

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Penelitian**

Perkembangan bisnis yang ada di Indonesia semakin meningkat dan luas. Sehingga meningkatkan persaingan yang mengharuskan pelaku usaha untuk terus berupaya mencari strategi yang efektif, mempertahankan keberhasilan usahanya dalam bersaing. Hal ini merupakan sesuatu yang harus dilakukan oleh semua penggiat bisnis tidak terkecuali usaha mikro kecil (UMK). Usaha mikro kecil (UMK) adalah sebuah istilah bisnis umum yang dikenal dalam dunia perekonomian. Adapun untuk kepemilikan UMK ini terbagi dua kriteria yakni perorangan dan badan usaha yang berlandaskan pada undang-undang Nomor 20 tahun 2008. Di Indonesia UMK merupakan sektor penting yang memiliki peran dalam Pembangunan ekonomi negara. Ini dapat dilihat pada saat Indonesia mengalami krisis dalam bidang ekonomi, UMK mampu bertahan dibandingkan dengan Perusahaan besar. Selain itu, UMK di Indonesia terbukti mampu menyerap banyak tenaga kerja (Aliyah et al., 2020).

Dalam menanggulangi kemiskinan dan pengangguran sangat diperlukan semangat untuk seorang wirausaha. Tumbuhnya wirausaha baru yang kreatif dan motivasi memunculkan banyaknya pelaku bisnis UMK baru dan hal ini mendorong pertumbuhan ekonomi nasional. Wirausahawan dalam bidang UMK adalah seseorang inovator, dan individu yang mempunyai naluri dalam melihat peluang-peluang mempunyai semangat, kemampuan dan pikiran untuk menaklukkan cara berfikir yang lambat dan rasa malas (Milka Pasulu et al., 2024).

Usaha atau bisnis UMK yang masih bersifat konvensional, kaku, dan statis, sulit untuk bisa mencapai keberhasilan usaha dalam menghadapi tingkat persaingan usaha yang semakin kompetitif. Jumlah pelaku usaha di bidang pangan olahan sangat besar, dengan sekitar 18 juta pelaku usaha di Indonesia, di mana 4,6 juta di antaranya adalah UMK kuliner, pertumbuhan ini juga didorong oleh kemudahan akses teknologi, tren gaya hidup sehat, serta pengaruh budaya internasional yang memperkaya ragam produk kuliner lokal (Palahudin & Fauziah, 2024).

Selain itu memahami kebutuhan, keinginan, dan permintaan konsumen akan memberikan masukan penting untuk merancang strategi bisnis agar dapat menciptakan kepuasan bagi pelanggannya. Para pelaku usaha dituntut untuk mampu bersaing dan mengikuti setiap gerak perubahan, sehingga mengarahkan pelaku usaha dalam terciptanya suatu keberhasilan bagi usahanya, (Kotler et al., 2021). Keberhasilan usaha dapat dipengaruhi beberapa faktor, yaitu kreativitas (Dharmawati et al., 2020), inovasi (Romadia et al., 2025), dan keahlian (Arinanto et al., 2024).

Kreativitas adalah inisiatif terhadap penciptaan suatu produk, atau proses yang bermanfaat, benar, tepat, dan bernilai. Kreativitas diartikan sebagai kemampuan untuk menciptakan suatu produk baru, kreativitas adalah kemampuan untuk membuat kombinasi-kombinasi baru, atau melihat hubungan-hubungan baru antara unsur, data, variabel yang sudah ada sebelumnya (Dharmawati et al., 2020).

Sitepu et al., (2019), menambahkan bahwa kreativitas memiliki beberapa indikator utama, yaitu kemampuan berpikir lancar (*fluency*), berpikir fleksibel (*flexibility*), berpikir original (*originality*), dan kemampuan elaborasi (*elaboration*).

Indikator-indikator ini menunjukkan bahwa kreativitas melibatkan kebebasan dalam berpikir dan bertindak, serta keberanian untuk menghasilkan karya yang berbeda dan inovatif. Dengan demikian, kreativitas merupakan proses berpikir yang membawa seseorang menemukan metode atau cara baru dalam memecahkan masalah, yang pada akhirnya menghasilkan sesuatu yang bermanfaat bagi individu dan masyarakat.

Kreativitas juga merupakan kemampuan dalam melihat, membaca, dan mengimplementasikan hubungan-hubungan baru, dengan komponen-komponen yang sudah ada, dengan sesuatu baru dan berbeda, kreativitas dapat menjadi pemecah masalah dengan menjadi penentu dalam setiap peluang. Kreativitas juga adalah kemampuan seseorang dalam menghasilkan, memikirkan, dan mengembangkan gagasan baru maupun ide yang dapat melihat masalah dan peluang sehingga menghasilkan solusi yang kreatif (Mahendra et al., 2025).

Inovasi juga menjadi kunci dalam perkembangan UMK kuliner, baik dari sisi produk, kemasan, maupun pemasaran. Media sosial dan aplikasi digital turut mempercepat adopsi tren baru dan memperluas jangkauan pasar UMK kuliner, termasuk ke segmen wisatawan dan konsumen urban. (Kewirausahaan juga merupakan tindakan seseorang untuk menciptakan usaha/bisnis atas peluang dan kemampuan yang dimiliki. Semakin banyaknya masyarakat yang memilih berwirausaha karena berbagai macam faktor; Jumlah pengangguran yang semakin meningkat, sulitnya mencari pekerjaan yang sesuai sehingga berwirausaha menjadi salah satu solusi dari kondisi yang ada). Inovasi juga merupakan perubahan. Perubahan bisa dalam bentuk transformasi, difusi yang berujung pada perubahan.

Inovasi adalah keunggulan. Dengan inovasi berarti kita menciptakan keunggulan-keunggulan dalam bentuk yang baru. Pada hakikatnya inovasi adalah pembaruan atau kebaruan yang menghasilkan nilai tambah baru bagi penggunanya (Romadia et al., 2025).

Tujuan utama dari Inovasi sendiri adalah untuk memenuhi tuntutan pasar sehingga produk inovasi dapat dijadikan sebagai keunggulan bersaing bagi perusahaan. Dari sudut pandang perusahaan, keberhasilan dalam melakukan inovasi dan pengembangan produk berarti selangkah lebih maju dari pesaing. Hal ini sangat membutuhkan kemampuan perusahaan untuk mengenali dan melihat peluang ketertarikan pelanggan, tentunya inovasi harus direncanakan dengan baik (Darma et al., 2022).

Strategi inovasi sendiri dalam sebuah UMK di bidang produk, akan memaksimalkan keunggulan kompetitif dan meminimalkan keterbatasan bersaing. Agar setiap usaha menang dalam setiap persaingan, dan bisa mengungguli persaingan, maka dalam memasarkan produk kepada konsumen seharusnya produsen tidak hanya berdasarkan pada kualitas produk saja, tetapi juga bergantung dari strategi yang diterapkan oleh penjual, yaitu inovasi UMK produk. Melalui inovasi, pelaku usaha dituntut untuk menciptakan produk yang benar-benar baru, atau lain dengan yang sebelumnya, atau membuat produk yang merupakan perbaikan dari produk yang telah ada sebelumnya.

Dalam mengkonsumsi suatu produk, konsumen tidak hanya sebatas melihat pada nilai atau fungsi dari suatu produk yang dibutuhkan, tetapi konsumen juga memperhatikan apakah produk yang dipilih memiliki nilai tambah, atau kelebihan

yang dibandingkan dengan produk lain yang sejenis, keinginan yang harus dimengerti oleh produsen sebagai landasan untuk melakukan inovasi (Syarofi et al., 2022).

Keahlian merupakan pengetahuan, keterampilan dan kompetensi lainnya yang diperlukan untuk melakukan sesuatu, keahlian atau keterampilan seseorang yang memiliki pengetahuan, dan keterampilan prosedur yang luas akan tentang UMK itu sendiri, dan juga sebagai salah satu potensi untuk memajukan UMK. Mendefinisikan keahlian sebagai orang yang memiliki keterampilan dan kemampuan pada derajat yang tinggi (Arinanto et al., 2024).

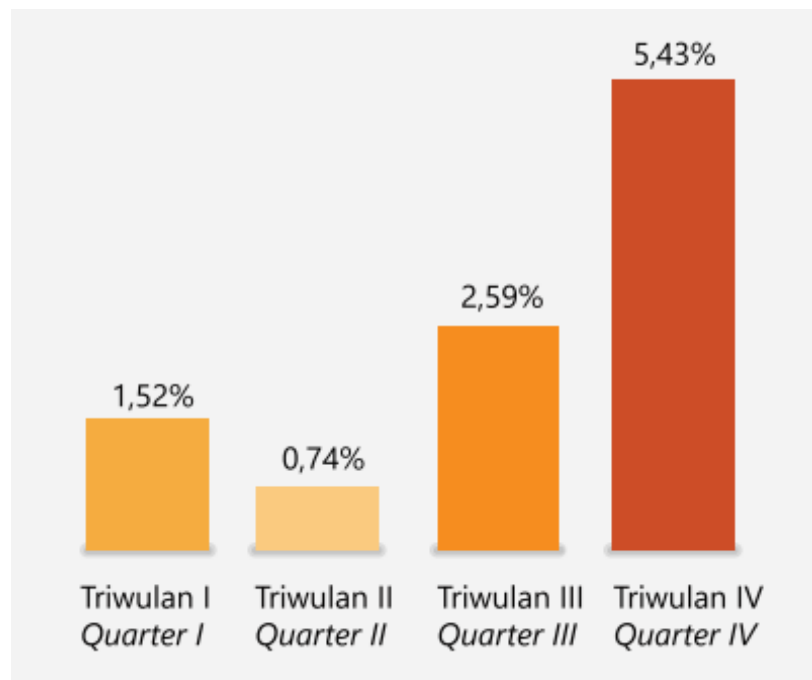
Keahlian juga salah satu pengelolaan UMK yang baik memerlukan penguasaan ilmu pengetahuan dan keterampilan manajemen yang mencakup perencanaan yang matang, pengelolaan produksi yang efisien dan efektif, serta inovasi sebagai pembeda dari pesaing. Keahlian ini sangat penting untuk mendukung keberlanjutan dan daya saing UMK di pasar bebas (Intan et al., 2020).

Afra et al., (2024), menjelaskan bahwa keahlian pelaku UMK sangat mempengaruhi daya saing usaha mereka. Kurangnya keahlian di bidang manajemen dan teknologi adalah salah satu kendala utama yang menghambat pertumbuhan UMK di Indonesia. Menurutnya, peningkatan kapasitas dan keterampilan pelaku UMK merupakan investasi jangka panjang yang sangat penting.

Usaha Mikro Kecil (UMK) yang terus mengalami perkembangan ditandai dengan semakin banyaknya UMK yang bermunculan dengan menawarkan produk inovatif yang beraneka ragam maka, bukan hal yang tidak mungkin bahwa UMK

menjadi prioritas utama untuk memenuhi kebutuhan pasar. Diperlukan inovasi dan kreativitas pemilik UMK agar usahanya terus bisa bersaing. Dan juga usaha kecil menjadi salah satu pilihan usaha yang banyak diminati dimasyarakat, karena dalam pendirian dan pengelolaannya tidak terlalu sulit dengan modal yang relatif sedikit. Namun, usaha kecil juga mempunyai kekurangan dan kelebihan. Kekurangan usaha kecil salah satunya adalah cenderung menghasilkan pendapatan yang tidak teratur, terkadang tidak adanya pencatatan keuangan didalamnya. Namun, tidak sedikit usaha kecil yang masih bisa mempertahankan kelangsungan usahanya sampai saat ini. Usaha kecil juga mempunyai kelebihan yaitu bahan produksi yang digunakan mudah didapatkan dan termasuk bahan lokal, sehingga tidak terlalu terpengaruh dengan naik turunnya nilai rupiah.

Berikut adalah produksi industri Manufaktur Mikro dan Kecil. Tahun 2023 jumlah sampel Survei Industri Mikro dan Kecil (UMK) Triwulan IV adalah sebanyak 769 usaha yang tersebar menurut potensi usaha UMK di Kabupaten/Kota. Dapat dilihat pada gambar yang menjelaskan pertumbuhan UMK atau pertumbuhan produksi industri manufaktur mikro dan keci sebagai berikut.



**Gambar 1. 1 Pertumbuhan Produksi Industri Manufaktur Mikro dan Kecil Provinsi Aceh Dan Nasional, Tahun 2023**

Berdasarkan gambar 1.1 diatas menunjukkan data pertumbuhan produksi industri manufaktur mikro kecil. Pada tahun 2023 terlihat pada gambar tersebut angka produksi di provinsi aceh sangatlah tinggi.

Penelitian ini melihat beberapa fenomena terhadap UMK khususnya UMK Kuliner di Kabupaten Aceh Tenggara. Berdasarkan hasil observasi awal ternyata kendala yang mereka hadapi adalah kurangnya kreativitas, inovasi dan keahlian, sehingga usaha yang dijalankan tidak ada perkembangan.

Untuk itu meningkatkan keberhasilan usaha pada UMK Kuliner di Kabupaten Aceh Tenggara, diperlukan inovasi dan keahlian di bidang kreativitas, memberikan kualitas yang baik agar usaha yang dihasilkan juga baik, usaha dibidang kuliner ini lebih mendekati terhadap makanan berupa kue basah, yang biasanya dijual pada pagi hari dipasar-pasar lokak, yang mana makanan tersebut

adalah sebagian makanan ciri khas dari daerah itu sendiri, adapun alasan penulis mengambil penelitian di bidang ini adalah ingin melihat sejauh mana kreativitas, inovasi dan keahlian mempengaruhi keberhasilan usaha UMK di bidang kuliner. Kreativitas, inovasi dan keahlian dapat juga membantu UMK untuk menambah pengetahuan wirausaha dalam mengelola usahanya, meningkatkan kegiatan operasional, peningkatan kapasitas produksi, dan keberhasilan wilayah pemasaran, dan menciptakan pelanggan sehingga dapat memacu perkembangan usaha mikro kecil.

Usaha yang dihasilkan sekarang ini masih standar seperti usaha kuliner berupa makanan lokal biasa. UMK kuliner di Aceh Tenggara seharusnya dapat melakukan inovasi agar UMK Kuliner di Aceh Tenggara tetap eksis di tengah persaingan Kuliner yang semakin pesat. Berdasarkan fenomena tersebut, perlu dilakukan penelitian tentang Pengaruh Kreativitas, Inovasi dan Keahlian terhadap Keberhasilan Usaha pada UMK Kuliner Kabupaten Aceh Tenggara dengan rumusan masalah, tujuan yang ingin diperoleh melalui penelitian ini

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah kreativitas berpengaruh terhadap keberhasilan usaha pada UMK kuliner di Kabupaten Aceh Tenggara?
2. Apakah Inovasi berpengaruh terhadap keberhasilan usaha pada UMK kuliner di Kabupaten Aceh Tenggara?



3. Apakah Keahlian berpengaruh terhadap keberhasilan usaha pada UMK kuliner di Kabupaten Aceh Tenggara?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan peneliti adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh kreativitas terhadap keberhasilan usaha pada UMK Kuliner di Kabupaten Aceh Tenggara.
2. Untuk mengetahui pengaruh Inovasi terhadap keberhasilan usaha pada UMK Kuliner di Kabupaten Aceh Tenggara.
3. Untuk mengetahui pengaruh Keahlian terhadap keberhasilan usaha pada UMK Kuliner di Kabupaten Aceh Tenggara.

### **1.4 Manfaat Penelitian**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis
  - a. Menambah wawasan keilmuan tentang Keberhasilan UMK Kuliner di Kabupaten Aceh Tenggara, melalui kreativitas, inovasi dan keahlian masyarakat.
  - b. Sebagai bahan prujukan atau referensi bagi masyarakat yang ingin meningkatkan UMK di Kabupaten Aceh Tenggara.
2. Manfaat Praktis
  - a. Untuk memeberikan masukan kepada pihak Masyarakat dalam hal meningkatkan UMK Kuliner di Kabupaten Aceh Tenggara.
  - b. Untuk menambah wawasan dan pengetahuan peneliti dalam dunia Bisnis Khususnya tentang UMK.

- c. Untuk memenuhi sebagai persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana Kewirausahaan, (S. Bns) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis.