

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Fenomena pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) telah menjadi pilar penting dalam perekonomian global, terutama di negara-negara berkembang seperti No., di mana UMKM memberikan kontribusi signifikan terhadap penciptaan lapangan kerja dan pengurangan kemiskinan. Sektor kuliner, sebagai bagian dari UMKM, menunjukkan dinamika yang tinggi karena melibatkan inovasi dalam produk makanan dan minuman yang terus beradaptasi dengan selera konsumen yang berubah. Namun tantangan seperti persaingan pasar yang ketat telah mempengaruhi kelangsungan UMKM ini, sehingga memerlukan pemahaman mendalam tentang faktor-faktor yang mendorong pertumbuhan mereka (Suryana, 2021). Dalam konteks ini, inovasi produk, kualitas produk, dan kreativitas pemasaran muncul sebagai elemen kunci yang dapat mempengaruhi keberhasilan kuliner UMKM.

Fokus penelitian ini kemudian dipersempit ke Kota Lhokseumawe, sebuah daerah di Provinsi Aceh yang memiliki potensi besar dalam sektor kuliner berkat kekayaan budaya lokal dan sumber daya alam seperti rempah-rempah. Meskipun UMKM kuliner di kota ini berkembang pesat, banyak yang masih menghadapi kendala dalam mencapai pertumbuhan berkelanjutan, seperti keterbatasan akses teknologi dan pasar. Hal ini menimbulkan masalah spesifik: bagaimana inovasi produk (misalnya, pengembangan menu baru dengan bahan lokal), kualitas produk (seperti standar keamanan pangan dan rasa), serta kreativitas pemasaran (termasuk penggunaan media sosial dan promosi unik) dapat ditingkatkan untuk mendorong pertumbuhan UMKM kuliner di Lhokseumawe.

Tabel 1.1
Distribusi Sampel Penelitian UMKM Sektor
Kuliner Di Kota Lhokseumawe

No.	Kecamatan	Jumlah Populasi	Jumlah Sampel
1	Banda Sakti	709	25
2	Muara dua	375	12
3	Blang mangat	244	22
4	Muara satu	167	35
Total		1.495	94

Sumber: disperindag.kov

Berdasarkan tabel 1.1 di atas, jumlah populasi UMKM sektor kuliner di kota Lhokseumawe yang terbesar di empat kecamatan adalah sebanyak 1.495 UMKM, dengan jumlah sampel sebanyak 94 responden. Kecamatan banda sakti memiliki jumlah populasi terbesar, yaitu sebanyak 709 UMKM, dengan jumlah sampel sebanyak 25 responden. Selanjutnya, kecamatan muara dua memiliki jumlah populasi sebanyak 375 UMK, dengan jumlah sampel sebanyak 12 responden. Kecamatan blang mangat memiliki jumlah populasi 244 UMKM, dengan jumlah sampel 22 responden. Sementara itu kecamatan muara satu memiliki jumlah populasi sebanyak 167 UMKM, dengan jumlah sampel sebanyak 35 responden. Dengan demikian, total populasi UMKM sektor kuliner yang menjadi objek penelitian adalah sebanyak 1.495 UMKM, sedangkan jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 94 responden yang tersebar di empat kecamatan di kota Lhokseumawe.

Perkembangan teknologi digital telah mengubah pola persaingan UMKM, khususnya pada sektor kuliner. Konsumen saat ini tidak hanya mempertimbangkan harga, tetapi juga mengutamakan keunikan produk, kualitas yang konsisten, serta kemudahan memperoleh informasi melalui media digital. Oleh karna itu pelaku UMKM dituntut mampu melakukan inovasi produk secara berkelanjutan agar dapat memenuhi kebutuhan pasar yang terus berubah Yaskun et al. (2023).

Selain inovasi produk, kualitas produk menjadi faktor yang sangat menentukan keberhasilan UMKM dalam mempertahankan pelanggan. Produk dengan cita rasa yang konsisten, tampilan yang menarik, keamanan pangan yang terjamin, serta kualitas bahan baku yang baik akan meningkatkan kepuasan pelanggan dan mendorong terjadinya pembelian ulang Evans & Lindsay (2022). Konsumen saat ini tidak hanya mempertimbangkan harga, tetapi juga memperhatikan kualitas, keunikan, dan inovasi produk yang ditawarkan. Oleh karena itu, pelaku UMKM dituntut untuk mampu memahami orientasi pasar dan melakukan inovasi secara berkelanjutan agar dapat meningkatkan daya saing dan kinerja usaha. Yaskun et al. (2023)

Di sisi lain, kreativitas pemasaran menjadi aspek penting dalam meningkatkan pertumbuhan UMKM, terutama pada era digital. Pemanfaatan media sosial, pembuatan konten kreatif, promosi yang menarik, serta kemampuan membangun hubungan dengan pelanggan merupakan bentuk kreativitas pemasaran yang mampu memperluas jangkauan pasar Harini et al. (2022).

Penelitian mengenai pengaruh inovasi produk, kualitas produk, dan kreativitas pemasaran terhadap pertumbuhan UMKM telah banyak dilakukan, namun masih terdapat beberapa kesenjangan penelitian yang perlu dikaji lebih lanjut. Berbagai studi sebelumnya menunjukkan bahwa inovasi produk berperan penting dalam meningkatkan daya saing usaha, namun dalam praktiknya tidak semua pelaku UMKM mampu melakukan inovasi secara berkelanjutan sehingga dampaknya terhadap pertumbuhan usaha belum konsisten.

Di sisi lain, kualitas produk sering dianggap sebagai faktor utama dalam menarik dan mempertahankan konsumen, tetapi beberapa penelitian menemukan bahwa kualitas produk saja tidak cukup tanpa didukung oleh strategi pemasaran yang efektif. Selain itu, kreativitas pemasaran, khususnya dalam pemanfaatan

media digital, terbukti mampu memperluas jangkauan pasar, namun penerapannya pada UMKM masih belum optimal dan hasil penelitiannya juga menunjukkan variasi yang berbeda-beda.

Kesenjangan lainnya terletak pada keterbatasan penelitian yang mengintegrasikan ketiga variabel tersebut secara parsial dalam satu model penelitian, serta kurangnya kajian yang secara spesifik meneliti UMKM sektor kuliner di kota Lhokseumawe yang memiliki karakteristik pasar dan perilaku konsumen yang berbeda dibandingkan dengan kota besar. Oleh karena itu, penelitian ini penting dilakukan untuk mengisi kesenjangan tersebut dengan menganalisis secara komprehensif pengaruh inovasi produk, kualitas produk, dan kreativitas pemasaran terhadap pertumbuhan UMKM sektor kuliner di kota Lhokseumawe.

Masalah ini penting untuk diteliti dengan pendekatan kuantitatif karena memungkinkan pengukuran empiris terhadap hubungan kausal antara variabel-variabel tersebut dan pertumbuhan UMKM, yang meliputi indikator seperti peningkatan pendapatan, perluasan pasar, dan ketahanan bisnis. Pendekatan ini memberikan data numerik yang dapat dianalisis secara statistik untuk menghasilkan temuan yang generalisasi, berbeda dari pendekatan kualitatif yang lebih deskriptif. Merujuk pada studi terdahulu, penelitian oleh Rahayu dan Sari (2022) menunjukkan bahwa inovasi produk secara signifikan meningkatkan daya saing UMKM kuliner di No., dengan data survei dari 150 responden yang mengungkap korelasi positif antara inovasi dan pertumbuhan penjualan.

Penelitian ini akan mengisi kekosongan tersebut dengan melakukan analisis kuantitatif spesifik di Kota Lhokseumawe, mengintegrasikan ketiga variabel tersebut dalam model regresi untuk mengukur dampaknya terhadap pertumbuhan UMKM kuliner. Dengan menggunakan data primer dari survei terhadap pemilik UMKM, penelitian ini akan memberikan wawasan lokal yang

dapat menjadi dasar untuk intervensi kebijakan yang lebih tepat sasaran, berbeda dari studi umum yang tidak mempertimbangkan variasi regional.

Relevansi pendekatan kuantitatif dalam menjawab masalah ini terletak pada kemampuannya untuk menghasilkan data empiris yang dapat diuji secara statistik, seperti melalui analisis regresi linier berganda, untuk mengkonfirmasi hubungan kausal dan mengukur kekuatan pengaruh. Pendekatan ini memungkinkan generalisasi temuan ke populasi UMKM kuliner serupa, sekaligus memberikan rekomendasi praktis bagi pemilik bisnis dan pemerintah daerah, yang tidak dapat dicapai dengan metode kualitatif saja.

Berdasarkan konteks yang telah diuraikan dari latar belakang di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **Pengaruh Inovasi Produk, Kualitas Produk, dan Kreativitas Pemasaran Terhadap Pertumbuhan UMKM Sektor Kuliner di Kota Lhokseumawe.**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah inovasi produk berpengaruh terhadap pertumbuhan UMKM sektor kuliner di Kota Lhokseumawe?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap pertumbuhan UMKM sektor kuliner di Kota Lhokseumawe?
3. Apakah kreativitas pemasaran berpengaruh terhadap pertumbuhan UMKM sektor kuliner di Kota Lhokseumawe?

1.3 Tujuan penelitian

Berdasarkan rumusan masalah penelitian di atas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui pengaruh inovasi produk terhadap pertumbuhan UMKM sektor kuliner di Kota Lhokseumawe.

2. Mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap pertumbuhan UMKM sektor kuliner di Kota Lhokseumawe.
3. Mengetahui pengaruh kreativitas pemasaran terhadap pertumbuhan UMKM sektor kuliner di Kota Lhokseumawe.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Praktis

Secara praktis hasil penelitian ini, diharapkan dapat memberi manfaat kepada masyarakat, dan menjadikan referensi bagi pelaku UMKM, untuk meningkatkan penjualan sehingga mendapatkan hasil yang maksimal, serta Inovasi Produk, Kualitas Produk, dan Kreativitas Pemasaran serta mampu menjadi masukan bagi Masyarakat, bahwa jika ingin menjadi seorang wirausahawan maka harus memiliki basic, serta Inovasi Produk, Kualitas Produk, dan Kreativitas Pemasaran. Selain itu hasil penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi masukan dan referensi bagi para peneliti lainnya yang melakukan penelitian dibidang usaha UMKM.

1.4.2 Manfaat Teoritis

Secara teoritis, hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan, sehingga dapat menjadi bahan referensi, untuk menciptakan strategi-strategi yang baru sesuai kebutuhan masyarakat. Bagi pengusaha UMKM, Semoga penelitian ini dapat membantu meningkatkan Inovasi Produk, Kualitas Produk, dan Kreativitas Pemasaran terhadap UMKM.