

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Desa Sumberejo, mempunyai kekayaan sumber daya alam dan budaya lokalnya serta memiliki potensi besar untuk mengembangkan UMKM makanan. Keberhasilan UMKM makanan di desa ini tidak hanya dipengaruhi oleh faktor internal seperti kualitas produk dan harga yang kompetitif, tetapi juga oleh faktor eksternal seperti minat masyarakat, kreativitas pelaku usaha, dan jaringan koneksi yang dimiliki. Saat ini, Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) kini menjadi pendukung terbesar perekonomian di Indonesia. UMKM memberikan masyarakat peluang kreativitas dan koneksi yang sejalan dengan bisnis serta dapat mempertahankan dan mengembangkan unsur-unsur tradisi dalam kehidupan di masyarakat. Disisi lain, UMKM juga dapat menekan angka pengangguran dengan cara membantu lebih banyak tenaga kerja dalam skala yang cukup besar. Hal ini menunjukkan bahwa keberadaan UMKM menjadi salah satu sektor yang sangat penting di Indonesia (Oktavani,2023).

UMKM juga memberi pengaruh yang cukup besar terhadap industri dalam negeri khususnya pada bidang kewirausahaan makanan, walaupun ukurannya tidak terlalu besar, namun mereka melakukan kegiatan ekonomi yang berperan besar dalam mengolah usaha dalam jumlah besar, dan mempunyai peranan yang sangat penting. Peranannya dalam kemajuan pembangunan ekonomi (Gustaman, 2023). Minat usaha yang kuat dan baik didorong oleh kebutuhan, inspirasi, maupun ambisi dan terbukti dengan adanya kaitan dengan keberhasilan bisnis. UMKM dengan motivasi kuat memiliki daya tahan lebih baik dalam menghadapi tantangan dan cenderung lebih sukses dibandingkan dengan kurangnya motivasi (Pattanayak & Kakati, 2021).

Minat usaha juga sangat mempengaruhi keberhasilan usaha. Minat usaha juga dapat memberikan keinginan pada individu yang akan menjadi wirausahawan sukses jika seseorang itu merasa punya kemampuan untuk menjadi seorang wirausaha sukses dan merasa bahagia ketika melakukan kegiatan kewirausahaan. Minat usaha juga mempunyai ketertarikan individu kepada suatu objek, dan kemudian muncul ketertarikan untuk berperilaku. Adapun Faktor-faktor yang menjadikan munculnya minat usaha dari diri sendiri seorang wirausahawan tersebut (faktor internal) ataupun dari luar (faktor eksternal). Faktor internal yaitu merupakan faktor yang datangnya dari dorongan diri sendiri untuk dapat berwirausaha. Berikut contoh faktor internal terdiri dari kemauan, keterampilan, pengalaman, motivasi, kreativitas, intelegensi, persepsi, perasaan dan pengetahuan tentang kewirausahaan. Faktor eksternal terutama diartikan sebagai faktor yang memujuk minat pelaku usaha tersebut yang berasal dari luar diri pelaku entrepreneur ini yang melingkupi lingkungan. Lingkungan tersebut dapat berupa lingkungan fisik maupun lingkungan alam dan lingkungan sosial dalam keluarga, sekolah dan masyarakat (Mochmmad Suaidi, 2021).

Kreativitas adalah kemampuan untuk memanfaatkan peluang dengan berpikir kreatif dan bertindak inovatif untuk menghasilkan sesuatu yang baru dan berbeda. Oleh karena itu, kreativitas mempunyai hubungan erat dengan wirausaha (F. Nagel & Suhartatik, 2021). Kreativitas adalah kemampuan untuk menghasilkan ide-ide baru, mengidentifikasi metode yang lebih baik untuk memecahkan masalah, dan melihat kemungkinan usaha baru. Menurut Suriyani & Harahap (2022), mendirikan bisnis adalah tugas yang sulit. Ini terutama berlaku untuk memantau inovasi terbaru. Dengan adanya kreativitas maka seseorang akan terdorong

untuk mencapai target yang ditentukan. Target yang dimaksud dapat berupa target dibidang apapun termasuk dalam bidang kewirausahaan. Sehingga kemampuan berkekrativitas dapat digunakan untuk 79 melahirkan berbagai ide-ide bisnis yang sesuai dengan peluang yang ada. Apabila kreativitas ditingkatkan, maka akan mendorong peningkatan pada minat berwirausaha (Wardani & Dewi, 2021).

Jaringan Usaha (Business Networks) adalah kerjasama usaha, akses dan hubungan-hubungan dengan pihak ketiga (perusahaan lain, lembaga keuangan, lembaga lainnya) yang diperlukan oleh perusahaan untuk menjalankan usahanya secara efektif dan efisien, sehingga dapat dicapai produktivitas dan daya saing yang tinggi yang pada akhirnya perusahaan dapat mencapai profit dan perkembangan usaha yang diharapkan (Irawan D, 2020).

Pada era modern, koneksi sangat penting untuk memberi peluang yang dapat membantu bisnis atau UMKM, salah satunya dengan menggunakan media sosial. Dengan menggunakan media sosial, mereka dapat meningkatkan pengetahuan dan koneksi yang mereka peroleh dari studi mereka dalam berbagai bidang, mengubah kreativitas menjadi pendapatan, dan menghasilkan inovasi dan layanan baru dengan bantuan teknologi. Adanya koneksi dengan UMKM ini dapat membantu para pelaku usaha dalam mempromosikan usahanya, terutama di media sosial, karena adanya media sosial saat ini dapat menjadi sumber bisnis itu sendiri. Hal ini karena aplikasi media sosial mengembangkan inovasi yang saling menghubungkan seperti penjualan dan pemasaran produk melalui aplikasi seperti Instagram dan YouTube, Tiktok, dsb. Ada banyak persaingan di dunia bisnis yang mendorong para wirausahawan dan pelaku bisnis untuk menjadi lebih kreatif dan inovatif. Akibatnya, lebih mudah bagi mereka untuk mencapai keberhasilan bisnis mereka (Handoyo, 2023).

Keberhasilan suatu usaha dapat di analisa dengan mengetahui suatu perusahaan yang dapat diperoleh dari perbandingan nilai yang diharapkan dengan memanfaatkan sumber daya yang tersedia. Kemampuan hasil kerja perusahaan merupakan output dari banyak indikator di atas, oleh karena itu ukuran ini sangat diperlukan dalam menentukan tingkat adaptasi bisnis terhadap lingkungannya. Kinerja menjadi tolak ukur dalam memberikan penilaian tentang ukuran besar kecilnya persaingan yang menjadi capaian usaha atau bisnis (Soriyani & Harahap, 2022). Untuk meningkatkan keberhasilan suatu UMKM, diperlukannya beberapa indikator yang harus diperhatikan dalam mengembangkan suatu UMKM. Keseluruhan strategi UMKM perusahaan memiliki implikasi yang luas untuk struktur, aktivitas, investasi, koneksi pasar, dan kinerja organisasi. Strategi ini dapat membantu UMKM dalam memecahkan masalah, membangun kemampuan baru, dan meningkatkan kinerja bisnis dengan menyediakan teknologi yang memungkinkan UMKM mengumpulkan sumber energi tertentu dan mengidentifikasi peluang untuk menyediakan barang dan jasa yang bernilai dan memasarkan barang dan jasa tersebut untuk keuntungan yang lebih besar (Lai, A & Widjaja, O.H, 2023).

Berdasarkan berbagai penelitian sebelumnya, keberhasilan UMKM sering kali dikaitkan dengan faktor modal, strategi pemasaran, akses perbankan, dan inovasi teknologi. Dalam teori inovasinya, Schumpeter (1934) mengatakan bahwa kreativitas dan inovasi yang dilakukan oleh pelaku usaha sangat memengaruhi keberhasilan suatu usaha. Namun, penelitian ini bertujuan untuk mengisi celah yang belum banyak dibahas, yaitu bagaimana minat, kreativitas, dan koneksi sosial berperan dalam keberlanjutan dan pertumbuhan UMKM makanan di desa. Dalam konteks UMKM makanan di desa, faktor keberhasilan tidak hanya bergantung pada modal dan strategi bisnis; itu juga bergantung pada bagaimana minat wirausaha mendorong ketekunan dalam menjalankan usaha, kreativitas dalam menciptakan

produk baru dan memasarkannya, dan hubungan sosial yang kuat dengan orang lain. Sayangnya, elemen ini belum dipelajari secara menyeluruh dalam penelitian sebelumnya, terutama dalam konteks jangkauan bisnis kecil dan menengah (UMKM) makanan di pedesaan

Dari sisi koneksi bisnis, teori Granovetter (1973) tentang *The Strength of Weak Ties* menyatakan bahwa hubungan sosial, baik dalam bentuk komunitas bisnis maupun jaringan sosial lainnya, dapat membantu pelaku usaha memperluas pasar dan mendapatkan peluang usaha yang lebih besar. Akan tetapi, penelitian sebelumnya masih kurang dalam membahas bagaimana koneksi sosial ini berperan dalam UMKM makanan di pedesaan, di mana ikatan sosial cenderung lebih kuat dibandingkan di perkotaan.

Dalam aspek metodologi, banyak penelitian sebelumnya menggunakan random sampling dalam menentukan sampel UMKM, sehingga kurang mempertimbangkan karakteristik spesifik dari populasi yang diteliti. Oleh karena itu, penelitian ini menggunakan purposive sampling berbasis distribusi proporsional dari setiap dusun agar lebih relevan dan mampu menangkap realitas yang ada di Desa Sumberejo secara lebih akurat.

Desa Sumberejo, yang dikenal memiliki potensi UMKM yang cukup besar, tidak terlepas dari tantangan tersebut. Sebagian besar pelaku UMKM di desa ini menghadapi kendala seperti keterbatasan pemasaran produk, kurangnya inovasi dalam produk, relasi bisnis yang terbatas, serta kurangnya desain produk. Padahal, keberhasilan UMKM ini sangat dipengaruhi oleh kemampuan pelaku usaha dalam memanfaatkan potensi internal, termasuk minat yang mendalam terhadap bisnis, kreativitas dalam menciptakan inovasi, dan koneksi yang mendukung kolaborasi strategis. Bidang usaha UMKM yang digunakan dalam penelitian ini adalah bidang usaha yang bergerak pada industri makanan, karena perkembangan industri makanan mendapat perhatian besar dari berbagai kalangan.

Berikut jumlah data UMKM makanan di Desa Sumberejo dari berbagai Dusun di Desa Sumberejo:

Tabel 1.1
Daftar jumlah UMKM makanan di Desa Sumberejo dari tahun 2021-2014

Tahun	Dusun Krajan Kidul	Dusun Krajan Lor	Dusun Curahrejo	Dusun Watu Ulo
2021	18	19	15	20
2022	20	21	17	22
2023	22	22	20	24

Tabel diatas dapat memuat data terkait UMKM makanan di Desa Sumberejo per Dusun pada tahun 2021 – 2024, berdasarkan data terlihat adanya peningkatan jumlah pada setiap dusun dari tahun ke tahun. Dusun Krajan Kidul mengalami peningkatan signifikan dari 18 pada tahun 2021 menjadi 25 pada tahun 2024. Dusun Krajan Lor juga menunjukkan pertumbuhan dari 19 menjadi 25 dalam periode yang sama. Pada Dusun Curahrejo juga mengalami peningkatan dari 15 pada tahun 2021 menjadi 22 pada tahun 2024, sedangkan Dusun Watu Ulo juga menunjukkan pertumbuhan yang stabil dari 20 menjadi 27.

Desa Sumberejo ini juga pernah mengikuti program UMKM yang di selenggarakan oleh BPUM secara gratis sebanyak 2 kali, dan banyak masyarakat yang memiliki usaha dan ikut daftar pada program tersebut, akan tetapi hanya 2 usaha yang aktif sampai tahun ini. Dari

analisis ini, dapat disimpulkan bahwa setiap dusun mengalami perkembangan yang positif selama empat tahun terakhir. Tren pertumbuhan ini dapat menjadi indikator perkembangan wilayah, baik dari segi populasi, ekonomi, maupun faktor sosial lainnya. Jika pertumbuhan ini terus berlanjut, maka kemungkinan besar wilayah ini akan semakin berkembang di masa depan.

1.2 Rumusan Masalah

Dalam konteks perkembangan UMKM di Indonesia, khususnya di sektor makanan di daerah pedesaan, keberhasilan suatu usaha tidak hanya ditentukan oleh faktor modal dan manajemen bisnis, tetapi juga oleh minat, kreativitas, dan koneksi yang dimiliki oleh pelaku usaha. UMKM makanan di Desa Sumberejo memiliki potensi besar dalam mendukung perekonomian lokal, namun banyak pelaku usaha menghadapi berbagai tantangan, seperti persaingan pasar, keterbatasan inovasi, serta keterbatasan akses terhadap jaringan bisnis yang lebih luas. Berdasarkan latar belakang masalah di atas maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Apakah peran minat usaha berdampak terhadap keberhasilan pelaku usaha UMKM makanan di Desa Sumberejo ?
2. Apakah kreativitas berdampak terhadap keberhasilan pelaku usaha UMKM makanan di Desa Sumberejo ?
3. Apakah koneksi atau jaringan bisnis berdampak terhadap keberhasilan pelaku usaha UMKM makanan di Desa Sumberejo ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini dilakukan sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui suatu minat usaha terhadap keberhasilan pelaku usaha UMKM makanan di Desa Sumberejo.
2. Untuk mengetahui kreativitas dalam mengembangkan produk dan strategi pemasaran terhadap keberhasilan pelaku usaha UMKM makanan di Desa Sumberejo.
3. Untuk mengetahui koneksi atau jaringan bisnis dalam meningkatkan keberhasilan pelaku usaha UMKM makanan di Desa Sumberejo.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat bagi mahasiswa
Penelitian ini diharapkan dapat memberikan hasil yang dapat memberikan inspirasi dan dorongan untuk memahami lebih dalam pentingnya pengembangan kompetensi dan membangun dukungan sosial untuk menumbuhkan kewirausahaan.
2. Bagi Universitas Muhammadiyah Jember
Penelitian ini dapat menambahkan informasi sebagai masukan pada mata kuliah yang bersangkutan, juga menjadikan referensi bagi mahasiswa.
3. Manfaat bagi pembaca
Penelitian ini juga memberikan manfaat bagi pembaca, yaitu menambah wawasan mengenai faktor-faktor yang memengaruhi minat berwirausaha, seperti kompetensi, motivasi, dan dukungan sosial. Bagi mahasiswa dan masyarakat umum, hasil penelitian ini dapat menjadi inspirasi serta motivasi untuk memahami pentingnya pengembangan kompetensi dan dukungan sosial dalam membangun jiwa kewirausahaan.