

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sektor Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yakni industri rumahan milik perorangan dengan tingkat produksi yang terbatas. Namun dengan perkembangan yang terjadi dewasa ini UMKM menjadi sektor yang sangat mendominasi sehingga dapat berkontribusi besar terhadap perekonomian Indonesia, baik dalam penyerapan tenaga kerja, meningkatkan pendapatan masyarakat, mengurangi kesenjangan sosial serta berupaya dalam menstabilkan perekonomian. Begitu besar manfaat dari UMKM bagi perekonomian Indonesia sehingga membuat pemerintah dan swasta mendukung perkembangan UMKM di masing-masing daerah, dengan harapan semakin meningkatnya jumlah UMKM yang berdiri maka semakin besar pula kontribusi UMKM bagi perekonomian. Menurut Risandra dalam Yuliastri (2018), bahwa jumlah UMKM memberikan pengaruh terhadap pendapatan perkapita masyarakat.

UMKM memiliki potensi yang sangat masif untuk berkembang yang mampu membantu mengatasi masalah-masalah perekonomian. Hal ini dibuktikan ketika seluruh dunia sedang mengalami guncangan masalah perekonomian yaitu Covid-19 yang menyebabkan seluruh negara terpaksa membatasi aktivitas ekonomi sehingga banyak negara mengalami pertumbuhan ekonomi yang negatif bahkan resesi. Dengan peranan UMKM menjadi sumber pendapatan masyarakat, meminimalisir pengangguran, berpengaruh pada PDB, devisa negara, dan investasi, UMKM memiliki potensi untuk menyangga perekonomian selama pandemi COVID-19. Kelangsungan dan pertumbuhan UMKM dapat terwujud apabila didukung oleh sumber daya manusia yang memiliki keahlian dalam mengoperasikan teknologi. (Sinuraya & Nurlinda, 2020).

Perkembangan UMKM saat ini sangat bervariasi. Didukung dengan hadirnya subsektor UMKM yang berdampak positif terhadap meningkatnya kontribusi sektor UMKM yakni sektor industri kreatif terhadap PDB. Ekonomi

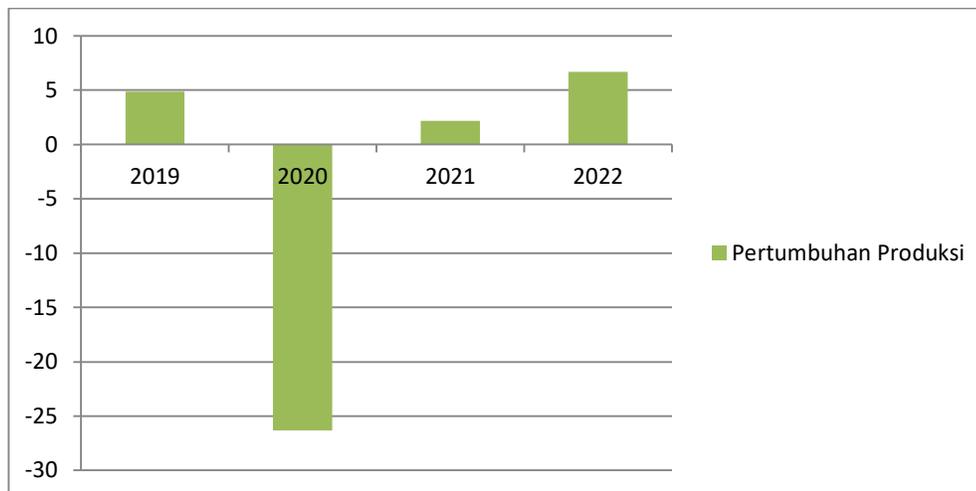
kreatif adalah ide dari era ekonomi baru yang menekankan kreativitas dan informasi dan memanfaatkan pengetahuan dan gagasan dari sumber daya manusia sebagai faktor produksi (Wahyuningsih & Satriani, 2019).

Ekonomi kreatif merupakan salah satu bidang praktis yang mampu menjadi prioritas untuk pembangunan ekonomi. Industri kreatif juga merupakan salah satu bentuk upaya pembangunan berkelanjutan dengan menggunakan ciri-ciri berupa kreativitas, inovasi dan keahlian sebagai daya saing dan keunggulan yang dimiliki. Kemudian dengan kreatifitas dan ide gagasan tentunya menjadikan ekonomi kreatif tidak memiliki batasan dalam perkembangannya sebab para pelaku usaha sektor ekonomi kreatif akan terus melakukan berbagai macam cara dari ide gagasannya untuk menciptakan sesuatu produk yang dapat terus diterima oleh setiap orang. Industri kreatif mendorong ekonomi kreatif, yang menekankan pentingnya kekayaan intelektual. (Wahyuningsih & Satriani, 2019)

Lalu pengembangan ekonomi kreatif tentunya membutuhkan kerjasama terhadap berbagai pihak sebab gagasan atau kreatifitas yang diciptakan perlu terealisasi dengan sempurna dan diakui oleh banyak pihak sehingga setiap orang dapat menilai dan menerimanya dengan baik, serta diperlukannya adaptasi sesuai perkembangan zaman. Artinya produk ekonomi kreatif harus mengikuti perkembangan-perkembangan yang sedang terjadi di dunia, begitupun dengan perencanaan atau strategi-strategi usaha seperti pemasaran, perkembangan teknologi yang semakin maju mengharuskan sektor ekonomi kreatif perlu memanfaatkan teknologi informasi bernilai tambah tinggi di bidang industri kreatif, tetapi industri kreatif juga membuat produk bernilai tinggi dan mendatangkan kontribusi besar pada ekonomi, sehingga menjadi bagian yang terpisah dari ekonomi kreatif. Kebutuhan akan teknologi informasi komunikasi adalah komponen penting yang dapat meningkatkan operasi bisnis dan meningkatkan kemampuan untuk bersaing di pasar global (Mustikarani & Irwansyah, 2019).

Ekonomi kreatif adalah suatu bentuk proses bisnis di bidang industri kreatif yang produknya diciptakan berdasarkan keahlian dan kreativitas. Menurut

P.Prammayoga (2019) Subsektor yang banyak diminati adalah industri *fashion*. Industri *fashion* mencakup segala wujud kreativitas yang berkaitan dengan desain pakaian, sepatu, dan aksesoris fesyen, pembuatan pakaian jadi dan aksesoris, serta distribusi produk fesyen. Ini termasuk pada kategori perusahaan *fashion* dan *fashion*. Distribusi, produksi massal, pakaian siap pakai, haute couture (Mustikarani & Irwansyah, 2019). Meski perkembangan industri *fashion* terus mencatat tren positif, namun pada tahun 2020 produksinya mengalami penurunan signifikan sebesar -26,33%. Saat itu terjadi pandemi penyakit virus corona (Covid-19) yang membatasi aktivitas perekonomian dan perekonomian negara. Akibat situasi yang tidak stabil tersebut, permintaan pasar produk *fashion* mengalami penurunan, namun setelah situasi mulai normal kembali pada tahun 2021 berikutnya, produksi *fashion* meningkat sebesar 2,16%, dan situasi yang menguntungkan ini akan terus berlanjut hingga tahun 2022. Laju pertumbuhan produksi meningkat sebesar 6,69%. (lihat pada grafik 1.1).



Sumber : Badan Pusat Statistik (BPS), diolah

Gambar 1.1 Pertumbuhan Produksi Industri Fashion di Indonesia Tahun 2019-2022

Industri *fashion* batik merupakan salah satu subsektor industri *fashion* dan salah satu ciri khas Indonesia. Busana batik merupakan salah satu gaya busana

yang banyak digemari baik di Indonesia ataupun di luar negeri. Batik sendiri merupakan tekstil yang dihias dengan corak yang indah dan unik serta merupakan warisan budaya Indonesia yang tercatat pada Situs Warisan Dunia oleh UNESCO (Sugiyem, 2014).

Jambi sendiri unggul dalam mode batik. Kerajinan batik UMKM berbasis budaya melayu yang banyak berdiri di Kota Jambi mendukung peran pengrajin kecil. Jambi merupakan daerah yang memiliki cukup banyak industri *fashion* batik di Indonesia, data tersebut dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 1.1 Jumlah Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) *Fashion* Batik di Indonesia Tahun 2022

Provinsi	Jumlah UMKM Batik (Unit)
Jawa Tengah	2.299
Jawa Timur	216
Bali	187
DI Yogyakarta	140
Jawa Barat	115
Jambi	103

Sumber : dataindonesia.id

Pada tabel 1.1, memperlihatkan bagaimana jumlah usaha batik di setiap provinsi di Indonesia. Jawa Tengah menjadi provinsi yang memiliki jumlah UMKM batik tertinggi di Indonesia dengan jumlah UMKM batik sebanyak 2.299 unit. Sedangkan Jambi menjadi salah satu wilayah yang memiliki jumlah UMKM batik cukup tinggi yaitu sebanyak 103 unit. Jambi juga menjadi satu-satunya daerah di Sumatera yang mempunyai jumlah UMKM batik yang cukup tinggi di Indonesia, dengan membawakan corak batik khas melayu menjadi sebuah potensi dan modal yang baik bagi UMKM batik di Jambi untuk berkembang. Pusat industri pengrajin batik jambi yaitu berada di Kota Jambi yang tersebar pada beberapa daerah di Kota Jambi yang dapat diamati pada tabel berikut :

Tabel 1.2 Jumlah UMKM Batik di Kota Jambi Tahun 2023

Kecamatan	Satuan (Unit)
Danau Teluk	39
Pelayangan	29
Telanaipura	14
Kota Baru	5
Pasar Jambi	5
Danau Sipin	4
Jambi Selatan	3
Jelutung	2
Alam Barajo	2
Jambi Timur	1
Pall Merah	1
Jumlah	103

Sumber : Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Jambi diolah, 2023

Pada tabel 1.2, UMKM batik banyak tersebar di Kecamatan Danau Teluk Kota Jambi dengan jumlah UMKM sebanyak 39 unit, sedangkan jumlah terendah berada di Kecamatan Jambi Timur dan Pall Merah yang masing-masing wilayah hanya terdapat satu UMKM batik. Dengan demikian Kota Jambi memiliki potensi yang cukup baik untuk meningkatkan perkembangan bagi para pelaku usaha batik di Kota Jambi.

Potensi pertumbuhan *fashion* batik di Kota Jambi bagi perekonomian cukuplah tinggi ditambah dengan pemanfaatan teknologi dalam pengembangan bisnis yang dapat memperluas pangsa pasar. Adaptasi terhadap teknologi seperti pasar dan *e-commerce* dapat menjadi strategi yang menentukan masa depan suatu perusahaan guna meraih pertumbuhan dan kepemimpinan pasar. Selain itu, hal ini sesuai dengan kemampuan organisasi dalam menjalin hubungan jangka panjang dengan pemangku kepentingan utamanya, termasuk pelanggan, karyawan, pemasok, mitra, pemegang saham, masyarakat umum, dan komunitas, melalui penggunaan komunikasi dan teknologi informasi. (Mustikarani & Irwansyah, 2019).

Memfaatkan teknologi memang sangat memudahkan para pebisnis, akan tetapi kebanyakan pelaku usaha belum kompetendalam memanfaatkan teknologi. UMKM di Provinsi Jambi jadi salah satu wilayah terendah pemakai *e-commerce*. Data dari Badan Pusat Statistik Provinsi Jambi (2021) yang dilakukan pada 301 usaha,UMKM yang menggunakan atau melakukan kegiatan *e-commerce* hanya sebesar 25 persen dibandingkan dengan usaha konvensional atau berjualan secara langsung sebesar 75 persen. Pelaku UMKM di Kota Jambi masih terbatas dalam menggunakan teknologi informasi, karena hanya menggunakan komputer dan *internet* dalam pengelolaan bisnis . (Lubis & Junaidi, 2016).

Menurut Suhariyanto (2016), permasalahan yang di alami para pelaku UMK di Provinsi Jambi untuk mencapai keberhasilan usahanya yaitu 1). Pengelolaan UMK yang dilakukan secara sederhana, yang dapat dilihat dari banyaknya usaha yang tidak berbadan hukum dan tidak adanya pencatatan keuangan. 2). Penggunaan teknologi informasi yang minim, dapat dilihat dari pemanfaatan internet yang masih rendah oleh UMK. 3). Pembinaan UMK yang masih menjadi prioritas, dilihat dari minimnya usaha yang menjalin kemitraan untuk meningkatkan keberhasilan usaha. 4). Kebutuhan akan peningkatan keterampilan terus menjadi faktor keberhasilan bisnis.

Selanjutnya terdapat kekurangan sumber daya manusia yang berkualitas. Dua faktor penting menentukan daya saing UMKM, terutama di era perdagangan bebas. Yang pertama adalah faktor *internal* yang menguntungkan UMKM. Faktor kedua adalah faktor *eksternal* yang mendukung UMKM. Hal ini berkaitan dengan kebijakan pemerintah, hukum, infrastruktur, tingkat pendidikan publik, kondisi ekonomi, sosial, kemasyarakatan, dan perubahan ekonomi global (Sulaeman dalam Suhariyanto, 2017). Selain itu, peningkatan produksi, penjualan, keuntungan, dan pertumbuhan perusahaan adalah tanda keberhasilan (Arlianto dalam Merdekawati, 2020).

Selain itu pendapat dari Saputri et al (2023), UMKM dapat meningkatkan penjualan dengan menggunakan *marketplace*, yang dapat mengakses ke berbagai layanan, seperti logistik dan pemrosesan pembayaran, mempercepat operasi dan

menurunkan biaya, mengetahui pendapatan dan keberhasilan usaha. Pendapat ini didukung oleh Sulistyorini et al (2019), Seorang pedagang retail batik yang sudah melakukan *e-commerce* pada *website* bisnis pribadinya merasakan adanya peningkatan penjualan setelah menerapkan *e-commerce*. Kemudian penelitian yang dilakukan oleh Utami (2018), meningkatnya keberhasilan usaha dapat diidentifikasi dari lamanya suatu usaha beroperasi.

Selanjutnya pendapat dari Hairudinor, et al (2019), Faktor keberhasilan UMKM termasuk pemanfaatan teknologi dan merek, kemitraan atau jaringan, dan sebagainya. Selain itu, tenaga kerja memengaruhi pendapatan karena dapat menentukan besaran produksi perusahaan, sehingga meningkatkan keberhasilan perusahaan (Sholatia et al., 2021).

Dalam kondisi persaingan yang ketat, perusahaan akan menghadapi berbagai tantangan yang berpotensi mempengaruhi profitabilitas dan pendapatan usaha. Persaingan ini dapat berasal dari berbagai faktor, seperti meningkatnya jumlah kompetitor, perubahan preferensi konsumen, dan perkembangan teknologi. Dalam lingkungan yang dinamis ini, Para pengusaha terus didorong untuk beradaptasi dan berinovasi agar dapat bertahan dan tetap kompetitif. Oleh karena itu, pengusaha tidak hanya diharapkan untuk mempertahankan mutu produk dan layanan, tetapi juga harus terus mencari cara untuk mengoptimalkan proses produksi, meminimalisir biaya, dan mempertahankan efisiensi. Unsur produksi atau hasil yang dihasilkan oleh perusahaan sangat penting. UMKM yang mampu membuat produk yang inovatif dan kreatif memiliki peluang lebih besar untuk bersaing di pasar. Inovasi tidak sekedar terbatas pada pengembangan produk baru, namun juga mencakup perbaikan proses produksi, pencarian metode pemasaran yang lebih efektif, dan peningkatan layanan pelanggan. Dengan terus berinovasi, UMKM dapat membedakan diri dari pesaing, mendatangkan nilai tambah yang unik kepada konsumen, dan menjangkau pangsa pasar yang lebih besar.

Pentingnya inovasi selaku kunci keberhasilan UMKM juga ditegaskan oleh Lestari (2015) yang menyatakan bahwa inovasi adalah jiwa dan roh dari sebuah perusahaan. Pernyataan ini menekankan bahwa tanpa inovasi, sebuah

bisnis akan sulit berkembang dan mencapai kesuksesan jangka panjang. Inovasi memungkinkan perusahaan untuk menyesuaikan diri dengan perubahan pasar, mengeksplorasi peluang baru, dan mempertahankan relevansi di tengah persaingan yang terus berubah. Dengan kata lain, inovasi bukanlah opsi, melainkan suatu keharusan bagi setiap bisnis yang ingin bertahan dan berkembang di era *modern* ini.

Berdasarkan pembahasan diatas, untuk mencapai keberhasilan usaha para pelaku usaha perlu mempunyai strategi. Begitupun usaha yang dikelola dengan memperhatikan dan mengikuti perkembangan dunia usaha tentunya harus dimiliki bagi setiap pelaku usaha khususnya industri yang berbasis ekonomi kreatif.

Oleh karenanya peneliti tertarik untuk mengangkat judul “**Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keberhasilan Usaha Kecil Mikro dan Menengah (UMKM) Berbasis Ekonomi Kreatif di Kota Jambi (Studi Kasus Pada Usaha *Fashion Batik*)**”.

1.2 Rumusan Masalah

Dengan memperhatikan latar belakang yang telah diungkapkan maka rumusan masalah pada penelitian ini yaitu :

1. Bagaimana karakteristik sosial dan ekonomi Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) batik di Kota Jambi?
2. Bagaimana pengaruh jumlah media penjualan *online*, lama usaha, jumlah kemitraan, jumlah tenaga kerja dan inovasi terhadap keberhasilan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) berbasis ekonomi kreatif di Kota Jambi?

1.3 Tujuan Penelitian

Menurut perumusan masalah, tujuan yang ingin diraih pada penelitian ini yaitu :

1. Mengetahuidan menganalisis karakteristik sosial dan ekonomi Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) *fashion batik* di Kota Jambi.

2. Mengetahui dan menganalisis pengaruh jumlah media penjualan *online*, lama usaha, jumlah kemitraan, jumlah tenaga kerja dan inovasi terhadap keberhasilan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) berbasis ekonomi kreatif di Kota Jambi.

1.4 Manfaat Penelitian

Dengan melaksanakan penelitian ini, harapannya dapat bermanfaat bagi pihak-pihak terkait diantaranya :

1. Manfaat Teoritis

Menjadi sumber studi berikutnya sehubungan dengan faktor yang mempengaruhi keberhasilan usaha.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini harapannya mampu bermanfaat bagi para pelaku UMKM sebagai bahan evaluasi dalam meningkatkan produktivitas usaha, merencanakan strategi bisnis dengan memperhatikan peluang ataupun potensi dan memperhatikan perkembangan zaman yang semakin maju agar dapat bertransformasi di era digital, sehingga tidak mengalami ketertinggalan dalam pengembangan bisnis. Serta dapat menjadi pertimbangan bagi para calon pengusaha untuk mempertimbangkan faktor keberhasilan usaha.