

## Analysis of the modernity of entrepreneurial attitudes in the success of MSMEs, coffee shops fostered by Medan City Cooperatives

Fitriani<sup>1</sup>, Mhd Buhari Sibuea<sup>2</sup>, Tri Martial<sup>3</sup>, Faiz Ahmad Sibuea<sup>4</sup>

<sup>1,2</sup>Universitas Islam Sumatera Utara, Indonesia

<sup>3</sup>Universitas Tjut Nyak Dhien, Indonesia

<sup>4</sup>Universitas Medan Area, Indonesia

Email: [mhdbuharisibuea@uisu.ac.id](mailto:mhdbuharisibuea@uisu.ac.id); [faizahmad@staff.uma.ac.id](mailto:faizahmad@staff.uma.ac.id)

### ABSTRAK

UMKM warung kopi memiliki peran penting dalam perekonomian dan merupakan usaha favorit di Kota Medan. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis tingkat modernitas sikap kewirausahaan UMKM warung kopi binaan Dinas Koperasi Kota Medan, menganalisis kinerja keberhasilan UMKM warung kopi, serta menganalisis pengaruh modernitas sikap kewirausahaan terhadap keberhasilan UMKM warung kopi binaan Dinas Koperasi Kota Medan. Penelitian ini dilakukan di Kota Medan. Sampel penelitian ini adalah seluruh pelaku UMKM warung kopi binaan Dinas Koperasi Kota Medan dengan total sampel 36 pelaku UMKM warung kopi. Data yang dikumpulkan akan dianalisis secara kualitatif dengan pengukuran skala *Likert* dan *SEM-PLS*. Hasil penelitian menunjukkan tingkat modernitas sikap kewirausahaan memiliki total skor rata-rata sebesar 140,8 dengan kategori tinggi dan jumlah rata-rata persentase 78,2%. Sedangkan kinerja keberhasilan UMKM warung kopi memiliki total skor rata-rata sebesar 143,9 dengan kategori tinggi dan jumlah rata-rata persentase 79,9%. Selanjutnya, dari hasil analisis *SEM-PLS* dapat dilihat bahwa terdapat pengaruh modernitas sikap kewirausahaan pelaku UMKM warung kopi terhadap keberhasilan UMKM warung kopi.

**Kata Kunci:** UMKM; warung kopi; pelaku usaha; modernitas; keberhasilan

### ABSTRACT

*Coffee shop MSMEs have an important role in the economy and are a favorite business in Medan City. The purpose of this study is to analyze the level of modernity of entrepreneurial attitudes of coffee shop MSMEs fostered by the Medan City Cooperative Office, analyze the performance of coffee shop MSME success, and analyze the influence of modernity of entrepreneurial attitudes on the success of coffee shop MSMEs fostered by the Medan City Cooperative Office. This study was conducted in Medan City. The sample of this study was all coffee shop MSMEs fostered by the Medan City Cooperative Office with a total sample of 36 coffee shop MSMEs. The collected data will be analyzed qualitatively with Likert scale measurements and SEM-PLS. The results show that the level of modernity of entrepreneurial attitudes has a total average score of 140.8 with a high category and an average percentage of 78.2%. While the performance of coffee shop MSME success has a total average score of 143.9 with a high category and an average percentage of 79.9%. Furthermore, from the results of the SEM-PLS analysis, it can be seen that there is an influence of the modernity of the entrepreneurial attitudes of coffee shop MSME actors on the success of coffee shop MSMEs.*

**Keyword:** MSMEs; coffee shops; entrepreneurs; modernity; success

### Corresponding Author:

Mhd Buhari Sibuea,  
Universitas Islam Sumatera Utara,  
Jl. Sisingamangaraja. Kelurahan, Teladan Bar., Kec. Medan Kota, Kota  
Medan, Sumatera Utara 20217, Indonesia  
Email: [mhdbuharisibuea@uisu.ac.id](mailto:mhdbuharisibuea@uisu.ac.id)



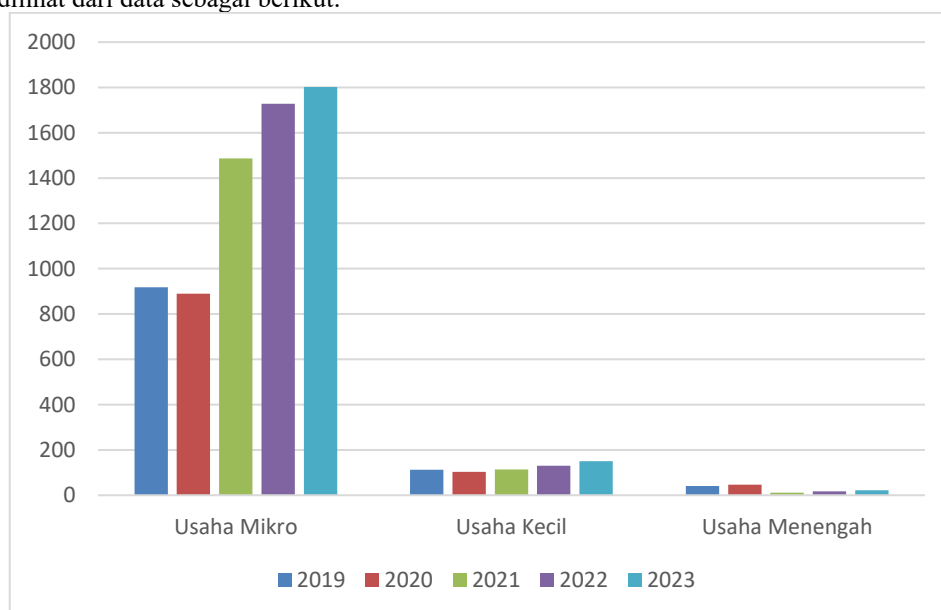
## 1. INTRODUCTION

UMKM telah menjadi bagian dari kekuatan perekonomian, di mana keberadaannya menjadi penggerak utama ekonomi di Indonesia, terutama setelah krisis ekonomi. Di sisi lain, UMKM juga semakin

menghadapi banyak masalah, yaitu keterbatasan modal kerja, sumber daya manusia yang rendah, dan kurangnya kemampuan penguasaan ilmu pengetahuan dan teknologi (Alay O, *et al.*, 2022); (Sibuea, *et al.*, 2023).

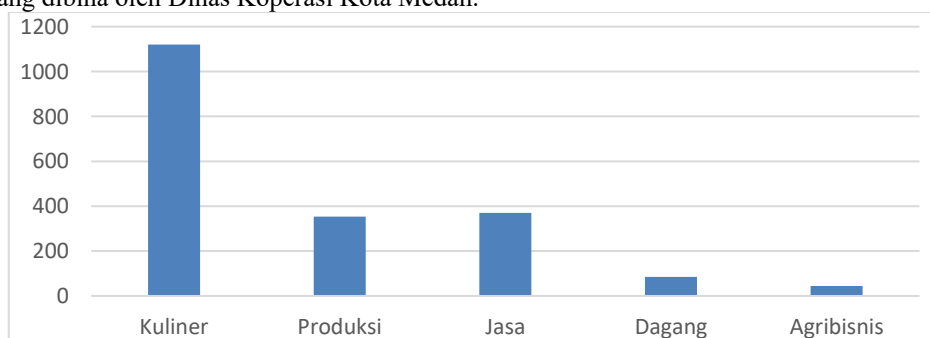
Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kota Medan dapat dilihat sebagai tulang punggung perekonomian lokal, mengingat kontribusi sektor ini terhadap pendapatan masyarakat dan penciptaan lapangan kerja yang signifikan. Peran UMKM menjadi krusial dalam mendukung pertumbuhan ekonomi dan mengurangi tingkat pengangguran (Annia, *et al.*, 2022; Soluk, *et al.*, 2021). Di Kota Medan, terdapat berbagai jenis UMKM yang beroperasi, di antaranya adalah sektor makanan dan minuman.

Salah satu pihak yang berperan penting adalah Dinas Koperasi dan UMKM Kota Medan yang memberdayakan pelaku UMKM dalam konteks pemberian pembinaan wawasan kewirausahaan. Kota Medan merupakan daerah dengan jumlah penyebaran UMKM terbanyak di Sumatera Utara. Untuk itu, keberadaan Dinas Koperasi dan UMKM Kota Medan sangat penting dalam mendukung peningkatan pangsa pasar pelaku UMKM. Dinas Koperasi dan UMKM berfungsi sebagai lembaga yang memberdayakan pelaku UMKM melalui pembinaan, pelatihan kewirausahaan, pelatihan pemasaran *online*, serta pelatihan manajemen keuangan. Hal ini dapat dilihat dari data sebagai berikut:



Gambar 1. Grafik Jumlah UMKM Binaan Dinas Koperasi Kota Medan

Dari data terlihat bahwa Dinas Koperasi dan UMKM Kota Medan telah melakukan pembinaan kepada UMKM, di mana jumlah UMKM yang dibina selalu mengalami peningkatan sebesar 10% dari tahun 2019 hingga tahun 2023 dan diperkirakan akan terus meningkat dalam beberapa tahun ke depan. Dinas Koperasi dan UMKM melakukan pembinaan UMKM dengan berbagai macam jenis usaha. Berikut disajikan grafik jenis UMKM yang dibina oleh Dinas Koperasi Kota Medan.



Gambar 2. Grafik Jenis UMKM yang Dibina oleh Dinas Koperasi Kota Medan

Dari grafik terlihat bahwa jenis UMKM binaan Dinas Koperasi dan UMKM yang paling banyak dibina pada tahun 2023 adalah kuliner. Salah satu jenis UMKM kuliner yang sangat dominan di Kota Medan adalah UMKM warung kopi (disingkat warkop). Menurut data Dinas Koperasi dan UMKM (2023), jumlah warkop di Kota Medan sebanyak 282 warkop, di mana yang menjadi binaan Dinas Koperasi dan UMKM Kota Medan sebanyak 120 UMKM warkop.

Warung kopi merupakan fenomena yang telah berkembang secara signifikan dan menjadi ikon sosial serta budaya yang penting dalam kehidupan masyarakat. Warung kopi tidak sekadar menjadi tempat menikmati kopi, tetapi juga sebagai pusat interaksi sosial yang lebih sederhana dibandingkan *café* pada umumnya (Normagiat & Syaifudin, 2023; Rohmah & Tambunan, 2019). Warung kopi menarik berbagai kalangan untuk bersantai, bekerja, atau bermusyawarah (Mukhsinuddin *et al.*, 2023).

Secara ekonomi, warung kopi berkontribusi terhadap perekonomian lokal dengan menyediakan lapangan kerja dan mendorong pertumbuhan pengusaha kecil. Menurut penelitian di Aceh, warung kopi mulai bermunculan setelah bencana tsunami yang menunjukkan kebutuhan masyarakat akan tempat berkumpul yang aman dan nyaman (Mukhsinuddin *et al.*, 2023). Penelitian lain di Medan menunjukkan bahwa pertumbuhan warung kopi modern yang terinspirasi oleh konsep internasional seperti *Starbucks* memperlihatkan bagaimana perubahan gaya hidup perkotaan memengaruhi bisnis ini (Lukitaningsih & Juliani, 2021). Oleh karena itu, warung kopi tidak hanya berfungsi dalam sektor kuliner, tetapi juga dalam memperkuat struktur ekonomi lokal (Aulia, 2020).

Dari segi pemasaran, warung kopi sebagai bisnis juga mengadopsi berbagai strategi untuk menarik pelanggan. Penggunaan media sosial untuk mempromosikan warung kopi semakin meningkat, dan banyak pengusaha yang memanfaatkan platform seperti *Instagram* untuk membangun merek dan menjangkau konsumen yang lebih luas (Kilay, *et al.*, 2022). Konsep bisnis yang inovatif, seperti menambahkan elemen edukasi tentang kopi atau keberlanjutan, juga menjadi daya tarik tambahan bagi pelanggan (Muhammad *et al.*, 2023).

Selanjutnya, warung kopi baik yang tradisional maupun modern menjadi tempat yang strategis dalam membangun *branding* dan citra sosial. Aktivisme di sekitar warung kopi mulai tumbuh, di mana warung kopi tidak hanya berfungsi sebagai tempat konsumsi, tetapi juga sebagai platform untuk menyuarakan pendapat dan berbagai gerakan sosial (Wijaya, *et al.*, 2023). Analisis mengenai *branding* di warung kopi mengungkapkan bahwa lokasi ini menciptakan ruang dialog terbuka dan partisipasi aktif masyarakat dalam berbagai isu yang dihadapi komunitas mereka (Zighan, *et al.*, 2022).

Dengan adanya sinergi antara pemerintah (Dinas Koperasi) dalam memberikan dukungan kepada pelaku UMKM warkop, diharapkan dapat membentuk tingkat modernitas sikap kewirausahaan pelaku UMKM warkop yang berdampak pada tingkat keberhasilan UMKM warkop.

Kemampuan membangun jaringan juga merupakan aspek penting dari sikap kewirausahaan. Sikap terbuka terhadap kolaborasi dan kemampuan membangun relasi dengan pihak lain dapat memperkuat peluang keberhasilan dalam kewirausahaan (Hasan *et al.*, 2022). Dalam industri kopi, memiliki jaringan yang luas dapat memberikan akses yang lebih baik terhadap bahan baku berkualitas, pemasaran yang lebih efektif, serta dukungan dari sesama pengusaha.

Sikap kewirausahaan yang didukung oleh pemahaman nilai-nilai sosial dapat memperkuat komitmen pengusaha terhadap keterlibatan masyarakat. Kesadaran sosial menjadi faktor penting dalam memotivasi individu untuk melakukan aktivitas kewirausahaan yang berdampak positif bagi masyarakat (Anjum *et al.*, 2022). Dengan memiliki visi yang lebih luas, tidak hanya berorientasi pada keuntungan pribadi, pemilik warung kopi dapat berkontribusi bagi masyarakat dan menciptakan identitas usaha yang kuat.

Sikap kewirausahaan yang positif sering kali berhubungan dengan tingkat modernisasi. Modernisasi sikap kewirausahaan meliputi kemampuan manajerial bisnis yang baik, pemanfaatan teknologi, diversifikasi produksi, pengelolaan risiko, kemampuan mengelola sumber daya manusia, serta orientasi pada permintaan pelanggan. Dalam konteks warung kopi, pemilik yang mampu menciptakan menu baru atau pengalaman unik bagi pelanggan dapat meningkatkan daya tarik dan loyalitas pelanggan (Anwar *et al.*, 2023).

Modernisasi sikap kewirausahaan pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), khususnya warung kopi, merupakan elemen krusial bagi keberhasilan dan daya saing di pasar yang semakin kompetitif. Dalam era digital dan globalisasi, penting bagi pelaku UMKM untuk mengadopsi pendekatan kewirausahaan yang lebih modern dan inovatif guna meningkatkan efisiensi operasional dan menarik lebih banyak pelanggan. Penelitian menunjukkan bahwa individu dengan karakteristik kewirausahaan yang kuat cenderung memiliki kompetensi yang lebih baik dalam menjalankan usaha mereka, sehingga berkontribusi langsung pada kinerja bisnis (Aulia *et al.*, 2021); (Srimulyani & Hermanto, 2021).

Salah satu faktor penting dalam modernisasi sikap kewirausahaan adalah peningkatan pengetahuan dan keterampilan melalui pelatihan dan pendidikan. Penelitian oleh Aulia *et al.* (2021) mengungkapkan bahwa peningkatan kompetensi kewirausahaan membantu pelaku UMKM dalam mengenali peluang pasar dan mengimplementasikan praktik bisnis yang lebih efektif. Pelaku UMKM yang memiliki pengetahuan yang baik tentang pengelolaan keuangan, pemasaran, dan teknologi informasi dapat mengoptimalkan fungsi bisnis mereka, termasuk memanfaatkan media sosial untuk promosi dan komunikasi dengan pelanggan (Afifah *et al.*, 2024).

Inovasi juga memainkan peran sentral dalam keberhasilan UMKM warkop. Setelah menghadapi tantangan akibat pandemi *COVID-19*, banyak warung kopi beradaptasi dengan memanfaatkan teknologi digital untuk meningkatkan layanan mereka, seperti peluncuran aplikasi pemesanan *online* atau penggunaan platform media sosial untuk berinteraksi dengan pelanggan. Hal ini mencerminkan sikap kewirausahaan yang progresif dan adaptif, di mana pemilik usaha berupaya tetap relevan di pasar yang terus berubah (Nalini, 2021).

Selain itu, partisipasi dalam jaringan komunitas dan kemitraan strategis dapat memperluas jangkauan bisnis warung kopi. Roper dan Hewitt-Dundas (2017) menekankan bahwa kolaborasi dengan pihak lain, termasuk pemasok dan penyedia layanan, dapat meningkatkan kapasitas inovasi dan efektivitas operasional. Dengan membangun kemitraan yang baik, pelaku UMKM tidak hanya memperoleh akses terhadap sumber daya yang lebih baik, tetapi juga meningkatkan pengetahuan dan pengalaman dalam mengelola usaha secara lebih efisien.

Dengan demikian, penelitian ini akan menganalisis tingkat modernitas sikap kewirausahaan, tingkat keberhasilan UMKM warkop, serta pengaruh tingkat modernitas sikap kewirausahaan terhadap keberhasilan pelaku UMKM warkop di Kota Medan.

## 2. RESEARCH METHOD

Metode penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan menganalisis secara kualitatif modernisasi dan keberhasilan pelaku UMKM warung kopi (warkop) binaan Dinas Koperasi Kota Medan dengan pengukuran data ordinal.

Penelitian ini dilakukan di Kota Medan. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh UMKM warung kopi binaan Dinas Koperasi dan UKM di Kota Medan. Metode pengambilan sampel dilakukan dengan metode sensus, di mana seluruh populasi dijadikan sebagai sampel dengan jumlah sampel sebanyak 36 pelaku UMKM warung kopi.

Analisis data dilakukan secara kualitatif dengan menggunakan skala *Likert* untuk melihat tingkat modernitas UMKM warkop. Kinerja keberhasilan UMKM warkop digunakan sebagai indikator untuk mendeskripsikan adanya pengaruh modernitas sikap kewirausahaan pada pelaku usaha warkop di Kota Medan serta untuk menggambarkan kondisi unit usahanya. Kinerja keberhasilan UMKM warkop dan modernitas sikap kewirausahaan diukur menggunakan skala *Likert*. Skala *Likert* yang digunakan dianalisis berdasarkan dua aspek variabel, yaitu variabel endogen (kinerja keberhasilan UMKM warkop) dan variabel eksogen (tingkat modernitas sikap kewirausahaan) dengan skala sebagai berikut.

Selain itu, setiap variabel endogen dan eksogen memiliki variabel laten. Variabel laten dalam kinerja keberhasilan warkop meliputi kepuasan pelanggan, peningkatan pelanggan, dan peningkatan profit. Sementara itu, variabel laten pada tingkat modernitas sikap kewirausahaan meliputi percaya diri, berorientasi pada tugas dan hasil, pengambil risiko, kepemimpinan, keorisinalan, berorientasi ke masa depan, serta adaptasi teknologi. Setiap variabel laten memiliki variabel kofaktor berupa susunan pernyataan pendukung dengan jumlah lima pernyataan pada setiap variabel laten.

Skor penilaian setiap pernyataan modernitas sikap kewirausahaan dan keberhasilan usaha warung kopi di Kota Medan ditentukan sebagai berikut:

$$S_{maks} = 5 \times 36 = 180$$

$$S_{min} = 1 \times 36 = 36$$

Maka interval kelas untuk setiap indikator diperoleh sebagai berikut:

$$I = \frac{a-b}{k}$$

$$I = \frac{600-120}{5} = 96$$

Hasil perhitungan interval kelas tersebut digunakan untuk menentukan kategori tingkat modernitas sikap kewirausahaan dan keberhasilan usaha, dengan kategori sebagai berikut:

120 – 216 = Sangat Rendah

217 – 312 = Rendah

313 – 408 = Cukup

409 – 504 = Tinggi

505 – 600 = Sangat Tinggi

Dalam penelitian ini, uji validitas digunakan untuk mengetahui sejauh mana alat ukur mampu mengukur apa yang diinginkan dari data kuesioner. Alat ukur yang valid memiliki tingkat validitas yang tinggi. Ukuran reflektif dikatakan baik apabila nilai korelasinya lebih dari 0,70. Namun, nilai *outer loading* sebesar 0,50 hingga 0,60 masih dianggap cukup untuk pengembangan penelitian pada tahap awal (Anuraga *et al.*, 2017).

Selanjutnya, dilakukan uji reliabilitas pada model penelitian. Reliabilitas merupakan ukuran untuk menilai konsistensi internal alat ukur. Penilaian reliabel atau tidaknya masing-masing variabel dapat dilihat

dari nilai *Cronbach's alpha* dan *composite reliability*, di mana nilai *alpha* atau *composite reliability* harus lebih besar dari 0,70, meskipun nilai 0,60 masih dapat diterima (Abdillah & Hartono, 2015).

Langkah selanjutnya adalah menganalisis pengaruh tingkat modernitas sikap kewirausahaan terhadap kinerja keberhasilan UMKM dengan menggunakan *SEM-PLS*. *SEM-PLS* merupakan *Structural Equation Modeling* berbasis varians atau *component-based SEM*, di mana indikator dari suatu variabel laten tidak berkorelasi dengan indikator variabel laten lainnya dalam satu model penelitian. Keunggulan *SEM-PLS* adalah bersifat nonparametrik atau tidak memerlukan berbagai asumsi statistik yang ketat.

*SEM-PLS* juga mampu menganalisis konstruk dengan indikator formatif dan reflektif serta dapat digunakan pada model penelitian dengan landasan teori yang masih belum kuat. Teknik statistik *SEM* berbasis varians merupakan pilihan yang tepat untuk penelitian prediktif, yaitu penelitian yang bertujuan menguji pengaruh antarvariabel untuk memprediksi hubungan sebab akibat.

### 3. RESULTS AND DISCUSSION

#### A. Tingkat Modernitas Pelaku UMKM Warkop

Secara keseluruhan, modernitas sikap kewirausahaan di kalangan pelaku UMKM, khususnya warkop, menunjukkan perubahan paradigma yang signifikan dari sekadar mencari keuntungan menuju penciptaan nilai sosial dan keberlanjutan. Dengan memanfaatkan kepercayaan diri, orientasi pada hasil, inovasi teknologi, kepemimpinan, keorisinilan, dan adaptasi teknologi, pelaku warkop dapat beradaptasi dan berkembang di era persaingan yang semakin kompleks. Sementara itu, dukungan dari institusi dan kebijakan pemerintah akan menjadi katalisator yang mempercepat pertumbuhan dan perkembangan UMKM sebagai pilar utama ekonomi lokal. Berikut disajikan hasil pengukuran tingkat modernitas sikap kewirausahaan pelaku UMKM warung kopi:

Tabel 1. Skor Keseluruhan Rata-rata Tingkat Modernitas Sikap Kewirausahaan

No.	Modernitas Sikap Kewirausahaan	Skor Rata-rata	Persentase Rata-rata	Kategori Rata-rata
1	Percaya Diri	139,4	77,4%	Baik
2	Berorientasi terhadap tugas dan hasil	114,8	86,3%	Cukup Baik
3	Pengambil Resiko	137,2	76,2%	Baik
4	Kepemimpinan	150,4	83,6%	Baik
5	Keorisinilan	117,4	77,9%	Cukup Baik
6	Berorientasi ke masa depan	139	77,2%	Baik
7	Adaptasi teknologi	125,8	69%	Baik
	Rata-rata	132	78,2%	Baik

Berdasarkan tabel di atas, dapat dilihat bahwa penilaian tingkat modernitas sikap kewirausahaan memiliki total skor rata-rata sebesar 132 dengan kategori tinggi dan jumlah rata-rata persentase 78,2%. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat modernitas sikap kewirausahaan pelaku usaha warung kopi di Kota Medan berkembang dengan baik. Skor tertinggi terdapat pada indikator berorientasi terhadap tugas dan hasil dengan skor 155,4 dan persentase sebesar 86,3%. Skor terendah terdapat pada indikator adaptasi teknologi dengan skor 124,2 dan persentase sebesar 78,2%.

Sikap percaya diri merupakan salah satu karakteristik yang sangat penting bagi pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), termasuk pemilik warung kopi (warkop). Sikap ini tidak hanya berpengaruh terhadap keputusan bisnis yang diambil, tetapi juga terhadap cara pelaku usaha menghadapi tantangan dalam mengelola usahanya. Dalam konteks UMKM, sikap percaya diri sering kali menjadi pendorong utama dalam pengambilan keputusan untuk berinovasi dan bersaing di pasar yang semakin ketat. Di tengah perubahan lingkungan usaha yang dinamis, rasa percaya diri yang tinggi membantu pelaku warkop untuk tetap bertahan dan berkembang. Karakteristik kewirausahaan yang kuat, termasuk sikap percaya diri, berkontribusi terhadap peningkatan kinerja usaha.

Berdasarkan hasil wawancara, pendapatan pelaku UMKM warkop setiap bulan rata-rata sebesar Rp2.000.000 dengan pendapatan harian sekitar Rp75.000. Jumlah pelanggan rata-rata yang dilayani adalah 11 pelanggan per hari, dengan jenis kopi yang paling diminati adalah kopi susu seharga Rp9.500 per *cup*. Pelaku UMKM warung kopi menyediakan beberapa jenis kopi, seperti kopi susu, *cappuccino*, *latte*, dan *americano*. Kondisi ini menunjukkan bahwa pelaku UMKM warkop masih memiliki jumlah pelanggan tetap yang relatif sedikit sehingga loyalitas pelanggan belum terbentuk secara optimal.

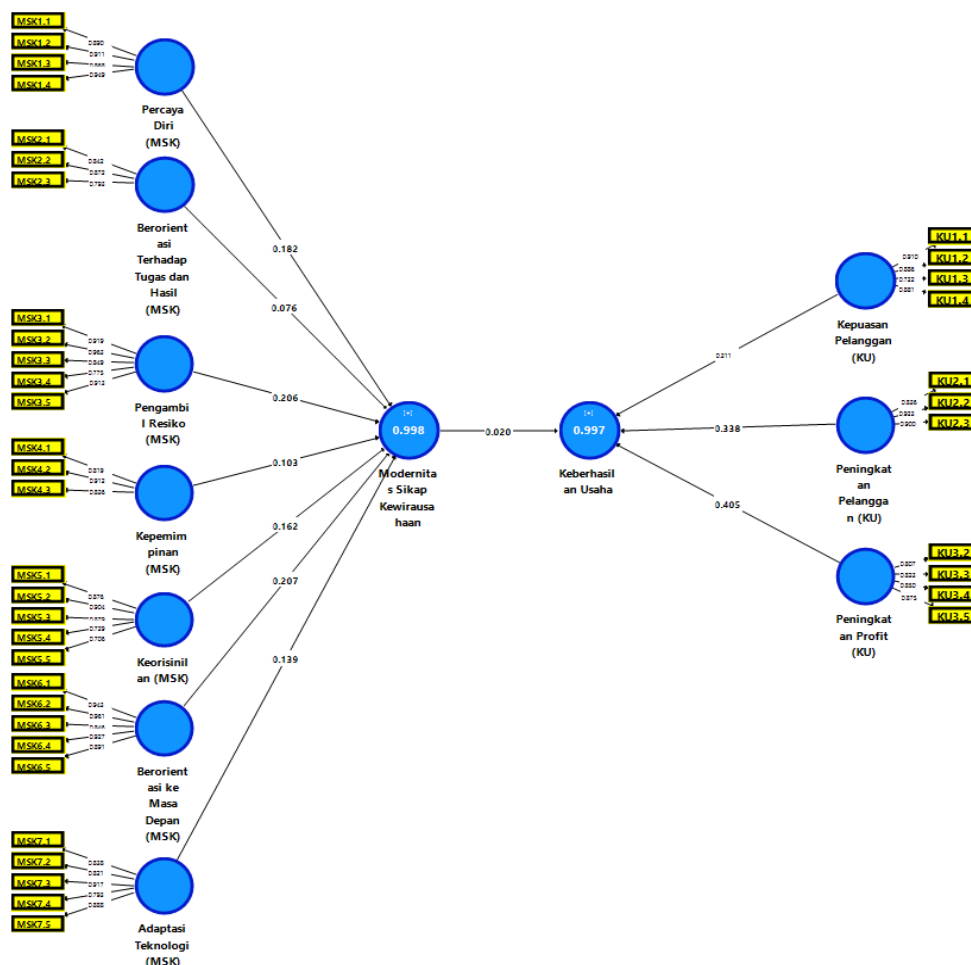
Tabel 2. Skor Keseluruhan Rata-rata Tingkat Keberhasilan Usaha

No.	Keberhasilan Usaha	Skor Rata-rata	Persentase Rata-rata	Kategori Rata-rata
1	Kepuasan Pelanggan	150,2	83,4%	Tinggi
2	Peningkatan Pelanggan	146,6	81,4%	Tinggi
3	Peningkatan Profit	134,8	74,9%	Tinggi
	Rata-rata	143,9	79,9%	Tinggi

Berdasarkan tabel di atas, dapat dilihat bahwa penilaian tingkat keberhasilan usaha memiliki total skor rata-rata sebesar 143,9 dengan kategori tinggi dan jumlah rata-rata persentase 79,9%. Hal ini menunjukkan

bahwa tingkat keberhasilan usaha pelaku warung kopi di Kota Medan berkembang dengan baik. Skor tertinggi terdapat pada indikator kepuasan pelanggan dengan skor 150,2 dan persentase sebesar 83,4%. Skor terendah terdapat pada indikator peningkatan profit dengan skor 134,8 dan persentase sebesar 74,9%.

Selanjutnya, dianalisis pengaruh modernitas sikap kewirausahaan terhadap peningkatan keberhasilan UMKM warung kopi dengan hasil sebagai berikut:



Gambar 3. Inner Model (structural model)

Berdasarkan gambar tersebut, dapat disimpulkan bahwa variabel eksogen yaitu Modernitas Sikap Kewirausahaan memiliki indikator berupa Percaya Diri (MK1) dengan empat pernyataan valid, Berorientasi terhadap Tugas dan Hasil (MK2) dengan empat pernyataan valid, Pengambil Risiko (MK3) dengan lima pernyataan valid, Kepemimpinan (MK4) dengan tiga pernyataan valid, Keorisinilan (MK5) dengan lima pernyataan valid, Berorientasi ke Masa Depan (MK6) dengan lima pernyataan valid, serta Adaptasi Teknologi (MK7) dengan lima pernyataan valid.

Variabel endogen yaitu Keberhasilan Usaha memiliki indikator Kepuasan Pelanggan (KU1) dengan empat pernyataan valid, Peningkatan Pelanggan (KU2) dengan tiga pernyataan valid, serta Peningkatan Profit (KU3) dengan lima pernyataan valid.

Tabel 3. Hasil Uji Path Coefficient

Keterangan	T ( O/STDEV )	Statistics	P Values
Percaya Diri (MSK) > Modernitas Sikap Kewirausahaan	6.62		0,00
Berorientasi Terhadap Tugas dan Hasil (MSK) > Modernitas Sikap Kewirausahaan	3.606		0,00
Pengambil Risiko (MSK) > Modernitas Sikap Kewirausahaan	7.464		0,00
Kepemimpinan (MSK) > Modernitas Sikap Kewirausahaan	7.101		0,00
Keorisinilan (MSK) > Modernitas Sikap Kewirausahaan	6.304		0,00
Berorientasi ke Masa Depan (MSK) > Modernitas Sikap Kewirausahaan	6.417		0,00
Adaptasi Teknologi (MSK) > Modernitas Sikap Kewirausahaan	5.378		0,00
Kepuasan Pelanggan (KU) > Keberhasilan Usaha	15.579		0,00
Peningkatan Pelanggan (KU) > Keberhasilan Usaha	16.264		0,00

(Mhd Buhari Sibuea)

Keterangan	T ( O/STDEV )	Statistics	P Values
Peningkatan Profit (KU) > Keberhasilan Usaha	17.544		0,00
Modernitas Sikap Kewirausahaan > Keberhasilan Usaha	1.408		0,16

Dalam pengujian hipotesis yang ditentukan berdasarkan Tabel 18 (hasil *path coefficients*), diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

- Indikator Percaya Diri terhadap variabel Modernitas Sikap Kewirausahaan memperoleh nilai *t-statistic* sebesar  $6,62 > 1,96$  serta nilai *P-value* sebesar  $0,00 < 0,05$ , sehingga hubungannya positif dan signifikan. Artinya, Modernitas Sikap Kewirausahaan (MSK) berpengaruh positif terhadap Percaya Diri (MSK1), karena sebagian besar pelaku usaha warung kopi memiliki kepercayaan diri yang baik dan meyakini bahwa usahanya dapat terus berkembang dengan beradaptasi terhadap perkembangan zaman.
- Indikator Berorientasi terhadap Tugas dan Hasil terhadap variabel Modernitas Sikap Kewirausahaan memperoleh nilai *t-statistic* sebesar  $3,606 > 1,96$  serta nilai *P-value* sebesar  $0,00 < 0,05$ , sehingga hubungannya positif dan signifikan. Artinya, Modernitas Sikap Kewirausahaan (MSK) berpengaruh positif terhadap Berorientasi terhadap Tugas dan Hasil (MSK2), karena sebagian besar pelaku usaha warung kopi memiliki tekad yang kuat untuk bekerja keras serta ketekunan dalam menjalankan usaha.
- Indikator Pengambil Risiko terhadap variabel Modernitas Sikap Kewirausahaan memperoleh nilai *t-statistic* sebesar  $7,464 > 1,96$  serta nilai *P-value* sebesar  $0,00 < 0,05$ , sehingga hubungannya positif dan signifikan. Artinya, Modernitas Sikap Kewirausahaan (MSK) berpengaruh positif terhadap Pengambil Risiko (MSK3), karena sebagian besar pelaku usaha warung kopi mampu mengenali risiko dan berani mengambil keputusan penting agar usahanya dapat bertahan dan berjalan dengan baik.
- Indikator Kepemimpinan terhadap variabel Modernitas Sikap Kewirausahaan memperoleh nilai *t-statistic* sebesar  $7,101 > 1,96$  serta nilai *P-value* sebesar  $0,00 < 0,05$ , sehingga hubungannya positif dan signifikan. Artinya, Modernitas Sikap Kewirausahaan (MSK) berpengaruh positif terhadap Kepemimpinan (MSK4), karena sebagian besar pelaku usaha warung kopi memiliki kemampuan memengaruhi orang lain serta mampu mengambil keputusan dengan baik dalam menjalankan usaha.
- Indikator Keorisinilan terhadap variabel Modernitas Sikap Kewirausahaan memperoleh nilai *t-statistic* sebesar  $40,563 > 1,96$  serta nilai *P-value* sebesar  $0,00 < 0,05$ , sehingga hubungannya positif dan signifikan. Artinya, Modernitas Sikap Kewirausahaan (MSK) berpengaruh positif terhadap Keorisinilan (MSK5), karena sebagian besar pelaku usaha warung kopi meyakini bahwa kreativitas dan inovasi mampu membantu pengembangan usaha serta adaptasi terhadap perkembangan zaman yang semakin modern.
- Variabel Modernitas Sikap Kewirausahaan terhadap indikator Keberhasilan Usaha memperoleh nilai *t-statistic* sebesar  $6,304 > 1,96$  serta nilai *P-value* sebesar  $0,00 < 0,05$ , sehingga hubungannya positif dan signifikan. Artinya, Modernitas Sikap Kewirausahaan (MSK) berpengaruh positif terhadap Keberhasilan Usaha (KU), karena pelaku usaha warung kopi meyakini bahwa sikap kewirausahaan yang terbuka dan adaptif terhadap perkembangan zaman mampu meningkatkan keuntungan dan jumlah pelanggan secara bertahap.
- Indikator Berorientasi ke Masa Depan terhadap variabel Modernitas Sikap Kewirausahaan memperoleh nilai *t-statistic* sebesar  $6,417 > 1,96$  serta nilai *P-value* sebesar  $0,00 < 0,05$ , sehingga hubungannya positif dan signifikan. Artinya, Modernitas Sikap Kewirausahaan (MSK) berpengaruh positif terhadap Berorientasi ke Masa Depan (MSK6), karena sebagian besar pelaku usaha warung kopi memiliki sikap optimis dan perencanaan usaha untuk masa yang akan datang.
- Indikator Adaptasi Teknologi terhadap variabel Modernitas Sikap Kewirausahaan memperoleh nilai *t-statistic* sebesar  $5,378 > 1,96$  serta nilai *P-value* sebesar  $0,00 < 0,05$ , sehingga hubungannya positif dan signifikan. Artinya, Modernitas Sikap Kewirausahaan (MSK) berpengaruh positif terhadap Adaptasi Teknologi (MSK7), karena pelaku usaha warung kopi meyakini bahwa teknologi membantu efisiensi dan pengembangan usaha.
- Indikator Kepuasan Pelanggan terhadap variabel Keberhasilan Usaha memperoleh nilai *t-statistic* sebesar  $15,579 > 1,96$  serta nilai *P-value* sebesar  $0,00 < 0,05$ , sehingga hubungannya positif dan signifikan. Artinya, Keberhasilan Usaha (KU) berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan (KU1), karena pelaku usaha meyakini bahwa kepuasan pelanggan terhadap produk dan layanan akan mendorong pelanggan untuk kembali dan meningkatkan keuntungan.
- Indikator Peningkatan Pelanggan terhadap variabel Keberhasilan Usaha memperoleh nilai *t-statistic* sebesar  $16,264 > 1,96$  serta nilai *P-value* sebesar  $0,00 < 0,05$ , sehingga hubungannya positif dan signifikan. Artinya, Keberhasilan Usaha (KU) berpengaruh positif terhadap Peningkatan Pelanggan (KU2), karena meningkatnya jumlah pelanggan mencerminkan keberhasilan pengelolaan usaha.

- k) Indikator Peningkatan Profit terhadap variabel Keberhasilan Usaha memperoleh nilai *t-statistic* sebesar  $17,544 > 1,96$  serta nilai *P-value* sebesar  $0,00 < 0,05$ , sehingga hubungannya positif dan signifikan. Artinya, Keberhasilan Usaha (KU) berpengaruh positif terhadap Peningkatan Profit (KU3), karena peningkatan profit menunjukkan usaha dijalankan secara efektif.
- l) Berdasarkan hasil pengujian pengaruh Modernitas Sikap Kewirausahaan terhadap Keberhasilan Usaha, diperoleh nilai *t-statistic* sebesar  $1,408 < 1,96$  serta nilai *P-value* sebesar  $0,16 > 0,05$ , sehingga pengaruhnya positif tetapi tidak signifikan. Hasil ini mengindikasikan bahwa modernitas sikap kewirausahaan belum berpengaruh secara signifikan terhadap keberhasilan usaha warung kopi di Kota Medan.

#### 4. CONCLUSION

Berdasarkan hasil penelitian mengenai UMKM Tempe UD. Bismillah, dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut:

Penilaian tingkat modernitas sikap kewirausahaan memiliki total skor rata-rata sebesar 140,8 dengan kategori baik. Penilaian tingkat keberhasilan usaha memiliki total skor rata-rata sebesar 143,9 dengan kategori baik. Terdapat pengaruh modernitas sikap kewirausahaan terhadap keberhasilan usaha, namun nilai signifikansinya menunjukkan hubungan yang negatif.

#### Acknowledgment

Penelitian ini dibiayai oleh Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi, Riset, dan Teknologi, Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi, sesuai dengan Kontrak Pelaksanaan Program Penelitian Tahun 2025 Nomor: 122/C3/DT.05.00/PL/2025 tanggal 28 Mei 2025.

#### REFERENCES

- Abdillah, W., & Hartono, J. (2015). *Partial least square (PLS): Alternatif structural equation modeling (SEM) dalam penelitian bisnis*. Andi Offset.
- Alhnaity, H., Mohamad, A., & Ishak, A. K. (2018). The impact of entrepreneurial attitude on ERAD small businesses' performance: The moderating role of government intervention. In *Proceedings of the International Conference on Accounting, Business, and Social Sciences (ICARBSS 2017)* (pp. 322–322).
- Alma, B. (2007). *Kewirausahaan*. Alfabeta.
- Amrin, E., Rismawati, R., Goso, G., & Asriany, A. (2022). Studi komparasi layanan fintech dalam meningkatkan keuangan inklusif pada UMKM di Kota Palopo. *Ecobisma (Jurnal Ekonomi Bisnis dan Manajemen)*, 9(2), 114–125. <https://doi.org/10.36987/ecobi.v9i2.2722>
- Anjum, T., Amoozgar, A., Farrukh, M., & Heidler, P. (2022). Entrepreneurial intentions among business students: The mediating role of attitude and the moderating role of university support. *Education + Training*, 65(4), 587–606. <https://doi.org/10.1108/ET-01-2021-0020>
- Anuraga, G., Sulistiyawan, E., & Munadhiroh, S. (2017). Structural equation modeling–partial least square untuk pemodelan indeks pembangunan kesehatan masyarakat (IPKM) di Jawa Timur. In *Seminar Nasional Matematika dan Aplikasinya* (Vol. 257).
- Baga, L. M., & Firdaus, M. (2010). *Kewirausahaan dan daya saing agribisnis*. FEM-IPB Press.
- Detryesi, M., Rohima, M., Tabitha, N., & Avriilya, P. (2024). Pengembangan koperasi multi pihak sebagai instrumen inklusif dalam meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). *JIMR*, 2(11), 211–217. <https://doi.org/10.62504/jimr994>
- Dewi, N. L. A., Suwena, K. R., & Sujana, I. N. (2016). Pengaruh sikap kewirausahaan terhadap kemampuan mengelola usaha pada peserta program Mahasiswa Wirausaha (PMW) UNDIKSHA tahun 2015. *Jurnal Program Studi Pendidikan Ekonomi (JPPE)*, 7(2), 1–11.
- Dinarjito, A., Arfiansyah, Z., & Firmansyah, A. (2023). Pelatihan dan pendampingan penyusunan laporan keuangan usaha mikro, kecil, dan menengah di Kota Tangerang Selatan. *Pengmasku*, 3(1), 67–79. <https://doi.org/10.54957/pengmasku.v3i1.484>
- Douglas, E. J., & Shepherd, D. A. (2000). Entrepreneurship as a utility maximizing response. *Journal of Business Venturing*, 15(3), 231–251. [https://doi.org/10.1016/S0883-9026\(98\)00008-1](https://doi.org/10.1016/S0883-9026(98)00008-1)
- Ebewo, P., Rugimbana, R., & Shambare, R. (2017). Effects of entrepreneurship education on students' entrepreneurial intentions: A case of Botswana. *Management Studies*, 5(4). <https://doi.org/10.17265/2328-2185/2017.04.002>
- Effendi, M., & Suryana, S. (2019). Women entrepreneurship intentions in Indonesia. In *Proceedings of the International Conference on Economics, Business and Economic Education (ICEBEF)*. <https://doi.org/10.2991/icebef-18.2019.54>
- Fauzi, A., Safari, I., Utami, M., Anarsyah, R., & Salwa, S. (2023). Analisis pengaruh elastisitas permintaan dan penawaran terhadap usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). *Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 2(2), 59–69. <https://doi.org/10.56127/jekma.v2i2.714>
- Harahap, R. H., & Absah, Y. (2019). Analysis of coffee shop in Medan. In *Proceedings of ICOSOP* (pp. 205–212). <https://doi.org/10.5220/0010014002050212>



- Hasan, R., Nusantara, A., Hatani, L., Parman, S., Parman, M., & Kemaraya, K. (2022). Moderating role of Islamic work ethics on the effect of innovation and entrepreneurship orientation on entrepreneurial behavior and business performance. *Quality—Access to Success*, 23(188). <https://doi.org/10.47750/qas/23.188.36>
- Khalil, M., Haque, R., Senathirajah, A., Connie, G., & Chowdhury, B. (2022). Entrepreneurial leadership effect on SMEs' performance in Malaysia. *International Journal of Health Sciences*, 6(S5), 10758–10775. <https://doi.org/10.53730/ijhs.v6ns5.10879>
- Kurniawan, P. (2020). Sosialisasi dan pelatihan penyusunan laporan keuangan berbasis teknologi informasi bagi pelaku UMKM di Desa Belatungan, Pupuan, Bali. *E-Dimas: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 11(4), 440–446. <https://doi.org/10.26877/e-dimas.v11i4.3981>
- Latan, H., & Ghozali, I. (2012). *Partial least squares: Teknik dan aplikasi menggunakan program SmartPLS 2.0 M*. Universitas Diponegoro.
- Lestari, F. (2013). *Pengaruh jiwa kewirausahaan dan kreativitas terhadap keberhasilan usaha pada sentra industri rajutan Binong Jati Bandung* [Diploma thesis, Universitas Komputer Indonesia]. <http://repository.unikom.ac.id/id/eprint/24393>
- Li, Y., Wang, R., & Yang, C. (2022). Who is more likely to start a business? Analysis of the factors influencing undergraduates' entrepreneurial intentions. *Frontiers in Psychology*, 13, Article 829955. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.829955>
- Marchelina, A. (2021). Manajemen sektor publik: Peran Dinas Koperasi UMKM Kota Metro dalam menggunakan aplikasi SIKP untuk KUR. *Jurnal Dinamika*, 1(2), 85–88. <https://doi.org/10.54895/dinamika.v1i2.1153>
- Marliana, R. R. (2020). Partial least squares-structural equation modeling pada hubungan antara tingkat kepuasan mahasiswa dan kualitas Google Classroom berdasarkan metode WebQual 4.0. *Jurnal Matematika, Statistika, dan Komputasi*, 16(2), 174–186.
- Mirani, D., Martina, M., & Aryansyah, J. (2021). Implementasi program pembinaan usaha mikro kecil menengah sektor kuliner di Kota Palembang. *Publikauma: Jurnal Administrasi Publik Universitas Medan Area*, 9(1), 38–46. <https://doi.org/10.31289/publika.v9i1.4516>
- Museliza, V., Rimet, R., Rahma, S., & Suryadi, N. (2023). Literasi pentingnya sosialisasi sertifikasi halal pada usaha mikro kecil menengah di Kota Pekanbaru. *BATIK*, 1(3), 122–130. <https://doi.org/10.57152/batik.v1i3.982>
- Nicosza, D., Rahmi, V., Maizahroh, S., & Kurniawan, A. (2024). Bagaimana peran jiwa, nilai, dan perilaku kewirausahaan terhadap UMKM warung kopi di Gresik, Jawa Timur. *Co-Value: Jurnal Ekonomi Koperasi dan Kewirausahaan*, 15(6). <https://doi.org/10.59188/covalue.v15i6.4864>
- Perkasa, R., Purba, A., Alvina, D., & Aman, S. (2024). Peranan koperasi dalam mendukung permodalan usaha mikro, kecil, dan menengah (studi kasus pada Koperasi Serba Usaha Mestika). *Jurnal Sekretari Universitas Pamulang*, 11(2), 270–279. <https://doi.org/10.32493/sekretarisskr.v11i2.42299>
- Pratikto, H., Winarno, A., & Restuningdiah, N. (2023). The role of entrepreneurial competencies: Successful key SMEs—A literature review. *International Journal of Professional Business Review*, 8(7), e01955. <https://doi.org/10.26668/businessreview/2023.v8i7.1955>
- Purmono, B. (2023). Entrepreneurial intention among Generation Z: Education self-efficacy and attitude. *Enrichment Journal of Management*, 13(1), 16–31. <https://doi.org/10.35335/enrichment.v13i1.1228>
- Putri, S., Prasetyo, A., Saryoko, A., Simanjuntak, R., Farhan, M., & Shafar, R. (2023). Penerapan teknik optimasi pada website e-commerce UMKM untuk meningkatkan penjualan produk. *Majalah Ilmiah UPI YPTK*, 65–70. <https://doi.org/10.35134/jmi.v30i2.157>
- Riyanto, S., Wina, W., & Fajri, F. (2021). Sistem pendukung keputusan penerima bantuan modal usaha mikro di Parongpong menggunakan AHP. *Indonesian Journal of Informatic Research and Software Engineering (IJIRSE)*, 1(2), 87–95. <https://doi.org/10.57152/ijirse.v1i2.129>
- Sailendra, S., Djaddang, S., Syam, M., Susilawati, S., & Nungki, P. (2021). Tatakelola keuangan UMKM berbasis ETAP dan Android untuk meningkatkan efisiensi kinerja usaha pada era COVID-19 normal baru. *Capacitarea: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 1(2), 110–120. <https://doi.org/10.35814/capacitarea.2021.001.02.10>
- Salim, N., & Rahmadhani, S. (2024). Pengaruh modal usaha, lama usaha, dan lokasi usaha terhadap pendapatan usaha mikro kecil menengah. *Among Makarti*, 17(1), 111. <https://doi.org/10.52353/ama.v17i1.634>
- Saraswati, E. (2021). Peranan sistem informasi akuntansi terhadap perkembangan usaha mikro, kecil, dan menengah “Rumah Kreatif BUMN” Purbalingga. *Empowerment: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(1), 26–33. <https://doi.org/10.25134/empowerment.v4i01.4044>
- Sarfiah, S., Atmaja, H., & Verawati, D. (2019). UMKM sebagai pilar membangun ekonomi bangsa. *Jurnal REP (Riset Ekonomi Pembangunan)*, 4(2), 1–189. <https://doi.org/10.31002/rep.v4i2.1952>
- Susanty, S. (2020). Loyalitas wisatawan terhadap citra Pulau Lombok sebagai daerah tujuan wisata halal. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 1(2), 61–68. <https://doi.org/10.47492/jip.v1i2.46>
- Tripalupi, L., Meitriana, M., & Suwena, K. (2019). How personal grooming influenced entrepreneurship. In *Proceedings of the TEAMS Conference*. <https://doi.org/10.2991/teams-18.2019.1>
- Tsani, M. R. (2021). *Pengaruh jiwa kewirausahaan dan motivasi usaha terhadap keberhasilan usaha Sentra Nanas “Si Madu”* [Undergraduate thesis, Universitas Komputer Indonesia]. <http://elibrary.unikom.ac.id/id/eprint/5031>
- Utami, D., Ahla, A., & Siswanto, A. (2024). Efektivitas strategi pemberdayaan UMKM pada Dinas Koperasi, Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Bondowoso. *Journal of Indonesian Social Society (JISS)*, 2(2), 88–92. <https://doi.org/10.59435/jiss.v2i2.237>

- Utomo, S., Dewi, M., Sidharta, R., Suprihadi, H., & Widiarma, I. (2024). Pendampingan legalitas dan perancangan ekosistem koperasi jasa. *Proficio*, 5(2), 51–56. <https://doi.org/10.36728/jpf.v5i2.3366>
- Utomo, S., Suprihadi, H., Dewi, M., & Widiarma, I. (2022). Melalui legalitas small medium enterprises bertransformasi menuju cooperative building bagi UMKM di Kota Surabaya, Jawa Timur. *Jurnal Abdi Masyarakat Indonesia*, 2(4), 1355–1362. <https://doi.org/10.54082/jamsi.429>
- Utomo, S., Suprihadi, H., Dewi, M., & Widiarma, I. (2023). Pendirian koperasi produsen bagi small medium enterprises in culinary di Kota Surabaya. *Jurnal Abdimas Ilmiah Citra Bakti*, 4(2), 322–331. <https://doi.org/10.38048/jailcb.v4i2.1637>
- Winarno, A., & Wardany, C. (2021). Leader-preneur: A key to successful independent character education for small and medium enterprise practitioners within a village-owned enterprise community in the Malang Regency. *KNE Social Sciences*. <https://doi.org/10.18502/kss.v5i8.9362>