UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Pengukuran Profil Psychological Capital dan Entrepreneurial Networks Pedagang di Pusat Kuliner
ZULFA, Rika Fatimah P.L., S.T., M.Sc., Ph.D.
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL ..... **i**
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS ..... **ii**
KATA PENGANTAR ..... **iv**
DAFTAR ISI ..... **v**
DAFTAR TABEL ..... **vii**
DAFTAR GAMBAR ..... **viii**
ABSTRAK ..... **xi**
ABSTRACT ..... **xii**
BAB I PENDAHULUAN **1**
1.1 Latar Belakang 1
1.2 Rumusan Masalah 4
1.3 Pertanyaan Penelitian 5
1.4 Tujuan Penelitian 5
1.5 Manfaat Penelitian 5
1.6 Lingkup Penelitian 6
1.7 Sitematika Penelitian 6
BAB II LANDASAN TEORI **8**
2.1 Definisi dan Komponen (*Facets*) *Psychological Capital* 8
2.2 Definisi dan Dimensi *Entrepreneurial Networks* 10
2.3 Definisi dan Krakteristik Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) 12
2.4 Kajian Penelitian Terdahulu 14
BAB III METODE PENELITIAN **16**
3.1 Desain Penelitian 16
3.2 Metode Pengumpulan Data 18
3.2.1 Data Primer 18
3.2.2 Data Sekunder 19
3.2.3 Waktu dan Tempat Pengumpulan Data 19
3.2.4 Populasi dan Sampel 20
3.3 Definisi Konseptual dan Operasional 20
3.3.1 *Psychological capital* 21

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Pengukuran Profil Psychological Capital dan Entrepreneurial Networks Pedagang di Pusat Kuliner
ZULFA, Rika Fatimah P.L., S.T., M.Sc., Ph.D.
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

3.3.2 *Entrepreneurial Networks* 22
3.4 Instrumen Penelitian..... 23
3.5 Uji Reliabilitas 24
3.6 Teknik Analisis Data 25
3.6.1 *Mean* (Rata-rata) 25
3.6.2 Standar Deviasi 25
3.6.3 Frekuensi dan Persentase 26
3.6.4 Kategorisasi..... 26
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....29
4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian 29
4.2 Karakteristik Responden dan Reliabilitas Instrumen Penelitian..... 29
4.3 Profil *Psychological Capital* Pedagang Kuliner di Pratistha Harsa..... 32
4.4 Profil *Entrepreneurial Networks* Pedagang Kuliner di Pratistha Harsa..... 37
4.5 Pembahasan Profil *Psychological Capital* dan *Entrepreneurial Networks* Pedagang Kuliner di Pratistha Harsa..... 42
4.6 Keterkaitan *Psychological Capital* dan *Entrepreneurial Networks* 45
BAB V KESIMPULAN.....47
5.1 Kesimpulan 47
5.2 Implikasi..... 48
5.3 Keterbatasan dan Saran..... 49
DAFTAR PUSTAKA.....50
LAMPIRAN.....55

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Pengukuran Profil Psychological Capital dan Entrepreneurial Networks Pedagang di Pusat Kuliner
ZULFA, Rika Fatimah P.L., S.T., M.Sc., Ph.D.
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Kriteria Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah 13

Tabel 2. Operasionalisasi *Psychological Capital* 21

Tabel 3. Operasionalisasi *Entrepreneurial Networks* 23

Tabel 4. Pengkategorisasian 27

Tabel 5. Karakteristik Responden Pedagang Kuliner di Pratistha Harsa 30

Tabel 6. Hasil *Mean* dan Standar Deviasi *Psychological Capital* Pedagang di Pusat Kuliner Pratistha Harsa 33

Tabel 7. Perhitungan Kategorisasi *Psychological Capital* Pedagang Kuliner di Pusat Kuliner Pratistha Harsa 36

Tabel 8. Hasil *Mean* dan Standar Deviasi *Entrepreneurial Networks* Pedagang di Pusat Kuliner Pratistha Harsa..... 38

Tabel 9. Perhitungan Kategorisasi *Entrepreneurial Networks* Pedagang Kuliner di Pusat Kuliner Pratistha Harsa..... 41

Tabel 10. Dokumentasi Penelitian..... 69

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Pengukuran Profil Psychological Capital dan Entrepreneurial Networks Pedagang di Pusat Kuliner
ZULFA, Rika Fatimah P.L., S.T., M.Sc., Ph.D.
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Diagram Desain Penelitian Pusat Kuliner Pratistha Harsa..... 17

Gambar 2. Pembuka 55

Gambar 3. Bagian 1 - Profil Responden (1 dari 2) 55

Gambar 4. Bagian 1 - Profil Responden (2 dari 2) 56

Gambar 5. Bagian 2 - Petunjuk Pengisian 56

Gambar 6. Bagian 3 - Penilaian *Psychological Capital* Pedagang (1 dari 2) 57

Gambar 7. Bagian 3 - Penilaian *Psychological Capital* Pedagang (2 dari 2) 58

Gambar 8. Bagian 4 - Penilaian *Entrepreneurial Networks* Pedagang (1 dari 2) . 59

Gambar 9. Bagian 4 - Penilaian *Entrepreneurial Networks* Pedagang (2 dari 2) . 60

Gambar 10. Bagian 5 - Penutup 61

Gambar 11. Profil Pedagang (1 dari 5) 62

Gambar 12. Profil Pedagang (2 dari 5) 62

Gambar 13. Profil Pedagang (3 dari 5) 62

Gambar 14. Profil Pedagang (4 dari 5) 63

Gambar 15. Profil Pedagang (5 dari 5) 63

Gambar 16. Persebaran Jawaban *Psychological Capital* Pedagang 64

Gambar 17. Persebaran Jawaban *Entrepreneurial Networks* Pedagang 65

Gambar 18. *Output* Reliabilitas *Psychological Capital* 66

Gambar 19. *Output* Reliabilitas *Entrepreneurial Networks* 66

Gambar 20. *Output* Statistik Deskriptif Variabel (1 dari 3) 67

Gambar 21. *Output* Statistik Deskriptif Variabel (2 dari 3) 67

Gambar 22. *Output* Statistik Deskriptif Variabel (3 dari 3) 67

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Pengukuran Profil Psychological Capital dan Entrepreneurial Networks Pedagang di Pusat Kuliner
ZULFA, Rika Fatimah P.L., S.T., M.Sc., Ph.D.
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

Gambar 23. Jawaban Perizinan Dinas Koperasi,Usaha Kecil dan Menengah dan Perdagangan Kabupaten Banyumas 68

Gambar 24. Pendapatan Retribusi April 2026 Pusat Kuliner Pratistha Harsa 70

Gambar 25. Data Pedagang Kuliner di Pusat Kuliner Pratistha Harsa 71

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Pengukuran Profil Psychological Capital dan Entrepreneurial Networks Pedagang di Pusat Kuliner
ZULFA, Rika Fatimah P.L., S.T., M.Sc., Ph.D.
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian 55

Lampiran 2. Hasil Profil Pedagang 62

Lampiran 3. Hasil Persebaran Jawaban Pedagang 64

Lampiran 4. *Output Cronbach Alpha* SPSS 26 66

Lampiran 5. *Output* Statistik Deskriptif SPSS 26 67

Lampiran 6. Perizinan 68

Lampiran 7. Dokumentasi Penelitian 69

Lampiran 8. Data Tambahan dari Pengelola Pusat Kuliner Pratistha Harsa 70

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Pengukuran Profil Psychological Capital dan Entrepreneurial Networks Pedagang di Pusat Kuliner
ZULFA, Rika Fatimah P.L., S.T., M.Sc., Ph.D.
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengukur profil *psychological capital* dan *entrepreneurial networks* pada pedagang di Pusat Kuliner Pratistha Harsa. Hasil survei terhadap 37 pedagang menunjukkan bahwa kedua variabel tersebut berada pada kategori tinggi. Rata-rata nilai *psychological capital* adalah 5,01 (pada skala 1–6), sedangkan rata-rata nilai *entrepreneurial networks* adalah 4,05 (pada skala 1–5). Komponen terpenting dari *psychological capital* adalah *optimism*, sementara *efficacy* mendapat skor terendah, khususnya dalam hal kepercayaan diri di forum resmi. Selain itu, jaringan bisnis pedagang tergolong aktif dengan *density* dan *centrality* yang tinggi, terutama dalam hubungan dengan pemasok dan pelanggan. Selain itu, skor terendah ditemukan pada interaksi dengan keluarga dan teman.

Temuan ini menunjukkan ketangguhan, sikap positif, dan pengalaman luas para pedagang dalam menghadapi tantangan bisnis. Temuan ini juga menunjukkan adanya keterpisahan antara ranah profesional dan ranah pribadi. Hasil penelitian ini merupakan masukan penting bagi para pengelola dan Dinas terkait dalam merancang program pendampingan dan kebijakan yang dapat meningkatkan kepercayaan diri serta memperluas jejaring kolaborasi yang inklusif di antara para pedagang.

Kata Kunci: *Psychological Capital*, *Entrepreneurial Networks*, Pedagang Kuliner

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Pengukuran Profil Psychological Capital dan Entrepreneurial Networks Pedagang di Pusat Kuliner
ZULFA, Rika Fatimah P.L., S.T., M.Sc., Ph.D.
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

ABSTRACT

This study intends to measure the profile of psychological capital and entrepreneurial networks of culinary entrepreneurs at the Pratistha Harsa Culinary Center. The survey results of 37 entrepreneurs show that both variables are in the high category. The mean value of psychological capital is 5,01 (on a scale of 1–6), while the mean value of entrepreneurial networks is 4,05 (on a scale of 1–5). The most significant component of psychological capital was optimism, while efficacy scored the least, particularly in terms of confidence in official forums. Moreover, the entrepreneurs' business networks are active in high density and centrality, especially in relationships with suppliers and customers. In addition, the lowest scores were found in interactions with family and friends.

The findings show the resilience, positive attitude and vast experience of entrepreneurs in facing business challenges. The findings also show a certain disconnection between the professional and personal spheres. The results constitute an important input for managers and relevant authorities in the design of mentoring programs and policies that boost self-confidence and extend inclusive collaborative networks among entrepreneurs.

Keywords: *Psychological Capital, Entrepreneurial Networks, Culinary Entrepreneurs*

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Pengukuran Profil Psychological Capital dan Entrepreneurial Networks Pedagang di Pusat Kuliner
ZULFA, Rika Fatimah P.L., S.T., M.Sc., Ph.D.
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

BAB I PENDAHULUAN

Bab satu merupakan landasan awal dalam penulisan penelitian. Bab ini menjelaskan latar belakang, rumusan masalah, pertanyaan penelitian, tujuan penelitian, lingkup penelitian, serta sistematika penelitian. Bab satu disusun untuk memberikan gambaran umum mengenai penelitian serta menjadi dasar bagi pembahasan pada bab-bab selanjutnya.

1.1 Latar Belakang

Berdasarkan publikasi data makro Kementerian UMKM (2024), sektor UMKM menunjukkan peran yang baik dalam perekonomian nasional sepanjang periode 2020 hingga 2024. Kontribusi UMKM terhadap Produk Domestik Bruto nasional berada pada kisaran 58 hingga 61 persen. Dari sisi kuantitas, jumlah UMKM nasional mencapai puncaknya pada tahun 2023 sebesar 56,44 juta unit usaha dan sedikit menurun menjadi 56,14 juta unit usaha pada tahun 2024. Salah satu komposisi skala usaha yang mendominasi mencapai 96,84 persen adalah usaha mikro. Sektor ini juga menyerap tenaga kerja sebesar 121,8 juta orang pada tahun 2024, setelah sempat mengalami penurunan di tahun 2021 akibat pandemi.

Pedagang kuliner dengan skala mikro memiliki peran strategis dalam memenuhi kebutuhan pangan sehari-hari masyarakat. Namun ironisnya, usaha mikro terus menghadapi dinamika dan tantangan yang kompleks meliputi perubahan kebijakan publik, pergeseran perilaku konsumen, dan lain sebagainya. Berdasarkan kondisi tersebut kemampuan pedagang untuk bertahan di tengah tekanan menjadi faktor penentu antara tetap beroperasi atau gulung tikar.

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Pengukuran Profil Psychological Capital dan Entrepreneurial Networks Pedagang di Pusat Kuliner
ZULFA, Rika Fatimah P.L., S.T., M.Sc., Ph.D.
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

Pusat Kuliner Pratistha Harsa Purwokerto yang berdiri sejak tahun 2012 dan dibawahi langsung oleh Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah dan Perdagangan (DKUKMP) Kabupaten Banyumas menerapkan kebijakan perubahan jam operasional mulai 23 Januari 2026. Tempat ini semula hanya beroperasi pada sore hingga malam hari yang kemudian diperpanjang menjadi pukul 08.00 hingga 22.00 WIB. Kebijakan ini diambil oleh Dinas setempat sebagai upaya meningkatkan daya saing pusat kuliner serta untuk menjawab pola kunjungan masyarakat yang beragam.

Berdasarkan fenomena yang ditemukan, perpanjangan jam operasional belum serta-merta diikuti oleh seluruh pedagang. Berdasarkan data pengelola Pusat Kuliner Pratistha Harsa per Mei 2026, tersedia 67 los usaha di pusat kuliner tersebut. Dari jumlah tersebut hanya 37 los yang ditempati oleh pedagang aktif dan membayar retribusi secara rutin. Sisanya sebanyak 14 los masih kosong, lainnya terdiri dari 7 los ditempati pedagang aktif tetapi tidak membayar retribusi, dan 5 los ditempati pedagang tidak aktif tetapi masih membayar retribusi. Terakhir 5 los lainnya ditempati pedagang tidak aktif dan tidak membayar retribusi.

Kondisi keadaan los di Pusat Kuliner tersebut menunjukkan adanya dinamika perubahan kebijakan baru bagi pendagang yang perlu untuk diikuti oleh para pedagang. Ironisnya, kebijakan pemulihan ini menunjukkan fakta lapangan yang tidak seragam. Fenomena ketidakaktifan los serta fluktuasi tingkat kunjungan para konsumen membuktikan adanya tantangan yang ditemui yaitu kaitannya dengan keberlanjutan usaha para pedagang skala mikro. Keberhasilan 37 pedagang yang tetap bertahan tidak cukup dijelaskan oleh modal finansial saja, namun perlu

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Pengukuran Profil Psychological Capital dan Entrepreneurial Networks Pedagang di Pusat Kuliner
ZULFA, Rika Fatimah P.L., S.T., M.Sc., Ph.D.
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

didalami lagi faktor lainnya yang masih berkaitan dengan pada diri pedagang maupun relasionalnya.

Basuki dan Satria (2024) telah menguji faktor internal seperti sumberdaya dan pengelolaan keuangan, namun faktor tersebut tidak berpengaruh signifikan terhadap keberlanjutan UMKM. Temuan tersebut menunjukkan adanya celah bahwa kemampuan pedagang bertahan tidak cukup dijelaskan oleh aspek finansial semata, sehingga diperlukan variabel internal lain yang lebih mendasar. Secara teoretis, *psychological capital* terbukti mampu mendorong optimisme dan resiliensi seseorang dalam menghadapi tantangan (Luthans et al., 2007). *Psychological capital* (*PsyCap*) merupakan konstruk psikologis positif dalam mendukung individu untuk menghadapi tantangan dan mempertahankan motivasi yang terdiri dari empat komponen (*facets*). Komponen tersebut adalah *efficacy* (keyakinan), *hope* (harapan), *optimism* (optimisme), dan *resilience* (ketahanan) (Luthans et al., 2007).

Tidak hanya itu, untuk mendukung ketahanan terhadap tantangan pada individu khususnya pedagang, *entrepreneurial networks* juga hadir untuk memberikan akses terhadap informasi peluang dan sumber daya yang krusial bagi kelangsungan usaha mikro (Das & Goswami, 2019). Dalam konteks jaringan kewirausahaan pedagang, Das dan Goswami (2019) membagi *entrepreneurial networks* ke dalam dua dimensi, yaitu *network structure* dan *network types*. *Network structure* mencakup *size*, *density*, dan *centrality*, sedangkan *network types* mencakup *competitive* dan *supportive*. Kaitannya dengan keterhubungan dan aktivitas pertukaran informasi maupun sumber daya dalam jaringan kewirausahaan

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Pengukuran Profil Psychological Capital dan Entrepreneurial Networks Pedagang di Pusat Kuliner
ZULFA, Rika Fatimah P.L., S.T., M.Sc., Ph.D.
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

pedagang, *density* dan *centrality* merupakan pengukuran yang paling tepat untuk melihat bagaimana relasional yang melekat pada pedagang dapat bekerja.

Berdasarkan kondisi tersebut, diperlukan informasi mengenai profil *psychological capital* dan *entrepreneurial networks* pedagang kuliner di Pusat Kuliner Pratistha Harsa. Informasi tersebut sangat dibutuhkan oleh pengelola pusat kuliner dan Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah dan Perdagangan untuk menyusun program pengembangan ataupun kebijakan yang sesuai dengan kebutuhan pedagang. Tanpa informasi tersebut, program pendampingan dan kebijakan yang dibuat berisiko tidak tepat sasaran. Penelitian ini memiliki kebaruan pada konteks kajian, yaitu pedagang kuliner yang sedang menghadapi perubahan jam operasional di pusat kuliner tradisional. Oleh karena itu, penelitian ini bisa dijadikan sebagai data dasar mengenai kondisi *psychological capital* dan *entrepreneurial networks* yang dapat dimanfaatkan sebagai dasar penyusunan program dan kebijakan untuk pedagang maupun penelitian lanjutan.

1.2 Rumusan Masalah

Permasalahan utama yang diidentifikasi dalam penelitian ini adalah belum terpetakannya secara komprehensif modal internal dan eksternal dari kelompok pedagang yang bertahan setelah perubahan jam operasional. Sebelum menentukan akar permasalahan atas tidak aktif dan tidak membayar retribusi pada pedagang, diperlukan sebuah pendetailan profil terhadap 37 pedagang aktif dan membayar retribusi. Pengukuran profil pada penelitian ini berfokus pada dua modal krusial.

Pertama yaitu mendeskripsikan kondisi modal psikologis internal pedagang yang mencakup 4 komponennya yaitu *efficacy, hope, resilience,* dan *optimism.*

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Pengukuran Profil Psychological Capital dan Entrepreneurial Networks Pedagang di Pusat Kuliner
ZULFA, Rika Fatimah P.L., S.T., M.Sc., Ph.D.
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

Kedua, memetakan jaringan relasional eksternal pedagang yang difokuskan pada kerapatan (*density*) dan kesentralan (*centrality*). Pemetaan profil kedua modal ini secara terperinci membantu dalam memahami kesulitan kebutuhan spesifik pedagang sehingga program yang dirancang saat ini atau kedepannya tidak berisiko tidak tepat sasaran.

1.3 Pertanyaan Penelitian

Pertanyaan penelitian sebagai berikut,

1. Seperti apa profil *psychological capital* pedagang di Pusat Kuliner Pratistha Harsa Purwokerto?
2. Seperti apa profil *entrepreneurial networks* pedagang di Pusat Kuliner Pratistha Harsa Purwokerto?

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian sebagai berikut,

1. Mengukur profil *psychological capital* pedagang di Pusat Kuliner Pratistha Harsa Purwokerto;
2. Mengukur profil *entrepreneurial networks* pedagang di Pusat Kuliner Pratistha Harsa Purwokerto.

1.5 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan memberi kontribusi secara akademik maupun praktis. Secara akademik, hasil penelitian dapat memperkaya literatur tentang *psychological capital* dan *entrepreneurial networks* terkhusus pada pedagang kuliner skala mikro. Secara praktis, temuan ini dapat memberikan masukan berbasis data bagi Dinas Koperasi, Usaha Kecil, dan Menengah dan Perdagang (DKUKMP)

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Pengukuran Profil Psychological Capital dan Entrepreneurial Networks Pedagang di Pusat Kuliner
ZULFA, Rika Fatimah P.L., S.T., M.Sc., Ph.D.
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

Kabupaten Banyumas serta pengelola pusat kuliner dalam merancang kebijakan yang tepat sasaran. Terakhir, temuan ini bermanfaat bagi pedagang sebagai bahan evaluasi diri dalam meningkatkan kapasitas modal psikologis dan perluasan jariangan bisnisnya.

1.6 Lingkup Penelitian

Penelitian ini dibatasi pada beberapa hal, yaitu variabel yang diteliti hanya *psychological capital* dan entrepreneurial networks. *Psychological capital* dalam penelitian ini mencakup *efficacy*, *hope*, *resilience*, dan *optimism*. Sementara itu, pengukuran *entrepreneurial networks* difokuskan pada *density* dan *centrality* sebagai bagian dari *network structure*. Selanjutnya penelitian menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif, yaitu bertujuan mengukur profil, bukan menguji hubungan atau pengaruh. Subjek penelitian terbatas pada pedagang kuliner (makanan, minuman) di Pusat Kuliner Pratistha Harsa Purwokerto. Terakhir karakteristik demografis yang dikumpulkan hanya meliputi jenis kelamin, usia, lama berdagang, dan jenis kuliner yang dijual. Penelitian dilaksanakan di Pusat Kuliner Pratistha Harsa Purwokerto, dengan populasi seluruh pedagang kuliner aktif dan membayar retribusi berjumlah 37 orang dengan teknik *purposive sampling*. Waktu pengumpulan data berlangsung pada Mei hingga Juni 2026 atau setelah dilaksanakannya kebijakan perubahan jam operasional.

1.7 Sitematika Penelitian

Penelitian ini terdiri dari lima bab utama. Bab I merupakan pendahuluan yang mencakup latar belakang, rumusan masalah, pertanyaan penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, lingkup penelitian, dan sistematika penelitian.