

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia menghadapi tantangan signifikan dalam menyeimbangkan pertumbuhan jumlah penduduk dengan ketersediaan lapangan kerja. Kondisi ini menjadikan sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) sebagai aset strategis dan solusi utama untuk mengatasi pengangguran. Peran UMKM sebagai tulang punggung perekonomian nasional terbukti dari kontribusinya yang secara konsisten berada di level yang signifikan, tercatat mencapai kisaran 61,07% terhadap PDB nasional (K. K. R. Indonesia, 2023), Kemampuannya menyerap hampir 97% tenaga kerja dengan jumlah unit usaha mencapai lebih dari 64,2 juta menunjukkan bahwa keberlanjutan dan keberhasilan sektor ini sangat krusial bagi stabilitas ekonomi negara.

Di tingkat daerah, UMKM turut berperan sebagai pendorong utama pembangunan ekonomi lokal. Kabupaten Bireuen menjadi salah satu wilayah di Provinsi Aceh yang memiliki perkembangan UMKM cukup pesat, khususnya pada sektor kuliner. Sektor kuliner merupakan salah satu sektor paling dinamis karena didorong oleh tingginya tingkat konsumsi masyarakat serta kekayaan budaya kuliner lokal. Data Badan Pusat Statistik menunjukkan bahwa sektor kuliner menjadi salah satu sektor UMKM dengan tingkat pertumbuhan tertinggi di Aceh (Statistik, 2023).

Sektor UMKM kuliner memiliki karakteristik persaingan yang ketat serta siklus produk yang cepat. Hal ini menuntut pelaku usaha untuk terus berinovasi dan memahami perilaku konsumen agar mampu bertahan dalam persaingan. Di

Kabupaten Bireuen, UMKM kuliner tidak hanya berfungsi sebagai sarana penciptaan lapangan kerja, tetapi juga menjadi cerminan identitas kuliner daerah yang menarik perhatian masyarakat lokal maupun wisatawan.

Meskipun sektor UMKM Kuliner di Bireuen memiliki potensi pasar yang besar, realitas di lapangan menunjukkan bahwa banyak pelaku usaha menghadapi masalah keberlanjutan. Untuk membuktikan fenomena tersebut secara empiris, peneliti telah melakukan studi pendahuluan (pra-survei) pada awal bulan November 2025 terhadap 30 pelaku UMKM Kuliner di Kabupaten Bireuen yang tersebar di beberapa titik strategis meliputi Kota Juang, Peusangan, Jeumpa, Gandapura, dan Kuta Blang. Hal ini bertujuan untuk mendapatkan gambaran masalah yang menyeluruh dari berbagai ekosistem UMKM kuliner di Kabupaten Bireuen, yang hasilnya disajikan dalam tabel berikut:

Tabel 1.1
Data Pra-Survei Umkm Kuliner

No.	Nama Usaha	Kategori Produk	Lokasi Usaha
1	Bakso Gatok Sarena Cabang Kuta Blang	Makanan (Bakso)	Kuta Blang
2	Es Teler Creamy	Minuman	Kutablang
3	Es Teler Durian	Minuman	Kutablang
4	Dimsum Yana	Makanan (Dimsum)	Gandapura
5	Bakso Family	Makanan	Gandapura
6	Mie kocok ajo	makanan	Gandapura
7	Chicken Crispy Hot Lava	Makanan	Gandapura
8	Pangsit Om Den	Makanan	Rek Bireuen
9	Telur Gulung Hits	Makanan Ringan	Alun-alun Kota Juang
10	The Boss Burger	Makanan Cepat Saji	Kota Juang
11	Nasi Goreng Istanbul	Makanan	Geulanggang Teungoh
12	Kentang & Jamur Crispy Bireuen	Makanan ringan	Jln. Elak Geudong Tengah
13	Nasi Goreng Singkite	Makanan	Rek Bireuen
14	Kedai Pisang CHM	Makanan ringan	Kota Juang

No.	Nama Usaha	Kategori Produk	Lokasi Usaha
15	Pancong Lumer Bireuen	Makanan ringan	Gelanggang Teungoh / Matang Glp Dua
16	Dapur Bakpia Usrah Dua	Kue/Makanan Ringan	Peusangan
17	Sarjana Fried Chicken	Makanan	Peusangan
18	Pisang Kembang Acut	Makanan Ringan/Kue	Matang glumpang dua, Kec. Peusangan
19	Ayam Penyet Cek Yus	Makanan	Keude Matang Glp Dua
20	Dimsum Bakar	Makanan (Dimsum)	Geulanggang Teungoh
21	Nasi bebek AYAH DOLY	Makanan	Kota juang
22	Donat kentang syifa	Makanan ringan	Kota juang
23	Warung rajafad	Makanan	Kota juang
24	Warung makan sari bunda	Makanan	Kota juang
25	Sate matang apali	Makanan	Kota juang
26	Bubur ayam kang adek	Makanan	Kota juang
27	Mie pangsit kak ham	Makanan	Kota juang
28	Martabak mesir khas bireuen	kue	Kota juang
29	Ayam geprek putri	Makanan	Rek bireuen
30	Mie pangsit apilin	Makanan	Rek bireuen

Sumber: Data pra-survey, 2026

Berdasarkan Tabel 1.1 mengenai data 30 UMKM kuliner hasil pra-survei tersebut menunjukkan adanya berbagai hambatan manajerial yang dialami oleh pelaku UMKM kuliner di Kabupaten Bireuen. Isu yang paling mendasar teridentifikasi pada aspek Literasi Keuangan, di mana masih banyak pelaku usaha mengakui bahwa pengelolaan keuangan usaha mereka masih menyatu dengan kebutuhan pribadi maupun rumah tangga. Ketidaksiapan dalam memisahkan pos anggaran ini mengisyaratkan rendahnya penguasaan tata kelola arus kas secara profesional, yang pada akhirnya memicu ketidakpastian dalam kalkulasi laba bersih usaha secara akurat.

Permasalahan di sisi finansial tersebut berbanding lurus dengan realitas Keberhasilan Usaha yang belum menunjukkan stabilitas optimal. Dan juga pelaku usaha tersebut mengonfirmasi bahwa omzet mereka cenderung fluktuatif dan kerap gagal menyentuh target laba yang telah direncanakan. Kondisi ini mengindikasikan bahwa tanpa fundamental manajemen yang kokoh, usaha kuliner di wilayah Bireuen berisiko mengalami stagnansi operasional, terutama saat berhadapan dengan dinamika pasar yang tidak menentu.

Di sisi lain, rendahnya daya saing UMKM juga dipicu oleh kurangnya Orientasi Pasar, yang dialami oleh pelaku usaha. Berdasarkan hasil pra-survei, fenomena inovasi pada UMKM kuliner di Bireuen menunjukkan stagnasi kreatif yang cukup memprihatinkan. Banyak pelaku usaha yang terjebak dalam pola bisnis pengikut (*follower*), di mana mereka hanya akan memodifikasi menu jika ada tren viral dari luar daerah, tanpa adanya upaya menciptakan keunikan lokal (*signature dish*) yang orisinal.

Minimnya inisiatif untuk memantau pergerakan kompetitor maupun melakukan riset sederhana terhadap selera konsumen baru berdampak pada lemahnya aktivitas Inovasi Produk. Hal ini terbukti dari banyaknya pelaku usaha yang sama sekali tidak melakukan penyegaran produk, baik dari segi variasi menu maupun estetika kemasan dalam satu tahun terakhir. Tanpa adanya pembaruan yang berkelanjutan, produk yang ditawarkan cenderung menjadi statis dan berisiko kehilangan daya tarik di hadapan konsumen yang kini semakin selektif.

Di sisi lain, rendahnya daya saing UMKM juga dipicu oleh kurangnya Orientasi Pasar yang berdampak pada lemahnya aktivitas Inovasi Produk.

Berdasarkan hasil pra-survei, fenomena inovasi pada UMKM kuliner di Bireuen menunjukkan stagnasi kreatif yang cukup memprihatinkan. Banyak pelaku usaha yang terjebak dalam pola bisnis "pengikut" (*follower*), di mana mereka hanya akan memodifikasi menu jika ada tren viral dari luar daerah, tanpa adanya upaya menciptakan keunikan lokal (*signature dish*) yang orisinal.

Hal ini terbukti dari banyaknya pelaku usaha yang sama sekali tidak melakukan penyegaran produk, baik dari segi variasi menu, penggunaan teknologi pengolahan, maupun estetika kemasan dalam satu tahun terakhir. Pelaku usaha cenderung merasa aman dengan menu yang sudah ada, padahal perilaku konsumen di Bireuen terus berubah. Ketiadaan inovasi pada aspek kemasan juga mengakibatkan produk sulit dipasarkan secara lebih luas (seperti layanan antar atau oleh-oleh), sehingga jangkauan pasar tetap terbatas. Tanpa adanya pembaruan yang berkelanjutan, produk yang ditawarkan menjadi statis dan berisiko kehilangan daya tarik di hadapan konsumen yang kini semakin selektif.

Fenomena hambatan manajerial ini teridentifikasi pada berbagai karakteristik wilayah di Kabupaten Bireuen yang menjadi lokus penelitian. Di pusat perkotaan seperti Kota Juang dan Peusangan, UMKM menghadapi tekanan persaingan yang sangat tinggi. Di wilayah sentra produksi seperti Jeumpa, kendala inovasi produk menjadi hambatan utama dalam pengembangan industri oleh-oleh. Sementara di koridor lintas seperti Gandapura dan Kuta Blang, keberlanjutan produk ikonik terancam oleh kurangnya orientasi pasar dan literasi keuangan yang mumpuni.

Temuan tersebut sejalan dengan laporan Asosiasi Industri Usaha Mikro Kecil dan Menengah Indonesia yang menunjukkan bahwa penurunan omzet UMKM rata-

rata dapat mencapai hampir 50%, dengan sektor makanan dan kuliner menjadi yang paling terdampak oleh lesunya penjualan dan tingginya persaingan (Finance, 2025). Kondisi ini memperkuat indikasi bahwa Keberhasilan Usaha UMKM Kuliner membutuhkan intervensi strategis dan manajerial yang komprehensif.

Tekanan pasar yang berat akibat masalah-masalah di atas menunjukkan bahwa mempertahankan usaha tidak cukup hanya dengan mengandalkan rasa produk yang enak, melainkan membutuhkan intervensi strategis dan manajerial yang komprehensif. Intervensi strategis harus berfokus pada pasar dan produk, sementara intervensi manajerial harus memastikan aspek internal usaha dikelola dengan baik. Oleh karena itu, penelitian ini menekankan pentingnya tiga pilar utama: Orientasi Pasar sebagai strategi mendasar untuk memahami pelanggan, Inovasi Produk sebagai aksi nyata untuk menciptakan daya tarik di tengah persaingan, dan Literasi Keuangan sebagai fondasi manajerial untuk mengelola pertumbuhan yang dihasilkan secara efisien.

Orientasi Pasar menjadi pilar strategis mendasar yang dibutuhkan. Menurut Abdurrahman et al., (2022), Orientasi pasar adalah aktivitas yang berkaitan dengan penciptaan dan kepuasan pelanggan dengan menilai kebutuhan dan keinginan pelanggan, dapat disimpulkan bahwa orientasi pasar diperlukan agar perusahaan dapat mengidentifikasi resiko dan peluang pasar dengan tepat dengan mencari informasi mengenai kebutuhan pasar serta persaingan yang sedang terjadi. Selanjutnya Ghozali dan Laksana (2022) menyatakan bahwa tujuan adanya orientasi pasar adalah untuk menciptakan bisnis di mana pelaku usaha menjadikan

kebutuhan dan preferensi pelanggan sebagai titik fokus utama dalam pengambilan Keputusan.

Realisasi intervensi strategis kedua bertumpu pada inovasi produk di lapangan. Mengingat kondisi pasar yang senantiasa bergerak cepat, kemampuan inovasi pada aspek produk menjadi kunci utama dalam mempertahankan dan meningkatkan keunggulan bersaing. Menurut Kotler dan Keller (2021) inovasi produk adalah proses menciptakan produk baru atau menyempurnakan produk yang ada dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan konsumen yang belum terpenuhi atau memberikan nilai tambah yang lebih besar.

UMKM wajib menciptakan diferensiasi yang kuat, baik melalui inovasi menu baru, modifikasi rasa, ataupun pengembangan kemasan yang unik. Inovasi produk merupakan *output* dari orientasi pasar yang baik, di mana ide-ide kreatif dikembangkan untuk memenuhi permintaan yang belum terpenuhi atau untuk menarik minat beli ulang (Setyawan & Aditya, 2022). Dengan demikian Inovasi Produk berperan sebagai motor penggerak pertumbuhan yang memungkinkan UMKM Kuliner Bireuen memiliki keunggulan kompetitif yang berbeda dari pesaingnya.

Aksi strategis di pasar (Orientasi Pasar dan Inovasi Produk) harus didukung oleh fondasi manajerial internal yang solid, yaitu Literasi Keuangan. Literasi keuangan dapat diartikan sebagai kombinasi antara pemahaman dan keyakinan diri yang berperan penting dalam membentuk sikap serta perilaku individu, terutama dalam konteks pengambilan keputusan untuk tercapainya kesejahteraan finansial dalam pengelolaan keuangan (Carina et al., 2024). Selanjutnya Haq dan Muzakki

(2023) menjelaskan bahwa pengelolaan keuangan mencakup keseluruhan aktivitas yang terdiri dari perencanaan, pelaksanaan, pencatatan, pelaporan, hingga pertanggungjawaban keuangan. Dalam konteks UMKM, perilaku pengelolaan keuangan menjadi aspek krusial dalam disiplin ilmu keuangan.

Dengan demikian, orientasi pasar, inovasi produk, dan literasi keuangan merupakan variabel penting yang diduga memiliki pengaruh signifikan terhadap keberhasilan UMKM. keberhasilan usaha didefinisikan sebagai kemampuan entitas bisnis untuk menghasilkan laba secara konsisten sebagai indikator utama aktivitasnya (Hariyanto & Ie, 2023) yang dicapai melalui proses bertahap melalui pemanfaatan keterampilan dan kapasitas adaptasi pelaku usaha (Nuryatimah & Damirih, 2021).

Namun, urgensi untuk meneliti kembali variabel-variabel tersebut tidak hanya didasari oleh kondisi di Kabupaten Bireuen. Selain fenomena di lapangan, penelitian ini didasari oleh adanya kesenjangan hasil (*research gap*) dari penelitian terdahulu yang menunjukkan ketidakkonsistenan temuan. Penelitian yang dilakukan oleh Ardy et al., (2023) menyatakan bahwa orientasi pasar berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha, namun pada variabel inovasi produk, penelitian tersebut justru menemukan adanya pengaruh negatif. Hal ini bertolak belakang dengan temuan Merline dan Widjaja (2022) serta Harini et al., (2022) yang membuktikan bahwa inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha.

Selain itu, terdapat perbedaan hasil pada variabel literasi keuangan, di mana Arrezqi (2024) menemukan pengaruh positif signifikan terhadap kinerja usaha,

sementara Shidiq et al., (2024) justru menunjukkan hasil yang tidak signifikan pada UMKM Kuliner. Keterbatasan penelitian sebelumnya juga sering kali memisahkan pengujian variabel-variabel tersebut tanpa mempertimbangkan peran literasi keuangan sebagai faktor kunci dalam pengelolaan laba secara konsisten. Hal inilah yang memotivasi penulis untuk mengintegrasikan variabel orientasi pasar, inovasi produk, dan literasi keuangan guna mengisi celah penelitian tersebut, khususnya pada UMKM Kuliner di Kabupaten Bireuen.

Penelitian ini menggunakan perspektif *Resource-Based View* (RBV), yang memandang bahwa keberhasilan usaha UMKM Kuliner di Bireuen ditentukan oleh bagaimana pelaku usaha mengelola kapabilitas internal mereka seperti pemahaman pasar, kemampuan berinovasi, dan kecakapan mengelola keuangan sebagai sumber daya strategis yang mampu mendorong pertumbuhan usaha secara berkelanjutan.

Berdasarkan uraian latar belakang dan fenomena di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang **“Pengaruh orientasi pasar, inovasi produk dan literasi keuangan terhadap keberhasilan UMKM Kuliner Di Kabupaten Bireuen”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah disampaikan dapat dirumuskan beberapa rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah orientasi pasar berpengaruh terhadap keberhasilan UMKM kuliner di Kabupaten Bireuen?
2. Apakah inovasi produk berpengaruh terhadap keberhasilan UMKM kuliner di Kabupaten Bireuen?

3. Apakah literasi keuangan berpengaruh terhadap keberhasilan UMKM kuliner di Kabupaten Bireuen?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk menganalisis pengaruh orientasi pasar terhadap keberhasilan UMKM kuliner di Kabupaten Bireuen?
2. Untuk menganalisis pengaruh inovasi produk terhadap keberhasilan UMKM kuliner di Kabupaten Bireuen?
3. Untuk menganalisis pengaruh literasi keuangan terhadap keberhasilan UMKM kuliner di Kabupaten Bireuen?

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian, maka penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dan berguna untuk:

1. Secara Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan dan informasi lebih, terutama berkaitan dengan orientasi pasar inovasi produk dan literasi keuangan terhadap keberhasilan UMKM kuliner di Kabupaten Bireuen.

2. Secara praktis

- a. Bagi penulis

Memberikan kesempatan bagi penulis untuk menerapkan ilmu manajemen dan kewirausahaan yang diperoleh di bangku kuliah, serta mengembangkan kemampuan analisis data empiris.

b. Bagi Akademis

Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi penting dalam pengembangan ilmu pengetahuan dengan memperkaya literatur mengenai pengelolaan usaha, khususnya keberhasilan dan faktor faktor yang mempengaruhinya.