

Analisis Kinerja UMKM Berbasis Ekonomi Kreatif di Aceh Tengah (Studi Kasus Bubuk Kopi)

Dian April Yani¹ Purnama Ramadani Silalahi² Khairina Tambunan³

Jurusan Ekonomi Islam, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

Email : 1dian.apriyani2804@gmail.com²purnamaramadani@uinsu.ac.id³Khairinatambunan@uinsu.ac.id

Abstrak

Usaha Mikro Kecil Menengah merupakan salah satu usaha yang memiliki kedudukan penting dalam perekonomian Indonesia karena dapat menyerap tenaga kerja yang banyak serta dapat mempengaruhi pendapatan rumah tangga yang didapat dari UMKM tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kinerja usaha kecil menengah berbasis ekonomi kreatif. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah pendekatan kualitatif dan pendekatan deskriptif. Hasil yang didapat dari penelitian ini adalah UMKM berbasis ekonomi kreatif di Aceh Tengah masih tergolong rendah karena masih banyak yang mengalami permasalahan. Salah satu contoh UMKM yang sudah menerapkan ekonomi kreatif dalam usahanya adalah Bubuk Kopi yang dimiliki oleh Iwan dan terbukti dapat memberikan dampak positif pada usahanya.

Kata kunci : *Usaha Mikro Kecil Menengah, Ekonomi Kreatif*

1. Pendahuluan

Menurut Sedyasuti (2018), UMKM atau Usaha Mikro Kecil dan Menengah merupakan kelompok usaha yang digolongkan pada usaha yang paling besar jumlahnya dan terbukti tahan terhadap terjadinya guncangan ekonomi misalnya terjadi krisis ekonomi. Hal ini terjadi karena UMKM tidak membutuhkan modal yang besar dan perputaran keuangannya berlangsung setiap hari disesuaikan dengan jumlah konsumen yang membeli produk UMKM tersebut. UMKM memiliki kedudukan yang penting dalam perekonomian Indonesia karena dapat menyerap tenaga kerja dalam jumlah yang besar dan mendukung pendapatan rumah tangga dari UMKM tersebut. UMKM juga memiliki pergerakan yang bebas jika dibandingkan dengan Usaha Mikro Berskala Besar karena usaha dengan modal yang kecil akan lebih mudah untuk dikelola.

UMKM belum mendapatkan perhatian dari pemerintah sepenuhnya, tetapi dengan adanya anggapan bahwa UMKM memiliki peran yang sangat penting dalam perekonomian maka pemerintah didorong untuk membentuk kebijakan yang bertujuan untuk memajukan UMKM. Kebijakan yang dilakukan oleh pemerintah bertujuan untuk mengembangkan UMKM baik dalam aspek jumlah maupun dalam aspek kualitasnya. Salah satu pengaplikasian kebijakan pengembangan UMKM adalah pemberian modal yang dapat digunakan oleh UMKM untuk mengembangkan usaha mereka. Dengan adanya kebijakan ini diharapkan UMKM dapat memberikan kontribusi yang signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi di Indonesia.

Usaha Mikro Kecil Menengah memiliki banyak jenis yang disesuaikan dengan visi misi pemilik dan ketersediaan modal. Salah satu jenis UMKM adalah UMKM yang berbasis ekonomi kreatif. UMKM berbasis ekonomi kreatif merupakan usaha yang mengedepankan peranan kekayaan intelektual atau pengetahuan. UMKM berbasis ekonomi kreatif dapat mempengaruhi kinerja usaha suatu UMKM dan tentunya akan mempengaruhi prestasi yang dicapai. Prestasi suatu usaha disajikan dalam bentuk peningkatan keuntungan yang didapat dari peningkatan penjualan dan peningkatan penghasilan. Semakin tinggi prestasi yang didapat oleh suatu UMKM maka semakin berhasil UMKM tersebut menerapkan ekonomi kreatif dalam usahanya, begitu juga sebaliknya (Namrud, 2021).

Mempunyai usaha di masa Ekonomi Kreatif itu lebih menarik dari pada masa ekonomi sebelumnya, sebab telah terdapat media massa, cetak serta online. Usaha yang kita miliki tidak cuma bisa kita jual terbatas, namun luas serta bisa diekspansi sebab pertukaran data yang tidak terbatas. Konten digital jadi opsi utama di masa kekinian. Merangsang pola pikir warga jadi lebih kreatif, inovatif, dan peka terhadap isu dekat. Warga pula dituntut buat lebih melek teknologi, dengan keterbatasan yang terdapat serta talenta yang dipunyai. Perihal

tersebut jadi titik acuan warga buat lebih maju serta menghasilkan perihal dan bahan- bahan baru dalam penuhi kebutuhannya. Selaku branding sesuatu wilayah, pembuatan bukti diri serta icon. Sesuatu wilayah, kota ataupun provinsi, bisa menjadikan konsep Ekonomi Kreatif selaku strategi pengembangan daerahnya, sekalian branding citra diri daerahnya.

Aceh Tengah merupakan salah satu kota yang berada di ujung Pulau Sumatera yang terdapat banyak UMKM berkembang, tetapi tidak dapat dihindari permasalahan yang ada seperti kurang maksimalnya kinerja karyawan sehingga dapat menyebabkan terhambatnya perkembangan UMKM di Aceh Tengah. Permasalahan lain yang dialami adalah keterbatasan modal yang dimiliki sehingga kesulitan untuk mengembangkan usahanya, serta kurangnya pelatihan dari pemerintah mengenai penerapan UMKM berbasis ekonomi kreatif.

Dari penjelasan di atas maka penulis tertarik untuk membahas analisis UMKM berbasis ekonomi kreatif di Aceh Tengah yang pada faktanya kurang mendapatkan perhatian dari pemerintah. Kurangnya perhatian dari pemerintah maka UMKM di Aceh Tengah tidak mendapatkan bantuan modal dan pelatihan dari pemerintah, sedangkan peran pemerintah sangat dibutuhkan dalam mengembangkan UMKM berbasis ekonomi kreatif. Untuk fokus permasalahan yang dibahas kali ini adalah bagaimana analisis UMKM berbasis ekonomi kreatif di Aceh Tengah dengan fokus usaha yaitu Bubuk Kopi.

2. Kajian Teori

2.1 Kinerja Usaha

Kinerja kerja jika dijelaskan berdasarkan kata maka berasal dari dua kata yaitu kinerja dan kerja. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia kerja merupakan sesuatu atau perbuatan yang dilakukan oleh suatu individu. Sedangkan kinerja merupakan keluaran yang dihasilkan dari faktor-faktor suatu pekerjaan dalam satuan kurun waktu tertentu. Kinerja kerja pada dasarnya terbagi menjadi dua macam yaitu kinerja yang merujuk pada hasil yaitu cacatan hasil produksi yang dihasilkan oleh karyawan dalam satuan waktu tertentu dan kinerja kerja yang merujuk pada sikap yang relevan dengan tujuan perusahaan tempat suatu individu tersebut bekerja. Dengan penjelasan tersebut maka dapat disimpulkan bahwa kinerja kerja merupakan hasil kerja yang dicapai oleh suatu individu atau kelompok dalam suatu perusahaan sesuai dengan kewajiban yang tanggung jawab masing-masing (Setyawati, *et al*, 2018).

2.2 Usaha Makro Kecil Menengah

Usaha kecil merupakan usaha yang pada dasarnya berskala kecil dan memiliki keuntungan atau hasil penjualan sesuai dengan kepemilikan yang diatur dalam undang-undang. Usaha kecil meliputi usaha informal dan usaha kecil tradisional, sedangkan usaha menengah merupakan usaha yang dimiliki oleh perorangan atau kelompok yang usahanya berbadan hukum atau tidak berbadan hukum dan bersifat berdiri sendiri tidak merupakan anak atau cabang dari perusahaan besar baik secara langsung maupun tidak langsung. Usaha kecil menengah paling dipengaruhi oleh modal perusahaan karena dapat menentukan keberhasilan suatu usaha. Selain itu faktor-faktor yang mempengaruhi terjadinya kegagalan pada suatu UMKM adalah lemahnya kemampuan dalam mengambil keputusan, ketidakmampuan dalam mengatur manajemen, kurangnya pengalaman dalam menjalankan suatu usaha, dan lemahnya pengawasan terhadap keuangan perusahaan (Suarmawan., *et al*, 2016).

Pertumbuhan pasar global telah menggeser paradigma bisnis nasional, dimana UKM memegang peranan penting dalam memakmurkan ekonomi negara, baik melalui penciptaan lapangan kerja, mendorong peningkatan kesejahteraan masyarakat, serta menciptakan inovasi baru. Saat ini, jumlah pelaku UKM di Indonesia telah mencapai 57 juta, dimana sebagian besar merupakan para pelaku usaha micro. Hal ini menunjukkan potensi UKM sebagai salah satu penggerak ekonomi Indonesia untuk meningkatkan kemakmuran negeri.

UMKM mempunyai peranan dalam pembangunan ekonomi nasional. UMKM berperan dalam pertumbuhan ekonomi dan penyerapan tenaga kerja. Selain itu, UMKM juga berperan dalam pendistribusian hasil-hasil pembangunan. Keberadaan sektor UMKM bukan hanya dianggap sebagai tempat penampungan sementara bagi para pekerja yang belum masuk ke sektor formal, tetapi juga sebagai motor pertumbuhan aktivitas ekonomi. Hal ini dikarenakan jumlah penyerapan tenaga kerjanya yang demikian besar. Mengingat pengalaman yang telah dihadapi oleh Indonesia selama krisis ekonomi, kiranya tidak berlebihan apabila pengembangan sektor swasta difokuskan pada UMKM.

2.3 Ekonomi Kreatif

Ekonomi kreatif merupakan konsep ekonomi baru yang memadukan informasi dan kreatifitas dengan mengutamakan ide, gagasan, dan pengetahuan dari sumberdaya manusia. Ekonomi kreatif memiliki beberapa kriteria yaitu memelurkan gabungan dari pelaku yang berhubungan dengan industri kreatif, berbasis dan mengedepankan ide dan gagasan, pengembangan pada suatu usaha bersifat tidak terbatas, serta memiliki konsep yang cenderung relatif. Ekonomi kreatif perlu dikembangkan dan diterapkan dalam suatu usaha karena memberikan pengaruh yang positif terhadap perekonomian Indonesia. Dampak positif yang disebabkan oleh ekonomi kreatif adalah meningkatkan PDB, meningkatkan kesempatan kerja, meningkatkan produksi, meningkatkan kualitas hidup, meningkatkan toleransi sosial, dan mengurangi kesenjangan sosial (Purnomo, 2016).

Ekonomi kreatif sebagai wujud dari upaya mencari pembangunan yang berkelanjutan melalui kreativitas, yang mana pembangunan berkelanjutan adalah suatu iklim perekonomian yang berdaya saing dan memiliki cadangan sumber daya yang terbarukan. Peran besar yang ditawarkan ekonomi kreatif adalah pemanfaatan cadangan sumber daya yang bukan hanya terbarukan, bahkan tak terbatas, yaitu ide, gagasan, bakat atau talenta, dan kreativitas. Ekonomi kreatif sendiri merupakan pengembangan konsep berdasarkan modal kreativitas yang dapat berpotensi meningkatkan pertumbuhan ekonomi dan kesejahteraan masyarakat. Pengembangan Ekonomi Kreatif merupakan salah satu bentuk optimisme serta luapan aspirasi dalam mendukung dan mewujudkan visi Indonesia yaitu menjadi negara maju. Ekonomi kreatif menjadi salah satu peluang maupun solusi di tengah keadaan yang serba tak jelas ini. Konsep ekonomi kreatif memiliki perbedaan dengan konsep ekonomi konvensional.

Sistem ekonomi kreatif dianggap mampu menjadi solusi untuk menghadapi tantangan ekonomi global yang diprediksi akan menggeser sistem ekonomi yang telah berjalan (Mahmud Syarif & Ayu Azizah, 2015; Daulay, 2018). Pengembangan Ekonomi Kreatif merupakan salah satu bentuk optimisme serta luapan aspirasi dalam mendukung dan mewujudkan visi Indonesia yaitu menjadi negara maju (Daulay, 2018). Ekonomi kreatif menjadi salah satu peluang maupun solusi di tengah keadaan yang serba tak jelas ini. Konsep ekonomi kreatif memiliki perbedaan dengan konsep ekonomi konvensional (Sulistyo, 2010). Menurut Santosa (2020), terdapat beberapa faktor pembeda, faktor yang dimaksud bisa berupa bentuk kreatif yang bersumber dari pengemasan, pemasaran, promosi, hingga desain produk atau jasa.

Sebagai upaya pemberdayaan ekonomi kerakyatan, terkhususnya bagi para usaha mikro kecil dan menengah, Kementerian BUMN bersama perusahaan milik negara membangun Rumah Kreatif BUMN (disingkat RKB) dengan adanya rumah kreatif sebagai rumah kebersamaan untuk perkumpulan para UKM, belajar dan membimbing para UKM menjadi UKM Indonesia yang berkualitas. Rumah Kreatif BUMN akan mendampingi dan mendorong para pelaku UKM dalam menjawab tantangan utama pengembangan usaha UKM dalam hal Peningkatan kompetensi, Peningkatan Akses Pemasaran dan Kemudahan akses Permodalan.

3. Metode Penelitian

Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah pendekatan kualitatif yaitu analisis deskriptif. Penggunaan metode ini diharapkan dapat menjawab rumusan masalah yang dipilih oleh penulis melalui memahami fenomena yang terjadi meliputi sikap, pendapat, dorongan, dan tindakan baik secara holistic maupun secara gambaran yang disusun dalam bentuk kata-kata dan bahasa sehingga dapat memanfaatkan metode ilmiah tersebut. Sedangkan pendekatan deskriptif merupakan menganalisis suatu fenomena melalui menggambarkan hasil penelitian atau data yang didapatkan sehingga membentuk suatu kesimpulan yang dijadikan sebagai jawaban dari suatu rumusan masalah yang dipilih oleh penulis (Anggito dan Setiawan, 2018).

4. Pembahasan

UMKM yang diteliti pada penelitian ini adalah salah satu usaha yang ada di Aceh Tengah yaitu usaha Bubuk Kopi yang pemiliknya adalah Iwan Aramiko. UMKM Bubuk Kopi yang dimiliki oleh Iwan Aramiko diklaim sudah menerapkan ekonomi kreatif karena mengedepankan pengetahuan yang bertujuan untuk mengembangkan usaha agar dapat berkembang lebih besar baik dari segi keuntungan maupun dari segi penjualan dan produksi. Upaya yang dilakukan oleh Iwan adalah dengan menerapkan inovasi pada produknya agar memiliki ciri khas dari produk serupa yang dijual oleh pesaing sehingga inovasi yang dibentuk tersebut dapat menarik minat konsumen. Hal ini diharapkan akan meningkatkan peluang konsumen membeli produk yang dijual Iwan.

Dalam pelaksanaan usaha Bubuk Kopi oleh Iwan tentu menimbulkan permasalahan yaitu kekurangan modal dalam menghasilkan Kopi Gayo yang memiliki kualitas tinggi. Tetapi Iwan mensiasati dengan meningkatkan inovasi pada produknya sehingga dapat meningkatkan keuntungan yang didapatkan dari penjualan. Iwan pada awalnya membangun usaha ini dengan modal Rp 5.000.000, seiring berjalannya usaha Iwan dan selalu mengalami peningkatan keuntungan maka usaha yang dimiliki Iwan tidak mengalami kekurangan bahwa dapat menutupi kekurangan yang diperlukan untuk menghasilkan Kopi Gayo yang

berkualitas. Iwan juga berhasil membangun usaha dengan modal sendiri tanpa melakukan pinjaman modal dari pihak ketiga yaitu dari bank, koperasi, atau pemerintah. Hal ini tentu menguntungkan Iwan karena setiap bulannya hanya diperlukan fokus pada keuntungan yang didapatkan tanpa memikirkan uang sisihan untuk mengganti pinjaman.

Untuk menjamin kualitas produk yang dihasilkan usaha Iwan, maka Iwan memilih untuk memperkerjakan karyawan yang sudah *expert* dalam masalah perkopian atau memiliki kemampuan khusus untuk menghasilkan bubuk kopi yang berkualitas. Iwan juga mempunyai cara agar karyawannya betah bekerja dengan Bubuk Kopi dan memiliki lingkungan kerja yang nyaman yaitu dengan memberikan kompensasi jika penjualan meningkat atau jika karyawan tersebut bekerja dengan maksimal dan mampu menghasilkan kopi bubuk yang berkualitas.

Secara keseluruhan usaha yang dijalani Iwan sudah mendapat keuntungan yang lebih besar dari pengeluaran yang dibutuhkan baik untuk keperluan operasional, gaji karyawan, maupun biaya tetap seperti listrik dan air. Iwan juga mengalami kerugian karena setiap usaha tidak ada yang tidak rugi, sehingga upaya Iwan untuk menghindari kerugian yang terjadi adalah menyisihkan keuntungan yang didapat tiap bulan sebagai dana darurat jika terjadi kerugian dan dapat menutupi kekurangan dana yang terjadi. Hal ini diperlukan karena masa pandemic sampai tahun 2022 belum selesai dan ada kemungkinan ada varian virus lain dan berdampak pada kebijakan-kebijakan yang dikeluarkan pemerintah yang notabeneanya merugikan usaha kecil seperti *lockdown*, PSBB, dan lain sebagainya.

5. Kesimpulan

Usaha Mikro Kecil Menengah di Aceh Tengah tergolong belum sempurna atau masih kurang karena masih banyak UMKM yang mengalami permasalahan bahkan kegagalan dalam mengembangkan usahanya. Faktor yang menyebabkan kurang berkembangnya UMKM berbasis ekonomi kreatif adalah terdapat faktor yang menghambat berkembangnya suatu usaha seperti kurangnya ketersediaan modal sehingga tidak dapat mengembangkan usaha secara maksimal dan kurangnya pembinaan dan peran aktif dari pemerintah untuk memberikan pelatihan kepada UMKM mengenai dampak positif yang disebabkan oleh diterapkannya ekonomi kreatif dalam mengembangkan suatu usaha.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggito, A., dan J. Setiawan. 2018. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Jakarta : Jejak Publisher.
- Namrud, S. S. 202. Literasi dan Model Manajemen Keuangan UMKM Berbasis Digital pada UMKM-UMKM di Kabupaten Boalemo, Provinsi Gorontalo. *Applied Managerial Accounting*. 5(2) : 45 – 55.
- Purnomo, R. A. 2016. *Ekonomi Kreatif Pilar Pembangunan Indonesia*. Jakarta : Ziyad Visi Media.
- Sedyastuti, K. 2018. Analisis Pemberdayaan UMKM dan Peningkatan Daya Saing dalam Kancah Pasar Global. *Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia*. 2(1) : 117 – 128.
- Setyawati, N. W., N. A. Aryani., dan E. P. Ningrum. 2018. Stress Kerja dan Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Karyawan. *Riset Manajemen dan Bisnis*. 3(3) : 405 – 415.
- Suarmawan, K. A., N, Suharsono., dan K. R. Suwena. 2016. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keberhasilan Usaha Mikro dan Kecil (Studi pada Usaha Kerajinan Ingka di Desa Bulian, Kec. Kubutambahan). *Pendidikan Ekonomi Undiksha*. 5(1) : 1 – 10.