

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kewirausahaan adalah proses mengidentifikasi, mengembangkan, dan membawa visi yang berupa ide inovatif dalam menjalankan sesuatu agar mencapai tujuan yang diharapkan. Kewirausahaan mempunyai ciri percaya diri, berorientasi pada tugas dan hasil, pengambilan risiko, kepemimpinan, keorisinilan, dan berorientasi pada masa depan. Inti kewirausahaan adalah menawarkan sesuatu yang berguna bagi pihak lain. Semakin besar kebutuhan pihak lain akan produk barang dan jasa yang dihasilkan karena ada tawaran produk barang dan jasa yang berguna bagi pihak lain, maka semakin besar imbalan yang akan diperoleh (Badrudin & Wardhani, 2016). Berwirausaha pasti berkaitan dengan minat karena hal itu yang dapat membuat *sustainability* ketika berwirausaha, minat berwirausaha merupakan kecenderungan individu untuk merasa tertarik dan senang pada suatu bidang kewirausahaan, yang mendorongnya melakukan kegiatan tanpa paksaan. Minat juga bisa diartikan sebagai keinginan, rasa suka, dan kondisi tertentu untuk memenuhi kebutuhan hidupnya tanpa merasa takut dengan risiko yang akan terjadi, serta senantiasa belajar dari kegagalan yang dialami terhadap kewirausahaan. Kreativitas memiliki peran penting dalam meningkatkan minat berwirausaha karena minat berwirausaha dapat meningkatkan kreatifitas dalam membuat gagasan ide bisnis jadi lebih berkembang (Yunita et al., 2025) Maka yang dimaksud minat berwirausaha adalah keinginan, ketertarikan, serta kesediaan untuk bekerja keras dengan adanya pemusatan perhatian untuk berusaha memenuhi kebutuhan hidupnya tanpa takut akan resiko dan kegagalan yang akan terjadi, karena dari kegagalan tersebut menjadi kunci untuk memulai usaha yang lebih baik dan menciptakan usaha yang berkembang sesuai yang diinginkannya (Saputra, 2025)

Di Indonesia, sektor Usaha Mikro, Kecil, Menengah (UMKM) berkontribusi signifikan terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dan penyerapan tenaga kerja. Menurut data dari kementerian koperasi usaha kecil dan menengah, UMKM menyumbang sekitar 60% dari total PDB dan menyerap lebih dari 97% tenaga kerja di Indonesia. Menanggapi data tersebut, UMKM memberikan kontribusi yang signifikan meliputi penyerapan tenaga kerja dan investasi, maka dari itu perlu perhatian dan dukungan untuk memaksimalkan potensi yang dimiliki pelaku UMKM di Indonesia supaya memberikan dampak yang positif dan signifikan. Perkembangan UMKM terus meningkat secara konsisten selama lima tahun terakhir, terbukti dari penekanan yang solid pada digitalisasi umkm yang dijadikan sebagai formula baru untuk meningkatkan pengembangan jangkauan target pasar, daya saing dan tujuan yang diharapkan, terbukti pada tahun 2021 sekitar 15 juta UMKM telah merambah ke dunia digital, hal itu ditujukan demi mengembangkan UMKM di Indonesia Go Digital.

Di Indonesia UMKM merupakan sektor usaha yang sangat banyak menyerap tenaga kerja sehingga dapat berperan penting dalam pengurangan kemiskinan dan pengangguran, karena UMKM menyediakan sumberdaya kewirausahaan dan kesempatan lapangan kerja. Berdasarkan hal tersebut dapat dikatakan bahwa UMKM mempengaruhi minat berwirausaha. Di Indonesia, khususnya dibidang *Food and Beverage*, karena telah

menunjukkan pertumbuhan yang signifikan. UMKM tidak hanya berkontribusi terhadap perekonomian nasional, tetapi juga menciptakan lapangan kerja dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Namun, meskipun potensi yang besar, masih banyak individu yang ragu untuk memulai usaha mereka sendiri. Julius dan Nagel (2021) menjelaskan pengaruh UMKM sangat besar terutama dalam meningkatkan ekonomi Indonesia, mulai dari menciptakan peluang kerja baru hingga berkontribusi dalam ekspor produk UMKM. Perkembangan UMKM di Indonesia mengalami perkembangan yang cukup tinggi tertuang pada tabel rekapitulasi data perkembangan UMKM di Indonesia dari tahun 2020 hingga 2024 berikut ini,

Tabel 1. 1 Perkembangan UMKM Indonesia 5 tahun terakhir

Indikator Utama	2020 (Realisasi)	2021 (Realisasi)	2022 (Realisasi)	2023 (Realisasi)	2024 (Proyeksi/Target)
Jumlah Unit UMKM	~64,19 juta unit	~64,2 juta unit	~65 juta unit	~66 juta unit	~83,3 juta pelaku
Kontribusi terhadap PDB	~61%	~60,51%	~61%	~61% (Rp9.580 T)	~61% atau meningkat
Penyerapan Tenaga Kerja	~97% dari total tenaga kerja	~97% dari total tenaga kerja	~97% dari total tenaga kerja	~95% dari total tenaga kerja	~4,6 juta (Investasi SMT I) / Tetap tinggi
UMKM Go Digital	~3,8 juta	~16,4 juta	Peningkatan Signifikan	Terus bertumbuh (Kemenkominfo)	~30 juta

Sumber :Katadata(Databoks),Kemenkop UKM, Indonesia.go.id_Kadin Indonesia, GoodStats,_Kadin Indonesia, Indonesia.go.id, DPR RI, Indonesia.go.id

Salah satu sektor UMKM yang juga memiliki pengaruh signifikan yaitu pada sektor F&B hal itu disebabkan oleh tingkat minat dan permintaan yang tinggi dan stabil dipasaran serta pengembangannya yang mengalami banyak inovasi. Pernyataan tersebut diperkuat dengan data yang terus memimpin pada PDB pengolahan non migas sebesar 39,91% atau 6,47% dari PDB nasional, selain itu juga sebagai penyedia lapangan pekerjaan baru di Indonesia terbukti pada tahun 2015 sampai tahun 2019 mampu menciptakan sebanyak 3,9 juta lapangan pekerjaan baru, yang mana 600.000 di antaranya masuk pada sektor grosir, ritel dan sebanyak 3 juta pada sektor hospitality. Di Kabupaten Jember sendiri, jumlah pelaku UMKM terus meningkat dari tahun ke tahun. Data Dinas Koperasi dan UMKM Jember menunjukkan peningkatan signifikan, jumlah pelaku usaha mikro dari 42.146 unit pada tahun 2020 menjadi 129.032 unit pada tahun 2023.

Industri *Food and Beverage* ini setiap tahunnya pasti mengalami peningkatan, dapat dipastikan dari berbagai faktor, salah satunya dikarenakan industri ini memiliki pangsa pasar yang tinggi dan produk yang ditawarkan merupakan bagian dari kebutuhan primer manusia, dengan begitu dapat dipastikan juga bahwa industri F&B ini menjadi salah satu sektor UMKM yang mampu sustainable terhadap krisis. Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa *Food & Beverage* (F&B) masuk ke dalam UMKM, karena berperan penting dalam perkembangan perekonomian Negara dari berbagai sisi, mulai dari

kontribusi dalam PDB Negara, penyediaan lapangan pekerjaan, hingga *sustainability* industri jangka panjang.

Tabel 1. 2 Data UMKM Kabupaten Jember 5 tahun Terakhir

Indikator Utama	2020 (Realisasi)	2021 (Realisasi)	2022 (Realisasi)	2023 (Target/Realisasi)	2024 (Proyeksi/Target/Realisasi Sebagian)
Jumlah Unit UMKM (Terdaftar)	~42.146 unit	Data tidak spesifik	~612.000 pelaku usaha	Data tidak spesifik	Target 115.598 Usaha Mikro, terealisasi 129.032 Usaha Mikro
Penyerapan Tenaga Kerja	Data tidak spesifik	~729.962 jiwa (sekitar 2019-2021)	Data tidak spesifik	Data tidak spesifik	Data tidak spesifik
Kontribusi terhadap PDRB	Termasuk dalam PDRB Sektor Usaha	Termasuk dalam PDRB Sektor Usaha	Termasuk dalam PDRB Sektor Usaha	Termasuk dalam PDRB Sektor Usaha	Termasuk dalam PDRB Sektor Usaha
Persentase Usaha Mikro Mandiri	Data tidak spesifik	Target 40%	Target 50%	Target 75%	Target 90%

Sumber : Dinas Koperasi dan UMKM Jember (melalui Repository UM Jember), JATIMPOS Online_JBigdata Kab. Jember (Dinas Koperasi dan Usaha Mikro)

Industri *Food and Beverage* ini setiap tahunnya pasti mengalami peningkatan, dapat dipastikan dari berbagai faktor salah satunya dikarenakan industri ini memiliki pangsa pasar yang tinggi dan produk yang ditawarkan merupakan bagian dari kebutuhan primer manusia, dengan begitu dapat dipastikan juga bahwa industri F&B ini menjadi salah satu sektor UMKM yang mampu bertahan terhadap krisis (Rifai & Par, 2023). Dari data itu dapat disimpulkan bahwa *Food and Beverage* (F&B) masuk kedalam bagian UMKM, karena berperan penting dalam perkembangan perekonomian negara dari berbagai sisi, mulai dari berkontribusi dalam PDB negara, penyediaan lapangan pekerjaan, hingga *sustainability* industri jangka panjang. Meskipun demikian masih banyak individu yang ragu dalam memulai usaha mandiri, meskipun peluang usaha di sektor *Food and Beverage* sangat menjanjikan. Kondisi ini menunjukkan adanya kesenjangan potensi ekonomi dan perilaku kewirausahaan actual masyarakat di Jember.

Penelitian mengenai minat berwirausaha telah banyak dilakukan menggunakan *Theory of Planned Behavior* (TPB). Berbagai studi sebelumnya membuktikan bahwa sikap perilaku, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku memiliki pengaruh terhadap minat berwirausaha. Namun demikian, sebagian besar penelitian masih berfokus pada konteks mahasiswa atau masyarakat umum di perkotaan besar. Pada penelitian ini nantinya akan berfokus pada pelaku UMKM bidang *Food and Beverage* di Kabupaten Jember. Penggunaan *Theory of Planned Behavior* diharapkan bisa digunakan untuk menilai faktor psikologis yang memengaruhi minat berwirausaha di sektor riil, bukan hanya kalangan mahasiswa saja. Hal ini harapannya dapat digunakan pemerintah daerah dan lembaga pendamping UMKM dalam meningkatkan minat dan partisipasi wirausaha di sektor *Food and Beverage*. Berwirausaha bukanlah suatu hal yang mudah, karena di perlukan faktor

faktor pendukung untuk mendorong minat seseorang dalam menjalankan usaha khususnya dikalangan anak muda. Ajzen (1991) telah mengembangkan *Theory of Planned Behavior* (TPB) teori ini merupakan penyempurnaan dari *Theory of Reason Action* (TRA) oleh (Fishbein dan Ajzen tahun, 1975). Teori ini sudah banyak diterapkan untuk mempelajari minat individu yang dimana, perilaku seseorang dapat terbentuk dengan dasar keyakinan serta penilaian untuk meningkatkan sikap perilaku (*attitude toward behavior*), norma subjektif (*subjective norm*), dan persepsi kontrol perilaku (*perceived behavior control*). Penelitian yang di lakukan oleh (Nur Komala Wulan Sari & Putra, 2022) juga menjelaskan bahwa teori ini memiliki perspektif bahwa kepercayaan dapat mempengaruhi individu dalam bertindak laku, hal ini dilakukan dengan menghubungkan antara karakteristik dan kualitas dalam membentuk perilaku seseorang untuk melakukan hal yang diminati, maka *Theory of Planned Behavior* ini sangat cocok untuk menjelaskan atau mendeskripsikan perilaku individu, dimana ketiga faktor yang terdapat pada *Theory of Planned Behavior* ini dapat mendorong minat individu untuk melakukan wirausaha.

Sikap perilaku merupakan kecenderungan mengenai hal yang disenangi ataupun tidak disenangi dalam suatu peristiwa atau objek, sikap positif dapat membantu individu untuk lebih percaya dalam melakukan usaha karena dapat mendorong individu untuk lebih proaktif dalam mencari peluang dan tantangan (Achmad, 2020). Sikap juga dianggap sebagai variabel yang pertama karena dapat mempengaruhi minat seseorang dalam berperilaku. Pandangan tentang sikap diyakini mempunyai dampak langsung terhadap tingkah laku suatu individu karena termasuk dalam mengevaluasi minat berwirausaha (Maullah & Rofiuddin, 2021). Hal ini ditetapkan berdasarkan pada hasil evaluasi individu terkait kekuatan dan perilaku keterkaitan atas dua hal tersebut. Seseorang yang memperoleh hasil positif, cenderung bersikap *favorable*. Sikap inilah yang mampu memberikan pengaruh pada intensi yang menghadirkan tingkah laku.

Norma subjektif merupakan keyakinan individu dalam melakukan tindakan terhadap sesuatu yang bisa dipengaruhi oleh lingkungan sekitar, apakah pendapat orang lain bisa mendorong atau tidak dalam melakukan suatu tindakan (Purwanto N et al., 2022). Hal ini sangat penting bagi individu yang baru memulai usaha atau belum memiliki pengalaman dibidang kewirausahaan. Norma subjektif bisa jadi pendorong maupun penghambat dalam melakukan suatu tindakan. Jika individu merasa norma subjektif mendukung kewirausahaan, itu bisa memotivasi seseorang untuk lebih semangat dalam membangun usaha (Sukmaningrum & Rahardjo, 2017)

Persepsi kontrol perilaku dapat kita ketahui bahwa keyakinan akan kesempatan atau hambatan yang memicu terlaksananya perilaku tersebut akan timbul dari pengalaman individu, pengalaman orang lain, atau perkiraan individu yang hendak dilakukan (Mahyani Dr., 2013). Banyaknya aspek pendukung maupun sedikitnya penghambat agar mampu melakukan suatu perilaku, dapat dirasakan kontrol lebih besar atas perilaku tersebut. Seseorang akan melakukan sesuatu jika dirasa itu berdampak positif, terdapat tekanan sosial yang menjadi pilihan seseorang apakah akan melakukan hal tersebut, dia memiliki kepercayaan diri serta kesempatan untuk bersikap (Anugrah & Fitriandi, 2022). Persepsi kontrol perilaku memiliki pengaruh besar terhadap sesuatu untuk melakukan sebuah perilaku.

Uraian di atas menegaskan bahwa kewirausahaan dan minat berwirausaha merupakan fondasi penting bagi pengembangan UMKM, terutama di sektor F&B yang menjanjikan. Meskipun UMKM, khususnya di sektor F&B, menunjukkan potensi luar biasa dalam mendukung perekonomian nasional dan menciptakan lapangan kerja, masih banyak aspek terkait minat berwirausaha yang perlu dieksplorasi lebih dalam. Berdasarkan *Theory of Planned Behavior* (TPB), faktor sikap perilaku, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku memainkan peran krusial dalam mendorong individu untuk berwirausaha. Potensi yang besar tersebut belum sepenuhnya diimbangi oleh meningkatnya minat berwirausaha masyarakat, terutama di Kabupaten Jember. Banyaknya individu yang ragu dalam memulai bisnis menjadikan kondisi ini sebagai kesenjangan antara potensi dan realisasi kewirausahaan.

Sikap positif dan rasa percaya diri terhadap perilaku individu untuk lebih proaktif dan mencari tantangan merupakan ciri dari seorang wirausaha. Akan tetapi masih banyak individu atau calon pengusaha yang ragu dalam memulai usaha, hal ini mengindikasikan sikap positif terhadap kewirausahaan masih belum tertanam kuat atau konsisten dikalangan individu potensial. Norma subjektif memberikan dorongan bahwa orang-orang penting disekitarnya memberikan dukungan atau tidak dalam memulai usaha. Namun, belum jelas sejauh mana dukungan sosial yang terasa nyata ditingkat individu. Jika keraguan masih tinggi, ada kemungkinan opini dari lingkungan terdekat (keluarga, teman, panutan) belum sepenuhnya mendorong atau bahkan masih didominasi oleh kekhawatiran terhadap resiko. Persepsi kontrol perilaku berkaitan dengan keyakinan individu akan kesempatan atau hambatan yang memicu terlaksananya perilaku. Meskipun sektor F&B menyediakan banyak inovasi dan memiliki pangsa pasar tinggi, masih banyak individu yang ragu untuk mulai usahanya sendiri. Keraguan ini lah yang menjadikan seseorang ragu dengan kemampuan diri sendiri untuk mengelola resiko.

Selain kesenjangan performa dalam menjalankan usaha, terdapat perbedaan pendapat antara para peneliti yang mana menurut studi terdahulu mengenai minat berwirausaha berbasis *Theory of Planned Behavior*, muncul hasil yang tidak sama. Seperti dalam penelitian (Felya & Herlina, 2020) serta (Simanihuruk, 2020) menyatakan bahwa sikap perilaku, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha, namun penelitian lain seperti (Maullah & Rofiuddin, 2021) dan (Syabani A et al., 2024) mengemukakan bahwa sikap perilaku dan persepsi kontrol perilaku tidak selalu berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha. Ketidak konsistenan ini lah yang menandakan bahwa hubungan antara variabel-variabel dalam (TPB) belum sepenuhnya teruji pada berbagai konteks sosial dan ekonomi. Penelitian sebelumnya juga berfokus pada mahasiswa atau calon wirausaha, bukan pada pelaku UMKM aktif. Oleh karena itu, masih kurang penelitian empiris yang mengkaji secara khusus pelaku UMKM sektor *Food and Beverage* di Kabupaten Jember, yang memiliki karakteristik, tantangan, dan potensi yang berbeda dari konteks lain.

Potensi UMKM F&B yang *sustainable* belum sepenuhnya diimbangi dengan peningkatan minat berwirausaha oleh individu, dapat kita lihat masih banyak individu yang ragu untuk memulai membangun usaha. Keraguan ini diduga kuat dipengaruhi oleh seberapa positifnya sikap perilaku, seberapa kuat dukungan sosial (norma subjektif) dan

seberapa tinggi keyakinan diri (persepsi kontrol perilaku) mereka terhadap tindakan berwirausaha. Fenomena tersebut menegaskan perlu dilakukan penelitian secara empiris tentang seberapa besar pengaruh dari ketiga faktor tersebut dalam mendorong minat berwirausaha individu disektor UMKM *Food & Beverage*.

1.2 Rumusan Masalah

Dari latar belakang yang telah dijelaskan di atas, hal ini menjadi landasan untuk merumuskan masalah penelitian ini sebagai berikut :

1. Apakah sikap perilaku berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha pada UMKM *Food and Beverage* di Jember?
2. Apakah norma subjektif berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha pada UMKM *Food and Beverage* di Jember?
3. Apakah persepsi kontrol perilaku berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha pada UMKM *Food and Beverage* di Jember?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah di atas, maka dapat dikemukakan bahwa tujuan dari penelitian ini sebagai berikut :

1. Untuk menguji dan mengkonfirmasi pengaruh sikap perilaku terhadap minat berwirausaha pada UMKM *Food and Beverage* di Jember.
2. Untuk menguji dan mengkonfirmasi pengaruh norma subjektif terhadap minat berwirausaha pada UMKM *Food and Beverage* di Jember.
3. Untuk menguji dan mengkonfirmasi pengaruh persepsi kontrol perilaku terhadap minat berwirausaha pada UMKM *Food and Beverage* di Jember.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi penelitian
Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman bagi pembaca tentang faktor-faktor yang mempengaruhi minat berwirausaha seperti sikap perilaku, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku yang terdapat pada *Theory of Planned Behavior* (TPB).
2. Manfaat bagi mahasiswa dan masyarakat umum
Bagi mahasiswa dan masyarakat umum, penelitian ini bisa memberikan inspirasi dan dorongan untuk lebih memahami pentingnya faktor-faktor yang bisa mempengaruhi minat dalam berwirausaha supaya menjadi landasan dalam berwirausaha.
3. Manfaat bagi pembaca
Penelitian ini memberikan manfaat yang berguna bagi pembaca, untuk menambah wawasan mengenai *Theory of Planned Behavior* (TPB) yang membahas faktor-faktor yang dapat mempengaruhi minat berwirausaha, mulai dari faktor sikap perilaku, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku yang ketiganya saling berkaitan.