

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Akhir-akhir ini Indonesia mengalami lonjakan bisnis UMKM, terutama di sektor mikro dan kecil. Data terbaru dari Badan Pusat Statistik atau BPS (2022), untuk provinsi Jawa Timur terjadi peningkatan sebesar 100.698 usaha mikro, atau berkisar 12,87% dari jumlah UMKM berskala mikro di tahun 2021 yang hanya 681.442 usaha. Jumlah ini tergolong besar mengingat di tahun 2020 hanya ada 720.250 usaha berskala mikro di Jawa Timur. Artinya, di Provinsi Jawa Timur selama rentang waktu 2 tahun terakhir telah ada pertumbuhan usaha mikro sebesar 8,59% atau sekitar 61.881 usaha mikro baru mulai tumbuh dan berkembang di pasar (BPS, 2022).

Selain pertumbuhan di sektor UMKM berskala mikro, pertumbuhan UMKM di golongan usaha kecil juga mengalami peningkatan (BPS, 2022). Data BPS di tahun 2022 menyebutkan provinsi Jawa Timur memiliki usaha kecil sebanyak 92.366. Jumlah ini meningkat sebanyak 11.793 usaha, dibandingkan dengan tahun 2021 yang hanya ada 80.573 usaha. Artinya, dalam rentang waktu 1 tahun saja, terjadi pertumbuhan sektor UMKM kategori usaha kecil sebesar 12,7%. Walaupun begitu, nominal ini masih cukup jauh dibandingkan dengan data tahun 2020 yang menyebutkan jumlah UMKM kategori kecil di Jawa Timur sekitar 108.232 usaha. Data tersebut menunjukkan terjadi penurunan yang salah satunya disebabkan karena adanya pandemi COVID-19 yang menyebabkan daya beli masyarakat menurun drastis. Walaupun begitu, Jawa Timur kembali berupaya untuk meningkatkan sektor ekonomi melalui UMKM.

Data dari Dinas Koperasi dan UMKM Provinsi Jawa Timur (DINKOPUMKM) menyebutkan statistik pengusaha berdasarkan jenis kelamin dalam rentang waktu tahun 2010-2024 sebanyak 59% pengusaha berjenis kelamin perempuan, sementara sisanya sebanyak 41% dikuasai oleh laki-laki. Berdasarkan data tersebut, dapat disimpulkan bahwa perempuan mendominasi dalam sektor usaha dibandingkan dengan laki-laki. Selain itu mayoritas usaha yang dimiliki

merupakan usaha perseorangan, dimana sebanyak 83% diantaranya dimiliki serta dikelola oleh pemiliknya langsung (DINKOPUMKM Jatim, 2024). Fakta tersebut sejalan dengan data yang menunjukkan di tahun 2021 sebanyak 64,5% dari total pelaku UMKM adalah perempuan.

Dinas Koperasi dan UMKM Provinsi Jawa Timur juga merilis nilai tambah koperasi dan UMKM di 38 Kabupaten/Kota di wilayah Jawa Timur. Hasilnya, Kabupaten Bangkalan memperoleh sekitar 9.111 milyar (DINKOPUMKM Jatim, 2024). Walaupun bukan penyumbang terbesar namun Kabupaten Bangkalan turut serta dalam menyumbang nilai tambah bruto UMKM, yang secara keseluruhan pada tahun 2022 telah mengalami peningkatan sebesar 0,55% dibandingkan dengan tahun 2021.

Bupati Bangkalan, R. Abdul Latif Amin Imron, dalam wawancara bersama Savhira (2021) menyebutkan sektor UMKM merupakan salah satu sektor penunjang ekonomi yang paling tepat terutama pasca pandemi COVID-19. Saat ini pemerintah Kabupaten Bangkalan tengah menerapkan Pemulihan Ekonomi Nasional (PEN) melalui sektor UMKM. Hal ini dilakukan mengingat Kabupaten Bangkalan memiliki potensi UMKM yang besar. Besarnya potensi UMKM di Bangkalan ditunjukkan melalui data RKPD Kabupaten Bangkalan yang menyebutkan jumlah UMKM di Kabupaten Bangkalan pada tahun 2023 sebanyak 166.580 usaha. Jumlah ini meningkat dibandingkan tahun sebelumnya yang mencapai 166.495 usaha. Berikut ini adalah tabel jumlah pelaku UMKM di Bangkalan menurut data RKPD Kabupaten Bangkalan:

Tabel 1.1. Tabel 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: Data RKPD Kabupaten Bangkalan (2024)

Berdasarkan tabel tersebut diketahui bahwa jumlah pelaku UMKM di Bangkalan terdapat 166.580 pelaku. Jumlah tersebut merupakan jumlah tertinggi apabila dibandingkan dengan wilayah lain di Madura seperti Kabupaten Sampang, Kabupaten Pamekasan, dan Kabupaten Sumenep. Pelaku UMKM di Pamekasan ada sebanyak 49.185 orang (Aziz, 2024). Sementara itu di Kabupaten Sampang terdapat 1.762 orang pelaku UMKM (Alimuddin, 2022). Dilansir dari situs resmi Kabupaten Sumenep (Pemkab Sumenep, 2022), terdapat sekitar 24.474 orang yang bekerja sebagai pelaku UMKM di Kabupaten Sumenep. Berdasarkan data tersebut dapat disimpulkan bahwa Kabupaten Bangkalan memiliki pelaku UMKM terbanyak di Madura. Hal tersebut sejalan dengan data dari DISKOPUMKM (2024) yang menyatakan bahwa sebanyak 57,42% pelaku UMKM di Kabupaten Bangkalan adalah perempuan. Berdasarkan data tersebut maka jumlah perempuan pelaku UMKM di Bangkalan ada sekitar 95.651 orang.

Besarnya jumlah perempuan pelaku UMKM di Bangkalan menunjukkan bahwa mereka mampu berperan dalam dunia bisnis. Hal ini tidak terlepas dari beberapa karakteristik unik perempuan. Kusumastuti, *et al.*, (2020) dalam penelitiannya menyatakan bahwa perempuan adalah individu yang unik. Hal ini disebabkan karena perempuan sanggup melakukan multitasking, lebih berempati, serta fleksibel. Karakteristik tersebut, menurut Kusumastuti, *et al.*, (2020) dinilai dapat menunjang performa mereka dalam mengembangkan bisnis UMKM. Menurutnya, perempuan lebih mudah dalam memperbesar skala pasar, menciptakan peluang kerja baru, serta membentuk jaringan bisnis. Indiworo (2016) juga menyatakan hal yang serupa dimana kesuksesan perempuan dalam mengembangkan bisnis tidak terlepas dari karakter perempuan yang ulet, telaten, sabar, jujur, berani mengambil resiko, loyal, memiliki disiplin tinggi, semangat serta pekerja keras, serta berdedikasi terhadap apa yang dilakukan.

Melihat tingginya jumlah UMKM di Bangkalan, serta dominasi perempuan dengan keunikan karakternya, pemerintah Kabupaten Bangkalan menilai hal tersebut sebagai potensi yang besar (Hidayatullah, 2023). Namun optimalisasi potensi tersebut belum dapat berjalan maksimal. Ada beberapa kendala yang dialami oleh perempuan pelaku usaha UMKM di Bangkalan. Kendala yang kerap

kali dirasakan berkaitan dengan inovasi (Yasran, 2023). Salah satu Lembaga Pemerintah Non Kementerian (LPNK) yaitu Badan Riset dan Inovasi Nasional (BRIN) dalam laman resminya menyebutkan kendala utama pemasaran produk UMKM dipengaruhi oleh kemampuan inovasi serta kreativitas pelaku UMKM (BRIN, 2023). Kendala tersebut muncul disebabkan karena mayoritas pelaku UMKM mengandalkan tren ketika memulai usaha serta tidak memiliki pemikiran untuk bertahan serta mengembangkan usahanya (BRIN, 2023). Fakta ini diperkuat dengan pengamatan Rektor Uniba, dalam wawancaranya bersama Yasran (2023) mengatakan bahwa Madura memiliki potensi UMKM yang besar karena sebagian besar pemasukan dari Madura bersumber dari sektor UMKM. Namun, kendala yang dihadapi yaitu minimnya inovasi serta tidak ada pencitraan yang kuat untuk memasarkan produk. Akibatnya, ada berbagai kesempatan yang seharusnya dapat dimanfaatkan oleh pengusaha menjadi terbuang sia-sia begitu saja.

Kemampuan berinovasi penting dimiliki oleh para pelaku UMKM untuk menciptakan perilaku kerja inovatif. Inovasi dapat dimaknai sebagai kesanggupan individu untuk melakukan dan menerapkan hal-hal baru dan berbeda (Faizaty dan Rivanda, 2019). Berbagai inovasi baru dapat muncul apabila individu memiliki kreativitas (Buchari, 2009). Segala kreativitas dan inovasi yang diciptakan, terutama dalam wirausaha, dapat dimanfaatkan sebagai sarana pengembangan bisnis (Wiyono, *et al.*, 2020). Hal ini disebabkan karena kreativitas dan inovasi mampu membantu pengusaha bekerja lebih efektif dan efisien sehingga dapat beradaptasi dengan kebutuhan serta keinginan pelanggan. Badan Riset dan Inovasi Nasional (2023) mencatat saat ini ada banyak pengusaha yang merintis bisnis berawal dari tren di masyarakat. BRIN (2023) menyebutkan untuk memulai usaha berdasarkan tren itu sah-sah saja, namun para pelaku UMKM perlu melakukan perubahan pada produk yang dipasarkan agar memiliki citra yang berbeda dibandingkan dengan pesaing lainnya. Salah satunya adalah bisnis UMKM di Bangkalan yang saat ini terkendala dalam hal inovasi. Yasran (2023) menyebutkan bahwa ada banyak pelaku UMKM di Madura yang kurang berinovasi untuk membangun citra produk sekaligus untuk memuaskan kebutuhan pelanggan. Akibatnya, hal ini berdampak pada kemampuan membaca segmentasi pasar, yang

mana saat ini tren pasar telah bergeser ke ranah digital (Yasran, 2023). Saat ini perdagangan banyak dilakukan secara daring sehingga pembeli dan penjual tidak perlu bertatap muka secara langsung, namun saat ini para pelaku UMKM di Madura belum mampu membaca serta mengambil peluang tersebut (Yasran, 2023).

Selain terkendala dalam inovasi, pelaku UMKM di Bangkalan juga mengalami permasalahan lain yaitu berkaitan dengan pemanfaatan fasilitas (Rohman, 2024). Salah satunya adalah tidak beroperasinya sentra Industri Kecil dan Menengah (IKM). Menurut Rohman (2024), Kabupaten Bangkalan memiliki sentra IKM sebagai pusat sentra usaha namun kondisi terkini IKM tergolong sepi dan jarang beroperasi. Yahya (2023) menjelaskan bahwa lokasi Sentra IKM Kabupaten Bangkalan cukup strategis dikarenakan dekat dengan jembatan Suramadu sehingga mudah terlihat oleh wisatawan. Idealnya, sentra IKM dapat menjadi pusat perdagangan di Kabupaten Bangkalan namun realita menunjukkan hingga saat ini sentra IKM belum memberikan dampak signifikan (Rohman, 2024) Maka cukup disayangkan jika gedung ini tidak dapat berfungsi sebagai pusat industri UMKM karena tidak adanya pedagang yang beroperasi disana (Rohman, 2024). Selain itu, Menteri Koperasi dan UMKM Indonesia, Teten Masduki, dalam wawancaranya bersama Auliviya (2022) menyebutkan bahwa inovasi pelaku UMKM tidak hanya dari sektor pemasaran digital dan pemilihan lokasi, namun juga dari segi proses produksi. Harapannya kini pelaku UMKM mampu berinovasi ketika memproduksi barang, tidak hanya mengandalkan teknologi konvensional.

Rendahnya tingkat inovasi perempuan pelaku UMKM juga dapat diketahui berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Agustina (2020). Agustina (2020) telah melakukan penelitian pada perempuan pelaku UMKM etnis Madura di Surabaya. Berdasarkan hasil penelitian tersebut diketahui bahwa dimensi *opportunity exploration* dan *idea generation* yang merupakan bagian dari perilaku kerja inovatif tergolong rendah (Agustina, 2020). Hal tersebut disebabkan karena rendahnya tingkat pendidikan serta faktor budaya yang berkaitan dengan peran domestik mempengaruhi tingkat perilaku kerja inovatif (Agustina, 2020). Walaupun penelitian yang dilakukan oleh Agustina (2020) menitikberatkan pada etnis tertentu, namun hasil penelitian tersebut menunjukkan adanya peluang

perempuan pelaku UMKM di Bangkalan dimungkinkan mengalami hal yang serupa.

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, *et al.*, (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 perilaku kerja inovasi, misalnya melalui dimensi *power distance*, *collectivism*, dan *long term orientation*.

Mengatasi permasalahan tersebut terutama yang terjadi di era digital dibutuhkan kerja sama serta kolaborasi dari berbagai pihak, salah satunya adalah komunitas masyarakat untuk menciptakan lingkungan yang inovatif yang juga berkaitan dengan *cultural value* (Metris, *et al.*, 2024). Menurut hasil penelitian Metris, *et al.*, (2024) menyebutkan masyarakat harus menyadari pentingnya penggunaan produk lokal dalam kehidupan sehari-hari, terutama untuk membantu pelestarian identitas budaya dan ikatan masyarakat. Selain itu, faktor-faktor lain seperti peningkatan kreativitas dan kualitas produk berbasis budaya, pemakaian teknologi digital untuk efisiensi, membantu promosi secara daring di media sosial, serta terlibat aktif dalam bisnis UMKM di ranah digital, terbukti menunjang eksistensi UMKM agar tidak kalah saing dengan produk asing. Hasil penelitian Metris, *et al.*, (2024) juga sejalan dengan fakta di Indonesia telah beredar berbagai produk asing. Menteri Koperasi dan UKM, Teten Masduki, dalam wawancaranya bersama Ayuningrum (2024) menyebutkan saat ini sudah banyak berbagai produk asing yang beredar di Indonesia. Padahal produk Indonesia juga memiliki kualitas yang bagus. Oleh sebab itu dibutuhkan kesadaran dan inovasi pada produk lokal demi menjaga kualitas dan kebutuhan pasar (Ayuningrum, 2024)

Pada konteks perusahaan, nilai-nilai budaya serta perilaku kerja inovatif juga pernah diteliti oleh Muzayyanah dan Djudiyah (2024) pada suatu perusahaan *Foreign Direct Investment* (FDI) Korea Selatan yang berlokasi di Jawa Timur.

Penelitian yang dilakukan oleh Muzayyanah dan Djudiyah (2024) mengacu pada teori milik Hofstede (2011) dan menghasilkan bahwa dalam lingkup perusahaan nilai-nilai budaya yang terbentuk berasal dari budaya organisasi, nilai, dan norma yang berlaku di perusahaan tersebut. Hal ini dapat mempengaruhi perilaku kerja inovatif seorang karyawan, salah satunya dimensi *long term orientation*. Muzayyanah dan Djudiyah (2024) juga menuliskan faktor-faktor lain seperti tuntutan tugas dan tanggung jawab, karakteristik tantangan, adaptasi budaya juga memiliki andil dalam membentuk perilaku kerja seseorang.

Penelitian lain juga dilakukan oleh Zhang, *et al.*, (2023) dengan konteks penelitian yang sama yaitu pada suatu perusahaan namun berlokasi di China. Hasil penelitian milik Zhang, *et al.*, (2023) menyebutkan perilaku kerja inovatif berkorelasi dengan *cultural value* yang diterapkan di tempat kerja, terutama pada dimensi *power distance* dan *collectivism*. Menurut Zhang, *et al.*, (2023) apabila individu berada di lingkungan yang aman secara psikologis serta minim memiliki pola komunikasi antara atasan dan bawahan yang tidak mengekang, cenderung meningkatkan perilaku kerja inovatif yang berguna sebagai peningkatan kinerja.

Mengkaji fenomena nilai-nilai budaya dan performa bisnis UMKM juga pernah diteliti oleh Ibojoju dan Akeke (2022) pada pelaku UMKM di Nigeria Barat Daya. Walaupun Nigeria memiliki nilai-nilai budaya yang berbeda, penelitian yang dilakukan oleh Ibojoju dan Akeke (2022) menunjukkan bahwa apabila pelaku UMKM mampu mengontrol nilai-nilai budaya, akan terjadi kenaikan performa UMKM sebanyak 67% yang menunjukkan bahwa konstruk nilai-nilai budaya memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM. Artinya, apabila pelaku UMKM mampu mengatur nilai-nilai budayanya maka akan terjadi peningkatan kinerja usaha (Ibojoju dan Akeke, 2022).

Penelitian mengenai *cultural value* dan perilaku kerja inovatif pada UMKM lokal pernah dilakukan oleh Kurniawati dan Ananda (2019). Kurniawati dan Ananda (2019) menggunakan teori Hofstede (2011) untuk mengetahui bagaimana *cultural value* memberikan dampak pada pengambilan keputusan inovasi. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa *power distance* menunjukkan adanya kekuasaan penuh dalam pengambilan keputusan tanpa melibatkan pekerja lain.

Collectivism menunjukkan bahwa pengelolaan usaha masih dilakukan secara kekeluargaan, dan *uncertainty avoidance* yang menunjukkan bahwa banyak pengusaha lebih berhati-hati dalam membuat keputusan yang berkaitan dengan inovasi. Selain itu dimensi *long term orientation* menunjukkan sebagai seorang pengusaha tentu memikirkan keberlangsungan bisnis secara jangka panjang. Artinya secara keseluruhan dimensi dari *cultural value* dapat mempengaruhi perilaku kerja inovatif pengusaha lokal.

Menilik permasalahan sekaligus penelitian-penelitian terdahulu yang telah dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa nilai-nilai budaya serta perilaku kerja inovatif memiliki keterkaitan. Tentu sangat disayangkan saat ini pelaku UMKM di Bangkalan belum mampu memanfaatkan peluang bisnis dengan baik. Padahal perlu diketahui para pelaku UMKM berperan penting dalam pemasukan daerah, bahkan pemasukan negara, dimana perempuan juga terlibat di dalamnya. Pengembangan UMKM di Bangkalan masih belum berjalan dengan sempurna. Banyak perempuan yang berdagang dengan mengandalkan nilai-nilai budaya namun belum menerapkan perilaku kerja inovatif yang baik sehingga perdagangan yang dilakukan belum maksimal. Oleh sebab itu peneliti memilih topik ini untuk diteliti.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijabarkan, maka rumusan masalah dalam penelitian berikut ini adalah sebagai berikut: **“Apakah terdapat hubungan *cultural value* terhadap perilaku kerja inovatif pada perempuan pelaku UMKM di Bangkalan?”**

1.3. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan dari *cultural value* terhadap perilaku kerja inovatif pada perempuan pelaku UMKM di Bangkalan, Madura

1.4. Manfaat Penelitian

1.4.1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini memberikan manfaat secara teoritis sebagai bentuk pengembangan ilmu pengetahuan terutama terkait penelitian menggunakan

variabel *cultural value* dan perilaku kerja inovatif terutama pada konteks perempuan pelaku UMKM. Selain itu, secara teoritis penelitian ini mampu memberikan informasi mengenai pemberdayaan perempuan terutama berbasis pengembangan UMKM .

1.4.2. Manfaat Praktis

- a. **Bagi responden penelitian:** Bagi responden, penelitian ini diharapkan memberi manfaat berupa pemahaman mengenai *cultural value* dan perilaku kerja inovatif. Selain itu, hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu perempuan pelaku UMKM dalam menganalisis kekuatan *cultural value* yang berkaitan dengan inovasi sehingga mereka dapat mengembangkan perilaku kerja inovatif dengan menunjang nilai *cultural value*.
- b. **Bagi pendamping UMKM:** Bagi pendamping UMKM, penelitian ini diharapkan memberi manfaat berupa informasi mendalam mengenai *cultural value* dan perilaku kerja inovatif. Tujuannya agar pendamping UMKM dapat mengambil langkah yang tepat, misalnya memberikan pelatihan bagi perempuan pelaku UMKM dengan mengacu pada *cultural value* dan perilaku kerja inovatif.
- c. **Bagi masyarakat umum:** Masyarakat umum diharapkan lebih mengerti mengenai *cultural value* dan perilaku kerja inovatif sehingga mereka dapat membantu mendukung bisnis UMKM, terutama yang dikelola oleh perempuan, agar lebih berkembang.
- d. **Bagi peneliti selanjutnya:** Penelitian ini dapat menjadi referensi awal bagi peneliti lain yang ingin mengambil topik penelitian yang serupa. Pada akhir penelitian, peneliti juga akan mencantumkan beberapa kekurangan yang terdapat pada penelitian ini sehingga penelitian selanjutnya dapat berkembang lebih baik sehingga menambah perkembangan pengetahuan.