

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan suatu bentuk usaha kecil masyarakat yang pendiriannya berdasarkan inisiatif seseorang. UMKM sangat berperan dalam mengurangi tingkat pengangguran yang ada di Indonesia. UMKM dapat menyerap banyak tenaga kerja Indonesia yang masih menganggur. UMKM telah berkontribusi besar pada pendapatan daerah maupun pendapatan negara Indonesia (Saefullah *et al.*, 2022:15).

UMKM memiliki peran yang sangat penting dalam membangun dan memperkuat perekonomian suatu negara. UMKM merupakan pilihan utama bagi mayoritas wirausaha di Indonesia karena dianggap mudah untuk dirintis oleh wirausaha baru tanpa memerlukan modal yang besar. Kontribusi UMKM di Indonesia telah terbukti dalam mendukung pertumbuhan ekonomi negara, sehingga diharapkan UMKM mampu meningkat baik dari segi jumlah maupun tingkat kesuksesannya. Sektor UMKM menjadi tulang punggung ekonomi dengan memberikan kontribusi yang signifikan terhadap PDB (Produk Domestik Bruto), menciptakan lapangan kerja, dan meratakan distribusi pendapatan (Kemenkopukm, 2023).

UMKM sedang mengalami tren positif dengan pertumbuhan yang terus meningkat setiap tahunnya, tren positif ini akan memberikan dampak positif bagi perekonomian Indonesia. Data dari Kementerian Koperasi dan UKM, UMKM telah

menyumbang sebesar 60,5% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) Nasional. Hal ini menunjukkan bahwa UMKM di Indonesia memiliki potensi yang sangat besar untuk dikembangkan sehingga dapat memberikan kontribusi yang lebih besar lagi bagi perekonomian (Kemenkeu RI, 2023).

Peran UMKM sangat besar untuk pertumbuhan perekonomian Indonesia, dengan jumlahnya mencapai 99% dari keseluruhan unit usaha. Pada tahun 2023 pelaku UMKM mencapai sekitar 66 juta. Kontribusi UMKM mencapai 61% dari Pendapatan Domestik Bruto (PDB) Indonesia, setara Rp9.580 triliun. UMKM menyerap sekitar 117 juta pekerja (97%) dari total tenaga kerja (Kadin Indonesia, 2024).

Tabel 1. 1
Data UMKM di Indonesia 2018-2023

Tahun	Jumlah UMKM (Juta)	Pertumbuhan (%)
2018	64.19	
2019	65.47	1.98%
2020	64	-2.24%
2021	65,46	2.28%
2023	66	1.52%

Sumber: Kadin Indonesia (2024)

Pada tabel 1.1 dapat diketahui bahwa data yang disajikan memberikan gambaran umum tentang tren pertumbuhan UMKM dari tahun 2018 hingga 2023. Pada tahun 2018, jumlah UMKM di Indonesia mencapai 64,19 juta. Jumlah ini menjadi titik awal untuk mendeteksi perubahan dan pertumbuhan dalam beberapa tahun berikutnya. Pada tahun 2019, jumlah UMKM meningkat menjadi 65,47 juta, menunjukkan tingkat pertumbuhan sebesar 1,98%, kenaikan ini menunjukkan bahwa UMKM terus berkembang dan ekonomi terus tumbuh.

Pada tahun 2020, terjadi penurunan jumlah UMKM menjadi 64 juta, menunjukkan tingkat pertumbuhan sebesar -2,23%, penurunan ini kemungkinan besar terjadi akibat dampak pandemi COVID-19, yang menyebabkan banyak UMKM mengalami gangguan operasional atau bahkan terpaksa tutup. Pada tahun 2021, jumlah UMKM pulih menjadi 65,46 juta, dengan pertumbuhan sebesar 2,28%, pemulihan ini mungkin disebabkan oleh berbagai kebijakan pemerintah yang mendukung UMKM selama masa pandemi dan upaya adaptasi oleh para pelaku UMKM. Tahun 2023 menunjukkan peningkatan jumlah UMKM menjadi 66 juta, dengan tingkat pertumbuhan sebesar 1,52%, ini mencerminkan pemulihan yang berkelanjutan, di mana UMKM terus berkembang dan beradaptasi dengan kondisi ekonomi yang berubah.

Tabel 1. 2
Pertumbuhan UMKM di Kudus

No.	Tahun	Usaha Mikro	Usaha Kecil	Usaha Menengah	Jumlah UMKM	Pertumbuhan (%)
1.	2019	14.204	788	103	15.095	-
2.	2020	15.004	877	103	15.894	5,30%
3.	2021	16.290	789	103	17.182	8,10%
4.	2022	16.784	789	103	17.676	2,87%
5.	2023	17.072	1.102	103	18.277	3,40%

Sumber: Dinas Tenaga Kerja, Perindustrian, Koperasi dan UMKM Kabupaten Kudus (2024)

Pada tabel 1.2 pertumbuhan jumlah UMKM di Kudus dari tahun 2019 hingga 2023 menunjukkan tren yang positif dan berkelanjutan. Pada tahun 2019, jumlah UMKM tercatat sebanyak 15.095. Angka ini kemudian meningkat menjadi 15.894 pada tahun 2020, menunjukkan pertumbuhan sebesar 799 UMKM. Pertumbuhan yang cukup signifikan ini terjadi meskipun terdapat tantangan ekonomi global akibat pandemi COVID-19. Tahun 2021 mencatat peningkatan yang lebih besar,

dengan jumlah UMKM mencapai 17.182, bertambah 1.288 UMKM dibandingkan tahun sebelumnya. Pertumbuhan ini menunjukkan pemulihan dan adaptasi UMKM terhadap kondisi ekonomi yang sulit. Pada tahun 2022, jumlah UMKM terus meningkat menjadi 17.676, meskipun pertumbuhan melambat menjadi 494 UMKM. Pada tahun 2023, pertumbuhan kembali meningkat dengan penambahan 601 UMKM, mencapai total 18.277 UMKM. Secara keseluruhan, dari tahun 2019 hingga 2023, jumlah UMKM bertambah sebesar 3.182, meningkat dari 15.095 menjadi 18.277.

Kabupaten Kudus merupakan daerah strategis di Jawa Tengah, sekalipun secara geografis tidak berbatasan langsung dengan laut utara. Wilayahnya yang membentang diantara Demak, Pati, dan Jepara membuat Kudus turut dilalui oleh jalur utama pantai utara (pantura) Jawa. Kudus juga dikenal sebagai pusat aktivitas industri dan perdagangan di Jawa Tengah yang telah bergeliat lama. Kudus menjadi tempat bagi banyak pelaku UMKM yang berupaya menerapkan strategi untuk meningkatkan kinerja dan daya saing UMKM (Kompas.Id, 2023).

Kinerja UMKM yang unggul dapat dilakukan berdasar penerapan sumber daya yang dimiliki. Salah satu upaya untuk meningkatkan pembangunan ekonomi wilayah adalah bagaimana peran modal sosial terhadap peningkatan kinerja UMKM. Ini terjadi karena modal sosial memiliki kemampuan untuk menggerakkan sumber daya fisik, sumber daya finansial, dan sumber daya manusia, yang pada gilirannya dapat berdampak pada produktivitas, daya saing, dan pembangunan berkelanjutan (Nikmah & Rahmawati 2022).

Kreativitas juga menjadi faktor yang sangat penting dalam kinerja UMKM. Kreativitas adalah kemampuan seseorang untuk menghasilkan sesuatu dengan cara yang inovatif dan kreatif. Kreativitas adalah proses keberlangsungan suatu usaha, terutama untuk meningkatkan kinerja yang baik. Jan *et al* (2021) menyatakan bahwa menjadi kreatif akan meningkatkan rasa percaya diri terhadap pengetahuan dan kemampuan untuk melaksanakan ide. Ide-ide ini berdampak pada peningkatan kinerja yang baik. Kreativitas adalah kemampuan untuk menghasilkan gagasan baru dan menerapkannya untuk mengubah masalah menjadi peluang (Junaidi, 2022).

Proaktif menjadi sikap penting dalam dunia bisnis terutama untuk kinerja UMKM. Keinginan untuk bertindak, merencanakan untuk masa depan, dan menanggapi perubahan disebut pro aktivitas. UMKM yang proaktif cenderung lebih mampu menemukan peluang dan mengatasi masalah sebelum menjadi masalah yang serius. Dengan memahami sikap proaktif, pelaku UMKM dapat melihat bagaimana UMKM beradaptasi dengan cepat dan efektif dengan perubahan pasar dan lingkungan bisnis (Sutangsa, 2024:148).

Proaktif mencerminkan kesiapan seorang wirausaha untuk mengambil peran yang dominan atas pesaingnya melalui langkah-langkah yang agresif dan inisiatif, seperti memperkenalkan produk atau layanan baru, serta berupaya meramalkan permintaan masa depan guna untuk menciptakan perubahan dan membentuk lingkungan bisnis (Hamel dan Wijaya, 2020). Perilaku kewirausahaan proaktif dianggap sebagai sumber daya kunci atau sumber daya utama untuk keberlanjutan suatu usaha termasuk UMKM (Wijaya dan Wijaya, 2024). Perilaku proaktif juga

terkait dengan keunggulan individu, yang merupakan faktor kunci dalam mencapai keberhasilan bisnis. Perilaku proaktif juga memiliki potensi untuk membantu individu dalam mengidentifikasi peluang, memiliki visi yang berorientasi ke depan, tetap aktif terlibat, dan secara konsisten memikirkan cara untuk meningkatkan bisnis mereka. Semakin proaktif seseorang dalam menjalankan bisnis, semakin besar peluang kesuksesan yang dapat diwujudkan dalam bisnis mereka (Wilson dan Puspitowati, 2022).

Orientasi pasar merupakan faktor penting yang dapat mempengaruhi kinerja perusahaan. Orientasi pasar merupakan ukuran perilaku dan aktivitas yang mencerminkan implementasi konsep pemasaran (Firmansyah, 2019:122). UMKM yang memiliki orientasi pasar yang kuat mampu lebih baik memahami kebutuhan dan preferensi pelanggan mereka, serta menyesuaikan produk dan layanan mereka sesuai dengan permintaan pasar. Perusahaan yang berorientasi pasar senantiasa menggunakan informasi pasar untuk memenuhi kebutuhan pelanggan pada saat ini maupun prediksi/antisipasi kebutuhan dimasa depan. Orientasi pasar dapat mempertahankan keunggulan kompetitif yang dimulai dengan semua bagian yang ada dalam organisasi untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen (Liantika, 2022).

Tabel 1. 3
Data Pendapatan UMKM di Kudus Per Tahun

No.	Tahun	Omzet/Tahun (Rp)
1.	2020	Rp. 5.092.200.000
2.	2021	Rp. 7.399.200.000
3.	2022	Rp. 10.752.200.000
4.	2023	Rp. 6.719.280.000

Sumber: Dinas Tenaga Kerja, Perindustrian, Koperasi, dan UMKM Kabupaten Kudus (2024)

Pada tabel 1.3 omzet UMKM Kudus tercatat sebesar Rp. 5.092.200.000 di tahun 2020. Pada tahun 2021, terjadi peningkatan omzet yang signifikan menjadi Rp. 7.399.200.000, menandakan pertumbuhan ekonomi yang positif. Tahun 2022 menunjukkan peningkatan dengan omzet mencapai Rp. 10.752.200.000, menunjukkan perkembangan yang baik. Pada tahun 2023, omzet mengalami penurunan menjadi Rp. 6.719.280.000. Penurunan ini memerlukan analisis lebih lanjut untuk memahami faktor-faktor yang menyebabkan penurunan omzet dan mengidentifikasi langkah-langkah perbaikan yang tepat guna mencapai kinerja usaha untuk meningkatkan pendapatan.

Tabel 1.4
Data Pertumbuhan UMKM di Kecamatan Bae Per Tahun

No.	Tahun	Jumlah UMKM	Pertumbuhan (%)
1.	2019	204	-
2.	2020	248	21,51%
3.	2021	294	18,55%
4.	2022	347	18,03%
5.	2023	384	10,66%

Sumber: Dinas Tenaga Kerja, Perindustrian, Koperasi, dan UMKM Kabupaten Kudus (2024)

Kecamatan Bae merupakan salah satu kecamatan di Kabupaten Kudus, dengan jumlah desa paling sedikit diantara kecamatan lain yaitu terdiri dari 10 desa. Di Kecamatan Bae, terdapat pusat aktivitas seperti perguruan tinggi, sekolah-sekolah, pabrik, dan lainnya. Keberadaan pusat aktivitas tersebut menjadi daya tarik dan menciptakan peluang ekonomi. Pada Kecamatan Bae, Kudus, terdapat perkembangan signifikan dalam jumlah UMKM, khususnya pada sektor makanan dan minuman yang berdiri 5 tahun mencapai 204 unit. Salah satu tiang penyangga utama dari perekonomian masyarakatnya terletak pada sektor UMKM makanan dan

minuman. Jenis UMKM makanan dan minuman di Kecamatan Bae yang mendominasi yaitu warung makan dan beberapa usaha lainnya (Dinas Tenaga Kerja, Perindustrian, Koperasi, dan UMKM Kabupaten Kudus, 2024).

Munculnya beberapa UMKM yang bergerak dibidang makanan dan minuman menciptakan persaingan ketat yang mempengaruhi kinerja UMKM. Pendapatan UMKM yang menurun menunjukkan kinerja UMKM belum dikembangkan secara optimal. Kinerja atau *performance* adalah gambaran mengenai tingkat pencapaian pelaksanaan suatu program kegiatan atau kebijakan dalam mencapai sasaran, tujuan, visi dan misi organisasi yang dituangkan melalui perencanaan strategis suatu organisasi (Lamatinulu *et al.*, 2019:12). UMKM yang memiliki kinerja yang baik akan memiliki keunggulan bersaing yang tinggi (Suindari & Juniariani, 2020).

Wawancara yang dilakukan pada 11 Juni 2024 bersama Bapak Sahudi, S.T selaku analisis kebijakan ahli pertama di Dinas, terkait program kerja komunitas UMKM atau forum UMKM, yaitu belum berjalan optimal sesuai rencana awal, hal tersebut disebabkan oleh pergantian pimpinan yang sering kali menyebabkan perubahan program kerja, sehingga inisiatif yang direncanakan untuk komunitas UMKM tidak terlaksana dengan baik. Kurangnya hubungan sosial tersebut dapat mempengaruhi kinerja UMKM (Dinas Tenaga Kerja, Perindustrian, Koperasi, dan UMKM Kabupaten Kudus, 2024).

Wawancara terkait kreativitas dan proaktif diperoleh informasi dari Dinas bahwa pemilik UMKM jarang membuat inovasi produk. Pelaku UMKM lebih memilih mempertahankan ciri khas produknya sendiri dari awal memulai usahanya, seperti tetap mempertahankan menu-menu yang dijual. Selain itu, pemilik UMKM

kebanyakan tidak memperbaiki atau mengubah tempat berjualannya dari awal berjualan sampai sekarang. Pemilik UMKM juga kurang proaktif diantaranya yaitu tidak berani mengambil risiko guna mengembangkan usahanya. Pelaku UMKM kurang sadar untuk mengevaluasi dan memperbaiki usaha, kebanyakan tetap monoton terhadap usaha yang dijalankan. Pelaku UMKM juga kurang proaktif diantaranya mencakup hal-hal seperti melakukan sesuatu secara mandiri dan mencari peluang yang baru (Dinas Tenaga Kerja, Perindustrian, Koperasi, dan UMKM Kabupaten Kudus, 2024).

Penerapan orientasi pasar yang efektif di kalangan UMKM Kudus masih menghadapi sejumlah tantangan signifikan. Keterbatasan pemahaman pelaku UMKM dalam menentukan kemasan produk yang sesuai menjadi tantangan. Banyak pelaku UMKM di Kudus belum sepenuhnya memahami selera konsumen terkait kemasan produk yang berdampak menghambat penjualan selain itu, banyak pelaku UMKM tidak memiliki akses yang mudah ke informasi terbaru tentang tren desain kemasan atau regulasi terkait kemasan produk (Antara, 2023).

Penelitian oleh Fanani & Fitrayati (2021) menunjukkan bahwa modal sosial secara parsial dan simultan berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja UMKM. Hasil penelitian tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Khattak (2022) bahwa modal sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM. Hasil lain penelitian oleh Walenta (2019) menyatakan bahwa modal sosial tidak berpengaruh terhadap kinerja UMKM.

Penelitian oleh Wasim *et al.*, (2024) menunjukkan bahwa kreativitas berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM. Hasil lain penelitian oleh Anderson

& Hidayah (2023) menyatakan bahwa kreativitas tidak berpengaruh terhadap kinerja UMKM. Penelitian oleh Manalu (2022) yang menyatakan bahwa kreativitas tidak berpengaruh terhadap kinerja UMKM.

Penelitian oleh Wilson & Puspitowati (2022) menunjukkan bahwa proaktif berpengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Atikur *et al.*, (2021) menyatakan bahwa proaktif berpengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM. Berbanding terbalik dengan penelitian oleh Rynardo & Utama (2021) yang menyatakan bahwa proaktif tidak berpengaruh terhadap kinerja UMKM.

Penelitian oleh Hamel & Wijaya (2020) menunjukkan bahwa orientasi pasar berpengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan Alhamami *et al* (2024) menyatakan bahwa orientasi pasar berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM. Hasil lain penelitian oleh Taufik (2020) yang menyatakan bahwa orientasi pasar tidak berpengaruh terhadap meningkatnya kinerja perusahaan UKM di SMESCO.

Celah penelitian dan latar belakang masalah yang telah diuraikan, menunjukkan adanya kebutuhan untuk meneliti lebih lanjut faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja UMKM. Penulis tertarik untuk mengambil judul penelitian “Pengaruh Modal Sosial, Kreativitas, Proaktif, dan Orientasi Pasar Terhadap Kinerja UMKM di Kudus”

1.2 Ruang Lingkup

Adapun ruang lingkup dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Objek dalam penelitian ini adalah UMKM yang berada di Kecamatan Bae Kabupaten Kudus khususnya UMKM makanan dan minuman, dengan masa berdiri usahanya lebih dari 5 tahun.
- b. Variabel dalam penelitian ini meliputi:
 - 1) Variabel independen (X) adalah variabel yang memengaruhi yaitu modal sosial (X1), kreativitas (X2), proaktif (X3), dan orientasi pasar (X4).
 - 2) Variabel dependen (Y) pada penelitian ini adalah variabel yang dipengaruhi yaitu kinerja UMKM (Y).
- c. Responden pada penelitian ini adalah pemilik dari UMKM dibatasi hanya UMKM makanan dan minuman di Kecamatan Bae, Kabupaten Kudus.
- d. Jangka waktu penelitian ini pada bulan Agustus – Oktober 2024.

1.3 Rumusan Masalah

Terdapat permasalahan yang teridentifikasi terkait modal sosial, kreativitas, proaktif, dan orientasi pasar berdasarkan latar belakang dan fenomena yang telah diuraikan adalah:

- a. Penurunan pendapatan UMKM pada tahun 2023 mencerminkan sumber daya dan kinerja usaha yang dimiliki belum dikembangkan secara optimal (Tabel 1.3)
- b. Forum komunitas UMKM belum berjalan secara optimal menunjukkan kurangnya modal sosial yang memadai, pelaku UMKM sulit mengakses informasi, peluang pasar, dan dukungan yang diperlukan. Hal ini mengurangi

kemungkinan kolaborasi, memperlambat inovasi, dan menghambat peningkatan kualitas produk (Dinas Tenaga Kerja, Perindustrian, Koperasi, dan UMKM Kabupaten Kudus, 2024).

- c. Kurangnya kreativitas pelaku UMKM dengan hal-hal yang baru, yaitu masih banyak pelaku UMKM tidak melakukan inovasi produk, pelaku UMKM lebih memilih mempertahankan menu-menu yang dijual dari awal memulai usahanya, pemilik UMKM juga kebanyakan tidak memperbaiki tempat berjualannya (Dinas Tenaga Kerja, Perindustrian, Koperasi, dan UMKM Kabupaten Kudus, 2024).
- d. Kurangnya sikap proaktif pelaku UMKM, yaitu masih banyak pelaku UMKM tidak berani mengambil risiko guna mengembangkan usahanya, pelaku UMKM kurang sadar untuk mengubah dan memperbaiki usaha, kebanyakan tetap monoton terhadap usaha yang dijalankan. Pelaku UMKM juga kurang proaktif dalam hal melakukan sesuatu secara mandiri dan mencari peluang yang baru (Dinas Tenaga Kerja, Perindustrian, Koperasi, dan UMKM Kabupaten Kudus, 2024).
- e. Masih banyak pelaku UMKM kesulitan menentukan kemasan produk yang sesuai dan mengakses informasi membuat pangsa pasar menurun (Antara, 2023).

Rumusan masalah yang telah diuraikan diatas, maka muncul pertanyaan penelitian sebagai berikut:

- a. Bagaimana pengaruh modal sosial terhadap kinerja UMKM makanan dan minuman di Kecamatan Bae Kabupaten Kudus?

- b. Bagaimana pengaruh kreativitas terhadap kinerja UMKM makanan dan minuman di Kecamatan Bae Kabupaten Kudus?
- c. Bagaimana pengaruh proaktif terhadap kinerja UMKM makanan dan minuman di Kecamatan Bae Kabupaten Kudus?
- d. Bagaimana pengaruh orientasi pasar terhadap kinerja UMKM makanan dan minuman di Kecamatan Bae Kabupaten Kudus?
- e. Bagaimana pengaruh modal sosial, kreativitas, proaktif, dan orientasi pasar secara simultan terhadap kinerja UMKM makanan dan minuman di Kecamatan Bae Kabupaten Kudus?

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian berdasarkan rumusan masalah tersebut, adalah sebagai berikut:

- a. Untuk menganalisis pengaruh modal sosial terhadap kinerja UMKM makanan dan minuman di Kecamatan Bae Kabupaten Kudus.
- b. Untuk menganalisis pengaruh kreativitas terhadap kinerja UMKM makanan dan minuman di Kecamatan Bae Kabupaten Kudus.
- c. Untuk menganalisis pengaruh proaktif terhadap kinerja UMKM makanan dan minuman di Kecamatan Bae Kabupaten Kudus.
- d. Untuk menganalisis pengaruh orientasi pasar terhadap kinerja UMKM makanan dan minuman di Kecamatan Bae Kabupaten Kudus.
- e. Untuk menganalisis pengaruh modal sosial, kreativitas, proaktif, dan orientasi pasar secara simultan terhadap kinerja UMKM makanan dan minuman di Kecamatan Bae Kabupaten Kudus.

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis dalam penelitian ini yaitu memberikan kontribusi teoritis dan wawasan baru terkait ilmu manajemen khususnya modal sosial, kreativitas, proaktif, dan orientasi pasar terhadap kinerja UMKM makanan dan minuman di Kecamatan Bae Kudus.

1.5.2 Manfaat Praktis

Bagi pelaku UMKM, dengan penelitian yang dilakukan saat ini dapat memberikan masukan dalam mengembangkan strategi bisnis yang efektif dengan memanfaatkan modal sosial, meningkatkan kreativitas, bersikap proaktif, dan orientasi pasar guna meningkatkan kinerja usaha. Bagi Dinas, penelitian ini menyediakan informasi yang berguna untuk pengambilan keputusan di Dinas terkait kinerja UMKM.