

Motif Ekonomi, Sosial, dan Psikologis dalam Keputusan Investasi Usaha Laundry Baru: Studi Kualitatif UMKM di Pontianak Barat

Tukkot Hamonangan Immanuel

Institut Teknologi dan Bisnis Sabda Setia

tukkot.h.immanuel@itbss.ac.id

Farrell Ionwyn Eduardo

Institut Teknologi dan Bisnis Sabda Setia

farrellionwyn.eduardo@itbss.ac.id

Abstrak

Pertumbuhan industri jasa laundry di Indonesia menunjukkan peningkatan signifikan seiring perubahan gaya hidup masyarakat perkotaan. Namun, penelitian terdahulu umumnya berfokus pada aspek operasional dan kualitas layanan, sementara kajian mengenai motivasi investasi pelaku usaha laundry, khususnya dari perspektif ekonomi, sosial, dan psikologis, masih belum diteliti secara mendalam. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis motif investasi pemilik dan pengelola usaha laundry di wilayah Pontianak Barat. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain deskriptif, melibatkan tujuh informan yang dipilih secara purposive melalui wawancara mendalam. Hasil penelitian menunjukkan bahwa keputusan investasi didorong oleh kombinasi motif ekonomi (biaya operasional rendah dan potensi ekspansi), motif sosial (jaringan relasi dan pengaruh lingkungan), serta motif psikologis (pengalaman kerja sebelumnya dan persepsi stabilitas usaha). Secara teoretis, penelitian ini memperluas literatur investasi kewirausahaan dengan mengintegrasikan dimensi ekonomi, sosial, dan psikologis dalam konteks UMKM jasa, terutama jasa laundry.

Kata Kunci *Motivasi investasi, Laundry, UMKM, Pontianak Barat*

PENDAHULUAN

Perkembangan ekonomi Indonesia dalam dekade terakhir menunjukkan peningkatan signifikan pada sektor usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). UMKM memiliki peran penting sebagai penggerak perekonomian nasional, karena mampu menyerap tenaga kerja dalam jumlah besar serta mendorong aktivitas ekonomi lokal (Azarah, 2024). Salah satu subsektor UMKM yang mengalami pertumbuhan pesat adalah industri jasa laundry. Pertumbuhan ini tidak terlepas dari perubahan gaya hidup masyarakat urban yang semakin mengutamakan rasa praktis, efisiensi waktu, dan pengalihan daya (outsourcing) untuk pekerjaan domestik. Tren urbanisasi serta pola hidup yang cepat mendorong masyarakat lebih bergantung pada jasa laundry untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari (Amoako, 2022).

Pada tingkat nasional, industri laundry menunjukkan prospek bisnis yang menjanjikan. Bisnis laundry Indonesia diproyeksikan mencapai nilai pasar sebesar USD 3,89 miliar pada tahun 2024, dengan tingkat pertumbuhan tahunan sebesar 3,47% (Alexander & Hosen, 2025). Selain itu, preferensi masyarakat terhadap jasa laundry mengalami

peningkatan signifikan. Sebagai contoh, penelitian menunjukkan bahwa 7 dari 10 masyarakat di Jakarta kini menggunakan jasa laundry sebagai bagian dari rutinitas mereka (Alexander & Hosen, 2025). Hal ini mengindikasikan bahwa layanan laundry telah menjadi kebutuhan umum, terutama di wilayah perkotaan. Meskipun peluang pertumbuhan industri laundry tinggi, bisnis ini juga menghadapi tantangan yang tidak sederhana. Persaingan yang semakin ketat serta tekanan biaya operasional, membuat banyak pelaku usaha perlu mengembangkan strategi yang adaptif dan efisien (Darmawati et al., 2020). Kondisi ini menyebabkan pemilik usaha harus mempertimbangkan berbagai faktor sebelum memutuskan untuk berinvestasi pada sektor laundry.

Meskipun penelitian mengenai bisnis laundry di Indonesia terus berkembang, sebagian besar penelitian terdahulu masih berfokus pada aspek strategi operasional, kualitas layanan, kepuasan pelanggan, dan kinerja usaha. Sejumlah studi sebelumnya telah membahas strategi kompetitif (Christianty & Wandebori, 2025), peran modal sosial terhadap kesejahteraan pelaku usaha (Azarah et al., 2024), serta faktor-faktor manajerial yang memengaruhi kinerja bisnis laundry (Alexander & Hosen, 2025). Namun, penelitian-penelitian tersebut belum secara memadai mengkaji motivasi mendasar yang mendorong individu untuk melakukan investasi dan memulai usaha laundry, khususnya dari perspektif ekonomi, sosial, dan psikologis. Selain itu, penelitian empiris mengenai laundry di wilayah Pontianak umumnya masih terbatas pada studi kasus tunggal yang menitikberatkan pada kepuasan pelanggan atau kualitas layanan. Akibatnya, motif pengambilan keputusan pendiri usaha laundry belum banyak dieksplorasi, terutama dalam konteks daerah Pontianak Barat, menjadikan ini sebuah celah penelitian yang akan ditelusuri lebih dalam.

Berdasarkan celah tersebut, penelitian ini merumuskan beberapa pertanyaan yang akan dijawab, seperti berikut.

RQ1 : Bagaimana motif ekonomi memengaruhi keputusan individu dalam berinvestasi pada usaha laundry di Pontianak Barat?

RQ2 : Bagaimana motif sosial berperan dalam keputusan pendirian usaha laundry di Pontianak Barat?

RQ3 : Bagaimana motif psikologis atau pribadi memengaruhi keputusan individu untuk memulai usaha laundry di Pontianak Barat?

Sejalan dengan pertanyaan-pertanyaan tersebut, tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis dan memahami motif ekonomi, sosial, dan psikologis yang mendasari keputusan investasi dalam pendirian usaha laundry baru di Pontianak Barat. Melalui pendekatan kualitatif, penelitian ini diharapkan mampu memberikan pemahaman yang mendalam mengenai bagaimana motif-motif tersebut membentuk proses pengambilan keputusan kewirausahaan di sektor laundry lokal, serta berkontribusi pada pengayaan literatur mengenai perilaku investasi usaha kecil.

LANDASAN TEORI

Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Investasi

Keputusan investasi merupakan proses pengalokasian sumber daya pada suatu aset atau kegiatan usaha dengan harapan memperoleh manfaat ekonomi di masa depan. Secara teoritis, penelitian ini berpijak pada pendekatan keputusan investasi multidimensional, yang memandang bahwa keputusan investasi tidak semata-mata didorong oleh pertimbangan rasional ekonomi, tetapi juga dipengaruhi oleh faktor sosial dan psikologis individu pengambil keputusan. Dalam perspektif Modern Portfolio Theory yang dikemukakan oleh Markowitz (1952), keputusan investasi didasarkan pada pertimbangan

rasional antara expected return dan risiko. Namun, dalam konteks UMKM, khususnya usaha jasa laundry yang berskala kecil dan berbasis operasional harian, keputusan investasi sering kali tidak mengikuti prinsip portofolio formal, melainkan dipengaruhi oleh keterbatasan modal, pengalaman praktis, serta persepsi subjektif terhadap stabilitas usaha (Burhanudin et al., 2021). Oleh karena itu, penelitian ini mengklasifikasikan motif keputusan investasi ke dalam tiga dimensi utama, yaitu motif ekonomi, motif sosial, dan motif psikologis.

Motif Ekonomi

Motif ekonomi merupakan dorongan rasional yang mendorong individu untuk melakukan investasi dengan tujuan memperoleh keuntungan dan memastikan kelayakan usaha. Investor cenderung memilih peluang usaha dengan pendapatan yang relatif stabil, biaya operasional yang terkendali, serta potensi permintaan pasar yang berkelanjutan guna meminimalkan risiko dan memaksimalkan return (Bakhri et al., 2020). Dalam perspektif teori ekonomi klasik, motif ini sejalan dengan pandangan bahwa individu bertindak secara rasional untuk mencapai efisiensi dan keuntungan maksimum (Smith, 1937).

Motif Sosial

Selain pertimbangan ekonomi, keputusan investasi juga dipengaruhi oleh motif sosial. Motif sosial mencakup pengaruh lingkungan, norma sosial, serta keinginan individu untuk memberikan manfaat bagi masyarakat, seperti membuka lapangan pekerjaan dan menyediakan layanan yang mempermudah aktivitas sehari-hari (Nabilah et al., 2024). Motif ini sejalan dengan konsep subjective norms dalam Theory of Planned Behavior (Ajzen, 1991), yang menekankan bahwa keputusan individu dipengaruhi oleh nilai, ekspektasi, dan tekanan sosial di sekitarnya.

Motif Psikologis/Pribadi

Motif psikologis berkaitan dengan faktor internal individu yang memengaruhi pengambilan keputusan investasi, seperti pengalaman kerja sebelumnya, kepercayaan diri, kepuasan intrinsik, serta dorongan untuk mengelola usaha secara mandiri. Dalam perspektif behavioral finance, Thaler (1999) menjelaskan bahwa persepsi risiko, pengalaman emosional masa lalu, dan keyakinan subjektif sering kali memengaruhi keputusan investasi, bahkan melampaui pertimbangan finansial rasional.

Kerangka Konseptual Penelitian

Berdasarkan landasan teori yang telah dipaparkan, penelitian ini memandang keputusan investasi pada UMKM jasa laundry sebagai proses multidimensi yang tidak hanya ditentukan oleh pertimbangan ekonomi, tetapi juga dipengaruhi oleh faktor sosial dan psikologis individu. Modern Portfolio Theory digunakan untuk menjelaskan dimensi ekonomi yang berkaitan dengan persepsi risiko dan return, kemudian Theory of Planned Behavior digunakan untuk menjelaskan motif sosial, sedangkan behavioral finance digunakan untuk memahami motif risiko dalam keputusan berinvestasi. Ketiga perspektif tersebut bersifat saling melengkapi, dan kerangka konseptual ini digunakan sebagai dasar analisis untuk mengklasifikasikan dan menginterpretasikan temuan empiris penelitian ke dalam dimensi ekonomi, sosial, dan psikologis.

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif untuk memahami motif keputusan investasi individu dalam membuka usaha jasa laundry di wilayah Pontianak Barat. Pendekatan ini dipilih karena memungkinkan peneliti menggali pengalaman, persepsi, dan pertimbangan subjektif informan secara kontekstual (Sandelowski et al., 2007). Penelitian dilaksanakan dalam rentang waktu satu tahun, yaitu Desember 2024 hingga November 2025, untuk memastikan relevansi data dengan kondisi usaha laundry yang relatif baru beroperasi.

Informan penelitian terdiri dari pemilik dan pegawai usaha laundry yang telah beroperasi dalam satu tahun terakhir di Kecamatan Pontianak Barat. Pegawai dipilih sebagai informan tambahan dengan kriteria memiliki masa kerja yang cukup lama dan keterlibatan langsung dalam pengelolaan usaha, sehingga memahami latar belakang dan motivasi pemilik dalam membuka usaha laundry. Informan dipilih menggunakan teknik purposive sampling dengan kriteria: (1) usaha laundry berlokasi di Kecamatan Pontianak Barat, khususnya di sekitar Jalan Tabrani Ahmad, (2) pemilik atau pegawai memiliki pengetahuan langsung mengenai proses pendirian usaha, dan (3) usaha termasuk kategori UMKM jasa laundry. Penelitian ini melibatkan tujuh usaha laundry sebagai informan.

Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara semi-terstruktur, yang memungkinkan peneliti menggali informasi secara terarah namun tetap fleksibel mengikuti respons informan (Anggito & Setiawan, 2018). Wawancara dilakukan secara langsung dengan durasi berkisar antara 7-15 menit untuk setiap informan dan direkam setelah memperoleh persetujuan. Meskipun durasi wawancara relatif singkat, penggunaan pedoman wawancara berbasis metodologi Miles dan Huberman (2002) yang memungkinkan peneliti memperoleh informasi yang lebih reliabel.

Analisis data dilakukan menggunakan model interaktif Miles dan Huberman (2002), yang meliputi tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Reduksi data dilakukan dengan memilih dan merangkum informasi relevan dari transkrip wawancara yang berkaitan dengan motif keputusan investasi. Penyajian data dilakukan dalam bentuk narasi dan pengelompokan kategori untuk memudahkan interpretasi hubungan antar kategori. Penarikan kesimpulan dilakukan secara bertahap dengan tetap membuka kemungkinan penyesuaian selama proses analisis berlangsung.

Keabsahan data dijamin melalui empat kriteria, yaitu credibility, dependability, confirmability, dan transferability. Credibility dijaga melalui keterlibatan peneliti dalam memahami konteks usaha serta refleksi diri (reflexivity) untuk meminimalkan bias. Dependability diperkuat melalui konsultasi dan bimbingan rutin dengan dosen pembimbing. Confirmability dilakukan dengan memastikan proses analisis dan pengkodean dapat ditelusuri secara sistematis. Transferability dicapai dengan penyajian deskripsi konteks penelitian secara rinci agar pembaca dapat menilai keterterapan hasil penelitian.

HASIL PENELITIAN

Profil Informan dan Hasil Penelitian

Peneliti menemukan sejumlah tujuh informan yang memiliki laundry yang baru dibuka dalam jangka waktu satu tahun kebelakang. Profil mereka secara ringkas disajikan dalam Tabel 1 berikut.

Tabel 1 Profil Informan Laundry

Nama Laundry	Status Informan	Mulai Usaha	Lokasi	Keterangan Singkat / Motivasi
Fatiha Laundry	Pegawai	Juni 2025	Pontianak Barat	Pemilik sudah punya bisnis lain, ingin ekspansi ke laundry
Ema Laundry	Owner	Febuari 2025	Pontianak Barat	Dulu karyawan laundry; fokus antar-jemput hotel; kepercayaan penting; sewa murah
Teman Laundry	Pegawai	Desember 2024	Pontianak Barat	Membantu orang sibuk; modal kecil; ekspansi dari usaha sembako
New Laundry	Pegawai	9 Februari 2025	Pontianak Barat	Punya usaha lain (Pilates); ingin ekspansi bisnis; fokus pelayanan
Hokki Laundry 2	Pegawai	±6 bulan lalu	Pontianak Barat	Modal kecil; ekspansi cabang; lebih santai dibanding usaha lain
Bestie Laundry	Owner	5 November 2025	Pontianak Barat	Pelayanan nomor satu; prospek laundry menjanjikan; harga murah
Laundry Anugerah 2	Pegawai	±6 bulan lalu	Pontianak Barat	Owner berpengalaman 8 tahun; ekspansi dari toko lain; persaingan sehat

Motif Ekonomi

Motif ekonomi muncul sebagai salah satu pertimbangan utama dalam keputusan pembukaan usaha laundry. Temuan penelitian menunjukkan bahwa pelaku usaha memandang laundry sebagai bentuk investasi yang relatif stabil, baik sebagai sarana ekspansi maupun diversifikasi sumber pendapatan. Salah satu informan menyatakan bahwa pembukaan usaha laundry dilakukan untuk memperluas lini bisnis yang telah dimiliki sebelumnya, sebagaimana diungkapkan oleh pemilik New Laundry yang menyebutkan bahwa usaha laundry dijalankan sebagai bentuk ekspansi dari bisnis lain yang telah ada.

“Udah ada bisnis pilates, jadi pengen ekspansi ke bisnis laundry juga.” (New Laundry)

Selain itu, persepsi terhadap kestabilan permintaan dan kontinuitas penggunaan jasa laundry turut memperkuat motif ekonomi. Beberapa informan menilai bahwa kebutuhan masyarakat terhadap jasa laundry bersifat berulang dan cenderung tidak terpengaruh secara signifikan oleh perubahan musiman, sehingga dipersepsikan sebagai sumber pendapatan yang relatif aman.

“Orang kalau udah laundry pasti laundry terus.” (Bestie Laundry)

Temuan ini menunjukkan bahwa keputusan investasi pada UMKM jasa laundry tidak didasarkan pada perhitungan risiko dan return formal sebagaimana dijelaskan dalam Modern Portfolio Theory, tetapi lebih pada persepsi praktis mengenai stabilitas pendapatan dan risiko usaha yang dianggap rendah. Hal ini mengindikasikan bahwa pelaku UMKM cenderung menggunakan pendekatan rasional sederhana (bounded rationality) dalam menilai kelayakan investasi, sejalan dengan konteks usaha berskala kecil yang memiliki keterbatasan informasi dan modal.

Motif Sosial

Selain pertimbangan ekonomi, keputusan membuka usaha laundry juga dipengaruhi oleh motif sosial yang berkaitan dengan persepsi pelaku usaha terhadap kebutuhan dan harapan lingkungan sosial di sekitarnya. Beberapa informan memandang jasa laundry sebagai solusi yang relevan bagi masyarakat urban dengan keterbatasan waktu dalam mengelola pekerjaan domestik.

“Laundry ini bisa bantu orang, terutama yang sibuk dan nggak punya waktu nyuci.”
(Teman Laundry)

Motif ini menunjukkan bahwa keputusan investasi tidak hanya didasarkan pada preferensi pribadi, tetapi juga pada persepsi bahwa usaha laundry merupakan bentuk usaha yang dibutuhkan dan diterima oleh lingkungan sosial. Dalam kerangka Theory of Planned Behavior, kondisi ini mencerminkan peran subjective norm, yaitu keyakinan individu bahwa perilaku membuka usaha laundry sesuai dengan ekspektasi dan nilai sosial yang berkembang di masyarakat (Ajzen, 1991). Pengaruh norma sosial tersebut juga tercermin dalam strategi pelayanan yang berorientasi pada kemudahan dan kepercayaan, seperti layanan antar-jemput ke hotel atau pelanggan. Strategi ini bukan sekadar keputusan operasional, tetapi merupakan respons terhadap ekspektasi sosial pelanggan dan institusi yang menuntut layanan praktis dan dapat diandalkan.

“Saya antar-jemput ke hotel, dan beberapa hotel jadi percaya serta terus pakai jasa saya.”
(Ema Laundry)

Dengan demikian, motif sosial dalam pendirian usaha laundry berfungsi sebagai mekanisme normatif yang memperkuat keputusan investasi, di mana pelaku usaha ter dorong untuk membuka dan mengelola laundry karena adanya persepsi penerimaan sosial, kepercayaan pelanggan, serta norma layanan yang berkembang di lingkungan sekitarnya. Temuan ini menegaskan bahwa keputusan investasi pada UMKM laundry tidak semata-mata bersifat ekonomis, tetapi juga dipengaruhi oleh norma subjektif sebagaimana dijelaskan dalam Theory of Planned Behavior.

Motif Psikologis / Pribadi

Motif psikologis dalam penelitian ini menunjukkan bahwa keputusan membuka usaha laundry tidak sepenuhnya didorong oleh pertimbangan finansial, tetapi juga oleh dorongan internal untuk mencapai kemandirian, eksplorasi diri, dan pembentukan identitas sebagai wirausahawan. Pembukaan usaha laundry dipahami sebagai sarana aktualisasi diri sekaligus ruang pembelajaran bagi pelaku usaha dalam mengelola bisnis secara mandiri. Pada beberapa kasus, motif ini muncul pada pelaku usaha yang telah memiliki bisnis lain dan melihat laundry sebagai wahana untuk mengeksplorasi bidang usaha baru serta memperluas pengalaman kewirausahaan.

“Pemilik sudah memiliki bisnis di bidang lain, tetapi ingin ekspansi juga ke ranah laundry.”
(Fatiha Laundry)

Selain itu, pengalaman kerja sebelumnya sebagai karyawan laundry berperan sebagai pemicu kepercayaan diri dalam mengambil keputusan investasi. Pengalaman tersebut

membentuk persepsi risiko yang lebih terkendali dan meningkatkan keyakinan individu terhadap kemampuannya mengelola usaha secara mandiri.

“Dulu jadi karyawan laundry, jadi ingin coba buka sendiri.” (Ema Laundry)

Temuan ini mengindikasikan bahwa motif psikologis berfungsi sebagai mekanisme internal yang memperkuat keberanian mengambil keputusan investasi, terutama melalui pengalaman masa lalu, rasa kompetensi, dan kepuasan intrinsik. Hal ini sejalan dengan perspektif teori behavioral finance yang menekankan peran pengalaman, kepercayaan diri, dan faktor non-rasional dalam pengambilan keputusan investasi (Thaler, 1999).

Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa motivasi ekonomi menjadi faktor utama bagi pemilik dan pegawai dalam membuka usaha laundry di Pontianak Barat. Banyak informan menekankan bahwa prospek keuntungan finansial menjadi pertimbangan utama sebelum memutuskan investasi. Temuan ini sejalan dengan literatur sebelumnya yang menyatakan bahwa investor cenderung memprioritaskan peluang usaha dengan risiko terukur dan prospek pengembalian modal yang jelas (Bakhri et al., 2020). Kemudian, biaya operasional yang relatif rendah juga menjadi faktor yang mendorong keputusan berinvestasi di usaha laundry, sejalan dengan penelitian oleh (Piha et al., 2021; Neumann, 2023) yang menjelaskan orientasi pertumbuhan dalam bisnis, dengan berfokus kepada perluasan pasar dan peningkatan pendapatan. Selain itu, walaupun motivasi ekonomi dominan, keputusan investasi juga dipengaruhi oleh faktor eksternal, seperti lokasi yang strategis dan harga sewa, selaras dengan penelitian terdahulu (Fitriyani et al., 2019; Rosiana & Cahyani, 2024).

Selain faktor keuntungan finansial, penelitian ini menemukan bahwa stabilitas usaha menjadi pertimbangan penting dalam membuka usaha laundry. Beberapa pemilik menilai bahwa usaha laundry menawarkan arus kas yang relatif konsisten karena kebutuhan mencuci pakaian bersifat rutin dan berulang. Kondisi ini memberikan rasa aman secara finansial dibandingkan usaha lain yang lebih fluktuatif (Azarah et al., 2024).

Kemudian, sikap optimis terhadap persaingan juga terlihat dari narasi pemilik, di mana hasil usaha dianggap tergantung pada rezeki dan kepercayaan konsumen. Ini sejajar dengan penelitian terdahulu yang menyatakan bahwa kepercayaan konsumen menjadi faktor penting, dan dapat mempengaruhi kinerja bisnis (Nurchayati, 2024). Pernyataan ini menunjukkan bahwa motif ekonomi tidak hanya terkait keuntungan finansial semata, tetapi juga dipadukan dengan sikap realistik dan strategi menghadapi persaingan, sehingga keputusan investasi lebih berorientasi pada keseimbangan antara potensi keuntungan dan risiko yang dapat diterima.

Motif sosial juga muncul sebagai salah satu pertimbangan penting bagi pemilik usaha laundry dalam mengambil keputusan untuk membuka usaha. Penelitian ini menemukan bahwa banyak pemilik tergerak oleh keinginan untuk membantu masyarakat yang sibuk, sehingga layanan laundry dapat memberikan manfaat praktis dalam kehidupan sehari-hari. Temuan ini konsisten dengan literatur yang menyatakan bahwa faktor sosial dapat menjadi pendorong bagi individu untuk berinvestasi dalam usaha yang memiliki nilai manfaat bagi masyarakat (Kusmantini et al., 2025; Castaño et al., 2015).

Selain itu, motif sosial juga tercermin dari strategi layanan yang diterapkan, seperti layanan antar-jemput atau pendekatan yang memudahkan pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa pemilik tidak hanya berorientasi pada keuntungan finansial, tetapi

juga pada peningkatan kenyamanan dan efisiensi bagi masyarakat. Strategi semacam ini mencerminkan upaya membangun kepercayaan jangka panjang dengan pelanggan, yang pada gilirannya mendukung keberlanjutan usaha. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa layanan yang responsif terhadap kebutuhan sosial dapat memperkuat loyalitas konsumen dan memperluas basis pelanggan (Azarah et al., 2024).

Motivasi pribadi atau psikologis juga menjadi faktor penting dalam keputusan membuka usaha laundry di Pontianak Barat. Banyak pemilik dipengaruhi oleh keinginan untuk mandiri dan mengeksplorasi pengalaman baru dalam dunia usaha. Bagi beberapa informan, membuka laundry merupakan cara untuk memperluas ranah usaha yang sudah dimiliki sebelumnya, sekaligus menambah pengalaman pribadi dalam manajemen dan operasional bisnis. Temuan ini sesuai dengan literatur yang menunjukkan bahwa individu ter dorong oleh motivasi intrinsik untuk mencapai pengembangan diri dan kepuasan pribadi melalui kegiatan wirausaha (Brownell et al., 2025).

Selain itu, pengalaman sebelumnya sebagai karyawan atau pekerja di industri laundry menjadi modal penting bagi sebagian pemilik. Pengetahuan dan keterampilan yang diperoleh selama bekerja membantu mereka dalam mengelola usaha sendiri, sehingga risiko kesalahan dapat diminimalisir. Hal ini menegaskan bahwa faktor psikologis tidak hanya terkait dengan dorongan internal, tetapi juga berkaitan dengan penguasaan kompetensi dan strategi bisnis. Penelitian dari Bignotti & Roux (2020) mempunyai penemuan yang konsisten, dan menggambarkan bahwa pengalaman kerja dapat menciptakan keputusan yang lebih bijak dalam bisnis.

Berdasarkan analisis tematik, penelitian ini menunjukkan bahwa motivasi membuka usaha laundry di Pontianak Barat dipengaruhi oleh kombinasi faktor ekonomi, sosial, dan psikologis. Faktor ekonomi, seperti prospek keuntungan finansial dan risiko usaha yang terukur, menjadi pertimbangan utama, sementara faktor sosial mencakup keinginan membantu masyarakat dan membangun kepercayaan konsumen. Motivasi psikologis atau pribadi, termasuk keinginan untuk mandiri, mengeksplorasi pengalaman baru, dan mengembangkan kemampuan wirausaha, juga memainkan peran penting dalam keputusan investasi. Temuan ini menegaskan bahwa keputusan membuka usaha laundry tidak semata-mata bersandar pada pertimbangan finansial, tetapi juga mencerminkan nilai-nilai pribadi dan sosial yang dimiliki pemilik usaha. Penelitian ini juga memiliki beberapa keterbatasan yang perlu diperhatikan. Pertama, jumlah informan relatif terbatas, yaitu hanya tujuh usaha laundry di Pontianak Barat, sehingga temuan mungkin tidak sepenuhnya dapat digeneralisasi ke seluruh populasi pengusaha laundry di wilayah lain. Kedua, data hanya diperoleh melalui wawancara, sehingga tidak mencakup observasi langsung terhadap operasional usaha, yang dapat memberikan perspektif tambahan.

Implikasi Teoretis

Penelitian ini memberikan kontribusi teoretis dengan memperluas pemahaman mengenai keputusan investasi pada UMKM jasa melalui pendekatan multidimensional yang mengintegrasikan motif ekonomi, sosial, dan psikologis secara simultan. Berbeda dengan penelitian terdahulu yang cenderung menekankan aspek finansial atau operasional semata, temuan penelitian ini menunjukkan bahwa keputusan membuka usaha laundry merupakan hasil interaksi antara pertimbangan rasional, norma sosial, dan dorongan psikologis individu.

Secara spesifik, penelitian ini menguatkan relevansi Modern Portfolio Theory dalam konteks UMKM jasa, di mana pertimbangan risiko, stabilitas arus kas, dan biaya operasional tetap menjadi dasar keputusan investasi. Namun, temuan ini juga memperluas

kerangka tersebut dengan menunjukkan bahwa rasionalitas ekonomi tidak berdiri sendiri, melainkan dipengaruhi oleh persepsi sosial dan pengalaman subjektif pelaku usaha.

Selain itu, temuan mengenai motif sosial mendukung Theory of Planned Behavior, khususnya konsep subjective norm, dengan menunjukkan bahwa persepsi kebutuhan masyarakat dan penerimaan sosial terhadap jasa laundry turut membentuk keputusan investasi. Dalam konteks ini, norma sosial tidak hanya memengaruhi perilaku konsumsi, tetapi juga keputusan awal untuk memasuki sektor usaha tertentu.

Selanjutnya, motif psikologis yang berkaitan dengan pengalaman kerja, kepercayaan diri, dan pencarian kemandirian memperkuat perspektif behavioral finance yang menekankan bahwa keputusan investasi tidak sepenuhnya rasional. Dengan demikian, penelitian ini berkontribusi dalam menjembatani kesenjangan antara teori investasi klasik dan pendekatan perilaku dalam konteks UMKM jasa berbasis kebutuhan sehari-hari.

Implikasi Praktis

Secara praktis, hasil penelitian ini memberikan implikasi bagi calon investor dan pelaku UMKM jasa laundry untuk memahami bahwa keberhasilan usaha tidak hanya ditentukan oleh potensi keuntungan finansial, tetapi juga oleh kemampuan membaca kebutuhan sosial dan kesiapan psikologis dalam mengelola usaha. Pemahaman terhadap stabilitas arus kas, biaya operasional, serta karakteristik permintaan yang berulang dapat membantu pelaku usaha dalam meminimalkan risiko investasi.

Bagi pelaku usaha laundry, temuan ini menunjukkan pentingnya membangun kepercayaan dan hubungan jangka panjang dengan pelanggan melalui strategi layanan yang responsif terhadap kebutuhan sosial, seperti kemudahan akses dan pelayanan yang konsisten. Pendekatan ini tidak hanya meningkatkan kepuasan pelanggan, tetapi juga berkontribusi pada keberlanjutan usaha dalam jangka panjang.

Selain itu, bagi pemerintah daerah dan lembaga pendamping UMKM, penelitian ini dapat menjadi dasar dalam merancang program pelatihan dan pendampingan yang tidak hanya berfokus pada aspek teknis dan keuangan, tetapi juga pada penguatan kapasitas psikologis dan sosial pelaku usaha, seperti peningkatan kepercayaan diri, pengalaman praktis, dan pemahaman perilaku pasar lokal.

KESIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa keputusan membuka usaha laundry di Pontianak Barat dipengaruhi oleh kombinasi faktor ekonomi, sosial, dan psikologis yang saling berinteraksi. Faktor ekonomi menjadi pertimbangan utama, meliputi prospek keuntungan finansial, biaya operasional yang relatif rendah, serta risiko usaha yang dinilai terukur. Faktor sosial tercermin dalam keinginan membantu masyarakat dengan keterbatasan waktu, membangun kepercayaan konsumen, dan menyediakan layanan yang praktis. Sementara itu, faktor psikologis berkaitan dengan dorongan untuk mandiri, mengeksplorasi pengalaman baru, serta mengembangkan kemampuan kewirausahaan melalui pengalaman kerja sebelumnya. Kebaruan penelitian ini terletak pada integrasi tiga motif investasi berupa motif ekonomi, sosial, dan psikologis dalam konteks UMKM jasa laundry, dimana penelitian terdahulu selama ini lebih banyak dikaji dari aspek operasional atau finansial. Secara praktis, temuan ini dapat menjadi dasar bagi pemerintah daerah dan lembaga pendamping UMKM dalam merancang kebijakan dan program pengembangan usaha laundry yang tidak hanya berfokus pada akses permodalan, tetapi juga pada penguatan pemahaman pelaku usaha akan motif psikologis pasar.

DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-t](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-t)
- Alexander, J., & Hosen, C. (2025). Faktor yang Mempengaruhi Performa dari Kinerja Bisnis di Negara Berkembang dari Sudut Pandang Owner - Manager pada Usaha Laundry. *Business Management Journal*, 21(1), 1. <https://doi.org/10.30813/bmj.v21i1.6705>
- Amoako, G. K. (2022). Customer Satisfaction: Role of Customer Service, Innovation, and Price in the Laundry Industry in Ghana. *Journal of African Business*, 23(1). <https://doi.org/10.1080/15228916.2020.1826855>
- Anggito, A., & Setiawan, J. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif* (E. D. Lestari (ed.); 1st ed.). Jejak Publisher.
- Azarah, N. a. Y., Harpy, N. M. S., & Agustina, N. R. D. (2024). Peran Modal Sosial Terhadap Kesejahteraan Pelaku Usaha Laundry Rumahan di Kabupaten Jember. *WISSEN Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 2(3), 01–12. <https://doi.org/10.62383/wissen.v2i3.157>
- Bakhri, S., Aziz, A., & Sarinah, R. (2020). Pengetahuan dan Motivasi untuk Menumbuhkan Minat Berinvestasi pada Mahasiswa. *Value : Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*, 15(2), 60–73. <https://doi.org/10.32534/jv.v15i2.1175>
- Bignotti, A., & Roux, I. L. (2020). Which types of experience matter? The role of prior start-up experiences and work experience in fostering youth entrepreneurial intentions. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, 26(6), 1181–1198. <https://doi.org/10.1108/ijeb-10-2019-0577>
- Brownell, K., Kickul, J., & Mestwerdt, S. (2025). The Development of social or Economic Entrepreneurial Intentions: A Self-Actualization Perspective. *Journal of Small Business Strategy*, 35(2). <https://doi.org/10.53703/001c.129662>
- Burhanudin, H., Mandala Putra, S. B., & Hidayati, S. A. (2021). PENGARUH PENGETAHUAN INVESTASI, MANFAAT INVESTASI, MOTIVASI INVESTASI, MODAL MINIMAL INVESTASI DAN RETURN INVESTASI TERHADAP MINAT INVESTASI DI PASAR MODAL (Studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mataram). *Distribusi - Journal of Management and Business*, 9(1), 15–28. <https://doi.org/10.29303/distribusi.v9i1.137>
- Castaño, M., Méndez, M., & Galindo, M. (2015). The effect of social, cultural, and economic factors on entrepreneurship. *Journal of Business Research*, 68(7), 1496–1500. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2015.01.040>
- Darmawati, D., Dizar, S., & Harahap, C. D. (2020). Peningkatan Efektivitas Penyusunan Laporan Keuangan Sederhana Bagi Himpunan Pengusaha Laundry Indonesia(HIPLI). *Jurnal Berdaya Mandiri*, 2(2). <https://doi.org/10.31316/jbm.v2i2.696>
- Fitriyani, S., Murni, T., & Warsono, S. (2019). PEMILIHAN LOKASI USAHA DAN PENGARUHNYA TERHADAP KEBERHASILAN USAHA JASA BERSKALA MIKRO DAN KECIL. *Managament Insight Jurnal Ilmiah Manajemen*, 13(1), 47–58. <https://doi.org/10.33369/insight.13.1.47-58>
- Huberman, M., & Miles, M. B. (2002). *The qualitative researcher's companion*. sage.
- Kusmantini, T., Sutiono, H. T., Hartati, A. S., Robani, A., Diantoro, A. K., & Rahmadati, A. M. (2025). How do social entrepreneurship factors influence sustainable

business development? The mediating role of social network. *Asian Management and Business Review*, 128–142. <https://doi.org/10.20885/ambr.vol5.iss1.art9>

- Markowitz, H. (1952). Modern portfolio theory. *Journal of Finance*, 7(11), 77-91.
- Nabilah, F. K., Hasannah, S. R., Arumsari, A., & Ramadhan, M. S. (2024). Skema Kerja dalam Perancangan Motif untuk Penyandang Disabilitas Tunagrahita pada Bisnis Sosial Puka. *JIIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 7(8), 9242–9254. <https://doi.org/10.54371/jiip.v7i8.5414>
- Neumann, T. (2023). Are greener start-ups of superior quality? The impact of environmental orientation on innovativeness, growth orientation, and international orientation. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 12(1). <https://doi.org/10.1186/s13731-023-00330-y>
- Nurchayati, N., Ariyanti, R., & Marianingsih, I. (2024). How fintech adoption, digital payment systems, and consumer trust shape financial performance of MSMEs. *International Journal of Business Law and Education*, 5(2), 2458–2469. <https://doi.org/10.56442/ijble.v5i2.895>
- Piha, L., Papadas, K., & Davvetas, V. (2021). Brand orientation: Conceptual extension, scale development and validation. *Journal of Business Research*, 134, 203–222. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2021.05.023>
- Rosiana, N. D., & Cahyani, N. R. R. (2024). Strategi pemilihan lokasi usaha yang optimal dan strategis untuk keberhasilan bisnis bagi para perintis usaha. *Jurnal Inovasi Manajemen, Kewirausahaan, Bisnis Dan Digital.*, 1(2), 114–121. <https://doi.org/10.61132/jimakebidi.v1i2.80>
- Sandelowski, M., Barroso, J., & Voils, C. I. (2007). Using qualitative metasummary to synthesize qualitative and quantitative descriptive findings. *Research in Nursing & Health*, 30(1), 99–111. <https://doi.org/10.1002/nur.20176>
- Smith, A. (1937). *The wealth of nations* [1776] (Vol. 11937). na.
- Thaler, R. H. (1999). The End of Behavioral Finance. *Financial Analysts Journal*, 55(6), 12–17. <http://www.jstor.org/stable/4480205>