

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia memegang peran penting dalam mendukung perekonomian nasional, terutama sebagai penyerap tenaga kerja dan penggerak ekonomi rakyat di berbagai daerah (Qomariah, 2014). Pada sektor perdagangan, UMKM toko pakaian menjadi salah satu jenis usaha yang paling banyak diminati masyarakat karena kebutuhan sandang merupakan kebutuhan dasar yang selalu mengalami permintaan. Di berbagai daerah, termasuk di Pasar Pattok Asembagus, UMKM toko pakaian berkembang sebagai usaha yang dinamis dan kompetitif. Namun, perkembangan tersebut juga diiringi oleh semakin ketatnya persaingan antar pelaku usaha, baik dari UMKM sejenis maupun dari toko modern, platform online, hingga marketplace digital. Persaingan yang tinggi menuntut pelaku UMKM untuk memiliki keunggulan bersaing yang mampu mempertahankan keberlangsungan usaha di tengah perubahan tren konsumen dan transformasi digital.

Jumlah perusahaan industri skala mikro dan kecil di Jawa Timur saat ini berjumlah 824.473 (Mikro) dan 101.512 (Kecil), tentunya dari sekian banyaknya usaha ini tak luput dari hal yang namanya persaingan. Keunggulan bersaing tidak hanya ditentukan oleh jumlah modal atau besarnya skala usaha, tetapi lebih ditentukan oleh kemampuan pelaku usaha dalam menerapkan strategi yang tepat. Dalam konteks UMKM toko pakaian, keunggulan bersaing dapat tercermin melalui kemampuan menyediakan produk yang sesuai tren, harga yang kompetitif, kualitas pelayanan, serta kemampuan beradaptasi dengan kebutuhan konsumen. Namun kenyataannya, banyak pelaku UMKM di Pasar Pattok Asembagus masih menghadapi kendala seperti kurangnya pemahaman tentang strategi bersaing, lemahnya kemampuan dalam membaca peluang pasar, kurangnya inovasi produk, hingga terbatasnya keterampilan berwirausaha. Kondisi ini menyebabkan sebagian UMKM sulit bersaing secara berkelanjutan dan rentan mengalami penurunan penjualan. Saat ini, pentingnya keunggulan bersaing sangat besar (Wilaga et al., 2025). Jadi keunggulan bersaing adalah tentang bagaimana suatu perusahaan benar-benar dapat menerapkan strategi generik tersebut kedalam prakteknya. Dasarnya keunggulan bersaing berkembang dari nilai yang perusahaan mampu ciptakan untuk pembelinya. Keunggulan bersaing mungkin mengambil bentuk harga yang lebih rendah dibandingkan harga pesaing untuk manfaat yang sesuai atau penyediaan manfaat unik yang lebih sekedar mengimbangi harga premi. Aang dkk menyatakan “Mendefinisikan keunggulan bersaing adalah keunggulan terhadap pesaing yang diperoleh dengan menawarkan nilai lebih rendah maupun dengan memberikan manfaat lebih besar karena harganya lebih tinggi”(Tariq, H., Shafi, A., & Nasir, 2022). Keunggulan bersaing adalah merupakan suatu persatuan yang kuat antara keunggulan perusahaan dan efektifitas organisasi dalam mengadaptasi perubahan lingkungan. Keunggulan bersaing merupakan penjabaran kenyataan dari manajemen yang merupakan proses untuk mengidentifikasi, mengembangkan serta meletakkan keunggulan yang nyata. Segala sumber daya perusahaan yang mendukung keunggulan bersaing sering dijadikan riset untuk dijadikan dasarstrategi yang akan diterapkan dalam manajemen perusahaan.(Sharma, 2020) mengemukakan bahwa keunggulan bersaing adalah strategi untuk

menjadi lebih unggul dari pesaing. Keunggulan bersaing (*competitive advantage*) adalah jantung kinerja pemasaran untuk menghadapi persaingan.

Salah satu aspek penting yang diyakini dapat meningkatkan daya saing UMKM adalah orientasi kewirausahaan, yaitu pola pikir yang mencakup keberanian mengambil risiko, keproaktifan dalam menangkap peluang, serta kemampuan berinovasi. Orientasi kewirausahaan sebagai salah satu yang terlibat dalam inovasi produk-pasar, melakukan sedikit usaha berisiko, dan pertama kali datang dengan 'proaktif' inovasi, serta memberikan pukulan untuk mengalahkan pesaing (Mustikowati, 2018). (Frishammar & Horte, 2012) menyarankan orientasi kewirausahaan terdiri dari tiga dimensi: keinovasian, pengambilan risiko, dan proaktif. Inovatif mengacu pada suatu sikap wirausahawan untuk terlibat secara kreatif dalam proses percobaan terhadap gagasan baru yang memungkinkan menghasilkan metode produksi baru sehingga, menghasilkan produk atau jasa baru, baik untuk pasar sekarang maupun ke pasar baru (Istiawanti et al., 2025). Berani mengambil risiko merupakan sikap wirausahawan yang melibatkan kesediaannya untuk mengikat sumber daya dan berani menghadapi tantangan dengan melakukan eksploitasi atau terlibat dalam strategi bisnis dimana kemungkinan hasilnya penuh ketidakpastian. Proaktif mencerminkan kesediaan wirausaha untuk mendominasi pesaing melalui suatu kombinasi dan gerak agresif dan proaktif. Pelaku UMKM dengan orientasi kewirausahaan yang baik biasanya lebih cepat beradaptasi terhadap perubahan tren fashion, melakukan eksplorasi produk baru, serta memiliki keberanian untuk mencoba strategi penjualan yang lebih kreatif. Namun di Pasar Pattok, masih ditemukan pelaku UMKM yang menjalankan usaha hanya sebatas mempertahankan rutinitas tanpa melakukan pembaruan strategi. Hal ini menyebabkan usaha cenderung stagnan dan sulit menghadapi pesaing.

Selain orientasi kewirausahaan, faktor kompetensi berwirausaha juga menjadi determinan penting dalam membangun keunggulan bersaing. Kompetensi memainkan sebuah peran penting dalam kesuksesan usaha. Kompetensi kewirausahaan diartikan sebagai kemampuan pengusaha untuk menghadapi secara efektif sebuah situasi yang sulit dengan cara merasakan keterbatasan lingkungan bisnis dan mengaktifkan hubungan dan sumber daya internal secara khususnya (Mukhtar et al., 2020) Sedangkan menurut (Robles & Zárraga-Rodríguez, 2015) kompetensi kewirausahaan didefinisikan sebagai sifat individu, seperti pengetahuan, motif, keistimewaan, gambaran diri, peran sosial dan kemampuan, bahwa akan membuat sebuah perusahaan sukses. Beberapa kompetensi kewirausahaan dapat dipelajari melalui pendidikan formal, sedangkan kompetensi yang lain secara diam-diam dan bergantung pada karakter individu dan dibentuk selama pengalaman dalam kehidupan dan karir seseorang tersebut. Agar mencapai kesuksesan karir di dalam suatu bisnis tentunya tidaklah mudah, ada banyak hal yang harus diketahui dan dikuasai oleh pelaku bisnis tersebut. (Arini et al., 2023) menyatakan kompetensi diartikan sebagai pengetahuan, keterampilan dan kemampuan individu yang langsung berpengaruh pada kinerja. Sehingga dapat diartikan bahwa wirausaha yang sukses adalah seseorang yang memiliki ilmu pengetahuan, keterampilan dan kualitas individu yang meliputi sikap, nilai, serta tingkah laku yang diperlukan untuk melaksanakan pekerjaan atau kegiatan. Kompetensi ini mencakup pengetahuan bisnis, keterampilan mengelola usaha, kemampuan mengatur keuangan, strategi pemasaran, hingga kemampuan pelayanan pelanggan.

Faktor penting lainnya dalam meningkatkan keunggulan bersaing adalah diversifikasi ialah bentuk peningkatan usaha dengan cara memperkuat market share yang dimiliki guna meningkatkan berbagai produk yang dimiliki agar lebih beraneka ragam. Diversifikasi juga diartikan sebagai suatu kegiatan perusahaan untuk memperbesar bisnis dari produk inti yang ada di pasar ke produk lain. Diversifikasi yang dilakukan oleh sebuah perusahaan bisa dilakukan dengan cara menambah produk yang sejenis atau masih berkaitan atau mengembangkan produk yang tidak sama sekali berkaitan. diversifikasi ialah strategi yang meluaskan suatu produk yang baru ke dalam pasar yang baru. Menurut (Yohanes et al., 2020) diversifikasi produk ialah upaya penganekaragaman produk melalui pengembangan produk baru atau mengembangkan produk yang sudah ada yang dilakukan oleh perusahaan untuk meningkatkan penjualan. Diversifikasi produk merupakan sebuah tindakan atau upaya pihak perusahaan terhadap produk atau pasar baru melalui pencarian dan pengembangan, baik itu salah satu atau seluruhnya, dalam rangka meraih perkembangan perusahaan, peningkatan penjualan, profitabilitas, dan fleksibilitas (Yohanes et al., 2020). Pelaku UMKM yang mampu mediversifikasi produk akan lebih mudah menarik perhatian konsumen, memperluas segmen pasar.

Keunggulan bersaing penting bagi pelaku UMKM untuk memastikan usaha dapat bertahan jangka panjang. Pada era ketidakpastian ekonomi dan perubahan pola konsumsi yang semakin cepat, kemampuan UMKM dalam mengembangkan keunggulan bersaing menjadi kunci keberhasilan. Pasar Pattok Asembagus sebagai salah satu pusat perdagangan lokal memiliki dinamika kompetisi yang cukup tinggi. UMKM yang mampu menggabungkan orientasi kewirausahaan, kompetensi berwirausaha, dan diversifikasi produk secara optimal akan memiliki peluang lebih besar untuk bertahan dan tumbuh dibanding UMKM yang hanya bergantung pada rutinitas bisnis. Dengan demikian, penelitian mengenai pengaruh ketiga faktor tersebut menjadi sangat penting dilakukan. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Mil'atul., et al, (2023) dan Viana & Aris (2018) menyatakan bahwa orientasi kewirausahaan berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing, penelitian yang dilakukan oleh (Candra & Nisa, 2023) menyatakan bahwa diversifikasi produk berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing dan penelitian yang dilakukan oleh (Safitri, 2025) menyatakan bahwa diversifikasi produk berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing.

Tabel 1.1
Jumlah UMKM Berdasarkan Sektor Di Kabupaten Situbondo

No.	Jenis Sektor	Jumlah UMKM
1.	Industri Pengolahan	14 Unit
2.	Jasa-Jasa	713 Unit
3.	Perdagangan	3.753 Unit
4.	Persewaan	2 Unit
5.	Pertanian	34 Unit
6.	Peternakan	66 Unit
Jumlah		4.582 Unit

Sumber: Diskoperindag Kabupaten Situbondo, 2024

Berdasarkan data pada Tabel 1.1, sektor perdagangan menjadi salah satu sektor dengan jumlah pelaku usaha terbanyak, yaitu mencapai 3.753 unit UMKM. Dari sektor perdagangan tersebut, subsektor fashion atau pakaian merupakan salah satu jenis usaha yang cukup diminati karena produk sandang merupakan kebutuhan primer yang terus mengalami permintaan. Fokus penelitian ini diarahkan pada UMKM toko pakaian yang beroperasi di Kecamatan Asembagus, khususnya yang berada di kawasan Pasar Pattok. Pada wilayah ini tercatat terdapat 35 UMKM toko pakaian yang aktif menjalankan kegiatan usahanya dan menjadi bagian dari dinamika perdagangan lokal.

Perkembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kabupaten Situbondo menunjukkan dinamika yang kompleks dan terus mengalami perubahan dari waktu ke waktu. UMKM sebagai salah satu pilar penting pembangunan ekonomi daerah memiliki peranan strategis dalam menciptakan lapangan kerja, meningkatkan pendapatan masyarakat, serta mendorong pertumbuhan ekonomi lokal. Di Kabupaten Situbondo, UMKM tersebar pada berbagai sektor usaha yang masing-masing memiliki karakteristik serta potensi pengembangan yang berbeda sesuai dengan kondisi sosial, ekonomi, dan kebutuhan masyarakat setempat.

Meskipun industri fashion secara global dan nasional berkembang dengan sangat cepat, UMKM toko pakaian di Pasar Pattok Asembagus mampu mempertahankan keberadaannya dengan pangsa pasar, pola konsumsi, dan preferensi konsumen yang khas. Namun demikian, keberlanjutan usaha tersebut tidak terlepas dari berbagai tantangan. Sebagian besar pelaku UMKM di sektor ini masih menjalankan usaha secara turun-temurun, tanpa dukungan pendidikan formal di bidang manajemen bisnis atau pemasaran. Minimnya kompetensi kewirausahaan menyebabkan pelaku usaha menghadapi kesulitan dalam mengelola usaha secara sistematis dan profesional. Beberapa permasalahan operasional yang sering muncul antara lain lemahnya sistem pencatatan keuangan, pengelolaan stok barang yang belum efektif, strategi promosi yang masih sederhana, serta kurangnya kemampuan dalam membaca perubahan tren pasar. Kondisi ini tidak hanya berdampak pada stabilitas usaha, tetapi juga membatasi kemampuan UMKM untuk tumbuh dan bersaing di tengah persaingan yang semakin ketat, baik dari sesama UMKM maupun dari toko modern dan platform perdagangan digital. Dengan demikian, meskipun UMKM toko pakaian di Pasar Pattok Asembagus menunjukkan kemampuan bertahan yang baik secara historis, peningkatan kompetensi manajerial, pemasaran, dan inovasi sangat diperlukan agar pelaku usaha mampu menyesuaikan diri dengan dinamika industri fashion yang terus berkembang. Penguatan kapasitas pelaku UMKM diharapkan dapat mendukung terciptanya daya saing yang lebih berkelanjutan dan memberikan kontribusi signifikan terhadap perekonomian daerah.

Tabel 1.2
Hasil Observasi Permasalahan UMKM Toko Pakaian di Pasar Pattok Asembagus
Tahun 2022-2024

No	Variabel / Aspek	Indikator Permasalahan	2022 (Unit/%)	2023 (Unit/%)	2024 (Unit/%)	Indikasi Masalah
1	Orientasi Kewirausahaan	UMKM jarang melakukan inovasi produk	22 (62,9%)	23 (65,7%)	24 (68,6%)	Tingkat inovasi masih rendah
		UMKM tidak proaktif mengikuti tren pasar	20 (57,1%)	21 (60,0%)	23 (65,7%)	Respons pasar lambat
		UMKM enggan mengambil risiko usaha baru	21 (60,0%)	22 (62,9%)	22 (62,9%)	Keberanian risiko rendah
2	Kompetensi Berwirausaha	UMKM tanpa pencatatan keuangan rapi	25 (71,4%)	24 (68,6%)	23 (65,7%)	Manajemen keuangan lemah
		UMKM dengan pengelolaan stok tidak terencana	23 (65,7%)	23 (65,7%)	22 (62,9%)	Manajemen stok belum efektif
		UMKM dengan kemampuan pemasaran terbatas	22 (62,9%)	23 (65,7%)	24 (68,6%)	Pemasaran belum optimal
3	Diversifikasi Produk	UMKM dengan variasi produk terbatas	24 (68,6%)	25 (71,4%)	26 (74,3%)	Produk homogen
		UMKM tidak mengikuti tren fashion terbaru	23 (65,7%)	24 (68,6%)	25 (71,4%)	Tertinggal tren
4	Keunggulan Bersaing	UMKM dengan penjualan stagnan/menurun	20 (57,1%)	22 (62,9%)	23 (65,7%)	Daya saing lemah
		UMKM dengan loyalitas pelanggan rendah	19 (54,3%)	20 (57,1%)	21 (60,0%)	Hubungan pelanggan kurang baik

Sumber : Data Primer diolah, Januari 2026

Berdasarkan Tabel 1.2, terlihat bahwa lebih dari 50% UMKM toko pakaian di Pasar Pattok Asembagus mengalami berbagai permasalahan utama selama periode 2022–2024.

Permasalahan tersebut meliputi rendahnya orientasi kewirausahaan, lemahnya kompetensi berwirausaha, serta belum optimalnya diversifikasi produk. Kondisi ini berdampak pada keunggulan bersaing UMKM, yang tercermin dari meningkatnya jumlah UMKM dengan penjualan stagnan atau menurun serta rendahnya loyalitas pelanggan.

Berdasarkan uraian tersebut, diperlukan penelitian yang secara lebih mendalam menganalisis pengaruh orientasi kewirausahaan, kompetensi berwirausaha, dan diversifikasi produk terhadap keunggulan bersaing pada pelaku UMKM toko pakaian di Pasar Pattok. Penelitian ini diharapkan mampu memberikan gambaran empiris mengenai sejauh mana ketiga variabel tersebut mempengaruhi daya saing UMKM, sekaligus memberikan rekomendasi strategi yang dapat digunakan pelaku usaha untuk meningkatkan keberlangsungan dan perkembangan usaha di masa mendatang. Penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi acuan bagi pihak terkait, baik pemerintah, pengelola pasar, maupun lembaga pelatihan UMKM, dalam merancang program peningkatan kapasitas pelaku UMKM secara lebih terarah dan efektif.

1.2 Rumusan Masalah

Keunggulan bersaing merupakan penjabaran kenyataan dari manajemen yang merupakan proses untuk mengidentifikasi, mengembangkan serta meletakkan keunggulan yang nyata. Segala sumber daya perusahaan yang mendukung keunggulan bersaing sering dijadikan riset untuk dijadikan dasarstrategi yang akan diterapkan dalam manajemen perusahaan . (Sharma, 2020)mengemukakan bahwa keunggulan bersaing adalah strategi untuk menjadi lebih unggul dari pesaing. Keunggulan bersaing (*competitive advantage*) adalah jantung kinerja pemasaran untuk menghadapi. Dari fenomena yang telah dipaparkan maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut :

1. Apakah orientasi kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing pada pelaku UMKM toko pakaian di Pasar Pattok Asembagus?
2. Apakah kompetensi berwirausaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing pada pelaku UMKM toko pakaian di Pasar Pattok Asembagus?
3. Apakah diversifikasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing pada pelaku UMKM toko pakaian di Pasar Pattok Asembagus?
4. Apakah orientasi kewirausahaan, kompetensi berwirausaha, dan diversifikasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing pada pelaku UMKM toko pakaian di Pasar Pattok Asembagus secara simultan?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan, maka tujuan penelitian dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk menganalisis pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap keunggulan bersaing pelaku UMKM toko pakaian di Pasar Pattok Asembagus.
2. Untuk menganalisis pengaruh kompetensi berwirausaha terhadap keunggulan bersaing pelaku UMKM toko pakaian di Pasar Pattok Asembagus.
3. Untuk menganalisis pengaruh diversifikasi produk terhadap keunggulan bersaing pelaku UMKM toko pakaian di Pasar Pattok Asembagus.

4. Untuk menganalisis pengaruh orientasi kewirausahaan, kompetensi berwirausaha dan diversifikasi produk terhadap keunggulan bersaing pelaku UMKM toko pakaian di Pasar Pattok Asembagus secara simultan.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan harapan dapat memberikan manfaat di masa depan, yakni:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi pada pengembangan ilmu pengetahuan di bidang manajemen, khususnya manajemen pemasaran dan kewirausahaan. Hasil penelitian dapat memperkaya literatur terkait hubungan orientasi kewirausahaan, kompetensi berwirausaha, inovasi produk, dan keunggulan bersaing, serta menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi Pelaku UMKM

Memberikan gambaran strategi apa yang perlu diperkuat, baik dalam orientasi kewirausahaan, kompetensi, maupun diversifikasi produk untuk meningkatkan daya saing.

- b. Bagi Universitas

Hasil riset diharapkan bisa digunakan untuk referensi dan memberikan sumbangan konseptual bagi peneliti sejenis maupun civitas akademik lainnya dalam rangka mengembangkan penelitian tentang pengaruh orientasi kewirausahaan, kompetensi berwirausaha dan diversifikasi produk terhadap keunggulan bersaing pada pelaku UMKM.