

## Bab 1 Pendahuluan

### Latar Belakang Masalah

Di negara Indonesia, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran yang sangat penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi negara. UMKM adalah unit usaha produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha disemua sektor ekonomi (Hanim & Noorman, 2018). Berdasarkan data laporan dari Koordinator bidang perekonomian Republik Indonesia (2022) kontribusi UMKM terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia mencapai 60,5% dan terhadap penyerapan tenaga kerja adalah 96,9% dari total penyerapan tenaga kerja nasional. Kementerian koperasi dan usaha kecil dan menengah (2024) menunjukkan bahwa jumlah UMKM di Indonesia meningkat dari 64,2 juta unit pada tahun 2020 menjadi 65,5 juta unit pada tahun 2022. Dari total jumlah tersebut, sekitar 98,7% adalah usaha mikro yang terus beroperasi di berbagai sektor meskipun dihadapkan dengan hambatan yang berat.

Adapun orang yang mengelola UMKM dikenal dengan istilah pelaku UMKM, yang artinya seseorang yang mampu menciptakan lapangan pekerjaan dengan dilandaskan oleh perkembangan inovasi diberbagai sektor usaha. Meskipun pelaku UMKM memiliki kontribusi yang positif, seringkali pelaku UMKM menghadapi berbagai tantangan yang mengancam ketahanan usaha mereka. Misalnya sebagai contoh adalah banyaknya pelaku UMKM yang belum melek dengan teknologi pada era digitalisasi saat ini, bahkan tantangan yang lebih ekstrem adalah bersaing dengan pelaku UMKM lainnya di *e-commerce* (Marlinah, 2020). Dikarenakan pelaku UMKM di Indonesia hanya berfokus pada pemasaran secara *offline*.

Tantangan lainnya juga untuk pelaku UMKM di Indonesia seperti yang dipaparkan oleh Marlinah (2020) dalam tulisannya adalah membuat konsumen mencintai produk-produk dalam

negeri dan tetap menjadi prioritasnya. Disamping itu pula, pelaku UMKM diharapkan untuk mampu menjaga produk-produk dari hasil kearifan lokal budaya nusantara, dibandingkan dengan masuknya produk-produk dari China yang kualitas lebih baik dan harga yang terjangkau. Gustina Hasan (2023) pun melaporkan, saat ini bentuk tantangan terbesar UMKM di Indonesia adalah berbagai produk asing masuk ke Indonesia, yang terbesar adalah produk dari China.

Selain tantangan, pelaku UMKM di Indonesia pun kerap memiliki kelemahan-kelemahan ataupun kendala-kendala yang menghambatnya untuk berkembang. Gunartin (2017) mengungkapkan bahwa kendala yang paling umum dihadapi oleh pelaku UMKM adalah terbatasnya akses permodalan, kurang meleknya penggunaan teknologi, serta rendahnya keterampilan dari pelaku UMKM. Tidak hanya itu, pelaku UMKM di Indonesia pun kurang matang dalam membuat perencanaan kegiatan usahanya, ada pula tujuan yang kurang jelas untuk menjadi pelaku UMKM.

Saat ini, dunia secara global memasuki era revolusi industri 4.0, yang ditandai dengan para pelaku UMKM melakukan *digital marketing strategy* sebagai salah satu upaya untuk bisa bertahan ditengah persaingannya di *e-commerce*. Dengan tegasnya Marpaung dkk (2021) menyarankan dalam penelitiannya untuk para pelaku UMKM hendaknya bisa memanfaatkan digitalisasi sebagai salah satu upaya pemasaran produknya sehingga mampu meningkatkan kapasitas usaha. Buchari & Darmawan (2020) pun menyampaikan hal yang memiliki kesamaan dengan Marpaung dkk, yang mengemukakan cara untuk menaikkan profit bagi pelaku bisnis di era saat ini adalah dengan memanfaatkan jaringan internet untuk mengakses *e-commerce* atau media sosial.

Fenomena yang terjadi pada pelaku UMKM adalah sampai saat ini masih banyak pelaku UMKM yang tetap mampu beradaptasi dan bertahan untuk meneruskan usahanya tanpa

mengikuti perkembangan teknologi digital ataupun mengikuti persaingan di *e-commerce*. Di zaman yang sedang marak ketidakpastian tentang ancaman resesi ekonomi, masih banyak para pelaku UMKM tetap bertahan. Hal ini dikuatkan oleh data dari Kementerian Komunikasi dan Informasi (2022) yang memaparkan pada tahun 2022 secara kumulatif jumlah UMKM yang sudah memanfaatkan teknologi digital sekitar 32% atau berjumlah sebanyak 21 juta pelaku UMKM di Indonesia. Yang artinya, masih sebanyak 68% pelaku UMKM di Indonesia masih melakukan penjualan secara tradisional. Hal ini disebabkan oleh banyak pelaku UMKM yang tidak memiliki pengetahuan dan keterampilan dalam bidang digital marketing atau IT (Mahyudin, 2023). Serta dalam pandangan Anshori & Nurohman (2022) disebabkan pula oleh belum adanya kesadaran dari pelaku UMKM untuk beralih dari pemasaran secara konvensional ke pemasaran secara *online*.

Data dari Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah (2019) menunjukkan bahwa jumlah unit UMKM mengalami peningkatan sejumlah 1 juta unit dari 2018 ke tahun 2019 (dari 64 juta unit UMKM menjadi 65 juta). Hal ini sejalan dengan data Kementerian Keuangan Republik Indonesia (2023) yang menyatakan bahwa ditahun 2023, UMKM sedang dalam tren yang positif dengan jumlahnya yang terus bertambah setiap tahunnya. Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (2024) menunjukkan adanya peningkatan yang signifikan salah satunya di daerah Jawa Barat yang pada tahun 2020 jumlah pemilik usaha mikro berjumlah 584.920 mengalami peningkatan ke 592.791 pada tahun 2021 dan pada tahun 2022 jumlahnya kembali meningkat mencapai 632.921.

Sektor UMKM mikro pada beberapa tahun terakhir membuktikan kekuatannya yang luar biasa dalam bertahan dan beradaptasi, meskipun dihadapkan dengan berbagai macam masalah seperti kesulitan dalam mengadopsi inovasi digital, kondisi ekonomi yang tidak menentu pasca

Covid-19, dan ancaman ketidakpastian resesi global (Tentama dkk., 2024). Sebagaimana laporan riset oleh Fachrizah dkk. (2022) mengenai kebijakan penanggulangan bagi usaha UMKM pasca pandemi, terdapat dua masalah utama yang dihadapi oleh UMKM, yaitu masalah keuangan dan pasokan/permintaan. Selain itu, minimnya fasilitas operasional, sumber daya, dan pendanaan, pelaku UMKM juga masih kurang menguasai *platform* digital.

Salah satu contoh pelaku UMKM mikro yang bertahan adalah Dedi Supriyadi, seorang pedagang buah petian di Pasar Induk Caringin, Bandung, mengungkapkan bahwa pandemi Covid-19 menuntut pelaku usaha untuk berpikir strategis dan jeli dalam melihat peluang agar dapat bertahan serta berkembang. Ia juga menyampaikan bahwa bantuan modal kerja dari pemerintah memiliki peran signifikan dalam mendukung keberlangsungan usahanya di tengah kondisi yang tidak menentu (Nisaputra, 2021). Dari contoh tersebut, membuktikan bahwa pelaku usaha UMKM mikro yang memiliki ketahanan dalam menjalani usahanya meskipun dihadapkan dengan berbagai macam masalah seperti kesulitan dalam mengadopsi inovasi digital, kondisi ekonomi pasca covid-19 yang tidak pasti, dan ketidakpastian resesi.

Untuk menggali lebih dalam, peneliti melakukan studi awal kepada 30 pelaku UMKM di Kabupaten Garut yang aktif menjalankan usaha minimal satu tahun terakhir yang dipilih secara acak dari jaringan komunitas pelaku usaha di Kabupaten Garut dengan menggunakan media *google form* pada tanggal 18 Oktober 2024 yang disebarakan melalui grup WhatsApp komunitas UMKM serta dibagikan secara langsung kepada pelaku usaha mikro yang peneliti temui di lapangan. Studi awal ini memiliki keterbatasan karena responden sebagian besar berasal dari jaringan atau area yang dapat di jangkau oleh peneliti, sehingga kemungkinan belum sepenuhnya menggambarkan pelaku usaha mikro di Kabupaten Garut.

27 responden menyatakan bahwa mereka menghadapi beragam tantangan saat menjalankan usaha, diantaranya masalah modal dan keuangan, sedangkan tiga lainnya tidak merasakan menghadapi tantangan. Sebanyak 20 dari 30 responden juga menghadapi persaingan pasar yang ketat seperti, perbandingan harga pasar, banyaknya kesamaan dalam usaha yang ditekuni, dan kesulitan dalam beradaptasi dan berinovasi pada era digital. Selain itu, tantangan dalam menarik minat pelanggan juga diungkapkan oleh 18 dari 30 responden.

20 dari 30 responden merasa cemas atau khawatir saat menghadapi tantangan saat menjalankan usahanya namun, mereka tetap berusaha untuk berpikir positif dan percaya diri untuk mempertahankan fokus usahanya, serta mencari solusi dan mengevaluasi, baik terhadap produk dan agar terus memperbaiki kinerjanya. Sebanyak 10 responden lainnya mengungkapkan bahwa mereka cukup tenang ketika menghadapi tantangan dengan terus melakukan inovasi dan mengevaluasi strategi usaha.

Sebanyak 25 responden menyebut bahwa mereka mampu menghadapi tantangan dalam usaha mereka berkat pemenuhan kebutuhan psikologis mereka, seperti kebutuhan akan sandang, pangan, pengakuan, dan motivasi diri yang tinggi untuk mencapai tujuan usaha. 5 sisalainnya itu menyebutkan bahwa komitmen pun menjadi faktor internal yang memengaruhinya. Kebutuhan ini menciptakan rasa aman dan stabilitas yang memungkinkan mereka untuk tetap fokus pada tujuan bisnis mereka. Selain itu seluruh responden mengungkapkan bahwa dukungan orang-orang di sekitar mereka, seperti keluarga dan rekan, berperan penting dalam memenuhi kebutuhan psikologis ini, sehingga mereka merasa dihargai dan didukung dalam menghadapi tantangan yang muncul. Keterhubungan ini memberikan dorongan tambahan bagi mereka untuk terus berinovasi dan beradaptasi, sekaligus menjaga semangat dan ketahanan dalam menjalankan usaha.

Adapun dari fenomena dan studi awal di atas tergambar *hardiness* atau kepribadian yang tahan banting dari pelaku UMKM. *Hardiness* pada wirausahawan adalah kesadaran mereka terhadap risiko usaha tidak menjadi suatu hambatan, melainkan dianggap sebagai kesempatan untuk meningkatkan potensi demi keberlanjutan usaha dalam jangka panjang (Lindayani, 2023). Herliany (2023) pun berpendapat bahwa pelaku usaha memiliki *hardiness*. Selain itu, *hardiness* pun dibutuhkan agar usaha yang dijalankan bisa sukses sesuai yang diharapkan terlebih lagi saat menghadapi kegagalan atau kerugian (Haq & Akbar, 2022). Menjadi pelaku usaha tentunya juga membutuhkan jiwa yang tangguh dan pantang menyerah. Hal ini menunjukkan bahwa jika ingin menjadi pengusaha, maka seseorang dapat terus *hardiness* dalam aktivitas kesehariannya (Sasmita & Afriyenti, 2023).

Terlepas dari berbagai tantangan-tantangan yang telah disebutkan dalam studi awal, penting untuk memahami bahwa pemenuhan kebutuhan (*needs*) menjadi salah satu alasan utama dibalik kelangsungan UMKM dalam psikologi konsep (*needs*) dalam psikologi, konsep *needs* merujuk pada teori *hierarchy of needs* yang dikemukakan oleh Abraham Maslow. Teori ini menjelaskan bahwa manusia memiliki kebutuhan dasar yang harus dipenuhi, mulai dari kebutuhan fisiologis hingga aktualisasi diri (Maslow, 1943). Dalam konteks UMKM, kebutuhan ini sering kali meliputi kebutuhan akan penghasilan untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari, kebutuhan akan keamanan finansial, serta dorongan untuk mencapai kesejahteraan pribadi dan keluarga.

Menurut Sukmono, (2009), *hardiness* merupakan ketahanan psikologis yang dapat membantu individu dalam mengelola stres yang dialaminya. Individu yang memiliki *hardiness* cenderung lebih mampu menjalankan berbagai peran yang dipilihnya (Maddi, 2002). Mereka juga memiliki kontrol diri yang baik dalam menghadapi berbagai situasi dan tantangan

(Sukmono, 2009). Ketahanan ini memungkinkan mereka untuk tetap produktif dan efektif dalam menjalani aktivitas sehari-hari, bahkan dalam situasi penuh tekanan (Kobasa dkk., 1982).

Maddi & Khoshaba, (2005) menyebutkan bahwa salah satu faktor internal guna menekankan pentingnya pemenuhan memenuhi kebutuhan dasar dan psikologis dalam mendukung perkembangan *hardiness*. Sejalan dengan pendapat Dewi dkk., (2020) bahwa faktor internal yang memengaruhi *hardiness*, seperti keyakinan diri, *psychological needs*, harga diri, dan persepsi terhadap stres, berperan penting dalam meningkatkan ketahanan individu saat menghadapi tantangan. Selain itu, Maddi, (2002), serta Dewi dkk., (2020) menyatakan bahwa dukungan sosial memiliki menjadi faktor eksternal yang memengaruhi *hardiness* seseorang. Seseorang yang mendapatkan dukungan sosial baik berupa materi, motivasi, dan informasi dari orang-orang di sekitarnya dapat memberikan pengaruh positif terhadap individu terkait dalam menghadapi masalah yang dapat menimbulkan stress, sehingga membuat individu tersebut menjadi lebih kuat. Kondisi lingkungan kerja yang mendukung, pengalaman hidup, dan kondisi sosial ekonomi. Faktor-faktor eksternal ini, jika dipadukan dengan faktor internal seperti harga diri dan kontrol diri, menciptakan fondasi kuat bagi individu untuk menghadapi tekanan dan adaptif dalam berbagai situasi kehidupan (Dewi dkk., 2020).

Dari studi awal, diketahui terdapat 25 responden memberikan jawaban jika kebutuhan psikologis menjadi faktor internal yang berdampak, artinya kemampuan pelaku usaha dalam mempertahankan bisnis sangat dipengaruhi oleh kebutuhan psikologis yang menjadi faktor internal dalam diri mereka. Kebutuhan psikologis diartikan sebagai kebutuhan dasar yang penting untuk kesejahteraan individu dan berpengaruh pada motivasi internal serta rasa pencapaian diri (Johnston & Finney, 2010). Kebutuhan psikologis ini meliputi motivasi diri, keyakinan pada kemampuan (*self-efficacy*), dan resiliensi, yang memungkinkan individu untuk

tetap berjuang meskipun dihadapkan pada berbagai tantangan (Ryan & Deci, 2000). Motivasi diri menjadi pendorong utama dalam menghadapi kesulitan, di mana pelaku usaha merasa terdorong untuk mencapai tujuan dan meraih pencapaian yang lebih baik. Keyakinan pada kemampuan diri memberikan rasa percaya diri yang penting dalam pengambilan keputusan dan tindakan yang diambil selama menjalankan usaha (Bandura, 1977).

Ketahanan juga berperan krusial, karena pelaku usaha yang tangguh mampu bangkit kembali dari kegagalan dan terus beradaptasi dengan situasi yang berubah (Masten, 2001). Selain itu, kebutuhan akan otonomi dan kompetensi juga mendasari perilaku pelaku usaha dalam mempertahankan bisnis mereka. Rasa otonomi memungkinkan mereka untuk membuat keputusan yang sesuai dengan nilai dan visi pribadi mereka, sedangkan kebutuhan untuk merasa kompeten memberi dorongan untuk terus belajar dan mengembangkan keterampilan (Deci & Ryan, 2008). Dengan memenuhi kebutuhan psikologis ini, pelaku usaha dapat meningkatkan kemampuan mereka dalam menghadapi tantangan dan memelihara keberlangsungan bisnis. Hal ini menunjukkan bahwa faktor internal yang berkaitan dengan kebutuhan psikologis sangat berperan dalam menjaga semangat dan ketahanan mereka dalam menjalankan usaha (Van den Broeck dkk., 2016).

Penelitian sebelumnya menunjukkan adanya keterkaitan yang kuat dan positif antara kebutuhan psikologis dan *hardiness* (Moreno-Montero dkk., 2024). Selain itu, seseorang dengan tingkat *psychological needs* tinggi lebih mampu menghadapi tekanan dan tantangan yang muncul dalam berbagai konteks, termasuk akademik dan pekerjaan, sehingga dapat mempertahankan kesejahteraan psikologis yang baik untuk memenuhi (Mazzetti dkk., 2020).

Namun, dalam Penelitian Lubabin Nuqul & Rahmawati, (2014) menemukan yang mana *hardiness* terbentuk seiring waktu, sehingga tidak terlalu dipengaruhi oleh kebutuhan psikologis saja dan perlu didukung oleh variabel lain seperti *self-esteem*.

Tambunan (2019) pun berpandangan bahwa ketahanan UMKM bukan hanya didorong kebutuhan psikologis, tetapi juga faktor sosial, yaitu dukungan sosial. Dukungan sosial adalah konsep yang merujuk pada berbagai bentuk bantuan yang diberikan oleh individu atau kelompok untuk membantu orang lain menghadapi situasi sulit (House, 1981). Dukungan ini membantu individu merasa terhubung dan dihargai dalam komunitas, sehingga memperkuat kemampuan mereka untuk mengatasi tantangan (House & Khan, 1985). Lebih lanjut, penelitian menunjukkan bahwa individu dengan jaringan dukungan sosial yang kuat cenderung memiliki kesejahteraan mental yang lebih baik dan lebih mampu mengatasi kesulitan hidup, menunjukkan pentingnya peran dukungan sosial dalam menjaga kesehatan psikologis (E. W. Taylor, 2007).

Dukungan sosial juga memainkan peran krusial dalam meningkatkan ketahanan atau *hardiness* individu, terutama dalam menghadapi tekanan atau stres (Maddi, 2016). Individu yang mendapatkan dukungan emosional, informasi, dan bantuan materi dari lingkungan sosial mereka cenderung lebih mampu menghadapi situasi sulit. Dukungan ini memungkinkan individu untuk merasa didukung, dipahami, dan memiliki sumber daya untuk mengatasi masalah, yang pada akhirnya memperkuat ketahanan mereka (Sarason & Sarason, 2009). Dengan adanya dukungan sosial, mereka lebih mungkin untuk membangun komitmen terhadap peran yang diemban, mempertahankan kontrol terhadap situasi yang penuh tekanan, serta melihat tantangan sebagai peluang untuk pertumbuhan (Cohen & Wills, 1985).

Dukungan sosial juga meningkatkan kepercayaan diri individu dalam mengatasi masalah dengan lebih efektif dan meminimalisir dampak negatif dari stres (Lakley & Cohen, 2000).

Dalam hal ini, hubungan sosial yang baik memperkuat aspek-aspek *hardiness* seperti komitmen, kontrol, dan kemampuan menghadapi tantangan (Kobasa dkk., 1982). Eschleman dkk., (2010) dalam penelitiannya menyebutkan pengaruh dukungan sosial yang tinggi dari keluarga, teman, dan rekan kerja lebih mampu mengatasi stress yang dihasilkan dari beban kerja tinggi. Dukungan sosial membantu individu dalam menegakkan perasaan kendali atas situasi mereka dan menjaga keterlibatan dalam pekerjaan, yang merupakan komponen penting dari *hardiness*.

Hasil penelitian dari Anjum, (2022) menemukan bahwa dukungan sosial memiliki pengaruh positif dalam meningkatkan *hardiness*. Serupa dengan yang diungkapkan oleh Tomassetti-Long, (2014) peningkatan *hardiness* dipengaruhi oleh dukungan sosial dari rekan kerja dan keluarga. Namun, pada penelitian lain yang dilakukan oleh Kusumawardhani, (2021) ditemukan hasil yang berbeda yakni tidak terdapat pengaruh dukungan sosial terhadap *hardiness* dimana individu dengan dukungan sosial mungkin tetap tidak memiliki ketahanan jika dukungan yang didapatkan tidak efektif atau ketidaktahuan dalam memanfaatkan dukungan. Sejalan dengan penelitian Arlina dkk., (2022) bahwa dukungan sosial tidak dapat memengaruhi *hardiness* seseorang sebab mereka memiliki ketahanan internal yang kuat dan cenderung mengandalkan strategi pribadi dalam menghadapi stres dibandingkan dengan pemanfaatan dukungan

Penelitian ini penting untuk dilakukan karena penelitian ini memiliki potensi untuk memberikan kontribusi signifikan dalam memahami dinamika pelaku UMKM dan membantu mereka dalam menghadapi tantangan, serta meningkatkan ketahanan, dan kesejahteraan mereka. Kebaharuan dalam penelitian ini terletak pada subjek penelitian yaitu pelaku UMKM yang masih jarang di bahas, dan juga pada gabungan variable internal dan eksternal yang digunakan untuk penelitian ini, yaitu *psychological needs* dan *Social Support* yang digunakan secara bersamaan.

Berdasarkan hasil kajian literatur dan studi awal, peneliti tertarik untuk mengeksplorasi secara mendalam bagaimana pengaruh *psychological needs* dan *Social Support* terhadap *hardiness* pada pelaku usaha mikro di Kabupaten Garut.

### **Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah di jelaskan diatas, peneliti merumuskan masalah dalam penelitian sebagai berikut :

1. Apakah terdapat pengaruh simultan *psychological needs* dan *Social Support* terhadap *hardiness* pada pelaku usaha mikro di Kabupaten Garut?
2. Apakah *psychological needs* berpengaruh terhadap *hardiness* pada pelaku usaha mikro di Kabupaten Garut?
3. Apakah *Social Support* berpengaruh terhadap *hardiness* pada pelaku usaha mikro di Kabupaten Garut?

### **Tujuan Penelitian**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *psychological needs* dan *Social Support* terhadap *hardiness* pada pelaku usaha mikro di Kabupaten Garut.

1. Untuk mengetahui pengaruh *psychological needs* dan *Social Support* terhadap *hardiness* pada pelaku usaha mikro di Kabupaten Garut
2. Untuk mengetahui pengaruh *psychological needs* terhadap *hardiness* pada pelaku usaha mikro di Kabupaten Garut
3. Untuk mengetahui pengaruh *Social Support* terhadap *hardiness* pada pelaku usaha mikro di Kabupaten Garut

### **Kegunaan Penelitian**

#### ***Kegunaan Teoretis***

Harapan peneliti bahwa penelitian ini dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu psikologi, khususnya dalam bidang psikologi kepribadian dan psikologi sosial, dengan menggambarkan pengaruh *psychological needs* dan *Social Support* terhadap *hardiness* pada pelaku usaha mikro. Hasil penelitian ini dapat menjadi referensi bagi akademisi atau peneliti yang ingin mengkaji lebih lanjut pengaruh *psychological needs* dan *Social Support* terhadap *hardiness* dalam konteks pelaku usaha. Kemudian penelitian ini pun dapat digunakan sebagai bahan kajian dan rujukan penelitian di masa mendatang bagi para Mahasiswa psikologi.

### ***Kegunaan Praktis***

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak, antara lain:

1. Pelaku usaha mikro, untuk meningkatkan pemahaman tentang pentingnya pemenuhan kebutuhan psikologis dan dukungan sosial dalam membangun ketahanan psikologis, sehingga mampu bertahan dan berkembang di tengah tantangan usaha.
2. Konselor atau pendamping usaha, sebagai acuan dalam memberikan pendampingan yang tidak hanya berfokus pada aspek teknis usaha, tetapi juga pada penguatan faktor psikologis pelaku usaha.
3. Instansi pemerintah dan Lembaga terkait, seperti kementerian koperasi dan UKM, dinas koperasi, atau Lembaga pemberdayaan ekonomi, untuk merancang program pelatihan atau pendampingan yang memperhatikan pemenuhan kebutuhan psikologis dalam rangka meningkatkan ketahanan para pelaku usaha.
4. Masyarakat dan lingkungan sekitar, untuk menumbuhkan kesadaran akan pentingnya dukungan sosial bagi pelaku usaha mikro sebagai bagian dari ekosistem ekonomi local.