# BAB I

# PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran krusial sebagai fondasi perekonomian Indonesia karena mendominasi hampir seluruh sektor ekonomi dan memberikan kontribusi besar terhadap pembangunan nasional, khususnya dalam penyerapan tenaga kerja, pemerataan ekonomi bagi masyarakat berpenghasilan rendah, serta pembentukan Produk Domestik Bruto (PDB). Secara kuantitatif, UMKM mencakup hampir 99% dari total unit usaha di Indonesia dan menyumbang sebesar 60,51% terhadap PDB nasional, sehingga menjadikannya tulang punggung pertumbuhan ekonomi dan pendorong utama kesejahteraan masyarakat (C. I. Azzahra et al., 2021).

Namun dalam tantangan saat ini, masyarakat saat ini dihadapkan pada tantangan laju pertumbuhan penduduk yang cepat, sementara penyediaan lapangan pekerjaan dari pemerintah maupun sektor swasta masih terbatas. Kondisi ini menuntut masyarakat memiliki keahlian dan kemampuan yang memadai agar mampu bersaing di dunia kerja. Keterbatasan lapangan kerja meningkatkan angka pengangguran, sedangkan pertambahan penduduk yang tinggi menimbulkan ketidakseimbangan daya dukung lingkungan dan potensi masalah ekologis, termasuk risiko bencana dan kerusakan alam. Situasi tersebut semakin diperparah oleh pandemi COVID-19. Meski demikian, angka pengangguran sebelum pandemi juga sudah tinggi, yakni 6,93 juta orang pada Februari tahun 2020, dan meningkat menjadi 7,86 juta orang pada tahun 2023. Kenaikan ini menyebabkan terbatasnya

lapangan pekerjaan, naiknya harga kebutuhan pokok, serta PHK oleh perusahaan terdampak pandemi, yang berpotensi memicu peningkatan kriminalitas akibat kebutuhan dasar masyarakat yang tidak terpenuhi (Frisnoiry et al., 2024).

Menurut Yolanda (2024) kontribusi UMKM terhadap perekonomian Indonesia menjadikannya prioritas nasional dalam percepatan pembangunan. UMKM menjadi fokus utama karena mampu menyerap tenaga kerja dalam jumlah besar serta menciptakan banyak lapangan pekerjaan, sehingga membantu mengurangi angka pengangguran. Konsep keberlanjutan ini mencakup tidak hanya aspek ekonomi, tetapi juga dimensi sosial dan lingkungan, sehingga keseimbangan antara keuntungan, manusia, dan lingkungan menjadi kunci untuk menjaga stabilitas dan pertumbuhan UMKM di tengah dinamika perubahan lingkungan eksternal.

Dalam konteks daerah, Provinsi Aceh juga mengalami dinamika perkembangan UMKM yang signifikan dalam beberapa tahun terakhir. Data pemerintah menunjukkan bahwa jumlah UMKM di Aceh meningkat dari sekitar 424.850 unit pada tahun 2024 menjadi mencapai 624.477 unit pada 2025, atau naik sekitar 68% dalam kurun waktu satu tahun, meskipun mayoritas masih berupa usaha mikro yang membutuhkan dukungan untuk naik kelas usaha (saintifik dan operasional) dan menghadapi tantangan seperti rendahnya literasi digital, akses permodalan yang terbatas, serta kelemahan dalam promosi produk (Badan Pusat Statistik Provinsi Aceh, 2025; Dinas Koperasi dan Usaha Kecil Menengah Aceh, 2025).

Pertumbuhan kuantitatif ini mencerminkan bahwa UMKM di Aceh tidak hanya berperan penting secara lokal, tetapi juga merupakan bagian dari strategi pembangunan ekonomi yang harus dihadapi dengan kebijakan yang adaptif agar mampu meningkatkan kualitas produk, memperluas pasar, dan meningkatkan daya saing di tingkat regional maupun nasional.

Pada tingkat lokal, Kota Lhokseumawe merupakan salah satu wilayah di Provinsi Aceh yang memiliki aktivitas UMKM yang cukup berkembang. Berdasarkan data (Badan Pusat Statistik Kota Lhokseumawe, 2022), UMKM mendominasi struktur unit usaha dan menjadi sumber utama mata pencaharian masyarakat, terutama pada sektor perdagangan, kuliner, jasa, serta usaha mikro berbasis rumah tangga. Keberadaan UMKM juga berperan penting dalam penyerapan tenaga kerja dan berkontribusi terhadap penurunan tingkat pengangguran di Kota Lhokseumawe.

Dalam mendukung perkembangan tersebut, Pemerintah Kota Lhokseumawe melalui Dinas Perindustrian, Perdagangan, dan Koperasi telah melakukan berbagai upaya, antara lain penyelenggaraan kegiatan Ahad Festival dan Ramadhan Fair yang melibatkan pelaku UMKM, serta fasilitasi sertifikasi halal bagi produk UMKM. Program-program ini bertujuan untuk meningkatkan kualitas produk, memperluas akses pasar, serta memperkuat daya saing UMKM di tingkat lokal ( Hafni & Iryani, 2025). Namun demikian, dukungan eksternal tersebut belum sepenuhnya menjamin keberlanjutan usaha UMKM dalam jangka panjang, khususnya di tengah dinamika persaingan usaha yang semakin meningkat.

Peningkatan jumlah UMKM di Kota Lhokseumawe dari tahun ke tahun menunjukkan dinamika ekonomi yang positif, namun pertumbuhan kuantitas usaha tersebut belum tentu berbanding lurus dengan keberlanjutan usaha dalam jangka panjang. Keberlanjutan usaha merupakan gambaran kondisi di mana suatu entitas bisnis. Khususnya UMKM, mampu bertahan, berkembang, dan menjalankan operasionalnya secara berkelanjutan dalam jangka panjang. Keberlanjutan tidak hanya dilihat dari aspek ekonomi, tetapi juga mencakup dimensi sosial dan lingkungan melalui pendekatan *triple bottom line* yang menekankan keseimbangan antara keuntungan, manusia, dan lingkungan. keberlanjutan usaha menjadi sangat penting bagi pelaku UMKM. Dimana sektor ini sering menjadi tulang punggung ekonomi lokal, namun memiliki kerentanan tinggi terhadap perubahan lingkungan eksternal.

Keberlanjutan usaha kecil tidak hanya berkaitan dengan kemampuan bertahan, tetapi juga meliputi kemampuan berinovasi dan bersaing secara strategis (Teece, 2018). Keberlanjutan UMKM tidak hanya diukur dari banyaknya unit usaha yang berdiri, tetapi dari kemampuan pelaku usaha untuk mempertahankan eksistensi, beradaptasi terhadap perubahan pasar, serta menghasilkan kinerja usaha yang stabil dan berkelanjutan (OECD, 2026). Dalam konteks persaingan yang semakin ketat akibat meningkatnya jumlah UMKM, pelaku usaha yang tidak memiliki kapasitas adaptif cenderung mengalami penurunan kinerja bahkan berpotensi keluar dari pasar. Kondisi ini sangat relevan bagi UMKM sektor kuliner, ritel, dan jasa yang umumnya beroperasi pada pasar yang dinamis, memiliki tingkat

persaingan tinggi, serta sangat bergantung pada perubahan selera konsumen dan daya beli masyarakat.

Dalam perspektif yang lebih luas, beberapa studi menegaskan bahwa keberlanjutan UMKM sangat dipengaruhi oleh faktor internal usaha, seperti kemampuan manajerial, strategi pengembangan produk, dan pengelolaan keuangan yang efektif (Siregar & Badrudin, 2019). Pada UMKM kuliner, ritel, dan jasa, kelemahan pada aspek-aspek tersebut sering menyebabkan usaha sulit berinovasi dan mempertahankan keunggulan bersaing, sehingga hanya mampu bertahan dalam jangka pendek, yaitu usaha yang hanya mampu bertahan dalam waktu singkat dan rentan terhadap guncangan ekonomi. Oleh karena itu, tantangan utama UMKM di Kota Lhokseumawe saat ini tidak lagi sekadar bagaimana meningkatkan jumlah unit usaha, melainkan bagaimana memastikan setiap UMKM khususnya pada sektor kuliner, ritel, dan jasa mampu bertahan, berkembang, dan berdaya saing secara berkelanjutan dalam menghadapi dinamika pasar yang terus berubah (Wijayanti & Hanandia, 2022).

Namun demikian, pada tataran empiris penerapan kreativitas, inovasi produk, dan literasi keuangan oleh pelaku UMKM belum sepenuhnya berjalan secara optimal. Berbagai keterbatasan masih dijumpai dalam kemampuan pelaku usaha untuk mengembangkan ide kreatif, melakukan inovasi produk secara berkelanjutan, serta mengelola keuangan usaha secara terencana. Kondisi ini berpotensi menghambat daya saing dan keberlanjutan UMKM, khususnya dalam menghadapi persaingan usaha dan perubahan pasar yang semakin dinamis.

Permasalahan keberlanjutan UMKM di Kota Lhokseumawe tidak terlepas dari keterbatasan kreativitas pelaku usaha sebagai salah satu faktor internal yang berperan penting dalam keberlanjutan usaha jangka panjang. Sejumlah kajian menyebutkan bahwa kreativitas merupakan elemen kunci yang memungkinkan UMKM menciptakan nilai tambah, membedakan produk, serta menyesuaikan diri dengan dinamika pasar yang terus berubah (OECD, 2026; Teece, 2018) . Sebagian besar UMKM di Kota Lhokseumawe masih didominasi oleh sektor perdagangan dan kuliner dengan karakteristik produk yang relatif seragam, baik dari segi rasa, bentuk, maupun kemasan. Kondisi tersebut menyebabkan tingkat persaingan menjadi tinggi, sementara diferensiasi produk masih terbatas.

Rendahnya kreativitas dalam menciptakan keunikan produk dapat menyebabkan UMKM kesulitan membangun citra merek, menarik minat konsumen, dan mempertahankan loyalitas pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa kreativitas belum dimanfaatkan secara optimal sebagai strategi untuk meningkatkan daya saing dan keberlanjutanan usaha. Perubahan kebutuhan dan keinginan konsumen yang semakin dinamis menuntut pelaku UMKM untuk terus meningkatkan kreativitas dalam mengembangkan produk yang sesuai dengan perkembangan pasar. Tingginya kreativitas dan inovasi telah mengubah perilaku konsumen sehingga mereka memiliki lebih banyak pilihan dalam menentukan produk atau jasa yang akan digunakan. Kondisi tersebut menuntut pelaku UMKM untuk tidak hanya menawarkan produk yang berkualitas, tetapi juga mampu menciptakan keunikan yang menjadi nilai pembeda dibandingkan pesaing (Nugroho, 2022).

Selain kreativitas, inovasi produk merupakan faktor penting yang memengaruhi keberlanjutan UMKM di Kota Lhokseumawe. Meningkatnya jumlah UMKM di berbagai sektor, khususnya perdagangan dan kuliner, menyebabkan konsumen memiliki banyak pilihan produk dengan karakteristik yang relatif serupa. Namun, pada praktiknya, sebagian besar UMKM di Lhokseumawe masih memiliki keterbatasan dalam melakukan inovasi produk secara berkelanjutan. Inovasi yang dilakukan umumnya bersifat sederhana dan tidak berkelanjutan, seperti perubahan kemasan atau penambahan variasi produk yang belum didasarkan pada analisis kebutuhan pasar. Akibatnya, produk UMKM sulit mempertahankan daya tarik dalam jangka panjang dan cenderung mudah tergantikan oleh produk sejenis dari pesaing.

Keterbatasan inovasi produk juga terlihat dari rendahnya pembaruan pada kualitas, fitur, serta nilai fungsional produk yang ditawarkan. Banyak pelaku UMKM masih mengandalkan pola produksi konvensional secara berulang-ulang tanpa pengembangan yang signifikan. Kondisi ini menyebabkan UMKM kesulitan beradaptasi dengan pergeseran selera konsumen dan dinamika tren pasar yang sangat cepat dampaknya, meskipun UMKM mampu bertahan pada fase awal usaha atau momentum tertentu seperti pameran dan bazar, keberlanjutan usaha dalam jangka panjang menjadi sulit tercapai apabila tidak diikuti dengan kemampuan melakukan inovasi secara berkelanjutan (Adam & Alarifi, 2021).

Hal ini dikarenakan perubahan kebutuhan konsumen dan persaingan pasar menuntut UMKM untuk terus memperbarui produk agar tetap relevan dan memiliki nilai tambah. Inovasi produk tidak hanya berperan dalam meningkatkan penjualan

jangka pendek, tetapi juga menjadi strategi penting dalam membangun keunggulan kompetitif, mempertahankan loyalitas konsumen, serta mendukung keberlangsungan UMKM dalam jangka panjang. Inovasi produk tidak hanya berperan dalam meningkatkan penjualan jangka pendek, tetapi juga menjadi strategi penting dalam membangun keunggulan kompetitif, mempertahankan loyalitas konsumen, serta mendukung keberlangsungan UMKM dalam jangka panjang (Darsana et al., 2023).

Di sisi lain, literasi keuangan masih menjadi salah satu kelemahan utama yang dihadapi UMKM di Kota Lhokseumawe dan berdampak langsung pada keberlanjutan usaha. Pada praktiknya, banyak pelaku UMKM belum memiliki pemahaman yang memadai terkait pengelolaan keuangan usaha, seperti pencatatan transaksi yang teratur, pemisahan keuangan pribadi dan usaha, serta penyusunan perencanaan keuangan jangka pendek maupun jangka panjang. Kondisi ini menyebabkan pelaku UMKM kesulitan dalam memantau kinerja keuangan usaha secara akurat, sehingga pengambilan keputusan usaha sering kali tidak didasarkan pada informasi keuangan yang jelas.

Rendahnya literasi keuangan juga berdampak pada keterbatasan akses UMKM terhadap lembaga pembiayaan formal. Banyak pelaku usaha di Kota Lhokseumawe belum mampu memenuhi persyaratan administratif, seperti laporan keuangan yang rapi dan terstruktur, yang menjadi prasyarat utama dalam pengajuan pembiayaan ke perbankan atau lembaga keuangan lainnya. Akibatnya, pelaku UMKM cenderung mengandalkan modal pribadi atau sumber pembiayaan informal dengan biaya yang relatif lebih tinggi dan berisiko. Kondisi ini membatasi kapasitas

UMKM untuk melakukan pengembangan usaha, termasuk dalam hal peningkatan skala produksi dan inovasi produk (Otoritas Jasa Keuangan (OJK, 2022). Oleh karena itu, literasi keuangan memegang peranan penting dalam mendukung keberlanjutan UMKM, karena pengelolaan keuangan yang baik tidak hanya membantu menjaga stabilitas usaha, tetapi juga memperkuat kemampuan UMKM untuk bertahan dan berkembang secara berkelanjutan di tengah persaingan usaha yang semakin ketat (Lusardi & Mitchell, 2023).

Kondisi perkembangan UMKM di Kota Lhokseumawe yang belum optimal mencerminkan kelemahan fundamental dalam daya saing produk akibat belum optimalnya eksplorasi nilai tambah. Hal ini mempertegas bahwa keberlanjutan usaha sangat bergantung pada kapasitas intelektual pelakunya. Secara konseptual, aspek ini berkaitan dengan urgensi kreativitas, yakni kemampuan berpikir tingkat tinggi sebagai penggerak utama dalam menghasilkan gagasan orisinal dan karya nyata yang memiliki perbedaan signifikan dari produk yang sudah ada (Rusdianto, 2022). Dengan demikian, kreativitas menjadi instrumen strategis untuk mentransformasi potensi lokal menjadi keunggulan kompetitif.

Gagasan kreatif tersebut memerlukan implementasi konkret agar memberikan dampak ekonomi yang terukur. Di tengah homogenitas pasar di Lhokseumawe, kemampuan menerjemahkan ide menjadi kebaruan fisik merupakan faktor pembeda yang krusial. Manifestasi dari daya cipta ini diwujudkan melalui inovasi produk, yaitu proses strategis pengembangan atau penyempurnaan produk guna memenuhi kebutuhan konsumen sekaligus meningkatkan nilai tambah

(Darsana & I Made, 2023). Melalui inovasi, UMKM dapat menjaga relevansi usaha di tengah dinamika tren pasar yang kompetitif.

Namun, daya saing produk harus didukung oleh kapasitas manajerial yang kuat, terutama dalam tata kelola sumber daya ekonomi. Kendala akses pembiayaan dan pencampuran keuangan pribadi di Lhokseumawe mengindikasikan rendahnya pemahaman finansial pelaku usaha. Secara fundamental, hal ini merujuk pada pentingnya literasi keuangan, yaitu pengetahuan yang memengaruhi sikap dan perilaku dalam pengambilan keputusan berkualitas terkait pengelolaan keuangan untuk mencapai kemakmuran (Huda & Nurul, 2023). Penguatan literasi ini menjadi prasyarat bagi UMKM untuk memitigasi risiko serta merumuskan strategi pengembangan usaha yang berbasis pada data keuangan valid.

Permasalahan keberlanjutan UMKM di Kota Lhokseumawe sebagaimana telah diuraikan menunjukkan bahwa faktor kreativitas, inovasi produk, dan literasi keuangan memiliki peran penting dalam menentukan keberlanjutan usaha. Untuk memperkuat pemahaman mengenai hubungan ketiga faktor tersebut dengan keberlanjutan UMKM, diperlukan telah terhadap hasil-hasil penelitian terdahulu yang telah mengkaji pengaruh kreativitas, inovasi produk, dan literasi keuangan terhadap keberlanjutan usaha UMKM di berbagai konteks.

Berdasarkan penelitian terdahulu, kreativitas, inovasi produk, dan literasi keuangan telah banyak dikaji sebagai faktor yang memengaruhi keberlanjutan UMKM. Penelitian Basri Bado et al. (2023) menunjukkan bahwa kreativitas berpengaruh signifikan terhadap keberlanjutan usaha UMKM milenial. Hasil tersebut menunjukkan bahwa kreativitas membantu pelaku usaha menciptakan nilai

tambah dan mempertahankan keberlangsungan usaha. Sejalan dengan itu, Prasetya et al. (2025) menemukan bahwa kreativitas dan inovasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberlanjutan usaha, yang menunjukkan bahwa kemampuan menghasilkan ide baru dan mengembangkan produk menjadi faktor penting dalam menjaga daya saing usaha sehingga dapat meningkatkan keberlanjutan UMKM.

Selain itu, Penelitian yang dilakukan oleh Tingal dan Situmorang (2024) menunjukkan bahwa inovasi produk berperan penting dalam meningkatkan keberlanjutan UMKM. Hasil penelitian tersebut menjelaskan bahwa inovasi produk membantu pelaku usaha menyesuaikan produk dengan kebutuhan konsumen dan menghadapi persaingan pasar. Sejalan dengan penelitian tersebut, Prasetya et al. (2025) juga menemukan bahwa inovasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberlanjutan usaha, di mana pengembangan produk dan penyesuaian terhadap kebutuhan pasar menjadi faktor penting dalam meningkatkan daya saing usaha sehingga dapat meningkatkan keberlanjutan UMKM.

Literasi keuangan juga banyak ditemukan berpengaruh positif dan signifikan dalam menjamin keberlanjutan UMKM. Dalam penelitian Kurniawati dan Utami (2025) memberikan bukti bahwa variabel literasi keuangan menegaskan pentingnya aspek manajerial keuangan bagi pelaku usaha dalam menghadapi dinamika pasar. Penelitian lain yang dilakukan oleh Sugita dan Ekayani (2022) juga memberikan hasil yang serupa, di mana literasi keuangan terbukti memberikan kontribusi positif bagi keberlanjutan UMKM. Hal ini menunjukkan bahwa pemahaman finansial yang baik secara konsisten diakui sebagai pendorong utama eksistensi usaha di berbagai wilayah.

Meskipun berbagai penelitian terdahulu menunjukkan bahwa kreativitas, inovasi produk, dan literasi keuangan berpengaruh terhadap keberlanjutan UMKM, masih terdapat *gap* penelitian di mana sangat terbatas studi yang mengintegrasikan serta menguji pengaruh kreativitas, inovasi produk, dan literasi keuangan secara bersamaan dalam satu model penelitian. Sebagian besar kajian tersebut dilakukan pada wilayah dan karakteristik UMKM yang berbeda. Hingga saat ini, penelitian empiris yang secara khusus mengkaji pengaruh kreativitas, inovasi produk, dan literasi keuangan terhadap keberlanjutan UMKM di Kota Lhokseumawe masih terbatas. Padahal, karakteristik UMKM di Kota Lhokseumawe yang didominasi oleh sektor perdagangan dan kuliner dengan tingkat persaingan yang tinggi memerlukan kajian yang lebih kontekstual.

Dengan adanya perbedaan konteks wilayah, temuan penelitian terdahulu yang menunjukkan hasil yang beragam, serta relevansi *Theory of Planned Behavior* (TPB)dalam menjelaskan perilaku pelaku UMKM, maka penelitian ini penting dilakukan untuk mengisi kesenjangan penelitian dengan menganalisis secara empiris pengaruh kreativitas, inovasi produk, dan literasi keuangan terhadap keberlanjutan UMKM di Kota Lhokseumawe.

Berdasarkan konteks yang telah diuraikan di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **Pengaruh Kreativitas, Inovasi Produk, dan Literasi Keuangan Terhadap Keberlanjutan UMKM Di Kota Lhokseumawe.**

## 1.2 Rumusan Masalah

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

1. Apakah Kreativitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberlanjutan UMKM di Kota Lhokseumawe?
2. Apakah Inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberlanjutan UMKM di Kota Lhokseumawe?
3. Apakah Literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberlanjutan UMKM di Kota Lhokseumawe?

## 1.3 Tujuan Penelitian

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

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kreativitas terhadap keberlajutan UMKM di Kota Lhokseumawe
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh inovasi produk terhadap keberlajutan UMKM di Kota Lhokseumawe
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh literasi keuangan keberlajutan UMKM di Kota Lhokseumawe

## 1.4 Manfaat Penelitian

### 1.4.1 Manfaat Praktis

1. Bagi Penulis

   Sebagai sarana untuk menerapkan teori-teori manajemen yang telah dipelajari selama masa perkuliahan ke dalam fenomena nyata di lapangan.

Dan menambah wawasan mengenai karakteristik dan dinamika persaingan UMKM di Kota Lhokseumawe.

2. Bagi Akademis

   Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pada pengembangan teori manajemen kewirausahaan, khususnya dalam mengidentifikasi peran kreativitas dan inovasi produk sebagai variabel kunci dalam menjaga resiliensi dan keberlanjutan usaha di tingkat mikro dan kecil.

### 1.4.2 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu manajemen, khususnya manajemen kewirausahaan dan manajemen keuangan dalam memahami faktor-faktor yang memengaruhi keberlanjutan usaha kecil.