

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran strategis dalam mendorong pertumbuhan ekonomi nasional. Dengan kontribusi sekitar 61% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional dan menyerap hampir 97% tenaga kerja, UMKM telah menjadi pilar utama dalam pembangunan ekonomi Indonesia. Tidak hanya berperan dalam penciptaan lapangan kerja, UMKM juga menjadi katup pengaman saat terjadi krisis ekonomi, seperti yang terbukti pada masa pandemi COVID-19. Namun, di tengah perannya yang besar, UMKM saat ini dihadapkan pada tantangan yang semakin kompleks, terutama akibat pesatnya perkembangan teknologi digital dan meningkatnya persaingan di platform e-commerce.

Digitalisasi membuka peluang besar bagi UMKM untuk memperluas pasar dan meningkatkan efisiensi operasional, namun juga membawa tantangan berat. Berdasarkan survei, sekitar 96,46% pelaku UMKM mengaku kesulitan bersaing di platform digital, dan 96,07% menghadapi tekanan dari kritik serta ekspektasi konsumen yang tinggi. Selain itu, pasca pandemi COVID-19, UMKM mengalami penurunan pendapatan, kesulitan distribusi, serta hambatan dalam akses modal. Oleh karena itu, diperlukan strategi pengembangan usaha yang komprehensif dan adaptif agar UMKM mampu bertahan dan berkembang di tengah tantangan tersebut. (<https://www.niaga.asia/artikel-opini/>).

Seperti yang diketahui bahwa UMKM memiliki peran penting dalam kegiatan perekonomian, pelaku UMKM merupakan pihak atau akselerator dalam meningkatkan atau mengembangkan perekonomian masyarakat. Usaha mikro kecil selama ini terbukti dapat diandalkan sebagai katup pengaman di masa krisis, melalui mekanisme penciptaan lapangan kerja dan memungkinkan dihimpunnya penerimaan negara berupa pajak. Peran dan fungsi strategis ini, sesungguhnya dapat ditingkatkan dengan memerankan UMKM sebagai salah satu pelaku usaha komplementer bagi pengembangan perekonomian nasional (Christiana *et al.*, 2021).

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di sektor bakery merupakan salah satu bidang bisnis yang memiliki prospek cerah di Indonesia. Dengan tingginya minat masyarakat terhadap produk roti, kue, dan pastry, usaha bakery menjadi salah satu pilihan bisnis yang terus berkembang. Selain itu, tren gaya hidup yang semakin modern dan permintaan terhadap produk bakery yang bervariasi semakin mendorong pertumbuhan industri ini. UMKM bakery memiliki peluang besar karena permintaan pasar yang tinggi. Roti dan kue tidak hanya dikonsumsi sebagai camilan, tetapi juga menjadi bagian dari berbagai acara, seperti perayaan ulang tahun, pernikahan, dan acara perusahaan. Selain itu, semakin banyak masyarakat yang mencari produk bakery dengan bahan sehat, seperti roti gandum, kue rendah gula, dan produk *gluten-free*, membuka peluang inovasi bagi pelaku usaha. Teknologi juga berperan dalam perkembangan usaha bakery. Digitalisasi dan e-commerce memungkinkan UMKM untuk menjangkau lebih banyak pelanggan melalui platform online seperti media sosial, marketplace, dan layanan pesan-antar. Dengan strategi

pemasaran yang tepat, usaha bakery bisa menjangkau konsumen yang lebih luas tanpa harus memiliki banyak toko fisik (Arnanto *et al.*, 2023).

Meskipun peluang pasar semakin luas, banyak pelaku usaha bakery menghadapi kendala dalam pengembangan bisnis. Beberapa tantangan utama yang dihadapi masyarakat banyuwangi khususnya di Kecamatan Bangorejo, Purwoharjo dan Jajag adalah keterbatasan dalam kemampuan usaha, rendahnya kompetensi kewirausahaan, serta belum optimalnya pemanfaatan teknologi digital dalam pemasaran dan operasional usaha. Kurangnya keterampilan dalam inovasi produk dan strategi pemasaran berbasis digital membuat beberapa usaha bakery sulit bertahan dan berkembang.

Transformasi digital dalam bisnis bakery menjadi salah satu faktor kunci dalam menghadapi persaingan ini. Pemanfaatan media sosial, e-commerce, serta aplikasi layanan pesan-antar menjadi strategi utama dalam menjangkau lebih banyak pelanggan. UMKM yang mampu memanfaatkan teknologi digital secara optimal cenderung memiliki keunggulan kompetitif dibandingkan dengan yang masih menggunakan metode pemasaran tradisional (Hutama *et al.*, 2023) karena itu, kapabilitas digital menjadi aspek yang tidak dapat diabaikan dalam pengembangan usaha bakery di Banyuwangi.

Selain digitalisasi, kemampuan usaha dan kompetensi berwirausaha juga memainkan peran krusial dalam keberlanjutan bisnis bakery. Kemampuan usaha mencakup berbagai aspek manajerial, seperti perencanaan keuangan, pengelolaan sumber daya, dan strategi pemasaran. Sementara itu, kompetensi berwirausaha meliputi kreativitas, inovasi, serta kemampuan mengambil keputusan yang tepat dalam menghadapi tantangan bisnis (Ahmad & Yulianto, 2024). Dengan memiliki kedua aspek ini, pelaku usaha dapat lebih adaptif terhadap dinamika pasar dan mengelola bisnis mereka secara lebih efektif.

Meskipun demikian, masih terdapat berbagai tantangan dalam penerapan strategi bisnis yang berbasis digital dan inovatif. Beberapa pelaku usaha masih menghadapi kendala dalam mengakses teknologi, kurangnya literasi digital, serta keterbatasan modal untuk mengembangkan bisnis mereka ke arah yang lebih modern. Oleh sebab itu, dukungan dari berbagai pihak, seperti pemerintah, lembaga keuangan, serta komunitas bisnis, sangat dibutuhkan untuk membantu UMKM bakery dalam meningkatkan daya saing mereka (Hutama *et al.*, 2023).

Dalam menghadapi tantangan, tiga faktor utama yang berperan dalam pengembangan usaha bakery adalah kemampuan usaha, kompetensi berwirausaha, dan kapabilitas digital. Kemampuan usaha mencakup aspek manajerial, pengelolaan keuangan, serta strategi pemasaran. Kompetensi berwirausaha berkaitan dengan kreativitas, inovasi, dan pengambilan keputusan yang tepat dalam mengelola bisnis. Sementara itu, kapabilitas digital semakin krusial dalam era digitalisasi, terutama dalam pemasaran online, e-commerce, dan pemanfaatan media sosial sebagai alat promosi yang efektif.

Dalam Darwis Tamba menjelaskan bahwa perilaku konsumen dibentuk oleh sikap, norma subjektif, dan perspektif kontrol perilaku yang membentuk niat. Niat kemudian mempengaruhi bagaimana perilaku seseorang. Teori ini menjadi landasan studi saat ini yang menganalisis pengaruh niat terhadap perilaku pemasaran online. Model ini dikembangkan oleh Icek Ajzen untuk menyempurnakan kekuatan prediktif dari *Theory of Reasoned Action (TRA)*, dengan menambahkan variabel perspektif kontrol perilaku. Penelitian Suryani & Nugroho (2021) kemampuan usaha adalah faktor krusial dalam

pengembangan usaha, karena mencakup keterampilan manajerial, strategi pemasaran, serta kemampuan dalam mengelola sumber daya yang dimiliki. Pelaku usaha yang memiliki kemampuan usaha yang baik mampu mengidentifikasi peluang pasar, mengatasi tantangan bisnis, serta meningkatkan efisiensi operasional. Hasil penelitian menunjukkan semakin tinggi kemampuan usaha yang dimiliki oleh seorang wirausahawan, semakin besar peluangnya untuk mencapai pertumbuhan usaha yang berkelanjutan dan meningkatkan daya saing di pasar.

Penelitian Tamara *et al.*, (2024) menghasilkan koefisien regresi yang dimiliki variabel kompetensi kewirausahaan (X1) sebesar 0,336 artinya terjadi hubungan positif antara variabel kompetensi kewirausahaan dengan pengembangan usaha, semakin baik kompetensi kewirausahaan (X1) maka semakin baik pengembangan usaha. Sedangkan hasil penelitian Setiawan *et al.* (2022) kapabilitas digital memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pengembangan usaha, di mana peningkatan kapabilitas digital memungkinkan pelaku usaha untuk lebih adaptif terhadap perubahan teknologi, meningkatkan efisiensi operasional, serta memperluas jangkauan pasar melalui platform digital. Hasil penelitian menunjukkan bahwa UMKM yang memiliki kapabilitas digital yang baik cenderung mengalami peningkatan daya saing, pertumbuhan penjualan, serta efisiensi dalam proses bisnis, yang akhirnya berkontribusi pada pengembangan usaha secara keseluruhan.

Meskipun banyak penelitian telah membahas faktor-faktor yang mempengaruhi pengembangan usaha, terdapat kesenjangan dalam memahami secara komprehensif bagaimana kombinasi antara kemampuan usaha, kompetensi berwirausaha, dan kapabilitas digital secara bersamaan berkontribusi terhadap pengembangan usaha, khususnya konteks UMKM. Sebagian besar penelitian sebelumnya hanya menyoroti satu atau dua variabel secara terpisah, seperti pengaruh kompetensi kewirausahaan terhadap kinerja usaha atau dampak digitalisasi terhadap daya saing UMKM (Setiawan & Lestari, 2022). Namun, penelitian mengkaji ketiga faktor ini masih terbatas. Oleh karena itu, penelitian ini penting untuk memberikan pemahaman yang lebih menyeluruh mengenai bagaimana ketiga faktor tersebut berinteraksi terhadap pengembangan usaha.

Berikut data UMKM bakery yang ada di daerah Bangorejo, Jajag dan Purwoharjo.

Tabel 1.1 Data UMKM Bakery

No.	Nama Toko	Lokasi	No.	Nama Toko	Lokasi
1.	Conato bakery & Cafe Jajag	Jajag	30.	Papa Cookies	Jajag
2.	SS Bakery and Cafe	Jajag	31.	Plolong Bakery	Purwoharjo
3.	Pawonkuh Bakery	Jajag	32.	Jaya Bakery	Cluring
4.	Sentosa Bakery	Jajag	33.	Ratna Sari Bakery	Jajag
5.	Roti Kekinian	Jajag	34.	Mimi Yummy Tart Cake and Tumpeng	Purwoharjo
6.	Nabila Bakery	Jajag	35.	Hamida Bakery	Cluring
7.	Conato Bakery & Cafe Genteng	Genteng	36.	Isyka Homecake	Purwoharjo
8.	Viana Cake and Cookies	Jajag	37.	Honey Bakers	Purwoharjo
9.	Honey Bakery	Jajag	38.	Arum Bakery	Jajag
10.	Gundah Cake Bakery	Purwoharjo	39.	Oppoki Bakery	Jajag

11.	Airlangga Bakery	Purwoharjo	40.	Emilia Cake and Cookies	Bangorejo
12.	Cake and Bakery House	Bangorejo	41.	Dafino Cake and Bakery	Cluring
13.	Toko Roti Prabu Bakery	Genteng	42.	Creamy Cake	Purwoharjo
14.	Ozy Bakery	Cluring	43.	Roti Gembong Sultan	Jajag
15.	Roti Jordan	Cluring	44.	Cak Arif Mat Holland	Jajag
16.	Asia Cake	Jajag	45.	Nabila Cake and Bakery	Purwoharjo
17.	Roti Mantep	Jajag	46.	Kuwekuh Bakery	Bangorejo
18.	L.co Bakery	Bangorejo	47.	Qimari Cake and Cookies	Jajag
19.	Anindya Cake and Bakery	Bangorejo	48.	Sumber Barokah Bakery	Bangorejo
20.	Toko Kue B Tatik	Bangorejo	49.	Pradana bakery	Jajag
21.	Anita Cake and Bakery	Jajag	50.	Juna's bakery	Jajag
22.	Fausia Cake	Bangorejo	51.	Aneka kue bang dzirka	Genteng
23.	Oldya Cake	Bangorejo	52.	Pia pie bakery	Genteng
24.	Rodjag Bakery	Jajag	53.	Arduino bakery	Genteng
25.	Toko Sumber Rejeki B. Eko	Purwoharjo	54.	Shavana bakery	Purwoharjo
26.	Donat Betta	Jajag	55.	Mariyana bakery	Jajag
27.	Efy Cake	Bangorejo	56.	Reisya snack and cake	bangorejo
28.	Sunseeki bakery	Genteng	57.	Keila bakery	Genteng
29.	Kuekerr bakery	Genteng	58.	Ba.banana.id	Purwoharjo
No.	Nama Toko	Lokasi	No.	Nama Toko	Lokasi
59.	Meme bakery and food	Genteng	87.	Fatimah tart	Jajag
60.	Difa bakery	Genteng	88.	Aulia bakery	Genteng
61.	Oki camilan bakery	Jajag	89.	Ayya tart and dekorasi	Cluring
62.	Roti maryam bang hady	Purwoharjo	90.	Roti yumna	Genteng
63.	Viva donat kentang	Bangorejo	91.	Panda bakery	Genteng
64.	Roti gembong gembul banyuwangi	Genteng	92.	Cake and catering cendrawasih	Genteng
65.	Hari sati	Cluring	93.	Donats bon	Bangorejo
66.	Emon bakery	Genteng	94.	Nikmah bakery	Genteng
67.	Mrs. bakery	Jajag	95.	Mbak ika cake	Bangorejo
68.	Mbak seh kue	Bangorejo	96.	Adiba bakery	Genteng
77.	Tien's cake	Bangorejo	97.	Sandhiyasa cookies	Purwoharjo
70.	Nisa cake	Cluring	98.	Vin bakery	Bangorejo
71.	Dewi cake	Bangorejo	99.	Toko roti suka bakery	Purwoharjo
72.	Pinokio cake	Genteng	100.	Dapur appa	Purwoharjo
73.	Donuts madis	Bangorejo	101.	Dara bakery waled	Jajag
74.	Jaen cake	Bangorejo	102.	Safitry bakery	Jajag
75.	Nata de cookies	Genteng	103.	Mery bakery	Jajag
76.	Roti O jajag	Jajag	104.	Donat dhe' agiel	Bangorejo
77.	Lun's cake	Jajag	105.	Tori homebakery	Cluring
78.	Food bae tia	Jajag	106.	Sunan bakery	Genteng
79.	Bu nana foodies and cake	Jajag	107.	Alya bakery	Jajag
80.	Beboscake	Jajag	108.	Azibaa cake	Genteng

81.	Brian cake	Purwoharjo	109.	Rumah zulfa cake	Genteng
82.	Ita jajan	Jajag	110.	Toko roti bakery	Genteng
83.	As sunnah bakery	Bangorejo	111.	Nanda bakery	Bangorejo
84.	Istana prabu princess bakery	Genteng	112.	nisya tart	Genteng
85.	Akbar bakery	Genteng	113.	Corola donat	Purwoharjo
86.	Milaini bento cake	Purwoharjo	114.	Armel cake	Genteng
			115.	Zaenab bakery	Genteng

Sumber : Pemerintah Kecamatan Bangorejo, Purwoharjo dan Jajag 2025

Meski memiliki prospek yang baik, UMKM bakery juga menghadapi berbagai tantangan. Salah satu kendala utama adalah persaingan yang ketat dengan perusahaan roti skala besar maupun usaha sejenis lainnya. Produk bakery yang mudah ditemukan di supermarket atau minimarket membuat UMKM harus berinovasi agar tetap menarik bagi pelanggan. Tantangan lain adalah ketersediaan bahan baku dan fluktuasi harga bahan seperti tepung, gula, dan mentega. Harga bahan baku yang tidak stabil dapat mempengaruhi harga jual dan keuntungan UMKM bakery. Selain itu, aspek perizinan dan standar keamanan pangan juga menjadi perhatian, karena konsumen semakin memperhatikan kualitas dan kebersihan produk makanan yang mereka konsumsi (Arnanto *et al.*, 2023).

Pengembangan usaha adalah proses peningkatan kapasitas bisnis melalui berbagai strategi, seperti inovasi produk, ekspansi pasar, peningkatan kualitas layanan, dan adaptasi terhadap perubahan lingkungan bisnis. Tujuannya adalah untuk mencapai pertumbuhan yang berkelanjutan dan meningkatkan daya saing di pasar. Perkembangan usaha merujuk pada proses (tahapan) perkembangan unit usaha atau kelompok usaha kecil dari proses perintisan (pendirian) sampai menjadi kondisi seperti yang terakhir diamati (Yusuf *et al.*, 2022). Akbar, (2022) menjelaskan bahwa perkembangan usaha adalah “Suatu proses yang bertahap-tahap, yang sistematis untuk meningkatkan pengetahuan, ketrampilan sikap, prestasi kerja orang-orang yang memegang tanggung jawab manajerial usaha, secara umum pengembangan manajerial dikenal sebagai usaha untuk meningkatkan prestasi dan juga pertumbuhan organisasi”. Perkembangan usaha kecil menengah adalah kemampuan seorang pengusaha kecil untuk mensosialisasikan dirinya kepada kebutuhan pangsa pasar sehingga ada perbaikan taraf hidup pada diri seorang pengusaha.

Salah satu faktor yang mempengaruhi pengembangan usaha adalah kemampuan usaha. Kemampuan usaha merujuk pada kapasitas suatu entitas bisnis dalam mengidentifikasi peluang pasar dan mengoptimalkan sumber daya yang dimiliki untuk mencapai tujuan bisnis yang telah ditetapkan. Hal ini mencakup penguasaan informasi, inovasi, dan kreativitas dalam aspek teknologi maupun kualitas sumber daya manusia. Menurut Widjajani *et al.*, (2021) kemampuan berwirausaha merupakan faktor utama dalam menentukan keberhasilan usaha yang dijalankan. Dalam mengembangkan usaha, setiap pelaku usaha perlu meningkatkan kemampuan, baik pengetahuan berbisnis, tekad yang kuat, keberanian mengambil risiko, serta kemauan untuk maju, hal tersebut mampu meningkatkan semangat bagi setiap pelaku bisnis (Jelatu *et al.*, 2024). Dalam menjalankan usaha dibutuhkan kemampuan wirausaha yaitu inisiatif dan proaktif, berani mengambil resiko, berorientasi pada prestasi, komitmen pada berbagai pihak yang dapat mengelola

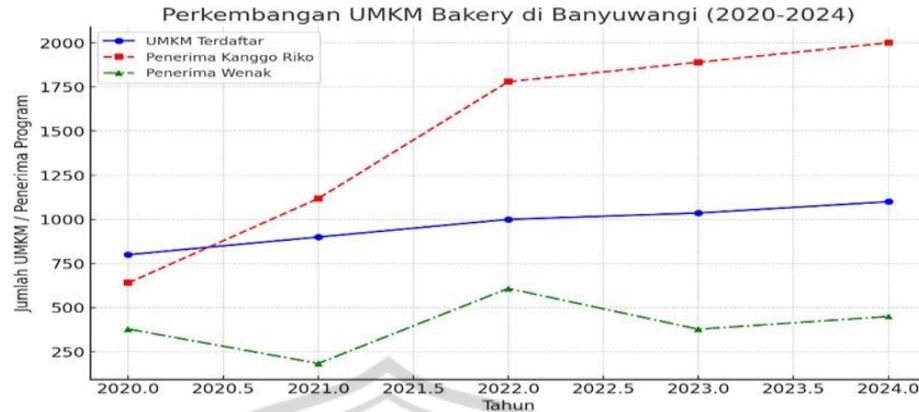
bisnis dengan baik hingga mendapat laba yang besar, maka dari itu dibutuhkan kreatifitas didalam suatu usaha atau bisnis agar dapat bersaing dibidang usahanya.

Faktor lain yang mempengaruhi pengembangan usaha adalah kompetensi berwirausaha. Kompetensi berwirausaha adalah serangkaian pengetahuan, keterampilan, dan sikap yang memungkinkan individu untuk mengambil risiko, berpikir kreatif, memecahkan masalah, serta mengelola usaha secara efektif. Kompetensi ini meliputi kemampuan adaptasi terhadap perubahan pasar, inovasi dalam produk atau layanan, dan pengambilan keputusan yang tepat dalam situasi yang tidak pasti (Christiana *et al.*, 2021). Sedangkan menurut Zulaikah *et al.*, (2022) Kompetensi berwirausaha adalah kemampuan pelaku usaha untuk melaksanakan atau melakukan pekerjaan tertentu dengan keterampilan, pengetahuan, dan sikap yang diperlukan dalam kewirausahaan. Ini mencakup kemampuan mengambil risiko, berpikir kreatif, memecahkan masalah, mengambil inisiatif, serta keterampilan manajemen dan sosial.

Selain itu, kapabilitas digital juga berpengaruh terhadap pengembangan usaha. Menurut Hutama *et al.*, (2023) kapabilitas digital adalah kemampuan perusahaan untuk mengelola informasi secara efisien menggunakan teknologi digital. Indikator kapabilitas digital meliputi teknologi digital, peluang digital baru, penguasaan teknologi digital, dan pengembangan produk/layanan/proses inovatif. Kapabilitas digital mengacu pada kemampuan individu atau organisasi untuk memanfaatkan teknologi digital dalam berbagai aspek operasional dan strategis. Ini mencakup pemahaman dan penerapan alat digital untuk meningkatkan efisiensi, inovasi, dan daya saing bisnis di era transformasi digital (Ekonomi *et al.*, 2024).

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di sektor bakery memiliki peran penting dalam perekonomian lokal, tidak terkecuali di Kota Banyuwangi. UMKM bakery tidak hanya menjadi sumber mata pencaharian bagi masyarakat, tetapi juga berkontribusi dalam pemenuhan kebutuhan pangan lokal. Seiring dengan pertumbuhan jumlah penduduk dan perubahan gaya hidup masyarakat yang semakin menggemari produk roti dan kue, permintaan terhadap produk bakery terus meningkat. Hal ini memberikan peluang besar bagi pelaku usaha bakery untuk mengembangkan bisnis mereka dan meningkatkan daya saing.

Pertumbuhan industri bakery di Banyuwangi juga dipengaruhi oleh tren konsumsi masyarakat yang semakin selektif terhadap kualitas dan keberagaman produk. Konsumen tidak hanya mencari produk dengan rasa yang enak, tetapi juga mempertimbangkan aspek kesehatan, kemasan, serta ketersediaan produk di berbagai platform digital. Oleh karena itu, pelaku usaha di sektor ini harus mampu berinovasi dalam menciptakan produk yang sesuai dengan selera pasar dan memanfaatkan teknologi digital untuk meningkatkan jangkauan bisnis mereka.

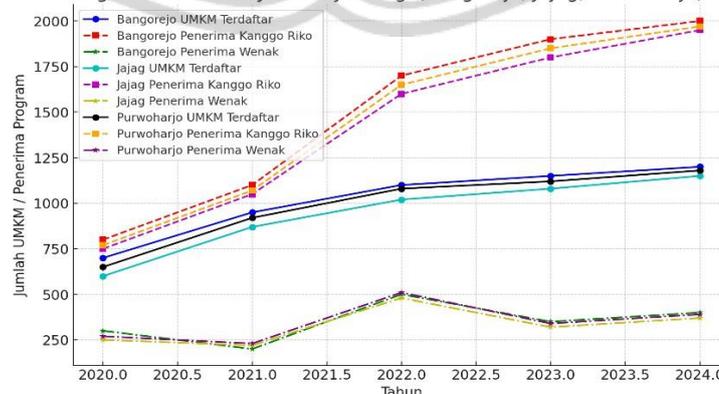


Pada gambar 1.1 menunjukkan perkembangan UMKM Bakery di Banyuwangi selama periode 2020 hingga 2024, yang dibagi dalam tiga kategori: jumlah UMKM terdaftar, jumlah penerima program Kanggo Riko, dan jumlah penerima program Wenak. Dari data terlihat bahwa jumlah UMKM bakery yang terdaftar mengalami peningkatan secara konsisten dari tahun 2020 (sekitar 800 UMKM) hingga 2024 (mendekati 1100 UMKM). Ini menunjukkan bahwa sektor bakery di Banyuwangi terus berkembang, baik dari segi jumlah pelaku usaha maupun minat masyarakat untuk terlibat dalam industri ini.

Sementara itu, penerima program Kanggo Riko meningkat drastis dari sekitar 700 pada tahun 2020 menjadi hampir 2000 pada tahun 2024, dengan lonjakan paling signifikan terjadi antara 2020 dan 2022. Ini mencerminkan peningkatan akses atau distribusi bantuan atau pelatihan dari program tersebut. Berbeda dengan itu, program Wenak menunjukkan tren yang lebih fluktuatif, sempat menurun dari 2020 ke 2021, lalu naik tajam di 2022, namun kembali turun di 2023 sebelum naik sedikit pada 2024. Fluktuasi ini bisa menunjukkan adanya evaluasi, keterbatasan kuota, atau penyesuaian kebijakan dari program Wenak terhadap pelaku UMKM bakery di Banyuwangi.

Namun, di tengah peluang yang ada, persaingan dalam industri bakery semakin ketat. Banyaknya pelaku usaha baru yang bermunculan, baik dalam skala kecil maupun menengah, menyebabkan persaingan harga dan kualitas produk menjadi semakin tajam. Selain itu, perubahan perilaku konsumen akibat digitalisasi menuntut pelaku usaha untuk tidak hanya mengandalkan strategi bisnis konvensional, tetapi juga menerapkan strategi berbasis digital agar tetap relevan dan kompetitif di pasar.

Perkembangan UMKM Bakery di Banyuwangi (Bangorejo, Jajag, Purwoharjo) 2020-2024



Gambar 1.2 menunjukkan perkembangan UMKM bakery di tiga wilayah di Banyuwangi khususnya Kecamatan Bangorejo, Jajag, dan Purwoharjo selama periode 2020 hingga 2024, berdasarkan jumlah UMKM terdaftar serta penerima dua program bantuan:

Kanggo Riko dan Wenak. Secara umum, ketiga wilayah mengalami peningkatan jumlah UMKM terdaftar dan penerima program, dengan Bangorejo mencatat jumlah tertinggi dari segi penerima Kanggo Riko dan Wenak. Kenaikan yang signifikan terjadi pada tahun 2022, terutama pada penerima Kanggo Riko di semua wilayah. Namun, jumlah penerima program Wenak menunjukkan pola fluktuatif, di mana terjadi peningkatan di tahun 2022, penurunan di tahun 2023, dan kembali naik di 2024. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun tren pertumbuhan UMKM cukup stabil, implementasi program bantuan mengalami dinamika yang mungkin dipengaruhi oleh evaluasi kebijakan atau kapasitas program di masing-masing wilayah.

1.2 Rumusan Masalah

Meskipun peluang pasar di industri bakery semakin terbuka lebar, banyak pelaku usaha masih mengalami berbagai hambatan dalam mengembangkan bisnis mereka. di Banyuwangi, khususnya di Kecamatan Bangorejo, Purwoharjo, dan Jajag, para pengusaha bakery menghadapi sejumlah tantangan utama, seperti keterbatasan dalam kapasitas usaha, rendahnya tingkat kompetensi kewirausahaan, serta belum maksimalnya pemanfaatan teknologi digital dalam kegiatan pemasaran dan operasional bisnis mereka. Kurangnya keterampilan dalam menciptakan inovasi produk serta strategi pemasaran berbasis digital juga menjadi faktor utama yang menyebabkan banyak usaha bakery di banyuwangi kesulitan untuk bertahan dan berkembang di tengah persaingan yang semakin ketat.

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah kemampuan usaha berpengaruh signifikan terhadap pengembangan usaha bakery di Banyuwangi?
2. Apakah kompetensi berwirausaha berpengaruh signifikan terhadap pengembangan usaha bakery di Banyuwangi?
3. Apakah kapabilitas digital berpengaruh signifikan terhadap pengembangan usaha bakery di Banyuwangi?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah dalam penelitian ini, maka tujuan dari penelitian adalah sebagai berikut :

1. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh signifikan kemampuan usaha terhadap pengembangan usaha bakery di Banyuwangi.
2. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh signifikan kompetensi berwirausaha terhadap pengembangan usaha bakery di Banyuwangi.
3. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh signifikan kapabilitas digital terhadap pengembangan usaha bakery di Banyuwang

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi banyak pihak, diantaranya:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini berkontribusi dalam pengembangan teori terkait faktor-faktor yang mempengaruhi pengembangan usaha UMKM, khususnya di sektor bakery. Selain itu, penelitian ini memperkaya literatur tentang peran kemampuan usaha, kompetensi berwirausaha, dan kapabilitas digital dalam keberhasilan usaha di era digital.

2. Manfaat Praktis

Bagi pelaku usaha bakery, penelitian ini memberikan wawasan mengenai pentingnya peningkatan kemampuan usaha, kompetensi berwirausaha, dan kapabilitas digital untuk mengembangkan bisnis mereka serta memberikan panduan dalam mengadopsi teknologi digital guna meningkatkan daya saing. Bagi pemerintah dan lembaga terkait, hasil penelitian ini dapat menjadi rekomendasi dalam merumuskan kebijakan yang mendukung pertumbuhan UMKM, khususnya di sektor bakery.

