

BAB 1 PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kewirausahaan adalah kemampuan untuk mencari peluang sukses dan memiliki kemampuan kreatif dan inovatif (Octaviani dkk., 2025). Proses kreatif hanya dapat dilakukan oleh individu yang memiliki jiwa, sikap, dan perilaku kewirausahaan yang kreatif dan inovatif (Octaviani dkk., 2025). Kewirausahaan merupakan tindakan seseorang untuk menciptakan usaha/bisnis atas peluang dan kemampuan yang dimiliki. Semakin banyaknya masyarakat yang memilih berwirausaha karena berbagai macam faktor; Jumlah pengangguran yang semakin meningkat, sulitnya mencari pekerjaan yang sesuai sehingga berwirausaha menjadi salah satu solusi dari kondisi yang ada.

Menurut Zimmerer, kewirausahaan adalah suatu proses yang melibatkan penerapan kreativitas dan inovasi dalam memecahkan persoalan serta menemukan peluang baru untuk memperbaiki kehidupan atau usaha (Niah, 2025.). Dalam konteks ini, kewirausahaan tidak hanya sebatas mendirikan usaha, tetapi lebih dari itu, mencakup upaya berkelanjutan untuk menciptakan solusi yang inovatif dan relevan dalam menghadapi tantangan atau kebutuhan pasar. Dengan demikian, penerapan jiwa kewirausahaan yang kuat tidak hanya berperan dalam proses penciptaan usaha, tetapi juga menjadi faktor penting dalam meningkatkan kinerja usaha, baik dari sisi pencapaian tujuan kerja maupun kemampuan menghasilkan laba secara berkelanjutan.

Kinerja usaha merupakan hasil yang telah dicapai dari apa yang dilakukan seseorang dalam melaksanakan kerja. Kinerja usaha merupakan merupakan hasil dari evaluasi terhadap pekerjaan yang telah selesai dilakukan, hasil pekerjaan tersebut dibandingkan dengan kriteria yang telah ditetapkan bersama (Tunggadewi, 2025). Sedangkan kinerja usaha menurut Finatariyani dkk., 2024 adalah penentu suatu ukuran tertentu guna mengukur suatu keberhasilan dalam usaha yang telah didirikan dalam menghasilkan laba. Kinerja juga merupakan ukuran dalam mencapai suatu keberhasilan pada sebuah entitas usaha dalam mencapai suatu tujuan (Finatariyani dkk., 2024). Kinerja usaha mencerminkan efektivitas dan efisiensi organisasi dalam mengelola sumber daya, termasuk tenaga kerja, modal, teknologi, dan proses operasional, untuk menghasilkan nilai tambah bagi pemangku kepentingan, baik internal maupun eksternal (Hidayat, 2025). Di sisi lain, usaha yang kinerjanya buruk akan kesulitan bertahan, bahkan berpotensi mengalami penutupan (Putri dkk., 2025). Dalam meningkatkan kinerja usaha ada beberapa faktor yang mempengaruhi yakni kreativitas, jiwa usaha dan digital marketing.

Faktor pertama yang mempengaruhi kinerja usaha adalah kreativitas. Kreativitas merupakan kemampuan yang menggambarkan orisinalitas dalam berpikir dan kemampuan untuk mengelaborasi suatu gagasan (Fatkhuri dkk., 2025). Kreativitas dalam konteks bisnis merupakan kemampuan untuk menghasilkan ide-ide baru yang unik, relevan, dan bernilai bagi konsumen,

sedangkan inovasi adalah proses mengubah ide tersebut menjadi produk, layanan, atau proses yang dapat diterapkan dan memberi nilai tambah. Kreativitas dan inovasi tidak hanya berdampak pada produk atau layanan yang ditawarkan, tetapi juga pada cara operasional bisnis, strategi pemasaran, dan manajemen organisasi. Bagi UKM yang umumnya memiliki keterbatasan dalam hal sumber daya, kreativitas dan inovasi menjadi kunci penting untuk menciptakan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan. Dalam menghadapi tantangan dan dinamika yang terus berkembang, kemampuan berpikir secara inovatif menjadi hal yang sangat penting. Kreativitas adalah kemampuan untuk mengembangkan ide dan cara baru dalam memecahkan masalah dan menemukan peluang (Delfira dkk., 2025). Kreativitas muncul karena dorongan untuk memenuhi kebutuhan kebaruan (*novelty/newness*), kebosanan atau kejenuhan karena tidak adanya variasi munculnya ide serta muncul disaat seseorang berada situasi yang kompleks (Delfira dkk., 2025). Pernyataan tersebut didukung oleh penelitian yang dilakukan Febriansyah & Muhajirin, 2020 ditemukan persamaan hasil bahwa kreativitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja usaha.

Selain kreativitas, faktor yang mempengaruhi kinerja usaha adalah jiwa kewirausahaan. Menurut Herlina dkk., 2025 menjelaskan bahwa, jiwa kewirausahaan merupakan sikap dan perilaku kewirausahaan yang ditunjukkan pelaku kewirausahaan melalui sifat, karakter seseorang yang memiliki keinginan secara kreatif mengimplementasikan ide inovatif kedalam kehidupan nyata. Jiwa kewirausahaan seseorang dapat diukur melalui kemampuan kreatif dan inovatif dalam menghadapi perubahan, pembaruan, kemajuan, dan tantangan. Jiwa kewirausahaan dapat merubah pola pikir seseorang untuk berminat menjadi wirausaha. Dengan demikian jiwa kewirausahaan seseorang dapat tercermin dalam berbagai hal seperti kemampuan dalam kepemimpinan, kemandirian (termasuk ketekunan) kerjasama tim, kreativitas, dan inovasi. Seseorang yang memiliki jiwa kewirausahaan pasti akan fokus pada usahanya atau bisnisnya, sehingga dapat dengan mudah menyelesaikan masalah apa pun yang ada pada usaha atau bisnisnya apabila dia mampu memecahkan masalah yang ada, dia dapat meningkatkan pengembangan usaha secara keseluruhan, dimana upaya yang dilakukan dalam mengembangkan usaha ini harus disertai dengan sikap kemandirian yang ada pada diri pelaku usaha. Pernyataan tersebut didukung oleh penelitian yang dilakukan (Herlina dkk., 2025) menemukan bahwa jiwa kewirausahaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja usaha.

Selanjutnya faktor yang mempengaruhi kinerja usaha adalah Digital Marketing. Digital Marketing adalah upaya memasarkan suatu merek atau produk melalui internet, dengan tujuan menjangkau konsumen dan calon konsumen secara cepat dan segera. Digital marketing, sederhananya, adalah cara memasarkan produk atau merek tertentu melalui media internet, seperti Facebook, YouTube, dan media sosial lainnya (Rukaiyah dkk., 2025). Digital marketing adalah aktivitas promosi dan pencarian pasar yang dilakukan melalui media digital, seperti jejaring sosial. Dunia maya kini memungkinkan menghubungkan

perangkat dan orang-orang di seluruh dunia. Pemasaran digital, yang biasanya terdiri dari pemasaran interaktif dan terintegrasi, membantu produsen, perantara pasar, dan calon konsumen berinteraksi satu sama lain. Dengan pemasaran digital, bisnis dapat lebih mudah memadukan dan memenuhi kebutuhan dan keinginan calon konsumen. Di sisi lain, calon konsumen dapat lebih mudah mencari dan mendapatkan informasi tentang produk hanya dengan mengakses internet. Pernyataan tersebut didukung oleh penelitian yang dilakukan Farahiyah & Haryadi, 2024 juga menilai bahwa digital marketing berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja usaha.

Meskipun berbagai penelitian menunjukkan bahwa kreativitas, jiwa usaha, dan digital marketing berpengaruh positif terhadap kinerja usaha UMKM (Saniarta & Kartika, 2024), hasil empiris yang ada masih menunjukkan ketidakkonsistenan. Beberapa penelitian menemukan bahwa kreativitas tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja usaha (Ariani & Handayani, 2020) serta digital marketing tidak selalu berdampak signifikan akibat keterbatasan kemampuan dan pemanfaatan teknologi oleh UMKM (Farahiyah & Haryadi, 2024). Selain itu, sebagian besar penelitian terdahulu masih bersifat umum pada UMKM dan belum secara spesifik mengkaji subsektor kuliner dimsum, khususnya di Kabupaten Jember yang menunjukkan kinerja usaha cenderung fluktuatif dan belum optimal. Kondisi tersebut menunjukkan adanya *research gap* secara empiris dan kontekstual, sehingga diperlukan penelitian lebih lanjut untuk menguji pengaruh kreativitas, jiwa usaha, dan digital marketing terhadap kinerja usaha UMKM dimsum di Kabupaten Jember.

Pada tingkat daerah, Kabupaten Jember juga memiliki perkembangan UMKM yang cukup pesat. Berdasarkan data Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Jember (2023), jumlah UMKM mencapai lebih dari 260 ribu unit usaha, dengan sektor kuliner menjadi salah satu sektor dominan yang tumbuh paling cepat. Usaha kuliner berkembang pesat karena tingginya permintaan masyarakat, perubahan gaya hidup, serta kemudahan dalam memulai usaha. Seiring berkembangnya tren kuliner modern, banyak pelaku usaha yang beralih ke produk makanan ringan, praktis, dan memiliki tampilan yang menarik. Salah satu subsektor UMKM yang terus menunjukkan pertumbuhan adalah sektor kuliner. Industri kuliner memiliki daya tarik tersendiri karena sifatnya yang fleksibel, mudah dimulai, serta permintaan masyarakat yang relatif stabil. Dalam beberapa tahun terakhir, preferensi masyarakat mengalami perubahan yang signifikan. Masyarakat tidak lagi hanya mencari makanan yang mengenyangkan, tetapi juga makanan yang memiliki nilai keunikan, tampilan menarik, rasa yang bervariasi, serta pengalaman yang dapat dibagikan melalui media sosial.

Fenomena ini menyebabkan persaingan industri kuliner semakin ketat, tidak hanya pada skala nasional tetapi juga pada tingkat lokal, termasuk di Kabupaten Jember. Salah satu kategori kuliner yang mengalami pertumbuhan signifikan adalah usaha dimsum. Beberapa tahun terakhir, dimsum menjadi tren makanan populer akibat pengaruh media sosial, konten influencer kuliner, serta

meningkatnya preferensi masyarakat terhadap makanan kekinian. Di Kabupaten Jember, usaha dimsum dapat ditemukan di berbagai lokasi seperti pusat kota, kawasan kampus, daerah keramaian, tempat wisata, hingga usaha rumahan (*home industry*) yang dipasarkan melalui layanan pesan antar. Data informal dari survei lapangan komunitas UMKM menunjukkan bahwa usaha dimsum meningkat sekitar 35-40% selama tiga tahun terakhir. Meskipun peluang pasar besar, peningkatan pelaku usaha juga memicu persaingan yang ketat.

Pelaku usaha dimsum masih menghadapi keterbatasan dalam mengembangkan kreativitas, baik dalam inovasi produk, variasi menu, maupun strategi penyajian, sehingga berdampak pada daya saing dan pertumbuhan usaha. Jiwa usaha yang secara teoritis mencerminkan keberanian mengambil risiko, kemandirian, serta orientasi pada peluang, pada kenyataannya belum sepenuhnya dimiliki oleh seluruh pelaku usaha, yang terlihat dari masih rendahnya inisiatif pengembangan usaha dan ekspansi pasar. Selain itu, pemanfaatan digital marketing yang seharusnya menjadi sarana efektif dalam meningkatkan jangkauan pasar dan kinerja usaha, belum digunakan secara optimal oleh sebagian pelaku usaha dimsum di Jember. Kondisi tersebut dapat dilihat secara fluktuatif melalui Tabel pertumbuhan usaha UMKM dimsum di Kabupaten Jember, yang menunjukkan bahwa peningkatan kinerja usaha belum berlangsung secara optimal, dapat dilihat dalam tabel berikut:

Tabel 1. 1 Pertumbuhan Usaha UMKM Dimsum Kab. Jember

Nama Usaha	Omset			Cabang			Jumlah Pelanggan		
	2023	2024	2025	2023	2024	2025	2023	2024	2025
Dimsamcong	-	600jt	750jt	-	1	4	-	3000	3500
Frizfoodie	110jt	230jt	300jt	0	0	1	1050	1200	1700
Dimsum Weenak	200jt	355jt	370jt	0	1	2	1200	1800	2000
Hotman Dimsum	350jt	200jt	155jt	0	0	0	2000	1200	900
Panen Dimsum	-	250jt	350jt	-	0	0	-	1600	2000
Kusuka Dimsum	100jt	150jt	250jt	0	0	1	700	850	1200
Total	760jt	1.785M	2.175M	0	2	8	4.950	9.650	11.300

Sumber: Data diolah peneliti, 2025

Berdasarkan Tabel 1.1 Pertumbuhan Usaha UMKM Dimsum di Kabupaten Jember, dapat disimpulkan bahwa kinerja usaha UMKM dimsum di Kabupaten Jember masih menunjukkan kondisi yang fluktuatif dan belum optimal. Hal ini terlihat dari indikator keuangan, yaitu pertumbuhan omzet yang pada beberapa usaha mengalami peningkatan dari tahun 2023 ke 2025, namun ada juga yang mengalami penurunan pada tahun 2025. Sementara itu, dari indikator operasional, pertumbuhan jumlah cabang dan jumlah pelanggan yang relatif tidak mengalami peningkatan signifikan pada sebagian besar usaha. Kondisi tersebut mengindikasikan bahwa pertumbuhan usaha belum sepenuhnya diikuti oleh peningkatan kinerja usaha yang berkelanjutan, baik secara keuangan maupun

operasional. Oleh karena itu, fenomena ini menunjukkan adanya permasalahan pada kinerja usaha UMKM dimsum di Kabupaten Jember, yang diduga dipengaruhi oleh faktor kreativitas, jiwa usaha, dan digital marketing, sehingga perlu dilakukan penelitian lebih lanjut terkait pengaruh variabel-variabel tersebut terhadap kinerja usaha Dimsum di Kabupaten Jember.

1.2 Rumusan Masalah

Kinerja usaha dimsum di Kabupaten Jember masih belum optimal, terutama dalam hal pertumbuhan penjualan, inovasi produk, dan pemanfaatan media pemasaran. Sebagian pelaku usaha masih memiliki keterbatasan dalam mengembangkan kreativitas, baik dalam variasi menu maupun strategi promosi. Meskipun berbagai penelitian mengidentifikasi bahwa kreativitas (Delfira et al., 2025), jiwa usaha (Rivaldi dkk., 2025) dan digital marketing (Ramadhani dkk., 2022) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja usaha, masih ditemukan adanya research gap. Beberapa penelitian menunjukkan hasil yang tidak konsisten, seperti kreativitas yang tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja usaha (Ariani & Handayani, 2020) serta digital marketing yang tidak selalu memberikan dampak signifikan akibat keterbatasan kemampuan dan pemanfaatan teknologi oleh UMKM tertentu (Farahiyah & Haryadi, 2024). Berdasarkan kondisi pra-survei usaha dimsum di Kabupaten Jember dan adanya kesenjangan hasil penelitian tersebut, maka permasalahan dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah kreativitas berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kinerja usaha dimsum di Jember?
2. Apakah jiwa usaha berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kinerja usaha dimsum di Jember?
3. Apakah digital marketing berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kinerja usaha dimsum di Jember?

1.3 Tujuan Penelitian

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

1. Untuk mengetahui dan menguji pengaruh kreativitas secara positif dan signifikan terhadap kinerja usaha dimsum di Jember.
2. Untuk mengetahui dan menguji pengaruh jiwa usaha secara positif dan signifikan terhadap kinerja usaha dimsum di Jember.
3. Untuk mengetahui dan menguji digital marketing secara positif dan signifikan terhadap kinerja usaha dimsum di Jember.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Bagi Akademik

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan dalam menganalisis pengaruh kreativitas, jiwa usaha, dan digital marketing terhadap kinerja usaha Dimsum di Jember.

2. Manfaat Bagi Peneliti

Hasil penelitian ini dapat dipakai sebagai acuan bagi peneliti selanjutnya. Peneliti selanjutnya juga perlu melakukan pengembangan pendekatan dan variabel yang tidak dikaji dalam penelitian ini untuk melihat pengaruh lain terhadap kinerja usaha.

3. Manfaat Bagi Pemerintah dan Masyarakat

Penelitian ini dapat membantu Menjadi bahan pertimbangan dalam merumuskan program pengembangan UMKM kuliner di Kabupaten Jember.

