

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan sektor yang sangat penting dalam perekonomian Indonesia, memberikan kontribusi yang besar bagi perekonomian nasional. Selain itu, kelompok usaha ini telah menunjukkan ketahanan yang luar biasa dalam menghadapi berbagai tantangan keuangan (Universitas Bina Nusantara, 2020). Usaha-usaha ini merupakan elemen dasar kerangka ekonomi Indonesia, menyumbang hampir 60,5% dari total Produk Domestik Bruto (PDB) negara dan menyediakan lapangan kerja bagi 96,9% dari total tenaga kerja pada tahun 2023 (Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia, 2025). Selain itu, UMKM bertanggung jawab atas sekitar 15,7% dari total aktivitas ekspor Indonesia. Upaya untuk meningkatkan kontribusi ekspor dari UMKM akan terus dilanjutkan tahun ini, sehingga mendukung pencapaian target pertumbuhan ekspor sekitar 9% selama lima tahun ke depan (Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia, 2025).

Meskipun beroperasi pada skala yang relatif lebih kecil dibandingkan dengan perusahaan besar, sejumlah besar masyarakat memilih usaha bisnis ini karena keunggulan unik yang ditawarkan oleh usaha mikro, kecil, dan menengah, yang umumnya sulit untuk direplikasi pada skala yang lebih besar. Kemampuan untuk dengan cepat mengadopsi dan mengintegrasikan teknologi dan inovasi terdepan menonjol sebagai manfaat utama dalam sektor UMKM. Struktur organisasi yang lebih sederhana dan minimnya birokrasi yang rumit memudahkan koordinasi dan komunikasi yang lebih cepat antar tingkat manajemen, sehingga meningkatkan pertumbuhan dan daya saing. Selain itu, UMKM membangun hubungan yang kuat dengan karyawan karena jumlah tenaga kerjanya yang lebih sedikit. Terakhir, fleksibilitas yang lebih besar memungkinkan mereka beradaptasi dengan lebih cepat terhadap perubahan dinamika pasar (Universitas Bina Nusantara, 2020).

Kamar Dagang dan Industri Indonesia (2024) menyatakan bahwa per 31 Desember 2024, UKM di Indonesia tersebar di berbagai sektor, dengan sektor perdagangan grosir dan eceran, termasuk perbaikan dan pemeliharaan mobil dan sepeda motor, memimpin dengan 14.433.048 unit usaha. Sektor akomodasi, makanan, dan minuman mengikuti dengan 6.400.667 unit, sementara sektor manufaktur memiliki 4.164.542 unit. Selain itu, sektor jasa lainnya mencakup 1.906.799 unit, dan sektor transportasi dan pergudangan mencakup 1.169.310 unit. Sektor konstruksi mencakup 307.519 unit, dan sektor penyewaan, leasing, tenaga kerja, agen perjalanan, dan jasa pendukung bisnis lainnya mencakup 289.650 unit. Sektor pertambangan dan penggalian terdiri dari 196.841 unit usaha kecil dan menengah (UKM), diikuti oleh sektor pengelolaan air, limbah air, pemulihan bahan limbah, dan remediasi dengan 164.111 unit, serta sektor pendidikan dengan 162.659 unit. Di bidang kesehatan manusia dan kegiatan sosial, terdapat 156.183 unit, sementara sektor properti mencakup 142.526 unit, seni, hiburan, dan rekreasi 129.547 unit, serta kegiatan profesional, ilmiah, dan teknis 124.287 unit. Sektor listrik, gas, uap/air panas, dan pendingin udara mencakup 82.504 unit, sedangkan sektor keuangan dan asuransi menyumbang 57.589 unit. Data ini menunjukkan distribusi yang luas dari UMKM di berbagai sektor ekonomi, dengan dominasi yang signifikan di sektor perdagangan, akomodasi, dan manufaktur.

Berdasarkan Peraturan Pemerintah Nomor 7 Tahun 2021 tentang Percepatan, Perlindungan, dan Pemberdayaan Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah, kriteria untuk mengklasifikasikan UMKM dapat dievaluasi berdasarkan investasi modal dan pendapatan tahunan. Berkenaan dengan investasi modal, Usaha Mikro didefinisikan memiliki investasi modal maksimum sebesar Rp.1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah), tidak termasuk biaya tanah dan gedung usaha. UMKM Kecil, di sisi lain, memiliki investasi modal melebihi Rp.1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah) tetapi tidak melebihi Rp.5.000.000.000,00 (lima miliar rupiah). Sementara itu, usaha menengah memiliki modal investasi melebihi Rp.5.000.000.000,00 (lima miliar rupiah) tetapi tidak melebihi Rp.10.000.000.000,00 (sepuluh miliar rupiah). Dari sisi hasil penjualan tahunan, Usaha Mikro memiliki hasil penjualan sampai dengan paling

banyak Rp.2.000.000.000,00 (dua miliar rupiah). Usaha Kecil memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp.2.000.000.000,00 (dua miliar rupiah) hingga paling banyak Rp.15.000.000.000,00 (lima belas miliar rupiah). Adapun Usaha Menengah memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp.15.000.000.000,00 (lima belas miliar rupiah) hingga paling banyak Rp.50.000.000.000,00 (lima puluh miliar rupiah) (Kementerian Keuangan Republik Indonesia, 2021).

Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UKM, pada tahun 2025, terdapat sekitar 30,1 juta unit UMKM di Indonesia. Kemudian jumlah pengusaha UMKM di Indonesia mencapai 29 juta orang dengan 49,41% di antaranya adalah perempuan, atau setara dengan 14,37 juta pelaku UMKM perempuan. Selain itu Jawa Timur memiliki jumlah UMKM mencapai 9,7 juta unit dengan proporsi perempuan pelaku UMKM diperkirakan sejalan dengan angka nasional, yaitu sekitar 6,26 juta perempuan. Sedangkan pada wilayah Madura dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 1.1 Usaha Mikro, Kecil, Menengah di Madura

Kab.	Jumlah UMKM	Sumber
Bangkalan	Terdapat sekitar 166,580 UMKM.	(RKPD Kabupaten Bangkalan, 2025)
Sampang	Menurut Kabid Koperasi Diskoperindang terdapat 37.177 pelaku UMKM.	(Maduratribunnews.com, 2024)
Pamekasan	Menurut Diskop UKM Naker Pamekasan terdapat 49.185 pelaku UMKM.	(Jatim.antaranews.com, 2024)
Sumenep	Menurut Bupati Sumenep terdapat 200 lebih pelaku UMKM.	(Sumenepkab.go.id, 2024)

Dapat disimpulkan bahwasannya kabupaten Bangkalan adalah kabupaten dengan pelaku UMKM terbanyak dari 4 kabupaten di madura berdasarkan data tersebut dengan mayoritas pelakunya menurut Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Bangkalan adalah perempuan sebesar 57,42% atau sekitar 95.651 orang (DISKOPUM Bangkalan, 2024). Berdasarkan data Dinas Koperasi Usaha Mikro dan Perdagangan Kabupaten Bangkalan (2024), Usaha mikro di Bangkalan sebagian besar masih dikelola secara perorangan, bersifat sederhana, dan belum terorganisir dengan baik, baik dari sisi usaha, tempat, maupun sistem kerja. Meskipun demikian, usaha mikro tetap berpotensi mendorong pertumbuhan ekonomi daerah karena mampu menyerap tenaga kerja dan menyediakan barang

konsumtif bagi masyarakat. Pemerintah Kabupaten Bangkalan juga telah melaksanakan berbagai program untuk mendukung UMKM, seperti pelatihan kewirausahaan, pengembangan produk, serta fasilitasi akses pembiayaan. Namun, pelaku usaha mikro masih menghadapi sejumlah kendala, antara lain keterbatasan modal, kurangnya keterampilan manajerial, lemahnya pemasaran, serta persaingan yang ketat (Pemerintah Kabupaten Bangkalan, 2025).

Keberhasilan usaha merupakan salah satu indikator penting dalam menilai keberlanjutan dan perkembangan suatu usaha, khususnya pada sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Menurut Henry Faizal Noor (2007), keberhasilan usaha tidak hanya diukur dari besar tidaknya laba yang diperoleh, tetapi juga dari kemampuan usaha dalam menciptakan daya saing, melakukan inovasi, serta membangun citra usaha yang baik di mata konsumen. Dimensi-dimensi tersebut saling berkaitan dan menjadi penentu apakah suatu usaha mampu bertahan serta berkembang dalam jangka panjang. Kabupaten Bangkalan sebagai salah satu daerah di Madura yang menunjukkan adanya sejumlah UMKM yang bisa dikategorikan berhasil jika dilihat berdasarkan dimensi keberhasilan usaha tersebut. Salah satu contohnya adalah Tresna Art yang tidak hanya memperoleh pengakuan resmi dari Kementerian Perindustrian Republik Indonesia sebagai perusahaan yang konsisten memproduksi dan memperdagangkan batik tulis, tetapi juga mampu membangun daya saing melalui koleksi batik Madura yang lengkap dalam satu lokasi, pengembangan paket wisata, serta pelayanan yang memberikan pengalaman khas kepada konsumen. Inovasi dan citra usaha yang baik tercermin dari penyediaan fasilitas paket wisata, sajian jajanan tradisional gratis, hingga kemampuannya menarik wisatawan lokal maupun mancanegara (Tresna Art, 2024). Keberhasilan UMKM di Bangkalan juga terlihat pada usaha kuliner seperti Budi Luhur (Nya Lete') yang hingga saat ini tetap memiliki banyak pelanggan yang rela mengantre. Keunggulan daya saing usaha ini ditunjukkan melalui variasi menu dan cita rasa yang sama sejak lama. Inovasi dilakukan melalui sistem penyediaan makanan yang sudah siap bawa pulang jika ada yang ingin membawa pulang, sementara citra usaha yang baik tercermin dari pelayanan yang cepat dan kepuasan pelanggan, termasuk pengunjung yang datang dari luar daerah (Hotimah, 2023).

Contoh lain adalah Toko Sumber Madu sebagai usaha jamu tradisional yang telah berdiri sejak masa kolonial Belanda dan tetap bertahan hingga saat ini tanpa adanya keluhan dari pembeli. Keberhasilan usaha ini ditunjukkan dengan kemampuan menjangkau pasar hingga ke luar negeri, seperti Jepang dan Korea, serta pemanfaatan platform digital dalam proses pemasaran. Citra usaha yang baik terbangun dari kepercayaan konsumen terhadap kualitas produk dan konsistensi dalam mempertahankan cara produksi dengan cara tradisional (Bappeda Provinsi Jawa Timur, 2015). Selain itu, Aulia Batik Madura & Busana juga menunjukkan keberhasilan usaha melalui daya saing produk yang beragam, mulai dari batik berbagai daerah, jenis kain, hingga busana siap pakai dengan harga yang terjangkau. Inovasi dan daya saing terlihat melalui kehadiran *online store* yang memudahkan akses konsumen dari berbagai daerah. Hal serupa juga terlihat pada Toko Bunda sebagai usaha oleh-oleh khas Bangkalan yang memanfaatkan platform digital dan memperoleh rating tinggi dari konsumen, yang mencerminkan citra usaha yang baik melalui pelayanan ramah, cepat, serta kualitas produk yang terjaga. Berdasarkan ulasan tersebut, dapat disimpulkan bahwa Bangkalan memiliki sejumlah UMKM yang telah menunjukkan keberhasilan usaha apabila dilihat dari dimensi laba usaha, daya saing, inovasi, dan citra usaha yang baik. Oleh karena itu, variabel keberhasilan usaha dipandang relevan untuk digunakan dalam penelitian ini, guna memahami faktor-faktor yang mendukung keberhasilan UMKM, khususnya pada perempuan pelaku UMKM di Kabupaten Bangkalan.

Berbagai faktor, termasuk kemajuan teknologi yang terus berlanjut, perubahan preferensi konsumen, dan dinamika persaingan, mengharuskan para pengusaha untuk secara konsisten meningkatkan efisiensi dan efektivitas operasional bisnis mereka. Secara bersamaan, upaya harus diarahkan untuk memperoleh konsep-konsep baru melalui pendekatan kreatif dan inovatif. Konsep-konsep ini memiliki nilai intrinsik jika dapat diimplementasikan secara efektif dan menghasilkan sesuatu yang unik, baik terkait sistem, proses, maupun penawaran produk (Abubakar, 2018). Perluasan bisnis adalah proses yang dinamis dan tidak terjadi secara instan, karena motivasi dan tindakan saat ini akan membentuk arah pertumbuhan bisnis di masa depan. Perluasan bisnis menuntut sumber daya

keuangan dan manusia. Seorang wirausaha yang sukses adalah seseorang yang mampu mengatasi hambatan yang dihadapi dalam bisnisnya dan berkembang di bawah berbagai kondisi. Karakteristik wirausaha diperlukan untuk para individu dalam berwirausaha karena usaha berpeka pada hati nurani dan naluri bisnis yang tajam untuk menembus pangsa pasar yang kompetitif (Utami, 2020). Nilai budaya juga penting dalam sebuah usaha seperti budaya gotong royong saling membantu satu sama lain. Hal ini didukung oleh pendapat Sari (2017) yang mengatakan bahwa peran penting dalam pertumbuhan usaha adalah hubungan sesama etnis yang kuat.

Permasalahan tersebut tentu berkaitan dengan *cultural value*, terlebih lagi perempuan memiliki keunikan karakternya tersendiri. Nilai-nilai budaya atau *cultural value* menurut Hofstede (2011) adalah prinsip-prinsip, kepercayaan, etika, dan nilai-nilai dominan yang dianut oleh sekelompok orang yang membentuk suatu budaya. Sementara itu menurut Yang *dkk.*, (2006) nilai-nilai budaya diartikan sebagai hasil dari gagasan sekelompok orang mengenai keyakinan serta kebiasaan-kebiasaan tertentu yang terjadi di suatu tempat. Pada konteks UMKM, nilai-nilai budaya atau *cultural value* memiliki keterkaitan pada keberhasilan usaha, misalnya melalui dimensi *power distance*, *collectivism*, dan *long term orientation*. Indonesia memiliki keragaman budaya yang cukup kaya dari sabang sampai merauke yang menjadikan tempat ideal untuk mengeksplorasi bagaimana nilai budaya mempengaruhi berbagai aspek kehidupan.

Pada masyarakat madura, nilai-nilai budaya sangat dijunjung tinggi untuk terus dipertahankan, orang madura juga dikenal dengan kebudayaan yang sangat kental yang didukung oleh penelitian dari Wijdaniyah (2022) yang mengatakan bahwa madura sebagai daerah dengan ragam budaya yang sangat kental. Nilai-nilai budaya madura yang berkaitan dengan wirausaha seperti yang dijelaskan oleh Djakfar (2011) bahwa kerja keras sebagai harga diri, dimana orang madura akan tersinggung jika dikatakan sebagai pemalas karena akan menurunkan harga dirinya, selain itu terdapat peribahasa madura “*abantal omba’ asapo’ angen*” yang melambangkan pantang menyerah dan sangat dihindari adanya ungkapan “*atongghul to’ot*”. Selain dua hal tersebut terdapat juga filosofi tentang bhupa’,

bhabbu, ghuru, rato yang diartikan sebagai hierarki penghormatan orang madura dalam kehidupan sehari-hari baik itu kehidupan sosial atau kehidupan bisnis.

Karakteristik wirausaha berguna dalam mengembangkan usaha, serta optimisme wirausaha dalam membuat usahanya berkembang, karena pandangan seseorang tentang karakter wirausaha setara dengan persepsinya sebagai wirausaha. Jika wirausaha memandang karakter wirausaha mereka secara positif, perusahaannya kemungkinan besar akan berkembang (Bangun, 2018). Karakteristik wirausaha merupakan unsur internal yang memiliki kekuatan untuk menentukan apakah suatu perusahaan berhasil atau gagal. Penentuan ini didasarkan pada kualitas yang dimiliki oleh pelaku bisnis, seperti passion yang besar, dorongan terus-menerus untuk berinovasi, penerimaan tanggung jawab yang konsisten, dorongan kuat untuk mencapai tujuan, dan keberanian untuk menghadapi risiko (Essel, 2019). Islam dkk (2011) menyimpulkan bahwa dalam menentukan kesuksesan usaha kecil dan menengah terdapat faktor yang sangat penting yaitu karakteristik seseorang. Dalam konteks ini, sifat kewirausahaan mewakili sikap atau tindakan seseorang. Hal ini memungkinkan mereka untuk secara kreatif dan inovatif memanfaatkan sumber daya seperti uang, bahan baku, dan tenaga kerja, serta bersedia mengambil risiko yang dihitung untuk mengidentifikasi peluang bisnis yang memungkinkan mereka meluncurkan usaha baru (Apriliani & Widiyanto, 2018).

Berdasarkan penelitian terdahulu mengenai variabel karakteristik wirausaha (*entrepreneurial characteristics*), nilai budaya (*cultural value*), dan keberhasilan usaha (*business success*) sudah pernah diteliti. Penelitian yang akan dilakukan memiliki kesamaan dan juga perbedaan dengan penelitian sebelumnya. Penelitian yang berjudul “Pengaruh Karakteristik Wirausaha, Lingkungan Eksternal dan Strategi Bertahan UMKM dalam Menjaga Keberlangsungan Usaha di Musim Pandemi Covid 19” yang dilakukan oleh Dwiastanti dan Mustapa (2020) menunjukkan bahwa karakteristik wirausaha, seperti kemampuan beradaptasi dan motivasi, merupakan variabel dominan yang berpengaruh signifikan terhadap keberlangsungan usaha UMKM di masa pandemi Covid-19. Menurut pandangan mereka, pemilik usaha dapat memastikan bisnis mereka tetap beroperasi dengan

sukses jika mereka memiliki sifat kewirausahaan yang kuat, mampu memanfaatkan peluang dan mengatasi tantangan dari dunia luar, serta menyusun rencana bisnis untuk menghadapi bahaya dan kesulitan. Penelitian juga menunjukkan bahwa faktor kunci yang menentukan apakah suatu usaha akan bertahan adalah sifat pribadi pemilik usaha. Hal ini menunjukkan bahwa pencapaian suatu perusahaan sebagian besar ditentukan oleh orang-orang yang terlibat di dalamnya. Kemampuan seseorang untuk mengenali potensi, memanfaatkan sumber daya yang tersedia, berani menghadapi kesulitan, dan memiliki pengetahuan untuk mengatasi hambatan dengan menggunakan semua kemampuannya akan membawa mereka menuju kesuksesan dalam usaha. Fakta bahwa penelitian ini menggunakan variabel yang sama mengenai sifat-sifat pemilik usaha dan berfokus pada keberhasilan usaha membuatnya dapat dibandingkan dengan penelitian yang akan dilakukan.

Dalam penelitian lainnya yang dilakukan oleh Abubakar dan Palisuri (2018) pada industri rumah tangga dan kecil kuliner tradisional di Kelurahan Rappang, Kecamatan Panca Rijang, Kabupaten Sidrap, Sulawesi Selatan, menganalisis pengaruh karakteristik kewirausahaan terhadap keberlanjutan usaha. Melalui metode penelitian kuantitatif yang menggunakan regresi linier berganda pada kelompok 54 peserta, studi tersebut menunjukkan bahwa dimensi-dimensi terkait kewirausahaan, seperti bertindak dengan disiplin, rasa komitmen yang kuat, sikap kreatif dan inovatif, cara menghadapi risiko, fokus pada hal-hal yang akan datang, beradaptasi dengan perubahan, dan bertindak secara mandiri, semuanya memiliki dampak positif dan signifikan dalam menjaga kelangsungan usaha, baik secara simultan maupun secara parsial (dengan $R=0.713$, $R^2=0.508$, dan signifikansi $F=0.000$). Penelitian ini memiliki kesamaan pada variabel karakteristik wirausaha, sedangkan perbedaannya pada subjek dan tempat penelitian. Temuan ini menegaskan bahwa karakteristik kewirausahaan yang kuat menjadi faktor kunci dalam mempertahankan dan mengembangkan usaha kuliner tradisional di tengah tantangan seperti keterbatasan modal, teknologi, dan manajemen untuk keberhasilan usahanya.

Dari dkk. (2022) melakukan penelitian terhadap pemilik usaha kecil di Kecamatan Gerung, Kabupaten Lombok Barat, Nusa Tenggara Barat, di mana

mereka meneliti bagaimana karakteristik wirausaha pemilik usaha mempengaruhi keberhasilan usaha selama pandemi Covid-19. Hasil penelitian, yang diperoleh melalui metode kuantitatif menggunakan *Partial Least Square* (PLS) versi 3.0 pada 59 responden yang dipilih melalui sampling purposif, menunjukkan bahwa karakteristik wirausaha pemilik usaha tidak berpengaruh terhadap keberhasilan usaha kecil, meskipun variabel lain seperti lingkungan eksternal dan strategi kelangsungan usaha memiliki dampak yang positif dan signifikan dalam menjaga operasional usaha tetap berjalan di tengah kesulitan ekonomi. Mereka juga menegaskan bahwa kemampuan usaha untuk berinovasi, adanya potensi kepemimpinan, adanya pelanggan, dan pengembalian investasi awal, serta kemampuan untuk mengenali peluang pertumbuhan dan pengembangan jangka panjang, semuanya merupakan indikasi keberhasilan usaha dalam jangka panjang.

Penelitian sebelumnya mengenai *cultural values* dengan keberhasilan usaha pernah dilakukan oleh Akmal Abdullah dkk. (2024) dengan judul *Examining The Effects of Technology Adoption, Cultural Values, Social Capital, and Government Policies on Entrepreneurial Success and Social Impact in Indonesia*. Dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh nilai budaya terhadap keberhasilan wirausaha dan dampak sosial. Dalam penelitiannya menggunakan metode kuantitatif dengan subjek sebanyak 350 orang wirausahawan dan menggunakan teknik *sampling stratified random sampling combined with purposive sampling*. Data menunjukkan pengaruh yang signifikan dan positif dari nilai-nilai budaya terhadap keberhasilan usaha, sebagaimana dibuktikan oleh validasi model PLS-SEM terhadap hipotesis H3 (dengan koefisien jalur yang signifikan pada $p < 0.05$). Hasil ini menunjukkan adanya hubungan yang signifikan dan positif antara penerimaan nilai-nilai budaya dan pencapaian kesuksesan dalam upaya kewirausahaan. Semakin tinggi keselarasan dengan nilai budaya lokal, maka semakin tinggi keberhasilan wirausaha, demikian pula sebaliknya semakin rendah keselarasan dengan nilai budaya, maka semakin rendah keberhasilan wirausaha. Penelitian lainnya juga mengkaji fenomena nilai-nilai budaya pada pelaku UMKM yang pernah diteliti oleh Ibojoju dan Akeke (2022) pada pelaku UMKM di Nigeria Barat Daya. Meskipun Nigeria memiliki nilai-nilai budaya yang berbeda, penelitian ini

menunjukkan bahwa apabila pelaku UMKM mampu mengontrol nilai-nilai budaya, akan terjadi kenaikan performa UMKM sebanyak 67% yang menunjukkan bahwa nilai budaya mempunyai pengaruh positif secara signifikan terhadap kinerja UMKM. Artinya, apabila pelaku UMKM mampu mengatur nilai-nilai budayanya maka akan terjadi peningkatan kinerja usaha.

Penelitian ini berada dalam domain kewirausahaan dengan fokus pada perempuan pelaku UMKM di Kabupaten Bangkalan. Secara umum, penelitian mengenai hubungan antara karakteristik wirausaha dan keberhasilan usaha, serta antara nilai budaya dan keberhasilan usaha, telah banyak dilakukan di berbagai daerah. Namun demikian, kajian serupa yang secara spesifik menyoroti UMKM mikro, kecil, dan menengah di Kabupaten Bangkalan masih sangat minim. Padahal, UMKM di Bangkalan berpotensi menghasilkan dinamika yang berbeda dibandingkan daerah lain yang didukung oleh jumlah pelaku UMKM di Bangkalan yang paling banyak dari ke-4 kabupaten di Madura. Lebih jauh lagi, penelitian tentang UMKM di Bangkalan sebagian besar masih berfokus pada sertifikasi halal dan usaha berbasis halal. Sementara itu, kajian mengenai keberhasilan usaha, khususnya yang menyoroti peran perempuan pelaku UMKM, masih sangat minim. Kondisi ini menunjukkan adanya celah penelitian yang penting untuk ditelaah lebih dalam.

Novelty penelitian ini terletak pada upaya untuk menghubungkan karakteristik wirausaha (*entrepreneurial characteristics*) dan nilai budaya (*cultural value*) dengan keberhasilan usaha perempuan pelaku UMKM di Bangkalan. Berbeda dengan penelitian sebelumnya yang dominan membahas aspek legalitas halal, penelitian ini menekankan faktor internal (karakteristik wirausaha) dan faktor eksternal (nilai budaya) sebagai determinan keberhasilan usaha. Selain itu, peneliti menemukan adanya satu penelitian yang memiliki hasil bahwa karakteristik wirausaha tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keberhasilan usaha, sebuah temuan yang masih *debatable* dan membuka ruang diskusi akademik lebih lanjut. Dari celah ini, penelitian ini berupaya menambahkan literatur baru yang dapat memperkuat, memperluas, atau bahkan memberikan temuan berbeda terkait relasi karakteristik wirausaha (*entrepreneurial characteristics*) dan nilai budaya (*cultural*

value) dengan keberhasilan usaha dalam konteks perempuan pelaku UMKM di Bangkalan. Selain itu, kajian mengenai keberhasilan usaha perempuan pelaku UMKM di Bangkalan juga sejalan dengan agenda pembangunan global, khususnya *Sustainable Development Goals* (SDGs) poin 5 tentang kesetaraan gender dan poin 8 tentang pekerjaan layak serta pertumbuhan ekonomi. Oleh karena itu, penelitian ini penting untuk memberikan gambaran mengenai pengaruh karakteristik wirausaha (*entrepreneurial characteristics*) dan nilai budaya (*cultural value*) terhadap keberhasilan usaha perempuan pelaku UMKM di Bangkalan, sekaligus memperkaya literatur di bidang psikologi sosial dan pembangunan ekonomi lokal.

Berdasarkan latar belakang dan penelitian terdahulu yang sudah diuraikan diatas, peneliti memiliki ketertarikan untuk melakukan penelitian yang berjudul “Pengaruh *Entrepreneurial Characteristics* dan *Cultural Value* terhadap Keberhasilan Usaha Perempuan Pelaku UMKM di Bangkalan”. Diharapkan hasil pada penelitian ini dapat memberikan kontribusi teoritis dalam bidang psikologi serta rekomendasi praktis bagi pemerintah daerah dan pemangku kepentingan untuk mendukung keberhasilan usaha UMKM perempuan khususnya di Bangkalan.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut, maka dalam penelitian ini diperoleh rumusan masalah sebagai berikut: “Apakah *entrepreneurial characteristics* dan *cultural value* secara simultan berpengaruh terhadap keberhasilan usaha perempuan pelaku UMKM di Bangkalan?”

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *entrepreneurial characteristics* dan *cultural value* secara simultan terhadap keberhasilan usaha perempuan pelaku UMKM di Bangkalan.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik secara teoritis maupun praktis.

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini dapat memberikan kontribusi pengetahuan ilmu psikologi industri dan organisasi karena terdapat bahasan terkait pelaku UMKM. Selain itu dapat memberikan sumbangsih untuk memperkaya literatur yang spesifik mengenai konsep *entrepreneurial characteristics* dan *cultural value* terhadap keberhasilan usaha khususnya perempuan pelaku UMKM di Bangkalan.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Subjek

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman kepada para perempuan pelaku UMKM di Kabupaten Bangkalan mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan usaha sehingga dapat memikirkan strategi yang tepat untuk menghadapi tantangan dalam dunia usaha yang dinamis.

b. Bagi Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kabupaten Bangkalan

Diharapkan dapat menambahkan data yang lebih spesifik mengenai jumlah perempuan pelaku usaha UMKM di Bangkalan. Selain itu hasil dari penelitian ini dapat dijadikan landasan untuk membuat suatu kegiatan yang diharapkan dapat bermanfaat bagi para pelaku UMKM di Bangkalan khususnya perempuan.

c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat dijadikan bahan referensi yang berguna untuk melakukan penelitian lainnya yang serupa ataupun berhubungan dengan pengembangan variabel *entrepreneurial characteristics*, *cultural value*, dan keberhasilan usaha.