BAB I
PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Usaha mikro kecil dan menengah merupakan bentuk kegiatan ekonomi rakyat yang berskala kecil dan memenuhi kriteria kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan serta kepemilikan sebagaimana diatur dalam Undang-undang. Adapun beberapa ciri-ciri usaha kecil yaitu jenis barang/komoditi yang diusahakan umumnya sudah tetap tidak gampang berubah, lokasi/tempat usaha umumnya sudah menetap tidak berpindah-pindah, pada umunya sudah melakukan administrasi keuangan walau masih sederhana, keuangan perusahaan sudah mulai dipisahkan dengan keuangan keluarga, sudah membuat naraca usaha, sudah memiliki izin usaha dan persyaratan legalitas lainnya termasuk nomor pokok wajib pajak NPWP, sumber daya manusia (pengusaha) memiliki pengalaman dalam berwira usaha, sebagian sudah akses ke perbankan dalam hal keperluan modal, sebagai besar belum dapat membuat manajemen usaha dengan baik seperti *business planning.*

Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 mendefinisikan UMKM sebagai usaha produktif yang dimiliki perorangan atau badan usaha, UMKM dibedakan menjadi usaha mikro, usaha kecil, dan usaha menengah. Kriteria UMKM tergolong didasarkan pada omset pertahun, jumlah kekayaan atau aset, serta jumlah karyawan, sebagaimana diatur dalam undang undang. Berikut usahaMikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp 50 juta**,** tidak termasuk tanah

dan bangunan tempat usaha, atau memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp 300 juta. Selanjutnya usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, bukan anak atau cabang dari perusahaan besar, yang memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp 50 juta hingga Rp 500 juta atau memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp 300 juta hingga Rp 2,5 miliar, sedangkan usaha menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, bukan anak atau cabang dari perusahaan besar, dengan kekayaan bersih lebih dari Rp 500 juta hingga Rp 10 miliar atau hasil penjualan tahunan lebih dari Rp 2,5 miliar hingga Rp 50 miliar.

Usaha mikro kecil menengah (UMKM) ini banyaknya inovasi produk yang sama sehina banyak pesaing, oleh karna itu untuk UMKM bertahan maka perlu daya saingyang baik, yang dimana UMKM harus terus menerus berinovasi baik dari segi produk, pelayanan, maupun dalam strategi pemasarannya. Produk yang unik dan sesuai dengan kebutuhan pasar akan lebih mudah menarik pelanggan. Dengan itu untuk memenangkan daya saing tersebut harus menciptakan inovasi baru pada produknya, agar inovasi pada produk UMKM dapat di kelolah tidak terjerumus akibat banyaknya pesaing lainnya. Hal hal yang termasukdalam pengembangan produk adalah penentuan kualitas, ukuran, bentuk, daya tarik, pelabelan, pembungkus, dan sebagainya menyesuaikan selera yang sedang tumbuh.

Di dalam persaingan usaha memiliki dampak positif yang sehat terhadap pertumbuhan ekonomi dan pembangunan bisnis. Persaingan yang sehat mendorongusaha untuk terus berinovasi, meningkatkan efisiensi, dan meningkatkan kualitas produk. Analisis pesaing sangat diperlukan pada efektivitas

pemasaran. Karena dari perkembangan dunia industri semakin pesat, beraneka ragam dibuka dengan leluasa.

Adapun salah satu lokasi yang menjadi pusat UMKM dalam penelitian ini adalah Pasar Pajus. Pasar Pajus merupakan kota dengan peluang membuka usaha yang besar khususnya di bidang kuliner contohnya: makanan/minuman ataupun cemilan. Telah terlihat semakin banyaknya usaha-usaha seperti kuliner yang digemari masyarakat medan sendiri. Makanan adalah sebagai kebutuhan pokok manusia, sedangkan cemilan adalah makanan dalam porsi kecil yang dapat berfungsi untuk menjaga metabolisme tubuh selama jeda menuju jam makan besar. Pasar Pajus sudah terkenal menjadi tempat belanja berbagai produk dengan harga yang terjangkau. Berlokasi di Jalan Jamin Ginting No.354, Padang Bulan, Kec.Medan Baru, Sumatra Utara 20157, kini Pasar Pajus kian bertranformasi menghadirkan tempat belanja yang lengkap mulai dari produk fesyen hingga kuliner. Direktur Pasar Pajus, Edwin Renaldo atau yang kerap disapa dengan sebutan Aseng Pajus mengatakan dulunya Pajus disebut sebagai Pajus (Pajak USU) karena letaknya di belakang Fakultas Hukum USU. Pada bulan September tahun 2010 Pajus terbakar kemudian dipindahkan ke Jalan Jamin Ginting ini. Direktur Pasar Pajus, Edwin Renaldo atau yang kerab disapa dengan sebutan Aseng Pajus mengatakan terkait harga produk, Pajus menawarkan harga relatif terjangkau dibandingkan tempat berbelanja lainnya. Pasar Pajus buka setiap hari mulai Pukul 09.00 WIB hingga Pukul 19.30 WIB. Ia mengatakan pengunjung yang datang ke Pajus bukan hanya warga Kota Medan, bahkan ada juga konsumen

yang datang dari luar kota dan luar pulau. Diantaranya warga Lubuk Pakam, Kabanjahe, Binjai, Jakarta dan lain-lain.

Usaha Almadani Juara Cemilan ini berpengaruh pada inovasi produk yang berperan penting dalam membedakan suatu usaha dan kompetitor lainnya. Dalam industri makanan ringan atau cemilan, keunikan dan kualitas produk sangat mempengaruhi preferensi konsumen. Inovasi dapat berupa pengembangan rasa, kemasan yang menarik, penggunaan bahan baku yang lebih berkualitas, atau bahkan penambahan variasi produk yang relevan dengan tren pasar. Bagi usaha seperti "Almadani Juara Cemilan Pasar Pajus," produk inovasi tidak hanya dapat meningkatkan daya tarik konsumen, tetapi juga menciptakan citra merek yang kuat, yang penting dalam mempertahankan daya saing.

Alamadani Juara Cemilan adalah usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) yang ada di lokasi Pasar Pajus, yang usaha tersebut dibuka pada tanggal 3 maret tahun 2013. Jenis usaha yang dijual adalah makanan dalam bentuk cemilan. dimana cemilan tersebut membantu masyarakat atau mahasiswa/mahasiswi, anak sekolah sebagai makanan ringan yang bisa dapat dikonsumsi. Almadani Juara Cemilan ini menjual beberapa produk cemilan yang dapat dikemas dan dikonsumsi dengan instan seperti kentang goreng, pisang, jamur, sosis, baby crab, dan brokoli.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka penulis tertarik melakukan penelitian untuk mengetahui fenomena tersebut dengan judul "Pengaruh Inovasi Produk dan Lokasi terhadap Daya Saing Usaha Almadani Juara Cemilan di Pasar Pajus ".

B. Identifikasi Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang penelitian di atas, maka identifikasi masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Dengan semakin banyaknya jumlah penjual produk usaha yang sama pada Almadani Juara Cemilan ini akan mengalami naik turun dalam hal penjualan.
2. Masih kurangnya inovasi terhadap produk dalam hal menciptakan varian rasa produk pada Almadani Juara Cemilan.
3. Lokasi yang kurang steril yang aman bebas dari kemungkinan gangguan terhadap debu karna di pinggir jalan utama.

C. Batasan Masalah Penelitian

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, maka penelitian ini dibatasi hanya pada pengaruh inovasi produk dan lokasi terhadap daya saing usaha Almadani Juara Cemilan di Pasar Pajus.

D. Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan batasan masalah penelitian di atas maka yang menjadi rumusan masalah adalah:

1. Apakah inovasi produk berpengaruh terhadap daya saing usaha Almadani Juara Cemilan?
2. Apakah lokasi berpengaruh pada daya saing usaha Almadani Juara Cemilan?
3. Apakah terdapat interaksi antara inovasi produk dan lokasi terhadap daya saing usaha Almadani Juara Cemilan?

E. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh inovasi produk terhadap Almadani Juara Cemilan di Pasar Pajus.
2. Untuk mengetahui pengaruh lokasi terhadap daya saing usaha Almadani Juara Cemilan di Pasar Pajus.
3. Untuk mengetahui pengaruh inovasi produk di lokasi terhadap daya saing Almadani Juara Cemilan di Pasar Pajus.

F. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang dapat di peroleh dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi penulis, untuk menambah pengetahuan dan wawasan penulis mengenai inovasi produk, pemanfaatan dan pengembangan produk dan daya saing. Melalui penerapan ilmu dan teori yang diperoleh dibangku perkuliahan dan mengaplikasikannya kedalam teori penelitian.
2. Bagi pengusaha, sebagai bahan masukan atau menambah informasi bagi pengelola dalam menentukan langkah dan kebijakan usaha khususnya dalam menentukan strategi inovasi produk, lokasi dan daya saing usaha tersebut.
3. Bagi peneliti lain, agar bermanfaat untuk peneliti lainnya agar dapat digunakan sebagai bahan pembelajaran dan juga sebagai penambah wawasan ataupun menambah pengetahuan tentang inovasi produk dan daya saing usaha.