

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Besarnya dominasi dan semangat dari perempuan sebagai pelaku UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) menunjukkan bahwa perempuan mampu sepadan dengan laki-laki untuk ikut serta mengembangkan juga memajukan perekonomian bangsa dan negara, lebih dari setengah pelaku UMKM di Indonesia adalah perempuan. Presiden Indonesia pada tanggal 11 November tahun 2021 menyebutkan bahwa memberdayakan UMKM berarti memberdayakan perempuan (Kompas.com, 2021). Menurut (Vinatra et al., 2023) UMKM adalah singkatan dari Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. Istilah ini merujuk pada sektor bisnis yang terdiri dari usaha dengan skala kecil hingga menengah, yang meliputi usaha mikro, usaha kecil, dan usaha menengah. Perempuan pelaku UMKM yang dimaksud yaitu perempuan yang memiliki usaha mikro, kecil, atau menengah. Di dunia usaha, perempuan dinilai lebih berani mengambil risiko, mau berkorban dan pantang menyerah (Lilis, 2016). Keterlibatan perempuan dalam sektor UMKM telah ada dan bertahan dari zaman ke zaman (Febriani, 2022). Selain itu, UMKM yang dilakukan oleh perempuan akan bertahan dalam menghadapi berbagai masalah, karena kegigihan serta keuletan perempuan dalam mengelola bisnis (Maimuna dkk., 2022).

MENKOPUKM (Menteri Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah) menyatakan bahwa sebagian besar dari pelaku UMKM di Indonesia adalah perempuan dengan persentase sebanyak 64,5%. Selain itu, UMKM berperan sangat besar pada pertumbuhan perekonomian Indonesia dengan jumlah 99% dari keseluruhan unit usaha yang ada di Indonesia. Selanjutnya, pada tahun 2023 angka pelaku UMKM mencapai sekitar 66 juta dan berkontribusi sebanyak 61% dari Pendapatan Domestik Bruto (PDB) Indonesia atau setara Rp9.580 triliun (kemenkopukm.go.id, 2022). UMKM di Indonesia menyerap sekitar 117 juta pekerja atau 97% dari total tenaga kerja, yang mayoritasnya merupakan perempuan (Kadin.id, 2024).

Dominasi perempuan dalam sektor UMKM dapat ditunjukkan juga di Jawa Timur yang merupakan salah satu dari 3 provinsi dengan UMKM terbesar, jumlahnya mencapai 1,270,268 pelaku UMKM, dengan persentase 57,57% perempuan pelaku UMKM. Disebutkan juga bahwa ke-38 kabupaten yang ada di Jawa Timur turut menyumbang pendapatan dalam perekonomian negara, pada tahun 2022 nilai tambah bruto mengalami peningkatan sebesar 0,55% dibandingkan dengan tahun 2021 (Diskopukm.jatimprov, 2024). Besarnya kontribusi pada nilai tambahan bruto dapat terjadi karena sektor UMKM berperan penting dalam menyerap tenaga kerja yang belum mendapat pekerjaan, sehingga berkontribusi pada penurunan angka pengangguran. (Kadeni, 2020). Salah satu yang turut berkontribusi menyumbang dalam nilai tambahan bruto yaitu Kabupaten Bangkalan yang berhasil berkontribusi menyumbang nilai tambahan bruto UMKM sebesar 9,111 milyar rupiah pada tahun 2022 (Diskopukm.jatimprov, 2024). Berikut data jumlah pelaku UMKM di Bangkalan selama lima tahun terakhir:

Tabel 1.1 Jumlah pelaku 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: Dinas Koperasi dan Usaha Mikro, Kab. Bangkalan 2024

Dalam Bangkalankab.go.id (2024), ditunjukkan bahwasanya Kabupaten Bangkalan pada tahun 2023 memiliki 166.580 pelaku UMKM. Disusul oleh Pamekasan yang menurut Diskop UKM Naker Pamekasan sebesar 49.185 pelaku UMKM (Jatim.antaranews.com, 2024), Sampang menurut Kabid Koperasi Diskoperindang sebanyak 37. 117 pelaku UMKM (Maduratribunnews.com, 2024), dan Sumenep menurut Bupati Sumenep sebesar 2000 lebih pelaku UMKM (Sumenepkab.go.id, 2024). Dapat disimpulkan dari data tersebut bahwasanya Kabupaten Bangkalan memiliki jumlah pelaku UMKM paling banyak diantara tiga kabupaten yang berada di Madura, dengan mayoritas pelakunya yang menurut Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Bangkalan pada tanggal 12 September 2024 adalah perempuan sebesar 57,42% atau sekitar 95.651 orang (DISKOPUM Bangkalan, 2024).

Selanjutnya, semakin banyak jumlah pelaku UMKM, maka mereka dituntut untuk terus mengembangkan produk, pelayanan, maupun pemasarannya agar usaha yang dimiliki dapat menghadapi persaingan pasar yang semakin ketat dan dinamis (Sari dkk, 2023). Anggota Komisi B DPRD Bangkalan menyebutkan bahwa terdapat beberapa cara yang dapat dilakukan dalam mengembangkan UMKM, salah satunya dengan adanya komitmen untuk terus melakukan inovasi (RadarMadura.id, 2024). Sejalan dengan itu, Badan Riset dan Inovasi Nasional (2023) mengungkapkan bahwa kendala utama pemasaran produk UMKM dipengaruhi oleh kemampuan inovasi serta kreativitas pelaku UMKM. Selanjutnya, Bank Indonesia (2023) menyebutkan bahwa inovasi merupakan cara untuk meningkatkan kualitas dan nilai produk UMKM agar dapat meningkatkan daya saing. Dari hal tersebut dapat dikatakan bahwa inovasi pada pelaku UMKM khususnya perempuan yang mendominasi pada bidang ini mampu mengembangkan atau meningkatkan usaha yang dimilikinya.

Hal tersebut didukung dengan adanya penelitian yang dilakukan oleh Sari dan Palupiningdyah (2020) yang menyatakan bahwa untuk menghadapi persaingan bisnis yang ketat, pelaku usaha khususnya perempuan pelaku UMKM perlu menciptakan inovasi untuk mampu bertahan dan berkembang, karena inovasi menjadi kunci keberhasilan dalam usaha. Pelaku UMKM dituntut untuk terus melakukan inovasi dalam mengembangkan produk dan strategi pemasaran agar dapat menambah nilai jual dan mampu untuk memenuhi kebutuhan pasar yang terus berubah (Faizah & Suib, 2019). Inovasi berperan secara signifikan terhadap keunggulan kompetitif pada UMKM, ketika kapasitas inovasi yang dimiliki individu pelaku UMKM meningkat maka pelaku UMKM dapat bersaing dalam menawarkan produknya (Yusnita & Wahyudin, 2019).

Disisi lain, menurut Mulyono (2008) tidak semua pelaku usaha menanggapi dengan baik arti dari sebuah inovasi, pelaku usaha cenderung memandang inovasi memerlukan biaya yang tinggi dan kurang memperhatikan dampak positifnya. Hal itu didukung dengan adanya pernyataan dari Badan Riset dan Inovasi Nasional (2023) bahwa banyak dari pelaku UMKM hanya mengandalkan *tren* ketika memulai usaha. Inovasi yang dilakukan oleh perempuan pelaku UMKM tidak harus

menggunakan biaya mahal, seperti contohnya menggunakan pelepah pisang sebagai *packaging* yang dapat menambah nilai atau keunikan dari suatu produk (Rahmawati dkk, 2019).

Rektor Uniba mengungkapkan bahwa Madura memiliki potensi yang besar dalam sektor UMKM karena sebagian pemasukan ekonomi berasal dari sektor tersebut, tetapi terdapat kendala yang dihadapi, yaitu minimnya inovasi serta tidak ada citra yang kuat untuk memasarkan produk (Wartajakarta, 2023). Hal tersebut dapat dilihat pada perempuan pelaku usaha di Madura yang sangat dikenal dengan kearifan lokalnya, salah satu contohnya yaitu mengolah bahan alami menjadi ramuan atau yang sering disebut dengan jamu herbal (Liputan6.com). Akan tetapi, dalam hal tersebut masih kurang adanya inovasi pada kemasan jamu, strategi pemasaran, dan juga kolaborasi dengan pihak petani rempah-rempah (Farida & Fauziyah, 2020).

Silvianto pada tanggal 6 Mei dalam Kompas.com (2024) menyatakan bahwa banyaknya warung Madura perlu untuk terus melakukan inovasi seperti memanfaatkan teknologi dan kolaborasi antar pihak. Kurangnya inovasi pada perempuan pelaku UMKM di Madura juga ditemukan dalam penelitian Agustina (2014) menyebutkan bahwa aktivitas dalam melakukan inovasi perempuan etnis Madura lebih rendah dibandingkan dengan dua etnis lainnya yaitu etnis Jawa dan etnis Tiongkok, sedangkan dari segi kemandirian dan memiliki motivasi untuk tetap berjualan perempuan etnis Madura lebih unggul daripada kedua etnis lainnya. Sejalan dengan hal tersebut, Rifai (2007) menjelaskan bahwa dalam menjalani atau mengatasi masalah kehidupan, orang Madura pada umumnya selalu akan berusaha berdasarkan atas kemampuan dan modal yang dimilikinya untuk memanfaatkan peluang yang ada. Sikap inilah yang sering menyebabkan mereka tidak mau tergantung dalam memperbaiki kehidupannya, karena bisa bekerja keras dengan penuh perhitungan, dapat dikatakan bahwa mereka memiliki sikap atau pembawaan *junèl* (keterampilan sangat baik dalam beriwarausaha atau entrepreneurship), yang membuat mereka mampu menghadapi segala macam bentuk keadaan. Namun, disisi lain, kepercayaannya pada kemampuan dan keterampilan ini cenderung

menyebabkan mereka lamban dalam berinovasi, karena tidak diyakini dapat membawakan keuntungan bagi usahanya.

Di masa kini, masih terdapat perempuan pelaku usaha yang merintis bisnis berawal dari *tren* yang sedang ramai diminati dalam masyarakat. Perempuan pelaku usaha masih banyak yang lebih memilih untuk mengikuti tren daripada menciptakan suatu hal yang baru berdasarkan dirinya sendiri (Lai dkk., 2010). Selain itu, tanggung jawab perempuan dalam menjalankan usaha sekaligus tanggung jawab domestiknya sebagai ibu rumah tangga menyebabkan terganggunya fokus dan semakin terbatasnya waktu untuk melakukan kegiatan inovasi (Tambunan, 2009). Tidak heran apabila masih terdapat perempuan pelaku UMKM yang cenderung ikut-ikutan menjual dan menawarkan produk serupa dengan apa yang saat itu dijual oleh pesaing (Hermina, 2024). MENKOPUKM menyampaikan bahwa terdapat hasil produk dari perempuan pelaku UMKM yang mirip satu dengan yang lain, perlu adanya inovasi dalam menciptakan dan menawarkan produk tersebut (SWA.co.id, 2022).

Dalam penelitian lanjutan yang dilakukan oleh Agustina (2020) mengungkapkan bahwasanya perempuan Madura yang memiliki usaha, secara parsial dalam konteks berperilaku inovatif hanya memiliki mental juara dan mengaplikasikan ide yang sudah ada, sedangkan untuk mengeksplorasi ide, menghasilkan ide baru, serta uji coba ide belum ditemukan pada pelaku usaha perempuan Madura. Bupati Kabupaten Bangkalan mengatakan bahwa dalam persaingan pasar, pengusaha muda diharuskan dapat berinovasi dengan adanya karya, ide dan kreativitas dari diri sendiri, tidak dengan hasil meniru karya yang telah ada. Hal tersebut disampaikan agar pelaku usaha mampu mengembangkan karyanya dan menjadi pelaku usaha yang tekun serta pantang menyerah (Jatim.nu.id, 2021). Memulai usaha berdasarkan sesuatu yang sedang ramai tidak ada larangan, tetapi perempuan pelaku UMKM diharapkan mampu melakukan perkembangan pada produk, jasa, layanan maupun strategi yang dipasarkan agar memiliki citra yang berbeda atau lebih bervariasi dibandingkan dengan pesaing lainnya (bisnis.com, 2023). Dalam menciptakan inovasi membutuhkan kontribusi dari setiap individu pelaku UMKM, tindakan menghasilkan inovasi tersebut dalam

pandangan psikologi organisasi dan industri dinamakan dengan *innovative work behavior* atau yang dikenal dengan perilaku kerja inovatif (Janssen, 2000).

Perilaku kerja inovatif dapat berdampak positif pada keberhasilan kinerja UMKM (Ausat dkk., 2022). Seperti yang disampaikan oleh Pieterse, dkk., (2010) bahwa perilaku kerja inovatif merupakan hal penting untuk meningkatkan daya saing dan mengatasi lingkungan yang kompetitif bagi suatu kelompok wirausaha. Perilaku kerja inovatif diartikan sebagai tindakan individu yang memiliki tujuan untuk mengenalkan ide baru yang bermanfaat, terkait proses, produk maupun prosedur (De Jong & Den Hartog, 2010; Suri, 2021; Atika, 2024). Terdapatnya perilaku kerja inovatif dapat membuat perempuan pelaku UMKM menemukan ide-ide baru terkait produk, pelayanan, maupun pemasaran yang akan ditawarkan. Individu yang menggunakan kemampuan inovatif dapat memberikan peran lebih baik yaitu dengan cara menghasilkan ide baru untuk diterapkan pada produk yang akan dipasarkan nantinya (Janssen, 2000). Dalam perilaku kerja inovatif pada pelaku usaha, terdapat hal penting yang harus diperhatikan yaitu semangat *entrepreneurship* berupa berani mengambil risiko, mau berkorban dan pantang menyerah (Lilis, 2016). Menurut Ariyanto, dkk. (2021) Pelaku usaha atau UMKM membutuhkan fokus, ketekunan dalam usaha, dan keberanian dalam mengambil resiko. Sejalan dengan itu, dalam proses pengimplementasian inovasi memerlukan waktu yang tidak sebentar, akan terdapat tantangan, kesulitan, serta hambatan di dalamnya (Rousseau, Aubé, & Tremblay, 2013). Sehingga dari penelitian yang telah ada, dapat dikatakan bahwa dalam menerapkan perilaku kerja inovatif butuh adanya semangat pantang menyerah, berani keluar dari zona nyaman, dan konsisten dalam jangka waktu yang tidak sebentar.

Terdapat fenomena perempuan pelaku UMKM yang telah mencapai keberhasilan setelah mengalami jatuh bangun pada usahanya melalui perilaku kerja inovatif berupa inovasi baru pada produk yang dijual, strategi pemasarannya yang menggunakan media sosial, *e-marketplace*, ojek online dan penggunaan *qris*, serta adanya kolaborasi dengan UMKM lain. Dengan adanya kemampuan untuk bangkit, semangat pantang menyerah, kemauan dan keinginan untuk terus belajar serta berinovasi, perempuan pelaku UMKM tersebut dapat keluar dari kondisi yang

stagnan (rri.co.id, 2024). Kegigihan dan pantang menyerah dalam berwirausaha dapat dilihat pada orang Madura, yaitu warung yang buka selama 24 jam, hal tersebut dilakukan karena pada dasarnya orang Madura masih menjunjung peribahasa *abhental omba', asapo'angen* (berbantal ombak, berselimut angin) yang bermakna bersahabat dengan kerasnya alam, tidak mengenal waktu, giat dalam bekerja, dan pantang menyerah (bisnis.tempo.co, 2024). Hal tersebut sejalan dengan apa yang disampaikan oleh Rifai (2007) bahwa orang Madura memiliki sifat *jhuntrong* atau bersungguh-sungguh dalam menekuni pekerjaannya, semangat pantang menyerah, *bilet* atau ulet, cekatan dalam berkegiatan, berkonsentrasi pada pekerjaan yang dilakukan, tidak kenal lelah.

Pelaku usaha Madura khususnya pada perempuan memiliki semangat yang tinggi, kemandirian, dan totalitas dalam bekerja dapat dilihat pada pedagang *mlijhe*, yaitu pedagang sayur keliling. Perempuan Madura yang berprofesi sebagai *mlijhe* akan memulai pekerjaan pada dini hari untuk *akola'an* sayur, mencari sayur untuk dijual dengan berkeliling dari satu rumah ke rumah lainnya dan akan kembali ke rumah ketika sayur yang dijual telah laku (Activa.co, 2019). Dalam hal menjalankan usaha, perempuan memiliki kelebihan daripada laki-laki, hal tersebut didukung oleh penelitian Supriyanto & Mufrihah (2019) yang mengatakan bahwa dalam menjalankan bisnisnya, perempuan lebih baik dalam melakukan pemasaran, lebih tekun dan tidak mudah putus asa. Menurut Gunawan dkk (2022) sikap yang gigih dan tidak mudah putus asa dalam melakukan pekerjaan hingga mencapai keberhasilan yang diinginkan, pada dasarnya merupakan *consistency of interest* dan *perseverance of effort* yang merupakan dimensi dari Ketekunan. Ketekunan merupakan perpaduan antara daya juang yang tinggi dan kesadaran mendalam (hasrat) mengenai tujuan yang ingin dicapai, grit artinya bekerja keras dalam menghadapi tantangan serta mempertahankan usaha dan minat dalam jangka waktu yang panjang (Duckworth, 2016; Gonlepa, 2023; dan Tanoto & Soenyoto, 2024).

Kegiatan wirausaha membutuhkan sesuatu yang berbeda untuk dapat menarik perhatian para konsumen atau pelanggan (katadata.co.id, 2022). Dengan adanya ketekunan mereka akan berusaha untuk dapat membuat berbagai ide dengan terobosan baru yang membuat usahanya unik dan diminati oleh banyak orang

sehingga dapat mencapai tujuan yang telah dibuat (kompas.com, 2022). Ketika dalam pekerjaannya individu menemukan hal yang membuat bosan, membuat frustrasi, dan menyakitkan, dengan ketekunan akan membuat individu tidak berpikir untuk menyerah pada keadaan tersebut (Duckworth, 2016).

Menurut Gunawan dkk (2022) individu dengan ketekunan yang baik akan mengarahkan kompetensi yang sesuai untuk mencapai suatu tujuan dan memutuskan untuk terus berusaha dengan memberikan usaha yang terbaik. Individu atau pelaku usaha yang memiliki ketekunan cenderung mengalami ketidakpuasan terhadap kondisi yang stagnan, sehingga individu tersebut akan terus berupaya untuk menghasilkan ide-ide baru dan berupaya mempromosikan ide-ide tersebut guna mendapat dukungan dari lingkungan sehingga ide tersebut dapat direalisasikan (Bernardy & Antoni, 2001). Dari penelitian tersebut, terlihat Ketekunan dapat memberi daya gerak untuk melakukan perilaku kerja inovatif pada perempuan pelaku UMKM, sehingga dengan adanya ketekunan yang tinggi pada individu maka semakin tinggi juga perilaku kerja inovatifnya.

Peran ketekunan terhadap perilaku kerja inovatif dapat ditemukan dalam penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh penelitian Mooradian dkk. (2016) terhadap 281 pelaku wirausaha menunjukkan bahwa ketekunan memiliki pengaruh positif pada inovasi yang dapat mendukung kesuksesan. Penelitian dari Suendarti dkk. (2020) yang melibatkan 386 guru juga menyimpulkan bahwa terdapat peran ketekunan terhadap perilaku kerja inovatif. Dalam penelitiannya juga dijelaskan bahwa individu yang gigih dalam berupaya akan semakin terampil dalam memperjuangkan dan merealisasikan ide inovatif yang telah mereka ciptakan. Selanjutnya, berbeda responden dengan dua penelitian sebelumnya, penelitian yang dilakukan oleh Issa (2020) terhadap 147 pelaku usaha di Libya menunjukkan bahwa ketekunan berkorelasi secara positif yang signifikan dengan orientasi wirausaha dan sukses yang meliputi sebuah pengambilan resiko, menjadi pribadi yang inovatif, dan proaktif dalam konteks kewirausahaan.

Sejalan dengan penelitian tersebut penelitian yang dilakukan oleh Gunawan dkk (2022) pada anggota ormawa yang menunjukkan adanya pengaruh ketekunan terhadap anggota ormawa sebesar 17,7%. Selanjutnya penelitian yang dilakukan

oleh Widodo dan Chandrawaty (2021) pada 230 dosen menunjukkan bahwa ketekunan berpengaruh secara langsung maupun secara tidak langsung terhadap perilaku kerja inovatif melalui OCB (*Organizational Citizenship Behavior*). Pengaruh ketekunan terhadap perilaku kerja inovatif juga ditemukan dalam penelitian Veronica dan Wibowo (2023) yang melibatkan 105 pelaku bisnis *startup*, penelitian ini menemukan hubungan yang positif antara ketekunan dan perilaku kerja inovatif pada generasi milenial pelaku *startup* yang harus dipertahankan dan juga ditingkatkan untuk mengembangkan bisnisnya. Secara umum, hasil dari beberapa penelitian yang telah dijelaskan dapat diambil kesimpulan bahwasanya ketekunan memiliki pengaruh pada perilaku kerja inovatif.

Meskipun sudah ada beberapa penelitian yang mengkaji variabel ketekunan terhadap variabel perilaku kerja inovatif namun penelitian tersebut banyak dilakukan pada bidang pendidikan dan juga masih terbatasnya penelitian yang spesifik mengkaji pada konteks industri, lebih spesifiknya pada pelaku UMKM di daerah tertentu. Seharusnya ketekunan yang dimiliki oleh individu akan membuat individu tersebut cenderung mengalami ketidakpuasan terhadap kondisi yang stagnan, ia akan melakukan inovasi untuk keluar dari kondisi tersebut dengan menghasilkan ide-ide baru seperti produk, layanan ataupun strategi yang unik dan berbeda agar usaha yang dimilikinya berkembang (Bernardy dan Antoni, 2001). Pada kenyataannya, terdapat pelaku UMKM yang kurang mementingkan adanya perilaku kerja inovatif untuk mendapatkan inovasi (Mulyono, 2008), pelaku usaha tersebut lebih memilih untuk memakai ide atau menjual sesuatu dari orang lain yang saat itu sedang ramai diminati (Hermina, 2024). Maka dari itu, peneliti tertarik untuk meneliti ketekunan terhadap perilaku kerja inovatif pada perempuan pelaku UMKM. Perempuan pelaku UMKM dalam penelitian ini yaitu perempuan yang memiliki usaha mikro, kecil, atau menengah.

Peneliti memilih kabupaten Bangkalan sebagai tempat penelitian, karena menurut data yang telah ditemukan, jumlah pelaku UMKM di kabupaten tersebut merupakan jumlah terbanyak dibandingkan dengan 3 kabupaten lain di Madura. Dengan adanya penelitian ini, peneliti berharap dapat mengkaji pengaruh ketekunan terhadap perilaku inovatif pada perempuan pelaku UMKM yang

nantinya dapat bermanfaat sebagai salah satu sumber referensi untuk memberdayakan perempuan pelaku UMKM di Bangkalan agar terus dapat berkembang dan bersaing dengan adanya perubahan pasar yang dinamis. Berdasarkan uraian yang telah disampaikan, maka semakin memperkuat peneliti untuk membahas lebih lanjut mengenai ”pengaruh ketekunan terhadap perilaku inovatif pada perempuan pelaku UMKM di Bangkalan”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan sebelumnya, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah “Apakah terdapat pengaruh ketekunan terhadap perilaku inovatif pada perempuan pelaku UMKM di Bangkalan?”

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang sudah dipaparkan, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh ketekunan terhadap perilaku kerja inovatif pada perempuan pelaku UMKM di Bangkalan.

1.4 Manfaat Penelitian

Dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat, baik secara teoritis maupun manfaat secara praktis.

1. Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis dari penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi pengetahuan ilmu psikologi industri organisasi karena terdapat bahasan terkait pelaku UMKM yang termasuk dalam ilmu tersebut. Selain itu diharapkan juga dapat memperkaya literatur yang spesifik mengenai konsep ketekunan terhadap perilaku kerja inovatif, khususnya dalam konteks perempuan pelaku UMKM di Bangkalan.

2. Manfaat praktis

a. Untuk Subjek

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman mengenai ketekunan terhadap perilaku kerja inovatif, sehingga dengan adanya penelitian ini diharapkan perempuan pelaku UMKM di Bangkalan lebih banyak memiliki wawasan untuk usahanya sehingga bermanfaat untuk meningkatkan daya saing dalam dunia usaha yang dinamis.

b. Untuk Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kabupaten Bangkalan

Hasil dari penelitian ini diharapkan memberikan pemahaman kepada DISKOPUM (Dinas Koperasi dan Usaha Mikro) Bangkalan terkait ketekunan terhadap perilaku kerja inovatif pada perempuan pelaku UMKM di Bangkalan sehingga dapat membuat suatu kegiatan nantinya apa yang dibutuhkan atau apa yang perlu kembangkan lagi terkait usaha yang dimiliki oleh perempuan pelaku UMKM di Bangkalan.

c. Untuk Peneliti Selanjutnya

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai referensi yang berguna untuk melakukan penelitian lainnya yang serupa ataupun berhubungan dengan pengembangan variabel ketekunan dan juga perilaku kerja inovatif.