# BAB 1
# PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang

Perekonomian sebuah negara ditopang oleh berbagai sektor mulai dari pertumbuhan penduduk, pendapatan perkapita, teknologi, peningkatan ekspor, industri kreatif ataupun perkembangan usaha micro, kecil dan menengah (UMKM). Peran-peran sentral tersebut sangat dibutuhkan negara untuk mengehadapi krisis, ketidakpastian di masa depan dan persaingan ekonomi yang semakin kompetitif. Terkhusus usaha mikro, kecil dan menengah sangat memegang peranan penting karena tumbuh dari akar rumput perekonomian masyarakat hingga perekonomian masyarakat tingkat menengah. Usaha mikro, kecil dan menengah meliputi berbagai jenis usaha dengan skala yang berbeda, dari pedagang kecil hingga bisnis yang lebih besar tapi belum tergolong perusahaan besar. Kontribusinya yang signifikan dalam berbagai aspek, mulai dari mendorong pertumbuhan ekonomi, meningkatkan kesejahteraan masyarakat, hingga membuka lapangan kerja, menjadikannya kekuatan fundamental dalam mencapai cita-cita bangsa. Tak hanya itu, UMKM juga berperan penting dalam meningkatkan devisa negara melalui ekspor produk dan substitusi impor. Ketahanan UMKM di masa krisis menjadikannya pilar penting dalam menjaga stabilitas ekonomi nasional. Bahkan, UMKM berkontribusi dalam mengentaskan kemiskinan dan meratakan tingkat perekonomian melalui pemberdayaan ekonomi masyarakat di berbagai daerah (Aldimasqi, 2024).

Walaupun usaha mikro, kecil dan menengah ada kontirubusi nyata bagi perekonomian negara, namun dalam aktivitas bisnis yang dilakukan usaha mikro, kecil dan menengah tidaklah mudah, banyak masalah dan tantangan yang dihadapi bagi para pelaku usaha mikro, kecil dan menengah. Muncul dua faktor yang mempengaruhi keberhasilan usaha, yang pertama dari faktor eksternal meliputi inovasi teknologi, permintaan pasar dan persaingan pasar dan yang kedua dari faktor internal berasal dari dalam diri seorang *entrepreneur* itu sendiri meliputi motivasi, keterampilan, efikasi diri dan inovasi solutif yang diberikan. Faktor-faktor ini harus dapat diatasi dan diselesaikan dengan baik sehingga aktivitas bisnis dapat mencapai tujuannya. Bisnis yang berhasil tentunya dapat merealisasikan rencana yang telah dibuat sehingga ada peningkatan volume produksi, volume penjualan dan laba dari periode sebelumnya serta dapat memenangkan persaingan pasar. Keberhasilan suatu usaha jika keadaan ada peningkatan dan sesuai dengan tujuan yang ada dalam bisnis (Poltak & Iljasmadi, 2022). Keberhasilan usaha mikro, kecil dan menengah menjadi prestasi seorang *entrepreneur* untuk terus mengembangkan aktivitas bisnisnya menjadi lebih besar dan peran usaha mikro, kecil dan menengah terhadap perekonomian negara dapat benar-benar terealisasikan. Keberhasilan usaha adalah suatu adanya sesuai dengan hasil (Astuti & Matondang, 2020).

Keberhasilan usaha seorang *entrepreneur* dapat tercapai karena adanya faktor motivasi kewirausahaan yang kuat mendasari aktivitas bisnisnya. Motivasi memiliki peran penting karena menjadi salah satu pendorong utama bagi individu untuk memulai, mengelola dan mengembangkan usaha. Motivasi juga memberikan harapan, konsistensi dan semangat dalam setiap pekerjaan untuk sukses dan berhasil. Semangat yang tinggi akan berpengaruh terhadap produktivitas bisnis yang maksimal. Motivasi adalah pemberi daya penggerak yang menciptakan kegairahan seseorang agar mereka mau bekerja sama, bekerja efektif, dan terintegrasi dengan segala upayanya untuk mencapai kepuasan (Wibowo, 2017). Motivasi

kewirausahaan berasal dari dorongan internal seperti harapan, mimpi dan ambisi maupun eksternal seperti dukungan keluarga dan teman (Martini et al., 2024). Tanpa motivasi yang kuat, seorang *entrepreneur* cenderung sulit untuk bertahan dalam menghadapi masalah dan tantangan. Maka dari itu, motivasi kewirausahaan menjadi faktor yang mempengaruhi keberhasilan usaha karena seorang *entrepreneur* akan cenderung lebih konsisten, produktif dan tangguh dalam menjalankan aktivitas bisnisnya. Adapun penelitian mengenai motivasi kewirsauhaan yang dilakukan oleh (Holilurrohman et al., 2023) menunjukan bahwa motivasi kewirsauhaan yang kuat dan konsisten akan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha. Namun sebaliknya, penelitian yang dilakukan oleh (Ardiyanti & Mora, 2019) menunjukan bahwa motivasi kewirsauhaan berpengaruh tidak signifikan atau negatif terhadap keberhasilan usaha. Ini menunjukan dibeberapa kondisi motivasi justru tidak memiliki dampak apapun terhadap keberhasilan usaha.

Faktor lain yang mempengaruhi keberhasilan usaha adalah keterampilan kewirausahaan. Keterampilan kewirausahaan harus dimiliki dengan matang oleh seorang *entrepreneur* karena mencakup keterampilan perencanaan, pengambilan keputusan, pengelolaan dan peningkatkan daya saing perusahaan agar terus menjaga keunggulan kompetitif yang sudah ada. Keterampilan adalah kemampuan untuk menggunakan akal, fikiran, ide dan kreatifitas dalam mengerjakan, mengubah dan membuat sesuatu menjadi lebih bermakna sehingga menghasilkan sebuah nilai dari hasil pekerjaan tersebut (Widiyaastuti et al., 2022). Dengan keterampilan kewirausahaan, seorang *entrepreneur* dapat memaksimalkan potensi bisnis mereka, menghadapi tantangan dengan percaya diri dan menciptakan nilai tambah bagi pelanggan serta pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan. Keterampilan wirausaha adalah keberhasilan seseorang wirausaha dalam mengimplementasikan kompetensi yang di milikinya dengan baik secara ilmu pengetahuan yang di implementasikan secara tepat dan kualitas invidu melaksanakan kegiatan berwirausaha (Suryana, 2015). Adapun penelitian mengenai keterampilan kewirausahaan yang dilakukan oleh (Mardikaningsih, 2023) menunjukan bahwa keterampilan kewirausahaan yang cukup dan memumpuni akan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha. Namun sebaliknya, penelitian yang dilakukan oleh (Sarjono & Tyra, 2019) menunjukan bahwa keterampilan kewirausahaan berpengaruh tidak signifikan atau negatif terhadap keberhasilan usaha. Ini menunjukan dibeberapa kondisi keterampilan justru tidak memiliki dampak apapun terhadap keberhasilan usaha.

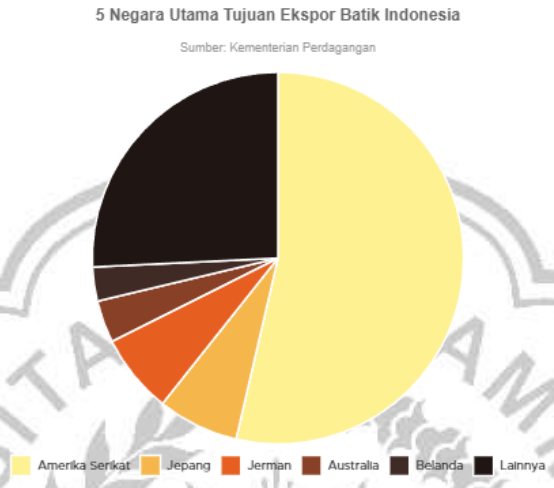
Faktor selanjutnya yang mempengaruhi keberhasilan usaha adalah efikasi diri. Efikasi diri diaritkan sebagai rasa percaya seorang *entrepreneur* terhadap kemampuan yang dimiliki untuk menjalankan aktivitas bisnis. Kepercayaan ini timbul karena seorang *entrepreneur* telah menjalani proses kognitif seperti pengalaman, keahlian dan keterampilan. Efikasi diri sering kali menjadi kunci suskes seorang *entrepreneur* karena mereka selalu optimis dengan peluang dan kesempatan bisnis yang mereka hadapi sehingga peluang dan kesempatan tersebut dapat menjadi sumber kesuksesan bisnis mereka. Penilaian kemampuan ini penting untuk mengukur seberapa mampu dan siap seorang *entrepreneur* menjalankan aktivitas bisnis dan apabila tidak mampu maka segera melatih kemampuan yang diperlukan untuk mencapai kesuksesan bisnis yang lebih mudah. Menurut Baron & Byrne (2004) mengemukakan bahwa efikasi diri merupakan individu yang menciptakan nilai dari diri mereka dalam menyelesaikan sesuatu.

Dengan keyakinan yang kuat pada kemampuan diri, seseorang dapat menghadapi tantangan dengan lebih baik, memanfaatkan peluang, dan mencapai hasil yang optimal. Oleh karena itu, penting untuk mengembangkan efikasi diri melalui pengalaman sukses, pembelajaran dan dukungan sosial. Efikasi diri adalah penilaian seseorang terhadap dirinya sendiri atau tingkat keyakinan mengenai seberapa besar kemampuannya dalam mengerjakan suatu tugas untuk mencapai hasil tertentu (Meria & Tamzil, 2021). Adapun penelitian mengenai efikasi diri yang dilakukan oleh (Sanjaya & Handoyo, 2024) menunjukan bahwa efikasi diri yang kuat akan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha. Namun sebaliknya, penelitian yang dilakukan oleh (Anggoro & Saputra, 2023) menunjukan bahwa efikasi diri berpengaruh tidak signifikan atau negatif terhadap keberhasilan usaha. Ini menunjukan dibeberapa kondisi efikasi diri justru tidak memiliki dampak apapun terhadap keberhasilan usaha.

Faktor terakhir yang mempengaruhi keberhasilan usaha adalah inovasi produk. Inovasi produk diartikan sebagai sebuah proses menciptakan layanan dan produk dalam bisnis. Inovasi dilakukan untuk menjaga aktivitas bisnis tetap relevan ditengah-tengah perubahan selera dan kebutuhan para konsumen serta persaingan pasar. Inovasi produk juga bertujuan untuk meningkatkan kinerja, efisiensi dan daya saing perusahaan serta nilai tambah baru bagi konsumen. Adanya pengenalan produk baru yang berdampak basar melalui banding uji dalam perushaan yang harganya akan ditetapkan oleh produsen (Kotler & Keller, 2016). Dengan terus berinovasi, perusahaan tidak hanya dapat bertahan, tetapi juga berkembang untuk mencapai potensi maksimalnya di pasar. Inovasi produk adalah proses pengembangan gagasan kreatif yang kemudian diwujudkan menjadi produk yang bermanfaat bagi konsumen (Kotler & Armstrong, 2017). Adapun penelitian mengenai inovasi produk yang dilakukan oleh (Mauliza, 2023) menunjukan bahwa inovasi produk yang variatif dan berkala akan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha. Namun sebaliknya, penelitian yang dilakukan oleh (Ardy et al., 2023) menunjukan bahwa inovsi berpengaruh tidak signifikan atau negatif terhadap keberhasilan usaha. Ini menunjukan dibeberapa kondisi inovasi justru tidak memiliki dampak apapun terhadap keberhasilan usaha.

Usaha mikro, kecil dan menengah yang berhasil tentunya memiliki tujuan yang jelas sehingga rencana bisnis yang dibuat dapat dengan mudah disusun dan direalisasikan serta ada beberapa faktor yang mendukung keberhasilan usaha yaitu peran motivasi, keterampilan, efikasi diri dan inovasi produk yang khas. Perkembangan usaha mikro, kecil dan menengah begitu cepat dan beragam seperti UMKM kuliner, UMKM jasa, UMKM pakaian ataupun UMKM batik. Terkhusus UMKM batik yang mayoritas masih berskala mikro-kecil yang sudah tersebar di seluruh Indonesia. UMKM batik ini juga memainkan peran penting dalam melestarikan warisan budaya Indonesia dan sekaligus mendukung perekonomian sekitar. Mereka bergerak di bidang produksi, penjualan, atau distribusi batik maupun produk turunannya. Berdasarkan data Balai Besar Kerajinan dan Batik (BBKB) Kementerian Perindustrian, ada sekitar 3.159 usaha batik yang tercatat di seluruh Indonesia. Dari jumlah tersebut, industri batik skala besar-sedang berjumlah 208 (tahun 2021), dan usaha batik skala mikro-kecil menengah berjumlah 2.951 (tahun 2018). Jika dirinci lagi, usaha batik yang berskala mikro jumlahnya mencapai 1794, paling banyak dibanding kelas usaha lainnya. Kemudian kelas usaha kecil ada 815 dan kelas usaha menengah 342. (Ahdiat, 2022).

Peluang besar UMKM batik di pasar lokal tidak usah diragukan lagi mengingat batik menjadi warisan budaya dan sering digunakan di berbagai acara serta peluang untuk pasar global juga sangat besar karena keunikan dan kekhasan batik yang membuat batik diterima oleh masyarakat global. Potensi dan peluang pengembangan UMKM batik sangat besar yang membuat para UMKM batik dapat benar-benar memanfaatkan sehingga menjadi pertumbuhan penjualan dan memperkuat pasar lokal serta global.




Sumber: www.data.goodstats.id

**Gambar 1.1**
**Data Ekspor Batik**

Pada tahun 2023, dari periode Januari hingga November, nilai ekspor batik Indonesia mencapai US$590,91 juta dengan volume ekspor sebesar 21,66 ribu ton. Tahun lalu, batik asal Indonesia diekspor ke 5 negara utama yakni Amerika Serikat (53,63%), Jepang (7,06%), Jerman (6,92%), Australia (3,67%), Belanda (2,96%), dan beberapa negara lain (25,76%). Sejak 2018, Amerika Serikat selalu menjadi negara utama tujuan ekspor batik Indonesia, proporsinya melebihi 50% dari tahun ke tahun. Nilai ekspornya di tahun ini bahkan mencapai US$326,57 juta (Fatika, 2024). Usaha mikro, kecil dan menengah atau UMKM batik sudah tersebar di seluruh Indonesia dengan ciri khas motif, proses dan kain yang berbeda-beda sesuai dengan dareah masing-masing. Terkhusus di Kabupaten Jember, batik juga eksis dengan barbagai motif khas budaya Kabupaten Jember berupa motif daun tembakau. kopi, kakau dan lain sebagainya. UMKM batik di Kabupaten Jember juga memberikan kontribusi terhadap perekonomian daerah dan masyarakat seperti pelestarian budaya Kabupaten Jember, penyerapan tenaga kerja, pemberdayaan masyarakat dan pertumbuhan ekonomi daerah. UMKM Batik di Kabupaten Jember sudah tersebar di berbagai wilayah di Kabupaten Jember sehingga peran dan kontribusi adanya UMKM batik dapat dirasakan oleh masyarakat secara luas. Berikut data UMKM batik di Kabupatern Jember:

**Tabel 1.1**
**UMKM Batik di Jember**

| No | Alamat | Jumlah Usaha Batik | Penjualan Produk Batik | | |
|---|---|---|---|---|---|
| | | | 2022 | 2023 | 2024 |
| 1. | Sumbersari | 11 | 35.200 | 47.678 | 36.223 |
| 2. | Kaliwates | 7 | 25.000 | 33.111 | 24.200 |
| 3. | Patrang | 4 | 16.985 | 19.067 | 15.431 |
| 4. | Ambulu | 3 | 9.600 | 13.100 | 11.897 |
| 5. | Jenggawah | 2 | 7.700 | 10.299 | 8.990 |
| 6. | Rambipuji | 1 | 2.299 | 4.001 | 3.102 |
| 7. | Jenggawah | 1 | 3.931 | 5.590 | 4.699 |
| 8. | Ajung | 1 | 1.977 | 3.798 | 1.901 |
| 9. | Sukowono | 1 | 1.432 | 3.256 | 1.288 |
| 10. | Wuluhan | 1 | 3.995 | 5.088 | 3.733 |
| 11. | Mumbulsari | 1 | 1.100 | 2.980 | 1.179 |
| 12. | Kencong | 1 | 3.156 | 6.477 | 3.111 |
| 13. | Jombang | 1 | 1.200 | 2.001 | 2.244 |
| 14. | Bangsalsari | 1 | 1.599 | 3.244 | 1.444 |
| 15. | Balung | 1 | 3.100 | 4.766 | 3.693 |

Sumber: Data primer, 2024

Meninjau tabel 1.1, menginformasikan bahwa mayoritas UMKM batik di Kabupaten Jember mengalami ketidakstabilan penjualan dari 3 tahun terakhir, hal tersebut mengindikasikan bahwa UMKM batik masih kesulitan dalam meningkatkan penjualan mereka. Harus ada upaya-upaya strategis dan berkelanjutan untuk membantu para pelaku usaha batik agar mampu bertahan dan berkembang. Peluang besar pasar lokal dan global harapannya harus dimanfaatkan dalam pengembangan batik dan produk turunannya dengan tujuan mendorong pertumbuhan bisnis, menjaga keberlanjutan budaya dan memperluas dampak ekonomi agar UMKM batik tetap relevan di pasar dalam negeri sekaligus mampu bersaing di pasar Internasional. Namum, tidak semua aktivitas UMKM batik berjalan dengan baik, apalagi mampu memanfaatkan potensi dan peluang yang ada. Masalah-masalah umum yang dihadapi pelaku UMKM juga dialami pada UMKM batik. Lemahnya persiapan diri dalam hal motivasi berusaha dan efikasi diri, keterampilan manajerial bisnis, kurangnya inovasi produk dan faktor-faktor eksternal menjadi hal yang menakutkan bagi para pelaku UMKM yang membuat mereka sering kali tidak bertahan lama dalam menjalankan aktivitas bisnisnya.

Dilihat dari fenomena yang telah dijelaskan dan beberapa masalah yang ada serta *research gap* yang terjadi, cukup melandasi penelitian yang akan dilakukan mengenai keberhasilan usaha sebuah UMKM karena keberhasilan usaha UMKM menjadi tolak ukur bagaimana seroang *entrepreneur* dapat mengelola sumber daya, baik internal maupun eksternal dengan baik untuk mencapai keberhasilan usaha dan peran UMKM benar-benar maksimal dirasakan untuk pereknomian daerah dan masyarakat sekitar. Untuk itu peneliti tertarik menguji faktor-faktor yang memiliki pengaruh terhadap keberhasilan usaha UMKM seperti motivsi kewirausahaan, keterampilan kewirausahaan, efikasi diri dan inovasi produk serta memberikan

kebaruan dalam proses penelitian dengan menggunakan kombinasi variabel yang belum digunakan, objek yang belum diteliti dan waktu penelitian yang berbeda.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang dan beberapa penelitian yang telah dilakukan dengan variabel motivasi kewirausahaan yang diteliti oleh (Holilurrohman et al., 2023), variabel keterampilan kewirasuahaan yang diteliti oleh (Mardikaningsih, 2023), variabel efikasi diri yang diteliti oleh (Sanjaya & Handoyo, 2024) dan variabel inovasi produk yang diteliti oleh (Mauliza, 2023) memberikan referensi dalam penelitian bahwa variabel-variabel tersebut memiliki pengaruh secara positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha serta memberikan referensi untuk menyusun rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah motivasi kewirausahaan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha UMKM batik di Kabupaten Jember?
2. Apakah keterampilan kewirausahaan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha UMKM batik di Kabupaten Jember?
3. Apakah efikasi diri berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha UMKM batik di Kabupaten Jember?
4. Apakah inovasi berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha UMKM batik di Kabupaten Jember?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dijelaskan di atas, penelitian ini memiliki tujuan sebagai berikut:

1. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh secara positif dan signifikan motivasi kewirausahaan terhadap keberhasilan usaha UMKM batik di Kabupaten Jember.
2. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh secara positif dan signifikan keterampilan kewirausahaan terhadap keberhasilan usaha UMKM batik di Kabupaten Jember.
3. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh secara positif dan signifikan efikasi diri terhadap keberhasilan usaha UMKM batik di Kabupaten Jember.
4. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh secara positif dan signifikan inovasi produk terhadap keberhasilan usaha UMKM batik di Kabupaten Jember.

## 1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian yang akan dilakukan memiliki manfaat secara teoritis dan secara praksis, untuk penjelasannya sebagai berikut:

1. Manfaat secara teoritis, penelitian ini diharapkan mampu memberikan sumbangsih gagasan atau ide-ide baru untuk menunjang penelitian selanjutnya dan perkembangan ilmu pengetahuan khususnya mengenai teori kewirausahaan terkait dengan variabel keberhasilan usaha.
2. Manfaat secara praksis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pihak UMKM batik sebagai bahan masukan untuk mengembangkan bisnisnya sehingga mencapai tujuan bisnis dengan efektif dan efesien.