BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam era globalisasi dan transformasi digital, inovasi produk menjadi faktor kunci dalam mempertahankan daya saing usaha kecil dan menengah (UKM). Di tingkat global, UKM berkontribusi lebih dari 90% terhadap lapangan kerja dan 50% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) di banyak negara. Di Indonesia sendiri, menurut data Kementerian Koperasi dan UKM tahun 2024, terdapat lebih dari 65 juta UKM yang menyerap sekitar 97% tenaga kerja nasional dan berkontribusi hingga 60% terhadap PDB nasional. Namun, sebagian besar UKM masih menghadapi keterbatasan dalam pengelolaan keuangan dan inovasi produk yang berkelanjutan (Widasari et al., 2024).

UKM kuliner seperti Dapur Gizi Keripik Lumba-lumba di Kota Malang menggambarkan bagaimana manajemen keuangan berperan dalam mendorong inovasi produk lokal berbasis bahan pangan sehat. Kota Malang dikenal sebagai pusat industri kreatif kuliner di Jawa Timur, namun banyak pelaku UKM menghadapi kendala dalam perencanaan dan pengalokasian dana untuk pengembangan produk baru. Kurangnya sistem pencatatan keuangan yang baik serta lemahnya literasi finansial menjadi hambatan utama dalam menciptakan inovasi yang berdaya saing tinggi (Destiana & Komara, 2022).

Inovasi produk merupakan strategi kunci bagi UKM untuk meningkatkan daya saing di tengah persaingan global dan perubahan preferensi konsumen yang cepat. Melalui inovasi, UKM dapat menciptakan nilai tambah, memperluas pasar,

serta menyesuaikan diri dengan kebutuhan konsumen modern yang semakin berorientasi pada kesehatan dan keberlanjutan. Penelitian Kurniawan & Harahap (2025) menegaskan bahwa kombinasi antara inovasi produk dan kemasan berkelanjutan mampu memperkuat daya saing UKM pangan tradisional Indonesia di pasar internasional. Sementara itu, Retnaningsih & Irmawati (2024) menunjukkan bahwa UKM di sektor kuliner kini fokus mengembangkan produk bergizi dan bercita rasa lokal sebagai respons terhadap tren konsumen yang semakin sadar gizi dan lingkungan.

Manajemen keuangan memegang peran sentral dalam memastikan keberlangsungan inovasi produk di sektor UKM. Sebagai sistem pengelolaan sumber daya dana yang efektif dan efisien, manajemen keuangan membantu UKM dalam mengatur alokasi modal, mengontrol arus kas, dan menilai kelayakan investasi inovatif. Menurut Purwantoro (2025), manajemen keuangan yang baik mendorong pelaku UKM mampu mengambil keputusan strategis berbasis data, termasuk dalam pengembangan dan peluncuran produk baru yang bernilai ekonomi tinggi. Selain itu, manajemen keuangan juga berperan penting dalam mendukung riset pasar, pengembangan produk, dan strategi pemasaran. Saman (2025) mengungkapkan bahwa UKM pascapandemi perlu menata kembali sistem keuangannya agar dapat berinvestasi pada riset pasar serta pengembangan produk yang inovatif sesuai kebutuhan konsumen. Dengan perencanaan keuangan yang matang, UKM dapat mengidentifikasi segmen pasar potensial dan menyesuaikan strategi inovasinya agar lebih tepat sasaran. Manajemen keuangan juga menjadi fondasi penting bagi kolaborasi lintas fungsi dalam organisasi UKM. Penelitian

Suriani et al. (2024) menegaskan bahwa strategi keuangan yang terencana tidak hanya menjaga stabilitas bisnis, tetapi juga menciptakan ruang bagi inovasi produk melalui efisiensi pembiayaan dan pengelolaan risiko. Dengan demikian, fungsi keuangan berperan sebagai fasilitator inovasi, bukan sekadar pengendali biaya. Namun demikian, sejumlah tantangan masih dihadapi UKM dalam praktik manajemen keuangan. Studi Widasari et al. (2024) menyoroti lemahnya perencanaan keuangan, keterbatasan akses pembiayaan, dan kurangnya pencatatan akuntansi yang rapi sebagai hambatan utama yang menghambat inovasi produk. Sebagian besar UKM masih bergantung pada pembiayaan pribadi tanpa perencanaan arus kas yang terstruktur, sehingga sulit untuk mengalokasikan dana bagi pengembangan produk baru.

UKM Dapur Gizi Keripik Lumba-Lumba berdiri pada tahun 2007, di Kota Malang sebagai usaha kecil menengah (UKM) yang fokus pada produksi keripik singkong khas Malang. Produk keripik ini dikenal dengan merek "Lumba-Lumba" yang sudah cukup populer di kalangan masyarakat setempat maupun sebagai oleh-oleh khas Malang. UKM ini memulai dengan produksi skala kecil dengan komitmen menjaga kualitas dan cita rasa keripik singkong yang renyah serta bervariasi dalam rasa, seperti manis dan asin.

Seiring waktu, Dapur Gizi Keripik Lumba-Lumba berkembang dengan meningkatkan teknik produksi dan pemasaran, baik secara tradisional maupun melalui platform digital. Usaha ini juga menjadi bagian dari penggerak usaha mikro yang mendorong perekonomian lokal di Malang dari awal berdiri hingga kini. UKM Dapur Gizi Kerpik Lumba-Lumba merupakan UKM kuliner sehat di

Kota Malang yang berfokus pada pengembangan produk berbasis gizi seimbang menggunakan bahan lokal alami seperti ubi, kacang, dan sayuran. Sebagai bagian dari tren kuliner sehat nasional, Dapur Gizi menghadirkan inovasi produk bergizi tinggi dan ramah lingkungan untuk menjawab kebutuhan konsumen yang semakin sadar kesehatan (Komalasari & Mustafa, 2023). Dalam pengembangan bisnisnya, UKM ini memanfaatkan pemasaran digital melalui media sosial dan e-commerce guna memperluas jangkauan pasar, sebagaimana terbukti efektif dalam meningkatkan brand awareness UKM kuliner lain di Indonesia (Wicaksana & Pratama, 2025). Namun, Dapur Gizi masih menghadapi tantangan berupa keterbatasan modal untuk riset bahan baku, pengembangan resep baru, serta promosi digital akibat minimnya literasi keuangan dan digital di kalangan pelaku UKM (Sutomo & Sudarmiatin, 2025). Kondisi ini menunjukkan perlunya pendampingan strategis dan pembiayaan inklusif agar Dapur Gizi Keripik Lumba-Lumba dapat memperkuat inovasi, memperluas pasar, serta mendukung gaya hidup sehat masyarakat melalui produk kuliner bergizi.

Hubungan antara manajemen keuangan dan inovasi produk UKM, khususnya pada sektor pangan sehat, masih sangat nyata. Sebagian besar penelitian terdahulu berfokus pada aspek pemasaran, kreativitas, atau strategi produk, namun jarang mengkaji bagaimana pengelolaan keuangan menjadi fondasi utama bagi kemampuan inovasi UKM. Penelitian lain oleh Rahmawati & Hasbullah (2023) menemukan bahwa literasi keuangan dan modal berpengaruh pada pertumbuhan usaha serta inovasi, namun masih bersifat kuantitatif dan tidak menggambarkan konteks operasional sektor pangan sehat. Sementara itu,

Syahridhan dkk. (2024) menyoroti perilaku keuangan UKM makanan kecil, tetapi belum mengaitkannya dengan inovasi berbasis gizi atau keberlanjutan produk. Dengan demikian, masih diperlukan penelitian kualitatif mendalam untuk memahami bagaimana praktik manajemen keuangan mulai dari perencanaan, pencatatan, hingga alokasi modal dapat memperkuat kapasitas inovasi produk sehat, seperti yang dijalankan oleh UKM kuliner lokal di Indonesia.

Pentingnya memahami peran manajemen keuangan dapat mendorong inovasi produk dalam UKM, khususnya sektor pangan sehat seperti Dapur Gizi. Pemahaman tersebut diperlukan agar dapat merumuskan model atau strategi pengelolaan keuangan yang efektif untuk mendukung riset, pengembangan produk, serta strategi pemasaran yang berkelanjutan. Studi Ferine et al. (2023) menunjukkan bahwa manajemen keuangan yang baik berperan penting dalam meningkatkan kinerja dan inovasi UKM melalui optimalisasi sumber daya dan pengendalian biaya. Sementara itu, Komalasari & Mustafa (2023) menegaskan bahwa inovasi berbasis produk sehat hanya dapat berkelanjutan jika didukung oleh sistem keuangan yang kuat dan adaptif terhadap kebutuhan riset bahan baku. Selain itu, pendekatan holistik seperti *quadruple helix* model yang dikemukakan oleh Dhewanto et al. (2021) menekankan pentingnya kolaborasi antara pelaku UKM, akademisi, pemerintah, dan masyarakat dalam memperkuat inovasi melalui pengelolaan keuangan yang strategis. Oleh karena itu, penelitian ini menjadi krusial tidak hanya untuk memperdalam pemahaman teoretis tentang hubungan antara keuangan dan inovasi, tetapi juga untuk memberikan manfaat praktis bagi

Dapur Gizi dan UKM sejenis dalam merencanakan, mengalokasikan, serta mengoptimalkan dana demi pengembangan produk inovatif dan berdaya saing.

1.2 Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, yang menjadi fokus penelitian ini adalah untuk menginterpretasikan peran manajemen keuangan dalam mendukung pengembangan inovasi produk pada UKM Dapur Gizi Keripik Lumba-Lumba di Kota Malang. Penelitian ini menelaah bagaimana praktik manajemen keuangan, yang mencakup perencanaan, penganggaran, pengendalian, dan evaluasi keuangan, berkontribusi terhadap proses inovasi produk melalui pengambilan keputusan yang tepat, efisiensi penggunaan sumber daya, serta pengelolaan pendanaan dan arus kas yang efektif. Selain itu, penelitian ini juga menyoroti bagaimana manajemen keuangan berperan sebagai penggerak sinergi antar fungsi bisnis, seperti produksi, pemasaran, dan distribusi, sehingga mampu menciptakan nilai tambah dan mendorong keberlanjutan inovasi dalam konteks UKM kuliner lokal di Kota Malang.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasrkan fokus penelitian diatas, yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana peran manajemen keuangan diinterpretasikan dan diterapkan dalam mendukung pengembangan inovasi produk pada UKM Dapur Gizi Keripik Lumba-Lumba di Kota Malang?

2. Faktor-faktor apa yang mempengaruhi efektivitas manajemen keuangan dalam mendorong inovasi produk sehat pada UKM Dapur Gizi Keripik Lumba-Lumba di Kota Malang?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dikemukakan di atas, maka tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk menginterpretasikan dan mendeskripsikan peran manajemen keuangan dalam mendukung pengembangan inovasi produk pada UKM Dapur Gizi Keripik Lumba-Lumba di Kota Malang.
2. Untuk mengidentifikasi dan menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi efektivitas manajemen keuangan dalam mendorong inovasi produk sehat pada UKM Dapur Gizi Keripik Lumba-Lumba di Kota Malang.

1.5 Paradigma Penelitian

Penelitian ini mengadopsi pendekatan kualitatif interpretatif dan studi kasus mendalam pada UKM Dapur Gizi Keripik Lumba-Lumba di Kota Malang, menawarkan wawasan yang kaya tentang peran strategis manajemen keuangan dalam mendorong inovasi produk. Alih-alih hanya mengukur angka, penelitian ini menggali makna, nilai, dan strategi di balik praktik pengelolaan keuangan, memandang fungsi finansial (mulai dari perencanaan hingga evaluasi) sebagai penentu arah inovasi. Paradigma ini unggul karena secara cermat membedah bagaimana faktor internal UKM seperti visi dan pengalaman pemilik tidak hanya sekadar mempengaruhi, tetapi benar-benar membentuk cara pandang terhadap manajemen keuangan. Dengan demikian, penelitian ini berhasil membangun

hubungan konseptual yang kuat antara faktor internal, interpretasi manajemen keuangan, keputusan finansial, dan keberhasilan pengembangan inovasi, menghasilkan pemahaman yang holistik dan kontekstual mengenai peningkatan kinerja dan daya saing usaha.

1.6 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian yang diharapkan adalah :

1. Manfaat Teoritis

   Penelitian ini memberikan kontribusi teoretis signifikan dengan memperkaya literatur tentang korelasi antara efisiensi pengelolaan keuangan dan keberhasilan inovasi produk dalam industri makanan ringan. Hasil studi ini diharapkan menjadi referensi penting bagi akademisi, membantu memahami peran manajemen keuangan dalam inovasi, serta memfasilitasi pengembangan model teori baru yang menggambarkan interaksi kedua fungsi tersebut, sekaligus menawarkan pandangan baru dalam diskusi akademik.

2. Manfaat Akademis

   a. Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi bagi mahasiswa dan peneliti-peneliti selanjutnya yang ingin mengeksplorasi lebih lanjut tentang peran manajemen keuangan dalam konteks pengembangan inovasi produk berkelanjutan.

   b. Penelitian ini dapat berkontribusi pada pengembangan teori manajemen keuangan, terutama dalam konteks UKM dan inovasi produk.

3. Manfaat Praktis

Penelitian ini bertujuan untuk memberikan rekomendasi strategis bagi Dapur Gizi keripik lumba-lumba, terutama dalam meningkatkan efektivitas manajemen keuangan sebagai tulang punggung inovasi produk. Studi ini menawarkan wawasan tentang penerapan praktik manajemen keuangan yang dapat mempercepat proses inovasi produk, yang penting untuk meningkatkan daya saing pasar. Selain itu, temuan penelitian diharapkan dapat dijadikan panduan bagi manajer dan praktisi industri lainnya dalam mengalokasikan sumber daya keuangan secara optimal, sehingga mendukung keberhasilan inovasi produk yang berkelanjutan. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya membantu Dapur Gizi keripik lumba-lumba dalam mengatasi tantangan spesifiknya, tetapi juga memberikan dampak positif bagi industri makanan ringan secara lebih luas.

1.7 Ruang Lingkup

Penelitian kualitatif ini berlokasi di Kota Malang, Jawa Timur, dengan fokus studi kasus tunggal pada Usaha Kecil dan Menengah (UKM) Dapur Gizi Keripik Lumba-Lumba. Kajian ini berpusat pada tiga konsep kunci, berupa faktor internal UKM yang membentuk cara pandang terhadap pengelolaan keuangan, variabel kunci yaitu peran manajemen keuangan, sebagai fungsi strategis dalam pengambilan keputusan finansial dan variabel dampak berupa inovasi produk yang berkorelasi dengan kinerja dan daya saing usaha. Subjek penelitian utama adalah pemilik atau pengelola UKM yang bertanggung jawab atas keputusan finansial dan inovasi. Penentuan subjek dilakukan melalui teknik purposive

sampling untuk memilih yang memiliki pemahaman mendalam tentang praktik manajemen keuangan dan proses inovasi di UKM tersebut.