

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di tengah era persaingan global yang intens, keberhasilan wirausaha menjadi krusial untuk memacu pertumbuhan ekonomi, terutama pada usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Kewirausahaan berperan vital dalam mendorong ekspansi ekonomi dan memperkuat modal sosial masyarakat. Hal ini diwujudkan melalui penciptaan lapangan kerja, penyediaan bahan baku, peningkatan ketersediaan modal, inovasi teknik baru, serta penemuan sumber daya alam yang belum dimanfaatkan. Di Indonesia, UMKM merupakan fondasi ekonomi yang kuat, memberikan kontribusi signifikan terhadap penyerapan tenaga kerja dan produk domestik bruto (PDB) negara. UMKM terbukti berperan signifikan terhadap penciptaan lapangan kerja, peningkatan pendapatan masyarakat, serta pemerataan perekonomian nasional. Data Kementerian Koperasi dan UMKM (2024) menunjukkan bahwa UMKM menyumbang 61,9% terhadap PDB nasional dan menyerap lebih dari 97% tenaga kerja Indonesia. Dengan kontribusi yang besar tersebut, keberhasilan UMKM menjadi faktor penentu bagi ketahanan ekonomi Indonesia, terutama di tengah dinamika pasar dan perubahan perilaku konsumen. Namun daya saing UMKM sering kali terbatas oleh berbagai kendala seperti modal, manajemen keuangan yang tidak efektif, dan kemampuan inovasi serta berbagai faktor lainnya yang menghambat seseorang untuk membuka usaha. Dalam industri kue kering kreativitas dan inovasi sangatlah penting untuk menghadapi perubahan pasar yang cepat. Konsumen saat ini lebih menyukai produk yang menawarkan nilai tambah, baik dari segi cita rasa unik, desain kemasan menarik, maupun kualitas layanan. Oleh karena itu, para pelaku UMKM di sektor ini dituntut untuk secara konsisten mengembangkan gagasan baru yang tidak hanya memikat pelanggan tetapi juga sesuai dengan permintaan pasar yang berkembang. Perkembangan UMKM di Kabupaten Jember menunjukkan peningkatan jumlah unit usaha setiap tahun, termasuk pada sektor pangan olahan seperti kue kering yang tersebar di Kecamatan Kaliwates.

Menurut Dinas Koperasi dan UMKM Jember (2024), subsektor makanan masih mendominasi komposisi UMKM dan menjadi penopang ekonomi lokal. Di Kabupaten Jember, perkembangan UMKM menunjukkan tren peningkatan setiap tahun. Berdasarkan Data Dinas Koperasi dan UMKM Jember (2024), terdapat 23.460 unit UMKM aktif, dengan subsektor makanan dan minuman sebagai penyumbang terbesar. Namun, hasil observasi lapangan menunjukkan bahwa sebagian besar pelaku usaha kue kering di Kaliwates menghadapi stagnasi penjualan akibat persaingan yang ketat dan perubahan perilaku konsumen yang kini lebih banyak beralih ke platform digital. Fenomena ini menunjukkan bahwa kemampuan pelaku usaha dalam mengelola bisnis, memperbarui produk, dan memanfaatkan teknologi pemasaran menjadi aspek yang semakin penting dalam menentukan kinerja usaha. Di sektor ini dituntut mengembangkan gagasan baru yang tidak hanya memikat pelanggan tetapi juga sesuai dengan permintaan pasar yang berkembang. Banyak UMKM di Jember yang masih bergantung pada pasar dalam negeri dan belum mampu memperluas jangkauan nasional maupun internasional. Branding tidak hanya sekadar membuat produk menjadi menarik, tetapi juga mencerminkan kualitas dan nilai produk tersebut. Berdasarkan permasalahan tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah pengaruh kompetensi kewirausahaan, inovasi dan *Digital Marketing*.

Tabel 1. 1 Rekapitulasi UMKM di Kabupaten Jember

No	Kecamatan	Jumlah UMKM
1	Ajung	6.592
2	Ambulu	10.476
3	Arjasa	2.922
4	Balung	5.371
5	Bangsalsari	8.621
6	Gumukmas	4.373
7	Jelbuk	2.239
8	Jenggawah	5.687
9	Jombang	5.914
10	Kalisat	7.010
11	Kaliwates	23.405
12	Kencong	7.366
13	Ledokombo	4.710
14	Mayang	3.959
15	Mumbulsari	4.451
16	Pakusari	3.836
17	Panti	5.259
18	Patrang	15.493
19	Puger	10.745
20	Rambipuji	6.933
21	Semboro	3.586
22	Silo	5.378
23	Sukorambi	3.693
24	Sukowono	4.051
25	Sumberbaru	4.894
26	Sumberjambe	3.620
27	Sumbersari	25.710
28	Tanggul	6.462
29	Tempurejo	4.461
30	Umbulsari	5.836
31	Wuluhan	6.844

Sumber : Dinas Koperasi dan UMKM Kab. Jember

https://diskopukm.jatimprov.go.id/public/uploads/1616033874_Data%20UKM%20Update.pdf

Dari tabel 1.1 Berdasarkan data jumlah Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kabupaten Jember yang tersebar pada 31 kecamatan, terlihat bahwa aktivitas kewirausahaan di wilayah ini berkembang cukup pesat. Total UMKM tersebar tidak merata, dengan konsentrasi usaha yang lebih tinggi di wilayah perkotaan dibandingkan kecamatan lain yang bersifat semi-perdesaan. Kecamatan Summersari menempati posisi tertinggi dengan jumlah UMKM sebanyak 25.710 UMKM, diikuti oleh Kecamatan Kaliwates sebanyak 23.460 UMKM, dan Kecamatan Patrang sebesar 15.493 UMKM.



Gambar 1. 1 Jumlah UMKM di Kecamatan Kaliwates Kabupaten Jember

Sumber : Dinas Koperasi dan UMKM Kab. Jember

https://diskopukm.jatimprov.go.id/public/uploads/1616033874_Data%20UMKM%20Update.pdf

Dari Gambar di atas Kecamatan Kaliwates Mempunyai jumlah UMKM yang mencapai 23.405 UMKM mencerminkan peran strategis wilayah ini sebagai pusat perdagangan, jasa, dan konsumsi masyarakat. Banyaknya UMKM di Kaliwates menuntut para pelaku usaha untuk memiliki kompetensi kewirausahaan yang memadai, seperti kemampuan mengelola usaha, mengambil keputusan, membaca peluang pasar, dan mengelola risiko agar dapat bertahan dan berkembang di tengah persaingan yang ketat. Selain itu, tingginya jumlah UMKM juga menuntut pelaku usaha untuk terus melakukan inovasi produk, terutama pada sektor usaha makanan seperti UMKM kue kering. Inovasi dalam rasa, bentuk, kemasan, maupun variasi produk menjadi faktor penting untuk menarik minat konsumen dan meningkatkan daya saing usaha, khususnya di wilayah dengan tingkat persaingan yang tinggi seperti Kaliwates. Perkembangan teknologi dan perubahan perilaku konsumen turut mendorong pentingnya penerapan digital marketing dalam kegiatan usaha. Pelaku UMKM di Kecamatan Kaliwates dituntut untuk mampu memanfaatkan media digital, seperti media sosial dan marketplace, sebagai sarana promosi dan pemasaran produk kue kering agar dapat menjangkau pasar yang lebih luas serta meningkatkan volume penjualan.

Tabel 1. 2 Hasil pra-survei konsumen UMKM Kue Kering di Kaliwates
Pra Survei Kompetensi Kewirausahaan (X1)

Pernyataan	Ya	Tidak
Memiliki pencatatan keuangan rutin	40%	60%
Membuat perencanaan usaha tahunan	33%	67%
Pernah mengikuti pelatihan kewirausahaan	27%	73%
Mampu menghitung laba bersih secara tepat	47%	53%

Pra Survei Inovasi Produk (X2)

Pernyataan	Ya	Tidak
Menambah varian rasa setiap tahun	53%	47%
Mengubah desain kemasan dalam 2 tahun terakhir	40%	60%
Mengubah desain kemasan dalam 2 tahun terakhir	33%	67%
Memiliki produk unggulan yang berbeda dari pesaing	47%	53%

Pra Survei Digital Marketing (X3)

Pernyataan	Ya	Tidak
Menggunakan Instagram/Whatsaap untuk promosi	60%	40%
Menggunakan marketplace (Shopee/Tokopedia)	27%	73%
Membuat konten promosi secara rutin	33%	67%
Pernah menggunakan iklan berbayar (Ads)	13%	87%

Pra Survei Kinerja Usaha (Y1)

Pernyataan	Naik	Tetap	Turun
Penjualan 1 tahun terakhir	40%	33%	27%
Jumlah pelanggan	47%	27%	26%
Laba usaha	33%	27%	27%

Sumber: <https://diskopum.jemberkab.go.id/pages/data-koperasi-dan-umkm>

Berdasarkan pra survei yang dilakukan terhadap 15 pelaku usaha kue kering di Kecamatan Kaliwates pada Januari 2026, ditemukan sejumlah fenomena yang mengindikasikan adanya permasalahan mendasar dalam pengelolaan usaha. Sebanyak 60% pelaku usaha mengaku belum memiliki sistem pencatatan keuangan yang tertib dan terstruktur. Sebagian besar responden masih mencampurkan keuangan pribadi dengan keuangan usaha, sehingga sulit mengukur laba bersih, arus kas, maupun tingkat efisiensi operasional. Kondisi ini menunjukkan bahwa aspek kompetensi manajerial, khususnya dalam pengelolaan keuangan, masih belum optimal. Selain itu, 73% responden belum pernah mengikuti pelatihan kewirausahaan, baik yang diselenggarakan oleh pemerintah daerah, lembaga swasta, maupun komunitas bisnis. Minimnya akses terhadap pelatihan ini berpotensi menghambat peningkatan kapasitas pelaku usaha dalam membaca peluang pasar, mengembangkan strategi bisnis, serta mengantisipasi risiko usaha. Hal ini mengindikasikan bahwa penguatan kompetensi kewirausahaan masih menjadi kebutuhan utama bagi pelaku UMKM kue kering di wilayah tersebut. Dari aspek inovasi produk, sebanyak 67% pelaku usaha belum secara konsisten mengikuti tren pasar dalam pengembangan produknya. Mayoritas responden cenderung mempertahankan varian rasa dan model kemasan yang sama selama beberapa tahun tanpa pembaruan signifikan. Inovasi yang dilakukan masih bersifat insidental, biasanya hanya pada momen tertentu seperti hari raya. Kurangnya riset pasar dan keterbatasan wawasan terhadap preferensi konsumen menyebabkan produk yang ditawarkan kurang memiliki diferensiasi dibandingkan pesaing. Pada aspek digital marketing, ditemukan bahwa 73% pelaku usaha belum memanfaatkan marketplace sebagai sarana pemasaran. Sebagian besar masih

mengandalkan metode pemasaran konvensional seperti penjualan langsung di toko, titip jual, atau promosi dari mulut ke mulut. Meskipun beberapa pelaku usaha telah menggunakan media sosial, penggunaannya belum terintegrasi secara strategis dan belum memaksimalkan fitur promosi digital seperti iklan berbayar atau optimasi konten. Rendahnya literasi digital menjadi salah satu faktor yang membatasi perluasan jangkauan pasar. Akumulasi dari berbagai keterbatasan tersebut berdampak pada kondisi kinerja usaha. Pra survei menunjukkan bahwa 33% responden menyatakan penjualannya cenderung stagnan dalam satu tahun terakhir, sementara 27% bahkan mengalami penurunan. Hanya sebagian kecil yang mengalami peningkatan signifikan. Stagnasi ini tidak hanya tercermin dari volume penjualan, tetapi juga dari pertumbuhan jumlah pelanggan dan tingkat keuntungan usaha. Temuan pra survei ini memperlihatkan adanya kesenjangan antara potensi pasar UMKM di Kecamatan Kaliwates yang cukup besar dengan kapasitas internal pelaku usaha dalam mengelola dan mengembangkan bisnisnya. Oleh karena itu, diperlukan kajian empiris yang lebih mendalam untuk menganalisis sejauh mana kompetensi kewirausahaan, inovasi produk, dan digital marketing berpengaruh terhadap kinerja usaha kue kering di Kecamatan Kaliwates, sehingga dapat dirumuskan strategi peningkatan kinerja yang lebih tepat sasaran.

Dengan jumlah UMKM yang besar dan persaingan usaha yang ketat di Kecamatan Kaliwates, maka kinerja usaha menjadi indikator penting dalam menilai keberhasilan pelaku UMKM kue kering. Kinerja usaha tidak hanya dilihat dari peningkatan penjualan, tetapi juga dari pertumbuhan pelanggan, efisiensi operasional, dan keberlanjutan usaha. Oleh karena itu, penelitian mengenai pengaruh kompetensi kewirausahaan, inovasi produk, dan digital marketing terhadap kinerja usaha kue kering di Kecamatan Kaliwates Kabupaten Jember menjadi relevan dan penting untuk dilakukan sebagai upaya memberikan kontribusi akademis dan praktis bagi pengembangan UMKM. Dalam konteks usaha kue kering di Kaliwates, banyak pelaku usaha masih bertumpu pada keterampilan produksi tanpa diimbangi kemampuan manajerial serta strategi pengembangan usaha yang memadai. Keterbatasan ini berdampak pada pengelolaan keuangan, strategi pemasaran, dan kualitas layanan, sehingga menghambat peningkatan kinerja usaha mereka. Untuk menghadapi persaingan tersebut, kompetensi kewirausahaan menjadi salah satu faktor yang perlu diperhatikan. Berbagai penelitian seperti (Al-Atsari et al., 2025) menunjukkan bahwa kompetensi kewirausahaan memiliki pengaruh signifikan terhadap kinerja usaha. Kompetensi tersebut mencakup kemampuan manajerial, kemampuan mengambil risiko, keterampilan pengelolaan keuangan, hingga kecakapan dalam membaca peluang pasar. Penegasan ini sejalan dengan pandangan (Chusumastuti et al., 2023) yang menjelaskan bahwa kompetensi kewirausahaan merupakan determinan utama dalam keberhasilan sebuah usaha kecil. Dalam konteks usaha kue kering di Kaliwates, rendahnya kompetensi kewirausahaan berdampak pada ketidakmampuan pelaku usaha beradaptasi dengan perubahan kebutuhan konsumen serta perkembangan teknologi pemasaran.

Inovasi produk menjadi faktor kunci dalam pengembangan usaha karena dapat memberikan nilai tambah yang membedakan produk dari pesaing. Salah satu faktor penting yang turut menentukan keberhasilan usaha adalah inovasi, yang berkontribusi dalam meningkatkan pencapaian bisnis. Inovasi merujuk pada kemampuan untuk

mengimplementasikan solusi kreatif guna mengatasi tantangan yang dihadapi dalam kegiatan usaha. Inovasi yang dilakukan pelaku usaha kue kering dapat berupa variasi rasa, kemasan, atau metode produksi yang efisien sehingga mampu menarik minat konsumen lebih luas. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa inovasi produk UMKM berpengaruh positif terhadap kinerja usaha dan digital marketing juga berkontribusi pada peningkatan inovasi tersebut. Inovasi produk memegang peran penting dalam meningkatkan daya saing UMKM. (Luwih et al., 2025) menjelaskan bahwa inovasi produk dapat berupa pengembangan varian rasa, perbaikan kualitas, maupun pembaruan desain kemasan untuk menarik minat konsumen. Survei awal pada beberapa pelaku usaha kue kering di Kaliwates menunjukkan bahwa inovasi masih berjalan sporadis dan tidak berkelanjutan karena keterbatasan modal, minimnya wawasan inovatif, serta kurangnya pengetahuan terhadap tren pasar. Kondisi ini menyebabkan banyak produk kue kering kurang mampu bersaing dengan merek lain yang lebih modern dan memiliki diferensiasi yang jelas. Inovasi produk juga menjadi aspek penting yang menentukan keberlanjutan sebuah usaha. Inovasi tidak hanya berupa penciptaan produk baru, melainkan juga pengembangan produk yang sudah ada agar memiliki nilai tambah dan daya tarik lebih tinggi. Penelitian (Zahra et al., 2019) menemukan bahwa inovasi pada varian rasa, pengemasan, dan legalitas produk dapat meningkatkan daya saing dan stabilitas penjualan usaha kue kering meningkatkan nilai diferensiasi sehingga usaha dapat bertahan dalam persaingan. Kondisi ini menunjukkan bahwa pelaku usaha kue kering di Kaliwates perlu meningkatkan kreativitas dalam mengembangkan produk untuk menghadapi kompetitor yang semakin variatif. Selain kompetensi dan inovasi, menegaskan Inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan orientasi pasar berpengaruh positif dan signifikan dan media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja usaha UMKM.

Digital *marketing* merupakan strategi pemasaran yang memanfaatkan teknologi informasi dan internet untuk mempromosikan produk secara lebih luas dan efisien. Penggunaan digital marketing di usaha kue kering memberikan kemudahan dalam mencapai target pasar, mengurangi biaya pemasaran, serta meningkatkan interaksi dengan konsumen. Banyak UMKM yang mengalami peningkatan kinerja pemasaran. Setelah mengimplementasikan strategi digital marketing secara optimal. Dalam era digital, pergeseran perilaku konsumen mengarah pada penggunaan media sosial dan marketplace sebagai sarana utama mencari informasi produk. membuktikan bahwa digital marketing berpengaruh positif terhadap peningkatan penjualan UMKM, termasuk pada usaha makanan ringan. (Chaffey & Ellis Chadwick, 2019) juga menjelaskan bahwa digital marketing mampu memperluas jangkauan pasar secara signifikan melalui konten visual, promosi interaktif, dan komunikasi berbasis platform digital. Observasi lapangan menunjukkan bahwa pelaku usaha kue kering di Kaliwates masih banyak yang mengandalkan metode pemasaran tradisional. Akibatnya, keterbatasan jangkauan pasar membuat usaha kurang berkembang secara optimal. Meski demikian, banyak usaha kue kering di Kaliwates belum memanfaatkan platform digital secara optimal. Sebagian besar pelaku usaha masih mengandalkan promosi dari mulut ke mulut, penjualan offline, atau jejaring sosial konvensional. Menurut (Verhoef et al., 2021)

menunjukkan bahwa rendahnya literasi digital menjadi penyebab utama UMKM tidak mampu memaksimalkan peluang pasar melalui media sosial dan marketplace.

Dalam beberapa tahun terakhir, Indonesia telah mencatat peningkatan substansial jumlah pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. Peningkatan ini sangat terasa khususnya di UMKM kue kering. Fenomena ini berkontribusi pada rendahnya kinerja usaha, terutama pada aspek pertumbuhan pelanggan dan penjualan. Berdasarkan fenomena tersebut, jelas bahwa Urgensi penelitian ini didasari oleh kebutuhan mendesak UMKM khususnya usaha kue kering di Kaliwates untuk mengoptimalkan kompetensi kewirausahaan dan pemasaran digital yang menjadi faktor penentu keberhasilan usaha. Selain itu, penelitian ini dapat memberikan rekomendasi strategis bagi pelaku usaha dan pemangku kebijakan dalam meningkatkan kinerja usaha melalui inovasi produk dan pemasaran digital. terdapat hubungan penting antara kompetensi kewirausahaan, inovasi produk, dan digital marketing terhadap pencapaian kinerja usaha. Penelitian ini juga memiliki kontribusi akademis dengan mengintegrasikan tiga variabel penting yang saling berkaitan yaitu kompetensi kewirausahaan, inovasi produk, dan digital marketing terhadap kinerja usaha. Studi terdahulu yang relevan yang dilakukan pada UMKM makanan ringan dan usaha serupa mendukung pentingnya kajian ini sebagai acuan untuk mengembangkan model pengembangan usaha yang efektif. Dengan demikian, penelitian ini akan memberikan gambaran empiris yang bermanfaat bagi pengembangan usaha kue kering di Kaliwates serta literatur keilmuan di bidang kewirausahaan dan pemasaran digital. Pendekatan ini diharapkan dapat membantu pelaku usaha untuk merumuskan strategi yang tepat sasaran dalam menghadapi dinamika pasar dan teknologi yang terus berkembang. Seiring dengan meningkatnya intensitas persaingan di kalangan para pelaku usaha UMKM

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, muncul rumusan masalah yang harus dipecahkan. Maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah kompetensi kewirausahaan berpengaruh terhadap kinerja usaha UMKM kue kering di Kecamatan Kaliwates, Kabupaten Jember?
2. Apakah inovasi produk berpengaruh terhadap kinerja usaha UMKM kue kering di Kecamatan Kaliwates, Kabupaten Jember?
3. Apakah *digital marketing* berpengaruh terhadap kinerja usaha UMKM kue kering di Kecamatan Kaliwates, Kabupaten Jember?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh kompetensi kewirausahaan terhadap kinerja UMKM kue kering di Kecamatan Kaliwates Kabupaten Jember.
2. Untuk mengetahui pengaruh inovasi produk terhadap kinerja UMKM kue kering di Kecamatan Kaliwates Kabupaten Jember.
3. Untuk mengetahui pengaruh digital marketing terhadap kinerja UMKM kue kering di Kecamatan Kaliwates Kabupaten Jember.

1.4 Manfaat Penelitian

Pelaksanaan studi ini diharapkan membawa keuntungan bagi beberapa pihak, antara lain:

1. Manfaat Bagi Pelaku

Penelitian ini menawarkan kontribusi praktis langsung kepada para pengusaha kue kering di Kecamatan Kaliwates, Kabupaten Jember. Temuan penelitian ini dapat berfungsi sebagai landasan bagi para pengusaha untuk mengevaluasi tingkat kompetensi kewirausahaan mereka, kapasitas inovasi produk, serta penerapan strategi pemasaran digital.

2. Manfaat Bagi Penulis

Penelitian ini menawarkan manfaat bagi penulis sebagai instrumen untuk mempertajam kapabilitas analitis, metodologis, serta praktis di bidang kewirausahaan dan pemasaran. Dalam perjalanan proses penelitian, penulis memperoleh wawasan mendalam terkait peran kompetensi kewirausahaan, inovasi produk, dan pemasaran digital dalam mendorong peningkatan performa usaha kecil, khususnya pada sektor industri kue kering.

3. Manfaat Bagi Universitas

Penelitian ini memberikan sumbangan bagi universitas sebagai komponen integral dalam kemajuan ilmu pengetahuan serta penguatan standar akademik institusi. Temuan penelitian berpotensi berfungsi sebagai salah satu sumber referensi ilmiah yang memperkaya arsip penelitian di lingkungan universitas, terutama dalam bidang kajian kewirausahaan dan pengembangan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM).

