

HOPE PADA PELAKU UMKM KULINER BERSKALA MENENGAH YANG TERDAMPAK PANDEMI COVID-19 DI KOTA YOGYAKARTA

Nathanael Vannes Ade Sanjaya¹, Krismi Diah Ambarwati²
vannesnathanael@gmail.com¹, krismi.ambarwati@uksw.edu²
Universitas Kristen Satya Wacana

ABSTRAK

Sektor usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) memberikan kontribusi penting bagi perekonomian negara. Selama pandemi COVID-19 pelaku UMKM kuliner mengalami tantangan dalam menjalankan usahanya, seperti kurangnya bahan mentah, serta kebijakan - kebijakan pemerintah seperti pembatasan sosial skala besar (PSBB) dan physical distancing yang menurunkan minat masyarakat untuk berkuliner ditempat ramai pengunjung. Hal ini menyebabkan sebagian besar pelaku UMKM kuliner mengalami situasi sulit akibat penurunan omzet yang signifikan. Penelitian ini bertujuan untuk melihat gambaran harapan pada pelaku UMKM yang terdampak pandemi COVID-19. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif fenomenologi. Partisipan dalam penelitian ini merupakan tiga orang pelaku UMKM kuliner berskala menengah di Kota Yogyakarta. Analisis data menggunakan analisis Interpretative Phenomenological Analysis (IPA). Metode pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan metode wawancara pada pelaku UMKM kuliner berskala menengah yang berada di kota Yogyakarta. Hasil penelitian menemukan bahwa ketiga partisipan mempunyai harapan yang tinggi untuk mencapai tujuan, ketiga partisipan mencapai tujuan dengan strategi masing-masing, memilih serta melakukan strategi masing-masing sehingga dapat melewati situasi sulit dari pandemi COVID-19. Ketiga partisipan merasakan rasa syukur dan adanya dukungan keluarga dalam proses harapan dalam mencapai tujuan. Penelitian ini menghasilkan tujuh tema besar, yaitu keinginan mencapai tujuan, tindakan untuk mencapai tujuan, peran motivasi, peran pengalaman, pandangan diri terhadap kemampuan, kebersyukuran, dan dukungan keluarga.

Kata Kunci : Harapan, Pelaku UMKM Kuliner, Pandemi COVID-19, Tujuan, Motivasi.

ABSTRACT

The micro, small and medium enterprise (MSME) sector makes an important contribution to the country's economy. During the COVID-19 pandemic, culinary MSME experienced challenges in running their businesses, such as a lack of raw materials, as well as government policies such as large-scale social restrictions (PSBB) and physical distancing which reduced people's interest in culinary arts in crowded places. This causes most culinary MSME to experience a difficult situation due to a significant decline in turnover. This study aims to see the picture of hope for MSME players affected by the COVID-19 pandemic. This study uses a qualitative phenomenological approach. The participants in this study were three medium-scale culinary MSMEs in Yogyakarta City. Data analysis using Interpretative Phenomenological Analysis (IPA). The data collection method in this research uses an interview method with medium-scale culinary MSMEs in the city of Yogyakarta. The results found that the three participants had high hopes to achieve goals, the three participants achieved goals with their respective strategies, chose and carried out their respective strategies so that they could get through the difficult situation of the COVID-19 pandemic. The three participants felt gratitude and family support in the process of hoping to achieve their goals. This research produced seven major themes, namely the desire to achieve goals, actions to achieve goals, the role of motivation, the role of experience, self-view of abilities, gratitude, and family support.

Keywords: Hope, pelaku UMKM Kuliner, Pandemic COVID-19, Goals, Motivation.

PENDAHULUAN

Sektor usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) memberikan kontribusi penting bagi perekonomian suatu negara, bahkan dapat menjadi tulang punggung perekonomian negara tersebut (Ayyagari, 2011). UMKM berkontribusi bukan hanya terhadap perekonomian negara berkembang, namun juga pada perekonomian negara maju, serta memberikan pekerjaan pada 43,5% pekerja di seluruh dunia. Oleh karena itu, sektor UMKM merupakan sektor yang dapat menciptakan lapangan kerja dan mengurangi pengangguran secara global. Di sisi lain, sektor UMKM menghadapi tantangan besar dalam mencari permodalan dalam mengembangkan bisnisnya, tantangan ini terjadi karena terdapat risiko yang tinggi dari usaha tersebut, dan pendanaan yang terbatas karena tidak adanya agunan yang dapat dijadikan jaminan kepada bank (Beck & Demirguc-Kunt, 2006). Tantangan lain pelaku UMKM adalah persaingan usaha yang terus beragam. Hal ini mengharuskan pelaku usaha untuk melakukan inovasi terhadap pelayanan ataupun produknya agar mampu bersaing. Kemudian tantangan para pelaku UMKM kuliner selama pandemi COVID-19 adalah kurangnya bahan mentah, sehingga sumber bahan baku menjadi lebih mahal karena perlu mencari sumber bahan dari negara lain (Susilawati, 2020).

Pandemi COVID-19 memperlambat pertumbuhan UMKM, serta diterapkannya kebijakan untuk mengurangi penyebaran COVID-19 di Indonesia. Beberapa kebijakan yang diterapkan oleh pemerintah adalah Pembatasan Sosial Skala Besar (PSBB) dan *Physical distancing*, kebijakan tersebut dapat menghambat berjalannya UMKM (Marlinah, 2020). Kebijakan tersebut berdampak pada sikap masyarakat yang cenderung menghindari aktivitas yang memerlukan interaksi secara langsung, sehingga banyak pelaku UMKM yang mengalami penurunan omzet yang signifikan. Tantangan lain yang dihadapi oleh pengusaha UMKM yaitu hambatan dalam distribusi dan produksi, permodalan UMKM yang menjadi sulit, serta pemahaman mengenai teknologi informasi yang masih tergolong kurang (Rakhmanita, 2021). Meskipun beberapa UMKM telah berhasil beradaptasi serta berinovasi secara kreatif dengan dukungan teknologi digital, namun hal tersebut menjadi tantangan bagi pelaku UMKM yang tidak memahami mengenai teknologi. (Priyono, 2020).

Berdasarkan data dari kementerian koperasi menunjukkan bahwa 163.713 pelaku UMKM terdampak pandemi COVID-19 (Rosita, 2020). Pemberlakuan kebijakan pembatasan sosial berskala besar (PSBB), dan dilanjutkan dengan pemberlakuan pembatasan kegiatan masyarakat (PPKM) yang dibuat oleh pemerintah Indonesia telah diterapkan di setiap kota sesuai dengan tingkat keparahan setiap wilayah, salah satunya adalah kota Yogyakarta. Kebijakan tersebut mempengaruhi usaha mikro kecil menengah (UMKM) yang merupakan penggerak dalam sektor perekonomian Indonesia. (Nabilah, 2021).

Berdasarkan data dari *International Council for Small Business (ICSB)* Indonesia, 78,2% bisnis UMKM mengalami penurunan permintaan beli (Adiyanto, 2020). Terdapat 248.499 UMKM di Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY), 28,5% UMKM DIY merupakan sektor perdagangan. Hal ini menyebabkan sebagian besar aktivitas UMKM DIY mengalami penurunan akibat pandemi COVID-19. Berdasarkan data Dinas Koperasi dan UMKM Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) 59% UMKM di DIY mengalami dampak langsung dari pandemi COVID-19 (Jumat, 24 Juli 2020).

Kendala yang timbul pada sektor UMKM akibat pandemi COVID-19 ini dapat berdampak pada pelaku UMKM. Efek yang dirasakan ketika pandemi COVID-19 tidak

hanya mempengaruhi kondisi finansial pelaku UMKM, hal ini juga berdampak pada kondisi psikologis para pelaku UMKM. Dampak psikologis yang dirasakan pelaku UMKM berupa timbulnya perasaan cemas dan ragu dalam mengelola usaha, stres karena adanya tuntutan kebutuhan dan kenyataan akan keterbatasan pemasaran usaha (Hasjanah, 2020; Lidyana, 2020).

Pelaku UMKM mengalami perubahan emosional dan pola pikir yang cenderung mengarah pada pemikiran negatif. Pola pikir negatif tersebut menimbulkan kecemasan pengusaha dalam mengambil langkah selanjutnya dan akhirnya banyak pelaku UMKM mengambil keputusan untuk meliburkan pegawainya ataupun menutup usahanya untuk sementara akibat penurunan omzetnya yang drastis. Pelaku UMKM yang kehilangan harta kekayaan dapat menjadi pemicu munculnya trauma (Yosep, 2016).

Peneliti melakukan wawancara awal kepada salah satu pengusaha UMKM di kota Yogyakarta. DN merupakan salah satu pemilik bisnis UMKM kuliner berskala menengah yang bertempat di dekat pusat kota Yogyakarta. Menurut DN COVID-19 berdampak pada pendapatan warungnya, apa lagi ketika pemerintah menerapkan PSBB dan menerapkan sistem *work from home*. DN menyatakan bahwa penurunan omzet yang dialaminya cukup signifikan hingga mencapai 50%, dan DN terpaksa melakukan pengurangan pegawai agar dapat membayar biaya operasional. Setelah kurang lebih 1 tahun terdampak pandemi COVID-19, DN mulai menyerah dan menutup bisnis kulinernya. DN mengatakan bahwa dia mengalami perubahan emosi menjadi lebih mudah marah pada orang sekitarnya, serta mengalami gangguan tidur.

Adanya harapan (*hope*) dalam hidup dapat memberikan dukungan agar individu mampu menghadapi situasi tidak menyenangkan yang mempengaruhi kondisi kesehatan dan psikososial individu tersebut (Bornemen, 2002). Harapan atau *hope* merupakan keyakinan individu bahwa hidup akan menjadi lebih baik dengan disertai motivasi dan tindakan (Snyder, 2007). *Hope* dianggap sebagai aspek yang dapat memberikan dukungan semangat pada individu, serta memperkuat individu dalam bertahan dari situasi yang menekan (*stressor*), dan dapat mencapai tujuan yang dia buat. Harapan (*hope*) dalam diri individu mampu mendorong individu tersebut untuk berusaha keras dan memikirkan solusi permasalahan yang sedang dihadapi, walaupun berada di situasi yang tidak menyenangkan, dan tujuan yang ingin dicapai terasa sulit untuk dicapai.

Hope melibatkan pemikiran yang mencerminkan kemampuan individu dalam merancang tujuannya. Hal ini memungkinkan individu untuk mempersiapkan rencana agar tidak terjebak dalam masalah yang sedang dialami. Menurut Gottschalk, *hope* adalah tujuan yang memiliki kekuatan yang bersifat positif untuk mendorong individu dalam bekerja menghadapi keadaan yang sulit (Lopez, n.d.). Harapan dapat membantu individu dalam berpikir dan menentukan strategi yang akan digunakan, mengatur sikap dan perasaan individu, serta melakukan pendekatan yang terbaik untuk menghadapi situasi (Fransisca, 2008).

Snyder (2002) mendefinisikan harapan sebagai “proses dari pemikiran satu tujuan, dengan motivasi untuk mendapatkan tujuan-tujuan tersebut (*agency*), dan cara-cara untuk meraih tujuan-tujuan tersebut (*pathways*)”. Seperti contoh, harapan bukan lah sebuah emosi melainkan sebuah pengertian sistem motivasi secara dinamis. Dalam hal ini, emosi mengikuti kesadaran dalam proses meraih tujuan. Harapan juga dapat berarti sebagai bentuk situasi persilangan yang berhubungan secara positif dengan harga diri, kemampuan menyelesaikan masalah, mengendalikan pemikiran, optimism, kecenderungan positif dan harapan positif.

Agency dan *pathway* pelaku usaha menengah sudah terbentuk dan terkonstruksikan, hal ini terlihat ketika pelaku usaha menengah mulai membuka usahanya. Aspek *agency* dan *pathway* yang sudah terbentuk pada individu sejak awal membuka usahanya akan menjadi motivasi bagi individu tersebut ketika sedang berada pada keadaan/peristiwa menekan (*stressor*), yang kemudian akan memunculkan *goal* baru dalam diri individu tersebut. Individu yang telah memiliki *goal* baru akan memiliki *hope* yang mampu menghasilkan beberapa rencana (*pathway*) untuk mencapai *goal* tersebut, serta memberikan dampak positif pada pelaku usaha. Melalui wawancara awal peneliti, DN mengatakan bahwa telah memiliki sistem motivasi yang dinamis ketika mengalami *stressor*, yang kemudian mempermudah DN dalam menggapai *goal* baru yang dia ciptakan.

Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Hosseininezhad (2016) mengemukakan bahwa *hope* berpengaruh pada penerimaan terhadap situasi tidak menyenangkan yaitu kematian. Penelitian lain yang dilakukan oleh Abdolghaderi, Kafi, Saberi, dan Ariaporan (2018) menunjukkan bahwa *hope* mampu memberikan motivasi pada pasien dengan kondisi *low back pain* (LBH) yang kronis melalui meredanya rasa sakit yang dirasakan. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Othman (2018) menemukan bahwa *hope* berpengaruh positif signifikan terhadap kejadian *stressfull* ketika individu memasuki situasi dan kondisi lingkungan kerja.

METODE PENELITIAN

Rancangan penelitian ini dilakukan dengan menggunakan tipe penelitian fenomenologi. Tipe penelitian fenomenologi merupakan tipe penelitian kualitatif yang melakukan pendekatan tanpa menggunakan hipotesis atau dugaan sementara dalam proses penelitiannya, meskipun fenomenologi bisa juga menghasilkan hipotesis, untuk diteliti atau diuji lebih lanjut. Tipe fenomenologi ini tidak berasumsi bahwa peneliti mengetahui arti sesuatu bagi orang-orang yang sedang mereka teliti. Penelitian fenomenologi ini biasanya dilakukan untuk mempelajari bagaimana fenomena manusia yang berpengalaman dalam kesadaran, dalam tindakan kognitif dan persepsi, serta bagaimana mereka dapat memberi nilai atau dan bagaimana memberi penghargaan. Dalam penelitian ini, kami menggunakan metode atau tipe penelitian fenomenologi transendental, yang berfokus pada pengalam dari partisipan yang digunakan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan pengamatan serta pencarian yang telah dilakukan peneliti terkait fenomena *hope* (harapan) pelaku UMKM kuliner berskala menengah saat bisnis/usahanya terdampak pandemi COVID-19. Maka dengan itu, peneliti bertujuan untuk melakukan penelitian dengan menggunakan metode wawancara secara *offline* dan *online* (*zoom meeting*), kemudian menyusun jadwal pelaksanaan wawancara dengan narasumber yang akan diwawancarai, lalu melakukan wawancara secara *offline* dan *online* dengan narasumber menggunakan materi pertanyaan yang telah disusun peneliti sebelumnya. Penelitian melakukan kegiatan wawancara dengan durasi kurang lebih sekitar 20 menit dari tanggal 19 Juli hingga tanggal 19 Desember 2023. Kegiatan wawancara ini dilakukan sebanyak dua kali pertemuan. Dalam pelaksanaan dilakukannya wawancara, peneliti juga menemukan beberapa kesulitan serta hambatan, kesulitan dan hambatan yang ditemui oleh peneliti ialah kesulitan dalam mengatur waktu untuk melakukan wawancara bersama narasumber dan juga terkendala dengan masalah jaringan, seperti internet yang kurang

mendukung pelaksanaan wawancara, baik internet narasumber maupun pewawancara, serta terdapat salah satu narasumber yang sulit menjelaskan mengenai tantangan yang dia hadapi ketika bisnisnya terdampak pandemi COVID-19. Setelah mendapatkan hasil wawancara, peneliti membuat transkrip hasil wawancara yang akan dicantumkan dalam bagian lampiran.

Penelitian yang dilakukan oleh peneliti dilakukan dengan menggunakan metode wawancara yang dilakukan sebanyak 2 kali pertemuan, setiap partisipan atau subjek yang digunakan peneliti guna memperoleh data, yaitu pelaku UMKM yang telah memiliki usaha kuliner yang berada di kota Yogyakarta sejak tahun 2019. Pertanyaan yang diajukan selama kegiatan wawancara berlangsung telah disusun sebelumnya dengan mempertimbangkan berbagai aspek *hope* yang telah disesuaikan dengan kebutuhan data hasil wawancara peneliti.

Tabel 1.
Jadwal penelitian dengan subjek

NO.	Inisial	Tanggal	Waktu	Durasi	Tempat
1.	PSB	19 Juli 2023	10.30 - 10.56	26 menit	Rumah makan partisipan.
		6 September 2023	17.00 - 17.11	11 menit	<i>Video Call Whatsapp</i>
2	DN	15 Agustus 2023	14.00 - 14.17	17 menit	Rumah partisipan
		12 Desember 2023	12.00 - 12.20	20 menit	<i>Zoom Meeting</i>
3	YA	17 Agustus 2023	08.00 - 08.23	23 Menit	<i>Zoom Meeting</i>
		19 Desember 2023	16.00 - 08.25	22 menit	<i>Zoom Meeting</i>

Gambaran Umum Partisipan Penelitian

A. Partisipan 1

Partisipan 1 merupakan pelaku UMKM kuliner berusia 56 tahun, dan telah menjalani bisnis UMKM kuliner selama 30 tahun. Partisipan 1 merasa bahwa pandemi COVID-19 sangat berpengaruh kepada bisnis kulinernya, “*Ya kalo pandemi kemarin tu jelas berdampak buat jualan saya mas, apalagi toh waktu pemerintah nerapin PPKM itu.. Waduhhh, pusing saya mas. Penghasilan berkurang, tapi pengeluarannya masih tetap banyak mas*” (PS190723P1, baris 50). Pandemi COVID-19 berpengaruh pada penurunan jumlah customer yang menurun secara drastis “*Ooo ya namanya bisnis kaya gini ya tentu sering mas. Cuman yang covid kemarin itu beneran jauh lebih repot dibandingkan sebelumnya. Waktu krisis 2008 itu malah bisnis saya masih aman, pelanggan masih cenderung stagnan walaupun harganya naik. Kalo pandemi kemarin kan penurunan omset*

cukup drastis ya mas. Kadang cuma ada 1 pelanggan perharinya, bahkan sempat kepikiran mau tutup sementara mas gara-gara pandemi ini” (PS190723P1, baris 242). Penurunan customer diwarung makan partisipan 1 sangat drastis bila dibandingkan dengan jumlah customers sebelum terdampak pandemi COVID-19 *“Iya mas, itu keluar sekitar 200 porsi dalam sehari”* (PS190723P1, baris 277).

B. Partisipan 2

Partisipan 2 merupakan pelaku UMKM kuliner berusia 40 tahun, dan telah menjalani bisnis UMKM kuliner selama 11 tahun. Partisipan 2 merasa bahwa pandemi COVID-19 berpengaruh pada penghasilan bisnis kulinernya *“Ya berdampak banget ke penghasilan sih kak. Pas pertama masuk kan (COVID-19) juga kita sempat ga diizinkan buka selama 8 hari itu. Habis dikasih izin buka warung juga sama aja omsetnya turun kak.”* (DN150823P1, baris 71). Bisnis lain milik partisipan 1 berupa toko sembako dan kos-kosan juga harus gulung tikar akibat pandemi COVID-19. *“Ya iya kak, tapi malah tambah lebih banyak sih kak soalnya kan bisnis toko sembako punya suami, sama bisnis kos-kosan juga harus gulung tikar. Jadi seluruh kebutuhan keluarga kami harus ditanggung sama warung makan kami kak.”* (DN150823P1, baris 82).

C. Partisipan 3

Partisipan 3 merupakan pelaku UMKM kuliner berusia 52 tahun, dan telah menjalani bisnis UMKM kuliner selama 18 tahun. Partisipan 3 merasa bahwa pandemi COVID-19 berdampak pada bisnis kulinernya, hal ini disebabkan karena perizinan jam buka dibatasi oleh pemerintah. *“Sangat berdampak lah mas, orang waktu COVID kemarin warung makan ga dibolehin buka lama kok, sekitar 1 bulan ga bisa buka warung. Habis itu waktu awal-awal boleh diizinkan buka tu tetap sangat terbatas mas, diizinkan buka hanya sampai jam 7 malam. Soalnya abis tu lampu-lampu disekitar malioboro ini kan dimatiin, jadi gelap semua.”* (YA170823P1, baris 44). Pemasukan lain diluar bisnis kuliner dari partisipan 3 juga terdampak pandemi COVID-19 *“Jarang banget si mas, biasanya habis jualan anter-anter gitu saya langsung bikinin itu, yang kaya tadi saya bilang peyek itu mas. Tapi ya kalo dipikir lebih banyak waktu luang dibanding waktu sebelum COVID si mas. Soalnya kan waktu sebelum COVID itu saya juga biasa masak di hotel kan. Nah pas ada COVID hotel-hotel gitu juga pada tutup juga.”*

Hasil Analisis Data

A. Goals

1. Goals subjek sebelum pandemi COVID-19

Partisipan 1 memiliki tujuan untuk meramaikan warung *offline* agar lebih ramai pengunjung. *“Ya gimana ya mas.... Sebenarnya tujuannya saya perbesar warung ini biar pengunjungnya makin rame makan disini mas.”* (PS190723P1, baris 78). Partisipan 2 memiliki tujuan untuk mengelola uangnya agar tidak habis, serta membiayai sekolah anaknya. *“Dulu kan saya pegawai pabrik kak, tapi tahun 2011 saya kena PHK. Jadi waktu itu saya cuman dapat uang pesangon dari pabrik.. Nah dari uang itu saya dan suami saya mikir mau kita apakan uangnya biar ga habis juga kan.. Eh kok malah muncul ide buat bikin warung makan dipinggir jalan”* (DN150823P1, baris 50). Partisipan 3 memiliki tujuan untuk membiayai hidup keluarga (termasuk membiayai sekolah dan jalan-jalan). *“Tujuannya ya untuk bertahan hidup mas, buat biayain anak sekolah juga, sama buat jalan-jalan mas (senyum). Kan disini kan juga dekat malioboro jadi Puji Tuhan selalu rame mas”* (YA170823P1, baris 29).

2. Goals Pelaku UMKM Kuliner saat pandemi

Partisipan 1 memiliki *goals* untuk memperkecil kerugian akibat COVID-19 dengan cara mengiklankan warungnya secara online *“tapi ya gara-gara kebijakan-kebijakan karena pandemi kemarin kan jadi ga berani beli makan di luar mas. Nah akhirnya ya tujuan saya biar memperkecil kerugiannya mas. Ya dengan mengiklankan secara online juga”* (PS190723P1, baris 78). Partisipan 2 memiliki tujuan untuk memenuhi biaya hidup keluarganya. *“Iya kak, buat pemenuhan hidup sama jalan-jalan haha”* (DN150823P1, baris 91). Partisipan 3 tidak mengalami perubahan *goals* selama pandemi COVID-19. *“Ya ga ada mas, soalnya kan memang tujuan awalnya hanya untuk membantu ekonomi keluarga ya”*. (YA170823P1, baris 85).

B. Pathway Thinking

Seluruh partisipan memiliki solusi dalam menghadapi situasi sulit akibat COVID-19 dengan membuka dan memperkuat penjualan secara *online*. Partisipan 1 melakukan penjualan secara *online* melalui sosial media facebook, whatsapp, serta aplikasi Gofood dan Grabfood. *“Ya dengan mengiklankan penjualan secara online juga”* (PS190723P1, baris 87). Partisipan 2 melakukan penjualan dengan bantuan aplikasi - aplikasi *online*, serta sistem *delivery* milik rumah makannya sendiri. *“Saya cenderung memutar otak dengan melakukan upgrade bisnis ke dalam bentuk online ya kak. Jadi bisnis saya waktu itu dari hanya warung makan offline, berubah menjadi warung makan dengan sistem delivery, dan juga ikut aplikasi-aplikasi online kak. Disitu juga terbukti bukan hanya dapat bertahan, tapi dapat menaikkan omset berkali kali lipat kak. Soalnya kan juga banyak orang yang takut untuk keluar cari makan, jadi mereka hanya pesan menu dan nanti kami antarkan tanpa ongkir”* (DN121223P2, baris 24). Partisipan 3 menambahkan penjualan kue jajanan kecil, serta melakukan penjualan online dengan bantuan aplikasi. *“Saya jualan secara online mas. Jadi belajar bikin kue-kue jajanan kecil gitu, sama yang lumayan banyak tu pesenan peyek gitu. Puji Tuhan lumayan banyak yang pesan”* (YA170823P1, baris 71).

C. Agency Thinking

1. Keyakinan Subjek mampu mencapai goals (tujuan)

Partisipan 1 dan 3 merasa dirinya mampu mencapai *goals*. Partisipan 1 merasa mampu mencapai *goals* dengan adanya bantuan dari pegawai dan anak. *“Ya kalau itu tetap harus percaya ya mas...Coba-coba sambil nonton youtube sama minta tolong pegawai dan anak hahaha, yang penting optimis dulu mas”* (PS190723P1, baris 130). Partisipan 3 merasa mampu mencapai *goals* bila berusaha. *“Harus percaya mas, soalnya tidak ada yang mustahil kalo kita memang berusaha”* (YA170823P1, baris 220). Partisipan 2 sempat merasa ragu bahwa dirinya mampu mencapai *goals* yang ingin dicapai, namun akhirnya subjek merasa yakin bahwa dirinya mampu mencapai *goals* tersebut. *“Ya. sebenarnya merasa ragu cukup lama juga. Soalnya kan memang kita dalam situasi susah itu selama kurang lebih 2 tahun kak. Tapi ya akhirnya saya merasa yakin bisa mencapai tujuan kemarin.”* (DN150823P1, 109).

2. Motivasi subjek tetap bertahan di bisnis kuliner saat pandemi COVID-19

Partisipan 1 termotivasi untuk tetap bertahan di bisnis UMKM kuliner ketika pandemi COVID-19 adalah karena partisipan 1 telah memahami bisnis ini lebih dari bisnis lainnya, hal ini disebabkan karena memiliki pengalaman dalam bisnis kuliner selama kurang lebih 30 tahun. *“Soalnya bisnis ini sudah saya rintis dari 30 tahun dari awal mas, bareng sama istri saya juga. Sudah melewati banyak hal waktu ngerintis bisnis ini. Susah senangnya dah dilewatin bareng-barenglah ibaratnya gitu. Jadi ya saya yakin kalau*

*corona pasti bisa dilewati juga hahaha” (PS190723P1, 159). Partisipan 1 merasa bahwa motivasi yang dimilikinya adalah penguat saat subjek mulai merasa tidak mampu. “Sebagai penguat aja si mas kalo sudah mau down.. Selain keluarga juga yang kasih motivasi buat saya, ya mengingat susahnya diriin warung makan ini ya bikin saya semangat lagi. Kalo orang Jawa tu ngomongnya eman-eman mas kalo mau ditutup, jadi ya tetap saya kuat-kuatin sampai sekarang” (PS190723P1, baris 178). Partisipan 2 memiliki anak-anak yang menjadi motivasinya untuk tetap bertahan saat pandemi COVID-19, selain itu partisipan 2 menyukai pekerjaan memasaknya. “Mmm, motivasi.. Motivasinya soalnya memang saya suka masak si kak. Soalnya memang dari dulu tu suka masak, jadi rasanya lebih happy aja waktu kerja.” (DN150823P1, 142). Partisipan 2 merasa bahwa motivasinya membantu dalam menciptakan inovasi baru yang dapat menarik pengunjung-pengunjung baru. “Membantu saya dalam menciptakan inovasi-inovasi masakan baru kak. Jadi kerja tu ga jalan ditempat, tetap menciptakan menu baru, dan hal-hal itu dilakukan dengan suka cita. Akhirnya tujuan bisa tercapai walaupun terasa berat” (DN150823P1, baris 152). Motivasi partisipan 3 tetap bertahan di bisnis kuliner karena partisipan 3 memiliki hobi masak. “Soalnya saya dari awal tu memang hobi masak, jadi ga kepikiran untuk pindah ke bisnis lain.. Apalagi kan warung makan saya sudah cukup dikenal sama masyarakat sekitar, jadi sayang aja kalo semisal pindah ke bisnis lain kak” (YA170823P1, baris 112). Partisipan 3 percaya bahwa motivasi yang subjek miliki dapat membantu subjek dalam mencapai *goals* yang diinginkan. “Percaya mas, soalnya memang kemampuan saya dalam memasak juga istilahnya sudah diakui oleh banyak orang juga disini, terus saya juga sudah berusaha untuk berinovasi dengan berjualan online. Jadi saya yakin kemampuan saya dapat membantu saya melewati masalah tadi dan capai tujuan saya” (YA170823P1, baris 183).*

3. Peran Pengalaman Subjek dalam Menghadapi Situasi Sulit

Partisipan 1 merasa bahwa pengalaman dalam situasi sulit membantunya dalam mengelola stress. “Sebenarnya lebih ke mentalnya sih mas. Tentu saja pengalaman itu memberikan pelajaran yang sangat berharga, dimana mengajarkan kita mampu mengelola stress dengan baik mas. Kalo semisal dulu belum pernah alamin hal kaya gini saya pasti sudah putus asa ditengah mas.” (PS190723P1, baris 271). Partisipan 2 merasa bahwa pengalaman dalam menghadapi situasi sulit sebelumnya mampu membantu partisipan 2 dalam meningkatkan rasa kepercayaan dirinya. “Hmm, apa ya kakk.. Mungkin lebih ke ini si lebih percaya diri juga buat mengatasi situasi pandemi kemarin. Soalnya saya merasa pernah melewati hal tersebut jadi merasa lebih percaya diri”. Partisipan 3 menyatakan bahwa dirinya tidak pernah mengalami situasi sulit serupa sebelumnya. “Mmm, ga ada mas.. Yang pusingkan malah pegawainya mas, orang pada diberhentikan semua” (YA170823P1, 207).

4. Pandangan Subjek terhadap kemampuan yang dimilikinya

Seluruh partisipan menyatakan bahwa kemampuan memasak sangat penting dalam mencapai *goals*. Partisipan 1 merasa kemampuannya berpengaruh dalam mencapai *goals*, karena kemampuan partisipan membantu dalam menciptakan rasa yang konsisten pada masakan partisipan. “Ya jelas pengaruh mas. Orang-orang yang dateng kesini kebanyakan balik lagi, soalnya rasanya tu konsisten terus, ga keasinan, juga kalo orang sekitaran sini tu bilangannya ada rasa khasnya” (PS190723P1, baris 231). Partisipan 2 menyatakan bahwa kemampuan memasak partisipan berperan dalam berinovasi menu baru, sehingga membantu mencapai *goals*. “Membantu saya dalam menciptakan inovasi-inovasi masakan baru kak. Jadi kerja tu ga jalan ditempat, tetap menciptakan menu baru, dan hal-hal itu

dilakukan dengan suka cita. Akhirnya tujuan bisa tercapai walaupun terasa berat” (DN150823P1, baris 152). Menurut partisipan 2, kemampuan *problem solving* yang dimiliki partisipan membantu dalam memecahkan rintangan dalam mencapai *goals*. “Menurut saya, kemampuan saya yang lain itu berkaitan dengan *problem solving*.. Soalnya dalam situasi kemarin kalo semisal saya ga berpikir mengenai bisnis catering online untuk membantu pemasukan agar stabil pasti sangat sulit” (DN150823P1, baris 209). Partisipan 3 merasa bahwa kemampuan memasak partisipan membantu dalam mencapai *goals* karena sudah diakui banyak orang. “Percaya mas, soalnya memang kemampuan saya dalam memasak juga istilahnya sudah diakui oleh banyak orang juga disini, terus saya juga sudah berusaha untuk berinovasi dengan berjualan online. Jadi saya yakin kemampuan saya dapat membantu saya melewati masalah tadi dan capai tujuan saya” (YA170823P1, baris 183).

D. Gratitude

Dalam penelitian ini, partisipan 1 dan 3 merasakan adanya kebersyukuran (*gratitude*) ketika menghadapi situasi sulit akibat pandemi COVID-19. Partisipan 1 merasakan *gratitude* dalam aspek *span*, karena keluarganya masih diberikan kesehatan selama pandemi “Ya bingung itu pasti ya mas, sedih ya iya, tapi ya juga saya bersyukur mas. Soalnya kami sekeluarga masih dikasih sehat di kondisi pandemi kemarin” (PS190723P2, baris 92). Partisipan 3 juga merasakan *gratitude* dalam aspek *span* “Perasaan bersyukur mas. Soalnya keluarga masih sehat semua, diwaktu itu banyak banget yang meninggal juga. Disini juga sirine ambulance selalu kedengaran mas. Jadi ya selalu bersyukur walaupun kondisi bisnis masih terpukul” (YA170823P1, baris 170).

E. Dukungan Keluarga

Dalam penelitian ini seluruh partisipan mendapatkan dukungan keluarga saat berada di situasi sulit. Partisipan 1 mendapatkan dukungan berupa dukungan informasional dari anak dan pegawainya untuk melakukan digitalisasi pada bisnisnya “Ya kalau itu tetap harus percaya ya mas...Coba-coba sambil nonton youtube sama minta tolong pegawai dan anak hahaha, yang penting optimis dulu mas” (PS190723P1, baris 130). Partisipan 2 mendapatkan dukungan keluarga berupa dukungan informasional dalam proses digitalisasi bisnisnya, serta mendapatkan dukungan emosional “Pasti kak, apalagi kan saya juga tidak sendirian. Saya dibantu oleh suami dan anak-anak saya juga, jadi saya yakin kami dapat beradaptasi dengan baik ke proses digital ini kak” (DN121223P2, baris 173) “Saya biasanya duduk-duduk teras rumah sambil main anjing, sama kumpul bareng keluarga kak. Biasanya sore tu pada duduk-duduk diteras (senyum)” (DN150823P1, baris 170). Partisipan 3 mendapatkan dukungan instrumental dari keluarganya “Iya bener mas, ditambah lagi kan kami sekeluarga saling menguatkan juga. Waktu suami kena PHK, dia juga bantu handle rumah makan agar tetap konsisten dari segi pelayanan dan kebersihan juga. Anak-anak juga sering bantu disana, apalagi waktu kita lagi sepi banget itu sempat sekitar beberapa bulan kita meliburkan semua pegawai. Jadinya anak-anak yang bantu disana.” (YA191223P2, baris 158).

Pembahasan

Hasil penelitian berdasarkan jawaban dari ketiga partisipan, menyimpulkan bahwa seluruh bisnis UMKM kuliner partisipan penelitian terdampak pandemi COVID-19. Seluruh partisipan memiliki *hope* untuk bangkit kembali dari situasi sulit ekonomi yang diakibatkan oleh pandemi COVID-19, serta ketiga partisipan memiliki motivasi masing-masing dan merencanakan upaya untuk mencapai *goals* tersebut. Hal tersebut sejalan dengan teori yang dikemukakan oleh Snyder (2007) bahwa *hope* merupakan pemikiran

individu yang mengarah pada tujuan (*goal*) ketika individu mampu menggunakan kapasitas yang dirasakan untuk menemukan langkah-langkah untuk menuju tujuan yang ingin dicapai, serta memiliki motivasi yang diperlukan untuk memulai langkah tersebut. Dimana *hope* tersebut akan membantu partisipan dalam memotivasi dan menemukan cara dalam mengatasi situasi sulit yang timbul akibat pandemi COVID-19 tersebut. Sedangkan untuk motivasi awal individu membuka bisnis UMKM kuliner, Partisipan 1 menyatakan bahwa motivasi awalnya membuka UMKM kuliner karena partisipan 1 ingin memiliki waktu yang lebih banyak bersama dengan keluarganya. Partisipan 2 memiliki motivasi awal untuk memutar uang pesangan yang diberikan kepada perusahaannya untuk dapat menghasilkan uang dan membantu ekonomi keluarga. Partisipan 3 memiliki motivasi awal membuka bisnis kuliner adalah untuk bertahan hidup, serta membiayai anaknya sekolah.

Seluruh partisipan memiliki *goals* yang berbeda, partisipan 1 memiliki *goals* untuk meningkatkan penjualan secara *offline* yang akan menguntungkan bagi bisnisnya. Namun ketika bisnisnya terdampak pandemi COVID-19 partisipan 1 merubah *goals* nya menjadi meningkatkan penjualannya secara *online*, agar dapat mengurangi kerugian yang disebabkan oleh pandemi COVID-19. Partisipan 2 memiliki *goals* untuk mengelola uangnya agar tidak habis. Namun partisipan 2 mengalami perubahan *goals* saat bisnisnya terdampak pandemi COVID-19 menjadi untuk memenuhi biaya hidup keluarga. Menurut Snyder and Lopez (2002) *goals* individu dapat berupa jangka pendek ataupun jangka panjang, individu mampu menetapkan tujuan pikiran dengan sadar dan dapat disesuaikan dengan situasi yang dihadapi. Sedangkan partisipan 3 memiliki *goals* untuk membiayai kebutuhan hidup keluarga, dan tidak mengalami perubahan *goals* saat bisnisnya terdampak pandemi COVID-19. Menurut Snyder and Lopez (2002) setiap tindakan yang dilakukan manusia diarahkan pada tujuannya, oleh karena itu tujuan menjadi target dalam tindakan mental dari komponen kognitif yang berkaitan dengan teori harapan. *Hope* mencakup proses individu dalam memilih *goals*, perencanaan untuk mencapai *goals*, motivasi mereka untuk mencapai *goals*, dan kepercayaan mereka pada kemampuan mereka untuk mencapai *goals* (Dixson, et al., 2017).

Semua partisipan memilih untuk terus bertahan di bisnis kuliner selama situasi sulit yang diakibatkan oleh pandemi COVID-19. Partisipan 1 memilih untuk tetap di bisnis kuliner karena subjek merasa telah memiliki pengalaman dalam bisnis kuliner. Pengalaman partisipan 1 di bisnis kuliner membuatnya menjadi semangat dalam mencapai *goals* yang ingin dicapai. Langkah yang digunakan partisipan 1 dalam mencapai *goals* adalah dengan fokus pada promosi warung secara *online*, serta meminimalisir penjualan di ruang lingkup *offline*. Sedangkan partisipan 2 dan 3 memilih untuk bertahan di bisnis kuliner karena partisipan 2 dan 3 memiliki kesukaan dalam memasak, sehingga hal tersebut membuat subjek tetap bertahan di bisnis kuliner. Adapun beberapa strategi yang timbul karena motivasi yang dimiliki oleh partisipan 2 dan 3. Partisipan 2 melakukan usaha dengan penjualan warung secara *online* dengan metode penjualan *delivery* tanpa dipungut biaya ongkir untuk pengiriman dalam kota. Sedangkan partisipan 3 melakukan usaha dengan memperbanyak menu, serta menambahkan menu jajanan peyek kedalam menu yang juga dipromosikan secara *online*. *Hope* pada semua partisipan memunculkan strategi dalam mencapai *goals* yang diinginkan (*pathway thinking*). Semua partisipan memiliki strategi dalam mencapai *goals*, dalam situasi sulit karena pandemi COVID-19 dengan menerapkan strategi penjualan *online*. Proses *pathways thinking* menandakan kemampuan individu dalam menghasilkan solusi yang dapat dilakukan untuk mencapai *goals* yang diinginkan. *Pathways thinking* dapat melibatkan solusi yang digunakan untuk

mencapai goals (Snyder, et al., 2002).

Sementara berdasarkan hasil mengenai pengalaman serupa dalam situasi sulit. Partisipan 1 dan 2 pernah mengalami kejadian sulit, partisipan 1 dan 2 merasa bahwa pengalaman tersebut membantu mereka dalam menghadapi situasi sulit yang timbul karena pandemi COVID-19. Partisipan 1 merasa bahwa pengalaman tersebut mampu membantu subjek dalam memperkuat mental agar tidak mudah putus asa dalam menghadapi situasi sulit kemarin akibat COVID-19. Partisipan 2 merasa bahwa pengalaman tersebut mampu membantu partisipan dalam menciptakan tingkat kepercayaan diri dalam menghadapi situasi sulit yang dihadapi setelahnya. Partisipan 1 dan 2 merasa bahwa pengalaman serupa mempengaruhi emosi yang berdampak pada respon dalam menghadapi situasi sulit selanjutnya. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Rofingah, Jamil, dan Maulida (2016) yang mengatakan bahwa *hope* melibatkan emosi positif, yang berasal dari persepsi untuk berhasil mencapai *goals*. Sedangkan partisipan 3 tidak memiliki pengalaman dalam menghadapi situasi sulit sebelumnya.

Seluruh partisipan penelitian memiliki pandangan bahwa kemampuan yang dimiliki masing-masing subjek berpengaruh dalam membantu subjek mencapai *goals* yang ingin dicapai. Partisipan 1 merasa bahwa kemampuan memasaknya dapat membuat pelanggan kembali berkuliner di warungnya karena memiliki cita rasa yang khas. Sedangkan Partisipan 2 merasa bahwa kemampuan memasaknya dapat membuat subjek melakukan inovasi-inovasi baru terhadap masakan warungnya. Selain itu, partisipan 2 merasa bahwa kemampuan *problem solving* yang dimiliki partisipan 2 mampu membuat subjek menyelesaikan rintangan yang menghalanginya dalam mencapai *goals* yang ingin dicapai. Sedangkan partisipan 3 merasa kemampuannya mampu membantu dalam mencapai *goals* karena kemampuan partisipan membantu dalam berinovasi dengan mengikuti perkembangan zaman (*online*). Partisipan penelitian merasa percaya diri dengan kemampuan yang dimiliki. Individu yang memiliki *hope* tinggi cenderung memiliki *pathways thinking* yang masuk akal dan melakukannya dengan rasa percaya diri. Sedangkan individu yang memiliki *hope* rendah akan cenderung berpikir lebih rendah, dan solusi yang dihasilkan tidak dipandang secara *positif* (Snyder, 2002). Individu yang menumbuhkan *hope* maka semakin sedikit merasakan emosi negatif yang dapat menghambat mereka dalam mencapai *goals* (Carr, 2004).

Berdasarkan hasil wawancara dengan partisipan, peneliti menemukan adanya perasaan syukur (*gratitude*) pada partisipan 1 dan 3. Partisipan 1 dan 3 merasa bersyukur karena dalam keadaan sulit akibat pandemi COVID-19 keluarga partisipan 1 dan 3 masih diberikan kesehatan. Hasil wawancara dengan seluruh partisipan juga menunjukkan bahwa seluruh partisipan menerima dukungan dari keluarga partisipan. Partisipan 1 mendapatkan dukungan informasional ketika berada di situasi sulit, hal ini ditunjukkan dari anaknya yang memberikan bantuan dalam proses penjualan *online*. Partisipan 2 mendapatkan dukungan informasional dan emosional dari keluarganya, hal ini ditunjukkan dari keluarganya yang membantu proses digitalisasi bisnisnya, serta ketika partisipan 2 menghabiskan waktu luang bersama keluarga. Partisipan 3 mendapatkan bantuan instrumental dari keluarganya, ketika anak dan suaminya membantu di bisnis kulinernya. *Gratitude* merupakan bentuk emosi yang berkembang menjadi suatu sikap, sifat moral yang baik, kebiasaan, sifat kepribadian, dan akhirnya akan mempengaruhi individu dalam merespons sesuatu (Emmons & McCullough, 2003). Penelitian yang dilakukan oleh Hu dan Kaplan (2014) menyatakan bahwa *gratitude* dapat berpengaruh positif pada hubungan

sosial individu. *Gratitude* pada penelitian ini timbul karena adanya dukungan keluarga. Dukungan keluarga merupakan sikap, tindakan, dan penerimaan keluarga terhadap anggotanya. Dukungan keluarga adalah salah satu faktor kuat yang mempengaruhi hasil yang positif (Friedman, et al., 2014).

Terdapat beberapa kekurangan dari penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti, antara lain pengambilan data dilakukan di waktu dan tempat yang kurang sesuai dengan waktu luang partisipan. Hal ini menyebabkan proses pengambilan data kurang optimal karena partisipan tidak dapat memberikan jawaban dengan fokus yang disebabkan karena partisipan harus melakukan *controlling* bisnisnya, serta terdapat gangguan teknis ketika peneliti melakukan pengambilan data secara *online*.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti, maka dapat disimpulkan bahwa *hope* pada pelaku UMKM Kuliner Yogyakarta memunculkan *goals* dan motivasi yang memunculkan tindakan-tindakan yang diusahakan oleh partisipan untuk tetap bertahan di situasi sulit akibat pandemi COVID-19. *Hope* juga berpengaruh pada keyakinan pelaku UMKM kuliner bahwa partisipan mampu menghadapi situasi sulit yang ada dihadapannya, serta keyakinan tersebut memperkuat motivasi partisipan yang pada akhirnya partisipan memikirkan rencana-rencana yang akan dilakukan untuk memberikan perubahan kondisi yang dialami. Sementara individu yang memiliki *hope*, belum tentu memiliki perasaan positif saat berada dalam situasi sulit tersebut. Hal ini terlihat ketika partisipan 2 yang merasa bahwa dirinya cenderung menunjukkan emosi negatif saat berada dalam situasi sulit tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Aminah, A. and Zoharah, O. (2012) Effects of informal work family support on Jon performance mediating roles of work familt conflict and job satisfaction. *The Journal of International Management Studies*, pp. 202-206
- Ardianti, R. R., & Yuwono, R. (2013). Analisis Faktor- faktor Penghambat Pertumbuhan Usaha Mikro dan Kecil Pada Sektor Formal di Jawa Timur. *Jurnal Article Agora*. 1(3). 1-9.
- Audrey, C., Husna, N., Hutapea, B., Kevin, L., Nathania, F., & Selvia, A. (2017). Analisis Gambaran Subjective Well-Being Korban Kejahatan Pencurian dan Penculikan. *Intuisi : Jurnal Psikologi Ilmiah*, 9(3), 196–209.
- Ambarwati, K. D., & Handita (2019). Hope pada pekerja anak yang putus sekolah.
- Amri, A. (2020). Dampak COVID-19 terhadap UMKM di Indonesia. *Jurnal BRAND*, 2(1), 123-130.
- Behson, S. J. (2005). The relative contribution of formal and informal organizational work-family support. *Journal of Vocational Behavior*, 66 (3), 487-500.
- Berg, C. J., Hamilton, N., & Snyder, C. (2008). The effectiveness of a hope intervention in coping with cold pressor pain. *Journal of Health Psychology*, 13(6), 804-809. doi: 10.1177/1359105308093864.
- Cheavens, J. S., Feldman, D. B., Gum, A., Michael, S. T., & Snyder, C. (2006). Hope therapy in a community sample: A pilot investigation. *Social Indicators Research*, 77(1), 61-78. doi: 10.1007/s11205-005-5553-0
- Colla, R., Morles, J. C., Oades, L.G., & Williams, P. (2022). A New Hope for Positive Psychology: A Dynamic Systems Reconceptualization of Hope Theory. 13. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.809053>
- Emmons, R.A & McCullough, M.E. (2004). *The psychology of gratitude*. New York: Oxford University Press.
- Emmons, R.A (2012). *Queen of The Virtues? Gratitude as a human strength*. the University of

California.

- Emiliani, F., Fuadilah, M. A., Muchibbah, N. N., Nurmahfidhoh, R., Rizqiana, S., & Suhandito, R. (2021). Analisis pemberdayaan UMKM pada masa pandemi Covid-19. *Sosebi : Jurnal Penelitian Mahasiswa Ilmu Sosial, Ekonomi, dan Bisnis Islam*, 1(1), 83-94, doi:10.21274/sosebi.v1i1.4929.
- Feldman, D. B., Lopez, S. J., Rand, K. L., Shorey, H. S., & Snyder, C. R. (2003). Hope theory, measurements, and applications to school psychology. *Journal TOC*, 18(2), 122-139, doi:10.1521/scpq.18.2.122.21854.
- Hastings, S., & McDermott, D. (2000). Children: Raising future hopes. Dalam C. R. Snyder, & S. J. Lopez (Eds.), *Handbook of positive psychology*, New York: Oxford University Press. 185-199.
- Hirschi, A., Strauss, K., & Valero, D. (2015). Hope in adolescent careers: Mediating effects of work motivation on career outcomes in Swiss apprentices. *Journal of Career Development*, 42(5), 1-14, doi:10.1177/0894845314566866.
- Iriani, L. P., & Syafiq, M. (2017). Gambaran hope pada seseorang penyandang tunarungu wicara yang berprestasi. *Character Jurnal Psikologi Pendidikan*, 4(3), 1-6.
- Kristiyanti, M. (2014). Peran Strategis Usaha Kecil Menengah (UKM) Dalam Pembangunan Nasional. Jakarta : *Majalah Ilmiah INFORMATIKA*. 3(1). 63-89.
- Kusumaningrum, D.A., Pangestu, N., Putra, R. H., & Yolanda, D. (2021). Strategi Usaha Mikro Kecil (UMK) Kuliner Menghadapi Pandemi Covid-19 di Jakarta. *Jurnal Disrupsi Bisnis*.
- Lopez, S. J., Snyder, C. R., Magyar-Moe, J. L., Edwards, L. M., Pedrotti, J. T., Janowski, K., . . . Pressgrove, C. (2012). Strategies for accentuating hope. Dalam P. A. Linley & S. Joseph (Eds.), *Positive psychology in practice* (pp. 388-404). Hoboken, NJ, US: John Wiley & Sons Inc.
- Ramadiyanti, D. W., Retnowati, S., Sokang Y. A., Suciati, A. A., & Viola, H. (2015). Hope Intervention against Depression in the Survivors of Cold Lava Flood from Merapi Mount. 165, 170 – 178. 10.1016/j.sbspro.2014.12.619.
- Rofingah, N., Jamil, M. F., & Maulida, N. N. (2016). Hubungan antara Self Concept dan Hope pada Pemuda Desa Wajak, Dampit, Sumawe Malang Jawa Timur. *Psikoislamika : Jurnal Psikologi Dan Psikologi Islam*, 13(1), 65. <https://doi.org/10.18860/psi.v13i1.6411>
- Snyder, C. R. (2002). Rainbows in the mind. *Psychological Inquiry*, 13(4), 249-257. doi:10.1207/S15327965PLI1304_01.
- Snyder, C. R., Feldman, D. B., Taylor, J. D., Schroeder, L. L., & Adams III, V. H. (2000) The roles of hopeful thinking in preventing problems and enhancing strengths. *Preventive Psychology*, 9, 249- 270. doi:10.1016/S0962-1849(00)80003-7
- Staniewski, M., & Awruk, K. (2016). Start-Up Intentions of Potential Entrepreneurs – The Contribution of Hope to Success. *Economic Research-Ekonomska Istraživanja*, 29(1), 233–249. <https://doi.org/10.1080/1331677X.2016.1166345>
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008. Tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah.
- Wahyono., & Budi. (2012). Kebijakan Pemerintah terhadap UKM. <http://www.pendidikanekonomi.com>.
- Watkins, P.C., Woodward, K., Stone T., dan Kolts, R.L. (2003). Gratitude And Happiness: Development Of A Measure Of Gratitude, And Relationships With Subjective WellBeing. *Social Behavior and Personality*, 31 (5), 431-452.
- Wood, A.M., Froh, J.J., & Geraghty, A.W.A. (2010). Gratitude And Well-Being: A Review And Theoretical Integration. *Clinical Psychology Review*, 890–90
- Youssef, C. M., & Luthans, F. (2007). Positive Organizational Behavior in the Workplace: The Impact of Hope, Optimism, and Resilience. *Journal of Management*, 33(5), 774–800. <https://doi.org/10.1177/0149206307305562>