

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Pertumbuhan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di Indonesia memiliki posisi yang sangat strategis. Potensi ini dapat meningkatkan perekonomian lokal dan berfungsi sebagai mata pencarian utama bagi banyak orang serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat secara keseluruhan (Windusancono, 2021). Kenyataan tersebut tidak sebanding dengan banyaknya tantangan yang dihadapi pelaku UMKM saat ini seperti keterbatasan akses terhadap pembiayaan, rendahnya kualitas sumber daya manusia, dan kesulitan dalam memasarkan produk (Syailendra et al., 2024). Pemerintah daerah dan lembaga swasta telah melaksanakan program untuk meningkatkan kinerja UMKM, upaya-upaya tersebut terkadang hanya bersifat jangka pendek dan tidak diawasi dengan baik.

UMKM di Kabupaten Kudus mendapatkan dukungan yang tepat dari pemerintah daerah dan lembaga swasta, sehingga UMKM bisa berkembang pesat, menciptakan lapangan kerja baru, dan memperluas kesempatan ekonomi bagi komunitas sekitar. Potensi ini menunjukkan betapa strategisnya posisi UMKM dalam meningkatkan perekonomian lokal dan kesejahteraan masyarakat (Setiyanto et al., 2024). Dengan cara ini, UMKM tidak hanya menjadi sumber pendapatan tambahan bagi individu, tetapi juga pendorong utama dalam pembangunan ekonomi masyarakat secara berkelanjutan (Mustaqim, 2023). Fakta di lapangan menunjukkan bahwa total

omset penjualan UMKM di Kabupaten Kudus mengalami fluktuasi sebagaimana terlihat dalam bentuk tabel 1.1 berikut:

**Tabel 1. 1**  
**Total Omset UMKM Kabupaten Kudus Tahun 2020 - 2023**

Tahun	Omset/Tahun (Rp)	Pertumbuhan
2020	Rp. 6.092.200.000	-
2021	Rp. 7.399.200.000	+45,3%
2022	Rp. 10.752.200.000	+40,5%
2023	Rp. 6.719.280.000	-35,4%

Sumber : Dinas Tenaga Kerja, Koperasi dan UMKM Kabupaten Kudus, 2024.

Berdasarkan Tabel 1.1, omset UMKM di Kabupaten Kudus menunjukkan bahwa selama tahun 2020 hingga 2023 omset UMKM mengalami fluktuasi. Omset UMKM mengalami peningkatan setiap tahunnya, dengan pertumbuhan sebesar 45,3% dari tahun 2020 hingga 2021 dan 40,5% dari tahun 2021 hingga 2022. Pada tahun 2020, omset UMKM sebesar Rp. 5.092.200.000, dan meningkat hingga Rp. 10.399.200.000 pada tahun 2022, akan tetapi omset UMKM mengalami penurunan tajam pada tahun 2023, di mana omset turun sebesar 35,4% dari tahun 2022 menjadi Rp. 6.719.280.000 pada tahun 2023. Penurunan omset dikarenakan kinerja UMKM belum maksimal, hal tersebut karena banyak UMKM yang memiliki bidang yang sama sehingga antara UMKM satu dengan yang lainnya saling bersaing (Liekyhung & Soelaiman, 2022).

Sampai saat ini UMKM timbul permasalahan-permasalahan yang belum terselesaikan secara tuntas (*closed loop problems*) (Budastra et al., 2024). Oleh karena itu, pembinaan wirausaha baru di sektor UMKM khususnya di Kudus penting dilakukan karena sering terjadi kemunduran pada perusahaan besar maupun kecil serta rendahnya kontribusi terhadap PDB dibandingkan dengan jumlah unit operasi dan

tenaga kerja yang ada di tanah air (Qadisyah et al., 2023). Pada saat yang sama, UMKM di Kabupaten Kudus juga menghadapi persaingan yang ketat baik di pasar lokal maupun pasar yang lebih luas, yang dapat melemahkan korelasi antara ketajaman kewirausahaan dan kinerja UMKM tersebut karena jumlah UMKM di Kabupaten Kudus semakin meningkat dan banyaknya UMKM sejenis.

**Tabel 1. 2**  
**Perkembangan Jumlah UMKM di Kabupaten Kudus Tahun 2019-2023**

No	Kecamatan	2019	2020	2021	2022	2023
1	Kaliwungu	1.843	1.957	2.062	2.153	2.225
2	Kota Kudus	2.626	2.714	2.869	2.948	3.040
3	Jati	1.629	1.707	1.806	1.834	1.864
4	Undaan	1.619	1.711	1.727	1.757	1.811
5	Mejobo	576	656	668	719	820
6	Jekulo	1.725	1.854	1.922	1.989	2.085
7	Bae	1.525	1.605	1.648	1.707	1.792
8	Gebog	1.546	1.615	1.911	1.965	2.000
9	Dawe	2.006	2.075	2.569	2.604	2.640
<b>Jumlah</b>		<b>15.095</b>	<b>15.984</b>	<b>17.182</b>	<b>17.676</b>	<b>18.227</b>

Sumber : Dinas Tenaga Kerja, Koperasi dan UMKM Kabupaten Kudus, 2024.

Berdasarkan tabel 1.2, data jumlah UMKM di Kabupaten Kudus menunjukkan tren pertumbuhan pesat selama tahun 2023. Dari tahun 2019 jumlah pelaku UMKM di Kabupaten Kudus 15.095 orang, dimana hingga tahun 2023 jumlahnya telah mencapai angka 18.227 pelaku usaha. Peningkatan jumlah UMKM akan mengakibatkan persaingan yang semakin ketat sehingga para wirausahawan harus terus berfokus pada strategi kewirausahaan mereka untuk menghadapi persaingan bisnis, salah satunya dengan memanfaatkan *e-commerce* (Pratama et al., 2022).

**Tabel 1. 3**  
**Jumlah UMKM Produk Makanan dan Minuman di Kabupaten Kudus**

No	Kecamatan	Jumlah	Presentase
1	Kaliwungu	325	8,1%
2	Kota Kudus	817	20,5%
3	Jati	398	10,%
4	Undaan	271	6,8%
5	Mejobo	288	7,2%
6	Jekulo	520	13,0%
7	Bae	384	9,6%
8	Gebog	486	12,2%
9	Dawe	502	12,6%
<b>Jumlah</b>		<b>3.991</b>	<b>100,0%</b>

Sumber: Dinas Tenaga Kerja, Koperasi, dan UMKM Kabupaten Kudus, 2024.

Berdasarkan observasi awal yang dilakukan peneliti dengan mewawancarai Bapak Sahudi, S.T, selaku yang berwenang dari Dinas Tenaga Kerja, Koperasi, dan UMKM Kabupaten Kudus pada Tanggal 11 Juni 2024, menegaskan bahwa pejualan UMKM produk makanan dan minuman di Kabupaten Kudus masih banyak mengandalkan pembelian secara konvensional, maka dari itu perlu inovasi agar kinerja UMKM lebih meningkat dengan salah satunya pemanfaatan *e-commerce*. Teknologi *e-commerce* memberikan solusi yang tepat untuk meningkatkan visibilitas produk UMKM serta memperluas jangkauan pasar mereka, *e-commerce* juga dapat digunakan sebagai alat untuk mengembangkan bisnis UMKM yang sudah ada, dengan memanfaatkan kemudahan dalam transaksi *online* yang terhubung langsung dengan konsumen.

Pemanfaatan *e-commerce* tersebut juga memberikan peluang untuk membangun kemitraan dengan pelaku usaha lainnya di Kabupaten Kudus. Kolaborasi antara UMKM dan penyedia jasa *e-commerce* dapat menciptakan ekosistem yang

saling menguntungkan, di mana produk-produk lokal dapat lebih mudah diakses dan dipasarkan kepada target pasar yang lebih luas. Selain itu, dengan adopsi teknologi digital, UMKM dapat meningkatkan efisiensi operasional masyarakat, mulai dari manajemen inventaris hingga pengelolaan pesanan dan pembayaran secara *online* (Sifwah et al., 2024).

Berkembangnya ekonomi digital di Indonesia melalui pemanfaatan *e-commerce* tidak hanya meningkatkan minat UMKM dalam kewirausahaan digital tetapi juga memberikan solusi untuk meningkatkan visibilitas produk dan memperluas jangkauan pasar (Istiqomah et al., 2024). *E-commerce* berperan sebagai alat yang efektif dalam mengembangkan bisnis UMKM dengan memanfaatkan kemudahan transaksi online langsung dengan konsumen. Dalam proses ini, modal sosial menjadi kunci kesuksesan bagi UMKM dalam beradaptasi dengan ekosistem digital, memungkinkan individu atau kelompok UMKM dalam membangun dan memperluas jaringan relasinya dengan konsumen, *supplier*, dan mitra bisnis lainnya (Fanani & Fitriyati, 2021). Hubungan yang kuat dan saling percaya dalam jaringan sosial ini sangat mendukung UMKM dalam mendapatkan dukungan, informasi, dan saran untuk menghadapi tantangan dan peluang dalam pasar digital yang semakin kompetitif.

Modal sosial merupakan suatu serangkaian nilai atau norma-norma informal yang dimiliki bersama diantara para anggota suatu kelompok masyarakat yang saling terkait, yang didasarkan pada nilai kepercayaan, norma, dan jaringan sosial. Modal sosial merupakan suatu kapabilitas yang muncul dari kepercayaan di dalam sebuah masyarakat secara umum (Panggabean & Silvianita, 2021). Premis yang diajukan dalam penggunaan modal sosial adalah semakin besar modal sosial yang dimiliki oleh

UMKM, maka tingkat keberhasilan sekaligus keberlangsungan usaha tersebut lebih besar dibandingkan dengan yang tidak memiliki atau modal sosialnya tidak besar. Konsep modal sosial dapat meningkatkan keberhasilan dan keberlangsungan UMKM karena modal sosial memudahkan UMKM untuk memperoleh kepercayaan dari pemangku kepentingan. Kepercayaan ini mempermudah UMKM dalam mengakumulasi aset, seperti sumber daya manusia yang berkualitas, dan mengakses kredit berkat informasi yang terbuka. Dukungan masyarakat dalam menjalankan kegiatannya juga dapat diperoleh melalui aksi kolektif (Walenta, 2019).

Modal insani memiliki peran yang penting dalam mendukung keberhasilan UMKM, sebagaimana halnya dengan modal sosial (Fanani & Fitrayati, 2021). Modal insani mencakup pengetahuan, keterampilan, dan kapabilitas individu yang memungkinkan UMKM untuk beradaptasi dengan lingkungan bisnis yang kompleks. Sumber daya manusia yang terampil dan berkualitas merupakan aset utama dalam mengelola UMKM secara efektif, terutama dalam menghadapi tantangan teknologi dan persaingan pasar yang semakin ketat. Investasi pada pengembangan modal insani seperti pelatihan karyawan dan pemilik usaha dapat meningkatkan kemampuan manajerial, kreativitas, dan inovasi dalam menjawab permintaan pasar yang berubah-ubah (Gerhart & Feng, 2021).

Dalam konteks pemanfaatan modal insani, UMKM yang menginvestasikan dalam pengembangan SDM yang terlatih tidak hanya mampu meningkatkan efektivitas operasional internal, tetapi juga memiliki kesempatan yang lebih besar untuk memperluas jaringan sosial yang kuat (Ompusunggu & Nanda, 2023). Keberadaan SDM yang terlatih memungkinkan UMKM untuk membangun hubungan

yang solid dengan berbagai pihak terkait, sejalan dengan prinsip-prinsip modal sosial. Dengan membangun modal insani yang kuat, UMKM dapat memperoleh kepercayaan dari konsumen, memperluas jangkauan pasar, serta mendapatkan dukungan yang lebih baik dari *supplier* dan mitra bisnis lainnya dalam menjalankan kegiatan usahanya.

*Reseach gap* yang melatarbelakangi penelitian ini yaitu adanya perbedaan hasil penelitian terdahulu. Pada variabel orientasi kewirausahaan, hasil penelitian Ludiya & Kurniawan, (2020) menyatakan bahwa orientasi wirausaha usaha berpengaruh terhadap kinerja usaha. Penelitian menurut Farhan et al. (2022) oientasi kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja usaha UMKM. Berbeda dengan penelitian lainnya yang mengatakan orientasi kewirausahaan tidak berpengaruh terhadap kinerja UMKM (Wijaya & Widjaja, 2023).

Pada variabel pemanfaatan *e-commerce*, hasil penelitian Arianty et al. (2023) menyatakan bahwa pemanfaatan *e-commerce* berpengaruh terhadap kinerja UMKM. Berbeda dengan penelitian lainnya yang mengatakan penggunaan *e-commerce* tidak berpengaruh terhadap kinerja UMKM (Triandra et al., 2021).

Pada variabel modal sosial dan modal insani, hasil penelitian Fanani & Fitrayati, (2021) menyatakan bahwa modal insani serta modal sosial berpengaruh akan kinerja UMKM. Berbeda dengan penelitian lainnya yang mengatakan bahwa modal sosial dan modal insani tidak berpengaruh terhadap kinerja usaha (Wibowo et al., 2022).

Berdasarkan latar belakang masalah diatas maka peneliti tertarik untuk menjadikan masalah tersebut sebagai topik yang akan diteliti. Adapun judul yang dipilih sesuai dengan masalah tersebut **“Pengaruh Orientasi Kewirausahaan,**

## **Pemanfaatan *E-Commerce*, Modal Sosial, dan Modal Insani Terhadap Kinerja UMKM Produk Makanan dan Minuman di Kabupaten Kudus”.**

### **1.2 Ruang Lingkup**

Adapun ruang lingkup dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Objek yang digunakan dalam penelitian ini adalah UMKM makanan dan minuman yang terdaftar *e-commerce* di Kabupaten Kudus.
- b. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini meliputi variabel dependen yaitu kinerja usaha (Y). variabel independen dalam penelitian ini adalah variabel orientasi kewirausahaan ( $X_1$ ), pemanfaatan *e-commerce* ( $X_2$ ), modal sosial ( $X_3$ ) dan modal insani ( $X_4$ ).
- c. Responden pada penelitian ini adalah para pelaku UMKM makanan dan minuman yang terdaftar *e-commerce* di Kabupaten Kudus.
- d. Jangka waktu penelitian ini yaitu selama dua bulan dari Agustus – Oktober 2024.

### **1.3 Perumusan Masalah**

Berdasarkan uraian pada latar belakang, terdapat permasalahan terkait orientasi kewirausahaan, pemanfaatan *e-commerce*, modal sosial, dan modal insani pada UMKM produk makanan dan minuman di Kabupaten Kudus yang selanjutnya akan diteliti dalam penelitian ini. Beberapa permasalahan tersebut diantaranya yaitu:

- a. Kinerja usaha: penurunan omset UMKM sebesar 35,4% di Kabupaten Kudus (tabel 1.1).
- b. Orientasi kewirausahaan: pengusaha cenderung mudah menyerah jika belum berhasil memasuki sebuah segmen pasar. Kurangnya pengetahuan dan keterampilan kewirausahaan pada UMKM (Hongyun, 2019).

- c. Pemanfaatan *e-commerce*: penjualan UMKM produk makanan dan minuman di Kabupaten Kudus sebagian besar masih mengandalkan pembelian secara konvensional (Bapak Sahudi S.T.).
- d. Modal sosial: kurangnya dalam memperluas jaringan bisnis dan mendapatkan akses ke sumber daya yang dibutuhkan, seperti informasi tentang permintaan pasar, peluang kerjasama, atau pembiayaan yang mendukung perkembangan UMKM (Walenta, 2019).
- e. Modal insani: Pelaku UMKM menghadapi kesulitan dalam meningkatkan kapasitas usaha dan mengembangkan produk yang kompetitif karena kurangnya modal insani yang baik, yang disebabkan oleh minimnya pengalaman bisnis, pengalaman kerja teknis, dan pengalaman industri (Yuniarsih et al., 2022).

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah dijelaskan diatas dapat ditarik pertanyaan penelitian sebagai berikut:

- 1) Bagaimana pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap kinerja UMKM produk makanan dan minuman di Kabupaten Kudus?
- 2) Bagaimana pengaruh pemanfaatan *e-commerce* terhadap kinerja UMKM produk makanan dan minuman di Kabupaten Kudus?
- 3) Bagaimana pengaruh modal sosial terhadap kinerja UMKM produk makanan dan minuman di Kabupaten Kudus?
- 4) Bagaimana pengaruh modal insani terhadap kinerja UMKM produk makanan dan minuman di Kabupaten Kudus?

- 5) Bagaimana pengaruh orientasi kewirausahaan, pemanfaatan *e-commerce*, modal sosial, dan modal insani secara simultan terhadap kinerja UMKM produk makanan dan minuman di Kabupaten Kudus?

#### **1.4 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, maka tujuan dari penelitian ini antara lain yaitu:

- 1) Untuk menganalisis pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap kinerja UMKM produk makanan dan minuman di Kabupaten Kudus
- 2) Untuk menganalisis pengaruh pemanfaatan *e-commerce* terhadap kinerja UMKM produk makanan dan minuman di Kabupaten Kudus
- 3) Untuk menganalisis pengaruh modal sosial terhadap kinerja UMKM produk makanan dan minuman di Kabupaten Kudus
- 4) Untuk menganalisis pengaruh modal insani terhadap kinerja UMKM produk makanan dan minuman di Kabupaten Kudus
- 5) Untuk menganalisis pengaruh orientasi kewirausahaan, pemanfaatan *e-commerce*, modal sosial, dan modal insani secara simultan terhadap kinerja UMKM produk makanan dan minuman di Kabupaten Kudus.

#### **1.5 Manfaat Penelitian**

##### **1.5.1 Manfaat Teoritis**

Manfaat teoritis dalam penelitian ini yaitu memberikan kontribusi teoritis dan wawasan baru terkait pengaruh antara orientasi kewirausahaan, pemanfaatan *e-commerce*, modal sosial, dan modal insani terhadap kinerja UMKM produk makanan dan minuman di Kabupaten Kudus.

### 1.5.2 Manfaat Praktis

a. Bagi UMKM di Kabupaten Kudus

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan bagi manajemen dalam menyusun rencana selanjutnya untuk meningkatkan kinerja usaha dan sebagai bahan informasi bagi UMKM produk makanan dan minuman di Kabupaten Kudus mengenai peranan orientasi kewirausahaan, pemanfaatan *e-commerce*, modal sosial, dan modal insani terhadap kinerja usaha.

b. Bagi Dinas Tenaga Kerja, Koperasi, dan UMKM Kabupaten Kudus

Hasil penelitian ini menjadi masukan dan pertimbangan bagi Dinas Tenaga Kerja, Koperasi, dan UMKM Kabupaten Kudus, dalam rangka meningkatkan kinerja usaha pada UMKM produk makanan dan minuman di Kabupaten Kudus.