

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008, UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) adalah kegiatan usaha produktif yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang memenuhi kriteria usaha mikro, kecil, dan menengah sebagaimana diatur dalam undang-undang tersebut. UU ini bertujuan untuk memberdayakan dan mengembangkan UMKM sebagai bagian penting dari perekonomian nasional. Menurut Hastuti, (2020) Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) memiliki kemampuan untuk menciptakan lapangan pekerjaan bagi masyarakat dan meningkatkan kesejahteraan ekonomi.

Menurut data Badan Pusat Statistik (BPS) dan Kementerian Koperasi (UMKM) adalah salah satu kelompok usaha yang berfungsi sebagai penyangga utama dan berdampak pada banyak tenaga kerja. Secara bersamaan, usaha dengan skala kecil menempati 99% dari sektor usaha ini di Indonesia. Dengan begitu, hampir semua usaha berskala kecil hanya 1% usaha besar dan menengah di Indonesia (Wahyudin, 2013).

Sebagai bagian penting dari berbagai komponen pertumbuhan ekonomi negara, UMKM harus mendapatkan kesempatan, dukungan, jaminan perlindungan, dan peningkatan seluas-luasnya sebagai bentuk keterpihakan terhadap ekonomi rakyat (Purnomo et al., 2020). Salah satu alasan utama mengapa UMKM begitu penting adalah kemampuannya dalam menciptakan lapangan pekerjaan. Menurut Halim, (2020) UMKM adalah peluang yang bagus

untuk mengurangi pengangguran, memperkuat ekonomi, dan meningkatkan taraf hidup masyarakat.

UMKM kuliner merupakan salah satu subsektor dari UMKM yang bergerak di bidang kuliner ialah makanan dengan khasnya dan minuman, yang seiring waktu menunjukkan kontribusi yang signifikan dalam perekonomian nasional dan daerah. Usaha kuliner memberikan layanan hidangan makanan atau minuman kepada pelanggan kemudian pelanggan memilih sajian yang disediakan, dan usaha kuliner menyajikan hidangan sesuai permintaan pelanggan. Usaha kuliner juga sering kali menerima pemesanan antar kepada pelanggan.

Menurut Setyanti, (2012) UMKM kuliner dianggap lebih mudah menjalankan daripada jenis bisnis lainnya, banyak orang memilih bisnis kuliner. Ini menciptakan peluang bisnis kuliner yang sangat besar. Memulai usaha para pemula harus mengenal dan menguasai terlebih dahulu pengetahuan, kemampuan, dan sikap yang dibutuhkan untuk menjadi seorang pengusaha yang sukses, mulai dari menggali ide usaha yang tepat sampai mewujudkannya dan mengelolanya dengan baik untuk memastikan bahwa bisnis tersebut berkembang dan bertahan.

Bisnis kuliner menunjukkan berbagai jenis makanan yang berbeda, lokasi baru untuk mengunjungi, tren makanan, dan perkembangannya yang pesat. Bisnis kuliner dianggap menguntungkan dan memiliki potensi besar, meskipun modalnya kecil. Dapat dilihat dalam UMKM kuliner di Kota Lhokseumawe dengan berbagai macam kuliner yang ada.

Kota Lhokseumawe berada di provinsi Aceh, Indonesia. Kota Lhokseumawe terletak di tengah Sumatra, antara Medan dan Banda Aceh. Saat

ini, pertumbuhan peluang usaha di beberapa bidang seperti industri, wisata, dan kuliner tumbuh dengan pesat di Kota Lhokseumawe, yang menghasilkan banyak peluang usaha. Salah satu perkembangan yang paling berkembang saat ini adalah UMKM kuliner, yang menghasilkan banyak perubahan dalam proses perdagangan dan penjualan.

UMKM kuliner di Kota Lhokseumawe memiliki ciri khas tersendiri yaitu mencerminkan kekayaan budaya Aceh. Beragam masakan tradisional Aceh, seperti nasi goreng Aceh, mie Aceh, kuah beulanggong, keumamah dan terdapat juga kue – kue tradisional Aceh seperti timphan, kue ade, bonromrom, kue bhoi dan lain – lain. Selain makanan, ada juga minuman tradisional Aceh yaitu seperti kopi gayo, kopi sanger, teh tarik, dan le boh timon (Observasi, 2025).

UMKM kuliner di Kota Lhokseumawe juga banyak bisnis modern makanan dan minuman yang diperjualbelikan oleh pelaku usaha contoh dari usaha makanan seperti bakso krispy, batagor, dimsum, sostel, ayam goreng ala korea, donat dan lain- lain. Selain makanan, terdapat juga minuman kekinian seperti es teh nusantara, teh poci, coffe street, smoothies, squas, boba, thai tea dan lain – lain (Observasi, 2025).

Menurut Perekonomian dan Pembangunan Setdako Kota Lhokseumawe, kuliner akan maju dan memberikan dampak bagi perekonomian masyarakat Lhokseumawe dan pelaku UMKM memiliki lokasi untuk memasarkan produknya (Ali, 2024). Kepala Disperindagkop dan UKM Lhokseumawe menyampaikan, keberadaan pasar kuliner ini untuk meningkatkan peluang ekonomi masyarakat. Pasar kuliner ini berada di lintasan jalan Medan-Banda Aceh sehingga sangat

besar peluangnya untuk menggaet konsumen. Tempat ini juga sebagai lokasi promosi produk-produk UMKM Kota Lhokseumawe.

Berdasarkan hasil pra-survei awal (Mei, 2025) terhadap lokasi usaha UMKM kuliner dengan jumlah 4 Kecamatan yang berada di Kota Lhokseumawe yaitu ada di Kecamatan Banda Sakti dengan lokasi usaha di Kuta Blang dengan jumlah lokasi usaha sebanyak 20 usaha UMKM Kuliner, Keude Aceh dengan jumlah 20 usaha UMKM Kuliner dan Lancang Garam dengan jumlah 15 usaha UMKM Kuliner.

Selain itu, ada di Kecamatan Blang Mangat dengan lokasi usaha di Keude Punteuet dengan jumlah 20 usaha UMKM Kuliner, Kecamatan Muara Dua dengan lokasi usaha di Alue awe dengan jumlah 15 usaha UMKM Kuliner dan keude Cunda dengan jumlah 20 usaha UMKM Kuliner dan di Kecamatan Muara satu dengan lokasi usaha di Batuphat Barat dengan jumlah 22 usaha UMKM Kuliner, Batuphat Timur dengan jumlah 15 usaha UMKM Kuliner dan Blang Panyang dengan jumlah 20 usaha UMKM Kuliner.

Berdasarkan pra survei yang telah dilakukan peneliti, menemukan bahwa terdapat banyak produk yang telah menggunakan suatu kreativitas yang baru dan menawarkan nilai tambah yang unik. Bagi pelaku usaha menunjukkan minat pada makanan sehat, maka produk kuliner yang bisa dikembangkan adalah produk kuliner yang kreatif bisa berupa camilan dengan kombinasi rasa unik, atau camilan yang disajikan dengan cara yang menarik dan estetik.

Selain itu, para pelaku usaha juga membuat desain cup yang menarik perhatian konsumen seperti membuat gambar atau logo dan nama usaha yang di

jalankan dengan berbagai bentuknya dan warna yang cantik. Bisnis yang kreatif dapat mempertahankan keberlanjutan bisnis mereka di tengah dinamika industri yang terus berubah dan menjangkau pasar yang lebih luas

Berdasarkan pra survei yang telah dilakukan peneliti, menemukan bahwa banyak UMKM Kuliner di Kota Lhokseumawe yang sudah memodifikasi produk menjadi sesuatu yang berbeda dengan berbagai inovasi produk yang dilakukan dan dapat memuaskan pelanggan. Bagi pelaku usaha UMKM Kuliner Kota Lhokseumawe dalam memberikan sebuah produk yang inovasi dengan menyediakan banyaknya varian rasa minuman contohnya seperti sebuah produk minuman ice tea dengan adanya inovasi yang baru sekarang ice tea sudah banyak varian rasa seperti rasa apel, anggur, coklat dan ada juga minuman boba, coffe dengan rasa buah seperti buah durian dan alpukat. Selain minuman terdapat juga makanan dengan berbagai macam seperti dimsum mentai, dessert dengan berbagai rasa, mie jerit, mie jebew, pancong lumer dan lain – lain.

Kinerja usaha adalah hasil atau prestasi pekerjaan yang terkait dengan tujuan strategis organisasi, kepuasan pelanggan, dan kontribusi ekonomi (Fauziah et al., 2022). Menurut Viviani et al., (2020) Kinerja usaha adalah hasil kerja yang dicapai secara keseluruhan dan dibandingkan dengan hasil kerja, sasaran, target atau kriteria yang ditetapkan dan disepakati bersama. Kinerja usaha UMKM kuliner dapat dikatakan belum konsisten, seperti peningkatan penjualan, peningkatan profit dan pertumbuhan yang memuaskan.

Kinerja Usaha adalah sebuah strategi yang menggunakan pendekatan kewirausahaan dan membutuhkan modal untuk mengembangkan dan menguji ide-

ide baru, mencari peluang pasar baru, dan menempatkan rencana di pasar yang telah ditentukan (Putra et al., 2021). Pengelolaan kinerja usaha dapat digunakan sebagai dasar untuk menentukan seberapa besar perusahaan dapat berkembang. Oleh karena itu, agar UMKM dapat berkembang dan bersaing, kinerja mereka harus diberikan perhatian khusus (Mukoffi & As'adi, 2021).

Menurut Kotler, (2020) menyatakan bahwa lokasi adalah tempat di mana berbagai aktivitas bisnis dilakukan, termasuk membuat produk yang dihasilkan atau dijual dengan harga terjangkau dan tersedia bagi pasar sasaran. Lokasi juga merujuk kepada tempat usaha dimana aktivitas perusahaan beroperasi, melakukan berbagai kegiatan perusahaan seperti produksi barang dan jasa, serta tempat konsumen melakukan aktivitas pembeliannya.

Lokasi usaha dapat mempengaruhi keinginan seseorang konsumen untuk datang dan berbelanja. Sehingga, konsumen tertarik dan mudah menemukannya. Dengan adanya lokasi usaha yang sudah tetap ini, sangat tergantung dengan inovasi produk yang di jalankan oleh pelaku usaha agar konsumen tidak mudah bosan. Menurut Fadilah, (2018) berpendapat bahwa lokasi yang baik yang menjamin akses cepat dapat menarik banyak pelanggan dan cukup kuat untuk mengubah kebiasaan belanja dan pembelian mereka.

Menurut Rismawan et al., (2022) Kreativitas produk merupakan akumulasi dari gagasan perusahaan yang berupa ide-ide yang membedakan dari produk perusahaan yang lain yang mampu memberikan sesuatu yang baru yang hanya ditemukan pada produk lain, maka hal ini akan mendatangkan kepuasan konsumen. Kreativitas diperlukan oleh setiap jenis organisasi dan dipandang

sebagai hal yang melampaui produk baru, layanan baru dan proses baru yang lebih baik. Untuk terus mengembangkan usaha yang dijalankan, perlu dikembangkannya kreativitas dan inovasi produk agar konsumen tidak merasa jenuh dan bosan.

Kreativitas adalah kemampuan untuk menghasilkan karya baru, bermakna, dan berguna pada saat yang sama (Zabelina, 2018). Setiap organisasi memerlukan kreatifitas, yang dianggap melampaui pembuatan barang baru, layanan baru, dan proses baru yang lebih baik. Menurut Kalil & Evant, (2020) mengatur seseorang dengan lebih baik atau membuat laporan dengan cara baru yang lebih efektif. Namun penelitian menurut Papoiwo et al., (2021) variabel kreativitas tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap kinerja UMK.

Inovasi produk merupakan aktivitas yang dikerjakan untuk memperbaiki, meningkatkan, atau mengembangkan kualitas suatu produk. Menurut Prokosa (2013) mengatakan bahwa “inovasi adalah suatu mekanisme perusahaan untuk beradaptasi dengan lingkungan yang dinamis”. Oleh sebab itu dituntut untuk mampu menciptakan pemikiran–pemikiran baru, gagasan-gagasan baru dengan menawarkan produk yang inovatif serta peningkatan pelayanan yang dapat memuaskan pelanggan.

Inovasi adalah cara untuk menerapkan produk dan gagasan yang baru (Lorensa & Hidayah, 2022). Perusahaan menawarkan banyak produk baru dalam berbagai bentuk, mendorong pelanggan untuk lebih tertarik dan memilih produk yang dibuat perusahaan, yang menghasilkan kinerja bisnis yang baik (Muhammad et al., 2020). Berdasarkan lokasi usaha, kreativitas dan inovasi

produk yang sudah di jalankan oleh pelaku usaha sangat berpengaruh terhadap kinerja usaha.

Berdasarkan fenomena yang telah di jelaskan di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih mendalam terkait **“Pengaruh Lokasi usaha, Kreativitas dan Inovasi Produk Terhadap Kinerja Usaha UMKM Kuliner di Kota Lhokseumawe”**.

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah yang diajukan oleh penulis sangat relevan dengan fenomena yang diamati terkait Kinerja Usaha UMKM kuliner di Kota Lhokseumawe. Maka yang menjadi rumusan masalah penelitian ini yaitu:

1. Bagaimana pengaruh lokasi usaha terhadap kinerja usaha UMKM kuliner di Kota Lhokseumawe?
2. Bagaimana pengaruh kreativitas produk terhadap kinerja usaha UMKM kuliner di Kota Lhokseumawe?
3. Bagaimana pengaruh inovasi produk terhadap kinerja usaha UMKM kuliner di Kota Lhokseumawe?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan-tujuan yang disusun oleh penulis secara jelas terkait dengan setiap rumusan masalah yang diajukan maka yang menjadi tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh lokasi usaha terhadap kinerja usaha UMKM kuliner di Kota Lhokseumawe.
2. Untuk mengetahui pengaruh kreativitas produk terhadap kinerja usaha UMKM kuliner di Kota Lhokseumawe.

3. Untuk mengetahui pengaruh inovasi Produk terhadap kinerja usaha UMKM kuliner di Kota Lhokseumawe.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini memberikan manfaat baik dari segi teoritis maupun praktis. Adapun manfaat teoritis dan praktis dari penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Manfaat teoritis

Diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan wawasan dan informasi yang lebih mendalam, terutama terkait dengan pengaruh lokasi usaha, inovasi dan kreativitas produk terhadap kinerja usaha UMKM kuliner di Kota Lhokseumawe.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat praktis pada pihak-pihak sebagai berikut:

- a) Bagi Penulis

Untuk menambahkan prngrtahuan dan pengalaman bagi peneliti, khusus dalam lokasi usaha, inovasi dan kreativitas produk terhadap kinerja usaha UMKM di Kota Lhokseumawe.

- b) Bagi Akademis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi untuk pembelajaran dan penerapan ilmu pengetahuan di bidang kewirausahaan, khususnya dalam aspek lokasi usaha, inovasi, kreativitas produk dan kinerja usaha UMKM kuliner.