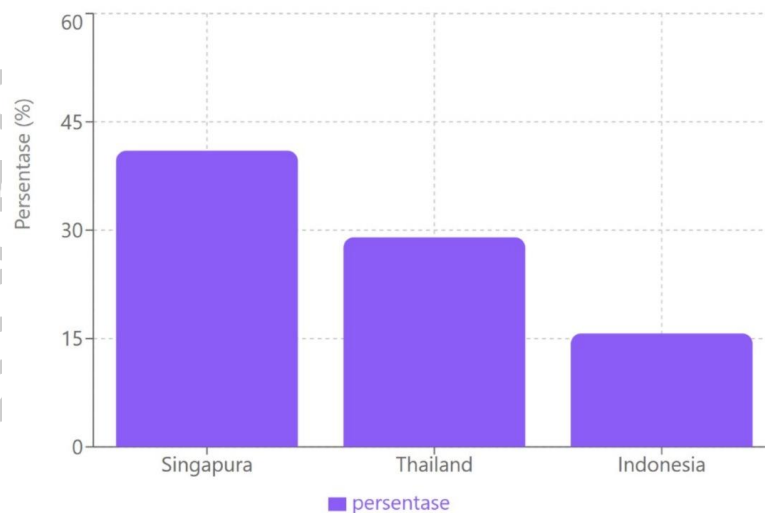


BAB 1 PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu pilar penting dalam menopang perekonomian Indonesia. Peran UMKM tidak hanya dalam menciptakan lapangan kerja, tetapi juga dalam mendorong pertumbuhan ekonomi lokal, terutama di wilayah pedesaan dan daerah pinggiran. Di tengah kondisi ekonomi global yang dinamis, UMKM memiliki ketahanan yang cukup tinggi terhadap tekanan eksternal, seperti krisis ekonomi maupun pandemi. Pemerintah Indonesia pun memberikan perhatian besar terhadap pengembangan sektor ini melalui berbagai kebijakan dan program pemberdayaan. Peran UMKM semakin diperhitungkan dalam membentuk struktur ekonomi yang inklusif dan berkeadilan, sebab pelaku usaha dalam kategori ini tersebar luas dan menjangkau berbagai kalangan masyarakat. Oleh karena itu, pembangunan ekonomi berbasis kerakyatan tidak dapat dipisahkan dari keberadaan dan kemajuan UMKM itu sendiri. Dukungan dari berbagai pihak, termasuk swasta dan komunitas lokal, menjadi faktor penting dalam menciptakan ekosistem yang kondusif untuk berkembangnya UMKM di berbagai sektor usaha.

Berikut data perbandingan perbandingan ekspor negara pada tahun (2022):



Gambar 1.1 Perbandingan Kontribusi UMKM terhadap Ekspor Nasional

Sumber Databoks – Katadata Tahun 2022

Berdasarkan gambar 1.1 menunjukkan kontribusi UMKM terhadap ekspor nasional masih rendah, yaitu sekitar 15,7% dari total ekspor. Angka ini jauh lebih rendah dibandingkan dengan negara-negara lain seperti Singapura (41%) dan Thailand (29%). Selain itu, banyak UMKM yang mengalami penurunan atau bahkan tutup usaha dalam dua hingga tiga tahun pertama sejak berdiri. Survei internasional menunjukkan bahwa lebih dari 80% UMKM di Asia tutup di tahun ketiga mereka berdiri.

Salah satu sektor yang berkembang pesat di Indonesia adalah sektor kuliner, terutama bisnis minuman seperti kopi. Tren konsumsi kopi terus meningkat, baik dari sisi jumlah maupun dari keberagaman preferensi masyarakat. Kopi tidak lagi hanya dikonsumsi sebagai minuman, tetapi telah menjadi bagian dari gaya hidup masyarakat urban maupun rural. Hal ini tercermin dari menjamurnya kedai kopi, café, maupun bentuk usaha berbasis kopi lainnya di berbagai daerah. Sektor kopi memiliki potensi besar untuk berkembang karena didukung oleh kekayaan alam Indonesia yang menghasilkan berbagai jenis kopi berkualitas tinggi, seperti Arabika dan Robusta. Indonesia adalah salah satu negara produsen kopi terbesar di dunia. Pada tahun 2023, luas areal

kopi nasional mencapai 1.268.905 hektare dengan produksi rata-rata 756.097 ton, menempatkan Indonesia sebagai produsen kopi terbesar keempat di dunia dan menyumbang 6% dari produksi kopi dunia, Kementerian Perindustrian memperkirakan pertumbuhan pasar kopi Indonesia pada periode 2024-2029 mencapai 3,61%. Konsumsi kopi dalam negeri tercatat sebesar 288 ribu ton, dengan konsumsi rata-rata 1,03 kg per kapita. Selain itu, keunikan budaya ngopi di kalangan masyarakat Indonesia turut memperkuat eksistensi sektor ini. Di berbagai daerah, kopi bukan sekadar komoditas, tetapi menjadi simbol interaksi sosial, identitas lokal, bahkan alat promosi pariwisata. Dengan potensi pasar yang besar dan karakteristik konsumen yang terus berkembang, sektor ini menjadi ladang subur bagi para pelaku usaha untuk terus berinovasi dan meningkatkan daya saing mereka di tengah kompetisi yang ketat.

Menariknya, di tengah tren positif konsumsi kopi yang terus meningkat, banyak UMKM kopi lokal justru mengalami kesulitan untuk mempertahankan eksistensinya. Fenomena ini menciptakan paradoks dimana permintaan pasar tinggi, namun pelaku usaha skala kecil kesulitan memanfaatkan momentum tersebut. Hal ini terlihat dari munculnya dominasi brand kopi besar yang menguasai pasar, sementara kedai kopi lokal dan UMKM kopi tradisional semakin terpinggirkan atau bahkan tutup karena tidak mampu bersaing (Bisnis et al., 2023).

Namun, di balik potensi besar yang dimiliki, tidak sedikit pelaku usaha, khususnya yang bergerak di sektor kopi skala kecil, menghadapi berbagai tantangan dalam mengembangkan usahanya. Persaingan yang semakin ketat, perubahan selera pasar yang cepat, serta keterbatasan sumber daya seringkali menjadi hambatan utama dalam mempertahankan dan mengembangkan bisnis mereka. Banyak pelaku UMKM yang masih kesulitan dalam merancang strategi usaha yang adaptif dan berkelanjutan. Ditambah lagi dengan pesatnya perkembangan teknologi dan perubahan lingkungan bisnis, pelaku usaha dituntut untuk mampu bertransformasi agar tidak tertinggal. Fenomena ini juga terlihat di Kecamatan Tanggul, Kabupaten Jember, yang dikenal memiliki sejumlah pelaku usaha kopi lokal. Meski memiliki potensi yang menjanjikan, masih ditemukan berbagai permasalahan yang menghambat optimalisasi kinerja dan pertumbuhan UMKM kopi di wilayah tersebut. Oleh karena itu, penting untuk menelaah lebih dalam mengenai faktor-faktor yang dapat memengaruhi kemajuan usaha mereka dalam menghadapi tantangan zaman.

Observasi lapangan menunjukkan adanya kesenjangan yang mencolok antara pelaku UMKM kopi yang telah mengadopsi teknologi digital dengan yang masih beroperasi secara konvensional. Mereka yang memanfaatkan platform digital untuk pemasaran dan pengelolaan usaha menunjukkan pertumbuhan yang lebih stabil, sementara yang masih bergantung pada metode tradisional cenderung mengalami stagnasi bahkan penurunan omset. Konsep ekonomi digital dipahami dan diterapkan dalam bentuk model bisnis baru berdasarkan teknologi informasi melalui internet. Konsistensi ekonomi digital dapat tercermin dalam persaingan industri besar yang memanfaatkan teknologi informasi. Perang dagang antara industri besar di Amerika (Microsoft, Apple, Amazon, Facebook, dan sejenisnya) dan industri besar di Asia (Alibaba, Samsung, Weibo, Grab, dan Gojek) semakin tak terhindarkan (Narula et al, 2019). Persaingan di teknologi dan informasi juga mempengaruhi tingkat persaingan di ASEAN, termasuk Indonesia. Berdasarkan datanya, ada 125.000 pengguna internet baru di ASEAN (Mahmood, 2018). Hasilnya ± 160 juta Masyarakat Indonesia dipengaruhi oleh tren transformasi digital, 124% di antaranya mengakses melalui perangkat mobile (Kami Sosial, 2020).

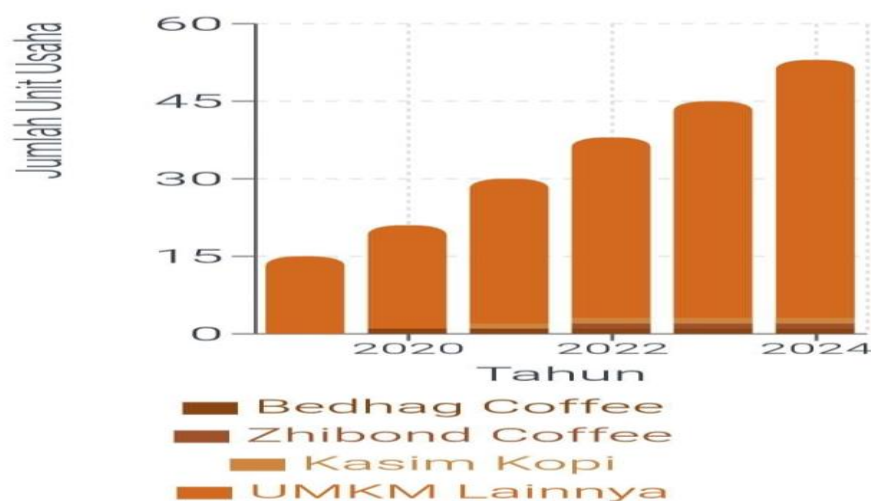
Dalam beberapa tahun terakhir, dinamika sektor usaha skala kecil di daerah terus mengalami perubahan yang signifikan. Perkembangan teknologi, perubahan perilaku konsumen, serta meningkatnya ekspektasi pasar menjadi tantangan nyata bagi para pelaku usaha dalam menjalankan kegiatan bisnis mereka. Fenomena ini terlihat dari semakin cepatnya pergeseran tren

usaha yang menuntut pelaku usaha untuk tidak hanya mampu bertahan, tetapi juga mampu beradaptasi secara cepat. Di sisi lain, arus globalisasi dan keterbukaan informasi juga memberi dampak pada cara masyarakat dalam menilai dan memilih produk maupun jasa yang digunakan. Konsumen saat ini tidak hanya menuntut kualitas produk, tetapi juga nilai tambah yang bersifat non-material, seperti kenyamanan, pengalaman, dan keunikan. Tekanan dari kompetitor, baik yang berasal dari sesama pelaku usaha lokal maupun pemain besar dengan jangkauan lebih luas, semakin menuntut adanya strategi usaha yang matang dan terarah. Dalam kondisi seperti ini, ketahanan dan kemampuan untuk mengelola usaha secara efektif menjadi hal yang tidak dapat ditawar jika ingin tetap eksis dan berkembang dalam jangka panjang.

Selain itu, perubahan lanskap ekonomi nasional maupun lokal turut memberi tekanan bagi pelaku usaha kecil. Ketimpangan akses terhadap informasi, keterbatasan peluang pemasaran, hingga tantangan dalam pengelolaan bisnis menjadi persoalan yang masih sering ditemui di berbagai wilayah. Tidak sedikit usaha yang berjalan secara tradisional dan belum mampu menjawab kebutuhan zaman yang semakin kompleks. Hal ini diperparah dengan rendahnya daya saing, baik dari sisi kualitas produk maupun efisiensi operasional, yang membuat pelaku usaha rentan mengalami stagnasi, bahkan kegagalan. Fenomena lain yang cukup mencolok adalah minimnya pemahaman dalam membaca peluang pasar serta belum optimalnya pemanfaatan potensi lokal yang seharusnya bisa menjadi keunggulan tersendiri. Dalam menghadapi situasi ini, pelaku usaha di berbagai sektor dituntut untuk lebih adaptif dan responsif terhadap perkembangan yang terjadi. Ketidakmampuan dalam menyesuaikan diri dengan perubahan zaman dan tuntutan pasar dapat menjadi penghambat utama dalam proses pertumbuhan dan keberlanjutan usaha yang dijalankan.

Survei pendahuluan menunjukkan bahwa mayoritas pelaku UMKM kopi di Kecamatan Tanggul memiliki tingkat literasi keuangan yang masih rendah, ditandai dengan minimnya pencatatan keuangan sistematis, ketidakmampuan dalam membuat proyeksi bisnis, dan kesulitan mengakses permodalan formal. Fenomena ini diperparah dengan rendahnya literasi digital yang menyebabkan mereka kesulitan mengadaptasi teknologi untuk meningkatkan efisiensi operasional dan memperluas jangkauan pasar.

Berikut Grafik Estimasi Jumlah UMKM Kopi di Kabupaten Jember (2023) dibawah ini :



Gambar 1.2 Estimasi Jumlah UMKM Kopi Di Kabupaten Jember Per-Tahun
Sumber : Databoks – Katadata Tahun 2023

Berdasarkan gambar 1.2. menunjukkan estimasi jumlah UMKM kopi di Kabupaten Jember, yang terdiri dari beberapa pelaku usaha kopi lokal seperti Bedhag Coffee, Zhibond Coffee, dan Kasim Kopi, masing-masing diwakili oleh satu unit usaha sebagai contoh representatif dari pelaku UMKM yang telah teridentifikasi dalam beberapa sumber penelitian dan publikasi lokal. Meskipun hanya sebagian kecil yang terdata secara eksplisit, jumlah UMKM kopi lainnya diestimasi mencapai sekitar 50 unit berdasarkan tren pertumbuhan sektor kopi dan pernyataan pemerintah daerah mengenai Jember sebagai salah satu sentra kopi robusta di Indonesia. Hal ini mencerminkan bahwa sektor kopi di Jember tidak hanya berkembang dari sisi produksi pertanian, tetapi juga mulai tumbuh di sisi hilirisasi produk melalui usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) yang mengolah dan memasarkan produk kopi lokal. Perkembangan ini sejalan dengan peningkatan jumlah UMKM di Jember secara keseluruhan yang mencapai lebih dari 600 ribu unit, yang menunjukkan adanya peluang besar bagi sektor kopi untuk terus tumbuh dan memberikan kontribusi signifikan terhadap perekonomian lokal, khususnya dalam membuka lapangan kerja, meningkatkan pendapatan masyarakat, serta memperkuat identitas daerah sebagai salah satu penghasil kopi unggulan di Indonesia.

Pengamatan di lapangan memperlihatkan bahwa sebagian besar UMKM kopi di wilayah ini cenderung menghasilkan produk yang monoton tanpa variasi atau nilai tambah yang signifikan. Fenomena stagnansi inovasi ini kontras dengan tuntutan pasar yang semakin dinamis dan menginginkan keunikan produk. Akibatnya, produk kopi lokal kalah bersaing dengan brand kopi komersial yang terus berinovasi dalam hal rasa, kemasan, dan pengalaman konsumen. Selain itu, ditemukan fenomena dimana banyak pelaku usaha kopi yang memiliki mentalitas "comfort zone" dan kurang berani mengambil risiko untuk pengembangan usaha. Mereka cenderung puas dengan kondisi existing dan enggan melakukan perubahan meskipun menyadari adanya peluang pasar yang lebih besar. Fenomena ini mencerminkan rendahnya orientasi kewirausahaan yang seharusnya menjadi motor penggerak pertumbuhan UMKM.

Menurut (Maulana, 2023) literasi digital adalah kemampuan untuk memahami dan menggunakan informasi dalam banyak format dari berbagai sumber ketika itu disajikan melalui komputer. Sedangkan menurut *Deakin University's Graduate Learning Outcome 3 (DU GLO3)*, literasi digital adalah pemanfaatan teknologi untuk menemukan, menggunakan dan menyebarluaskan informasi dalam dunia digital. Literasi digital juga di definisikan sebagai kemampuan untuk memahami, menganalisis, menilai, mengatur dan mengevaluasi informasi dengan menggunakan teknologi digital. Ini artinya mengetahui tentang berbagai teknologi dan memahami bagaimana menggunakannya, serta memiliki kesadaran dampaknya terhadap individu dan masyarakat. Literasi digital memberdayakan individu untuk berkomunikasi dengan orang lain, bekerja lebih efektif, dan peningkatan produktivitas seseorang, terutama dengan orang-orang yang memiliki keterampilan dan tingkat kemampuan yang sama.

Menurut (Sitompul et al., 2025) Menyinggung bahwa literasi digital itu mencakup tiga kemampuan yaitu kompetensi pemanfaatan teknologi, memaknai dan memahami konten digital serta menilai kredibilitasnya juga bagaimana membuat, meneliti dan mengkomunikasikan dengan alat yang tepat. dari beberapa definisi diatas, maka dapat diambil kesimpulan bahwa dalam literasi digital itu bukan hanya sekedar kemampuan mencari, menggunakan dan menyebarkan informasi akan tetapi, diperlukan kemampuan dalam membuat informasi dan evaluasi kritis, ketepatan aplikasi yang digunakan dan pemahaman mendalam dari isi informasi yang terkandung dalam konten digital tersebut. Disisi lain literasi digital mencakup tanggung jawab dari setiap penyebaran informasi yang dilakukannya karena menyangkut dampaknya terhadap masyarakat.

Literasi keuangan adalah serangkaian proses atau kegiatan yang meningkatkan pengetahuan, kepercayaan dan keterampilan masyarakat luas untuk mengelola keuangannya dengan baik. Peningkatan literasi keuangan berbanding lurus dengan jumlah orang yang menabung dan berinvestasi, sehingga menghasilkan potensi keuangan yang lebih tinggi dan mendorong pertumbuhan ekonomi secara keseluruhan. Adapun menurut (OECD, 2019) dalam (Ninin dan Rohmawati, 2021) menyatakan bahwa literasi keuangan merupakan suatu kesatuan dari sebuah intuisi, kemampuan, pengetahuan, sikap, serta tindakan yang dibutuhkan dalam mengambil keputusan terkait keuangan sehingga dicapai suatu kesejahteraan finansial seorang individu.

Dari beberapa pengertian literasi keuangan yang telah diuraikan di atas, dapat disimpulkan bahwa literasi keuangan adalah sebuah proses untuk meningkatkan kecakapan dan pengetahuan seseorang atau organisasi dalam merencanakan dan melakukan perencanaan pengelolaan keuangannya, dengan tujuan untuk menghindari risiko kesalahan dalam pengelolaan keuangan sehingga dapat dicapai suatu kesejahteraan finansial.

(Fitriani & Noor Andriana, 2024) mengatakan bahwa inovasi merupakan suatu produk atau jasa baru yang dipersepsikan mampu memberikan efek dalam menciptakan pola konsumsi yang positif dalam segmen pasar tertentu. Untuk itu, inovasi yang dilakukan sebaiknya didasarkan pada harapan konsumen sehingga penerimaan produk inovasi menjadi lebih mudah. Pengetahuan akan permintaan merupakan faktor sukses dalam inovasi dibandingkan dengan pengetahuan akan potensi teknologi.

Dijelaskan pula bahwa desain produk haruslah konsisten dengan fungsi produk itu sendiri dan desain yang ditampilkan pun dituntut untuk selalu variatif agar konsumen semakin tertarik dengan produk tersebut. Selain desain, fitur juga merupakan komponen utama pada produk inovasi. Fitur merupakan alat fungsional pada suatu produk yang memungkinkan pengguna untuk mengakses atau menggunakan software yang ada dari produk tersebut (Manyise et al., 2025). Pada umumnya, satu produk memiliki lebih dari satu fitur sehingga disebut interaksi fitur. Interaksi fitur ini menjelaskan adanya hubungan ketergantungan dari fitur-fitur yang ada pada suatu produk.

Orientasi kewirausahaan adalah sikap, nilai, dan perilaku yang mencerminkan semangat dan pola pikir kewirausahaan dalam menjalankan usaha. Karakteristik dari orientasi kewirausahaan meliputi keberanian mengambil risiko, inovatif dalam menciptakan peluang, proaktif dalam menghadapi perubahan pasar, serta keinginan kuat untuk tumbuh dan berdaya saing. Pelaku usaha dengan orientasi kewirausahaan yang tinggi cenderung lebih berani melakukan pembaruan, menjawab tantangan dengan solusi kreatif, serta memiliki tekad yang kuat dalam memperluas usahanya. Orientasi ini tidak hanya mendorong keberhasilan usaha dalam jangka pendek, tetapi juga berkontribusi terhadap keberlanjutan dan perkembangan usaha dalam jangka panjang. Sikap kewirausahaan menjadi dasar penting dalam membentuk mentalitas yang adaptif dan tangguh dalam dunia bisnis.

Kinerja UMKM merujuk pada hasil yang dicapai oleh pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah dalam menjalankan aktivitas usahanya, baik dari segi finansial maupun non-finansial. Kinerja dapat dilihat dari berbagai indikator seperti peningkatan pendapatan, pertumbuhan jumlah pelanggan, perluasan pasar, efisiensi operasional, serta keberlanjutan usaha. Selain itu, kepuasan pelanggan, reputasi usaha, dan inovasi yang dilakukan juga menjadi tolok ukur kinerja secara kualitatif. Kinerja yang baik mencerminkan kemampuan usaha dalam beradaptasi, mengelola sumber daya secara efektif, serta memanfaatkan peluang pasar dengan optimal. Bagi UMKM, pencapaian kinerja yang positif tidak hanya menjadi indikator keberhasilan usaha, tetapi juga sebagai dasar pengambilan keputusan strategis untuk masa depan usaha yang lebih berdaya saing dan berkelanjutan.

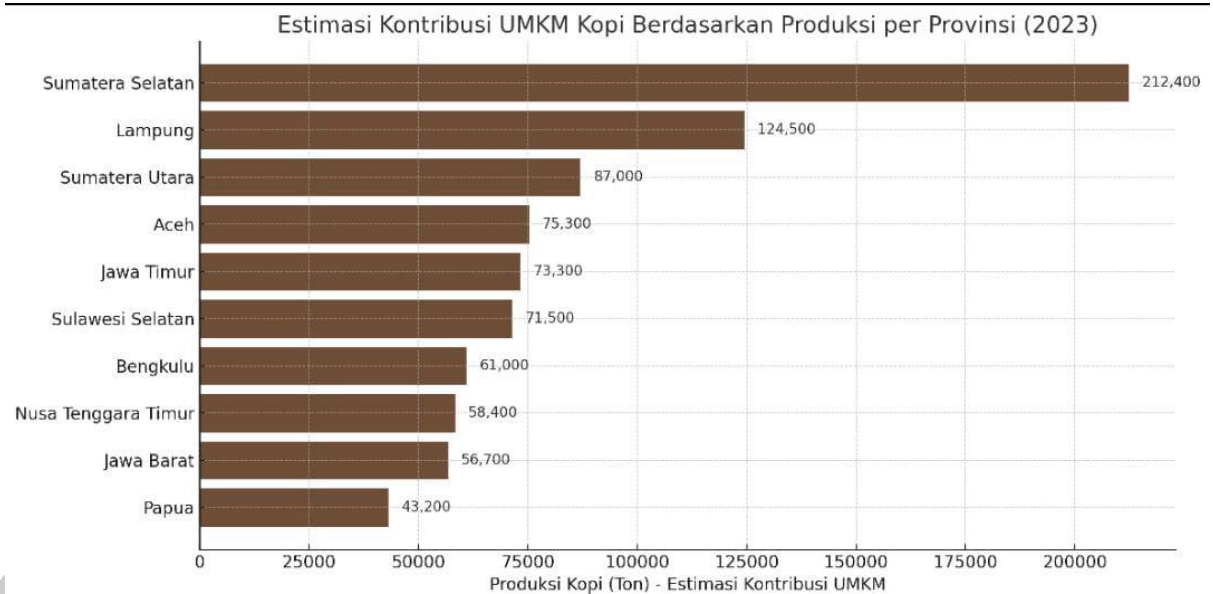
Penelitian yang dilakukan oleh (Rahayu dan Santosa, 2022) menunjukkan bahwa kemampuan pelaku usaha dalam memanfaatkan teknologi digital memiliki peran penting dalam meningkatkan kinerja bisnis, terutama dalam aspek pemasaran dan komunikasi dengan konsumen. Penelitian ini dilakukan pada UMKM di wilayah Yogyakarta dan menyimpulkan bahwa integrasi teknologi secara optimal dapat mendukung peningkatan produktivitas dan efisiensi operasional. Selanjutnya, studi dari (Fitriani dan Sari, 2022) yang berfokus pada UMKM di Kota Bandung menegaskan bahwa transformasi digital menjadi salah satu faktor penting dalam memperluas jangkauan pasar dan mempertahankan keberlangsungan usaha, terutama di era pascapandemi. Kedua penelitian tersebut mengindikasikan bahwa adaptasi terhadap perkembangan digital menjadi salah satu kunci keberhasilan UMKM.

Penelitian yang dilakukan oleh (Putri dan Hamzah, 2023) meneliti tingkat pemahaman pelaku UMKM terhadap pengelolaan keuangan dan menemukan bahwa rendahnya pemahaman tentang perencanaan keuangan berdampak pada kurang optimalnya pengambilan keputusan usaha. Hasil studi ini mendukung pentingnya pendidikan keuangan dasar sebagai pondasi dalam membangun usaha yang berkelanjutan. Sementara itu, studi oleh (Lestari dan Handayani, 2023) menyimpulkan bahwa pelaku usaha kecil yang memiliki pengetahuan keuangan yang baik cenderung lebih mampu menyusun anggaran, mengelola utang, serta menilai kelayakan investasi yang mereka lakukan. Penelitian ini dilakukan di wilayah Surakarta dan menekankan pentingnya penguatan kapasitas manajerial pada sektor informal.

Hal ini senada dengan temuan dari (Nuraini dan Darmawan, et al 2023) yang meneliti inovasi produk pada industri kreatif di Bali, di mana hasilnya menunjukkan bahwa inovasi tidak hanya meningkatkan daya tarik produk, tetapi juga memperluas segmentasi pasar melalui diferensiasi yang dilakukan pelaku usaha. Kedua penelitian ini memperlihatkan pentingnya inovasi dalam mendukung pertumbuhan usaha secara berkelanjutan.

Sedangkan, penelitian dari (Saputra dan Ningsih, 2023) menyoroti bagaimana orientasi kewirausahaan berpengaruh terhadap pertumbuhan usaha mikro di wilayah Jawa Barat. Hasilnya menunjukkan bahwa keberanian mengambil risiko, proaktivitas, dan inovatif menjadi karakter penting dalam menentukan arah dan keberhasilan bisnis. Penelitian ini diperkuat oleh temuan (Wibowo dan Fauziah, 2024) yang menyatakan bahwa pelaku usaha yang memiliki orientasi kewirausahaan yang tinggi mampu membaca peluang pasar dengan lebih tajam dan memiliki ketahanan usaha yang lebih baik dalam menghadapi perubahan pasar. Secara umum, penelitian-penelitian tersebut memberikan pemahaman bahwa karakteristik kewirausahaan merupakan elemen penting yang berkontribusi terhadap kemajuan usaha kecil dan menengah.

Berikut Estimasi Kontribusi UMKM Kopi Berdasarkan Produksi Per Provinsi (2023) dibawah ini :



Gambar 1.3 Estimasi Kontribusi UMKM Kopi Per Provinsi

Sumber : Databoks – Katadata Tahun 2023

Gambar 1.3 Grafik di atas menggambarkan estimasi kontribusi UMKM kopi di Indonesia berdasarkan data produksi kopi per provinsi pada tahun 2023, yang mencerminkan potensi persebaran usaha mikro, kecil, dan menengah di sektor hilir kopi. Provinsi Sumatera Selatan menempati posisi tertinggi dengan total produksi mencapai 212.400 ton, diikuti oleh Lampung (124.500 ton), Sumatera Utara (87.000 ton), dan Aceh (75.300 ton), yang merupakan wilayah-wilayah penghasil kopi utama di Indonesia dan diduga menjadi basis tumbuhnya banyak UMKM yang bergerak di bidang pengolahan, distribusi, dan penjualan kopi. Jawa Timur, sebagai provinsi dengan populasi UMKM yang besar, juga tercatat memiliki kontribusi signifikan, terutama dengan kehadiran daerah seperti Jember yang dikenal sebagai sentra kopi robusta. Melalui data ini dapat dipahami bahwa semakin tinggi kapasitas produksi kopi di suatu wilayah, maka semakin besar pula peluang terbentuknya UMKM kopi yang berperan penting dalam mendukung ekonomi lokal, membuka lapangan kerja, meningkatkan nilai tambah produk pertanian, serta memperluas jaringan distribusi kopi lokal ke pasar nasional dan internasional. Oleh karena itu, data ini sangat relevan untuk dijadikan bagian dari latar belakang penelitian skripsi yang berfokus pada UMKM kopi, baik dari segi potensi pertumbuhan maupun tantangan pengembangannya di Indonesia.

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) memiliki kontribusi besar dalam mendorong perekonomian daerah, termasuk di Kabupaten Jember. Salah satu sektor UMKM yang berkembang cukup pesat adalah usaha kopi, khususnya di Kecamatan Tanggul. Wilayah ini memiliki potensi alam yang mendukung budidaya kopi dan melahirkan pelaku usaha yang mengembangkan produk olahan kopi dalam berbagai bentuk, mulai dari biji sangrai, bubuk kemasan, hingga kedai kopi lokal. Meskipun potensi tersebut besar, pelaku usaha kopi di Tanggul masih menghadapi sejumlah tantangan yang berpengaruh pada keberlangsungan dan kinerja usahanya. Persaingan pasar yang semakin ketat, perubahan selera konsumen, serta terbatasnya daya jangkau pemasaran menjadi kendala yang cukup signifikan. Selain itu, sebagian besar pelaku usaha masih menjalankan usahanya secara tradisional dan belum menerapkan pendekatan manajerial yang modern. Hal ini berdampak pada rendahnya efisiensi operasional dan kurang optimalnya pengelolaan bisnis. Kondisi ini menunjukkan bahwa meskipun UMKM kopi di

Kecamatan Tanggul memiliki potensi, namun masih terdapat persoalan mendasar yang perlu segera dibenahi untuk menunjang pertumbuhan usaha secara berkelanjutan.

Dalam realitas lapangan, masih ditemukan banyak pelaku usaha kopi di Tanggul yang belum mampu mengembangkan usahanya secara optimal. Salah satu indikasinya adalah stagnasi penjualan dari tahun ke tahun serta minimnya ekspansi pasar yang dilakukan. Di era persaingan terbuka seperti sekarang ini, pelaku usaha dituntut untuk lebih responsif terhadap dinamika pasar dan mampu menyesuaikan diri dengan perkembangan zaman. Namun, banyak pelaku UMKM kopi yang belum sepenuhnya memanfaatkan peluang tersebut karena berbagai keterbatasan, baik dari sisi sumber daya manusia, akses informasi, maupun penguasaan teknologi. Selain itu, tantangan dari segi produksi dan distribusi juga masih menjadi persoalan, terutama ketika pelaku usaha menghadapi fluktuasi permintaan atau keterbatasan bahan baku. Masalah lain yang muncul adalah lemahnya sistem pengelolaan internal usaha seperti pencatatan keuangan, manajemen persediaan, serta kurangnya perencanaan bisnis jangka panjang. Hal-hal tersebut berdampak langsung pada stabilitas dan pertumbuhan UMKM kopi, yang pada akhirnya memengaruhi kontribusinya terhadap perekonomian lokal.

Berdasarkan uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa Fenomena-fenomena tersebut mengindikasikan adanya gap yang signifikan antara potensi UMKM kopi di Kecamatan Tanggul dengan realisasi kinerja yang dicapai. Jika dibiarkan, kondisi ini akan berdampak pada terancamnya keberlanjutan usaha kopi lokal dan hilangnya peluang ekonomi yang seharusnya bisa dimanfaatkan untuk kesejahteraan masyarakat setempat. Lebih lanjut, fenomena ini juga berpotensi mengurangi daya saing ekonomi daerah dalam menghadapi persaingan global yang semakin ketat. Permasalahan yang terjadi pada UMKM kopi di Kecamatan Tanggul bukan hanya berasal dari faktor eksternal, tetapi juga berkaitan dengan kemampuan internal pelaku usaha dalam mengelola, mengembangkan, dan mempertahankan kelangsungan usahanya. Oleh karena itu, perlu dilakukan kajian lebih dalam mengenai faktor-faktor yang diduga berpengaruh terhadap kinerja UMKM kopi agar dapat ditemukan solusi yang relevan dan aplikatif. Penelitian ini penting untuk memberikan pemahaman yang komprehensif mengenai aspek-aspek yang perlu diperkuat dalam pengelolaan usaha kopi, terutama di wilayah yang memiliki potensi besar namun belum tergarap secara maksimal. Berdasarkan latar belakang dan fenomena tersebut, penulis memilih judul skripsi: "Pengaruh Literasi Digital, Literasi Keuangan, Inovasi Produk dan Orientasi Kewirausahaan terhadap Kinerja UMKM Kopi di Kecamatan Tanggul Kabupaten Jember". Judul ini diambil karena mencerminkan kebutuhan aktual lapangan dan diharapkan mampu memberikan kontribusi akademik serta solusi praktis bagi pengembangan UMKM kopi di wilayah tersebut.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan sebelumnya, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah literasi digital berpengaruh terhadap kinerja UMKM kopi di Kecamatan Tanggul Kabupaten Jember?
2. Apakah literasi keuangan berpengaruh terhadap kinerja UMKM kopi di Kecamatan Tanggul Kabupaten Jember?
3. Apakah inovasi produk berpengaruh terhadap kinerja UMKM kopi di Kecamatan Tanggul Kabupaten Jember?
4. Apakah orientasi kewirausahaan berpengaruh terhadap kinerja UMKM kopi di Kecamatan Tanggul Kabupaten Jember?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah mengenai Pengaruh Literasi Digital, Literasi Keuangan, Inovasi Produk dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja UMKM Di Kecamatan Tanggul Kabupaten Jember, maka tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh literasi digital terhadap kinerja UMKM kopi di Kecamatan Tanggul Kabupaten Jember.
2. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh literasi keuangan terhadap kinerja UMKM kopi di Kecamatan Tanggul Kabupaten Jember.
3. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh inovasi produk terhadap kinerja UMKM kopi di Kecamatan Tanggul Kabupaten Jember.
4. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap kinerja UMKM kopi di Kecamatan Tanggul Kabupaten Jember.

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan ilmu pengetahuan di bidang manajemen dan kewirausahaan, khususnya terkait faktor-faktor yang memengaruhi kinerja UMKM. Secara teoritis, hasil penelitian ini dapat memperkaya kajian literatur mengenai pentingnya peran literasi digital, literasi keuangan, inovasi produk, dan orientasi kewirausahaan dalam mendukung keberhasilan usaha kecil dan menengah. Penelitian ini juga dapat menjadi referensi bagi akademisi atau peneliti lain yang ingin mengkaji lebih lanjut mengenai strategi pengembangan UMKM, terutama di sektor komoditas lokal seperti kopi. Dengan demikian, penelitian ini berpotensi memperluas pemahaman ilmiah mengenai keterkaitan antara kapabilitas pelaku usaha dan pencapaian kinerja usaha secara menyeluruh.

1.4.2 Manfaat Praktis

Secara praktis, penelitian ini bermanfaat bagi pelaku UMKM kopi di Kecamatan Tanggul Kabupaten Jember sebagai bahan evaluasi untuk meningkatkan pengelolaan dan pengembangan usahanya. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai aspek-aspek internal yang perlu diperhatikan dan ditingkatkan agar mampu mendorong pertumbuhan dan keberlanjutan usaha. Selain itu, penelitian ini juga dapat menjadi bahan pertimbangan bagi pemerintah daerah, lembaga pembina UMKM, dan instansi terkait lainnya dalam merumuskan program pelatihan atau kebijakan yang tepat sasaran untuk memberdayakan UMKM lokal. Dengan adanya rekomendasi yang berdasarkan data empiris, maka upaya penguatan UMKM di daerah dapat dilakukan secara lebih terarah dan efektif.