dapat mengontrol emosinya. Selanjutnya sikap optimis dan *self-efficacy* juga menjadi salah satu pendorong individu untuk tetap yakin dan percaya terhadap bisnis yang ia bangun, meskipun masalah-masalah tetap ada didepannya.

Oleh karena itu, peneliti menyimpulkan bahwa *entrepreneur* milenial yang ingin membuka bisnis *Coffee Shop* penting memiliki kemampuan resiliensi yang baik. Hal ini bertujuan agar mereka tetap dapat bertahan menghadapi tantangan yang ada, dan dapat bangkit ketika mengalami keterpurukan. Tidak hanya bangkit dan bertahan, resiliensi juga diharapkan dapat membuat pemilik *Coffee Shop* mampu memaknai masalah yang ada secara positif, guna kelangsungan bisnis.

5.2. Refleksi Penelitian

Penelitian yang peneliti lakukan ini melalui proses yang sangat panjang dan sulit. Peneliti dapat memetik pembelajaran dari proses yang panjang tersebut. Pembelajaran yang didapat meliputi peningkatan kemampuan peneliti baik secara *softskills* maupun *hardskills*. Selain pembelajaran, pengalaman juga menjadi suatu hal yang berharga yang peneliti dapatkan selama proses penelitian ini berlangsung.

Peneliti secara umum mendapatkan pembelajaran terutama dalam penelitian kualitatif. Peneliti yang pada awalnya sempat merasa bahwa penelitian kualitatif cukup mudah, sadar bahwa tidak semudah itu. Hal ini terlihat ketika awal proses wawancara, peneliti merasa kebingungan dengan cara aplikasi *microskills interview*. Selain itu peneliti juga dipaksa untuk bersikap profesional di penelitian ini, terutama dalam membangun hubungan dengan informan. Meskipun banyak kendala dengan informan, peneliti tetap harus profesional dan menghargai semua informan. Selain proses wawancara, peneliti juga belajar mengenai proses berpikir yang sistematis melalui analisa penelitian ini.

Peneliti juga mendapat pembelajaran di segi penambahan wawasan mengenai usaha *Coffee Shop* dan bisnis itu sendiri. Peneliti yang memang tertarik dengan fenomena *Coffee Shop* pada awalnya berpikir jika persaingan

merupakan tantangan terbesar. Namun melalui penelitian ini, peneliti sadar jika tantangan terbesar selain persaingan, ialah diri sendiri. Hal ini juga menjadi penambahan informasi baru bagi peneliti, terutama di bidang bisnis.

Selain hal-hal positif yang peneliti dapatkan, peneliti juga sadar bahwa banyak kekurangan yang peneliti miliki. Salah satunya ialah manajemen waktu yang buruk, sehingga menunda pengerjaan penelitian terlalu lama. Hal ini diperburuk dengan diwaktu akhir pengumpulan, peneliti disibukan dengan kegiatan lain seperti lomba, dan lain-lain. Dari sini peneliti belajar perlunya penyusunan prioritas akan setiap kegiatan. Selain itu peneliti juga terbatas ketika melakukan *selective coding*, karena peneliti merasa terkadang tidak dapat berpikir dengan kritis dalam menganalisa suatu hasil wawancara.

Dari penelitian ini, peneliti menyadari bagaimana terkadang ada yang harus dikorbankan untuk menyelesaikan suatu tugas. Selain itu peneliti juga menyadari bahwa dukungan orang sekitar juga sangat mempengaruhi peneliti dalam keyakinan mengerjakan penelitian ini. Secara umum peneliti sadar jika perlunya totalitas dalam setiap tugas, dan komitmen penuh.

5.3. Simpulan

Pada penelitian yang berjudul “Gambaran Resiliensi pada *Entrepreneur* Milenial yang Memutuskan Membuka Usaha *Coffee Shop*” yang dilaksanakan secara kualitatif pada informan S, G, dan R dapat disimpulkan bahwa ketiga informan memiliki resiliensi dalam menjalankan bisnisnya. Ketiga informan menunjukkan adanya dimensi dari resiliensi dalam perjalanan bisnisnya. Setidaknya enam dari tujuh dimensi resiliensi menurut Revich dan Shatte (2002) terlihat dalam informan. Keenam dimensi tersebut yaitu *emotion regulation*, *impulse control*, *optimism*, *causal analysis*, *self-efficacy*, dan *reaching out*. Selain dimensi, fungsi dari resiliensi juga terlihat muncul di perjalanan bisnis ketiga informan.

Pada dimensi *emotion regulation* terlihat bagaimana informan mencoba mengontrol emosi yang ia miliki, seperti rasa bosan. Kemudian di dimensi *impulse control* informan tetap produktif meskipun ada dorongan untuk tidak produktif seperti melawan rasa capek. Selanjutnya pada dimensi optimis, ketiga informan dapat merasa yakin dalam menghadapi persaingan yang ada. Selanjutnya di dimensi *causal analysis* ketiga informan dapat dengan jelas mencari tau akar masalah yang mereka alami. Selanjutnya pada dimensi *self efficacy* secara umum ketiga informan yakin dengan kemampuan yang ia miliki mampu membuat kedainya dapat bertahan. Terakhir di *reaching out*, ketiga informan mampu mengubah cara pandang mereka terhadap masalah, dan melihatnya tidak sebagai masalah sehingga tidak akan jatuh.

Selain enam dimensi tersebut, terdapat juga aspek baru yaitu konsistensi dari ketertarikan yang juga berperan penting dalam perjalanan bisnis *Coffee Shop*. Selain aspek baru, peneliti juga menemukan bahwa bagaimana religiositas, jumlah pendiri dan dukungan eksternal dapat memberi dampak ke resiliensi.

5.4. Saran

5.4.1. Saran praktis

Berdasarkan proses penelitian yang dilakukan, maka peneliti telah menentukan beberapa saran praktis yaitu sebagai berikut:

1. Bagi informan, diharapkan informan dapat tetap terus mengembangkan *Coffee Shop*nya agar dapat tetap bertahan ditengah persaingan yang ketat.
2. Bagi calon *owner Coffee Shop*, diharapkan untuk dapat melihat bagaimana peran resiliensi dalam berjalannya *Coffee Shop*, dan menyiapkan dalam dirinya kemampuan-kemampuan tersebut.

3. Bagi peneliti sendiri, diharapkan agar hasil temuan dari penelitian ini dapat menjadi refrensi dan pembelajaran ketika nantinya akan hendak membuat *Coffee Shop* sendiri.

5.4.2. Saran untuk penelitian selanjutnya

1. Peneliti selanjutnya diharapkan untuk dapat meneliti lebih lanjut mengenai peran konsistensi ketertarikan dalam berjalannya bisnis *Coffee Shop*. Hal ini dikarenakan kurangnya penelitian akan hal tersebut.
2. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat menegaskan kriteria penelitian yang ada terutama disisi kepemilikan usaha, dan kriteria bahwa informan tidak ada pemasukan lain selain bisnis *Coffee Shop*.

DAFTAR PUSTAKA

- Ariyanti, F. (2018, Januari 5). Jumlah wirausaha RI siap kejar Malaysia. *Liputan6*. Diakses pada 25 Februari 2019 dari <https://www.liputan6.com/bisnis/read/3216536/jumlah-wirausaha-ri-siap-kejar-malaysia>
- Astuti, L.D.P. (2018, Maret 3). Nongkrong di kafe, tren atau eksistensi. *Viva*. Diakses pada 25 Februari 2019 dari <https://www.viva.co.id/indepth/fokus/1012510-nongkrong-di-kafe-tren-atau-eksistensi>
- Ayala, J.C. & Manzano, G. (2014). The resilience of the entrepreneur. Influence on the success of the business. A longitudinal analysis. *Journal of Economic Psychology*, 42, 126-135.
- Badan Pusat Statistik (2017). [On-line]. Diambil pada tanggal 23 Februari 2019 dari <https://jatim.bps.go.id/linkTableDinamis/view/id/137>
- Bekraf dorong pengembangan usaha warung kopi di Surabaya. (2018, Mei 10). *Kabarbisnis*. Diakses pada 27 Februari 2019 dari <https://kabarbisnis.com/read/2883564/bekraf-dorong-pengembangan-usaha-warung-kopi-di-surabaya>
- Bullough, A. & Renko, M. (2013). Entrepreneurial resilience during challenging times. *Business horizons*, 56, 343-350.
- CALD. (2010). Cambridge Online University. Cambridge: Cambridge University Press. Diakses pada tanggal 23 Februari 2019 dari <https://dictionary.cambridge.org/about.html>
- Cock, R.D, Denoo, L., & Clarysse, B. (2017). Surviving the Emotional Rollercoaster Called Entrepreneurship: The Role of Emotion Regulation. *Journal of Business Venturing*. Advance online publication. doi:10.1016/j.jbusvent.2019.04.004
- Creswell, J. W. (2014). Research design: qualitative, quantitative, and mixed methods approaches (4 th edition). USA: SAGE Publications, Inc.

- Compton, W.C. (2005). *An introduction to: Positive psychology*. Belmont: Thomson/Wadsworth.
- Deny, S. (2017, November 3). Milenial paling khawatir soal ketersediaan lapangan kerja. *Liputan6*. Diakses pada 25 Februari 2019 dari <https://www.liputan6.com/bisnis/read/3150213/milenial-paling-khawatir-soal-ketersediaan-lapangan-kerja>
- Duckworth, A. L., Peterson, C., Matthews, M. D., & Kelly, D. R. (2007). Grit: Perseverance and passion for long-term goals. *Journal of Personality and Social Psychology*, 92(6), 1087-1101.
- Fauzi, P. (2018, Agustus 4). Menaker tantang generasi muda jadi wirausahawan sosial. *Detik*. Diakses pada 5 Maret 2019 dari <https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-4149869/menaker-tantang-generasi-muda-jadi-wirausahawan-sosial>
- Fredrickson, B.L. (2009). *Positivity: Groundbreaking Research Reveals How to Embrace the Hidden Strength of Positive Emotions, Overcome Negativity, and Thrive*. USA: Crown Publishers
- Gelderen, M.V., Kautonen, T., Fink, M. (2015). From entrepreneurial intentions to actions: Self-control and action-related doubt, fear, and aversion. *Journal of Business Venturing*, 30, 655-673.
- Hefferon, K. & Boniwell, I. (2011). *Positive psychology theory, research, and applications*. Milton Keynes: Open University Press.
- Hsu, D.K. dkk. (2018). "I know I can, but I don't fit": Perceived fit, self-efficacy, and entrepreneurial intention. *Journal of Business Venturing*, 34, 311-326.
- Hurlock, E.B. (2011). *Psikologi Perkembangan : Suatu Pendekatan Sepanjang Rentang Kehidupan*. Jakarta: Erlangga.
- Jumlah entrepreneur di Indonesia masih tertinggal negara lain. (2018, November 20). *Sindonews*. Diakses pada 4 Maret 2019 dari <https://>

nasional.sindonews.com/read/1356252/15/jumlah-entrepreneur-di-indonesia-masih-tertinggal-negara-lain-1542733554

Juniman, P.T. (2017, Januari 18). Gaya hidup masyarakat menjadikan bisnis kuliner menjanjikan. *Cnnindonesia*. Diakses pada 5 Maret 2019 dari <https://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20170118121405-262-187137/gaya-hidup-masyarakat-menjadikan-bisnis-kuliner-menjanjikan>

KBBI (2016). *Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI)*. [On-line]. Diambil pada tanggal 23 Febuari 2019 dari <https://kbbi.web.id/usaha>

Kuwado, F.J. (2018, April 5). Jumlah entrepreneur di Indonesia jauh di bawah negara maju, ini kata Jokowi. *Kompas*. Diakses pada 4 Maret 2019 dari <https://nasional.kompas.com/read/2018/04/05/17261391/jumlah-entrepreneur-di-indonesia-jauh-di-bawah-negara-maju-ini-kata-jokowi>

Kweller, F. (2018, Maret 5). 6 essential tips for surviving the first five years in business. *TheSelfemployed*. Diakses pada 27 Febuari 2019 dari https://www.theselected.com/start_ups/6-essential-tips-surviving-first-five-years-business/

Lerner, D.A, Hunt, R.A., & Dimov, D. (2018). Action! Moving beyond the intendedly-rational logics of entrepreneurship. *Journal of Business Venturing*, 33, 52-69.

Mueller, B.A., Wolfe, M.T., & Syed, I. (2017). Passion and grit: An exploration of the pathways leading to venture success. *Journal of Business Venturing*, 32, 260-279.

Mustinda, L. (2016, November 22). Generasi millennial terbukti lebih banyak minum kopi dibandingkan generasi sebelumnya. *Detik*. Diakses pada 24 Febuari 2019 dari <https://food.detik.com/info-kuliner/d-3350957/generasi-millennial-terbukti-lebih-banyak-minum-kopi-dibandingkan-generasi-sebelumnya>

- Mutiah, D. (2018, November 24). Memaknai fenomena menjamurnya kedai kopi di mana-mana. *Liputan6*. Diakses pada 24 Febuari 2019 dari <https://www.liputan6.com/lifestyle/read/3727318/memaknai-fenomena-menjamurnya-kedai-kopi-di-mana-mana>
- Paul, & Edwards, S. (2003, Maret 10). Surviving the first five years. *Entrepreneur*. Diakses pada 27 Febuari 2019 dari <https://www.entrepreneur.com/article/60232>
- Poerwandari, E.K. (2007). Pendekatan Kualitatif untuk Penelitian Perilaku Manusia. Jakarta: LPSP3 Fakultas Psikologi Universitas Indonesia.
- Rahayu, N. (2019, Febuari 1). Alokasi Rp200 M untuk kewirausahaan ini program kemenkop dan UKM. *Wartaekonomi*. Diakses pada 25 Febuari 2019 dari <https://www.wartaekonomi.co.id/read214081/alokasikan-rp200-miliar-untuk-kewirausahaan-ini-program-kemenkop-dan-ukm.html>
- Reivich, K. & Shatte, A. (2002). *The resilience factor: 7 Essential skills for overcoming life's inevitable obstacles*. USA: Three Rivers Press.
- Rocciolo, F., Gheno, A., & Brooks, C. (2019). Optimism, volatility and decision-making in stock markets. *International Review of Financial Analysis*. Advance online publication. doi: 10.1016/j.irfa.2019.05.007
- Rosandya, R. (2016, Januari 16). Rapat di kafe: kebutuhan dan gaya hidup. *Neraca*. Diakses pada 24 Febuari 2019 dari <http://www.neraca.co.id/article/64183/rapat-di-kafe-kebutuhan-dan-gaya-hidup>
- Sari, F.M. (2018, Januari 17). 4 manfaat bangun bisnis bagi generasi milenial, apa saja?. *Liputan 6*. Diakses pada 24 Febuari 2019 dari <https://www.liputan6.com/bisnis/read/3226646/4-manfaat-bangun-bisnis-bagi-generasi-milenial-apa-saja>
- Siregar, Z. (2019, Januari 14). Bisnis coffee house yang sedang hits digeluti generasi milenial. *Inspiratormedia*. Diakses pada 5 Maret 2019 dari <https://inspiratormedia.id/ekonomi-bisnis/bisnis-coffee-house-yang-sedang-hits-digeluti-generasi-milenial/>

- Sutriyanto, E. (2018, Maret 22). Konsumsi kopi Indonesia naik 7 persen setahun. *Tribunnews*. Diakses pada 25 Februari 2019 dari <http://www.tribunnews.com/regional/2018/03/22/konsumsi-kopi-indonesia-naik-7-persen-setahun>
- Wamad, S. (2019, Januari 22). Nggak Cuma jualan, kedai ini berikan milenial modal bisnis kopi. *Detik*. Diakses pada 5 Maret 2019 dari <https://finance.detik.com/solusiukm/d-4395154/nggak-cuma-jualan-kedai-ini-berikan-milenial-modal-bisnis-kopi>
- Warta, M. (2018, Februari 8). Industri makanan dan minuman menjadi sektor andalan di 2018. *Tempo*. Diakses pada 5 Maret 2019 dari <https://bisnis.tempo.co/read/1058746/industri-makanan-dan-minuman-menjadi-sektor-andalan-di-2018/full&view=ok>
- Yang, Y. & Danes, S.M. (2015). Resiliency and resilience process of entrepreneurs in new venture creation. *Entrepreneurship Research Journal*, 5(1), 1-30.