

BAB I

1.1 Latar Belakang

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) menjadi salah satu fondasi penting dalam menjaga stabilitas perekonomian suatu negara. Di Indonesia, UMKM berfungsi sebagai penyelamat di tengah krisis ekonomi akibat utang luar negeri. UMKM sering menghadapi tantangan mendasar, seperti kurangnya kemampuan manajerial, minimnya keterampilan operasional, dan keterbatasan dalam pemasaran, yang menghambat perkembangan usaha bisnis (Windusanco, 2021). Dalam bidang bisnis, pendapatan biasanya diterima dalam bentuk uang, yang kemudian digunakan sebagai alat untuk menilai besarnya hasil penjualan dan diharapkan mampu memberikan keuntungan sesuai target. Simmel menyoroti pentingnya peran uang dalam kehidupan, baik dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari di masyarakat modern maupun dalam konteks kegiatan bisnis. Ia juga menyatakan bahwa uang tidak hanya berfungsi sebagai alat tukar, tetapi juga memainkan peran dalam membentuk relasi antarindividu (Harnia, 2021). Strategi pemasaran yang efektif penting untuk memperkenalkan usaha kepada masyarakat, sehingga dapat menciptakan banyak lapangan pekerjaan. Pada umumnya, sistem pemasaran melibatkan peran individu atau organisasi yang merancang dan menyajikan produk kepada pihak lain dengan tujuan agar produk tersebut dibeli. Proses ini dikenal sebagai pemasaran. Namun, melakukan pemasaran tidaklah mudah, terutama di era globalisasi saat ini, di mana teknologi sangat berperan. Mereka yang tidak memanfaatkan teknologi dalam transaksi berisiko tertinggal (Sembiring & Siregar, 2020).

Menurut Susanto, inovasi produk dapat dimaknai sebagai penerapan ide-ide secara praktis ke dalam bentuk produk atau proses baru. Salah satu pengertian inovasi yang banyak diakui secara umum adalah pengenalan terhadap hal-hal yang bersifat baru. Hal baru ini bisa mencakup berbagai bentuk, mulai dari layanan baru, produk, proses bisnis, hingga perbaikan atau pengembangan dari sesuatu yang sudah ada sebelumnya (Mahzura, 2020).

Modal usaha merupakan salah satu sumber daya penting yang diperoleh baik sebelum usaha dijalankan maupun selama usaha berlangsung. Modal ini bisa berasal dari kekayaan pribadi pelaku usaha maupun dari pinjaman pihak lain, dan digunakan untuk mempertahankan serta mengembangkan kegiatan usaha. Pengelolaan modal yang tepat dan efisien dapat mendorong pertumbuhan usaha secara signifikan, sedangkan kesulitan dalam pengelolaan modal justru dapat menjadi hambatan dalam proses pengembangan usaha. Setiap usaha memerlukan jumlah modal yang memadai agar dapat berjalan secara optimal dan mengalami kemajuan. Dalam konteks UMKM, modal memiliki peran krusial terhadap peningkatan pendapatan. Ketika pelaku UMKM memiliki akses terhadap modal yang cukup besar dan mudah diperoleh, hal ini cenderung mendorong pertumbuhan dan kemajuan usaha secara keseluruhan (Anggraini et al., 2019).

Biaya operasional memiliki kaitan erat dengan aktivitas operasional perusahaan, yang meliputi biaya penjualan, biaya administrasi, serta biaya umum lainnya. Seluruh biaya ini dibebankan terhadap total pendapatan dalam periode

tertentu. Dalam konteks UMKM, besarnya biaya operasional berperan penting dalam menentukan keuntungan yang diharapkan, karena laba dipengaruhi oleh jumlah penjualan yang berhasil dilakukan serta pengeluaran operasional yang dikeluarkan selama periode tersebut (Putri, 2023).

Kondisi yang terjadi pada tingkat pendapatan UMKM sektor kuliner di Kota Medan meliputi:

Jumlah pelaku UMKM kota Medan dalam 2020

SEKTOR USAHA	JUMLAH UMKM	PRESENTASI%
Produksi	637 Usaha	39,74
Kuliner	843 Usaha	52,59
Jasa	112 Usaha	6,09
Peternakan dan Perikanan	11 Usaha	0,69
Jumlah	1603	100

Sumber : <http://umkm.depkip.go.id>

Tabel diatas menunjukkan bahwa distribusi usaha kecil dan menengah di Kota Medan sangat beragam. Sektor kuliner menempati porsi terbesar dengan persentase sebesar 52,59%, sedangkan sektor bisnis memiliki porsi terkecil yaitu hanya 0,69%. Hal ini menegaskan bahwa pelaku usaha memiliki peran penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi serta memberikan dukungan terhadap keberlangsungan UMKM. Dalam hal ini, strategi pemasaran, inovasi produk, dan ketersediaan modal menjadi faktor krusial yang berkontribusi terhadap peningkatan pendapatan UMKM.

Medan merupakan ibu kota Provinsi Sumatera Utara, Indonesia, dengan luas wilayah sekitar 20.510 hektar (265,10 km²), yang mencakup sekitar 3,6% dari total luas wilayah provinsi tersebut. Kota ini menempati posisi sebagai kota terbesar ketiga di Indonesia, setelah Jakarta dan Surabaya. Kota Medan terbagi ke dalam beberapa kecamatan, di antaranya: Medan Petisah, Medan Timur, Medan Deli, Medan Helvetia, Medan Baru, Medan Labuhan, Medan Johor, Medan Sunggal, Medan Tembung, Medan Perjuangan, Medan Maimun, Medan Kota, Medan Selayang, Medan Polonia, Medan Barat, Medan Marelan, Medan Belawan, Medan Amplas, dan Medan Tuntungan. Secara umum, kelangsungan sebuah usaha sangat dipengaruhi oleh kemampuan pelaku usahanya dalam memperkuat jaringan dan menerapkan fungsi-fungsi manajemen dengan baik, yaitu melalui proses perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengawasan.

(https://id.wikipedia.org/wiki/Story:Letak_Geografis_dan_Bangunan_Khas_Kota_Medan,_2021).

JUMLAH UMKM BIDANG KULINER KOTA MEDAN 2019-2021

No	Kecamatan	Tahun			Jumlah
		2019	2020	2021	
1	Medan Johor	63	81	73	271
2	Medan Baru	58	71	64	193

3	Medan Tembung	60	63	51	174
----------	--------------------------	-----------	-----------	-----------	------------

Sumber : Data Dinas Koperasi dan UMKM Kota Medan,2022

Dari tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa bisnis kuliner memiliki potensi yang sangat besar, terutama di Medan Johor, yang terlihat memiliki jumlah pelaku UMKM kuliner lebih banyak dibandingkan dengan kecamatan lainnya di Kota Medan. Meskipun demikian, meskipun sektor kuliner di Medan Johor menawarkan prospek yang menjanjikan, tingginya jumlah pelaku usaha di Kota Medan menyebabkan terjadinya persaingan yang sangat ketat. Oleh karena itu, penting bagi para pelaku usaha untuk terus mengembangkan ide-ide inovatif dalam menjalankan bisnis mereka agar tetap dapat bersaing.

Strategi Pemasaran dan inovasi produk merupakan faktor penting dalam Strategi pemasaran dan inovasi produk adalah faktor kunci dalam meningkatkan efisiensi dan pendapatan UMKM kuliner. Salah satu faktor yang dapat mempengaruhi penurunan pendapatan adalah kualitas produksi. Produksi, baik itu berupa barang maupun jasa, harus berfokus pada efisiensi dan efektivitas, dengan memanfaatkan tenaga kerja manusia, mesin, atau keterampilan tangan. Jika kualitas produk yang dihasilkan tidak memenuhi standar, hal ini tentu akan berdampak pada penurunan minat konsumen terhadap produk tersebut. Dalam proses produksi, dibutuhkan tenaga manusia, sumber daya alam, modal dalam berbagai bentuk, serta keterampilan untuk memastikan kelancaran proses produksi. Pendapatan menjadi indikator penting untuk mengukur tingkat kesuksesan sebuah usaha. Berdasarkan latar belakang tersebut cukup menjadi alasan untuk melakukan penelitian tentang “ **Pengaruh Strategi Pemasaran, Inovasi Produk, Modal, dan Biaya Operasional terhadap Tingkat Pendapatan UMKM Kuliner di Kecamatan Medan Johor**”

1.2.1 Teori Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Tingkat Pendapatan UMKM di Kecamatan Medan Johor

Strategi pemasaran yang komprehensif, terintegrasi, dan kohesif dalam bidang pemasaran memberikan pedoman tentang langkah-langkah yang harus dilaksanakan untuk mencapai tujuan pemasaran suatu usaha. Jika suatu usaha mikro, kecil, dan menengah dapat menerapkan strategi pemasaran dengan efektif, maka mereka akan dapat mencapai tingkat pendapatan yang diinginkan (Widya, 2022).

1.2.2 Teori Pengaruh Inovasi produk Terhadap Tingkat Pendapatan UMKM Kuliner di Kecamatan Medan Johor

Inovasi produk harus memiliki keunggulan, daya tarik, keunikan, dan disesuaikan dengan preferensi konsumen. Dalam melaksanakan inovasi produk, pelaku usaha perlu merencanakan dengan hati-hati dan mempertimbangkan dampaknya dalam jangka panjang. Pengembangan inovasi produk memiliki peran krusial dalam mendorong peningkatan pendapatan bagi pelaku UMKM. (Hasibuan dkk, 2019).

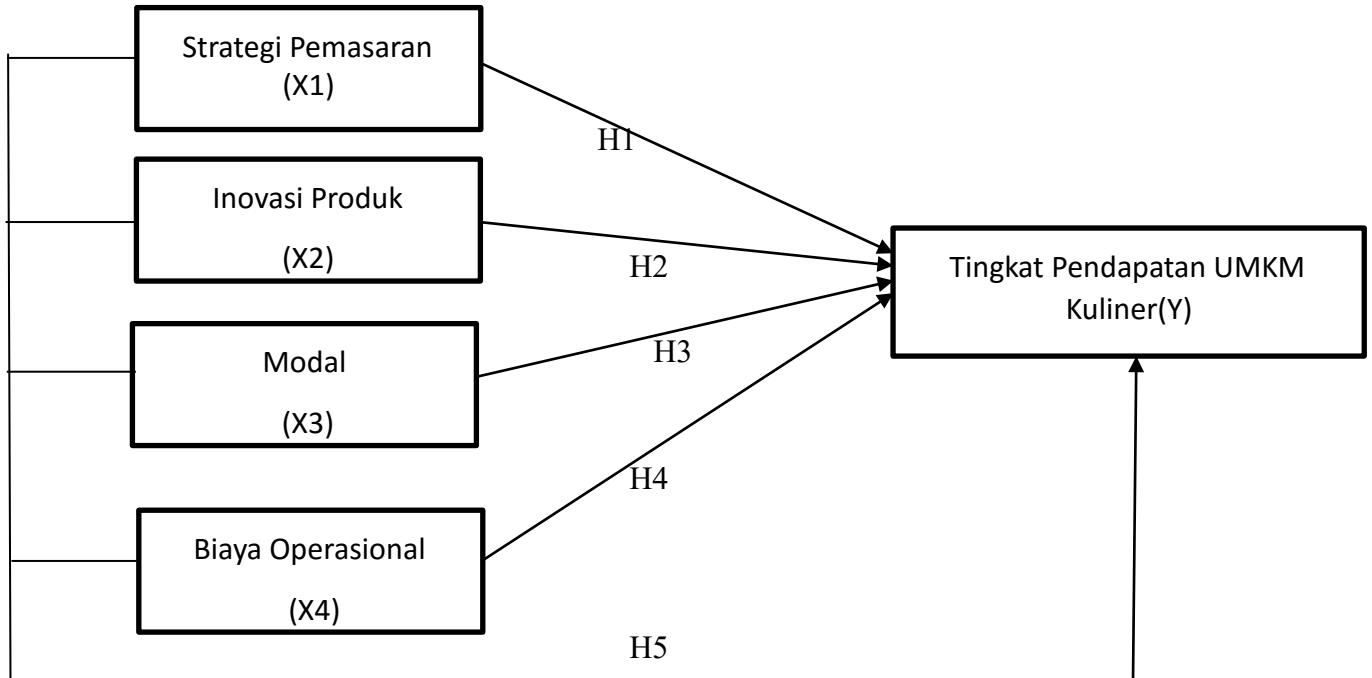
1.2.3 Teori Pengaruh Modal Terhadap Tingkat Pendapatan UMKM Kuliner di Kecamatan Medan Johor

Modal usaha merupakan faktor penting yang menentukan kelangsungan suatu usaha. Setelah seorang wirausaha memiliki konsep usaha yang jelas dan karakter yang kuat, langkah selanjutnya adalah menentukan sumber dana yang akan digunakan dalam menjalankan usahanya. Modal berfungsi sebagai faktor pendukung yang sangat penting bagi setiap pelaku usaha dalam mencapai tingkat pendapatan yang diinginkan. Besar kecilnya modal awal yang digunakan dalam memulai usaha akan sangat mempengaruhi pendapatan yang dihasilkan (Safitri dan Setiaji Khasan, 2018).

1.2.4 Teori Pengaruh Biaya Operasional Terhadap Tingkat Pendapatan UMKM Kuliner di Kecamatan Medan Johor

Biaya operasional umumnya meliputi biaya untuk penjualan dan administrasi yang diperlukan untuk memperoleh pendapatan atau laba yang maksimal. Pendapatan merupakan hasil yang diperoleh dari kegiatan perusahaan, yang biasanya berasal dari penjualan. Aprilyana dan Nugroho (2020) menjelaskan bahwa peningkatan biaya operasional, termasuk biaya pemasaran dan biaya administrasi umum, yang dikeluarkan oleh perusahaan, dapat berkontribusi pada peningkatan pendapatan perusahaan.

1.3 Kerangka Konseptual



1.4 Hipotesis

- H1 : Strategi Pemasaran berpengaruh secara parsial Terhadap Tingkat Pendapatan UMKM Kuliner di Kecamatan Medan Johor
- H2 : Inovasi Produk berpengaruh secara parsial Terhadap Tingkat Pendapatan UMKM Kuliner di Kecamatan Medan Johor
- H3 : Modal berpengaruh secara parsial Terhadap Tingkat Pendapatan UMKM Kuliner di Kecamatan Medan Johor
- H4 : Biaya Operasional berpengaruh secara parsial Terhadap Tingkat Pendapatan UMKM Kuliner di Kecamatan Medan Johor
- H4 : Strategi Pemasaran, Inovasi Produk, Modal, dan Biaya Operasional berpengaruh Terhadap Tingkat Pendapatan UMKM Kuliner di Kecamatan Medan Johor