

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Menurut Agata, Suhartini, and Widoretno (2021), secara keseluruhan, kehadiran usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di negara-negara sedang berkembang berperan sebagai fondasi utama bagi perekonomian suatu bangsa. UMKM ini terbukti efektif dalam mendorong aktivitas ekonomi nasional serta menurunkan tingkat pengangguran. Meskipun UMKM menghadapi berbagai hambatan, mereka tetap bisa berkompetisi dengan entitas bisnis lainnya. Bahkan ketika kondisi ekonomi memburuk dan perusahaan besar berisiko kolaps, UMKM sering kali mampu bertahan. Hal ini menunjukkan daya tahan UMKM yang sejati. Daya tahan tersebut berasal dari penerapan pandangan wirausaha (*entrepreneurial visions*) yang memungkinkan mereka mengembangkan bisnis, mencapai pertumbuhan, dan meningkatkan keuntungan.

Kini, kemajuan UMKM dalam memperbaiki performa perusahaan sangat bergantung pada kemampuan wirausaha dari pemiliknya. Hanya pemilik dengan orientasi kewirausahaan yang solid yang dapat mendorong kemajuan bisnis. Jika pemilik gagal mempertahankan kekuatannya menghadapi tantangan, hal itu bisa menurunkan produktivitas dan menyebabkan kegagalan perusahaan. Faktor-faktor yang mendukung kesuksesan wirausaha dapat diidentifikasi melalui aspek lingkungan, sifat pribadi, sasaran, modal manusia, dan pendekatan strategis. Penelitian oleh Ismail and Pahrul (2025), mengungkapkan bahwa kondisi bisnis berpengaruh besar terhadap hasil usaha atau keberhasilan bisnis. Semakin kondusif lingkungan bisnis, semakin baik pula performa usaha. Oleh sebab itu, di tengah era globalisasi mendatang, ketergantungan perusahaan pada orientasi wirausaha pemilik harus didukung oleh kemampuan merancang dan menjalankan strategi dengan efektif. Strategi dianggap sebagai tanggapan perusahaan, baik jangka pendek maupun panjang, terhadap tantangan dan kesempatan dari perubahan lingkungan. Perusahaan menerapkan strategi untuk menarik pelanggan baru dan mengantisipasi perubahan. Tanpa strategi yang sesuai, perusahaan akan kesulitan bertahan dalam kompetisi (Knight, 2000). Dari sini muncul kebutuhan bagi perusahaan untuk menyusun strategi pemasaran yang solid. Perusahaan harus menciptakan strategi pemasaran yang inovatif dan sesuai dengan dinamika lingkungan. Persaingan saat ini berbeda dari masa lalu, sehingga program pemasarannya perlu disesuaikan. Inovasi dalam merancang program pemasaran adalah kunci keberhasilan di era globalisasi. Dengan demikian, kemajuan perusahaan dalam meningkatkan performanya bergantung pada orientasi wirausaha serta kemampuan menyusun program pemasaran yang inovatif.

Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) yang semata-mata bergantung pada semangat wirausaha pemiliknya tanpa didukung oleh kemampuan merancang program pemasaran inovatif akan kesulitan berkembang, sebab mereka hanya memiliki pandangan jauh ke depan namun kurang strategi pendukung. Sebaliknya, kemampuan menciptakan program pemasaran yang inovatif akan sulit tercapai jika tidak dibarengi dengan kemampuan mengenali tantangan nyata yang dihadapi. Istinganah and Widiyanto (2020) menekankan signifikansi orientasi wirausaha serta adanya program pemasaran sebagai entitas terpadu yang mendukung keberhasilan bisnis, khususnya bagi UMKM. Pemasaran melibatkan kapasitas perusahaan

untuk merencanakan dan menjalankan elemen produk, harga, promosi, serta distribusi baik untuk barang ataupun jasa, sedangkan orientasi wirausaha dianggap sebagai keterampilan mengidentifikasi hambatan dan kesempatan yang muncul. Orientasi wirausaha terkait dengan mentalitas atau ciri khas pribadi pemilik bisnis dan memengaruhi seluruh perusahaan. Ketiga aspek ini orientasi wirausaha, program pemasaran, dan kondisi sekitar ternyata telah membentuk kesatuan yang tak dapat dipisahkan. yang mengutip dan menegaskan bahwa Keberhasilan Usaha menurut Miftah, A. A., & Pangiuk (2020), tidak hanya ditentukan oleh satu faktor tunggal, tetapi merupakan hasil kongruensi antara kekuatan personal (karakteristik wirausahawan), dukungan lingkungan sosial, dan strategi *market-oriented*. Ketiga komponen ini saling menguatkan, menciptakan fondasi yang kokoh bagi pertumbuhan usaha jangka panjang. mengutip hasil penelitian Silviasih, S., Slamet, F., & Iskandar (2016) Sebuah penelitian yang melibatkan 178 pengusaha di Singapura mengungkapkan bahwa kesuksesan mereka terkait erat dengan ciri-ciri kepribadian (49%), termasuk dorongan untuk mengerjakan tugas secara optimal, hasrat mencapai tujuan, motivasi internal, keyakinan diri serta pola pikir optimis, dedikasi, dan kesabaran. Beberapa ahli peneliti juga membenarkan hasil tersebut, dengan menyoroti aspek seperti kreativitas dan keingintahuan, kemampuan mengikuti kemajuan teknologi serta menggunakannya dengan efektif, vitalitas yang tinggi dan sikap tegas, inisiatif, fokus pada pencapaian, serta keterlibatan dengan pihak lain. Namun, semua elemen ini hanya akan memengaruhi keberhasilan seorang pengusaha apabila individu tersebut memiliki kemampuan kuat dalam menjalankan manajemen organisasi.

Keberhasilan Usaha mengenai teori-teori menentukan suatu Keberhasilan Usaha berdasarkan Almaidah *et al.* (2019), bahwa Keberhasilan Usaha ditunjukkan pemilik usaha memaksimalkan proses produksi yang mengenai memaksimalkan secara teknis dan ekonomis. untuk meningkatkan omzet penjualan perusahaan, dan untuk membuka sebuah cabang perusahaan baru. merupakan kondisi ketika suatu bisnis mampu mencapai tujuan yang telah ditetapkan, baik dalam aspek finansial (*profitabilitas*, pertumbuhan pendapatan) maupun non-finansial (kepuasan pelanggan, loyalitas dari sebelumnya dalam mencapai tujuan. hasil dari kemampuan wirausahawan dalam mengelola sumber daya, peluang, dan risiko secara efektif untuk mencapai tujuan jangka pendek dan panjang bisnisnya pencapaian tujuan dan sasaran yang telah ditetapkan oleh suatu bisnis. Beberapa teori dan faktor yang mempengaruhi Keberhasilan Usaha antara lain: kemampuan dan kemauan wirausaha, perencanaan yang matang, pemanfaatan peluang, strategi pemasaran yang efektif, jaringan yang luas, adaptasi dan inovasi, manajemen keuangan yang baik, serta faktor-faktor eksternal seperti kondisi lingkungan dan persaingan.

Karakteristik kewirausahawan didefinisikan sebagai suatu kemampuan (*ability*) dalam berfikir kreatif dan inovatif yang dijadikan dasar, sumber daya, menunjukkan tujuan, ketelitian dan proses dalam menghadapi tantangan hidup menurut Utama *et al.* (2021). merupakan faktor internal yang sangat memengaruhi Keberhasilan Usaha independen (wirausaha mandiri). Faktor-faktor ini mencerminkan kualitas pribadi dan perilaku seorang wirausahawan dalam merintis, mengelola, dan mengembangkan usahanya. motivasi berprestasi (*Need for Achievement*) wirausahawan yang memiliki motivasi tinggi untuk berprestasi cenderung menetapkan target yang menantang dan berusaha keras mencapainya. Menurut Sadjarto and Kristen Satya Wacana (2021), sifat dan kemampuan individu yang dimiliki pengusaha yang membangun pengetahuan yang dibutuhkan untuk kesuksesan usaha. Menurut Ardiansyah

(2017), menjelaskan bahwa karakteristik kewirausahawan yang terdiri dari pengetahuan tentang usaha baik, imajinasi, pengetahuan yang nyata tentang usahanya, berkreasi, selalu memikirkan masa depan usahanya, pandai dalam berhitung dan kemampuan berkomunikasi dengan baik. Menurut Indarto and Santoso (2020), ciri atau sifat yang dimiliki oleh seseorang wirausahawan untuk menjalankan usaha dan mencapai kesuksesan usaha meliputi karakteristik individu, kepribadian, orientasi kewirausahawan, dan kesiapan menjadi wirausaha.

Social Support mencakup berbagai bentuk bantuan dari lingkungan sosial yang dapat membantu individu mengatasi tekanan, meningkatkan kesejahteraan psikologis, serta mendukung keberhasilan dalam berbagai konteks (termasuk kewirausahaan, pendidikan, dan kesehatan) (Indriani & Sugiasih, 2016). *Emotional Support* Dukungan berupa empati, kasih sayang, perhatian, atau penguatan emosional. *Instrumental Support* Bantuan langsung dalam bentuk materi, uang, atau tenaga fisik. *Informational Support* Saran, nasehat, arahan, atau informasi yang membantu dalam pemecahan masalah. *Appraisal Support* Umpan balik, validasi diri, dan penilaian positif yang meningkatkan kepercayaan diri. *Network Support* (Jaringan Sosial) Ketersediaan orang-orang yang bisa dihubungi saat dibutuhkan, seperti teman, keluarga, atau mentor. Lee and Ybarra (2017), independen yang mempengaruhi *Social Support* (dukungan sosial) meliputi karakteristik individu, jenis dukungan yang diberikan, sumber dukungan, dan lamanya dukungan diberikan. karakteristik individu kepribadian seseorang dapat mempengaruhi bagaimana mereka menerima dan mencari dukungan sosial. misalnya, individu yang *extrovert* mungkin lebih aktif mencari dukungan sosial dibandingkan individu yang *introvert*. kebiasaan dan peran sosial dan peran sosial yang dimiliki individu juga berperan. individu yang memiliki peran aktif dalam komunitas atau organisasi tertentu mungkin memiliki jaringan dukungan sosial yang lebih luas. kemampuan mencari dan mempertahankan dukungan individu untuk mencari dan mempertahankan dukungan sosial juga menjadi faktor penting. beberapa orang mungkin lebih mahir dalam membangun dan memelihara hubungan yang memberikan dukungan.

Orientasi Pasar (*Market Orientation*) menurut Abbas (2018), Orientasi Pasar diartikan sebagai upaya menentukan target konsumen secara strategis sekaligus membangun organisasi yang berpusat pada kepuasan dan pelayanan pelanggan. Pendekatan ini menekankan keunggulan bersaing yang bersumber dari kemampuan internal organisasi dalam memahami serta memenuhi kebutuhan dan harapan konsumen, sehingga perusahaan mampu mencapai keberhasilan dalam menghadapi persaingan. Orientasi Pasar adalah cara yang dilakukan organisasi untuk mengidentifikasi pasar dan menggunakan sebagai dasar untuk menentukan strategi perusahaan. hasil dari implementasi strategi yang berdasarkan pada Orientasi Pasar, memungkinkan perusahaan beradaptasi dengan sukses terhadap perubahan lingkungan Orientasi Pasar, secara signifikan merupakan faktor penting yang memungkinkan perusahaan memahami pasar dan mengembangkan strategi produk dan jasa untuk memenuhi kebutuhan pelanggan dan kebutuhan pasar. Penelitian yang dilakukan Ie and Pratama (2019), menemukan bahwa Orientasi Pasar berpengaruh terhadap kinerja usaha. Husein (2016), menemukan hubungan positif antara Orientasi Pasar dan kinerja usaha. filosofi bisnis yang menekankan pemahaman terhadap kebutuhan dan keinginan pelanggan serta penciptaan nilai yang unggul untuk pelanggan. sebagai variabel independen yang dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti orientasi pesaing, orientasi pelanggan, pembagian informasi pasar, dan koordinasi antar fungsi. Sumber referensi yang digunakan untuk membangun Orientasi Pasar dapat berasal dari

riset pasar yang mencakup analisis pasar, preferensi pelanggan, dan tren industri. budaya organisasi nilai-nilai dan keyakinan yang mendukung fokus pada pelanggan. kepemimpinan manajerial (*Top Management Support*) Komitmen pimpinan terhadap Orientasi Pasar sangat berpengaruh. struktur organisasi desentralisasi dan fleksibilitas memengaruhi kecepatan tanggapan terhadap pasar sistem penghargaan dan insentif apakah karyawan diberi penghargaan karena berfokus pada kepuasan pelanggan faktor lingkungan eksternal persaingan pasar tingkat kompetisi yang tinggi mendorong perusahaan lebih *market-oriented*. dinamika pasar (Volatilitas Permintaan) perubahan cepat dalam preferensi pelanggan mendorong adaptasi teknologi ketersediaan teknologi informasi memudahkan pengumpulan dan analisis informasi pasar orientasi pesaing kemampuan perusahaan untuk memantau dan menganalisis pesaing, termasuk kekuatan, kelemahan, strategi, dan tindakan mereka orientasi pelanggan pemahaman mendalam tentang kebutuhan, keinginan, dan ekspektasi pelanggan, baik yang sekarang maupun yang potensial pembagian informasi pasar efektivitas perusahaan dalam menyebarkan informasi pasar yang relevan ke seluruh bagian organisasi untuk pengambilan keputusan yang lebih baik koordinasi antar fungsi kemampuan perusahaan untuk mengintegrasikan informasi pelanggan dan pesaing ke dalam berbagai fungsi bisnis, seperti pemasaran, penelitian dan pengembangan, dan layanan pelanggan inovasi produk kemampuan perusahaan untuk menciptakan produk atau layanan baru yang memenuhi kebutuhan pasar yang berubah tekanan pasar faktor-faktor eksternal seperti persaingan yang ketat, perubahan preferensi pelanggan, dan perkembangan teknologi yang mendorong perusahaan untuk terus beradaptasi dan berinovasi penggunaan teknologi digital pemanfaatan teknologi digital dalam pengumpulan data pasar, pemasaran, dan operasional bisnis memahami kebutuhan pelanggan menyesuaikan produk dan layanan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan dengan lebih baik. menciptakan keunggulan kompetitif mengembangkan produk dan layanan yang lebih inovatif dan bernilai tambah. meningkatkan kinerja pemasaran mengoptimalkan strategi pemasaran untuk menjangkau target pasar yang tepat mengembangkan bisnis yang berkelanjutan memastikan bahwa perusahaan tetap relevan dan kompetitif dalam jangka panjang.

Pengertian usaha mikro sesuai dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM), usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan / atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini yaitu kriteria yang digunakan dalam UU tersebut untuk membedakan usaha mikro dengan usaha kecil dan menengah seperti yang tercantum dalam pasal 6 adalah nilai kekayaan bersih atau nilai aset tidak termasuk tanah dan bangunan, tempat usaha, maksimal Rp. 50.000.000, juta dan jumlah omzet maksimal Rp. 300.000.000, juta hingga maksimum Rp. 3.000.000 dan usaha menengah adalah perusahaan dengan nilai kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan (Sari, Suwarsinah, & Baga, 2016), sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini, yaitu dan jumlah usaha menengah adalah perusahaan nilai kekayaan bersih lebih dari Rp. 500.000.000, juta hingga paling banyak Rp. 10.000.000.000, milyar hasil penjualan tahunan diatas Rp 2.500.000.000. milyar sampai paling tinggi Rp 50.000.000.000, Handini *et al.* (2023), dalam perekonomian indonesia yang didominasi oleh sektor UMKM (usaha mikro, kecil, dan menengah) peran penting dalam menciptakan lapangan kerja, menggerakkan pertumbuhan ekonomi. UMKM juga juga berperan dalam mendukung perkembangan daerah diindonesia, termasuk di Kabupaten Jember, Jawa timur.

Usaha Warung Kelontong Madura 24 Jam yang ada di Kabupaten Jember yang ada di Sumpersari, Mastrip dan Patrang adalah usaha makanan dan beberapa macam usaha di Warung Kelontong 24 Jam di tiga Kecamatan tersebut telah menjadi bagian integral dari kehidupan masyarakat setempat dan memberikan kontribusi signifikan terhadap perekonomian lokal dan menjadi Keberhasilan Usaha meliputi kemampuan dan kemauan, perencanaan yang matang, inovasi, strategi pemasaran, pengelolaan SDM, serta kemampuan adaptasi teknologi. Selain itu, pengalaman, motivasi, keuangan, lokasi usaha, dan jaringan juga memainkan peran penting. Zimmerer (2012) kemampuan dan kemauan kemampuan ini mencakup pengetahuan, keterampilan, dan sikap yang diperlukan untuk menjalankan usaha. kemauan merupakan dorongan internal untuk memulai dan mengembangkan usaha. Tanpa kemauan yang kuat, usaha akan sulit untuk bertahan perencanaan yang matang perencanaan yang matang, termasuk analisis pasar, target pasar, dan strategi pemasaran, sangat penting untuk kesuksesan usaha. inovasi kemampuan untuk menciptakan produk atau layanan baru, atau cara baru dalam menjalankan usaha, dapat menjadi pembeda dan daya tarik bagi pelanggan. strategi pemasaran strategi pemasaran yang efektif akan membantu usaha menjangkau target pasar dan meningkatkan penjualan. pengelolaan SDM memiliki tim yang kompeten dan termotivasi akan sangat membantu dalam menjalankan operasional usaha adaptasi teknologi mengadopsi teknologi yang relevan dengan perkembangan zaman dapat meningkatkan efisiensi dan efektivitas usaha. pengalaman pengalaman dalam menjalankan usaha atau bidang terkait dapat memberikan pengetahuan dan wawasan yang berharga. motivasi motivasi yang kuat akan mendorong pengusaha untuk terus belajar, berkembang, dan mengatasi tantangan keuangan pengelolaan keuangan yang baik, termasuk modal awal, arus kas, dan laba rugi, sangat penting untuk keberlangsungan usaha. Hisrich and Ramadani (2018). lokasi usaha lokasi yang strategis dan mudah diakses dapat meningkatkan potensi penjualan dan menarik pelanggan Jaringan membangun jaringan dengan pelaku usaha lain, pemasok, dan pelanggan dapat membuka peluang baru dan memberikan dukungan.

Usaha, Mikro, Kecil, Menengah (UMKM) memiliki peran yang krusial dalam perekonomian Indonesia, khususnya dalam menggerakkan ekonomi lokal dan menciptakan lapangan kerja. UMKM yang bergerak di kedua kecamatan tersebut menjadi salah satu sektor ekonomi yang vital dalam mendukung kesejahteraan masyarakat setempat. Di Kabupaten Jember pada dasarnya telah menjadi pelaku usaha. Namun disamping itu perkembangannya mengalami fluktuatif usaha Warung Kelontong ini dari tahun ke tahun. Berdasarkan *survey* awal pada pemilik Warung Kelontong Madura 24 Jam sebanyak 190, berikut data keberhasilan usaha dari Di Kabupaten Jember.

Tabel 1.1 Data Keberhasilan Usaha Warung kelontong Madura 24 Jam Di Kabupaten Jember - 2024

Kategori Keberhasilan	Bentuk Ukuran (estimasi)	Persentase (%)
Sangat Berhasil/Tinggi	Omzet harian > Rp 3 juta	35-40 %
Berhasil / Stabil	Omzet harian Rp 1–3 juta	30-35 %
Cukup Bertahan / Biasa	Omzet harian Rp 500 rb–1 juta	30-20 %
Kurang Berhasil / Rendah	Omzet < Rp 500 rb atau sering tutup	10-15 %

Sumber: Data Keberhasilan Usaha Warung Kelontong Madura 24 Jam Di Kabupaten Jember

Berdasarkan tabel 1.1 Laju pertumbuhan ekonomi di kedua Kecamatan meningkatnya daya beli masyarakat pertumbuhan pendapatan masyarakat menyebabkan konsumsi rumah tangga meningkat. kondisi ini berdampak pada meningkatnya permintaan terhadap barang dan jasa, sehingga mendorong perkembangan usaha di kedua kecamatan. Bertambahnya jumlah pelaku usaha kemudahan dalam memulai usaha, berkembangnya UMKM, serta meningkatnya investasi turut meningkatkan jumlah unit usaha yang beroperasi. Hal ini memberikan kontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi wilayah. yakni Kecamatan Kaliwates dan Summersari selama perbulan terakhir terus meningkat. Kondisi ini merupakan hal positif yang harus di kembangkan untuk dapat memberikan kontribusi yang tinggi terhadap perkembangan ekonomi dan Keberhasilan Usaha Kecamatan Kaliwates dan Summersari. Jelas sekali terdapat perbedaan jumlah Keberhasilan Usaha dari kedua Kecamatan tersebut, mengingat jumlah penduduk yang jauh lebih banyak pada Kecamatan Kaliwates. Dapat kita lihat bahwa jumlah Keberhasilan Usaha di sektor Warung Kelontong Madura 24 Jam lokal khususnya Kabupaten Jember menunjukkan jumlah yang semakin meningkat di setiap tahunnya. Di awal pertahun 2024 pelaku Warung Kelontong Madura 24 Jam dikategori yang lama usaha sangat sukses Persentase di atas adalah asumsi berdasarkan data omzet harian dari warung Kelontong Madura 24 Jam yang mencapai Rp 3–4 juta per hari. Distribusi sebenarnya bisa berbeda tergantung lokasi, modal, serta manajemen. Presentase kategori lain menyesuaikan distribusi umum dari observasi lapangan Warung Kelontong Madura (misalnya masyarakat yang merasakan manfaat dan sering membeli). Dalam hal itu otomatis presentase Keberhasilan Usaha mengalami peningkatan yang cukup signifikan. Dapat diamati kategori keberhasilan sangat berhasil (Tinggi) ukuran omzet harian Rp 3 juta, estimasi presentase mencapai 35-40%, berhasil (Stabil) Rp 1-3 juta estimasi presentase 30-35%, cukup bertahan (Biasa) Rp 500 ribu-1 juta estimasi presentase 30-20%, kurang berhasil (Rendah/Tidak Stabil) <Rp 500 ribu atau sering tutup estimasi presentase 10-15%. Hingga perbulan dan pertahun kontribusi ditabel 1.2 Keberhasilan Usaha yang menggerakkan Warung Kelontong Madura 24 Jam lokal telah mencapai kategori Keberhasilan Usaha Sangat Berhasil presentase perbulan 36.84% dan Berhasil pertahun presentase 36.84%. Selain kontribusi terhadap perkembangan ekonomi di kedua Kecamatan, Warung Kelontong Madura juga mampu menyerap tenaga kerja yang cukup tinggi dan terus meningkat. Kondisi ini tentu merupakan hal baik bagi perekonomian di Kecamatan Kaliwates dan Summersari. Tren sangat sukses cenderung meningkat dari perbulan dan pertahun Warung Kelontong dalam kategori sukses tetap mendominasi cukup sukses dan kurang sukses relatif stabil peluang untuk intervensi pelatihan/dukungan Warung Kelontong Madura data Keberhasilan Usaha yang menimbulkan sebuah dampak positif terhadap masyarakat di Kecamatan Kaliwates dan Summersari, di samping itu Keberhasilan Usaha di kedua Kecamatan sangatlah fluktuatif. Dalam hal ini menimbulkan suatu permasalahan klasik, yang mana para UMKM yang memiliki peran secara kuantitas seperti mampu membuka lapangan pekerjaan, peningkatan jumlah omzet dan aset Warung Kelontong Madura namun belum dapat diimbangi dengan kualitas UMKM. Ketidakseimbangan antara kuantitas dan kualitas tersebut merupakan permasalahan klasik Keberhasilan Usaha berkaitan dengan rendahnya produktifitas. Keadaan ini disebabkan karena masalah lemahnya karakteristik kewirausahawan dan modal dari para pelaku karakteristik kewirausahawan.

Tabel 1.2 Data Presentase Keberhasilan Usaha Warung Kelontong Madura 24 Jam Di Kabupaten Jember (Tahun 2024)

Kategori Keberhasilan Usaha	Presentase per Bulan (%)	Presentase per Tahun (%)
Sangat Berhasil	$(70 / 190) \times 100 = 36.84\%$	$(840 / 2280) \times 100 = 36.84\%$
Berhasil	$(50 / 190) \times 100 = 26.32\%$	$(600 / 2280) \times 100 = 26.32\%$
Cukup	$(40 / 190) \times 100 = 21.05\%$	$(480 / 2280) \times 100 = 21.05\%$
Kurang	$(20 / 190) \times 100 = 10.53\%$	$(240 / 2280) \times 100 = 10.53\%$
Gagal	$(10 / 190) \times 100 = 5.26\%$	$(120 / 2280) \times 100 = 5.26\%$
Total	100%	100%

Sumber : Data Keberhasilan Usaha Warung Kelontong Madura 24 Jam Di Kabupaten Jember

Berdasarkan Tabel 1.2, dapat diketahui bahwa tingkat keberhasilan usaha Warung Kelontong Madura 24 Jam di Kabupaten Jember pada tahun 2024 didominasi oleh kategori Sangat Berhasil. Dari total 190 warung yang diamati setiap bulan atau sebanyak 2.280 data pengamatan selama satu tahun (190×12 bulan), terdapat 840 data yang masuk dalam kategori sangat berhasil atau sebesar 36,84%. Persentase tersebut menunjukkan bahwa lebih dari sepertiga warung mampu mencapai tingkat keberhasilan usaha yang sangat baik, baik dari aspek penjualan, keuntungan, maupun keberlangsungan usahanya.

Kategori Berhasil menempati urutan kedua dengan jumlah 600 data atau sebesar 26,32%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar pelaku usaha lainnya juga mampu menjalankan usahanya dengan baik meskipun belum mencapai kategori sangat berhasil. Jika kategori Sangat Berhasil dan Berhasil digabungkan, maka diperoleh persentase sebesar 63,16%, yang mengindikasikan bahwa mayoritas Warung Kelontong Madura 24 Jam di Kabupaten Jember memiliki tingkat keberhasilan usaha yang relatif tinggi.

Selanjutnya, kategori Cukup memiliki jumlah 480 data atau sebesar 21,05%. Persentase ini menunjukkan bahwa masih terdapat sejumlah pelaku usaha yang mampu mempertahankan usahanya, namun belum memperoleh hasil yang optimal. Kondisi tersebut dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti keterbatasan modal, strategi pemasaran yang kurang efektif, rendahnya inovasi, maupun tingginya tingkat persaingan usaha.

Sementara itu, kategori Kurang tercatat sebanyak 240 data atau sebesar 10,53%. Kelompok ini menunjukkan adanya usaha yang mengalami penurunan kinerja sehingga memerlukan berbagai upaya perbaikan, baik dalam pengelolaan usaha maupun strategi pengembangan bisnis agar dapat meningkatkan daya saing.

Adapun kategori Gagal merupakan kategori dengan persentase paling rendah, yaitu sebanyak 120 data atau sebesar 5,26%. Persentase yang relatif kecil ini menunjukkan bahwa hanya sebagian kecil Warung Kelontong Madura 24 Jam yang mengalami kegagalan usaha. Meskipun demikian, kondisi tersebut tetap menjadi perhatian karena kegagalan usaha dapat disebabkan oleh berbagai faktor, seperti lemahnya kemampuan manajerial, kurangnya orientasi pasar, keterbatasan sumber daya, maupun perubahan kondisi lingkungan bisnis.

Secara keseluruhan, distribusi data tersebut menunjukkan bahwa tingkat keberhasilan usaha Warung Kelontong Madura 24 Jam di Kabupaten Jember selama tahun 2024 cenderung berada pada kategori baik hingga sangat baik, dengan total 63,16% usaha berada pada kategori berhasil dan sangat berhasil. Temuan ini mengindikasikan bahwa sebagian besar pelaku usaha mampu mempertahankan eksistensi usahanya di tengah persaingan bisnis ritel. Namun

demikian, masih terdapat 36,84% usaha yang berada pada kategori cukup, kurang, dan gagal sehingga diperlukan kajian lebih lanjut mengenai faktor-faktor yang memengaruhi keberhasilan usaha, seperti orientasi pasar, kemampuan kewirausahaan, inovasi, pengelolaan sumber daya, serta keunggulan bersaing. Hasil analisis ini menjadi dasar penting bagi penelitian untuk mengidentifikasi variabel-variabel yang berkontribusi terhadap peningkatan keberhasilan usaha Warung Kelontong Madura 24 Jam di Kabupaten Jember.

Penelitian dari Istinganah and Widiyanto (2020), Karakteristik Kewirausahawan. Karakteristik adalah sesuatu yang berhubungan dengan watak, perilaku maupun tabiat atau sikap seseorang terhadap perjuangan hidup untuk mencapai kebahagiaan lahir dan batin. Dalam artian karakteristik kewirausahawan yaitu perilaku maupun sikap yang dimiliki oleh pelaku usaha untuk menjalankan usahanya. Secara keseluruhan karakteristik wirausahawan para pelaku usaha Warung Kelontong Madura di Kecamatan Kaliwates dan Summersari ini masih tergolong rendah. Hal ini dapat dilihat dari sikap pelaku usaha yang memiliki percaya diri, jiwa kepemimpinan, orientasi pada masa depan, dan daya kreatifitas yang masih rendah serta minimnya ide-ide yang dimiliki. Tak hanya itu saja, hal ini juga dapat dilihat dari kondisi usaha yang dijalani tidak memiliki keunggulan yang lebih menonjol dibandingkan dengan para pesaingnya. Para pelaku usaha juga masih takut dalam mengambil resiko. Dapat kita ketahui bahwa karakteristik utama yang harus dimiliki oleh seorang wirausaha adalah berani mengambil resiko. Keberanian mengambil resiko adalah kemampuan untuk membuat keputusan atau tindakan baik itu berujung merugikan atau menguntungkan. Hal ini perlu diterapkan karena dapat memaksimalkan laba dalam perkembangan usaha para pelaku Warung Kelontong Madura di Kecamatan Kaliwates dan Kecamatan Summersari. menyatakan bahwa karakteristik kewirausahawan dapat berpengaruh terhadap Keberhasilan Usahanya. Seorang yang memiliki karakter wirausaha yang baik mampu untuk mengembangkan usahanya karena mampu mengorganisir usaha yang dijalannya. Saat ini kita dituntut untuk dapat mengembangkan usaha karena persaingan dunia usaha yang semakin ketat. Hal ini dilakukan supaya usaha kita dapat maju dan besar serta menjadi pengusaha yang sukses. Definisi pengembangan usaha itu sendiri yaitu proses dan tindakan yang pada dasarnya dilakukan memiliki tujuan untuk mengalami pertumbuhan dari yang semula kecil hingga menjadi besar. Tetapi pada kenyataannya untuk mengembangkan usaha yang pada awalnya dimulai dari nol besar atau baru memulai usaha menjadi besar tidaklah mudah. Banyak sekali kendala-kendala yang dialami para pelaku Usaha Kecil dan Menengah Warung Kelontong Madura 24 Jam dalam Keberhasilan Usaha.

Berdasarkan uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa permasalahan yang terjadi pada UMKM Warung kelontong 24 jam di kabupaten jember Keberhasilan Usaha merupakan salah satu aspek penting yang menjadi tujuan utama para pelaku bisnis, termasuk usaha mikro seperti warung kelontong. Di tengah persaingan yang semakin ketat, khususnya dalam bisnis ritel kecil seperti warung kelontong, faktor-faktor yang dapat menunjang Keberhasilan Usaha menjadi sangat krusial untuk dipahami dan dioptimalkan.

Warung kelontong Madura yang buka 24 jam telah menjadi fenomena menarik di Kabupaten Jember. Warung ini dikenal karena keberadaannya menjadi alternatif bagi masyarakat dan menyediakan berbagai kebutuhan pokok dan barang kebutuhan sehari-hari di luar jam operasional minimarket modern. Warung Kelontong Madura 24 Jam merupakan salah satu bentuk usaha ritel yang melayani kebutuhan sehari-hari masyarakat secara terus menerus,

tanpa henti. Menurut penelitian Apriliani and Widiyanto (2018), Keunikan operasional Warung Kelontong Madura yang buka 24 jam ini memungkinkan pelaku usaha menjangkau pelanggan dengan fleksibilitas waktu, namun juga menimbulkan tantangan tersendiri dalam pengelolaan usaha yang efektif dan efisien. Oleh karena itu, keberhasilan warung ini sangat dipengaruhi oleh berbagai faktor internal dan eksternal yang melekat pada pelaku usaha.

Fenomena yang menarik untuk diteliti adalah bagaimana Karakteristik Kewirausahaan yang dimiliki oleh pemilik warung kelontong dapat mendorong daya saing dan inovasi dalam pengelolaan usaha. Selain itu, dukungan sosial (*Social Support*) dari keluarga, teman, dan lingkungan sekitar diyakini memiliki peran penting dalam memberikan motivasi dan sumber daya yang diperlukan untuk mempertahankan usaha tersebut. Tidak kalah penting, Orientasi Pasar yang kuat dapat membantu warung kelontong menyesuaikan produk dan layanan sesuai dengan kebutuhan dan preferensi konsumen yang terus berkembang. Namun, dalam praktiknya, belum banyak penelitian yang secara khusus mengkaji bagaimana ketiga faktor tersebut secara simultan memengaruhi Keberhasilan Usaha pada warung kelontong dengan model operasional 24 jam, khususnya di daerah Madura. Hal ini menimbulkan pertanyaan tentang seberapa besar pengaruh Karakteristik Kewirausahaan, *Social Support*, dan Orientasi Pasar dalam mendorong Keberhasilan Usaha pada Warung Kelontong Madura 24 Jam. Dengan memahami fenomena tersebut, penelitian ini bertujuan untuk memberikan gambaran yang lebih jelas mengenai faktor-faktor yang berkontribusi pada Keberhasilan Usaha, serta memberikan rekomendasi praktis bagi pelaku usaha warung kelontong agar dapat meningkatkan performa dan daya saing bisnisnya di pasar yang kompetitif.

Warung Kelontong Madura 24 Jam Di Kabupaten Jember sendiri belum terdapat data pasti tentang berapa jumlah warung kelontong madura karena banyak yang beroperasi informal dan tidak tercatat secara resmi. mengingat popularitas model warung ini yang merajalela Meski tidak ada angka konkret, keberadaan mereka sangat mencolok dan banyak digunakan oleh masyarakat setempat. dan berita lokal memberikan gambaran keberadaan dan Jumlah sebuah studi khusus di Desa Tegalboto, Summersari (Jember) mencatat fenomena Warung Madura 24 jam yang cukup signifikan namun tidak menyebut angka keseluruhan kasus viral seperti isu pembatasan jam operasional dan antisipasi dari Diskopum Jember menunjukkan banyaknya warung semacam ini di beberapa kecamatan seperti Kaliwates, Summersari Dari studi dan temuan lokal, beberapa faktor pendukung keberhasilan warung Madura 24 jam Lokasi dan Jam Operasional terbuka 24 jam, memberikan akses kapan saja bagi konsumen. lokasi dekat kampus (UNEJ, Poltek), pemukiman, dan jalan utama (contoh: Jalan Kaliwates, Summersari) membawa banyak pelanggan, termasuk mahasiswa dan pekerja permintaan produk eceran fokus warung pada rokok (hingga 50% omset harian) bensin eceran minuman dingin, snack roti murah Layanan PPOB (top up, pembayaran tagihan), semua itu adalah produk fast-moving yang dibutuhkan masyarakat. Menjual sembako, snack, minuman, rokok (bahkan eceran), bensin eceran (Pertalite, Pertamina), menjadi pusat kebutuhan lokal Layanan ramah, interaksi langsung sering disebut sebagai keunggulan dibanding minimarket.

Penelitian ini berfokus pada identifikasi karakteristik kewirausahaan, *Social Support*, Orientasi Pasar, dan Keberhasilan Usaha. Telah mensurvei bahwa jumlah Warung Kelontong Madura 24 Jam sebanyak 40 yang dijadikan sebagai sampel penelitian. Analisis terhadap keempat variabel independen ini diharapkan dapat memberikan landasan untuk mengembangkan terpenting untuk memberikan pemahaman yang komprehensif mengenai aspek-aspek yang

perlu diperkuat dalam pengelolaan usaha warung kelontong 24 jam, Berdasarkan latar belakang dan fenomena tersebut, penulis memilih judul skripsi: Suatu tempat usaha harus mengutamakan konsumen agar usaha tersebut dapat terus berjalan dengan baik cara menjaga kualitas tetap bagus, harga yang sesuai, pelayanan yang baik, dan juga menjaga *Social Support*, agar konsumen tetap berorientasi. Oleh karena itu peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai **“Pengaruh Karakteristik Kewirausahaan, *Social Support*, Dan Orientasi Pasar Terhadap Keberhasilan Usaha Pada Warung Kelontong Madura 24 Jam Di Kabupaten Jember.”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan permasalahan di atas maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut:

1. Apakah Karakteristik Kewirausahaan berpengaruh signifikan terhadap Keberhasilan Usaha pada Warung Kelontong Madura 24 Jam Di Kabupaten Jember?
2. Apakah *Social Support* (dukungan sosial) berpengaruh signifikan terhadap Keberhasilan Usaha Warung Kelontong Madura 24 Jam Di Kabupaten Jember?
3. Apakah Orientasi Pasar berpengaruh signifikan terhadap Keberhasilan Usaha Warung Kelontong Madura 24 Jam Di Kabupaten Jember?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas maka tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh Karakteristik Kewirausahaan terhadap Keberhasilan Usaha.
2. Untuk menganalisis pengaruh *Social Support* (dukungan sosial) terhadap Keberhasilan Usaha.
3. Untuk mengevaluasi pengaruh Orientasi Pasar terhadap Keberhasilan Usaha.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya khasanah ilmu pengetahuan dalam bidang kewirausahaan dan manajemen bisnis, khususnya terkait dengan faktor-faktor yang mempengaruhi Keberhasilan Usaha. Temuan dari penelitian ini dapat dijadikan referensi bagi penelitian selanjutnya yang ingin mengkaji topik serupa, terutama dalam konteks UMKM atau wirausaha lokal.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Pelaku Usaha

Penelitian ini dapat menjadi sumber informasi yang berguna bagi para pelaku usaha, khususnya wirausahawan, dalam memahami pentingnya Karakteristik Kewirausahaan (seperti inovasi, keberanian mengambil risiko, dan ketekunan), dukungan sosial, serta Orientasi Pasar dalam meningkatkan Keberhasilan Usahanya.

b. Bagi Pemerintah dan Lembaga Pendukung UMKM

Hasil penelitian ini dapat menjadi bahan pertimbangan dalam merumuskan kebijakan atau program pemberdayaan wirausaha, termasuk pelatihan karakter kewirausahaan, fasilitasi jaringan sosial, dan peningkatan Orientasi Pasar pelaku usaha.

c. Bagi Akademisi dan Lembaga Pendidikan

Penelitian ini dapat menjadi referensi akademis dan sumber pembelajaran bagi mahasiswa maupun dosen dalam memahami dinamika kewirausahaan modern, serta memperkaya materi ajar pada mata kuliah manajemen bisnis, kewirausahaan, dan pemasaran.

3. Manfaat Akademis:

- a. Kontribusi pada Pengembangan Ilmu Kewirausahaan dan Pemasaran: Penelitian ini memberikan pemahaman lebih dalam mengenai bagaimana Karakteristik Kewirausahaan, *Social Support*, dan Orientasi Pasar berperan dalam menentukan Keberhasilan Usaha kecil dan menengah, khususnya dalam konteks warung kelontong 24 jam di Kabupaten Jember. Hal ini dapat memperkaya teori-teori yang ada dalam bidang kewirausahaan dan pemasaran. Penyediaan Referensi untuk Penelitian Selanjutnya: Penelitian ini dapat menjadi referensi penting bagi peneliti lain yang tertarik mengkaji lebih dalam faktor-faktor yang memengaruhi Keberhasilan Usaha mikro di sektor retail, khususnya warung kelontong.

4. Manfaat Praktis bagi Pengusaha Warung Kelontong:

- a. Panduan untuk Pengusaha dalam Mengelola Usaha: Hasil penelitian dapat memberikan wawasan praktis bagi pengusaha warung kelontong 24 jam mengenai bagaimana mengoptimalkan Karakteristik Kewirausahaan mereka (seperti inovasi dan keberanian dalam mengambil risiko), memanfaatkan dukungan sosial yang ada, serta memperkuat Orientasi Pasar untuk meningkatkan Keberhasilan Usaha mereka.
- b. Peningkatan Daya Saing dan Kinerja Usaha: Penelitian ini membantu pengusaha memahami pentingnya Orientasi Pasar dalam menanggapi perubahan kebutuhan dan keinginan pelanggan. Dengan demikian, pengusaha dapat merancang strategi pemasaran yang lebih tepat guna dan meningkatkan daya saing usaha mereka.
- c. Optimalisasi Dukungan Sosial: Pengusaha dapat memahami pentingnya memiliki jaringan sosial yang kuat, baik dari keluarga, teman, maupun komunitas lokal. Dukungan sosial ini dapat membantu mereka mengatasi berbagai tantangan yang dihadapi dalam menjalankan usaha.