

BAB III

LANDASAN TEORI

3.1 Teori Kewirausahaan

Kewirausahaan (Entrepreneurship) memiliki peran vital dalam pertumbuhan ekonomi. Secara etimologis, kewirausahaan didefinisikan sebagai kemampuan kreatif dan inovatif yang dijadikan dasar, kiat, dan sumber daya untuk mencari peluang menuju sukses. Inti dari kewirausahaan adalah kemampuan untuk menciptakan nilai tambah (value creation) melalui pengombinasian sumber daya dengan cara-cara baru dan berbeda (inovasi) serta keberanian mengambil risiko yang terukur untuk memecahkan masalah pasar.

3.1.1 Pengertian Kewirausahaan

Menurut (Lasaksi, Andriani, & Rosita, 2023), kewirausahaan bukan sekadar aktivitas berdagang, melainkan sebuah proses dinamis yang menyatukan inovasi, kreativitas, dan tanggung jawab sosial demi keberlanjutan ekonomi. Wirausaha adalah individu yang mampu mengubah tantangan menjadi peluang bisnis yang menguntungkan. Dalam perspektif ini, kewirausahaan melibatkan transformasi ide abstrak menjadi realitas bisnis yang memberikan dampak nyata bagi masyarakat.

3.1.2 Karakteristik Wirausahawan

Keberhasilan sebuah usaha sangat bergantung pada profil psikologis dan perilaku pendirinya. (Lasaksi, Andriani, & Rosita, 2023) mengidentifikasi empat karakter fundamental yang wajib dimiliki wirausahawan modern:Kemampuan Berinovasi:

- Kesanggupan untuk melihat cara baru dalam memproduksi, memasarkan, atau mengelola sumber daya. Inovasi adalah "jantung" dari kewirausahaan yang membedakan pembisnis dengan pedagang biasa.
- Keberanian Mengambil Risiko: Wirausahawan tidak menghindari risiko, tetapi mengelolanya (*calculated risk*). Mereka berani mengambil keputusan di tengah ketidakpastian informasi demi potensi keuntungan di masa depan.
- Kepekaan Terhadap Kebutuhan Sosial: Kemampuan membaca masalah yang dihadapi masyarakat dan merumuskannya menjadi peluang bisnis yang solutif.
- Komitmen Terhadap Keberlanjutan: Orientasi jangka panjang untuk menjaga kelangsungan bisnis, bukan sekadar mencari keuntungan sesaat (*hit and run*).

3.1.3 Kewirausahaan Sosial dan Inovatif

Kewirausahaan sosial (Social Entrepreneurship) muncul sebagai paradigma baru yang merespons tuntutan pasar akan bisnis yang etis. (Lasaksi, Andriani, & Rosita, 2023) menjelaskan bahwa konsep ini menggabungkan nilai ekonomi (profit) dan nilai sosial (impact) dalam satu sistem yang saling menguatkan. Dalam kerangka ini, inovasi tidak hanya dimaknai sebagai penciptaan produk fisik, tetapi juga rekayasa model bisnis yang mampu menyelesaikan masalah sosial (seperti kesehatan atau lingkungan) secara mandiri tanpa bergantung pada donasi.

Dalam konteks pengembangan bisnis ini, teori kewirausahaan sosial menjadi landasan bagi MIKOTEE dalam merumuskan nilai bisnisnya. MIKOTEE tidak hanya berorientasi pada profit penjualan kopi, melainkan juga berupaya memberikan solusi sosial berupa produk yang aman bagi penderita gangguan lambung (GERD), sehingga menciptakan keseimbangan antara tujuan ekonomi dan kesehatan konsumen.

3.2 Teori Motivasi Kewirausahaan

Dalam menjalankan sebuah bisnis, keberadaan modal dan kemampuan manajerial saja tidak cukup; diperlukan dorongan psikologis yang kuat untuk menjaga konsistensi usaha. Motivasi menjadi variabel penentu yang membedakan antara wirausaha yang bertahan saat menghadapi kegagalan dan mereka yang berhenti di tengah jalan. Teori motivasi dalam bab ini digunakan untuk menganalisis faktor-faktor pendorong yang melatarbelakangi keputusan pendirian usaha, serta bagaimana dorongan tersebut mempengaruhi daya tahan bisnis dalam jangka panjang.

3.2.1 Pengertian Motivasi Kewirausahaan

Secara spesifik, (Widianingsih, 2021) mendefinisikan motivasi kewirausahaan sebagai keadaan internal yang mengaktifkan, mengarahkan, dan mempertahankan perilaku individu menuju pencapaian tujuan bisnis. Motivasi bukan sekadar semangat sesaat, melainkan energi psikologis yang menentukan seberapa keras dan seberapa lama seseorang berusaha mencapai target bisnisnya meskipun menghadapi rintangan.

3.2.2 Jenis-jenis Motivasi Kewirausahaan

Secara umum motivasi kewirausahaan terbagi menjadi dua jenis utama (Widianingsih, 2021):

- Motivasi Intrinsik (*Internal Driven*): Bersumber dari dalam diri individu, seperti keinginan untuk memperoleh otonomi (kebebasan waktu), kepuasan batin karena menciptakan sesuatu, dan aktualisasi diri. (Widianingsih, 2021) menekankan bahwa wirausahawan dengan motivasi intrinsik tinggi cenderung lebih tangguh karena kepuasan mereka tidak semata-mata bergantung pada uang.

- Motivasi Ekstrinsik (*External Driven*): Berasal dari faktor luar, seperti insentif finansial, status sosial, atau keterpaksaan ekonomi. Faktor-faktor seperti peluang pasar yang terbuka lebar atau potensi keuntungan yang besar menjadi pemicu rasional seseorang untuk terjun ke dunia bisnis.

3.2.3 Faktor yang Mempengaruhi Motivasi Berwirausaha

Terbentuknya motivasi (baik intrinsik maupun ekstrinsik) dipengaruhi oleh interaksi dua faktor utama:

1. Faktor Internal: Meliputi kepribadian (*personality traits*), toleransi terhadap risiko, rasa percaya diri (*self-efficacy*), dan pengalaman masa lalu.
2. Faktor Eksternal: Meliputi dukungan keluarga, lingkungan sosial, akses terhadap modal, serta kondisi ekonomi makro. Lingkungan yang mendukung (*supportive environment*) dapat mempercepat transformasi motivasi menjadi tindakan nyata.

Dalam pengembangan bisnis MIKOTEE, motivasi tim terbentuk dari kombinasi kedua faktor di atas. Faktor internal didorong oleh empati (intrinsic) terhadap penderita gangguan lambung dan keyakinan produk (*self-efficacy*). Sementara faktor eksternal dipicu oleh peluang pasar (*niche market*) kopi rendah asam yang belum digarap optimal. Sinergi ini menjadi landasan ketahanan mental tim MIKOTEE.

3.3 Teori Startup dan Bisnis Digital

Berbeda dengan usaha konvensional, startup memiliki dinamika pertumbuhan yang unik karena beroperasi di ranah inovasi dan teknologi. Teori ini digunakan untuk membedakan posisi MIKOTEE sebagai usaha rintisan yang berorientasi pada pertumbuhan (growth) dibandingkan UKM biasa.

3.3.1 Pengertian dan Karakteristik Startup

Istilah startup merujuk pada organisasi sementara (*temporary organization*) yang dirancang untuk mencari model bisnis yang tepat, berulang (*repeatable*), dan dapat diperbesar (*scalable*). Berbeda dengan UKM (Usaha Kecil Menengah) yang fokus pada eksekusi model bisnis yang sudah mapan, startup beroperasi di bawah kondisi ketidakpastian ekstrem. Menurut (Tang, Du, & Deng, 2025) karakteristik utama startup adalah fleksibilitas tinggi, keterbatasan sumber daya, dan orientasi pada pertumbuhan cepat (growth-oriented).

3.3.2 Digitalisasi dan Inovasi Startup

Dalam era industri 4.0, digitalisasi bukan lagi opsi melainkan kebutuhan mendasar. (Tang, Du, & Deng, 2025) menjelaskan bahwa teknologi digital memungkinkan startup untuk melakukan pemasaran presisi, efisiensi operasional, dan interaksi langsung dengan konsumen (direct-to-consumer). Pemanfaatan media sosial dan data analytics menjadi alat validasi pasar yang efektif untuk menguji penerimaan produk dengan biaya rendah sebelum melakukan produksi massal.

3.3.3 Faktor Keberhasilan Startup dalam Ekosistem Digital

Berdasarkan studi (Tang, Du, & Deng, 2025), terdapat empat pilar yang menentukan keberhasilan sebuah startup bertahan di fase awal:

- Kepemimpinan Adaptif: Kemampuan pendiri untuk melakukan pivot atau perubahan strategi dengan cepat saat menghadapi data pasar yang baru.

- Relevansi Produk (*Product-Market Fit*): Produk harus menyelesaikan masalah nyata yang dihadapi konsumen, bukan sekadar keinginan idealis pendiri.
- Adopsi Teknologi: Penggunaan alat digital untuk memperluas jangkauan pasar tanpa harus membuka banyak cabang fisik secara prematur.
- Kolaborasi Ekosistem: Kemampuan membangun jejaring dengan pemasok, mitra, dan komunitas untuk menutupi keterbatasan sumber daya internal.

MIKOTEE mengadopsi karakteristik startup dengan memanfaatkan teknologi digital (media sosial) untuk validasi pasar dan pemasaran *direct-to-consumer*. Fokus utama MIKOTEE saat ini adalah mencapai *product-market fit* dengan menawarkan solusi kopi rendah asam yang relevan bagi konsumen dengan masalah lambung, serta menjaga operasional yang ramping (*lean*) melalui kolaborasi ekosistem digital.

3.4 Teori Khusus: Kepemimpinan Startup

Kepemimpinan dalam konteks startup berbeda secara fundamental dengan kepemimpinan korporat karena adanya keterbatasan sumber daya dan ketidakpastian tinggi. Pemimpin startup dituntut untuk menjadi multitasker, visioner, sekaligus eksekutor.

3.4.1 Hakikat Kepemimpinan Startup

(Ningrum R. W., 2025) mendefinisikan kepemimpinan startup sebagai seni menggerakkan kolaborasi tim kecil dengan sumber daya terbatas di tengah tekanan ketidakpastian. Gaya kepemimpinan yang kaku (*top-down*) cenderung gagal dalam lingkungan ini, sehingga diperlukan pendekatan yang lebih cair

dan empatik. Pemimpin harus mampu merespons perubahan pasar dengan cepat, efektif, dan memiliki ketahanan mental tinggi.

3.4.2 Gaya kepemimpinan Startup

Berdasarkan penelitian (Ningrum R. W., 2025), terdapat tiga gaya kepemimpinan yang efektif diterapkan pada fase rintisan:

- Sustainable Leadership (Kepemimpinan Berkelanjutan): Gaya ini berfokus pada keseimbangan jangka panjang. Pemimpin tidak hanya mengejar target angka, tetapi juga menjaga kesehatan mental dan keharmonisan tim. Tujuannya adalah mencegah burnout (kelelahan) dini pada anggota tim.
- Transformational Leadership (Kepemimpinan Transformasional): Pemimpin bertindak sebagai inspirator yang menanamkan visi besar kepada tim. Gaya ini sangat krusial di tahap awal ketika imbalan finansial (gaji) mungkin belum besar, sehingga motivasi tim dibangun melalui sense of purpose (tujuan mulia) dan inovasi.
- Resilient Leadership (Kepemimpinan Resilien): Berfokus pada ketahanan mental (grit). Pemimpin dengan gaya ini mampu tetap tenang saat menghadapi krisis, kegagalan produk, atau masalah keuangan, serta mampu memulihkan semangat tim dengan cepat.

3.4.3 Resiko Mitigasi Gaya kepemimpinan

(Ningrum R. W., 2025) menyoroti bahwa setiap gaya kepemimpinan memiliki potensi risiko yang dapat menghambat efektivitas organisasi apabila tidak dikelola dengan baik. Oleh karena itu, diperlukan strategi mitigasi agar gaya kepemimpinan dapat memberikan hasil optimal tanpa menimbulkan ketegangan internal.

Tabel 3. 1 Potensi Risiko dan Mitigasi Gaya Kepemimpinan

Gaya Kepemimpinan	Potensi Resiko	Strategi Mitigasi
Sustainable Leadership	Fokus berlebihan pada harmoni dapat menurunkan ketegasan dalam pengambilan keputusan.	Meningkatkan performance accountability dengan sistem evaluasi berkala dan komunikasi dua arah.
Transformational Leadership	Dominasi ide pemimpin dapat mengurangi partisipasi anggota tim.	Menerapkan mekanisme <i>open feedback</i> dan diskusi mingguan agar ide tim tetap dihargai.
Resilient Leadership	Risiko kelelahan emosional akibat tekanan jangka panjang.	Membangun <i>work life balance</i> dan sistem rotasi peran untuk menjaga energi tim.

Dalam struktur organisasi MIKOTEE yang beroperasi dengan sumber daya terbatas (*lean startup*), strategi mitigasi ini diadaptasi melalui mekanisme kendali ganda (*dual-control mechanism*). CEO menerapkan *Transformational Leadership* untuk memacu visi dan inovasi produk.

Namun mengingat peran CFO saat ini masih dirangkap oleh CEO potensi dominasi ide subjektif dimitigasi melalui konsultasi intensif dengan mentor bisnis (Dosen Pembimbing) serta penerapan disiplin validasi berbasis data. Dengan demikian fungsi *check and balance* tetap berjalan: ide-ide visioner CEO tidak langsung dieksekusi, melainkan diuji terlebih dahulu kelayakan finansialnya untuk menjaga keberlangsungan (*sustainability*) arus kas perusahaan.