

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Zimmerer dan Scarborough dalam Retnaningdiah et al., (2016) mengemukakan kewirausahaan merupakan hasil dari proses disiplin dan sistematis dalam menerapkan kreativitas dan inovasi terhadap kebutuhan peluang di pasar. Menurut Kemenperin (2018) “Peningkatan rasio kewirausahaan bertujuan untuk memperkuat struktur ekonomi nasional”. Tingkat kewirausahaan di Indonesia saat ini masih berkisar 3,47% dari total penduduk Indonesia. Jumlah ini masih kalah dibandingkan dengan negara-negara tetangga. Di Singapura rasio wirausahanya sudah mencapai 8,76%, di Thailand 4,26% dan Malaysia mencapai 4,74%”. Presiden telah menerbitkan Perpres nomor 2 tahun 2022 tentang pengembangan kewirausahaan nasional untuk mendorong penumbuhan wirausaha hingga 2024 dapat tercapai jumlah ideal 3,95% dari total penduduk Indonesia. Wirausaha adalah orang yang berjiwa kreatif dan inovatif yang mampu mendirikan, membangun, mengembangkan, memajukan dan menjadikan perusahaannya unggul (Veron & Victor, 2022). Fenomena berwirausaha di Indonesia saat ini semakin marak jika dilihat dari banyaknya unit-unit bisnis atau usaha baru yang bermunculan dengan berbagai keunggulan yang dimiliki. Semakin banyaknya masyarakat yang memilih berwirausaha tentu disebabkan oleh berbagai macam faktor yaitu berwirausaha dapat meningkatkan produktifitas masyarakat, menggairahkan roda perekonomian nasional, serta mengembangkan kreativitas dan kemampuan masyarakat.

Pada era globalisasi saat ini pertumbuhan ekonomi yang baik merupakan penilaian keberhasilan usaha pemerintah dalam melakukan pembangunan, tidak terkecuali dalam aspek perekonomian. Perekonomian di Indonesia di dukung oleh peran dari UMKM yaitu memperbaiki kesejahteraan sosial. Tercapainya keberhasilan usaha membuat perekonomian di Indonesia semakin meningkat. Sektor penting dalam peningkatan perekonomian masyarakat Indonesia adalah sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), hal ini berdasarkan artikel dari ekbangsetda tahun 2019. UMKM merupakan usaha produktif milik perorangan, kelompok, badan usaha kecil, maupun rumah tangga. UMKM merupakan kegiatan usaha yang mampu memperluas dan memberikan peluang bagi masyarakat untuk pemerataan dan peningkatan pendapatan, mendorong pertumbuhan ekonomi, dapat mengurangi jumlah pengangguran yang ada dan menjadi salah satu alternatif lapangan kerja baru yang berperan dalam mewujudkan stabilitas nasional (Christofer, 2019).

Pamungkas (2014) menjelaskan bahwa keberhasilan usaha dapat dilihat dari peningkatan jumlah produksi, perbaikan fisik usaha yang dilakukan saat proses operasional usaha, peningkatan modal, peningkatan kuantitas pelanggan dan perluasan pelanggan. Keberhasilan kewirausahaan bisa dimiliki oleh pelaku usaha jika memiliki semua faktor personal yang sudah dijabarkan sebelumnya dan dilihat dari tingkat pendapatan usaha itu sendiri. Keberhasilan usaha juga bisa dimiliki apabila pelaku usaha dapat merencanakan dan menganggarkan dana yang dimiliki untuk memaksimalkan strategi pemasaran, bertindak secara cepat dan tepat untuk mendeteksi perubahan lingkungan, menciptakan produk yang

berkualitas serta inovatif guna mempertahankan hubungan baik terhadap pelanggan, dan menguasai pangsa pasar (Iskandar & Safrianto, 2020). Untuk mencapai keberhasilan usaha, ada banyak faktor yang dapat dimaksimalkan seorang wirausaha diantaranya yaitu memaksimalkan kreativitas, menciptakan inovasi baru, dan mampu memilih media promosi sebagai alat dan sarana untuk menginformasikan usaha yang telah dijalankan (Arifudin, 2016).

Munandar dalam Muqodas (2015) mengemukakan bahwa kreativitas adalah kemampuan untuk membuat kombinasi baru, berdasarkan data, informasi, atau unsur-unsur yang sudah ada atau sudah dikenal sebelumnya, yaitu semua pengalaman dan pengetahuan yang telah diperoleh seseorang selama hidupnya baik itu di lingkungan sekolah, keluarga, maupun dari lingkungan masyarakat. Kreativitas adalah hal yang dipunyai serta dimanfaatkan oleh individu dengan tujuan memunculkan ide baru dalam memulai usaha. Kreativitas bisa membuat seseorang memperoleh usaha atau bisnis yang belum pernah ada sebelumnya (Marden & Hidayah, 2022). Jadi kreativitas adalah kemampuan untuk membuat kombinasi-kombinasi baru atau melihat hubungan-hubungan baru antara unsur, data, variabel yang sudah ada sebelumnya. Menghadapi persaingan yang semakin kompleks, kreativitas tidak hanya penting untuk menciptakan keunggulan kompetitif, tapi juga penting bagi kesinambungan wirausaha. Bentuk kreativitas harus didasarkan pada pemikiran baru dan tidak serupa dengan yang beredar. Para pelaku usaha memiliki cara tersendiri dalam mengelola usahanya dan sampai saat ini mereka yang bertahan memiliki ide untuk mengambil keputusan dengan mentolerir analisis dan ide dari pembeli. Selain kreativitas yang harus dimiliki seorang wirausaha, faktor lain yang dapat dimaksimalkan untuk meraih keberhasilan suatu usaha atau bisnis adalah pemilihan media promosi. Media promosi digunakan sebagai sarana atau alat komunikasi dan penyampaian pesan yang dilakukan wirausaha, dengan tujuan memberikan informasi mengenai produk, harga dan tempat usaha yang dijalankan.

Van Dijk dalam Setiadi (2016) menyatakan bahwa media sosial adalah platform media yang memfokuskan pada eksistensi pengguna yang memfasilitasi mereka dalam beraktifitas maupun berkolaborasi. Perkembangan media sosial memberikan dampak yang besar bagi umat manusia, sehingga memudahkan orang untuk berbagi informasi atau mencari pengetahuan terkait sesuatu. Teknologi digital membawa perubahan besar pada manajemen bisnis mulai dari produksi barang dan layanan hingga pengirimannya ke konsumen. Media sosial dapat menjaga hubungan baik dengan rantai pasokan. Selain itu, media tersebut sebagai katalisator bagi usaha kewirausahaan dan pemasaran (Azhar & Akhtar, 2020). Banyak platform media sosial yang dapat digunakan oleh pelaku usaha untuk memasarkan produknya diantaranya yaitu whatsapp, facebook, instagram, dan lainnya. Media tersebut memudahkan pelaku usaha untuk berinteraksi dengan konsumen, dan berbagi foto maupun video produk mereka secara lebih luas agar produknya banyak dikenali oleh masyarakat. Jika pemasaran produk berhasil, maka penjualan produk akan meningkat.

Pertumbuhan pengguna internet di Indonesia saat ini semakin meningkat, setiap pengusaha pasti menginginkan untuk mereknya dikenal oleh masyarakat luas. Menurut Kotler & Armstrong dalam Pelengkahu et al., (2023) *e-commerce* adalah saluran online yang dapat dijangkau seseorang melalui komputer, yang digunakan oleh pebisnis dalam melakukan aktifitas bisnisnya dan digunakan konsumen untuk mendapatkan informasi dengan

menggunakan bantuan komputer yang dalam prosesnya diawali dengan memberi jasa informasi pada konsumen dalam penentuan pilihan. Penggunaan jejaring internet menjadi salah satu media yang dapat berpengaruh dalam meningkatkan penjualan, penjualan yang terjadi melalui media elektronik dan internet disebut sebagai *e-commerce* (Saputra et al., 2018). Keberhasilan suatu perusahaan sangat ditentukan oleh keberhasilan usaha pemasaran. Dengan kata lain, tujuan dari kegiatan pemasaran tentunya agar produk yang dipasarkan mendapatkan tanggapan positif dari konsumen, sehingga berdampak positif pula bagi penjual. Berdasarkan fungsi dan maksud dari pemasaran itu sendiri, maka dibutuhkan media dan saluran-saluran untuk memasarkan produk ataupun jasa seperti *e-commerce*. *E-commerce* merupakan transaksi bisnis berupa pembelian dan penjualan produk, jasa, maupun informasi yang menggunakan jaringan internet, peran *e-commerce* diperlukan untuk keberhasilan suatu usaha (Rahmidani, 2015). Pemanfaatan *e-commerce* disini dimaksudkan dapat memanfaatkan teknologi dalam proses usaha untuk merebut pasar melalui cara-cara yang dapat menarik konsumen, misalnya pelayanan konsumen dengan teknologi canggih via shopee, instagram, maupun whatsapp.

Sebagian besar sektor UMKM bergerak di bidang industri. Industri adalah suatu bentuk usaha atau perusahaan yang mengolah, membuat, dan memperbaiki bahan-bahan (barang organik atau anorganik) agar lebih berguna untuk pemakaian. Di Kabupaten Jember jumlah industri kecil sebesar 181.147 unit. Di pusat Kota Jember muncul industri yang skalanya besar seperti pabrik dan sebagainya, sedangkan di desa muncul industri kecil atau rumah tangga seperti industri sangkar burung yang berada di Desa Sukowono, kerajinan rotan di Desa Seputih dan sebagainya. Salah satu industri di Jember ialah di Desa Tutul Kecamatan Balung Kabupaten Jember yang menjadi salah satu desa sentra kerajinan manik-manik, berbagai kerajinan seperti tasbih, cinderamata, akik dan sebagainya diproduksi di desa ini. Istilah kerajinan adalah suatu keterampilan yang dihubungkan dengan suatu pembuatan barang yang harus dikerjakan secara rinci dan teliti, biasanya dilakukan dengan tangan. Industri kerajinan adalah suatu bentuk usaha atau perusahaan yang dalam pengolahan barang atau bahan lebih menekankan unsur skill atau kemampuan yaitu ketelitian dengan peralatan teknologi tradisional atau sederhana. Industri kerajinan sebagaimana industri kecil pada umumnya, lebih mengutamakan tenaga manusia dalam proses produksi. Sedangkan kerajinan manik-manik adalah kerajinan yang terbuat dari alat dekorasi yang berukuran kecil dan terbuat dari bahan-bahan seperti kaca, plastik, kayu, batu atau mutiara dengan lubang kecil di tengahnya untuk memasang benang atau untuk merangkai. Kerajinan manik-manik di Desa Tutul merupakan kerajinan tangan yang dibuat dengan memanfaatkan limbah kayu sisa penebangan yang didapatkan dari pengalih fungsian lahan persawahan menjadi lahan penghasil kayu akibat seringnya gagal panen oleh petani setempat.

Industri kerajinan manik-manik di desa tutul mulai ada sejak tahun 1976. Industri kerajinan manik-manik pertama kali dirintis oleh Bapak Hendro. Pak Hendro pertama kali membuat kalung, gelang dari buah pohon pucung. Kemudian pada tahun 1989 usaha ini dilanjutkan oleh Pak Budi, lambat laun berkembang sampai banyak masyarakat yang menekuni sebagai pengrajin. Pada tahun 1992 kerajinan manik-manik Desa Tutul mulai merambah pasar internasional, pasar yang dituju antara lain, Malaysia, Cina, Thailand dan sebagainya. Tahun 2008 industri kerajinan manik-manik mulai berkembang puncaknya pada

tahun 2012 pemerintah melalui menteri tenaga kerja dan transmigrasi memberikan penghargaan kepada Desa Tutul atas prestasinya sebagai desa yang mandiri dan produktif (Mustaqim, 2018). Berikut merupakan tabel nama pengrajin beserta media sosial dan e-commerce yang digunakan di Desa Tutul Kecamatan Balung.

Tabel 1.1
Data Pengrajin manik-manik di Desa Tutul Kecamatan Balung

No	Nama	Media sosial yang digunakan	E-commerce yang digunakan
1.	Abdul Hadi	Instagram	Shopee
2.	Slamet Pujiono	Facebook	Shopee
3.	M. Solihun	Instagram	Tokopedia
4.	Halim	Facebook	Shopee
5.	Suwondo	Facebook	Tokopedia
6.	Alex	Instagram	Shopee
7.	Samsi	Facebook	Lazada
8.	Zaky Qulabi	Instagram	Shopee
9.	Bambang Riyono	Facebook	Lazada
10.	Hamzah	Instagram	Shopee
11.	Khairul Adang	Whatsapp	Tokopedia
12.	M. Romli	Whatsapp	Tokopedia
13.	M. Ali Musthofa	Instagram	Shopee
14.	Nunung Karya Budiana	Whatsapp	Shopee
15.	Bayu Wijayanto	Facebook	Shopee
16.	Lukman Hakim	Facebook	Tokopedia
17.	Moh. Ichwan	Instagram	Shopee
18.	Muhammad Gojali	Facebook	Lazada
19.	Suwandi	Whatsapp	Shopee
20.	Kurnia Niharto	Facebook	Shopee
21.	Samsul Arifin	Facebook	Shopee
22.	Ivan Rahmawan	Instagram	Lazada
23.	A. Rofiq	Facebook	Lazada
24.	Misdi	Instagram	Shopee
25.	Hasan	Whatsapp	Shopee
26.	Ahmad Hidad	Instagram	Shopee
27.	Edo Pahlevi	Instagram	Shopee
28.	Mulyadi	Instagram	Shopee
29.	Junaidi	Whatsapp	Tokopedia
30.	Siswoyo	Facebook	Tokopedia
31.	Roni Halil	Whatsapp	Tokopedia
32.	M. Isbat	Facebook	Shopee
33.	Ahmad Fuad Hasan	Instagram	Lazada
34.	Anang	Instagram	Shopee
35.	Sugik	Facebook	Shopee
36.	Dodik	Whatsapp	Shopee
37.	Arip	Facebook	Tokopedia
38.	Eko Hadi	Instagram	Shopee
39.	Ahmad Arifin	Instagram	Shopee
40.	Muhlisin	Whatsapp	Lazada

Sumber : data diolah (2024)

Pada tabel diatas diketahui pelaku UMKM secara keseluruhan telah menggunakan media sosial sebagai media pemasaran, serta menggunakan *e-commerce* sebagai media transaksi jual beli secara online. Berdasarkan observasi yang dilakukan bahwa terdapat permasalahan yang dihadapi oleh pelaku umkm, yang pertama adalah persaingan yang ada dikalangan usaha kecil yaitu antara produk yang diproduksi. Selanjutnya strategi pemasaran modern minim diterapkan oleh para pengrajin, disebabkan masih banyak pengrajin yang memasarkan hasil produknya melalui pengepul, sehingga fenomena yang terjadi ini memaksa pelaku usaha harus kreatif dan mempunyai keahlian dengan memanfaatkan media sosial dan *e-commerce* untuk menambah pengetahuan wirausaha dalam mengelola usahanya, meningkatkan kegiatan operasional, dan memperluas wilayah pemasaran sehingga dapat mempertahankan kepuasan dan loyalitas konsumen.

Penelitian tentang pengaruh kreativitas terhadap keberhasilan usaha telah dilakukan oleh Harahap & Harahap (2022) dengan judul pengaruh kretivitas terhadap keberhasilan usaha pada usaha mikro kecil menengah (UMKM) di Desa Patumbak Kampung Kecamatan Patumbak Kabupaten Deli Serdang. Penelitian ini menyatakan bahwa kreativitas berpengaruh terhadap keberhasilan usaha, dengan kesimpulan semakin baik dan semakin tinggi tingkat kreativitas yang diterapkan di dalam usaha, maka keberhasilan usaha akan meningkat. Selanjutnya penelitian tentang pengaruh penggunaan media sosial terhadap keberhasilan usaha telah dilakukan oleh Dharma et al., (2022) dengan judul pengaruh media sosial terhadap keberhasilan usaha, menyatakan bahwa hasil penelitiannya menunjukkan media sosial berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan usaha pedagang kuliner di Kecamatan Sunggal baik secara parsial maupun simultan. Selain penelitian kreativitas dan media sosial, terdapat juga penelitian tentang pengaruh pemanfaatan *e-commerce* yang dilakukan oleh Zahara et al., (2019) dengan judul pengaruh *e-commerce*, modal usaha, informasi akuntansi, dan karakteristik kewirausahaan terhadap keberhasilan usaha pada UKM Caffe dan Resto di Pekanbaru. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa secara parsial *e-commerce* berpengaruh terhadap keberhasilan usaha UKM.

1.2 Rumusan Masalah

Kreativitas, penggunaan media sosial, dan pemanfaatan e-commerce merupakan faktor yang dapat dimaksimalkan untuk mencapai keberhasilan suatu usaha. Fenomena yang terdapat pada UMKM manik-manik Balung Jember yaitu produknya berhasil mencapai pasar internasional. Berdasarkan fenomena tersebut, yang menjadi rumusan permasalahan adalah :

1. Apakah kreativitas berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan wirausaha pada UMKM manik-manik Balung Jember?
2. Apakah penggunaan media sosial berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan wirausaha pada UMKM manik-manik Balung Jember?
3. Apakah pemanfaatan *e-commerce* berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan wirausaha pada UMKM manik-manik Balung Jember?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, tujuan yang ingin diperoleh dari penelitian ini adalah :

1. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh kreativitas terhadap keberhasilan wirausaha pada UMKM manik-manik Balung Jember
2. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh penggunaan media sosial terhadap keberhasilan wirausaha pada UMKM manik-manik Balung Jember
3. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh pemanfaatan *e-commerce* terhadap keberhasilan wirausaha pada UMKM manik-manik Balung Jember

1.4 Kegunaan Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian yang hendak dicapai, maka penelitian ini diharapkan mempunyai manfaat dalam pendidikan baik secara langsung maupun tidak langsung. Manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi objek yang diteliti
Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan bahan masukan atau pertimbangan kepada pelaku UMKM, yang berkaitan dengan kreativitas, penggunaan media sosial, dan pemanfaatan *e-commerce* untuk lebih mengembangkan usahanya.
2. Bagi pihak lain/Almamater
Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan bagi pembaca dan menambah referensi pengetahuan di bidang entrepreneur dan diharapkan dapat menjadi dokumen akademik yang berguna untuk dijadikan bahan pemikiran bagi kurikulum.
3. Bagi Peneliti
Hasil penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan wawasan dan pengetahuan bagi peneliti, dan untuk penelitian-penelitian selanjutnya dalam upaya pemenuhan tugas akhir.