

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan usaha yang dimiliki oleh individu ataupun golongan masyarakat yang telah memenuhi syarat sebagai usaha, mulai dari perdagangan, produksi, jasa, hingga industri kreatif. Dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah, UMKM terbagi menjadi tiga kategori utama, yaitu Usaha Mikro dengan total kekayaan bersih maksimal 50 juta rupiah, Usaha kecil dengan total kekayaan bersih 50 Juta sampai 500 Juta rupiah, dan Usaha Menengah dengan total kekayaan bersih 500 Juta sampai 10 Miliar. Berdasarkan data dari Kementerian Koperasi dan UMKM, terdapat sekitar 30,18 juta unit UMKM non pertanian yang tercatat di Indonesia hingga 31 Desember 2024. Data Badan Pusat Statistik (BPS) Sensus Pertanian 2023 juga mencatat angka yang masif berjumlah sekitar 29,34 juta unit dengan 99% merupakan usaha pertanian perorangan. Kemudian data dari (Badan Pusat Statistik Jawa Timur, 2016), mencatat terdapat 4,6 juta UMKM yang ada di Jawa Timur, serta (Data Koperasi Dan UMKM, 2024) pada tahun terakhir tercatat mengalami peningkatan dengan total kurang lebih sebesar 171,032 UMKM yang tersebar pada 31 kecamatan di Kabupaten Jember. Dengan demikian, hal ini menjadi bukti bahwa UMKM sangat berkembang pesat. Namun, di balik angka yang besar ini, UMKM dihadapkan pada tantangan besar untuk mencapai keberlanjutan dan keberhasilan usaha. Fenomena yang sering terjadi adalah tingginya angka kegagalan dalam lima tahun pertama operasional, pelaku usaha yang masih gagap terhadap teknologi berbasis digital serta kemampuan adaptasi yang lambat terhadap perubahan lingkungan bisnis. Oleh karena itu, faktor-faktor di atas sangat penting sehingga dapat mendorong keberhasilan usaha.

Keberhasilan usaha merupakan suatu keadaan ketika usaha mengalami peningkatan dari hasil sebelumnya, di mana seluruh aktivitas di dalam usaha tersebut telah mencapai target yang telah ditetapkan. Menurut (Shalahuddin & Maulana, 2020) mengemukakan bahwa keberhasilan usaha adalah suatu kenyataan yang sesuai antara rencana dengan proses pelaksanaannya dan hasil yang dicapai. Pada penelitian yang dilakukan oleh (Erna et al., 2024) mengemukakan bahwa faktor – faktor seperti kompetensi kewirausahaan dan *digital marketing* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kinerja UMKM, di mana kompetensi kewirausahaan yang cukup untuk dapat mengelola lingkungan bisnis yang semakin kompetitif dan pemanfaatan pemasaran digital untuk meningkatkan keberhasilan usaha.

Salah satu faktor yang dapat mempengaruhi keberhasilan usaha adalah kompetensi kewirausahaan yang meliputi pengetahuan, sikap dan keterampilan yang saling berkaitan antara satu sama lain dan diperlukan oleh pelaku usaha agar dapat menghasilkan kinerja terbaik dalam pengelolaan usaha. Kompetensi kewirausahaan diukur melalui berbagai serangkaian indikator yang meliputi pemahaman yang mendalam tentang pasar, tingkat kreativitas, manajemen risiko, ketekunan, dan kemampuan adaptasi terhadap perubahan. Keseluruhan indikator ini diperkuat dan dikembangkan melalui Jaringan Bisnis yang dibangun secara komprehensif, menghubungkan seluruh lini operasional usaha mulai dari sisi hulu hingga hilir sebagai tolak ukur dalam menilai kapasitas wirausaha dalam mengembangkan usahanya (Alwi & Wijaya, 2024). Menurut (Nurul Aini & I Ketut Suardika, 2023) kompetensi kewirausahaan yang dimiliki pelaku usaha akan menjadikan usaha yang dijalankan berkembang dan sukses. Hal ini

sesuai dengan penelitian (Nagel, P. J. F. & Suhartatik, 2022), (Iffan & Suharlin, 2022), (Fauzi & Musadad, 2025), menjelaskan bahwa kompetensi kewirausahaan berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan usaha. Di mana semakin tinggi pelaku usaha menerapkan kompetensi kewirausahaan maka berpeluang besar usaha tersebut berkembang, meningkatkan daya saing serta mencapai profitabilitas dan pertumbuhan ekonomi.

Selanjutnya lingkungan bisnis juga dapat mempengaruhi keberhasilan usaha yang didefinisikan sebagai kondisi yang dinamis dan kompleks di dalam mencakup persaingan pasar dan kondisi ekonomi yang dapat mempengaruhi kinerja perusahaan dalam mencapai tujuannya. Pada penelitian (Handoyo et al., 2025) menemukan bahwa banyak sekali para pelaku UMKM gagal mencapai keberhasilan usaha nya karena salah dalam mempertimbangkan faktor lingkungan dan memilih lokasi usaha yang tidak strategis. Oleh karena itu pemahaman mendalam terhadap lingkungan bisnis ini menjadi hal yang penting bagi UMKM untuk merumuskan strategi adaptif yang menjamin kelangsungan dan pertumbuhan usaha di tengah persaingan pasar. Serta hal ini didukung oleh temuan empiris yang menyatakan bahwa lingkungan bisnis berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan usaha (Aprilia et al., 2024; Situmorang, 2024).

Serta faktor lain yang mempengaruhi keberhasilan usaha adalah pemasaran digital (*digital marketing*) yang merupakan aplikasi dari internet yang berhubungan dengan teknologi digital untuk mencapai tujuan pemasaran yang lebih luas (Chaffey & Ellis-Chadwick, 2016). Menurut (Simon Kemp, 2025), terdapat 212 juta masyarakat Indonesia yang menggunakan internet pada awal tahun 2025, serta laporan tentang tingkat adopsi E-commerce di Indonesia yang meningkat secara signifikan, sehingga hal ini menjadi penanda bahwa *digital marketing* sangat relevan dan strategis untuk diterapkan dalam konteks Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Kemudian hal ini didukung oleh temuan empiris pada penelitian (Arfan & Hasan, 2022), yang menyatakan bahwa dengan menerapkan *digital marketing* pada usaha bisa meningkatkan pendapatan, serta biaya yang dikeluarkan untuk aktivitas promosi pemasaran cenderung lebih murah, sehingga *digital marketing* sangat penting bagi keberhasilan Usaha Mikro Kecil dan Menengah.

Di Kecamatan Ambulu terdapat sektor usaha penyemaian bibit yang menunjukkan potensi yang sangat signifikan, hal ini berdasarkan tingginya permintaan pasar di daerah Ambulu dan sekitarnya yang mayoritas masyarakat disana berprofesi sebagai petani. Berdasarkan data awal yang dihimpun dari berbagai sumber, Kecamatan Ambulu menunjukkan keunggulan jumlah yang signifikan dalam sektor usaha penyemaian bibit dibandingkan dengan wilayah sekitarnya. Sebagai perbandingan, Kecamatan Wuluhan tercatat hanya memiliki 15 usaha penyemaian bibit yang terdaftar, diikuti oleh Kecamatan Jenggawah dengan 8 usaha, dan Kecamatan Tempurejo dengan 6 usaha. Dominasi jumlah usaha di Kecamatan Ambulu menjadi landasan empiris bagi peneliti dalam menetapkan wilayah tersebut sebagai lokasi penelitian. Selain kuantitas usaha yang lebih besar, Kecamatan Ambulu memiliki karakteristik yang unik dalam bentuk aglomerasi industri. Fenomena ini terlihat dari kedekatan jarak antar unit usaha yang serupa, di mana usaha penyemaian bibit tersebar secara intensif pada setiap gang di wilayah tersebut. Sehingga hal ini mempertegas posisi Kecamatan Ambulu sebagai pusat persemaian bibit dibandingkan kecamatan-kecamatan di sekitarnya. Selanjutnya wawancara yang dilakukan peneliti pada salah satu pemilik usaha pertanian semai bibit bernama sumber makmur di desa Sumberejo mengemukakan bahwa, keberhasilan usaha semai bibit dipengaruhi

oleh beberapa faktor seperti keahlian dalam Teknik penyemaian dan pembuatan media semai yang sehat serta kedisiplinan pada proses perawatan hingga siap di perjual belikan kepada para petani, hal ini selaras dengan kompetensi kewirausahaan yang menekankan faktor internal untuk mencapai keberhasilan usaha. kemudian peneliti mendapatkan bukti bahwa faktor lingkungan bisnis juga berpengaruh terhadap keberhasilan usaha, ditandai dengan adanya penyerapan tenaga kerja dan banyaknya pesaing yang ada di desa Sumberejo. Serta *digital marketing* yang diterapkan pada usaha penyemaian bibit dapat memudahkan para petani dan konsumen di luar daerah ambulu untuk mencari informasi dan memesan bibit yang konsumen butuhkan.

Selanjutnya peneliti melakukan observasi kepada petani yang ada di Kecamatan Ambulu dan sekitarnya mengenai tanggapan mereka dengan adanya usaha semai bibit. Berikut hasil data survey yang dilakukan oleh peneliti:

Tabel 1.1 Data pra Survei petani terkait usaha penyemaian

No	Nama Petani	Pendapat petani terkait usaha penyemaian bibit	Pendapat petani terkait informasi bibit yang ada di market platform digital
1	Rofi'i	Sangat Setuju	Sangat Setuju
2	Tamrin	Sangat Setuju	Setuju
3	Yusuf	Sangat Setuju	Setuju
4	Dulhadi	Sangat Setuju	Sangat Setuju
5	Rowi	Sangat Setuju	Sangat Setuju
6	Rohid	Sangat Setuju	Sangat Setuju
7	Andrian	Sangat Setuju	Sangat Setuju
8	Ali makhrus	Setuju	Sangat Setuju
9	Ari Wibowo	Sangat Setuju	Setuju
TOTAL		88,89% + 11,11% = 100%	66,67% + 33,33% = 100%

Sumber: Data Primer (diolah 2026)

Berdasarkan hasil observasi pra penelitian yang di sajikan pada tabel 1.1 terhadap petani yang ada di kecamatan Ambulu dan sekitarnya, diperoleh hasil bahwa setiap petani memberikan pendapat berupa sangat setuju terkait adanya usaha penyemaian bibit, ditunjukkan dengan persentase 88,89% dan pendapat petani terkait adanya market platform digital pada usaha penyemaian bibit menunjukkan sekitar 66,67% menjawab sangat setuju dan 33,33% menjawab setuju, sehingga peneliti menarik Kesimpulan bahwa usaha penyemaian bibit sangat prospek dan bermanfaat bagi petani khususnya.

Namun keberhasilan usaha yang dipaparkan dari data lapangan tersebut perlu untuk di uji lebih lanjut secara akademis, hal ini ditunjukkan oleh Beberapa studi empiris yang masih menunjukkan kesenjangan penelitian tentang kompetensi kewirausahaan, lingkungan bisnis dan *digital marketing* sebagai keberhasilan usaha. Seperti penelitian yang dilakukan oleh (Atiqoh & Hidayati, 2024) pada UMKM di Kelurahan Tidar utara, Kecamatan Magelang Selatan, menunjukkan kompetensi kewirausahaan terbukti tidak berpengaruh terhadap keberhasilan usaha. Penelitian yang dilakukan oleh (Handoyo et al., 2025) pada usaha Mikro-kecil (UMK) Jasa di Kabupaten Purworejo yang menunjukkan lingkungan bisnis tidak secara

konsisten mempengaruhi kesuksesan usaha. pada penelitian yang dilakukan oleh (Sukaesih & Alif, 2024) di UMKM CUP Bestari Kec.Periuk Kota Tangerang, menunjukkan *digital marketing* tidak berpengaruh signifikan terhadap Perkembangan Bisnis. Dan beberapa penelitian lain seperti (Aditya et al., 2023; Aprilia et al., 2024) yang menunjukkan variabel lingkungan bisnis tidak berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan usaha.

Berdasarkan studi empiris penelitian terdahulu yang masih banyak menunjukkan kesenjangan pada setiap variabel, karena pada dasarnya variabel ini belum dapat digeneralisasi secara menyeluruh dan bisa memiliki hasil yang berbeda-beda tergantung karakteristik usaha menjadikan perlunya peneliti untuk mengkaji lebih dalam. Selain itu sebagian besar penelitian terdahulu masih berfokus pada UMKM di sektor jasa dan sektor perdagangan, sedangkan UMKM berbasis pertanian masih relatif terbatas, padahal karakteristik usaha pertanian semai bibit ini sangat unik untuk diteliti lebih lanjut, sehingga peneliti ingin mengkaji bagaimana kompetensi kewirausahaan, lingkungan bisnis dan *digital marketing* berperan dalam mendorong keberhasilan usaha UMKM penyemaian bibit, sehingga dapat memberikan Gambaran yang lebih kontekstual dan relevan dengan kondisi di lapangan.

1.2 Rumusan Masalah

Menurut (Shalahuddin & Maulana, 2020) mengemukakan bahwa keberhasilan usaha adalah suatu kenyataan yang sesuai antara rencana dengan proses pelaksanaan dan hasil yang dicapai. Keberhasilan usaha menjadi tujuan utama para pelaku usaha dalam menjalankan bisnisnya, khususnya usaha semai bibit di kecamatan Ambulu yang berperan penting dalam menyediakan pasokan bibit yang berkualitas untuk petani dan atau selainnya. Namun dalam praktiknya, keberhasilan usaha tidak terlepas dari berbagai faktor internal maupun eksternal, terutama yang berkaitan dengan kompetensi dalam berwirausaha, lingkungan bisnis yang strategis dan penerapan *digital marketing* dalam usaha yang dijalankan. Kompetensi perusahaan tidak hanya berfungsi sebagai ilmu dasar wirausaha, namun juga sebagai alat dalam mengatur dan menjalankan usaha. Sementara itu, lingkungan bisnis berperan sebagai kekuatan eksternal untuk melihat peluang suatu usaha. Di sisi lain, *digital marketing* yang diterapkan pada usaha dapat memperluas jaringan usaha, sehingga dapat meningkatkan keuntungan yang lebih tinggi. Sehingga apabila salah satu dari faktor-faktor ini tidak dijalankan dengan baik maka berpotensi mempengaruhi keberhasilan usaha dan keberlanjutan usaha yang dijalankan di kemudian hari. Berdasarkan uraian latar belakang tersebut maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah Kompetensi kewirausahaan berpengaruh secara signifikan terhadap keberhasilan usaha petani semai bibit di kecamatan Ambulu?
2. Apakah lingkungan bisnis berpengaruh secara signifikan terhadap keberhasilan usaha petani semai bibit di kecamatan Ambulu?
3. Apakah *digital marketing* berpengaruh secara signifikan terhadap keberhasilan usaha petani semai bibit di kecamatan Ambulu?

1.3 Tujuan Penelitian

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

1. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh kompetensi kewirausahaan terhadap keberhasilan usaha petani semai bibit di kecamatan Ambulu?

2. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh lingkungan bisnis terhadap keberhasilan usaha petani semai bibit di kecamatan Ambulu?
3. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh *digital marketing* terhadap keberhasilan usaha petani semai bibit di kecamatan Ambulu?

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dan manfaat bagi berbagai pihak, baik secara keilmuan maupun praktis, yaitu:

1. Manfaat teoritis
 - a. Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya khazanah ilmu pengetahuan, khususnya dalam disiplin Ilmu Manajemen Pemasaran dan Manajemen Strategis, dengan memberikan bukti empiris mengenai peran antara Kompetensi Kewirausahaan, Lingkungan Bisnis, dan *Digital marketing* dalam konteks keberhasilan usaha mikro.
 - b. Hasil penelitian ini dapat menjadi referensi dan perbandingan bagi peneliti selanjutnya untuk menguji variabel yang sama atau mengembangkan model penelitian dengan konteks objek yang berbeda, terutama dalam sektor pertanian dan UMKM.
2. Manfaat Praktis
 - a. Bagi pelaku usaha petani semai bibit
Memberikan informasi yang jelas mengenai faktor-faktor kunci yang paling dominan memengaruhi keberhasilan usaha mereka dan dapat digunakan sebagai panduan praktis untuk meningkatkan Kompetensi Kewirausahaan, Lingkungan Bisnis, dan *Digital marketing* guna mencapai pertumbuhan dan profitabilitas usaha yang lebih baik.
 - b. Bagi Pemerintah Daerah
Hasil penelitian dapat menjadi masukan dan bahan pertimbangan dalam perumusan kebijakan, pelatihan, dan program pendampingan yang tepat sasaran, khususnya untuk meningkatkan daya saing UMKM di sektor pertanian semai bibit, dengan memprioritaskan peningkatan kemampuan digital dan kewirausahaan.