

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan faktor krusial yang menopang stabilitas ekonomi Indonesia dengan memiliki peran sebagai pilar utama pertumbuhan ekonomi sekaligus penyedia kesempatan kerja bagi masyarakat. Menurut UU No. 20 Tahun 2008 yang menyatakan bahwa tujuan dari adanya UMKM yaitu untuk menumbuhkan dan mengembangkan usaha untuk membangun perekonomian nasional. UMKM merupakan suatu usaha ekonomi produktif yang berdiri secara mandiri oleh perorangan atau badan usaha sesuai dengan kriteria tertentu. (Peraturan Pemerintah Republik Indonesia, 2008).

Peranan yang ditunjukkan UMKM sangat besar, bukan hanya untuk pertumbuhan ekonomi dalam negeri akan tetapi juga pertumbuhan ekonomi seluruh negara di dunia (Xiao et al., 2022). UMKM memberikan memberikan sumbangan signifikan bagi pertumbuhan domestik bruto (PDB) di masing-masing negara. Di Indonesia, UMKM berperan besar terhadap pertumbuhan ekonomi sebesar 99% dari seluruh unit usaha sehingga dapat dikatakan bahwa UMKM mendominasi sektor perekonomian Indonesia (Kadin Indonesia, 2024).

Menurut data Kementerian Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) menyatakan bahwa pada tahun 2023, UMKM menyumbang sekitar 61% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia, dengan nilai kontribusi mencapai Rp 9.580 triliun. Selain itu, sektor ini mampu menyerap kurang lebih 117 juta tenaga kerja, atau sekitar 97% dari keseluruhan tenaga kerja nasional (Kadin Indonesia, 2024). Jumlah pelaku UMKM di Indonesia mengalami peningkatan dari 65 juta pada tahun 2022 menjadi 66 juta pada tahun 2023, dengan persentase kenaikan sebesar 1,52% (Goodstats.id, 2025). Sebaran UMKM di seluruh wilayah Indonesia menjadi salah satu sektor utama yang memegang kunci kestabilan Indonesia dalam menghadapi krisis ekonomi, baik tingkat nasional maupun tingkat global (Novandra, 2025).

Di samping memiliki peranan strategis dalam perekonomian nasional,

UMKM juga berkontribusi signifikan dalam penyerapan tenaga kerja dalam jumlah yang sangat tinggi. Pada umumnya, Usaha mikro tidak memerlukan persyaratan berpendidikan tinggi dalam proses operasionalnya, sehingga dapat memberikan peluang kerja yang sangat besar bagi seluruh lapisan masyarakat Indonesia (Novandra, 2025). Selanjutnya, usaha mikro memberikan peran yang sangat besar dalam pemerataan ekonomi, peningkatan pendapatan masyarakat, serta stabilitas ekonomi nasional (Aftitah & Hasanah, 2025). Fleksibilitas yang tinggi pada usaha mikro dalam penyesuaian diri terhadap perubahan pasar serta usaha mikro dapat bertahan dalam berbagai kondisi ekonomi mampu menjadi sektor yang dapat diandalkan dalam mendukung pertumbuhan ekonomi regional maupun nasional (Novandra, 2025).

Pelaku usaha yang saat ini tidak hanya didominasi oleh para laki-laki, akan tetapi perempuan memiliki kontribusi yang cukup besar dalam bidang kewirausahaan (Putri, 2022). Partisipasi perempuan dalam dunia bisnis turut memberikan kontribusi yang khas dan semakin diakui dalam aktivitas perdagangan di Indonesia. Ketertarikan terhadap dunia bisnis bagi perempuan banyak dipengaruhi oleh latar belakang keberadaan mereka serta nilai-nilai budaya yang mendasarinya (Agustina, 2020). Keterlibatan perempuan dalam bidang kewirausahaan telah ada sejak zaman ke zaman (Indiwo, 2016). Menurut Menteri Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak (PPPA) menyatakan bahwa perempuan menjadi pilar penting bagi perekonomian nasional. Pada tahun 2024, BPS (Badan Pusat Statistik) mencatat bahwa 64,5% pelaku UMKM di Indonesia adalah perempuan, dengan jumlah sekitar 37 juta orang. Sementara itu, Kadin menyatakan bahwa kontribusi perempuan dalam sektor UMKM terhadap PDB nasional sebesar 61% (Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak, 2025).

Berdasarkan data tersebut, perempuan memiliki peran yang sangat besar dalam pertumbuhan ekonomi di Indonesia. Dominasi perempuan juga terjadi di Jawa Timur sebagai salah satu provinsi yang menyumbang kontribusi besar dalam perekonomian Indonesia. Jawa Timur memiliki jumlah pelaku usaha sebanyak 1.123.691 pada tahun 2022. Sementara itu, 57,57% dari total pelaku

UMKM dikelola oleh perempuan (Diskopukm.jatimprov, 2022; Kominfo.jatimprov, 2024). Menurut data Badan Pusat Statistik (BPS), pada triwulan II – 2024 Pulau Jawa berkontribusi sebesar 57,04% terhadap PDB nasional (Kadin Indonesia, 2024). Sedangkan kontribusi Jawa Timur terhadap perekonomian Pulau Jawa mengalami peningkatan pada triwulan II-2025 sebesar 25,36% dengan pertumbuhan 5,23% (Kominfo.jatimprov, 2025). Kontribusi UMKM Jawa Timur terhadap PDRB Jawa Timur mengalami juga mengalami peningkatan pada tahun 2022 sebesar 58,36 yang meningkat sebesar 0,55% dibandingkan dengan tahun 2021 (Kominfo.jatimprov, 2024). Berdasarkan data-data tersebut menunjukkan bahwa Jawa Timur terus mengalami peningkatan dalam pertumbuhan ekonomi.

Salah satu kabupaten di Jawa Timur yang juga turut memberikan kontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi Jawa Timur yaitu Kabupaten Bangkalan. Kabupaten Bangkalan berkontribusi sebesar 9,111 milyar rupiah terhadap nilai tambah bruto pada tahun 2022 (Diskopukm.jatimprov, 2022). Berikut merupakan perkembangan jumlah UMKM di Kabupaten Bangkalan selama lima tahun terakhir:

Tabel 1. 1 Perkembangan Jumlah UMKM di Bangkalan

No	Tahun	Jumlah Usaha Mikro
1.	2019	221.745
2.	2020	128.745
3.	2021	156.654
4.	2022	166.495
5.	2023	166.580

Sumber Data: Dinas Koperasi Usaha Mikro Kab. Bangkalan, 2024

Berdasarkan data Dinas Koperasi Usaha Mikro Kabupaten Bangkalan, jumlah pelaku UMKM di Kabupaten Bangkalan pada tahun 2023 sebanyak 166.580 orang (Kabupaten Bangkalan, 2024). Bangkalan merupakan kabupaten terbesar pertama yang memiliki jumlah UMKM terbanyak se-Madura. Disusul Kabupaten Pamekasan memiliki jumlah UMKM sebanyak 49.298 menurut kepala Diskop UKM dan Naker Pamekasan (Kabarmadura.id, 2025). Selanjutnya, Kabupaten Sampang yang memiliki jumlah UMKM sebanyak

36.590 di tahun 2023 dan mengalami kenaikan di tahun 2024 sebanyak 37.117 menurut data Dinas Koperasi, UMKM, Perindustrian, dan Perdagangan (Diskoperindag) Sampang (rri.co.id, 2024). Terakhir, Kabupaten Sumenep yang memiliki jumlah UMKM sebanyak 2.000 lebih menurut Bupati Sumenep (Sumenepkab.go.id, 2024).

Adapun jumlah pelaku UMKM perempuan di Kabupaten Bangkalan menurut Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Bangkalan sebanyak 95.651 orang dengan presentase sebesar 57,42% (Ulfa, 2024). Berdasarkan data tersebut dapat dinyatakan bahwa saat ini perempuan memiliki kontribusi yang sangat besar untuk perkembangan ekonomi. Perempuan tidak hanya memiliki peran dalam ketahanan ekonomi keluarga dan masyarakat saja, akan tetapi perempuan mempunyai peran: 1) mengurangi efek fluktuatif ekonomi; 2) memiliki kontribusi dalam penurunan angka kemiskinan; 3) menopang pertumbuhan ekonomi dalam jangka panjang (Indiworo, 2016). Perempuan yang memiliki usaha mempunyai keunikan serta ciri khas tersendiri dalam menjalankan usahanya. Perempuan yang memiliki usaha mempunyai pesona yang dapat menginspirasi bagi sekitar, serta memiliki kepercayaan diri yang sangat tinggi apabila perempuan tersebut berasal dari keluarga pengusaha (Maksum et al., 2021).

Adapun faktor yang mendukung keunggulan perempuan dibandingkan dengan laki-laki, yaitu kemampuan komunikasi perempuan yang lebih baik dibandingkan dengan laki-laki. Hal ini dikarenakan perempuan memiliki kebiasaan banyak berbicara sehingga hal ini sangat bermanfaat untuk pemasaran dalam dunia bisnis. Lalu, perempuan juga memiliki kemampuan menjadi pendengar yang baik, hal ini dapat dilakukan dalam dunia bisnis untuk mendengarkan aspirasi, kritik dan saran dari konsumen. Selanjutnya, perempuan memiliki ketelitian yang tinggi, kemampuan ini dapat menghindarkan perempuan dari kesalahan yang berakibat fatal bagi usahanya. Selain itu, perempuan juga memiliki kemampuan melihat dan memanfaatkan peluang, hal ini dapat bermanfaat untuk bisnisnya agar mampu memanfaatkan peluang sekecil apapun hingga peluang besar yang dapat mendorong

perkembangan usahanya (Kadiyono et al., 2023).

Masyarakat madura memiliki keunggulan sebagai seorang pengusaha dikarenakan masyarakat madura mempunyai sikap pekerja keras, jujur, ramah, pantang menyerah, rajin, ulet, dan cekatan. Sikap ini dibentuk melalui keluarga hingga sosial budaya setempat (Priyadi et al., 2020). Perempuan madura juga dikenal sebagai sosok yang kuat, pantang menyerah, pekerja keras dan berorientasi pada keluarga (Poernamasari & Julijanti, 2024). Sikap-sikap ini menjadikan perempuan lebih unggul dalam menjalankan bisnis atau usaha dibandingkan dengan laki-laki. Hal tersebut pula yang mengakibatkan tingginya potensi dan kontribusi perempuan pada perkembangan ekonomi regional maupun nasional terutama dalam bidang wirausaha.

Dibalik tingginya potensi dan kontribusi perempuan terhadap proses *recovery* ekonomi, perempuan juga masih diselimuti oleh permasalahan sehingga perempuan yang memiliki usaha sulit untuk maju dan berkembang (Munfaqiroh, 2018). Selain itu, usaha milik perempuan juga banyak mengalami hambatan dalam perkembangan usaha, meliputi stereotip gender antara laki-laki dan perempuan dalam lingkungan patriarki. Perempuan biasanya mengalami beban kerja yang sangat tinggi, hal ini diakibatkan oleh adanya peran ganda yang dialami oleh perempuan. Perempuan yang bekerja tidak hanya mengurus usaha yang dijalankan akan tetapi juga mengerjakan tugas domestik. Beban kerja ini, dapat menghambat inovasi untuk mengembangkan usahanya (Indiwo, 2016). Adapun kendala lain yang dialami oleh perempuan pelaku UMKM yaitu kurangnya inovasi produk, tempat usaha yang menjadi satu dengan rumah, peralatan dalam menjalankan usahanya yang terbatas, terbatasnya modal kerja, manajemen usaha yang diterapkan masih tradisional, kurangnya dokumentasi dari produk yang dihasilkan serta perlu adanya dorongan yang lebih kuat dari pemerintah untuk mendorong output produk (Maksum & Kamaludin, 2023).

Menurut Munfaqiroh (2018), tantangan yang dihadapi oleh perempuan dalam menjalankan usahanya, mencakup beban pikiran yang berlebihan, tingkat empati yang tinggi, kesulitan dalam mengelola bisnis, rasa takut akan

kegagalan, serta kekhawatiran dalam mengambil risiko besar, baik saat memulai usaha maupun ketika ingin mengembangkannya sehingga hal tersebut dapat menghambat perempuan untuk berinovasi dalam usahanya. Sedangkan, menurut data BCG Survey, tantangan perempuan dalam berbisnis meliputi kurangnya akses terhadap mentor, kurangnya pengetahuan terhadap cara menjalankan bisnis, minimnya akses jaringan dan komunitas untuk berbagi pengalaman, keterbatasan akses dalam peralatan dan perlengkapan, memiliki kepercayaan diri yang rendah, soft skill dalam menjalankan bisnis tergolong rendah, serta infrastruktur publik kurang memadai (Goodstats.id, 2024).

Menurut DPR RI (2024) menyatakan bahwa tantangan UMKM di pasar digital, antara lain: pertama, keterbatasan kemampuan dalam mengoperasikan teknologi digital dan literasi digital. Kedua, minimnya pengetahuan dalam pembukuan laporan dan administrasi keuangan secara digital. Ketiga, rendahnya kemampuan dalam memenuhi standarisasi produk. Keempat, proses bisnis internasional yang kompleks, berbiaya tinggi, dan memerlukan banyak waktu. Kelima, minimnya pemanfaatan inovasi dan teknologi, literasi digital dan produktivitas masih rendah, sulit dalam urusan legalitas dan perizinan, akses pembiayaan yang terbatas, penguatan branding dan strategi pemasaran yang kurang, rendahnya pengelolaan sumber daya manusia, standar dan sertifikasi rendah, rendahnya pemerataan program pembinaan dan pelatihan, serta minimnya penyediaan fasilitas pendukung.

Di Kabupaten Bangkalan terus mengalami peningkatan jumlah UMKM, sehingga menciptakan tantangan persaingan usaha secara ketat untuk mempertahankan usaha yang telah dibangun. Tantangan pengembangan UMKM di Bangkalan diungkapkan dalam penelitian Munawara, et al. (2025), yaitu 1) keterbatasan modal; 2) kurang matang dalam perencanaan; 3) minimnya pengetahuan dan penguasaan teknologi dan internet; 4) kurangnya pemahaman mengenai sistem manajemen usaha seperti mengatur keuangan, produksi dan pemasaran; 5) minimnya sumber daya manusia yang kompeten; 6) sulit dalam melakukan pemasaran dan persaingan usaha yang semakin ketat; 7) kesulitan dalam perolehan izin usaha (Munawara et al., 2025). Kendala-

kendala tersebut banyak dialami pengusaha saat ini yang dapat memengaruhi perkembangan usaha pelaku UMKM (Indiwordo, 2016).

Berdasarkan beberapa pendapat mengenai hambatan dan juga tantangan para pelaku UMKM, khususnya perempuan yaitu rendahnya inovasi dalam mengembangkan usahanya. Hal ini sejalan dengan pendapat dari rektor Uniba, yaitu bapak Prof. Dr. Rahmad Hidayat yang menyatakan bahwa UMKM madura memiliki potensi yang sangat kuat untuk meningkatkan ekonomi madura, namun tantangan terbesar untuk UMKM madura yaitu rendahnya inovasi dan kurangnya *branding* produk sesuai dengan perkembangan zaman (Wartajakarta.com, 2023). Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Agustina (2014) yang menyatakan bahwa perempuan pelaku usaha etnis Madura memiliki perilaku kerja inovatif yang lebih rendah dibandingkan dengan perempuan pelaku usaha etnis Jawa dan etnis Tionghoa. Adapun faktor yang menyebabkan rendahnya perilaku kerja inovatif pada perempuan madura yaitu dikarenakan budaya patriaki yang masih kental di kalangan masyarakat setempat. Peran ganda yang dilakukan perempuan pelaku usaha dalam waktu bersamaan yaitu kegiatan domestik dan kegiatan bisnis dapat menyebabkan perempuan merasakan beban berlebih yang mengakibatkan sulitnya berinovasi untuk mengembangkan usahanya (Agustina, 2014). Selain itu, faktor pendidikan juga memengaruhi rendahnya perilaku kerja inovatif perempuan madura yang mengakibatkan rendahnya pemanfaatan teknologi sebagai media inovasi (Rachman, 2025).

Perilaku kerja inovatif (*innovative work behavior*) menurut De Jong dan Den Hartog (2010) merupakan tindakan yang berfokus pada penerapan perubahan, pengembangan pengetahuan baru, pencarian peluang, serta penciptaan ide-ide baru, dengan tujuan utama meningkatkan kinerja individu dan mendorong kemajuan bisnis. Sejalan dengan Kleysen dan Street (2001) yang menyatakan bahwa perilaku inovatif merupakan kemampuan seseorang untuk menciptakan, menerapkan, dan menyempurnakan ide-ide baru yang memberikan manfaat dalam pelaksanaan tugas, termasuk dalam pengembangan produk atau teknologi baru. Adapun dimensi yang digunakan untuk mengukur

perilaku kerja inovatif yang dikemukakan oleh De Jong dan Den Hartog (2010), yaitu eksplorasi ide (*idea exploration*) mencakup mencari peluang dan solusi inovatif, generasi Ide (*idea generation*) menciptakan gagasan baru, memperjuangkan ide (*idea championing*) mendorong ide agar diterima, penerapan ide (*idea application*) mewujudkan ide dalam kerja nyata.

Menurut Javed et al. (2019) menyatakan bahwa inovasi merupakan aspek yang harus terus dikembangkan, karena minimnya inovasi dapat berujung pada kegagalan bisnis. Tingginya angka kegagalan organisasi akibat kurangnya inovasi menunjukkan perlunya peningkatan kinerja perusahaan untuk mendorong munculnya perilaku inovatif bagi pelaku usaha. Hal ini sejalan dengan yang disampaikan oleh Agustina (2020), perilaku inovatif merupakan faktor penting dalam mendorong pembaruan yang mengarah pada kemajuan organisasi, dan menjadi salah satu penentu keberhasilan baik bagi perusahaan maupun individu seperti wirausaha atau pedagang. Inovasi tidak hanya berkaitan dengan menciptakan ide-ide baru, tetapi juga dengan kemampuan pelaku usaha untuk merealisasikannya dalam bentuk tindakan nyata yang memberikan nilai tambah bagi bisnis mereka. Dalam praktiknya, perilaku inovatif mencakup berbagai keputusan dan langkah strategis yang mencerminkan ketangguhan pelaku usaha dalam menghadapi dinamika pasar dan tantangan usaha. Mengembangkan gagasan yang segar, mencari solusi kreatif, serta menjalin kolaborasi dengan mitra atau tim kerja merupakan inti dari perilaku inovatif dalam dunia usaha (Hartanto, 2024).

Berdasarkan data jumlah UMKM di Bangkalan menunjukkan bahwa persaingan semakin kompleks sehingga perilaku inovatif menjadi kunci utama untuk menciptakan keunggulan kompetitif. Usaha yang mampu membangun budaya inovasi akan lebih siap dalam menghadapi perubahan dan peluang masa depan. Oleh karena itu, mendorong perilaku inovatif di kalangan pelaku usaha bukan sekadar pilihan, melainkan langkah strategis untuk memastikan keberlanjutan dan pertumbuhan jangka panjang (Hartanto, 2024). Adapun salah satu faktor yang memengaruhi perilaku kerja inovatif, yaitu *cultural value*.

Cultural value adalah kumpulan prinsip, keyakinan, norma etika, dan nilai

utama yang dipegang oleh suatu kelompok masyarakat yang membentuk identitas budaya mereka (Hofstede, 2011). Selain itu, Menurut Santoso et al., (2024), nilai budaya merupakan pandangan hidup yang dianggap luhur oleh masyarakat dan dijadikan pedoman dalam bertindak. Nilai-nilai tersebut terbentuk melalui interaksi sosial dan diwariskan antar generasi. Adapun dimensi yang dikemukakan oleh Hofstede (2011), yaitu *power distance* mengenai ketimpangan kekuasaan diterima oleh pihak yang berada di posisi lebih rendah, *uncertainty avoidance* mengenai toleransi terhadap ketidakpastian berbeda di tiap budaya, ada yang menghindari, ada yang menerima, *individualism vs collectivism* mengenai Individualisme menekankan kemandirian, kolektivisme menekankan ikatan kelompok, *masculinity vs femininity* mengenai maskulinitas menonjolkan kompetisi dan feminitas menekankan kepedulian serta kesetaraan nilai antar gender, *long-term vs short-term orientation* mengenai orientasi jangka panjang fokus pada ketekunan dan masa depan, jangka pendek pada tradisi dan stabilitas saat ini.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Rachman (2025) menyatakan bahwa terdapat hubungan positif antara *cultural value* dan perilaku kerja inovatif. Rachman (2025) juga menyatakan bahwa *cultural value* memiliki hubungan dengan perilaku kerja inovatif melalui beberapa dimensinya, yaitu *power distance*, *collectivism*, dan *long term orientation*. Budaya berperan sebagai faktor eksternal yang memotivasi individu untuk menghasilkan serta mewujudkan berbagai ide (De Jong & Den Hartog, 2008). Berdasarkan temuan yang diperoleh oleh Nurmala dan mashuri (2025) bahwa dorongan untuk berinovasi lebih banyak dipengaruhi oleh nilai-nilai budaya yang dominan dibandingkan dengan kecenderungan individu untuk berkolaborasi. Orientasi budaya memiliki pengaruh yang lebih kuat terhadap munculnya perilaku inovatif daripada sekadar kemampuan pelaku usaha untuk bekerja sama dan menyesuaikan diri dengan orang lain.

Terdapat beberapa penelitian terdahulu yang meneliti mengenai hubungan *cultural value* terhadap *innovative work behavior*, yaitu penelitian yang dilakukan oleh Rachman (2025) dengan melibatkan 270

perempuan pelaku UMKM di Kabupaten Bangkalan. Hasil penelitiannya menyatakan bahwa terdapat hubungan secara signifikan antara *cultural value* dan perilaku kerja inovatif. Adapun persamaan penelitian tersebut dengan penelitian ini adalah variabel *cultural value*, variabel perilaku kerja inovatif serta subjek penelitian. Jika penelitian sebelumnya hanya berfokus pada faktor eksternal, maka peneliti mengembangkan penelitian yang dilakukan oleh Rachman (2025) dengan menghadirkan variabel baru yang bersifat internal yaitu *psychological empowerment*. Hal ini yang menjadi pembeda dengan penelitian sebelumnya.

Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh Nurmala dan Mashuri (2025) yang meneliti mengenai orientasi budaya individualis vs kolektif dengan perilaku kerja inovatif yang melibatkan 265 pegawai. Hasil dari penelitian ini adalah orientasi budaya individualis memiliki hubungan secara signifikan terhadap perilaku kerja inovatif sedangkan orientasi budaya kolektivisme tidak memiliki hubungan secara signifikan terhadap perilaku kerja inovatif. Orientasi budaya yang menjadi fokus penelitian tersebut merupakan salah satu dimensi dari *cultural value*. Adapun perbedaannya dengan penelitian ini yaitu subjek penelitian dan variabel *cultural value* yang cakupannya lebih luas dibandingkan dengan penelitian sebelumnya. Perbedaan subjek dalam penelitian ini yaitu penelitian ini berfokus pada pelaku UMKM sedangkan penelitian sebelumnya berfokus pada pegawai

Selain *cultural value* sebagai faktor eksternal, terdapat faktor internal yang dapat memengaruhi perilaku kerja inovatif, yaitu *psychological empowerment*. *Psychological empowerment* adalah peningkatan motivasi intrinsik dalam menjalankan tugas, yang tercermin melalui empat bentuk pemahaman kognitif yang menggambarkan orientasi individu terhadap peran kerjanya meliputi makna (*meaning*), kompetensi (*competence*), kemandirian (*self-determination*), dan dampak (*impact*) (Spreitzer, 1995). Sedangkan menurut Oladipo (2009), Pemberdayaan psikologis merupakan kondisi pikiran seseorang yang menunjukkan rasa memiliki kendali, merasa mampu, dan memahami tujuan yang ingin dicapai. Hal ini mencakup persepsi tentang

kendali pribadi, sikap hidup yang aktif, serta pemahaman kritis terhadap lingkungan sosial dan politik.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Viani, Prestiana dan Setiawan (2023) yang menyatakan bahwa *psychological empowerment* memiliki hubungan yang positif terhadap perilaku laku kerja inovatif. Seseorang yang merasa diberdayakan cenderung memiliki kepercayaan diri tinggi untuk merancang ide-ide secara inovatif dan mewujudkannya dalam aktivitasnya. Keselarasan antara nilai dan tujuan pribadi dengan arah usaha yang dijalankan (*value congruence*) turut mendorong lahirnya gagasan kreatif dalam menghadapi dan menyelesaikan berbagai tantangan bisnis dengan inovatif (Viani et al., 2023).

Ketika seseorang merasa diberdayakan secara psikologis, mereka cenderung memiliki kepercayaan diri yang tinggi untuk berpikir kreatif, mengambil inisiatif, dan menjalankan usaha secara mandiri. Pemberdayaan psikologis yang dikelola dengan baik juga berperan sebagai alat pemicu motivasi kerja, yang semakin penting dalam menghadapi tantangan usaha sehari-hari (Setiyawami et al., 2023). Penelitian menunjukkan bahwa pemberdayaan psikologis memiliki pengaruh nyata terhadap perilaku kerja inovatif, termasuk dalam konteks UMKM (Amalia & Handoyo, 2018; Helmy & Pratama, 2018). Dalam praktiknya, pemberdayaan ini digunakan untuk meningkatkan inisiatif pelaku usaha dan membentuk perilaku inovatif yang mendukung pelaksanaan dan penyelesaian aktivitas bisnis secara optimal.

Menurut Spreitzer (1995), dimensi-dimensi *psychological empowerment* terdiri dari: 1) makna (*meaning*) merujuk pada kesesuaian antara pekerjaan dengan nilai dan keyakinan pribadi. 2) kompetensi (*competence*) merupakan keyakinan individu terhadap kemampuannya menjalankan tugas secara efektif. 3) kemandirian (*self-determination*) merupakan perasaan memiliki kendali dan kebebasan dalam mengatur cara kerja. 4) dampak (*impact*) merupakan persepsi individu terhadap pengaruhnya dalam hasil dan keputusan kerja. Dimensi-dimensi ini banyak digunakan penelitian terdahulu untuk mengukur *psychological empowerment* seseorang.

Terdapat penelitian terdahulu yang meneliti mengenai hubungan *psychological empowerment* dan *innovative work behavior*, yaitu penelitian yang dilakukan oleh Viani et al., (2023) yang melibatkan 56 karyawan PT. Arabian Mitra Abadi Kranji. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif antara *psychological empowerment* dan perilaku kerja inovatif. Penelitian tersebut juga menyatakan bahwa individu yang memiliki *psychological empowerment* tinggi cenderung lebih tangguh dalam menghadapi kesulitan serta lebih cepat bangkit dari kegagalan saat berinovasi. Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh Amalia dan Handoyo (2018) yang melibatkan 146 karyawan yang bekerja di berbagai sektor industri manufaktur di Indonesia. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa *psychological empowerment* memiliki hubungan positif dengan perilaku kerja inovatif. Selain itu, *psychological empowerment* pada penelitian tersebut juga sebagai mediator parsial dalam pengaruh *empowering leadership* terhadap perilaku kerja inovatif.

Walaupun terdapat beberapa penelitian yang mengkaji variabel *cultural value* dan *psychological empowerment* terhadap variabel *innovative work behavior*, akan tetapi masih sedikit kajian yang berfokus pada pelaku usaha atau UMKM. Selain itu, masih sedikit kajian yang menspesifikan pada salah satu lokasi seperti Kabupaten Bangkalan. Peneliti memilih kabupaten Bangkalan sebagai lokasi penelitian ini dikarenakan Bangkalan merupakan kabupaten dengan jumlah pelaku UMKM tertinggi se-Madura. Sehingga, penelitian ini dapat memberikan gambaran empiris mengenai pengaruh *cultural value* dan *psychological empowerment* terhadap *innovative work behavior* pada perempuan pelaku UMKM, sehingga penelitian ini dapat menjadi dasar pengembangan UMKM melalui nilai-nilai budaya serta motivasi intrinsik.

Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *cultural value* dan *psychological empowerment* terhadap *innovative work behavior* pada perempuan pelaku UMKM di Kabupaten Bangkalan. Dengan demikian, peneliti berharap dengan adanya penelitian ini dapat memberikan manfaat sebagai sumber rujukan untuk perempuan pelaku UMKM di Kabupaten Bangkalan agar dapat mempertahankan dan mengembangkan usaha

hingga global. Berdasarkan latar belakang diatas, peneliti tertarik untuk mengkaji lebih lanjut mengenai “Pengaruh *Cultural Value* dan *Psychological Empowerment* terhadap *Innovative Work Behavior* pada Perempuan Pelaku UMKM di Kabupaten Bangkalan”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah “Apakah terdapat pengaruh *cultural value* dan *psychological empowerment* terhadap *innovative work behavior* pada perempuan pelaku UMKM di Kabupaten Bangkalan?”

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *cultural value* dan *psychological empowerment* terhadap *innovative work behavior* pada perempuan pelaku UMKM di Kabupaten Bangkalan

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat secara teoritis maupun secara praktis

1. Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis dalam penelitian ini adalah untuk memberikan kontribusi pengembangan pengetahuan ilmu psikologi industri dan organisasi karena terdapat pembahasan mengenai konsep *cultural value* dan *psychological empowerment* terhadap *innovative work behavior*, khususnya pada perempuan pelaku UMKM di Bangkalan. Selain itu, penelitian ini mampu memberikan informasi dan memperluas cakrawala pengetahuan sehingga dapat menjadi referensi dalam pengembangan kerangka pemikiran baru yang menekankan peran budaya dan motivasi intrinsik untuk mendorong kreativitas dan inovasi kerja.

2. Manfaat Praktis

a. Untuk Subyek Penelitian Perempuan Pelaku UMKM

Hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu perempuan pelaku UMKM memahami *cultural value* dan *psychological empowerment*

terhadap *innovative work behavior* sehingga dapat mengembangkan usaha yang dikelola dengan meningkatkan motivasi dalam berinovasi, memperkuat nilai budaya lokal sebagai landasan bisnis, dan meningkatkan kreativitas dalam berinovasi. Dengan demikian perempuan pelaku UMKM mampu bersaing di pasar yang lebih luas serta mampu meningkatkan skala usaha ke skala menengah dikarenakan mayoritas skala usaha perempuan pelaku usaha di Bangkalan masih dalam tahap skala mikro.

b. Untuk Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kabupaten Bangkalan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan referensi dalam perumusan kebijakan, evaluasi program pemberdayaan ataupun merancang suatu program untuk mengembangkan UMKM yang dimiliki oleh perempuan di Kabupaten Bangkalan. Selain itu, hasil dalam penelitian ini dapat menambah data terbaru mengenai pelaku usaha di Kabupaten Bangkalan.

c. Untuk Peneliti Selanjutnya

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai rujukan untuk penelitian selanjutnya, baik yang serupa ataupun mengenai pengembangan variabel *cultural value*, *psychological empowerment* dan juga *innovative work behavior*.