

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Usaha mikro, kecil, dan menengah atau UMKM memiliki beberapa keunggulan dibandingkan perusahaan besar. Salah satunya termasuk inovasi, peluang kerja, dan fleksibilitas. Namun, bisnis ini mungkin menghadapi kendala keuangan, pemasaran, produksi, penelitian, dan pengembangan karena ukuran sumber daya dan fitur strukturalnya yang rendah. Peran Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) terbukti sangat signifikan dalam mendorong pertumbuhan ekonomi di Indonesia dan bagi para pelaku usaha di sektor tersebut (Raja et al., 2023).

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki kontribusi penting terhadap ekonomi lokal, nasional, dan global, serta berperan besar dalam menciptakan lapangan kerja dan pendapatan (Asgary et al., 2020). UMKM menjadi faktor utama dalam pengembangan ekonomi di tengah persaingan bisnis yang sangat ketat saat ini (Allameh & Khalilakbar, 2018). Lebih khusus lagi, UMKM berperan penting dalam mendukung ekonomi global melalui peningkatan kemampuan pengembangan teknologi, penyebaran inovasi, dan mobilisasi modal (Rizan & Utama, 2020). Kelebihan lain dari UMKM adalah kemudahannya untuk didirikan dan struktur administratif yang sederhana, karena hanya memerlukan modal yang relatif kecil (Sawaeen et al., 2021). Menurut Hasan & Size (2022), salah satu bidang UMKM yang sering digeluti oleh masyarakat adalah sektor kuliner, karena risiko dan biaya operasional yang lebih rendah.

Seiring perannya yang signifikan, UMKM di Indonesia memiliki kriteria yang ditetapkan berdasarkan batasan kekayaan bersih (aset) dan hasil penjualan tahunan (omzet). Usaha Mikro adalah usaha yang memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp1.000.000.000, tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, serta memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp2.000.000.000. Usaha Kecil memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp1.000.000.000 hingga Rp5.000.000.000, tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, dengan

hasil penjualan tahunan lebih dari Rp2.000.000.000 hingga Rp15.000.000.000. Sementara itu, Usaha Menengah didefinisikan sebagai usaha dengan kekayaan bersih lebih dari Rp5.000.000.000 hingga Rp10.000.000.000, tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, serta hasil penjualan tahunan lebih dari Rp15.000.000.000 hingga Rp50.000.000.000 (PP No. 7 Tahun 2021).

Selain itu, UMKM juga dapat diklasifikasikan berdasarkan jumlah karyawan yang dimiliki. Menurut Badan Pusat Statistik (BPS), Usaha Mikro memiliki jumlah karyawan kurang dari 4 orang, Usaha Kecil memiliki karyawan antara 5 hingga 19 orang, dan Usaha Menengah memiliki jumlah karyawan antara 20 hingga 99 orang (BPS, 2021). Kriteria ini memberikan panduan yang lebih jelas dalam mendefinisikan skala usaha, sehingga memudahkan dalam penyusunan kebijakan dan pemberdayaan UMKM di Indonesia.

Selain di Indonesia, berbagai negara lain juga memiliki usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) yang lebih dikenal dengan istilah Small and Medium Enterprises (SMEs). UMKM memainkan peran yang signifikan sebagai tulang punggung perekonomian di setiap negara, dengan memberikan kontribusi yang signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi, penciptaan lapangan kerja, dan mengurangi kemiskinan. Meskipun skala usahanya kecil, UMKM menjadi pendorong pertumbuhan dan sumber utama inovasi serta fleksibilitas di berbagai perekonomian, baik di negara maju maupun berkembang (Ng & Kee, 2018).

Klasifikasi serupa juga ditemukan di berbagai negara di dunia, meskipun istilah serta pengertian yang digunakan dan batasan skala usaha dapat berbeda. Di negara-negara berkembang, UMKM sering kali menjadi motor penggerak utama inovasi dan fleksibilitas dalam perekonomian. Sebagai contoh, di Afrika, UMKM di Afrika telah berperan penting dalam penyediaan lapangan kerja dan pendapatan bagi masyarakat local mereka, sehingga menjadi komponen krusial dalam struktur ekonomi kawasan tersebut. Berdasarkan data dari World Bank (2022), UMKM di Afrika berkontribusi sekitar 30% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) negara-negara di kawasan tersebut. Selain berkontribusi pada PDB, UMKM di Afrika juga menyerap sekitar 80% dari total angkatan kerja (World Bank, 2022).

Di kawasan Asia Tenggara, UMKM juga berperan penting dalam menggerakkan roda perekonomian dan menjadi pilar yang krusial bagi stabilitas serta pertumbuhan ekonomi regional. Sebagai contoh, di Filipina, UMKM memberikan kontribusi signifikan dengan menyumbang sekitar 60% terhadap total Produk Domestik Bruto (PDB) dan menyerap sekitar 70% dari total angkatan kerja (Philippine Statistics Authority, 2023). Hal ini menunjukkan bahwa UMKM di negara-negara Asia Tenggara, termasuk di luar Indonesia, tidak hanya berfungsi sebagai penyedia lapangan pekerjaan bagi masyarakat lokal, tetapi juga sebagai penggerak utama yang mendorong pertumbuhan ekonomi nasional, meningkatkan pendapatan per kapita, dan mengurangi ketimpangan ekonomi.

Sebagaimana telah disebutkan sebelumnya, UMKM di berbagai negara berfungsi sebagai pilar utama perekonomian, termasuk di Indonesia. Di dalam negeri, UMKM tidak hanya berkontribusi besar terhadap Produk Domestik Bruto (PDB), tetapi juga berperan penting dalam menciptakan lapangan kerja dan mengurangi kemiskinan. Berdasarkan data dari Kementerian Koperasi dan UKM, jumlah UMKM di Indonesia mengalami pertumbuhan yang signifikan dari tahun 2015 hingga 2024. Pada tahun 2023, tercatat ada sekitar 66 juta pelaku UMKM yang berkontribusi sebesar 61% terhadap PDB Indonesia, atau sekitar Rp9.580 triliun. Selain itu, UMKM ini juga berhasil menyerap sekitar 117 juta tenaga kerja, yang mencakup 97% dari total angkatan kerja (KADIN INDONESIA, 2023). Angka-angka ini menunjukkan bahwa UMKM tidak hanya berfungsi sebagai penyedia lapangan kerja, tetapi juga sebagai penggerak utama pertumbuhan ekonomi nasional.

UMKM di Indonesia berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (BPS) Tahun 2020-2022 menunjukkan hasil bahwa UMKM yang ada di Indonesia ini ada yang mengalami peningkatan dan ada juga yang mengalami penurunan. Berdasarkan data yang ditampilkan dalam Tabel 1.1, pertumbuhan UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) di Indonesia dari tahun 2015 hingga 2023 menunjukkan tren yang tidak konsisten. Pada periode 2015 hingga 2019, UMKM mengalami pertumbuhan positif, meskipun laju pertumbuhannya terus menurun setiap

tahunnya dari 4,03% pada tahun 2016 menjadi 1,98% pada tahun 2019. Penurunan signifikan terjadi pada tahun 2020 dengan pertumbuhan negatif sebesar 2,24%.

Tabel 1.1 Data Jumlah Industri Mikro dan Kecil Berdasarkan Provinsi

DATA UMKM 2018-2023									
Tahun	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Jumlah UMKM (Juta)	59,26	61,65	62,92	64,19	65,47	64	65,46	65	66
Pertumbuhan (%)		4,03%	2,06%	2,02%	1,98%	-2,24%	2,28%	-0,70%	1,52%

Sumber : KADIN Indonesia (2023)

Perubahan ini dapat disebabkan oleh berbagai faktor, termasuk kondisi ekonomi, dampak pandemi COVID-19, dan kebijakan pemerintah yang diterapkan pada periode tersebut. Tahun 2021 mencatat pemulihan dengan pertumbuhan sebesar 2,28%, namun kembali mengalami penurunan pada tahun 2022 dengan angka -0,70% dan sedikit meningkat pada tahun 2023 dengan pertumbuhan 1,52%. Hal ini menunjukkan bahwa pertumbuhan UMKM di Indonesia tidak selalu meningkat setiap tahun dan sangat dipengaruhi oleh kondisi eksternal seperti krisis ekonomi.

Meskipun pertumbuhan UMKM di Indonesia menunjukkan tren yang fluktuatif akibat pengaruh kondisi eksternal, strategi internal seperti kepemimpinan kewirausahaan dan edukasi yang tepat tetap berperan penting dalam mendukung peningkatan kinerja dan penjualan UMKM. Studi yang diterbitkan oleh Cruz et al. (2009) menunjukkan bahwa edukasi kewirausahaan memainkan peran penting dalam meningkatkan kinerja bisnis, terutama melalui pengembangan kreativitas dan inovasi di perusahaan.

Penelitian lain oleh Kanaan-Jebna et al. (2022) juga mendukung temuan ini, dengan menyatakan bahwa pendidikan kewirausahaan dapat menjadi indikator yang baik untuk kinerja bisnis, termasuk dalam hal pengembangan produk dan strategi. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa dengan pendidikan kewirausahaan yang menekankan pada pengembangan kepemimpinan dan keterampilan dapat memberikan dampak besar pada pertumbuhan dan keberlangsungan usaha, terutama memperkuat daya saing UMKM di Indonesia.

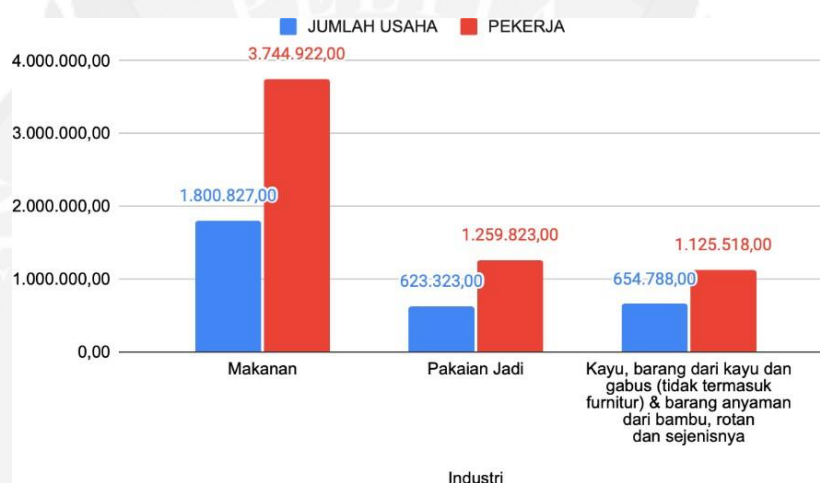
Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik, jumlah UMKM juga dibedakan berdasarkan jenis usahanya. Menurut data dari Badan Pusat Statistik, UMKM di Indonesia mencakup berbagai industri dengan total 23 jenis usaha. Jenis-jenis UMKM yang memiliki pengaruh besar akan ditampilkan pada Tabel 1.2.

Tabel 1.2 Macam-macam Jenis Industri UMKM

NO	GOLONGAN	JENIS USAHA
1	KBLI 10	INDUSTRI MAKANAN
2	KBLI 11	INDUSTRI MINUMAN
3	KBLI 12	INDUSTRI PENGOLAHAN TEMBAKAU
4	KBLI 13	INDUSTRI TEKSTIL
5	KBLI 14	INDUSTRI PAKAIAN JADI
6	KBLI 15	INDUSTRI KULIT
7	KBLI 16	INDUSTRI KAYU
8	KBLI 17	INDUSTRI KERTAS DAN BARANG DARI KERTAS
9	KBLI 18	INDUSTRI PERCETAKAN DAN REPRODUKSI MEDIA REKAMAN
10	KBLI 20	INDUSTRI BAHAN KIMIA DAN BARANG DARI BAHAN KIMIA
11	KBLI 21	INDUSTRI FARMASI
12	KBLI 22	INDUSTRI KARET
13	KBLI 23	INDUSTRI GALIAN BUKAN LOGAM
14	KBLI 24	INDUSTRI LOGAM DASAR
15	KBLI 25	INDUSTRI BARANG LOGAM BUKAN MESIN DAN PERALATAN
16	KBLI 26	INDUSTRI KOMPUTER, BARANG ELEKTRONIK DAN OPTIK
17	KBLI 27	INDUSTRI PERALATAN LISTRIK
18	KBLI 28	INDUSTRI MESIN DAN PERLENGKAPAN
19	KBLI 29	INDUSTRI KENDARAAN BERMOTOR, TRAILER DAN SEMI TRAILER
20	KBLI 30	INDUSTRI ALAT ANGKUT LAINNYA
21	KBLI 31	INDUSTRI FURNITURE
22	KBLI 32	INDUSTRI PENGOLAHAN LAINNYA
23	KBLI 33	JASA REPARASI DAN PEMASANGAN MESIN DAN PERALATAN

Sumber : Badan Pusat Statistik (2022)

Dari 23 jenis usaha yang ada, industri makanan merupakan sektor dengan jumlah usaha terbesar di antara UMKM di Indonesia, diikuti oleh industri pakaian jadi serta industri kayu dan produk berbahan kayu (tidak termasuk furnitur), serta barang anyaman dari bambu, rotan, dan sejenisnya. Pada Gambar 1.1 digambarkan bahwa industri makanan juga memberikan kontribusi terbesar baik dalam jumlah usaha maupun jumlah tenaga kerja yang diserap, yang menunjukkan potensi besar dalam mendukung perekonomian Indonesia. Hal ini mencerminkan peran signifikan industri makanan dalam pertumbuhan ekonomi dan penciptaan lapangan kerja di Indonesia



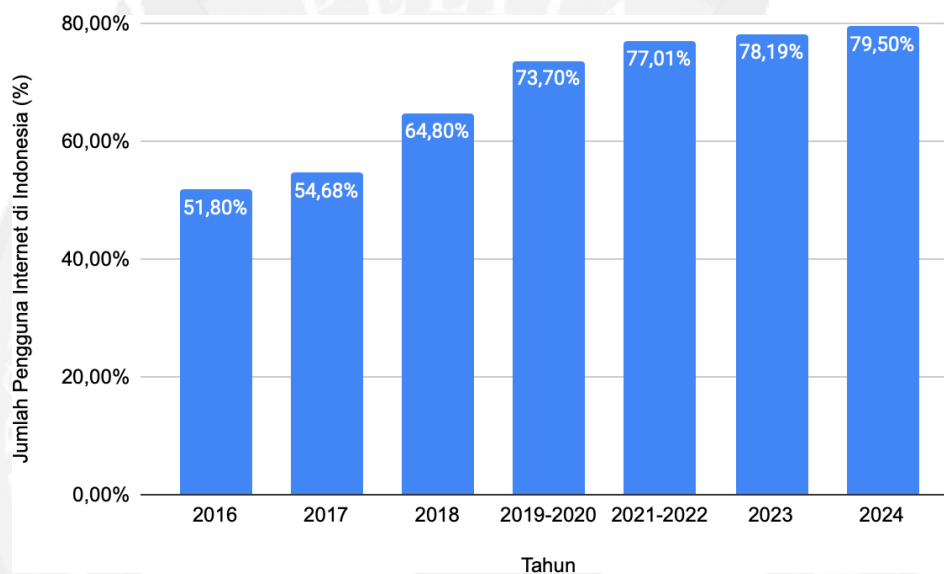
Gambar 1.1 Profil UMKM Dengan Nilai Tambah Terbesar Tahun 2023

Sumber : KADIN Indonesia (2023)

Dalam beberapa tahun terakhir, kemajuan teknologi dan platform digital telah memberikan dorongan yang signifikan bagi berbagai sektor di Indonesia. Menurut Sundari (2019), pesatnya pertumbuhan teknologi, terutama internet dan platform digital, telah mengubah berbagai industri dan ekonomi di Indonesia secara keseluruhan. Hal ini juga berdampak pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Digitalisasi telah memberi UMKM akses yang lebih besar untuk mengembangkan bisnis mereka. Salah satu contohnya adalah sistem pembayaran digital, yang menawarkan peluang pasar yang lebih besar dan memungkinkan mereka untuk menjangkau pasar yang lebih luas, baik lokal maupun internasional (Listiyono et al., 2024).

Menurut data dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (2024), penggunaan internet di Indonesia terus meningkat. Pada Gambar 1.2, dapat kita lihat bahwa terdapat lebih dari 221 juta pengguna internet dari total populasi 282 juta jiwa

di Indonesia pada tahun 2024, yang berarti tingkat penetrasi internet mencapai 75,9% atau terdapat peningkatan sebesar 1,4% dibandingkan periode sebelumnya. Peningkatan sebesar 1,4% dari periode sebelumnya mencerminkan adanya tren berkelanjutan dalam penggunaan teknologi digital setiap tahunnya. Hal ini juga menandakan bahwa, selain adanya kemajuan dalam teknologi dan peningkatan akses internet, semakin banyak individu dan perusahaan yang memanfaatkan internet sebagai alat penting dalam aktivitas sehari-hari dan kegiatan ekonomi mereka. Dengan bertambahnya penetrasi internet, ada potensi besar untuk munculnya inovasi baru, pengembangan bisnis, dan transformasi digital di berbagai sektor



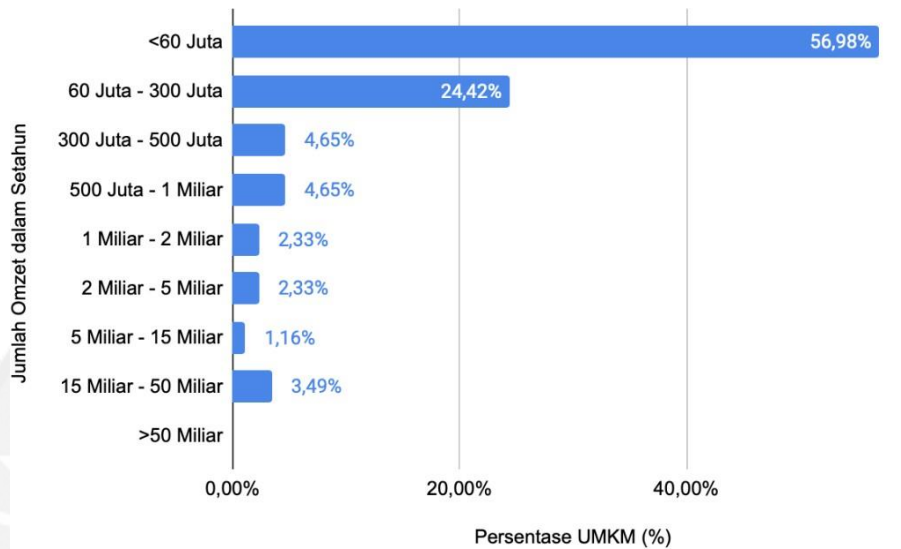
Gambar 1.2 Jumlah Pengguna Internet di Indonesia

Sumber : Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (2024)

Peningkatan jumlah pengguna internet yang pesat di Indonesia juga memberikan dampak signifikan terhadap sektor UMKM. Dengan semakin banyaknya orang yang mengakses internet, UMKM kini memiliki kesempatan lebih besar untuk menjangkau konsumen baru dan meningkatkan penjualan mereka. Survei yang dilakukan oleh CORE Indonesia (2021) menunjukkan bahwa sekitar 70% pelaku UMKM melaporkan peningkatan transaksi harian mereka, dengan peningkatan penjualan rata-rata sebesar 30%. Selain itu, 68% dari responden yang telah menggunakan ekosistem digital melaporkan adanya peningkatan pendapatan bulanan sebesar 27%.

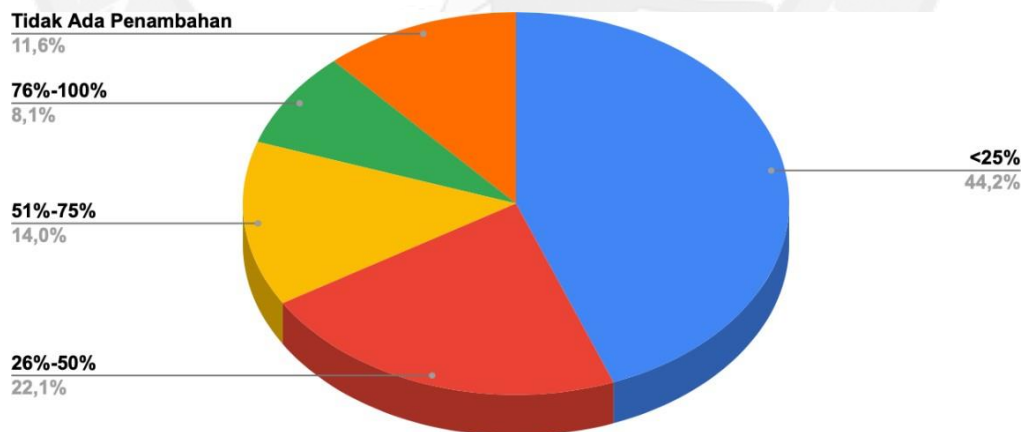
Data dari INDEF (2024) memperkuat temuan ini, dengan menyebutkan bahwa 88,37% pelaku UMKM yang menerapkan digitalisasi dalam bisnisnya mengalami

kenaikan omzet rata-rata tahunan. Dapat dilihat pada Gambar 1.3 dan Gambar 1.4, sebanyak 66,28% UMKM mencatat peningkatan omzet tahunan rata-rata hingga 50% setelah memanfaatkan *platform online*. Hal ini menunjukkan bahwa digitalisasi dan pemanfaatan *platform online* secara signifikan mendorong pertumbuhan dan peningkatan kinerja bisnis UMKM di Indonesia.



Gambar 1.3 Omzet UMKM Kelompok Offline-Online dalam Satu Tahun Sebelum Melakukan Digitalisasi Bisnis (%)

Sumber : INDEF (2024)

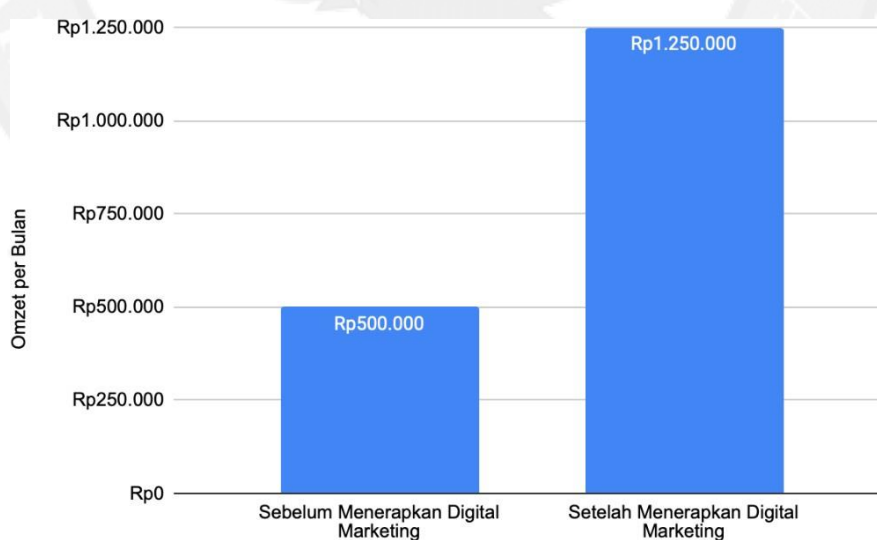


Gambar 1.4 Peningkatan Omzet Rata-Rata Tahunan UMKM Kelompok Offline-Online Setelah Melakukan Digitalisasi dalam Bisnisnya (%)

Sumber : INDEF (2024)

Digitalisasi telah terbukti berdampak positif pada berbagai industri, salah satunya industri *fashion* di Indonesia. Studi menunjukkan bahwa penggunaan teknologi digital, penggunaan *platform e-commerce*, dan penerapan strategi pemasaran media sosial dapat meningkatkan penjualan para pelaku usaha *fashion*. Aisyah & Fauzi Ridho (2022) melakukan penelitian yang menunjukkan bahwa penggunaan pemasaran digital melalui media sosial sangat memengaruhi kesadaran merek konsumen dan keputusan pembelian mereka dalam industri *fashion*. Hal ini sejalan dengan penelitian (Kurnia Lestari & Krisnaningsih, 2022), yang menyatakan bahwa penjualan produk *fashion* melalui *platform e-commerce* mampu meningkatkan penjualan serta memperluas jangkauan pasar secara signifikan.

Contoh konkret dampak positif digitalisasi dalam industri *fashion* terlihat pada studi (Mahfudhoh & Pujiyanto, 2023) mengenai kasus Hotimah Fashion, sebuah UMKM *fashion* di Indonesia. Dapat dilihat pada Gambar 1.5, sebelum menerapkan strategi *digital marketing*, Hotimah Fashion mencatatkan omzet bulanan sebesar Rp500.000. Setelah penerapan *digital marketing*, termasuk penggunaan media sosial dan *platform e-commerce*, omzet mereka meningkat menjadi Rp1.250.000 per bulan. Kenaikan omzet ini menunjukkan peningkatan sebesar 150% dibandingkan dengan periode sebelum digitalisasi.



Gambar 1.5 Kenaikan Omzet Penjualan Hotimah Fashion per Bulan

Sumber : Mahfudhoh & Pujiyanto (2023)

Contoh lain yang memperkuat peran digitalisasi dalam industri *fashion* dapat dilihat pada Tabel 1.3, dalam penelitian Margareta (2023). Penelitian tersebut menunjukkan bahwa digital marketing memberikan dampak positif pada omzet salah satu UMKM *fashion* dalam skala yang lebih besar. Sebelum mengimplementasikan digital marketing, omzet bulanan usaha tersebut berada dalam kisaran Rp100.000.000 hingga Rp200.000.000. Namun, setelah penerapan strategi digital marketing, omzet bulanan perusahaan tersebut melonjak menjadi sekitar Rp500.000.000. Peningkatan yang signifikan ini mengindikasikan bahwa adopsi digitalisasi, melalui strategi pemasaran digital yang efektif, berpotensi besar dalam memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan hasil penjualan bagi UMKM *fashion*.

Tabel 1.3 Macam-macam Jenis Industri UMKM

	Sebelum Menerapkan Digital Marketing	Setelah Menerapkan Digital Marketing
Omzet per Bulan	Rp100.000.000 – Rp200.000.000	Rp500.000.000

Sumber : Margareta (2023)

Dengan adanya pengaruh internet dan *platform* digital, UMKM tidak hanya bertahan, tetapi juga berkembang pesat dibandingkan sebelum era digitalisasi. Penelitian oleh Novitasari (2021). menunjukkan bahwa selama pandemi Covid-19, peralihan dari kewirausahaan konvensional ke digital menjadi krusial bagi kelangsungan usaha UMKM. Meski demikian, masih banyak UMKM di Indonesia yang mengalami kesulitan untuk mengadopsi inovasi teknologi serta memahami cara kerja dari *platform* digital. Literasi digital yang rendah di kalangan pemilik UMKM merupakan salah satu faktor utama yang menghambat penggunaan teknologi ini (Zahiroh, 2022).

Sebuah studi mengungkapkan bahwa dari seluruh UMKM di Indonesia, hanya sekitar 17,5 juta pelaku yang telah terlibat dalam ekosistem digital dan memanfaatkan *platform* digital. Hal ini menunjukkan bahwa masih banyak UMKM yang belum memanfaatkan *platform* digital dalam operasional mereka, meskipun

digitalisasi menjadi kebutuhan mendesak di tengah persaingan yang semakin ketat (PATEN, 2022). Maka dari itu, dibutuhkannya bantuan pemerintah, serta program pelatihan, yang dapat memberikan literasi digital kepada pemilik UMKM, agar dapat sukses memanfaatkan teknologi dalam pengelolaan bisnis mereka (Zahiroh, 2022).

Selain kemampuan digital, kepemimpinan yang efektif juga merupakan faktor kunci untuk meningkatkan kinerja UMKM. Banyak pemilik UMKM memiliki potensi besar namun sering menghadapi tantangan dalam keterampilan manajerial dan kepemimpinan (Rahmini et al., 2017). Oleh karena itu, pengembangan keterampilan manajerial dan kepemimpinan kewirausahaan yang tepat dapat menghasilkan peningkatan efisiensi operasional dan daya saing UMKM melalui pengelolaan yang lebih baik dan kemampuan yang lebih baik dalam beradaptasi terhadap perubahan pasar (Lwesya, 2021). Penelitian yang mengkaji faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja UMKM, termasuk kepemimpinan dan inovasi, akan memberikan wawasan berharga bagi pengembangan kebijakan dan strategi yang mendukung pertumbuhan sektor ini, membantu UMKM terus berkontribusi positif terhadap perekonomian negara.

Dalam konteks ini, peran strategis UMKM tidak hanya terletak pada jumlah dan jenis usaha, tetapi juga pada bagaimana orientasi kewirausahaan dapat mendorong pertumbuhan dan kinerja mereka. Orientasi kewirausahaan merujuk pada arah strategis organisasi serta kemampuannya untuk memanfaatkan peluang pasar tertentu, serta bagaimana mereka membuat keputusan, merencanakan strategi, dan menetapkan prosedur. Beberapa penelitian menunjukkan bahwa ada hubungan positif antara orientasi kewirausahaan dan kinerja bisnis. Artinya, perusahaan yang mengadopsi orientasi kewirausahaan cenderung memiliki kinerja yang lebih baik (Kajalo & Lindblom, 2015).

Kepemimpinan memiliki pengaruh yang kuat terhadap penerapan orientasi kewirausahaan (Engelen et al., 2014). Namun, di tengah lingkungan bisnis yang semakin kompetitif dan dinamis saat ini, pendekatan kepemimpinan untuk kinerja perusahaan yang lebih baik telah diamati tidak efektif (Leitch & Volery, 2017). Penelitian sebelumnya telah mempertimbangkan berbagai mediator untuk menjelaskan hubungan ini dan mengklarifikasi pengaruhnya pada kinerja bisnis.

Meski begitu, masih belum ada studi yang secara bersamaan meneliti orientasi kewirausahaan, kepemimpinan kewirausahaan, kinerja bisnis, dan faktor mediasi terkait. Oleh karena itu, ada keterbatasan dalam menguji hubungan antara orientasi kewirausahaan, kepemimpinan kewirausahaan, dan kinerja bisnis di berbagai konteks bisnis, serta faktor mediasi yang relevan.

Kepemimpinan dan inovasi sama-sama berperan penting dalam meningkatkan kinerja organisasi UMKM. Sementara kepemimpinan mempengaruhi penerapan orientasi kewirausahaan, inovasi berfungsi untuk menjaga daya saing produk UMKM di pasar, serta membantu mereka bertahan dari perubahan lingkungan dan persaingan. Perilaku inovatif menjadi salah satu faktor kunci dalam proses kewirausahaan, karena inovasi dianggap sebagai elemen penting bagi keberlanjutan dan daya saing suatu negara atau organisasi. Menurut Ranto (2017), inovasi merupakan kunci untuk mempertahankan dan meningkatkan posisi di pasar yang terus berubah.

Meskipun kepemimpinan dan inovasi memainkan peran penting dalam meningkatkan kinerja UMKM, ada fenomena yang sedang dibahas di kalangan para ahli mengenai kebutuhan mendesak untuk pengembangan kepemimpinan dalam sektor UMKM. Saat ini, tujuan utama setiap organisasi adalah untuk bertahan dan berkembang dengan meningkatkan kinerjanya. Oleh karena itu, peran pemimpin dalam memastikan kinerja yang optimal sangat penting. Kinerja UMKM merupakan topik yang sering dibahas di kalangan peneliti, praktisi, akademisi, dan politisi, mengingat kontribusi signifikan UMKM terhadap pertumbuhan ekonomi di berbagai negara.

Banyak peneliti menganggap dampak kepemimpinan sebagai faktor kunci dalam kinerja organisasi. Namun, penelitian mengenai pengaruh kepemimpinan dalam usaha kecil, khususnya UMKM, masih terus berlangsung untuk memberikan wawasan mengenai dampak peran kepemimpinan kewirausahaan di berbagai negara dan budaya, serta faktor-faktor terkait seperti kemampuan inovasi, perbedaan teknologi, dan orientasi kewirausahaan.

Dengan demikian, gaya kepemimpinan kewirausahaan memiliki peluang yang lebih besar untuk mengelola organisasi secara efektif dibandingkan dengan

hanya seorang manajer atau pemimpin informal tanpa status otoritas. UMKM dianggap sebagai bagian fundamental dari perekonomian suatu negara, dan penting untuk memahami bagaimana peran kepemimpinan kewirausahaan dapat memengaruhi kinerja organisasi (Kurniati, 2015).

Dalam mengelola suatu usaha, mereka juga dituntut untuk memiliki keterampilan manajerial yang baik selain memiliki orientasi kewirausahaan secara individu. Kepemimpinan kewirausahaan penting karena dapat membantu mengenali nilai-nilai dan aspek-aspek penting untuk keberlanjutan organisasi, seperti mendorong inovasi dan beradaptasi dengan perubahan lingkungan. Kajian penelitian mengenai kepemimpinan kewirausahaan menunjukkan hasil dimana kepemimpinan kewirausahaan yang diukur melalui beberapa indikator visi, kemampuan inovasi, pengambilan risiko, dan sikap proaktif, memiliki pengaruh yang positif terhadap kinerja usaha (Rahim & Ramli, 2015). Namun, penelitian lain yang dilakukan oleh (Purwati et al., 2021) menunjukkan bahwa sikap proaktif tidak memengaruhi kinerja bisnis. Dalam arti tertentu, ada beberapa studi penelitian yang relevan dengan kepemimpinan kewirausahaan.

Penelitian ini merupakan adaptasi dari artikel Phuong V. Nguyen (2021) yang berjudul "*The impact of entrepreneurial leadership on SMEs' performance: the mediating effects of organizational factors.*" Fokus utama penelitian Nguyen adalah pada dampak kepemimpinan kewirausahaan terhadap kinerja UKM, dengan mempertimbangkan peran mediasi faktor organisasi dalam konteks yang lebih umum. Penelitian ini berbeda karena tidak hanya menargetkan lembaga pendidikan, khususnya sekolah bisnis di Indonesia, tetapi juga menambahkan dimensi lokal dengan fokus pada UKM di wilayah Tangerang. Ini penting karena UKM di Tangerang mungkin memiliki karakteristik yang berbeda dibandingkan dengan tempat lain, terutama dalam hal budaya organisasi dan lingkungan bisnis.

Penelitian ini juga mempertimbangkan faktor organisasi secara lebih mendalam dalam konteks pendidikan bisnis, yang mencakup aspek-aspek seperti budaya akademik, lingkungan belajar, dan dukungan kelembagaan. Penelitian ini bertujuan untuk mengisi kesenjangan penelitian yang ada dengan mengeksplorasi

bagaimana kepemimpinan kewirausahaan di sekolah bisnis dapat secara khusus memengaruhi kinerja UKM, melalui peran mediasi faktor organisasi yang unik di lingkungan pendidikan tinggi di Tangerang.

Sebagai langkah awal dalam pelaksanaan penelitian ini, peneliti telah mengadakan studi pendahuluan dengan melibatkan sejumlah responden sebagai sampel. Dari hasil studi pendahuluan tersebut, peneliti menemukan bahwa semua responden sepakat mengenai pentingnya peran UMKM dalam menciptakan lapangan kerja di Indonesia. Sebagian besar responden juga menyetujui bahwa kepemimpinan kewirausahaan berkontribusi positif terhadap kinerja UMKM dan menyadari keunggulan UMKM, terutama dalam hal kemudahan pendirian serta struktur administratif yang sederhana.

Lebih lanjut, mayoritas responden memahami pentingnya orientasi kewirausahaan dalam meningkatkan kinerja UMKM, meskipun ada beberapa responden yang belum sepenuhnya memahami pentingnya aspek ini. Mereka juga sependapat bahwa inovasi serta keterampilan manajerial sangat diperlukan bagi pemilik UMKM. Namun, tidak semua responden memiliki pemahaman yang mendalam terkait peran mediasi faktor organisasi dalam mendukung peningkatan kinerja UMKM, di mana sebagian kecil dari mereka kurang menyadari aspek ini.

Dari temuan tersebut, peneliti menyimpulkan bahwa ada kesadaran yang cukup kuat di kalangan responden mengenai peran penting UMKM dan kepemimpinan kewirausahaan, serta urgensi inovasi dan keterampilan manajerial dalam pengelolaan UMKM. Temuan ini menjadi landasan bagi penelitian lanjutan yang akan mengeksplorasi lebih dalam faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja UMKM, khususnya dalam aspek inovasi dan manajemen.

1.2 Tujuan Penelitian

1. Menganalisis pengaruh kepemimpinan kewirausahaan terhadap kinerja UMKM di Tangerang.
2. Mengidentifikasi faktor-faktor organisasi yang mempengaruhi hubungan antara kepemimpinan kewirausahaan dan kinerja UMKM di Tangerang.
3. Untuk mengetahui apakah faktor-faktor organisasi dapat memediasi hubungan

antara kepemimpinan kewirausahaan dan kinerja UMKM di Tangerang.

4. Mengeksplorasi peran faktor-faktor organisasi dalam meningkatkan efektivitas kepemimpinan kewirausahaan dalam konteks UMKM di Tangerang.
5. Mengevaluasi bagaimana kualitas faktor-faktor organisasi mempengaruhi efektivitas kepemimpinan dalam meningkatkan kinerja UMKM di Tangerang.
6. Mengidentifikasi dampak perubahan faktor-faktor organisasi terhadap hubungan antara kepemimpinan kewirausahaan dan kinerja UMKM di Tangerang.

1.3 Pertanyaan Penelitian

7. Bagaimana pengaruh kepemimpinan kewirausahaan terhadap kinerja UMKM di Tangerang?
8. Apa saja faktor organisasi yang mempengaruhi hubungan antara kepemimpinan kewirausahaan dengan kinerja UMKM di Tangerang?
9. Apakah faktor organisasi dapat memediasi hubungan antara kepemimpinan kewirausahaan dengan kinerja UMKM di Tangerang?
10. Bagaimana peran faktor organisasi dalam meningkatkan efektivitas kepemimpinan kewirausahaan dalam konteks UMKM di Tangerang?
11. Bagaimana kualitas faktor organisasi mempengaruhi efektivitas kepemimpinan dalam meningkatkan kinerja UMKM di Tangerang?
12. Bagaimana dampak perubahan faktor organisasi terhadap hubungan antara kepemimpinan kewirausahaan dengan kinerja UMKM di Sekolah Bisnis Universitas Swasta Tangerang?

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan dari penelitian ini antara lain:

1. Manfaat Teoritis
 - a. Penelitian ini dapat memperkaya literatur tentang *entrepreneurial leadership*, khususnya dalam konteks UMKM di Indonesia.
 - b. Penelitian ini dapat mengembangkan model teoritis yang menghubungkan *entrepreneurial leadership* dengan kinerja UMKM melalui mediasi faktor-faktor organisasi pada sekolah bisnis. Model ini dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya yang ingin mengeksplorasi hubungan serupa dalam konteks yang berbeda.
 - c. Temuan dari penelitian ini dapat menjadi dasar bagi penelitian selanjutnya yang ingin mengkaji lebih dalam tentang aspek-aspek tertentu dari *entrepreneurial leadership* dan faktor-faktor organisasi di sekolah bisnis dalam konteks UMKM.
2. Manfaat Praktis
 - a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan rekomendasi praktis bagi pemimpin UMKM dalam mengelola faktor-faktor organisasi secara efektif untuk mencapai kinerja yang lebih baik.
 - b. Dengan memahami hubungan antara *entrepreneurial leadership*, faktor-faktor organisasi dalam sekolah bisnis, dan kinerja, UMKM dapat mengembangkan strategi bisnis yang lebih efektif dan adaptif terhadap perubahan lingkungan bisnis.
 - c. Penelitian ini tidak hanya memberikan kontribusi signifikan bagi literatur akademik, tetapi juga menawarkan solusi praktis untuk meningkatkan daya saing dan kinerja UMKM melalui kepemimpinan *entrepreneurial* dan pengelolaan organisasi yang efektif.