

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Ekonomi global saat ini sedang mengalami pemulihan yang kompleks pasca pandemi Covid-19, ditandai dengan ketidakpastian pasar, gangguan rantai pasok, dan inflasi yang meningkat di berbagai negara, serta perubahan pola konsumsi masyarakat yang memengaruhi perkembangan sektor usaha, terutama bagi pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (Sudiro, 2024). UMKM merupakan sektor yang mendominasi struktur ekonomi Indonesia karena jumlahnya mencapai 99% dari keseluruhan unit usaha (KADIN Indonesia, 2025). UMKM memiliki peran yang sangat besar untuk pertumbuhan perekonomian Indonesia karena mampu meningkatkan kesejahteraan masyarakat, menciptakan lapangan kerja, memperkuat ekonomi lokal, serta berkontribusi terhadap PDB dan investasi nasional. Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UKM, jumlah UMKM saat ini mencapai 64,2 juta dengan kontribusi terhadap PDB sebesar 61,07% yaitu senilai dengan 8.573,89 triliun rupiah dengan melibatkan 97% tenaga kerja nasional. Sektor UMKM juga berkontribusi terhadap ekspor non-migas sebesar 14,37% (Yolanda dan Hasanah, 2024).

Peran UMKM memiliki andil yang besar dalam perekonomian Indonesia. Namun, UMKM masih menghadapi berbagai macam tantangan baik dari internal maupun eksternal yang mampu menghambat pertumbuhan dan pengembangan. Tantangan dalam faktor internal meliputi keterbatasan modal, sumber daya manusia, dan akses terhadap teknologi. Sedangkan faktor eksternal terdiri dari iklim usaha yang kurang kondusif, infrastruktur yang kurang memadai, dan pengembangan teknologi (Delfira *et al.*, 2025). Berdasarkan survei Bank Indonesia

(2022), pada *MSME Empowerment Report* UMKM kesulitan mendapatkan modal karena sebanyak 69,5% UMKM belum menerima pinjaman dan menurut survei *Pricewaterhouse Coopers* sebanyak 74% UMKM Indonesia masih banyak yang belum memiliki aksesibilitas pembiayaan. Tantangan lain yang dialami oleh UMKM berdasarkan survei *DSInnovate* (2022), pada 1.500 UMKM menunjukkan kendala pemasaran produk sebesar 70,2%, akses permodalan 51,2%, dan persediaan bahan baku sebanyak 46,3%, serta adopsi digital sebanyak 30,9% (Hasibuan dan Marliyah, 2024).

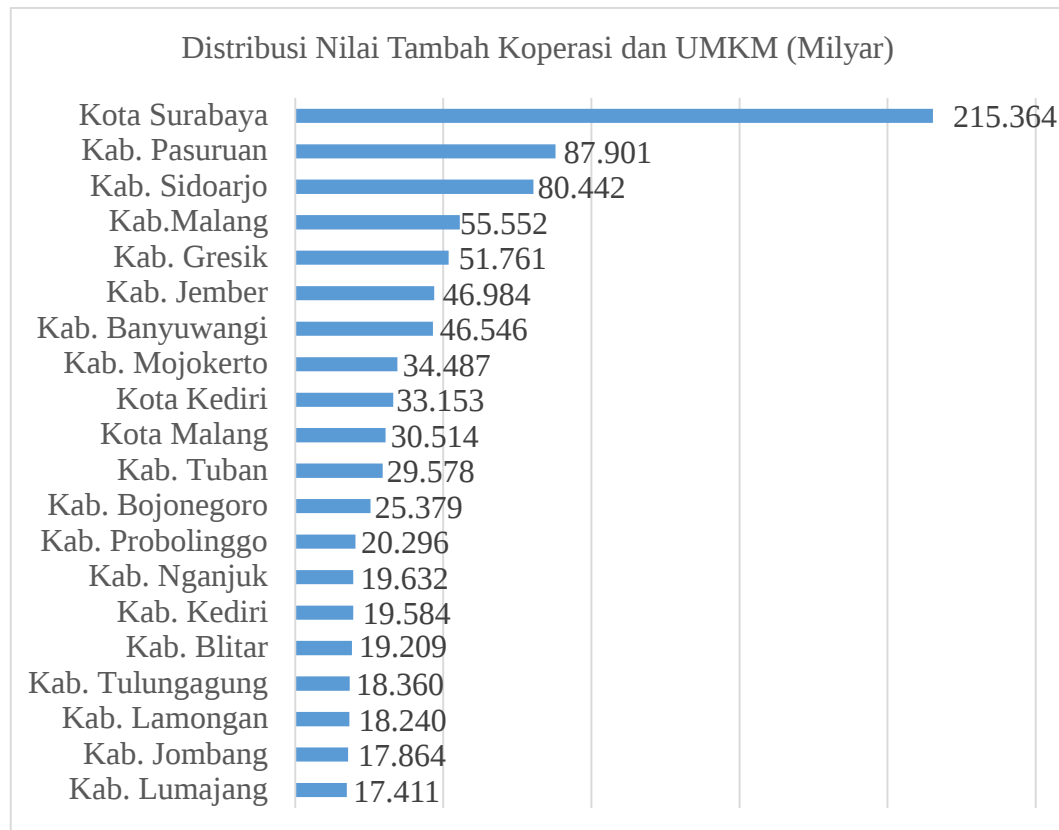
Tantangan yang terjadi pada UMKM tersebut mengakibatkan UMKM kesulitan untuk bersaing di pasar global maupun lokal. Oleh karena itu, diperlukan strategi yang tepat untuk meningkatkan skala usaha dan keberlanjutan usahanya. Salah satu strategi yang tepat adalah pemberdayaan masyarakat seperti pemberdayaan UMKM. Menurut Setyawan *et al.* (2025), pemberdayaan masyarakat adalah proses meningkatkan kapasitas individu dan kelompok dalam masyarakat untuk mengontrol kehidupan dengan menggunakan sumber daya lokal secara optimal sehingga dapat mencapai kemandirian dan meningkatkan kesejahteraan ekonomi. Pemberdayaan UMKM bertujuan agar pelaku usaha memiliki pengetahuan, keterampilan, dan kepercayaan diri dalam mengelola usahanya.

Pemberdayaan UMKM mendapat dukungan penuh dari pemerintah sesuai dengan Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 2021 tentang kemudahan, perlindungan, dan pemberdayaan koperasi dan usaha mikro, kecil, dan menengah. Pemerintah mendorong pemberdayaan UMKM melalui program pelatihan, pendampingan, dan akses permodalan agar masyarakat mampu mengelola potensi lokal secara mandiri tanpa bergantung pada bantuan eksternal.

Sejalan dengan kebijakan pemberdayaan tersebut, Provinsi Jawa Timur menjadi salah satu provinsi di Indonesia yang telah mendukung dan melaksanakan pemberdayaan UMKM untuk mengembangkan dan meningkatkan daya saing UMKM. Hal ini dibuktikan dengan adanya pelatihan bagi pelaku usaha mengenai percepatan penerbitan NIB, program *MillenialJob Center*, *Communal Branding*, percepatan sertifikasi halal, kredit murah Prokesra, dan adanya event pameran yang melibatkan partisipasi UMKM (Dinas Kominfo Jawa Timur, 2024).

Pengembangan UMKM Jawa Timur berhasil memperoleh penghargaan kontribusi ekonomi yang luar biasa dalam ajang *Elshinta Award* 2025. Penghargaan tersebut merupakan apresiasi atas konsistensi dan kepedulian tinggi dalam meningkatkan ekonomi kerakyatan, khususnya terhadap kemajuan dan perkembangan perekonomian UMKM di Jawa Timur (Susyanti dan Pardiman, 2022). Berdasarkan data Dinas Koperasi dan Usaha Kecil Menengah Jawa Timur jumlah UMKM Jawa Timur tahun 2022 sebanyak 1.153.567 unit sehingga menempati peringkat ketiga terbanyak, setelah Jawa Barat dan Jawa Tengah (Yolanda dan Hasanah, 2024).

Berdasarkan data Dinas Koperasi dan UKM Jawa Timur (2025), jumlah UMKM di Jawa Timur terus mengalami peningkatan hingga pada Oktober 2025 jumlah UMKM mencapai 9,78 juta. Namun, menurut data Dinas Koperasi dan UMKM Jawa Timur (2025), pertumbuhan UMKM di Jawa Timur tidak merata di semua wilayah. Hal ini dikarenakan pada beberapa daerah seperti Kota Surabaya, Kabupaten Pasuruan, dan Sidoarjo menunjukkan kinerja UMKM yang relatif lebih aktif dibandingkan dengan daerah lainnya sehingga mampu menghasilkan kontribusi ekonomi yang lebih tinggi.



Gambar 1. 1 Distribusi Nilai Tambah Koperasi dan UMKM di 20 Kabupaten/Kota
Sumber: (Dinas Koperasi dan UMKM Jawa Timur, 2025)

Berdasarkan Gambar 1.1 di atas, menunjukkan pertumbuhan UMKM kabupaten Jombang masuk kedalam 20 besar dari 38 Kabupaten/Kota di Jawa Timur. Berkaitan dengan Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 2021 tentang kemudahan, perlindungan, dan pemberdayaan koperasi dan usaha mikro, kecil, dan menengah pada pasal 93 dan 98 yang menjelaskan bahwa kebijakan pemberdayaan UMKM ditetapkan dan dijalankan oleh pemerintah pusat dan daerah, serta dikordinasikan pada lingkup daerah. Hal ini termasuk salah satu upaya pemerintah agar pengembangan UMKM di daerah dapat meningkat secara rata. Sejalan dengan hal ini, Kabupaten Jombang merupakan salah satu kabupaten di Jawa Timur yang mendukung dan melaksanakan program pemberdayaan UMKM sebagai upaya pengembangan dan keberlanjutan UMKM.

Perkembangan UMKM di Kabupaten Jombang menunjukkan tren positif yang tercermin dari meningkatnya jumlah unit usaha. Perubahan jumlah tersebut menjadi gambaran nyata mengenai dinamika pertumbuhan sektor usaha kecil dan menengah di daerah. Perubahan jumlah UMKM juga menunjukkan bahwa aktivitas ekonomi masyarakat terus berkembang dari tahun ke tahun.

Tabel 1. 1 Perkembangan Data UMKM Kabupaten Jombang Tahun 2021-2024

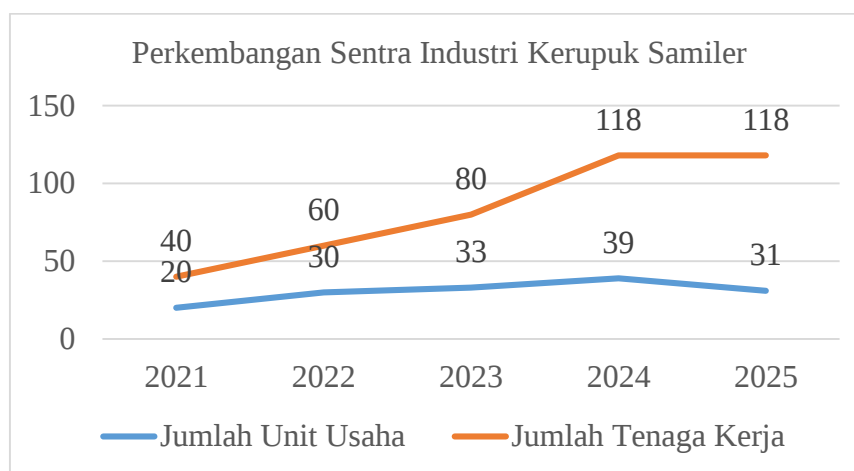
Tahun	Jumlah (UMKM)
2021	6.375
2022	9.061
2023	13.128
2024	46.543

Sumber: (Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Jombang, 2024)

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa UMKM di Jombang mengalami peningkatan kuantitas tiap tahunnya. Kenaikan jumlah UMKM menunjukkan terjadinya peningkatan aktivitas ekonomi yang dilakukan oleh pelaku usaha. Menurut Mas'Adah dan Kholidi (2023), salah satu UMKM yang berkembang pesat di Jombang adalah industri kuliner. Hal ini terbukti dengan banyaknya usaha baru yang muncul di bidang kuliner mulai dari pedagang kaki lima, rumah makan, maupun restoran. Industri kuliner di kabupaten Jombang yang mengalami produktivitas tinggi, salah satunya adalah produsen kerupuk dengan jumlah unit usaha sebanyak 179 dan mampu menyerap 594 tenaga kerja (Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Jombang, 2022).

Banyaknya produsen kerupuk di Jombang ini diklasifikasikan berdasarkan karakteristik jenis kerupuknya. Menurut Zahroh (2025), industri kerupuk di Jombang dikategorikan menjadi empat jenis yaitu, kampung kerupuk upil, sentra kerupuk gadung, kampung kerupuk malaysia, dan sentra industri kerupuk samiler. Salah satu industri kuliner kerupuk di Kabupaten Jombang yang masih eksis hingga

saat ini adalah sentra industri kerupuk samiler yang berpusat di Desa Kayangan. Sentra ini memiliki posisi strategis sebagai produk olahan berbasis komoditas lokal yang menjadi bagian dari struktur ekonomi masyarakat setempat. Namun, jumlah pelaku usaha di sentra tersebut mengalami penurunan, yang menunjukkan bahwa tidak seluruh pelaku usaha mampu beradaptasi terhadap berbagai tantangan yang dihadapi dalam menjalankan usahanya.



Gambar 1. 2 Perkembangan Jumlah Sentra Industri Kerupuk Samiler
Sumber: (Koperasi Produsen Kerupuk Samiler Desa Kayangan, 2025)

Gambar 1.2 di atas, menjelaskan dinamika usaha kerupuk samiler pada tahun 2021 hingga 2025. Jumlah unit usaha pada tahun 2021 sebanyak 20 unit usaha hingga tahun 2024 berjumlah 39 unit usaha. Namun, pada tahun 2025 mengalami penurunan menjadi 31 unit usaha. Hal ini dikarenakan terdapat 8 pelaku usaha kerupuk samiler yang sudah tidak aktif memproduksi. Jumlah tenaga kerja dalam sentra industri juga tercatat meningkat pada tahun 2021 hingga 2023. Namun, mengalami stagnasi karena pada tahun 2024 dan 2025 jumlah tenaga kerja tetap 118 orang. Fenomena ini menunjukkan bahwa pertumbuhan usaha belum stabil dan cenderung mengalami perlambatan.

Penurunan jumlah unit usaha dan stagnasi tenaga kerja mengindikasikan rendahnya motivasi berwirausaha pelaku usaha untuk menjalankan dan mengembangkan skala usahanya (Priyanto *et al.*, 2026). Menurunnya jumlah usaha kerupuk samiler juga mencerminkan bahwa pelaku usaha kerupuk samiler tidak memiliki kemampuan pengelolaan usaha yang sama. Ketidakmampuan untuk mempertahankan usaha menunjukkan rendahnya pengambilan keputusan usaha, pengelolaan sumber daya, dan upaya untuk menyelesaikan masalah yang muncul dalam usahanya. Kondisi ini menunjukkan tingkat kemandirian usaha belum optimal. Kemandirian usaha pada dasarnya tidak hanya berkaitan dengan kemampuan memproduksi, tetapi juga mencakup kapasitas dalam mengelola seluruh aspek usaha, termasuk strategi pemasaran.

Sentra industri kerupuk samiler Desa Kayangan Kabupaten Jombang memiliki wadah kelembagaan resmi berupa koperasi produsen samiler yang dibentuk untuk mendukung keberlanjutan dan pengembangan UMKM para anggotanya. Peran koperasi tersebut adalah memberikan layanan berupa dukungan fasilitas peminjaman modal usaha secara bergulir kepada produsen keupuk samiler, pelatihan peningkatan kapasitas sumber daya manusia, dan memberikan dukungan beberapa sarana produksi utama dan pendukung. Koperasi ini juga membantu hubungan pihak eksternal seperti dari dinas atau instansi terkait dalam memberikan program pemberdayaan seperti bantuan dan pembinaan kepada pelaku usaha samiler. Berdasarkan data Koperasi Produsen Samiler Kayangan (2024), bentuk pemberdayaan yang diterima pelaku UMKM di Sentra Industri Kerupuk Samiler Desa Kayangan adalah fasilitasi sarana produksi kerupuk samiler, penyuluhan keamanan pangan dan sertifikasi P-IRT, bantuan stimulant pemulihan ekonomi

pasca *covid-19*, fasilitasi sertifikasi halal, pelatihan diversifikasi produk, fasilitasi sertifikat merek, dan pelatihan peningkatan mutu produk. Meskipun sering memperoleh pemberdayaan yang memadai dari instansi pemerintahan, kondisi tersebut belum sepenuhnya diikuti oleh terbentuknya kemandirian usaha, karena sebagian pelaku usaha masih cenderung bergantung pada keberlanjutan bantuan.

Secara normatif, keberadaan koperasi juga dirancang untuk membantu memperkuat daya saing dan akses pasar pelaku usaha. Namun, faktanya dalam lapangan pola pemasaran masih bersifat individual dan tradisional sehingga peran strategis koperasi dalam mendorong transformasi pemasaran belum berjalan secara optimal. Berdasarkan data Koperasi Produsen Samiler Kayangan (2024), pemasaran yang dilakukan oleh produsen atau pelaku usaha kerupuk samiler di Sentra Industri ini masih menerapkan cara konvensional dengan cara membuka toko pada masing-masing rumah produksi dan dijual pada tengkulak. Sejalan dengan penelitian Silviana (2024), menjelaskan bahwa pemasaran di sentra industri kerupuk samiler Desa Kayangan ini dilakukan di rumah, dititipkan ke warung atau pasar. Relasi penjualan dan konsumen kerupuk samiler sebagian besar berasal dari keluarga, saudara, teman, dan orang – orang yang mengetahui keberadaan *home industri* samiler di Desa Kayangan. Pola pemasaran pemasaran tersebut menunjukkan bahwa akses pasar masih bersifat pasif dan belum didukung oleh perencanaan yang sistematis.

Kondisi tersebut menunjukkan bahwa pelaku usaha belum sepenuhnya mandiri dalam mengelola pemasaran produknya karena belum mampu mengembangkan strategi pemasaran yang lebih adaptif terhadap perkembangan pasar sehingga potensi pasar yang lebih luas belum terlaksana secara optimal, jika pelaku usaha

mampu memanfaatkan strategi pemasaran modern, seperti promosi digital dan *marketplace*, maka peluang peningkatan penjualan diperkirakan akan jauh lebih besar. Hal ini menunjukkan jika pemasaran yang dilakukan masih belum maksimal dan perlu adanya pengembangan. Kondisi ini semakin penting untuk diterapkan mengingat banyaknya jumlah pelaku usaha kerupuk samiler.

Banyaknya jumlah produsen kerupuk samiler mendorong terjadinya persaingan yang ketat di sentra industri kerupuk samiler, sehingga menuntut setiap pelaku usaha untuk memiliki strategi tertentu yang harus diterapkan pada usahanya, agar mampu berkembang dan bertahan dalam jangka panjang. Menurut Nisak dan Nurhayati (2025), penerapan strategi dapat dilaksanakan secara optimal apabila pelaku usaha memiliki tingkat kemandirian yang tinggi dalam mengelola usaha. Tingginya kemandirian mendorong pelaku usaha untuk mengambil keputusan secara bijak dan responsif tanpa mengandalkan bantuan pihak lain, tetapi tetap mampu menyesuaikan strategi pemasaran, meningkatkan kualitas produk, dan memanfaatkan peluang usaha yang ada, sehingga strategi yang dirancang dapat diimplementasikan secara nyata dan berkelanjutan. Hal ini menuntut setiap pelaku usaha untuk mandiri dalam menjalankan usahanya.

Motivasi berwirausaha menjadi faktor internal yang sangat penting dalam mendorong pelaku usaha untuk terus mengembangkan usahanya secara mandiri meskipun menghadapi berbagai hambatan. Penelitian Sulasmi dan Handayani (2024), menegaskan bahwa motivasi berwirausaha memiliki dampak yang signifikan dalam meningkatkan kemandirian usaha. Hal ini dikarenakan motivasi berwirausaha dapat memicu seseorang untuk melaksanakan kegiatan usahanya dengan tujuan tercapainya usaha yang diinginkan (Natasha *et al.*, 2021). Namun,

kajian tersebut berfokus pada pengaruh langsung motivasi terhadap kemandirian usaha tanpa mempertimbangkan faktor eksternal yang dapat mempengaruhi hubungan motivasi berwirausaha seseorang menuju kemandirian usaha. Keterbatasan ini menunjukkan celah konseptual terkait peran faktor eksternal yang mampu memperkuat atau memperlemah motivasi menuju kemandirian usaha. Salah satu faktor eksternal yang mampu mempengaruhi kekuatan hubungan motivasi dengan kemandirian adalah pemberdayaan masyarakat.

Pemberdayaan memainkan peran positif dalam kewirausahaan yang berfokus pada kemampuan individu. Pemberdayaan membekali pelaku usaha keterampilan, pengetahuan, dan sikap percaya diri yang menjadi fondasi dalam mengelola usaha secara mandiri (Wood *et al.*, 2021). Akibatnya pemberdayaan masyarakat berperan untuk memperkuat motivasi berwirausaha dalam menuju kemandirian usaha. Pelaku usaha yang memiliki motivasi tinggi akan mampu mengoptimalkan potensinya ketika mendapatkan dukungan melalui pemberdayaan, sehingga lebih siap dalam menghadapi tantangan dan membuat keputusan secara mandiri untuk meningkatkan peluang usahanya. Hal ini menunjukkan bahwa pemberdayaan masyarakat berperan sebagai faktor yang memperkuat pengaruh motivasi terhadap kemandirian usaha.

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, penting untuk menganalisis pengaruh motivasi berwirausaha terhadap kemandirian usaha di sentra industri Desa Kayangan Kabupaten Jombang yang dimoderasi oleh pemberdayaan masyarakat. Peneliti juga ingin menganalisis tingkat kemandirian pelaku usaha di Sentra Industri Kerupuk Samiler. Penelitian ini menjadi relevan untuk memberikan masukan kepada pemerintah daerah, lembaga pemberdayaan, dan pengelola sentra

industri dalam merancang program penguatan usaha yang lebih tepat sasaran supaya tidak hanya berhenti pada bantuan program semata, tetapi juga mampu mendorong pelaku usaha untuk lebih mandiri dalam mengembangkan usahanya.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, adapun rumusan masalah pada penelitian ini adalah:

1. Bagaimana tingkat kemandirian pelaku usaha di Sentra Industri Kerupuk Samiler Desa Kayangan Kabupaten Jombang?
2. Apakah motivasi berwirausaha berpengaruh terhadap kemandirian UMKM di Sentra Industri Kerupuk Samiler Desa Kayangan Kabupaten Jombang?
3. Apakah pemberdayaan masyarakat dapat memoderasi pengaruh motivasi berwirausaha terhadap kemandirian UMKM di Sentra Industri Kerupuk Samiler Desa Kayangan Kabupaten Jombang?

1.3 Tujuan

Berdasarkan permasalahan yang telah dirumuskan, maka tujuan dari penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Menganalisis tingkat kemandirian pelaku usaha di Sentra Industri Kerupuk Samiler Desa Kayangan Kabupaten Jombang.
2. Menganalisis pengaruh motivasi berwirausaha terhadap kemandirian UMKM di Sentra Industri Kerupuk Samiler Desa Kayangan Kabupaten Jombang
3. Menganalisis peran pemberdayaan masyarakat sebagai moderasi pengaruh motivasi berwirausaha terhadap kemandirian UMKM di Sentra Industri Kerupuk Samiler Desa Kayangan Kabupaten Jombang

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah dan tujuan di atas, manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Mahasiswa

Memberikan wawasan dan pemahaman bagi peneliti mengenai pengaruh motivasi berwirausaha terhadap kemandirian UMKM serta peran pemberdayaan masyarakat sebagai variabel moderasi yang memperkuat hubungan tersebut.

2. Bagi Perguruan Tinggi

Menambah wawasan dan ilmu pengetahuan, khususnya dalam kemandirian usaha di era modern yang dipengaruhi oleh motivasi berwirausaha dan pemberdayaan. Penelitian ini juga bisa menjadi bahan bacaan di perpustakaan Universitas sehingga dapat memberikan referensi dan ilmu pengetahuan bagi mahasiswa lain.

3. Bagi Pemerintah

Penelitian ini memberikan informasi sebagai bahan evaluasi dan rekomendasi bagi pemerintah daerah, lembaga pendamping, dan pihak terkait lainnya dalam merancang program pemberdayaan yang lebih efektif dan sesuai dengan kebutuhan pelaku usaha lokal agar bisa mandiri mengelola usahanya.