

# Kompetensi sosial sebagai prediktor kesuksesan berwirausaha pada pemilik kafe *food & beverage* di wilayah Kecamatan Dau Kabupaten Malang

Jefa Lavidhatiya Kristha  
Universitas Negeri Malang, Jawa Timur

Tutut Chusniyah  
Universitas Negeri Malang, Jawa Timur

Naskah masuk:  
22 Juni 2023

Naskah diterima:  
01 Juli 2023

Korespondensi:  
Jefa.lavidhatiya.19  
08116@students.u  
m.ac.id

**Abstract:** *The purpose of this research is 1) to know the description of social competence and entrepreneurial success, 2) to examine the magnitude of the contribution of social competence to entrepreneurial success in food and beverage cafe owners in the Dau area, Malang district. This study uses a non-experimental quantitative effectual method. With a sample of 50 food & beverage cafe owners in the Dau sub-district, Malang district, selected by purposive sampling technique. The instruments used are the scale of social competence and the scale of entrepreneurial success. The data analysis used is descriptive analysis and simple linear regression analysis. The results of the analysis show that the majority of food & beverage cafe business owners have moderate categories of social competence and entrepreneurial success. And there is an influence of social competence on entrepreneurial success of 12.9% with a positive direction of influence. From this research, it is expected that food & beverage cafe business owners will have positive self-esteem, need to socialize, and expand cooperative relationships with the aim of increasing the success of a business. Future researchers can examine other psychological factors and distribute the subject evenly.*

**Keywords:** *Social Competence, Entrepreneurial Success, Food & Beverage Cafe Business Owners'*

**Abstrak:** Tujuan dari penelitian ini adalah 1) mengetahui gambaran kompetensi sosial dan kesuksesan berwirausaha, 2) menguji besarnya kontribusi pengaruh kompetensi sosial terhadap kesuksesan berwirausaha pada pemilik kafe *food and beverage* di wilayah Dau Kabupaten Malang. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif *effectual non-eksperimental*. Dengan sampel berupa 50 pemilik kafe *food & beverage* di wilayah kecamatan Dau Kabupaten Malang yang dipilih dengan teknik *purposive sampling*. Instrumen yang digunakan yakni skala kompetensi sosial dan skala kesuksesan berwirausaha. Analisis data yang digunakan yakni analisis deskriptif dan analisis regresi linier sederhana. Hasil analisis menunjukkan bahwa mayoritas pemilik usaha kafe *food & beverage* memiliki kategori kompetensi sosial dan kesuksesan berwirausaha yang sedang. Serta terdapat pengaruh kompetensi sosial terhadap kesuksesan berwirausaha sebesar 12,9% dengan arah pengaruh yang positif. Dari penelitian ini, diharapkan pemilik usaha kafe *food & beverage* memiliki harga diri positif, kebutuhan bersosialisasi, dan memperluas hubungan kerja sama dengan tujuan meningkatkan kesuksesan suatu usaha. Kepada peneliti selanjutnya dapat meneliti faktor psikologi lain serta melakukan persebaran subjek secara merata.

**Kata kunci:** Kompetensi Sosial, Kesuksesan Berwirausaha, Pemilik usaha kafe *food & beverage*

## Pendahuluan

Bisnis food & beverage merupakan salah satu bisnis yang mengalami pertumbuhan dan perkembangan seiring dengan bertambahnya

populasi penduduk pada suatu wilayah. Para pelaku usaha di bidang ini berlomba meningkatkan keterampilan guna mencapai kesuksesan dalam berwirausaha yang

dijalaninya. Namun dalam beberapa kondisi, banyak usaha yang

mengalami tidak mampu bersaing atau berkembang, bahkan mengalami kebangkrutan. Penelitian Moedjiono (2021) menjelaskan bahwa pada wilayah kafe makanan dan minuman dengan lokasi yang saling berdekatan di Surabaya banyak yang mengalami penutupan usaha sebab para pelaku usaha kurang memiliki keterampilan dalam bekerja sama dengan rekan bisnis lainnya dan rendahnya kemampuan pemasaran secara luas terhadap produk yang dijual.

Van Gelderen (2012) menjelaskan bahwa beberapa pengusaha baru dalam menghadapi masalah dinilai belum mampu menyelesaikan masalahnya karena tidak memiliki kemampuan untuk membuat kesepakatan dan kerja sama dengan pihak lain. Peneliti juga melakukan wawancara terhadap dua pelaku usaha kedai kopi di kecamatan Dau Kabupaten Malang yang mengalami penutupan usaha, menunjukkan bahwa pemicu utama penutupan usaha disebabkan oleh pelaku usaha yang kurang memiliki konsistensi dalam berbisnis dan tidak memiliki keterampilan sosial untuk terbuka kepada masyarakat. penurunan, yang biasanya mencapai 8%, pada tahun 2020 mengalami penurunan. Selain itu pelaku usaha juga enggan untuk bersosialisasi dan bekerja sama dengan sesama pelaku usaha lainnya untuk mencapai keberhasilan usaha

Pentingnya pelaku usaha untuk mencapai kesuksesan dan perluasan bisnis disebutkan oleh Heflin (2017) yakni untuk memenangkan peningkatan omzet dan terjalannya kerjasama dengan investor dan pelaku usaha lainnya serta terjadi pengembangan inovasi produk, jasa dan sistem yang berfokus pada kepuasan konsumen. Sehingga terjadi peningkatan omzet, perluasan pasar, kepuasan masyarakat, serta stabilisasi usaha yang seimbang dan memperkecil kemungkinan untuk mengalami kebangkrutan dan penutupan usaha.

Kesuksesan berwirausaha adalah tercapainya tujuan atau keberhasilan dalam menjalankan bisnis oleh seorang wirausaha baik

secara ukuran ekonomi maupun non ekonomi. (Lewin, 2015). Kesuksesan berwirausaha didefinisikan sebagai keterampilan manajemen keuangan, perluasan usaha, kepuasan pelanggan yang tinggi, serta kemampuan dalam melakukan pemasaran produk kepada masyarakat luas yang berdampak pada peningkatan laba secara signifikan. Terdapat dua aspek oleh Lewin (2015) bahwa tercapainya kesuksesan dalam berwirausaha memiliki dua aspek yakni, 1) kesuksesan berwirausaha secara finansial, yang dapat diukur dengan ekonomi, diantaranya yakni tercapainya keuntungan, bertumbuhnya usaha yang dimiliki, pertumbuhan aset dan investasi, bertambahnya jumlah karyawan serta pelanggan dan 2) kesuksesan berwirausaha non finansial yaitu kesuksesan dalam perspektif psikologi yang bersifat individual, tergantung bagaimana individu merasakannya berupa kepuasan diri, pertumbuhan potensi diri, peningkatan keterampilan dan karir, kepuasan pelanggan, peningkatan kualitas hidup pribadi, orang lain dan masyarakat di lingkungan usaha. Benzing, Chu dan Kara (2009) mengemukakan bahwa variabel psikologis lainnya yang berkontribusi terhadap keberhasilan usaha dan sebagian besar studi kewirausahaan telah berkonsentrasi pada beberapa variabel, yaitu (1) faktor psikologis. Di antaranya self-efficacy, komitmen, manajemen risiko, dan memiliki motivasi yang tinggi. (2) keterampilan manajerial dan pelatihan wirausaha, keterampilan meliputi pengoperasian alat kerja, merumuskan konsep dan ide yang kreatif dan inovatif, mampu mengelola SDM, serta kemampuan bekerja dan berhubungan dengan orang lain secara efektif. (3) lingkungan eksternal.

Dukungan dari lingkungan berpengaruh besar terhadap pertumbuhan bisnis (Makhbul, 2011). Crowne, dkk (2009) mengemukakan bahwa individu perlu memiliki keterampilan dalam berinteraksi secara efektif, karena hal ini dapat menarik dan mempertahankan konsumen, karyawan, serta rekan bisnis lainnya. Markman (2008) menyatakan bahwa untuk mendapatkan akses ke orang penting dan mempertahankan relasi bisnis yang ada, pelaku usaha

membutuhkan keterampilan dalam berinteraksi dan ketelitian dalam memahami sikap orang lain, yang mana dalam hal ini kemampuan yang dibutuhkan adalah kompetensi sosial.

Teori kompetensi sosial menurut Gullotta (1990) mengacu pada keterampilan yang dibutuhkan seseorang untuk berinteraksi secara efektif dan membangun hubungan yang positif dengan orang lain dalam berbagai konteks sosial. Kompetensi sosial melibatkan kemampuan untuk memahami dan menginterpretasikan perilaku orang lain, kemampuan untuk berkomunikasi dengan efektif dan memecahkan masalah sosial (Gullota, 1991). Dapat disimpulkan bahwa kompetensi sosial adalah keterampilan individu dalam berinteraksi dan bersosialisasi pada ruang lingkup sosial, membangun dan mempertahankan hubungan dengan individu lain seperti rekan bisnis, investor, agen, konsumen, dan pelanggan yang bertujuan untuk membentuk kesepakatan dan kerja sama serta mempertahankan eksistensi suatu usaha. Gullota (1990) menyatakan beberapa aspek dalam kompetensi sosial, diantaranya 1) harga diri yang positif, 2) kemampuan berpikir dari sudut pandang sosial, 3) kemampuan menyelesaikan masalah interpersonal 4) Kebutuhan bersosialisasi 5) kebutuhan privasi 6) keterampilan sosial dengan rekan.

Menurut Bachtiar (2015) seorang pelaku usaha akan mencapai keberhasilan dalam berwirausaha apabila memiliki intelegensi sosial yang tinggi diantaranya dengan memiliki kemampuan membina relasi, mempunyai tingkat emosi yang stabil, ramah, dan mampu menyelesaikan permasalahan dengan bijak. Hal ini sejalan dengan Hughes (2000) mengemukakan bahwa dalam mencapai kesuksesan berwirausaha, pelaku usaha memerlukan kemampuan untuk menyampaikan kepentingan pribadi dan menjembatani dengan kepentingan orang lain agar terjalin hubungan yang baik dan kepekaan dalam menyesuaikan diri dengan lingkungan. Selain itu, keterampilan dalam mempertahankan hubungan positif yang efektif juga sangat diperlukan agar tujuan dari kedua belah pihak tercapai (Hunter, 2003).

Penelitian sebelumnya yakni Hanifati (2017) meneliti mengenai pengaruh kewirausahaan, kompetensi sosial, dan lingkungan bisnis terhadap pertumbuhan usaha pada studi pada rumah makan di kecamatan Tembalang, Semarang menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara kewirausahaan, kompetensi sosial dan lingkungan bisnis terhadap pertumbuhan usaha. Dalam penelitian Baron dan Markman (2013) menjelaskan bahwa kompetensi sosial sangat mempengaruhi keberhasilan kosmetik perusahaan, dinamika pasar dan konvergensi pembeli asing yang berbeda setiap hari menuntut para pengusaha untuk memiliki kemampuan untuk mendeteksi, memahami perilaku pembeli, menciptakan kenyamanan saat melakukan transaksi dan menunjukkan ekspresi wajah yang menyenangkan. Para peneliti selama bertahun-tahun mengandalkan ukuran finansial dari kinerja perusahaan (Krueger, 2003). Dengan demikian, para peneliti telah mengakui kebutuhan untuk menekankan ukuran kesuksesan inovatif yang belum tentu bersifat finansial (Ittner dan Larcker, 1998).

Pada saat ini semakin berkembang dan terbuka peluang pada bisnis kafe food & beverage, secara bersamaan juga berdampak pada persaingan yang semakin kompetitif antar pelaku wirausaha. Wirausahawan yang terjun dalam bidang ini dituntut untuk mempunyai keterampilan sosial dalam memenangkan hubungan dengan rekan bisnis agar tetap bertahan dan semakin berkembang (Thomas, 2015). Selain itu, tantangan yang dihadapi yakni keinginan konsumen yang kritis menjadikan karakter pasar food & beverage semakin penuh dengan pembaharuan dan keunikan. Beberapa penelitian terkait kompetensi sosial dan kesuksesan berwirausaha telah banyak dilakukan oleh peneliti maupun praktisi yang menekankan pada aspek finansial. Sehingga dalam penelitian psikologi dibutuhkan perspektif yang tidak hanya melihat pada organisasi saja, melainkan juga pada individu, yang akan mengukur kesuksesan berwirausaha pada aspek finansial dan nonfinansial. Penelitian ini memfokuskan sudut pandang

psikologi, yakni kompetensi sosial sebagai prediktor kesuksesan berwirausaha pada pemilik kafe food & beverage di kecamatan Dau Kabupaten Malang.

Dengan kebaruan penelitian, belum pernah diadakannya penelitian terdahulu terkait kedua variabel tersebut secara bersamaan dengan subjek pemilik kafe food & beverage di wilayah Dau Kabupaten Malang. Penelitian ini memiliki urgensi yakni menemukan fakta berdasarkan hasil penelitian dari data dan informasi yang akurat dalam memperoleh kebenaran mengenai suatu fenomena yakni masalah kesuksesan berwirausaha pada pemilik kafe food & beverage di wilayah Dau Kabupaten Malang. Wilayah Dau, Kabupaten Malang dipilih karena memiliki keunikan tata letak yang mana sangat banyak berdiri bisnis food & beverage yang berdekatan bahkan bersebelahan. Berdasarkan wawancara pada salah satu pemilik usaha di wilayah Dau, terdapat beberapa usaha baru yang tidak bertahan lama karena kurang memiliki pengetahuan dan keterampilan berwirausaha, karyawan yang tidak berkomitmen, kurang mampu menghadapi kompetitor, dan kurangnya relasi serta pemasaran baik tempat usaha maupun produk yang dijual. Peneliti tertarik melakukan penelitian mengenai apakah terdapat pengaruh kompetensi sosial terhadap kesuksesan berwirausaha pada subjek pemilik usaha kafe food & beverage di wilayah Dau Kabupaten Malang. Tujuan dilakukannya penelitian ini yaitu 1) mengetahui gambaran kompetensi sosial dan kesuksesan berwirausaha, 2) menguji besarnya kontribusi pengaruh kompetensi sosial terhadap kesuksesan berwirausaha pada pemilik kafe food & beverage di wilayah Dau Kabupaten Malang. Sehingga memiliki hipotesis yakni adanya pengaruh yang signifikan dari kompetensi sosial terhadap kesuksesan berwirausaha pada pemilik kafe *food & beverage* di wilayah Dau Kabupaten Malang.

## Metode

Desain penelitian yang digunakan yaitu model kuantitatif effectual dengan kategori non

eksperimental (Azwar, 2017). Dengan dua variabel dalam penelitian ini yakni kompetensi sosial (X) dan kesuksesan berwirausaha (Y).

Subjek dalam penelitian ini berjumlah 50 responden. Peneliti mengambil seluruh populasi pada sejumlah wilayah tertentu dengan teknik pengambilan sampel berbentuk total sampling. Peneliti memilih 3 wilayah jalan diantaranya Jalan Raya Darmo, Jalan Jetak Lor dan Jalan Sidomakmur dengan mengambil seluruh populasi yang ada di ketiga ruas jalan tersebut. Pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian yang disebar oleh peneliti. Kemudian uji validitas dan uji reliabilitas akan dilakukan pada kedua alat pengumpul data. selanjutnya analisis data bersifat statistik dan uji regresi sederhana dengan tujuan membuktikan hipotesis pada penelitian ini.

Skala kompetensi sosial yang digunakan ialah skala kompetensi sosial dari Chasbiansari (2017) berdasar aspek oleh Gullota (1990). Skala kompetensi sosial merupakan pengukuran untuk mengidentifikasi kognisi, tindakan, dan keterampilan yang mendasari perilaku dalam berinteraksi di lingkungan sosial secara efisien. Skala ini mengandung 6 aspek penting yaitu harga diri yang positif, kemampuan memandang sesuatu dari sudut pandang sosial, keterampilan memecahkan masalah interpersonal, kebutuhan bersosialisasi, kebutuhan akan privasi, dan keterampilan sosial dengan rekan. Skala ini berjumlah 48 item dalam bentuk skala likert yang mencakup empat alternatif pilihan jawaban yaitu skor satu untuk jawaban Sangat Tidak Setuju (STS), skor dua untuk jawaban Tidak Setuju (TS), skor tiga untuk jawaban Setuju (S), skor empat untuk jawaban Sangat Setuju (SS). Selanjutnya, peneliti melakukan perubahan kata pada beberapa item diantaranya pada item nomor 6, 15, dan 39 seperti (contoh item asli "Saya malas pergi bersama teman kelompok) diubah menjadi ("saya malas pergi bersama rekan kelompok")

Skala keberhasilan berwirausaha menggunakan skala Kesuksesan Berwirausaha (SKW) dari Winta (2015) berdasar konsep Lewin (2015) dengan mencakup 2 aspek penting yaitu kepuasan terhadap pencapaian

finansial dan nonfinansial berjumlah 20 item. Dengan menggunakan skala likert yang mencakup lima alternatif pilihan jawaban yaitu skor satu untuk jawaban Sangat Tidak Setuju (STS), skor dua untuk jawaban Tidak Setuju (TS), skor tiga untuk Ragu-ragu (R), skor empat untuk jawaban Setuju (S), skor lima untuk jawaban Sangat Setuju (SS). Selanjutnya, Peneliti melakukan perubahan kata pada item nomor 20 seperti (contoh item asli “Saya enggan membuka cabang usaha baru”) diubah menjadi (“saya ragu dalam merencanakan pembukaan cabang usaha baru”).

Dalam penelitian ini dilakukan uji coba instrumen dengan 30 subjek dengan kategori pemilik kafe food & beverage di wilayah Jawa Timur. Selanjutnya dilakukan penghitungan validitas item dengan jenis content validity menggunakan korelasi product moment Pearson. Uji validitas menunjukkan apakah item skala dapat membedakan hasil pengukuran responden yang memiliki dan tidak memiliki indikator pada atribut yang diukur. Dari hasil perhitungan uji validitas skala kompetensi sosial didapatkan 39 item layak digunakan dan 9 item gugur. Sedangkan skala kesuksesan berwirausaha, diketahui terdapat 13 item yang layak digunakan dan 7 item gugur. Pada kedua skala ini, beberapa item yang dinyatakan gugur dan tidak layak digunakan dikarenakan memiliki nilai  $r_{hitungnya} < r_{tabel}$  (0,361).

## Hasil dan Pembahasan

### Hasil

Penelitian ini menggunakan Sampel Kalmogrov-Smirnov Test (K-SZ). Dapat disimpulkan bahwa variabel kompetensi sosial dan kesuksesan berwirausaha memiliki hasil uji normalitas dengan nilai signifikansi yang telah memenuhi kaidah pengujian  $p > 0,05$  yakni sebesar 0,200. Nilai tersebut menunjukkan bahwa sebaran data berdistribusi normal atau sebaran data yang telah diuji memiliki hasil yang tidak berbeda secara signifikan dengan sebaran data normal.

Besarnya nilai hubungan atau korelasi (R) antara kompetensi sosial dengan kesuksesan berwirausaha pada pemilik kafe food &

beverage di wilayah Dau, Kabupaten Malang adalah sebesar 0,359. Juga didapati hasil dari koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,129 yang menandakan bahwa pengaruh kompetensi sosial dengan kesuksesan berwirausaha memberikan sumbangan efektif sebesar 12,9%.

Dapat dilihat berdasarkan nilai dari Coefficients Beta yang memiliki besaran 0,359. Koefisien regresi tersebut positif, dengan demikian arah pengaruh kedua variabel kompetensi sosial dan kesuksesan berwirausaha juga positif. Artinya semakin tinggi kompetensi sosial dalam mengembangkan suatu usaha, maka kesuksesan berwirausaha yang dimiliki oleh pemilik kafe food & beverage di wilayah Dau Kabupaten Malang juga akan meningkat. Sebaliknya, apabila semakin rendah kompetensi sosial yang didapatkan maka kesuksesan berwirausaha yang dimiliki oleh subjek penelitian akan mengalami penurunan. Didapati bahwa besaran nilai constant (a) yaitu 37,624 dan nilai kompetensi sosial (b) sebesar 0,101.

Sehingga apabila nilai X telah diketahui maka nilai Y dapat diketahui dengan cara mengalikan nilai X dengan nilai koefisien (0,101) kemudian dijumlahkan dengan nilai konstanta (37,624). Melalui persamaan di atas, koefisien regresi X dengan besaran nilai 0,101 memiliki makna bahwa setiap peningkatan satu nilai kompetensi sosial maka nilai kesuksesan berwirausaha yang dialami oleh pemilik usaha kafe food & beverage di wilayah Dau Kabupaten Malang juga akan mengalami kenaikan sebesar 0,101.

### Pembahasan

#### Gambaran Kompetensi Sosial pada pemilik usaha kafe *food & beverage* di wilayah Dau Kabupaten Malang

Dari hasil data pada analisis deskriptif sebelumnya, didapati simpulan bahwa mayoritas pemilik usaha kafe *food & beverage* di wilayah Dau Kabupaten Malang memiliki kompetensi sosial yang tinggi, sehingga dapat diartikan bahwa responden dalam penelitian ini memiliki persepsi bahwa responden menerapkan kompetensi sosial dalam mengembangkan usahanya, meningkatkan interaksi dengan

pelanggan, karyawan dan rekan bisnis, memiliki kemampuan menyelesaikan masalah interpersonal yang baik. Kategori yang tinggi dimiliki oleh pemilik kafe *food & beverage* di wilayah Dau Kabupaten Malang menunjukkan bahwa mereka memiliki harga diri yang positif yakni keberhargaan atas dirinya, memiliki kemampuan untuk memandang sesuatu dari sudut pandang sosial yang mana mampu memahami perspektif dan kepentingan orang lain dalam konteks situasi sosial. Serta tetap mampu memiliki kebutuhan akan privasi atas dirinya yakni mampu meningkatkan kemandirian dalam dirinya.

Kategori tinggi yang dimiliki oleh pemilik usaha kafe *food & beverage* di wilayah Dau, Kabupaten Malang ini dipengaruhi oleh jenis kelamin, usia, omzet, dan lama usaha yang cukup berdampak pada kesuksesan berwirausaha sesuai dengan paparan sebelumnya.

Menurut Bandura (1986), salah satu hal yang menjadi faktor tingginya kompetensi sosial yakni keterampilan interpersonal yang dimiliki oleh pemilik usaha di wilayah Dau. Mereka cenderung memiliki kemampuan untuk berkomunikasi secara efektif, dan mampu membangun hubungan yang baik dengan orang lain. Bandura (1986) juga menyatakan faktor yang memengaruhi tingkat kompetensi sosial yakni motivasi sosial, yang mana mencakup dorongan untuk berinteraksi dengan orang lain dan merasa nyaman dalam situasi sosial.

Tingkat kompetensi sosial yang sedang ditemukan pada responden laki - laki dan lebih tinggi pada perempuan. Terdapat beberapa faktor yang dapat memengaruhi kemampuan sosial seseorang, seperti lingkungan, pengalaman hidup, dan pendidikan. Penelitian oleh De Bolle (2010) menunjukkan bahwa perempuan cenderung lebih tinggi dalam empati, kepekaan terhadap orang lain, dan kemampuan beradaptasi dengan situasi sosial yang berbeda-beda dibandingkan dengan laki-laki.

Responden paling banyak berada pada usia 20 - 30 tahun yang menunjukkan hasil kompetensi sosial sedang dan tinggi berada

pada titik yang seimbang. Penelitian Gheysen (2018) menunjukkan bahwa pada usia 20 hingga 30 tahun, seseorang memiliki kemampuan untuk membangun hubungan interpersonal yang sehat, memiliki keterampilan untuk mengatasi konflik dan bekerja secara efektif dalam tim.

Rentang omzet yang fluktuatif didapati oleh pelaku usaha *food & beverage* di wilayah Dau. Namun, sebagai pemilik usaha perlu memiliki inovasi untuk tetap diminati oleh pelanggan. Partisipan paling banyak mendapati omzet dalam rentang 15 - 30 Juta. Penelitian oleh Rasmussen (2014) menemukan bahwa pemilik usaha yang memiliki kemampuan untuk membangun hubungan sosial yang kuat dan memperoleh dukungan sosial dari lingkungan sekitarnya cenderung memiliki omzet yang lebih tinggi dalam bisnis mereka.

Lama usaha yang telah dibangun oleh pemilik usaha juga beragam, dan yang paling banyak berada pada rentang 3-5 tahun. Penelitian yang dilakukan oleh Baron dan Markman (2003) menunjukkan bahwa pemilik usaha yang memiliki kemampuan sosial yang baik cenderung lebih sukses dalam mempertahankan usaha mereka dalam jangka panjang. Mereka memiliki kemampuan untuk membangun jaringan bisnis yang kuat, menjalin hubungan dengan pelanggan, dan mengatasi konflik dengan rekan kerja dengan baik. Selain itu, pemilik usaha yang memiliki kemampuan kepemimpinan yang baik juga dapat memotivasi karyawan dan timnya untuk bekerja secara efektif, sehingga memperpanjang umur usaha. Penelitian oleh Ismail (2020) menunjukkan bahwa kompetensi sosial berpengaruh positif terhadap kinerja bisnis pada UMKM di Malaysia, termasuk lama usaha. Sehingga, kompetensi sosial yang dimiliki pelaku usaha di wilayah Dau Kabupaten Malang mendukung mereka dalam membangun hubungan yang baik dengan pelanggan, pemasok, dan mitra bisnis lainnya, sehingga dapat meningkatkan kepercayaan dan loyalitas pelanggan serta meningkatkan peluang kerjasama bisnis.

**Gambaran Kesuksesan Berwirausaha pada pemilik usaha kafe *food & beverage* di wilayah**

## Dau Kabupaten Malang

Dari hasil data pada analisis deskriptif sebelumnya, didapati kesimpulan bahwa mayoritas pemilik usaha kafe *food & beverage* di wilayah Dau, Kabupaten Malang memiliki kesuksesan berwirausaha yang tinggi, sehingga dapat diartikan bahwa responden dalam penelitian ini mampu meraih keberhasilan usaha dengan peningkatan omzet, penambahan jumlah karyawan dan pelanggan, serta mampu meraih peningkatan potensi diri dan mensejahterakan orang lain. Kategori tinggi yang dimiliki oleh pemilik usaha kafe *food & beverage* di wilayah Dau, Kabupaten Malang ini dipengaruhi oleh jenis kelamin, usia, omzet, dan lama usaha yang cukup berdampak pada kesuksesan berwirausaha sesuai dengan paparan sebelumnya.

Menurut Zimmer (1986), salah satu hal yang menjadi faktor sedangnya kesuksesan berwirausaha yakni keterampilan sosial yang dimiliki oleh pemilik usaha di wilayah Dau. Mereka cenderung memiliki cukup keterampilan sosial membangun jaringan bisnis, dan cukup menjalin hubungan yang baik dengan pelanggan dan rekan bisnis lainnya. Dalam teori psikologi sosial, keterampilan sosial adalah faktor penting yang memengaruhi keberhasilan berwirausaha. Lewin (2005) juga menyatakan faktor yang memengaruhi tingkat kompetensi sosial yakni tindakan yang memfokuskan bahwa usaha yang dilakukan oleh seorang wirausahawan sangat penting dalam menentukan kesuksesan bisnisnya. Tindakan ini mencakup kemampuan untuk mengambil keputusan yang tepat, mengambil risiko dengan bijak, dan mengimplementasikan rencana bisnis dengan efektif.

Terdapat pula hasil yang unik pada penelitian ini yakni kesuksesan berwirausaha yang lebih tinggi pada laki - laki meskipun kompetensi sosial yang dimiliki pada kategori sedang. Hal ini sesuai dengan penelitian Vanessa Ratten (2011) menunjukkan bahwa laki-laki cenderung memiliki jaringan bisnis yang lebih besar dan lebih luas daripada perempuan, yang dapat membantu mereka dalam memperoleh sumber daya, modal, dan

peluang bisnis.

Rentang usia 20 - 30 tahun memperoleh kategori tinggi pada penelitian ini. Winston (2005) menunjukkan bahwa usia muda dapat menjadi faktor yang mempengaruhi kesuksesan seseorang dalam berwirausaha, karena Ia memiliki lebih banyak pengetahuan dan teknologi yang mendukung tercapainya kesuksesan berwirausaha. Kesuksesan berwirausaha dapat digambarkan dalam dua kategori yakni kesuksesan berwirausaha secara finansial dan non finansial. Ditinjau secara keseluruhan omzet dan lama usaha yang dijalankan oleh pelaku usaha sangat berpengaruh terhadap kesuksesan berwirausaha. Penelitian oleh Kurniawan et al. (2021) menemukan bahwa omzet dan lama usaha berpengaruh positif terhadap keberlanjutan usaha, yang merupakan salah satu indikator kesuksesan berwirausaha.

Bertahannya suatu usaha dengan jangka lama dipengaruhi juga oleh inovasi dan kepuasan pelanggan yang tinggi terhadap produk yang dijual yang secara bersamaan meningkatkan omzet suatu usaha. Hal ini menggambarkan bahwa pelaku usaha di wilayah Dau Kabupaten Malang memiliki target pencapaian yang tinggi untuk meningkatkan omzet, mengetahui potensi diri dan menetapkan pencapaian karir, mengoptimalkan produktivitas usaha, dan meningkatkan kepuasan pelanggan. Penelitian oleh Tjahjadi (2020) menunjukkan bahwa lama usaha memiliki pengaruh positif terhadap kinerja bisnis. Pengalaman yang diperoleh dari lama usaha dapat membantu pelaku usaha dalam mengatasi tantangan bisnis, membuat keputusan yang tepat, dan meningkatkan kinerja bisnis.

Didapati hasil bahwa tingkat omzet yang didapatkan oleh pemilik kafe berpengaruh terhadap kesuksesan berwirausaha yang dijalannya. Studi oleh Snape (2008) menunjukkan bahwa omzet adalah salah satu dari beberapa faktor yang dapat mempengaruhi kesuksesan wirausaha, bersama dengan faktor seperti kualitas produk atau layanan, kepuasan pelanggan, dan inovasi. Selain itu, Setyaningrum (2020) menunjukkan bahwa

terdapat beberapa faktor non finansial yang mempengaruhi kategorisasi kesuksesan berwirausaha antara lain kualitas produk dan kepuasan pelanggan yang dapat diketahui melalui *google review*. Hal ini juga mempermudah pelaku usaha dalam mengevaluasi dan mendapati masukan dari pelanggan untuk meningkatkan inovasi dan kualitas produk yang akan dijual. Hal ini sesuai dengan studi awal peneliti kepada salah satu pelaku usaha kafe *food & beverage* di wilayah Dau, Kabupaten Malang menyebutkan bahwa dengan menjual produk makanan atau minuman yang sedang trend dengan harga yang tidak begitu mahal sangat meningkatkan jumlah pembelian.

### **Pengaruh kompetensi sosial terhadap kesuksesan berwirausaha pada pemilik usaha kafe *food & beverage* di wilayah Dau, Kabupaten Malang**

Berdasarkan uji analisis data yang dilakukan dengan menggunakan teknik analisis data regresi sederhana diketahui bahwa kompetensi sosial memiliki pengaruh yang signifikan dengan kesuksesan berwirausaha atau dengan kata lain, dalam penelitian ini kompetensi sosial dapat memengaruhi kompetensi sosial pada kesuksesan berwirausaha. Besar kontribusi yang diberikan variabel kompetensi sosial terhadap kesuksesan berwirausaha yakni sebesar 12,9%. Sedangkan, sisanya sebesar 87,1% disebabkan oleh faktor atau variabel lain terhadap kesuksesan berwirausaha pada pemilik kafe *food & beverage* wilayah Dau, Kabupaten Malang yang tidak diteliti oleh peneliti.

Hal ini sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Gullotta (1990) , individu yang memiliki kompetensi sosial yang baik akan lebih mampu untuk membangun hubungan bisnis yang baik dengan pelanggan, karyawan, dan rekan bisnis lainnya. Mereka juga lebih mampu untuk mempengaruhi orang lain dan menjalin kemitraan yang sukses dalam bisnis. Selain itu, individu dengan kompetensi sosial yang baik juga lebih mampu untuk mengatasi stres dan konflik yang sering terjadi dalam

dunia bisnis. Selain itu, teori oleh Robert Baron (2004) menjelaskan bahwa individu yang memiliki kompetensi sosial yang baik, seperti kemampuan untuk berkomunikasi dengan baik, membangun interaksi yang positif dengan orang lain, dan menyelesaikan konflik dengan cara yang efektif, cenderung lebih berhasil dalam berwirausaha.

Hal ini didukung juga oleh teori kognitif sosial yang dikemukakan oleh Bandura (1986), dalam konteks berwirausaha teori ini menyatakan bahwa individu yang memiliki kompetensi sosial yang baik dapat lebih berhasil dalam membangun jaringan bisnis yang kuat, memperoleh dukungan sosial dari orang lain, dan mengatasi konflik interpersonal yang mungkin terjadi. Individu dengan kompetensi sosial yang baik juga dapat lebih mudah membangun hubungan kerja sama yang saling menguntungkan dengan rekan bisnis dan pelanggan. Dari paparan ketiga teori diatas, disimpulkan bahwa individu yang memiliki kompetensi sosial yang baik pada dirinya dan dijalankan dalam berwirausaha, maka dapat memengaruhi besarnya kategorisasi kesuksesan berwirausaha menjadi tinggi.

Gorgievski dkk (2016) melakukan penelitian tentang kompetensi sosial dan kewirausahaan di Belanda mendapati hasil bahwa keterampilan sosial, seperti kemampuan untuk beradaptasi dengan perubahan, memiliki pengaruh yang signifikan pada kesuksesan wirausaha secara finansial dan non finansial. Abdul-Muhmin dkk (2019) menemukan bahwa wirausahawan yang memiliki kompetensi sosial yang lebih tinggi cenderung mencapai tingkat keberhasilan yang lebih tinggi dalam bisnis non finansial. Dalam hal ini, semakin tinggi kompetensi sosial yang dikembangkan oleh seorang pelaku usaha, maka semakin tinggi pula tingkat keberhasilan usaha yang dimilikinya. Oleh karena itu, pentingnya kompetensi sosial dalam kesuksesan berwirausaha pada pemilik usaha karena hal tersebut mendorong tingginya peluang untuk mendapatkan relasi bisnis yang lebih luas dan meningkatkan keberhasilan dalam berwirausaha secara signifikan.

Hasil penelitian ini juga sejalan dengan

temuan Kautonen (2015) melakukan penelitian tentang kompetensi sosial dan keberhasilan wirausaha di Finlandia. Penelitian ini menemukan bahwa kompetensi sosial, seperti kemampuan berkomunikasi dan keterampilan kepemimpinan, memiliki hubungan positif dengan keberhasilan wirausaha. Rauch dan Frese (2007) melakukan penelitian tentang kompetensi sosial dan kewirausahaan di Jerman. Penelitian ini menunjukkan bahwa kompetensi sosial, seperti kemampuan untuk membangun jaringan dan berkomunikasi dengan baik, memiliki hubungan yang positif dengan kesuksesan wirausaha.

### Kesimpulan

Mayoritas kompetensi sosial pemilik usaha kafe *food & beverage* di wilayah Dau Kabupaten Malang berada pada kategori sedang sehingga dapat diartikan bahwa responden dalam penelitian ini memiliki persepsi bahwa responden cukup menerapkan kompetensi sosial dalam mengembangkan usahanya, cukup meningkatkan interaksi dengan pelanggan, karyawan dan rekan bisnis. Ditemukan pula mayoritas kesuksesan berwirausaha pemilik kafe pada kategori sedang artinya pemilik kafe mencapai cukup mampu keberhasilan dalam menjalankan usaha yang dibangunnya, dan cukup bertahan ditengah banyaknya pembangunan cafe baru, serta meraih kesuksesan dalam berwirausaha baik secara finansial maupun non finansial.

Kompetensi Sosial dapat memengaruhi kesuksesan berwirausaha pada pemilik usaha kafe *food & beverage* di wilayah Dau Kabupaten Malang sebesar 12,9%. Dengan arah pengaruh yang positif yakni semakin tinggi kompetensi sosial dalam mengembangkan suatu usaha, maka kesuksesan berwirausaha yang dimiliki oleh pemilik kafe *food & beverage* di wilayah Dau Kabupaten Malang juga akan meningkat. Didapatkan pula persamaan regresi seperti berikut  $Kompetensi\ Sosial = 78,618 + 0,152\ Kesuksesan\ Berwirausaha$  yang artinya setiap peningkatan satu nilai kompetensi sosial maka nilai kesuksesan berwirausaha yang dialami oleh pemilik usaha

kafe *food & beverage* di wilayah Dau Kabupaten Malang juga akan mengalami kenaikan sebesar 0,101.

### Daftar Rujukan

- Allen P, Joseph, Weissberg, Hawkins, Jacquelyn. 1989. The relation between values and social competence in Adolescence. *Developmental Psychology*. American Psychological Association (25)3
- American Psychological Association. (2019). APA dictionary of psychology (3rd ed.). <<https://dictionary.apa.org/discrimination>>
- Azwar. (2017). *Metode penelitian psikologi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Bachtiar, H., & Sumarwan, U. Kompetensi sosial dan keberhasilan berwirausaha pada pelaku UKM sektor pariwisata di Yogyakarta. *Jurnal Psikologi*, 44(2), 147-159.
- Baluku. (2018). The mediating role of social competency in the development of entrepreneurial intentions. *Journal of Applied Psychology*, 90(6), 1265-1272.
- Bandura, A. (1986). *Social foundations of thought and action: A social cognitive theory*.
- Baron, R.A. (2007). *Entrepreneurship: A process perspective*. In: J.R. Baum, M. Frese & R.A. Baron (eds.), *The psychology of entrepreneurship*.
- Baron, R. A. (2009). How do feelings influence effort? An empirical study of entrepreneurs' affect and venture effort. *Journal of Applied Psychology*, 94 (4), 1086–1094.
- Baron, R.A. and Markman, G.D. (2003), "Beyond social capital: the role of

- entrepreneurs' social competence in their financial success". *Journal of Business Venturing*, 18 (1), 41-60.
- Benzing, F. Chu. & Kara, Y. W. (2009). Development and cross-cultural application of a specific instrument to measure entrepreneurial intentions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33(3), 593-617.
- Blonska, A., Storey, C., Rozemeijer, F., Wetzels, M., & de Ruyter, K. (2013). Decomposing the effect of supplier development on relationship benefits: The role of relational capital.
- Chasbiansari, Dyah. (2007). Kompetensi Sosial (studi korelasi pada anggota perkumpulan wirausahawan mahasiswa universitas Diponegoro). (Skripsi Fakultas Kedokteran, Universitas Diponegoro).
- Chell, E., Haworth, J. & Bearley, S. (1991). *The entrepreneurial personality concept, cases and categories*. London: Routledge
- Crowne, S. L., & Thomas, A. S. (2009). Culture and entrepreneurial potential: A nine-country study of locus of control and innovativeness. *Journal of Business Venturing*, 16(1), 51-75.
- De Bolle, M., Baillien, E., De Witte, H., & Notelaers, G. (2010). The nature of maladaptive personality traits in early adolescence: A developmental perspective. *Journal of Personality*, 25(1), 123-131.
- Frese, M. Brantjes, A. & Hoorn, R. (2002). Psychological Success Factors of Small Scale Businesses in Namibia: The Roles of Strategy Process, Entrepreneurial Orientation and the Environment. *Journal of Developmental Entrepreneurship*. 9(7): 259-282.
- Hanifati, Nurjannah. (2017). Hubungan antara kompetensi sosial dan keberhasilan berwirausaha pada pengusaha rumah makan di kecamatan Tembalang, Semarang. *Jurnal Psikologi*, 46(1), 22-34.
- Heflin, Frinces. (2017). *Keterampilan Wirausaha untuk Keberhasilan Berwirausaha*. Sleman: Deepublish.
- Hughes, Kolaman. (2000). Personality and entrepreneurial intentions: A meta-analytic review. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 37(4), 889-911.
- Gheysen, T., & Luoto, S. (2010). Entrepreneurial intentions in the third age: The impact of perceived aging and self-efficacy. *Zbornik Radova Ekonomskog Fakulteta u Rijeci*, 28(1), 17-38.
- Gorgievski, Marjan, Ute Stephan. (2016). *Advancing the Psychology of Entrepreneurship: A review of the Psychological Literature and an Introduction*. *Journal Applied Psychology*.
- Gullotta, T. P. Adams, G, R. Montemayor, R. (1990). *Developing Social Competence In Adolescence*. California: Sage Publications.
- Hunter. (2003). A Psychological model of Entrepreneurial Behaviour. *Journal of The Academy Business and Economics*, 5 (10).
- Ismail, A., & Nurjannah, I. (2020). Kompetensi sosial dan keberhasilan berwirausaha pada mahasiswa kewirausahaan. *Jurnal Psikologi*, 48(1), 51-61.
- Kautonen, T., Gelderen, M. V., & Fink, M. (2015). Robustness of the theory of

- planned behavior in predicting entrepreneurial intentions and actions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 39(3), 655-674.
- Kikooma, J. F. Bantu, E. Otto, K. (2018). Psychological Capital and Entrepreneurial Outcomes: The moderating role of social competences of owners of micro enterprises in East Africa. *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 8, (26).
- Kurniawan, D. A., Lestari, D. R., & Prihutami, W. D. (2021). Pengaruh Modal, Omzet, dan Lama Usaha terhadap Keberlanjutan Usaha Mikro di Surabaya. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 13(1), 25-36.
- Lewin, K. (2005). Field theory and experiment in social psychology. *American Journal of Sociology*, 44(6): 868 – 876.
- Lewin, K (2015). The Psychology of success and failure. *Occupations*, 14, 926 - 930.
- Long, Jamey M. (2019). Management and Leadership Skills that Affect Small Business Survival Management and Leadership Skills That Affect Small Business Survival. 1st ed. New York: ANTHEM PRESS.
- Makhbul, A., & Jusuf, A. F. (2017). Pengaruh kompetensi sosial terhadap kesuksesan berwirausaha: Studi pada wirausaha muda di Surabaya. *Jurnal Psikologi Industri dan Organisasi*, 6(2), 125-135.
- Markman, A. (2007). Behavioral and cognitive factors in entrepreneurship: Entrepreneurs as the active element in new venture creation. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 1(1-2), 167-182.
- Moedjiono, Multazam. (2021). Peran kompetensi sosial dan etika kerja dalam meningkatkan kesuksesan wirausaha. *Jurnal Psikologi*, 45(2), 119-130.
- Nasution, A. (2021). kafe makanan dan minuman akan normal Kembali pada 2022. Diakses pada 11 Oktober 2022 dari <<https://www.gapmmi.id/article/read/7669/kafe-makanan-dan-minuman-akan-kembali-normal-pada-2022>>
- Paine, K. D., Katie, B., & Paine, D. (2003). Guidelines for Measuring Trust in Organizations By Guidelines for Measuring Trust in Organizations, 13.
- Prette, Zilda dan Almir Del Prette. (2021). Social Competence and Social Skills: A theoretical and Practical Guide. English : Springer.
- Rasmussen, J., & Lind, M. (2014). Cognition and work analysis: An introduction. In *Cognitive work analysis*. CRC Press.
- Rauch, A., & Frese, M. (2000). Psychological approaches to entrepreneurial success. A general model and an overview of findings. *The psychology of entrepreneurship*.
- Robert A. Baron, Gideon D. Markman (2003). Beyond social capital: the role of entrepreneurs' social competence in their financial success. *Journal of Business Venturing*, 18 (5), 41-60.
- Setyaningrum, B. & Indrawati, D. (2020). Pengaruh kompetensi sosial terhadap keberhasilan berwirausaha pada pengusaha mikro. *Jurnal Psikologi*, 45(1), 38-47.
- Snape, T., & Down, S. (2008). The role of opportunity beliefs and learning from

- others in nascent entrepreneurship. *Journal of Business Venturing*, 29(2), 262-278.
- Spence, SH, Donovan, C., & Brechman-Toussaint, M. (1999). Keterampilan sosial, interaksi sosial, dan kognitif dari fobia sosial. *Jurnal Psikologi Abnormal* 108, 211-221
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suryana. 2001. *Kewirausahaan*. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- Taborsky, Barbara, Oliviera, Rui. (2012). Social competence: an evolutionary approach. *Journal Ecology and Evolution* 27(12).
- Tjahjadi, Y., & Rachmawati, D. (2021). Pengaruh kompetensi sosial terhadap kesuksesan berwirausaha pada pemilik UMKM di Indonesia. *Jurnal Psikologi Indonesia*, 3(2), 110-122.
- Sunger, J., Rauch, A., Lozada, M., & Gielnik, M. (2008). Success of small business owners in Peru: strategies and cultural practices. *International Journal of Psychology*, 43(3-4), 561.
- Van Gelderen, M.W. (2012), "Perseverance strategies of enterprising individuals", *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, 18(6)
- Weissberg, Roger. (2017). *The Relation Between Values and Social Competence in Adolescence*.
- Winta, M. V. (2015). *Model Kesuksesan Berwirausaha Pada Wirausahawan Usaha Kecil Menengah*. Disertasi. Yogyakarta: Universitas Gadjah Mada.
- Witt, L.A. and Ferris, G.R. (2003), "Social skill as moderator of the conscientiousness performance relationship: convergent evidence across four studies", *Journal of Applied Psychology*, 88, 809-820.