

Inovasi untuk mengembangkan UMKM di Kota Lhokseumawe, Aceh

Busra^{1*}, Yulianisah², Diana³, Yeni Irawan⁴, Syarifudin⁵
^{1,2,3,4,5} Jurusan Bisnis Politeknik Negeri Lhokseumawe, Aceh Indonesia
⁵ Economic Faculty, Gajah Putih University, Aceh Indonesia

*busra@pnl.ac.id (Penulis korespondensi)

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh pengembangan usaha, seperti modal, lokasi usaha, dan inovasi produk terhadap peningkatan pendapatan UMKM yang berpartisipasi dalam UMKM Ahad Festival di Kota Lhokseumawe. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif analisis dengan pendekatan Structural Equation Modeling (SEM) berbasis Partial Least Square (PLS). Sampel penelitian terdiri dari 177 UMKM yang ada pada Ahad Festival Kota Lhokseumawe. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan metode purposiv sampling dengan sampel yang memenuhi kriteria tertentu. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa indikator-indikator pengembangan usaha memiliki pengaruh yang signifikan terhadap peningkatan pendapatan UMKM. Kecuali variable Lokasi usaha, semua variable yang di uji memberikan dampak bagi pengembangan UMKM di Kota Lhokseumawe. Temuan dari penelitian ini diharapkan dapat mendukung upaya pengembangan UMKM yang berkelanjutan dan efektif di Kota Lhokseumawe, dengan fokus pada pengoptimalan faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan usaha.

Kata Kunci: UMKM, Pengembangan Usaha, dan Peningkatan Pendapatan

Abstract: This research aims to analyze the influence of business development, such as capital, business location, and product innovation on increasing the income of MSMEs participating in the MSME Ahad Festival in Lhokseumawe City. This research uses a quantitative analysis method with a Structural Equation Modeling (SEM) approach based on Partial Least Square (PLS). The research sample consisted of 177 MSMEs at the Lhokseumawe City Festival Sunday. The data collection technique was carried out using a purposive sampling method with samples that met certain criteria. The results of this research show that business development indicators have a significant influence on increasing MSME income. Except for the business location variable, all the variables tested have an impact on the development of MSMEs in Lhokseumawe City. It is hoped that the findings from this research can support efforts to develop sustainable and effective MSMEs in Lhokseumawe City, with a focus on the factors that influence business success.

Keywords: MSMEs, Business Development, and Increased Income

I. PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah mempunyai peran penting dalam meningkatkan perekonomian daerah dan perekonomian nasional. Berdasarkan Data Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah pada tahun 2022, jumlah UMKM di Indonesia mencapai 20,76 juta unit, dengan kontribusi terhadap PDB negara sebesar 60,5%. Saat ini jumlah UMKM terus meningkat setiap tahunnya, tren positif ini akan berdampak positif terhadap perekonomian Indonesia. Pertumbuhan UKM di setiap daerah juga cukup signifikan dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi daerah. Jumlah UKM di daerah setiap tahun terus meningkat, tidak terkecuali kota Lhokseumawe. Berikut ini adalah data UKM Kota Lhokseumawe. Data ini hanya memuat jumlah perusahaan dengan skala kecil dan menengah, tidak memasukan peusahaan dengan skala mikro

Pertumbuhan UKM sangat tergantung pada inovasi yang mampu dikembangkan. Beberapa teori-teori terkini mengidentifikasi inovasi sebagai pendorong utama pertumbuhan UKM suatu negara [1]. Inovasi dalam segala bentuknya baik itu proses, produk, pemasaran, atau organisasi

dianggap sebagai penggerak utama pertumbuhan serta daya saing usaha dan Negara [2].

Tabel 1. Data UKM Kota Lhokseumawe

Tahun	Kecil	Menengah	Total
2016	221	20	241
2017	259	29	288
2018	278	33	311
2019	290	41	331
2020	302	43	345

Sumber: Disperindagkop UMKM Kota Lhokseumawe (2023)

Ketika lingkungan bisnis menjadi semakin kompetitif dalam menghadapi globalisasi yang menuntut setiap perusahaan terus menerus melakukan perubahan dan berinovasi baik produk maupun pengelolaannya, UKM sebagai kontributor terpenting bagi pertumbuhan ekonomi suatu negara, terutama negara-negara berkembang, wajib melakukan inovasi sebagai cara untuk mempertahankan kelangsungan hidupnya [3] Literatur mengenai faktor-faktor penentu kapasitas inovasi UKM secara umum dapat dibagi menjadi dua bagian utama: faktor-faktor penentu inovasi khususnya karakteristik perusahaan dan karakteristik manajerial [4]. Di antara faktor-

faktor penentu inovasi, salah satunya adalah sistem keuangan yang perlu menjadi penekanan.[5] ,khususnya kredit atau pembiayaan bank [6], karena penciptaan dan penerapan inovasi memerlukan biaya yang besar dan memerlukan mobilisasi sumber daya keuangan yang besar. Penelitian ini hanya fokus pada jenis usaha kecil dan menengah saja, dan mengenyampingkan usaha mikro. Alasan tersebut karena usaha mikro adalah jenis usaha yang sangat minim bersentuhan dengan pembiayaan perbankan dan manajemen pengelolannya belum terstandar.

I.1. Peranan UKM dalam Perekonomian

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah adalah usaha produktif yang dimiliki perorangan maupun badan usaha yang telah memenuhi kriteria sebagai usaha mikro. Menurut [7]Usaha kecil menengah memiliki karakteristik yang dapat dibedakan baik dari modal yang digunakan maupun dari jumlah tenaga kerja serta omzet yang dihasilkan. usaha menengah, batasan aset tetap (diluar tanah dan bangunan) untuk usaha menengah adalah 200 juta hingga 10 milyar. Dilihat dari jumlah tenaga kerja, Usaha Mikro adalah usaha yang memiliki pekerja 1-5 orang. Usaha Kecil adalah usaha yang memiliki pekerja 6-19 orang. Usaha Menengah memiliki pekerja 20-99 orang dan usaha besar memiliki pekerja sekurang- kurangnya 100 orang.

UKM memiliki tiga peranan cukup besar bantuannya dalam kehidupan masyarakat, yaitu sebagai salah satu fasilitas untuk mengurangi kemiskinan, sebagai alat dalam proses lebih memmeratakan tingkat perekonomian masyarakat kurang mampu serta sebagai salah satu sumber pendapatan negara [8]. Usaha Kecil dan Menengah memegang peranan penting dalam memajukan perekonomian suatu negara. Jenis usaha ini mampu bertahan hantaman krisis baik krisis moneter yang pernah terjadi maupun pandemi covid yang lalu. Sampai saat ini UKM menjadi penyokong perekonomian nasional. Dari data yang dikeluarkan, usaha yang tumbuh di indonesia sebanyak 88 persen adalah UMKM, Pamungkas and Hidayatulloh 2019. Keberadaan UKM ini mampu menyerap tenaga kerja mencapai 51,7% sampai dengan 97,2 [9].

Akses terhadap pembiayaan saat ini masih menjadi kendala utama dalam UKM. Permasalahan yang memicu sulitnya mendapatkan pembiayaan adalah masalah teknis dan kemampuan operasional relatif rendah dalam mendukung inovasi. Pengelolaan usaha juga masih relatif lemah karena permasalahan sumberdaya manusia sehingga manajemen pengelolaan tidak profesional. Persoalan lainnya adalah faktor teknologi, banyak UKM belum menerapkan pola produksi yang efisien dan sesuai standar global. Kesulitan mengakses pembiayaan menyebabkan UKM sulit berinvestasi dalam inovasi dan memperbaiki inovasi produk dan teknologi yang menunjang inovasi [10]

Dilihat dari sisi pengelolaan keuangan, banyak UKM juga masih perlu pembenahan, pengelolaan keuangan menjadi salah satu kendala dalam mengakses sumber pembiayaan. Proses pengadministrasian dan pencatatan keuangan menjadi persoalan tersendiri yang dihadapi UKM

I.2. Inovasi dan Pertumbuhan UKM

Pertumbuhan UKM ditentukan oleh banyak sekali faktor, selain faktor internal seperti modal, kapasitas sumberdaya

manusia, pemasaran, produk yang dihasilkan dan inovasi, juga ditentukan oleh faktor luar seperti persaingan dan kondisi makro ekonomi. Inovasi adalah bagaimana UKM melakukan pengembangan ide ide, metode, layanan produk dan prosen yang mampu mendorong perubahan dalam perusahaan yang mampu menghasilkan value added dengan cara memampatkan dkesempatan serta meningkatkan efisiensi [3]. Inovasi dalam segala bentuknya baik itu proses, produk, pemasaran, atau organisasi dianggap sebagai penggerak utama pertumbuhan bisnis dan pertumbuhan serta daya saing perusahaan dan Negara. Ketika lingkungan bisnis menjadi semakin kompetitif dalam menghadapi globalisasi yang tiada henti, UKM sebagai kontributor terpenting bagi pertumbuhan ekonomi suatu negara, terutama negara-negara berkembang, wajib melakukan inovasi sebagai cara untuk mempertahankan kelangsungan hidupnya

Inovasi telah menari banyak minat pelaku UKM sebagai faktor penting dalam membuat kebijakan. Literatur mengenai faktor-faktor penentu kapasitas inovasi UKM secara umum dapat dibagi menjadi dua bagian utama: beberapa literatur berfokus terutama pada faktor-faktor penentu inovasi khususnya karakteristik perusahaan dan karakteristik manajerial (4) yang lain melihat pada faktor penentu kontekstual [11]. Di antara faktor-faktor penentu kontekstual inovasi, adalah sistem keuangan khususnya kredit bank. karena penciptaan dan penerapan inovasi memerlukan biaya yang besar dan memerlukan mobilisasi sumber daya keuangan yang besar. Dalam kontek mobilisasi sumberdaya keuangan, di Aceh saat ini dijalankan oleh sistem keuanagan syariah, sesuai dengan ketentuan qanun no 18 tentang Lembaga keuangan Syariah.

Pendanaan modal UKM secara umum dapat dilakukan oleh baik bank konvensional dengan konsep kreditnya , maupun bank syariah dengan konsep pembiayaanya. Bank konvensional pada umumnya dalam memobilisasi modal cenderung mengecualikan UKM dan elebih berpatokan pada keuntungan bank itu sendiri, dalam kasus terburuk kredit ini bahkan meningkatkan rasio utang usaha kecil [12] sehingga menghambat upaya inovasi mereka. Oleh karena itu, banyak penelitian yang menyoroti pentingnya keuangan Islam dibandingkan dengan keuangan konvensional [13]. Karena model keuangan ini bebas bunga dan berbasis dengan prinsip bagi hasil, sehingga paling ideal bagi UKM dalam upayanya menciptakan dan menerapkan inovasi.

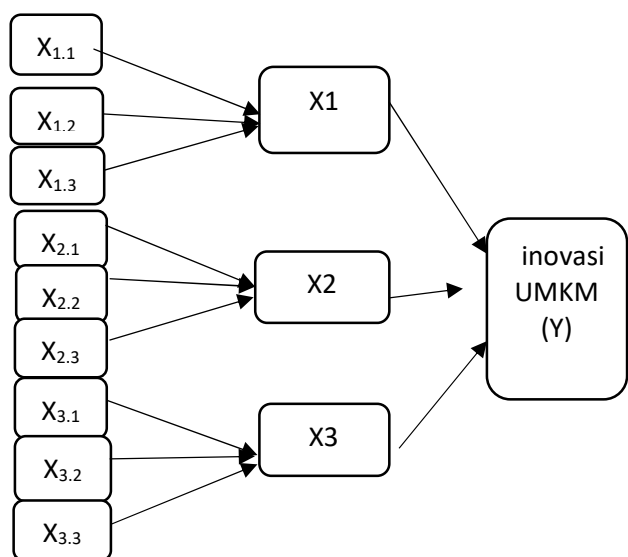
I.3 Model Inovasi Bisnis

Model inoovasi yang populer berkembang adalah model inovasi Shumpaterian. Model inovasi Schumpeterian menyatakan bahwa setiap perusahaan harus melakukan “kombinasi baru” faktor-faktor produksi jika ingin menjamin kelangsungan hidupnya dalam lingkungan bisnis yang terus berkembang. Teori pertumbuhan bisnis terbaru juga semakin menekankan pentingnya inovasi sebagai salah satu pendorong pertumbuhan bisnis dan ekonomi suatu negara. Teori inovasi Schumpeter juga mengidentifikasi cara-cara yang dapat digunakan oleh perusahaan untuk mengimplementasikan upaya inovasi dan peran sistem keuangan, karena inovasi tidak hanya membutuhkan biaya tetapi juga sama berisiko dengan tingkat hasil yang tidak pasti [14]. Sistem keuangan diberi beperan untuk menyediakan sumber daya keuangan yang

diperlukan bagi perusahaan yang ingin menciptakan inovasi atau menyerap pengetahuan yang sudah ada. Sistem keuangan dapat mengidentifikasi dan membiayai perusahaan-perusahaan yang memiliki probabilitas tertinggi untuk berhasil dan menerapkan proses inovasi

II Metodologi Pelaksanaan

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, dengan pendekatan analisis Structural Equation Modeling (SEM) berbasis Partial Least Square (PLS). Sampel penelitian terdiri dari 300 UMKM yang ada Kota Lhokseumawe. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan kuesioner yang menggunakan skala Likert untuk mengukur persepsi responden mengenai inovasi. Pemilihan variabel penentu peningkatan pendapatan mengikuti [11] yang masing-masing variabel akan dirinci dalam beberapa indikator



Gambar 1. model Penelitian

III. Hasil dan Pembahasan

Sebelum dilakukan analisis, perlu dipastikan terlebih dahulu bahwa data yang digunakan memenuhi uji validitas dan uji realibilitas. Setelah dilakukan pengujian menggunakan uji validitas, seluruh variabel dalam model dinyatakan valid. Validitas ini ditentukan dengan membandingkan nilai loading factor terhadap nilai yang ditetapkan. Semua indikator memenuhi kriteria validitas karena nilai loading factor-nya lebih dari 0,5. Demikian juga dengan uji realibilitas, terbukti bahwa instrument yang digunakan cukup realibel. Uji realibilitas menggunakan cronbach's alpha, seluruh variabel memiliki nilai cronbach's alpha lebih besar 0,5.

Table 1. Validity Test

Variables	Indicator	Loading Factor	Rule of Thumb	Information
Inovasi Produk	X1.1	0.887	0.5	Valid
	X1.2	0.821	0.5	Valid

	X1.3	0.801	0.5	Valid
Inovasi Proses	X2.1	0.921	0.5	Valid
	X2.2	0.780	0.5	Valid
	X3.1	0.823	0.5	Valid
Inovasi pemasaran	X3.2	0.893	0.5	Valid
	X3.3	0.870	0.5	Valid
	Y1	0.778	0.5	Valid
Inovasi UMKM (Y)	Y2	0.770	0.5	Valid
	Y3	0.749	0.5	Valid

Source: data diolah, 2024

Reliability Test

Table 2. Reliability Test Results

	Cronbach's Alpha	Composite Reliability	Information
Innovation Product (X ₁)	0.811	0.897	Reliable
Inovasi Proses (X ₂)	0.743	0.839	Reliable
Inovasi pemasaran (X ₃)	0.746	0.873	Reliable
Inovasi UMKM (Y)	0.769	0.828	Reliable

sumber: Data diolah, 2024

Uji Model Struktural

Goodness of Fit Index (GoF)

Uji Goodness-of-Fit dapat membantu menentukan apakah sampel mengikuti distribusi normal, apakah variabel kategoris saling terkait, atau apakah sampel acak berasal dari distribusi yang sama

Tabel 2. Uji Model Fit

	Model Saturated	Model Estimasi
SRMR	0.078	0.078
d_ ULS	0.648	0.648
d_ G	0.326	0.326
Chi-Square	255.509	255.509
NFI	0.645	0.645

Sumber: Data diolah, 2024

Berdasarkan tabel diatas Nilai SRMR atau Standardized Root Mean Square, nilainya sebesar 0,078 < 0,10 maka model yang digunakan sudah fit

Berdasarkan tabel dibawah, Nilai loading faktor adalah nilai loading faktor pada variabel laten dengan indikator-indikatornya. Menurut [12] nilai loading factor ≥ 0.7 dikatakan ideal, artinya indikator tersebut valid mengukur konstruk yang dibentuknya, Dalam beberapa kasus, sering syarat loading di atas 0,70 sering tidak terpenuhi. Oleh karena itu, loading antara 0,50-0,70 sering tetap dipertimbangkan untuk tetap dipertahankan [13]

Tabel 3. Nilai Loading Factor

	Sampel Asli (O)	Rata-rata Sampel (M)	Standar Deviasi (STDEV)	T Statistik	P Value
X1.1 <- inovasi produk (X1)	0.821	0.903	0.028	31.630	0.000
X1.2 <- inovasi produk (X1)	0.876	0.796	0.058	13.928	0.000
X1.3 <- inovasi produk (X1)	0.896	0.784	0.065	12.222	0.000
X2.1 <- inovasi proses (X2)	0.900	0.886	0.277	3.552	0.000
X2.2 <- inovasi proses (X2)	0.767	0.638	0.271	2.573	0.010
X3.1 <- Inovasi pemasaran (X3)	0.843	0.809	0.062	13.143	0.000
X3.2 <- Inovasi pemasaran (X3)	0.865	0.889	0.030	29.611	0.000
X3.3 <- Inovasi pemasaran (X3)	0.888	0.879	0.029	30.705	0.000
Y1 <- inovasi UMKM (Y)	0.734	0.776	0.064	12.162	0.000
Y2 <- inovasi UMKM (Y)	0.856	0.807	0.048	16.672	0.000
Y3 <- inovasi UMKM (Y)	0.756	0.767	0.063	12.224	0.000

Sumber: Data diolah, 2024 (Output data Smartpls 4.0)

Tabel 3 menunjukkan bahwa semua indikator modal memiliki nilai $p < 0,05$, berarti semua indikator penentu Inovasi produk (X_{1.1}, X_{1.2}, dan X_{1.3}) secara signifikan berkontribusi pada konstruk inovasi produk. Ini menunjukkan bahwa indikator-indikator ini valid. Pada variabel inovasi proses menunjukkan bahwa tidak semua indikator dari inovasi proses menunjukkan nilai $p < 0,05$. Indikator X_{2.2} memiliki outer loading yang tinggi (0,10), sedangkan indikator X_{2.1} di bawah 0,05, menandakan signifikan menentukan lokasi. Pada variabel Inovasi produk menunjukkan bahwa semua indikator inovasi produk memiliki nilai $p < 0,05$. Indikator X_{3.2} dan X_{3.3} menunjukkan kontribusi yang sangat signifikan terhadap konstruk inovasi produk. Semua indikator valid dalam merefleksikan inovasi produk. Indikator inovasi UMKM juga memiliki nilai $p < 0,05$, yang menunjukkan bahwa indikator-indikator ini signifikan secara statistik. Indikator Y₁ memiliki nilai outer loading yang tinggi, sedangkan Y₂ dan Y₃.

Tabel 4. Path Coefficients

	Sampel Asli (O)	T Statistik (O/STDEV)	P Value
Inovasi Produk (X1) -> inovasi UMKM (Y)	0.414	5.926	0.000
Inovasi proses (X2) -> inovasi UMKM (Y)	0.042	0.556	0.008
Inovasi pemasaran (X3) -> inovasi UMKM (Y)	0.382	5.385	0.000

Sumber: Data diolah, 2024

Tabel 4 menjelaskan pengaruh masing-masing variabel. Dari tiga variabel yang diuji, semua memiliki pengaruh yang signifikan pada peningkatan inovasi UMKM, yaitu Inovasi produk, inovasi proses dan inovasi pemasaran,

Inovasi (X1) menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap peningkatan pendapatan UMKM, hasil ini mendukung beberapa pendapat sebelumnya seperti Rina Marlina, Uun Sunarsih (2023) bahwa inovasi produk berpengaruh positif terhadap peningkatan pendapatan UMKM. Inovasi produk

menjadi variabel penting dalam kegiatan usaha UMKM

Variabel inovasi produk dibentuk oleh tiga konstruk variabel, masing-masing konstruk memiliki nilai loading faktor diatas 0,5. Ini menunjukkan bahwa konstruk tersebut penting dalam menentukan modal bagi UMKM.

Inovasi memberikan dampak yang positif dan signifikan dalam menentukan pertumbuhan UMKM. Penelitian ini didukung dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh [10] Inovasi yang meningkatkan pertumbuhan UMKM adalah penciptaan produk baru, pengembangan produk yang ada maupun perluasan lini produk.

IV. KESIMPULAN

Peningkatan inovasi sebagai satu ukuran pertumbuhan UMKM ditentukan oleh inovasi produk yang digunakan, inovasi proses dan inovasi pemasaran yang dilakukan. Ketiga variabel tersebut berdampak signifikan pada peningkatan inovasi UMKM dikota Lhokseumawe. Variabel inovasi dalam penelitian ini menjadi satu ukuran yang dapat meningkatkan perkembangan UMKM dikota Lhokseumawe

REFERENSI

- [1] Rustiadi, E., Saefulhakim S. dan Panuju D.R. 2009. Planning and regional development, Jakarta: Crestpent Press dan Yayasan Obor Indonesia.
- [2] Kuncoro, Mudrajad. 2002. Spatial and Regional Analysis: Study of Agglomeration and Industrial Clusters of Indonesia. Yogyakarta: UPP AMP YKPN
- [3] Nu'man, A. H. (2005). Small and Medium Industry Development Policy as an Effort to Face the Era of Free Trade (A Conceptual Model in SME Development). Mimbar: Jurnal Sosial dan Pembangunan, 21(3), 387-414
- [4] Gebremeskel, H. G., Tesfa, G. G., & Randall, W. J. (2004). the role of small business in economic growth and poverty alleviation in west virginia: An empirical analysis. In American Economics Association Annual Meeting.
- [5] Al-Rawashdeh, S. T. (2011). The Effect of Small-Scale Industry on Local Development Case Study: Karak Governorate. Canadian Social Science, 7(6), 264-271.

- [6] Brata, A. G. (2009). Spatial concentration of the informal small and cottage industry in Indonesia. *ASEAN Economic Bulletin*, 215-226.
- [7] Tao, J., Ho, C. Y., Luo, S., & Sheng, Y. (2019). Agglomeration economies in creative industries. *Regional Science and Urban Economics*, 77, 141-154.
- [8] Combes, P. P., & Gobillon, L. (2015). The empirics of agglomeration economies. In *Handbook of regional and urban economics* (Vol. 5, pp. 247-348). Elsevier.
- [8] Gokan, T., Kuroiwa, I., & Nakajima, K. (2019). Agglomeration economies in Vietnam: A firm-level analysis. *Journal of Asian Economics*, 62, 52-64.
- [10] Arimoto, Y., Nakajima, K., & Okazaki, T. (2014). Sources of productivity improvement in industrial clusters: The case of the prewar Japanese silk-reeling industry. *Regional Science and Urban Economics*, 46, 27-41.
- [11] Ferdiansyah, D., & Santoso, E. B. (2013). Spatial Patterns of Leading Industrial Activities in East Java Province (Case Study: Subsector of the Textile, Leather Goods and Footwear Industry). *Jurnal Teknik ITS (Pomits)*, 2(1), C37-C42.
- [12] Collier, Paul. (2007). *The Bottom Billion: Why the Poorest Countries Are Failing and What Can Be Done about It*. Oxford: Oxford University Press.
- [13] Fay, M., & Opal, C. (1999). Urbanization without growth: a not-so-uncommon phenomenon. *The World Bank*.
- [14] Xin-gang, Zhao, and Zhu Jin. "Industrial restructuring, energy consumption and economic growth: Evidence from China." *Journal of Cleaner Production* (2022): 130242.