

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Usaha Micro Kecil Menengah (UMKM)

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan sektor yang memiliki kontribusi besar dalam pembangunan ekonomi nasional. (Kementerian Koperasi dan UKM, 2021) UMKM menyumbang lebih dari 60% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional dan menyerap sekitar 97% tenaga kerja di Indonesia. Keberadaan UMKM tidak hanya berperan dalam aspek ekonomi, tetapi juga dalam menciptakan kemandirian masyarakat dan pemerataan kesejahteraan (BPS 2023).

Agar mampu bertahan dan berkembang dalam situasi yang dinamis, pelaku UMKM perlu memiliki jiwa kewirausahaan yang kuat, jiwa kewirausahaan *entrepreneurial spirit* mencakup kemampuan untuk berinovasi, mengambil risiko, membaca peluang, dan melakukan adaptasi terhadap perubahan lingkungan usaha (Suryani, 2020). Pentingnya sikap proaktif dan keberanian untuk mencoba pendekatan baru dalam menjalankan bisnis sebagai bentuk aktualisasi jiwa entrepreneur (Rijalus et al. 2023).

Secara lokal, fenomena ini tercermin dari dinamika yang dialami pelaku usaha di Sentra Wisata Kuliner (SWK) di Surabaya. Fluktuasi jumlah pelaku, keterbatasan pembinaan, serta daya saing antar UMKM yang terus meningkat menjadi indikator bahwa strategi berbasis kewirausahaan dibutuhkan agar pelaku usaha dapat bertahan dan berkembang. Oleh karena itu, penting untuk

menelaah bagaimana konsep jiwa entrepreneur diterapkan secara nyata oleh pelaku UMKM dalam konteks lingkungan usaha yang penuh tekanan maupun peluang.

B. Sumber Daya Manusia

Sumber Daya Manusia (SDM) merupakan elemen paling penting dalam organisasi karena keberhasilan suatu lembaga sangat bergantung pada kemampuan dan kualitas manusia yang mengelolanya. SDM tidak hanya dilihat sebagai tenaga kerja, tetapi juga sebagai aset strategis yang memiliki kemampuan berpikir, berinovasi, serta memberikan kontribusi terhadap pencapaian tujuan organisasi (Dessler 2020)

SDM adalah kemampuan individu yang mencakup pengetahuan, keterampilan, dan sikap yang digunakan untuk menghasilkan kinerja yang bermanfaat bagi organisasi (Dessler 2020) SDM adalah potensi yang menjadi penggerak organisasi, yang memiliki peranan strategis dalam mencapai keberhasilan perusahaan (Farida et al. 2022)

Manajemen sumber daya manusia adalah ilmu dan seni mengatur hubungan serta peranan tenaga kerja agar efektif dan efisien dalam membantu tercapainya tujuan organisasi, karyawan, dan masyarakat. Hal ini menegaskan bahwa SDM tidak sekadar diatur, tetapi juga dikembangkan melalui pendekatan manusiawi dan profesional (Hasibuan and Prastowo 2019) Pengetahuan, keterampilan, dan kompetensi yang dimiliki individu merupakan bentuk modal yang dapat meningkatkan produktivitas dan nilai ekonomi organisasi (Gary S. Becker, 1963).

1. Sumber Daya Manusia dalam UMKM

Sumber Daya Manusia (SDM) dalam Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan faktor kunci yang menentukan keberhasilan usaha. SDM pada UMKM tidak hanya berperan sebagai tenaga kerja, tetapi juga sebagai pengelola, pengambil keputusan, sekaligus pelaku utama dalam setiap proses bisnis.

SDM dalam konteks UMKM adalah individu yang memiliki kemampuan, keterampilan, dan kemauan untuk mengembangkan usaha secara mandiri dan kreatif guna meningkatkan daya saing di pasar lokal maupun global (Adriati et al. 2023)

Pandangan berbasis sumber daya, *the resource based view of the firm* (RBV), sumber daya yang dimiliki perusahaan dapat menjadi sumber yang memungkinkan untuk memperkirakan dan mengimplementasikan strategi yang dapat meningkatkan efisiensi dan efektivitas perusahaan (Barney, 1991).

Berbeda dengan perusahaan besar, pelaku UMKM seringkali menjalankan banyak peran sekaligus: pemilik, manajer, dan operator. Karena itu, kualitas SDM menjadi penentu utama kelangsungan dan pertumbuhan usaha. Bahwa rendahnya kompetensi SDM merupakan salah satu kendala klasik yang dihadapi UMKM Indonesia, terutama dalam menghadapi digitalisasi dan perubahan pasar yang cepat (Tambunan 2023)

Pengembangan SDM adalah proses pengembangan keahlian seseorang melalui pengembangan organisasi dengan pelatihan personal yang bertujuan untuk peningkatan kinerja (Swanson & Holton 2001).

Pengembangan SDM di UMKM mencakup pelatihan, peningkatan pengetahuan, dan pembentukan sikap profesional. Tujuannya agar pelaku UMKM mampu:

- a. Beradaptasi dengan perkembangan teknologi digital.
- b. Meningkatkan kualitas produk dan layanan.
- c. Mengelola keuangan dan pemasaran dengan lebih baik.
- d. Menumbuhkan kreativitas serta inovasi usaha.

Pelatihan kewirausahaan berbasis kebutuhan lokal terbukti meningkatkan kemampuan manajerial pelaku UMKM hingga 40%, terutama dalam hal pengelolaan produksi dan pemasaran digital (Rachmawati et al., 2024).

2. Pendidikan dan Pelatihan

Pendidikan dan Pelatihan (Training) adalah dimensi fundamental dari Pengembangan SDM yang bertujuan untuk menutup kesenjangan kompetensi antara kondisi pelaku usaha saat ini dengan kebutuhan pasar yang terus berubah. Pendidikan fokus pada pemberian pengetahuan konseptual, teoritis, dan wawasan umum yang memiliki tujuan jangka panjang, misalnya memberikan pemahaman mendalam tentang standar higienitas kuliner global atau konsep manajemen rantai pasokan (Hasibuan and Prastowo 2019)

Pelatihan adalah proses yang lebih praktis dan sistematis untuk meningkatkan keterampilan teknis atau operasional yang spesifik dan langsung dapat diterapkan, seperti pelatihan digital marketing, food photography, atau penggunaan aplikasi kasir digital (Cueto et al. 2022)

Dalam konteks UMKM saat ini, pelatihan yang efektif (pasca-2020) harus bersifat *microlearning* dan langsung terkait dengan peningkatan keterampilan inovasi produk dan branding yang dapat segera memberikan dampak pada omset usaha (Rijalus et al. 2023)

3. Mentoring dan Pembinaan (*Coaching/Guidance*)

Mentoring dan Pembinaan merupakan pendekatan Pengembangan SDM yang bersifat lebih personal, interaktif, dan kontekstual, yang sangat efektif diterapkan pada pelaku UMKM, Mentoring diartikan sebagai hubungan jangka panjang di mana individu yang lebih berpengalaman (mentor) memberikan bimbingan, dukungan emosional, dan saran karier yang luas kepada mentee (Setiawan 2023)

Program mentoring terbukti krusial untuk keberlanjutan usaha UMKM yang baru merintis karena memberikan dukungan moral dan berbagi pengalaman praktis di lapangan (Pauzan and Marwan 2023) Pembinaan (*Coaching*) memiliki fokus yang lebih sempit pada kinerja saat ini, membantu pelaku UMKM mengidentifikasi masalah spesifik, masalah biaya produksi yang tinggi atau review negatif pelanggan dan mengembangkan solusi praktis dalam waktu singkat untuk mencapai tujuan yang ditetapkan (Sukarno et al. 2023)

4. Pengembangan Perilaku Usaha (*Entrepreneurial Behavior Development*)

Pengembangan Perilaku Usaha adalah dimensi yang fokus pada aspek non-teknis, yaitu pembentukan karakter, mentalitas, dan etika pelaku usaha yang mendukung kemampuan adaptasi dan inovasi. Dimensi ini adalah kunci yang diminta oleh dosen pembimbing Anda untuk disertakan. Hal ini mencakup dua aspek, yaitu Sikap Profesional dan Jiwa Kewirausahaan. (Suryana, 2018; Pauzan & Marwan, 2023).

Sikap Profesional meliputi kedisiplinan, tanggung jawab, etika kerja, dan komitmen terhadap kualitas produk/layanan yang sangat memengaruhi citra dan kepercayaan konsumen (Robbins & Judge, 2017). Jiwa Kewirausahaan (*Entrepreneurial Spirit*) adalah dorongan internal untuk berani mengambil risiko, gigih dalam menghadapi kegagalan, dan memiliki inisiatif tinggi untuk mencari peluang dan menciptakan inovasi (Maretasari Rina and Soleh Mohammad 2025)

Karakteristik ini sangat vital, karena tanpa Pengembangan Perilaku Usaha, pelatihan teknis seaneh apa pun tidak akan mendorong pelaku UMKM untuk melakukan inovasi berkelanjutan (Nugroho et al. 2024)

C. Inovasi

Inovasi merupakan istilah yang pertama kali diperkenalkan oleh Schumpeter pada tahun 1934. Inovasi dipandang sebagai kreasi dan implementasi kombinasi baru. Istilah kombinasi baru ini dapat merujuk pada produk, jasa, proses kerja, pasar, kebijakan dan sistem baru. Inovasi pada UMKM dapat dipahami sebagai upaya menciptakan, mengubah, atau memperbaiki produk, proses, atau

strategi agar usaha dapat bertahan dan berkembang. Inovasi dalam UMKM adalah kemampuan untuk menggunakan ide kreatif guna menghasilkan nilai tambah, baik dari sisi produk, pelayanan, maupun pemasaran (Ilmiah et al. 2022)

1. Jenis-Jenis Inovasi pada UMKM

Joseph A. Schumpeter (1934) Inovasi adalah proses pembaruan yang dilakukan pengusaha untuk menciptakan nilai ekonomi baru melalui kombinasi sumber daya yang berbeda. Schumpeter menjelaskan lima jenis inovasi utama, yaitu:

- a. Inovasi Produk : menciptakan produk baru atau meningkatkan kualitas produk yang sudah ada.
- b. Inovasi Proses : memperkenalkan metode produksi atau penyampaian baru yang lebih efisien.
- c. Inovasi Pasar (*Market Innovation*) : membuka pasar baru atau menemukan segmen baru.
- b) Inovasi Bahan Baku (*Resource Innovation*) : memanfaatkan bahan baku baru atau sumber daya baru.
- c) Inovasi Organisasi (*Organizational Innovation*) : memperkenalkan struktur organisasi atau metode manajemen baru.

Pelaku UMKM yang rutin melakukan inovasi produk dan pemasaran mengalami peningkatan omzet hingga 35% dibandingkan yang tidak berinovasi (Jans et al. 2024)

2. Faktor Pendorong Inovasi UMKM

(Putri Lintangari 2024) Faktor yang mendorong inovasi di UMKM antara lain:

- a) Sumber daya manusia kreatif, yang mampu melihat peluang baru.
- b) Teknologi informasi, yang membuka akses ke pasar luas.
- c) Jaringan bisnis, yang mendukung kolaborasi dan pertukaran ide.

Dukungan pemerintah atau komunitas lokal, yang menyediakan pelatihan dan pembiayaan.

D. Motivasi

Berdasarkan kajian teori dan konteks penelitian, grand theory yang digunakan dalam penelitian ini adalah Teori Hierarki Kebutuhan (Maslow 1943). Teori ini menjelaskan bahwa motivasi manusia muncul karena adanya kebutuhan yang belum terpenuhi. Maslow mengklasifikasikan kebutuhan tersebut dalam lima tingkatan, yaitu:

- a) Kebutuhan fisiologis,

kebutuhan paling dasar yang berkaitan dengan kelangsungan hidup manusia. Termasuk di dalamnya kebutuhan akan makan, minum, udara, tempat tinggal, istirahat, serta kebutuhan biologis lainnya. Jika kebutuhan ini belum terpenuhi, manusia sulit memikirkan hal-hal lain di luar itu.

b) Kebutuhan keamanan,

Setelah kebutuhan dasar terpenuhi, manusia mencari rasa aman dari berbagai ancaman, baik fisik maupun psikologis. Ini mencakup keamanan pekerjaan, stabilitas keuangan, jaminan kesehatan, serta perlindungan dari bahaya.

c) Kebutuhan sosial,

Pada tingkat ini, manusia mulai membutuhkan hubungan sosial, pertemanan, rasa memiliki, dan kasih sayang. Kebutuhan ini menunjukkan bahwa manusia adalah makhluk sosial yang ingin diterima dan menjadi bagian dari kelompok.

d) Kebutuhan penghargaan,

Kebutuhan ini berkaitan dengan keinginan untuk dihargai dan diakui, baik oleh diri sendiri maupun oleh orang lain. Maslow membagi penghargaan menjadi dua jenis: penghargaan internal seperti rasa percaya diri, kompetensi, dan pencapaian. serta penghargaan eksternal seperti status, pujian, dan pengakuan.

e) Kebutuhan aktualisasi diri.

tingkat tertinggi dalam hierarki kebutuhan Maslow, di mana seseorang berusaha mengembangkan potensi diri sepenuhnya dan mencapai tujuan hidup yang bermakna. Pada tahap ini, individu tidak lagi hanya mencari materi atau pengakuan, tetapi ingin memberikan kontribusi positif dan menyalurkan kemampuan terbaiknya.

E. Beradaptasi dengan Perkembangan Teknologi Digital

Kemampuan beradaptasi terhadap teknologi digital berarti pelaku UMKM mampu menggunakan alat dan platform digital seperti media sosial, marketplace, sistem kasir digital, hingga pembayaran non-tunai untuk menunjang kegiatan usaha, keberhasilan adopsi teknologi sangat dipengaruhi oleh kesadaran dan kesiapan pengguna (Ermawati, Sodikin, and Supeni 2022)

Pelatihan digital marketing berbasis lokal mampu meningkatkan kompetensi manajerial hingga 40%. Dengan demikian, pelatihan dan pendampingan digital menjadi langkah strategis untuk mempercepat transformasi UMKM menuju usaha modern yang efisien dan kompetitif (Nugroho et al. 2024)

F. Meningkatkan Kualitas Produk dan Layanan

Kualitas produk dan layanan adalah faktor penting dalam mempertahankan loyalitas pelanggan. kualitas mencakup aspek kinerja, keandalan, serta daya tahan (Garvin, 1987). Penelitian di Jambangan menunjukkan bahwa inovasi dalam kemasan, rasa, dan pelayanan langsung meningkatkan daya tarik konsumen (Rahayu, Alhada, and Habib 2023)

G. Kreativitas serta Inovasi Usaha

Kreativitas merupakan kemampuan menghasilkan ide baru, sementara inovasi adalah penerapan ide tersebut menjadi nilai tambah bagi produk atau proses bisnis. (Schumpeter, 1934). Kreativitas muncul dari interaksi antara motivasi intrinsik, keahlian, dan proses berpikir kreatif (Amabile, 1996). Dalam konteks SWK Jambangan, inovasi bisa berbentuk menu khas, desain kemasan unik,

kolaborasi antar-pedagang, hingga promosi lintas stan. Pelatihan yang menumbuhkan kreativitas ini membantu pelaku usaha untuk tidak hanya bertahan, tetapi juga berkembang dalam pasar yang dinamis (Fadilla Helmi, 2009).

H. Data Statistik UMKM SWK Surabaya

Hingga 2021, Surabaya memiliki 48 SWK dengan 1.147 pedagang aktif, tapi pandemi menurunkan omzet dari Rp193 juta Januari 2020 menjadi Rp41 juta Desember 2020 (Dinas Koperasi UKM, 2024). Di SWK Jambangan, stan aktif dengan penurunan pedagang menjadi 11 pada September 2025 (Tabel 1.1 di Bab 1).



I. Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1 adalah ringkasan penelitian terdahulu yang relevan:

No	Peneliti (Tahun), Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Kesamaan dengan Penelitian Ini	Perbedaan dengan Penelitian Ini
1	Nugroho et al. (2024). Pemanfaatan Marketplace Shopee untuk UMKM	Penelitian ini menunjukkan bahwa pemanfaatan marketplace membantu UMKM memperluas jangkauan pasar, namun keberhasilannya sangat bergantung pada kesiapan dan literasi digital pelaku usaha.	Sama-sama membahas pengembangan UMKM melalui inovasi digital dan peningkatan kapasitas SDM.	Fokus pada pemanfaatan marketplace sebagai saluran penjualan, sedangkan penelitian ini menekankan pengembangan SDM melalui pelatihan dan sikap profesional.
2	Arifianti (2024). Strategi Bisnis UMKM	Hasil penelitian menunjukkan bahwa UMKM yang mampu beradaptasi dengan perubahan pasar dan memiliki strategi bisnis fleksibel lebih mampu bertahan dalam persaingan.	Sama-sama meneliti strategi adaptasi UMKM dalam menghadapi dinamika pasar.	Arifianti menekankan strategi bisnis secara umum, sedangkan penelitian ini fokus pada manajemen SDM sebagai pendorong inovasi.
3	Harjanti & Sahetapy (2020). Onboarding UMKM ke Ekosistem Digital	Penelitian menemukan bahwa proses digitalisasi UMKM memerlukan pendampingan berkelanjutan dan kesiapan SDM agar adopsi teknologi dapat berjalan optimal.	Sama-sama menyoroti pentingnya kesiapan SDM dalam adaptasi digital UMKM.	Penelitian Harjanti lebih menekankan aspek teknologi digital, sedangkan penelitian ini menitikberatkan pada sikap profesional dan kreativitas usaha.
4	Safira & Suryonegoro (2024). Inovasi Stan UMKM Ramadan di RT 02 Jambangan	Hasil penelitian menunjukkan bahwa inovasi produk bersifat musiman mampu meningkatkan minat beli konsumen dalam jangka pendek.	Sama-sama membahas inovasi dan kreativitas UMKM di wilayah Jambangan.	Fokus Safira pada inovasi musiman, sedangkan penelitian ini menekankan inovasi berkelanjutan berbasis pengembangan SDM.
5	Pratama & Lestari (2023). Pengembangan SDM pada UMKM Kuliner	Penelitian menunjukkan bahwa pelatihan dan pembelajaran informal berkontribusi pada peningkatan kreativitas dan kualitas layanan UMKM kuliner.	Sama-sama mengkaji peran pengembangan SDM dalam meningkatkan kreativitas UMKM.	Penelitian ini mengaitkan SDM dengan inovasi berkelanjutan, bukan hanya peningkatan keterampilan teknis.

No	Peneliti (Tahun), Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Kesamaan dengan Penelitian Ini	Perbedaan dengan Penelitian Ini
6	Wulandari et al. (2022). Kreativitas dan Inovasi UMKM Kuliner	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kreativitas pelaku UMKM berkembang melalui pengalaman usaha dan interaksi langsung dengan pelanggan.	Sama-sama membahas kreativitas berbasis pengalaman dan kebutuhan pasar.	Penelitian ini menambahkan perspektif sikap profesional dan pelatihan SDM.
7	Rahmawati (2021). Peran Sikap Profesional dalam Keberlanjutan UMKM	Penelitian menemukan bahwa kedisiplinan dan konsistensi pelayanan berperan penting dalam menjaga loyalitas pelanggan UMKM.	Sama-sama menekankan pentingnya sikap profesional dalam usaha UMKM.	Penelitian ini mengaitkan sikap profesional dengan inovasi, bukan hanya keberlanjutan usaha.
8	Sari & Hidayat (2022). Adaptasi Digital UMKM di Era Pandemi	Hasil penelitian menunjukkan bahwa UMKM yang cepat beradaptasi dengan teknologi digital mampu bertahan di tengah krisis.	Sama-sama menyoroti adaptasi digital sebagai strategi bertahan UMKM.	Penelitian ini mengaitkan adaptasi digital dengan pengembangan SDM dan kreativitas.
9	Kurniawan (2023). Inovasi Bertahap pada UMKM	Penelitian menunjukkan bahwa inovasi incremental lebih realistis dan berkelanjutan bagi UMKM dibanding inovasi radikal.	Sama-sama menekankan inovasi bertahap pada UMKM.	Penelitian ini menambahkan peran SDM dan sikap profesional sebagai faktor pendukung inovasi.
10	Fitria & Maulana (2024). Resistensi Perubahan pada Pelaku UMKM	Hasil penelitian menemukan bahwa resistensi terhadap perubahan menjadi hambatan utama dalam adopsi inovasi UMKM.	Sama-sama mengkaji hambatan inovasi UMKM.	Penelitian ini mengaitkan resistensi perubahan dengan karakteristik SDM dan pola pikir pelaku usaha.

Berdasarkan ringkasan penelitian terdahulu pada Tabel 2.1, dapat dilihat bahwa sebagian besar penelitian sebelumnya telah membahas UMKM dari aspek strategi bisnis, adaptasi digital, kreativitas produk, serta pemanfaatan teknologi dalam meningkatkan daya saing usaha. Penelitian-penelitian tersebut menunjukkan bahwa inovasi dan kesiapan pelaku usaha menjadi faktor penting dalam keberlanjutan UMKM.

Namun demikian, penelitian terdahulu umumnya masih menempatkan pengembangan sumber daya manusia sebagai faktor pendukung, bukan sebagai fokus utama dalam mendorong inovasi UMKM. Selain itu, kajian yang secara khusus mengaitkan pengembangan SDM, sikap profesional, dan inovasi usaha pada konteks sentra wisata kuliner dengan pendekatan kualitatif masih terbatas. Oleh karena itu, penelitian ini berupaya mengisi celah tersebut dengan mengkaji secara mendalam peran pengembangan SDM dalam mendorong inovasi UMKM kuliner di SWK Jambangan pengelolaan SDM dan inovasi berbasis lokal di sektor kuliner.

Baik secara teoretis maupun praktis. Secara teoretis, penelitian ini memperkaya kajian tentang pengembangan sumber daya manusia dan inovasi kewirausahaan dengan menghadirkan perspektif baru berbasis konteks lokal, yaitu pelaku UMKM di Sentra Wisata Kuliner (SWK) Jambangan Surabaya. Penelitian ini juga menggabungkan teori pengembangan SDM (Dessler, 2020) dengan teori inovasi kewirausahaan (Schumpeter, 1934; Drucker, 1985) dalam satu kerangka analisis, sehingga memberikan pandangan yang lebih komprehensif mengenai hubungan antara kompetensi SDM dan kemampuan inovatif pelaku usaha kecil.

Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi pemerintah daerah, pengelola SWK Jambangan, maupun pelaku UMKM dalam merancang program peningkatan kapasitas SDM yang berorientasi pada inovasi dan profesionalisme. Hasil penelitian ini juga diharapkan mampu memberikan gambaran nyata mengenai strategi pengembangan SDM yang relevan dengan kebutuhan usaha kuliner lokal di era persaingan digital.

J. Kerangka Berpikir

Permasalahan yang dihadapi UMKM di Sentra Wisata Kuliner (SWK) Jambangan adalah masih rendahnya kompetensi dan profesionalisme pelaku usaha dalam mengelola bisnis secara efektif. Banyak pelaku UMKM belum memiliki kemampuan manajerial yang memadai, kurangnya pengetahuan terkait pemasaran digital, serta belum optimal dalam menciptakan inovasi produk maupun layanan. Kondisi ini menyebabkan daya saing usaha belum berkembang secara maksimal.

Untuk mengatasi permasalahan tersebut, diperlukan pengembangan sumber daya manusia (SDM) melalui kegiatan pelatihan, peningkatan pengetahuan, dan pembentukan sikap profesional. Upaya pengembangan SDM diharapkan dapat meningkatkan kompetensi dan profesionalisme pelaku UMKM sehingga mereka mampu beradaptasi terhadap perubahan pasar dan teknologi. Peningkatan kompetensi dan profesionalisme pelaku UMKM akan berimplikasi pada meningkatnya inovasi usaha, baik dari segi produk, strategi pemasaran, maupun pemanfaatan digitalisasi seperti pembayaran melalui QRIS, penjualan online, dan penciptaan menu viral. Inovasi tersebut diharapkan dapat memperkuat keberlanjutan UMKM di SWK Jambangan agar tetap eksis dan berdaya saing tinggi di tengah persaingan bisnis.

Gambar 2.1 Diagram kerangka berpikir dan model analisis

Kerangka Berpikir:

