

Pengembangan Metode Inovatif dalam Pembuatan Perencanaan Bisnis: Studi Empiris pada UMKM Bidang Makanan dan Minuman di Kota Medan

Dina Arfianti Siregar^{1*}, Cut Nizma², Ilham Hidayah Napitupulu³,

Diena Fadhillah⁴, Sri Fitria Jayusman⁵

^{1,2,3,4}Politeknik Negeri Medan, Medan, Indonesia

⁵Universitas Muslim Nusantara, Medan, Indonesia

dina.siregar@polmed.ac.id

Abstract

This research aims to develop innovative methods for creating effective business plans to improve the performance of MSMEs in the food and beverage sector in Medan City. The independent variables studied include sales growth, organizational culture, product quality, profitability, and budget planning. MSME performance is determined as the dependent variable, while leadership functions as a moderating variable that can strengthen the relationship between the independent and dependent variables. The research method used is an empirical study by collecting data through questionnaires distributed to 150 MSME owners and managers in the food and beverage sector in Medan City. Sampling was carried out purposively to ensure respondents had experience in managing MSMEs. Data analysis was carried out using descriptive statistical techniques and multiple linear regression to test the influence between variables. The research results show that all independent variables have a positive and significant influence on the performance of MSMEs. Sales growth is proven to be the main factor driving increased performance, followed by profitability which shows a direct contribution to business sustainability.

Keywords: Business Planning, Food and Beverage MSMEs, Budgeting

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan metode inovatif dalam membuat rencana bisnis yang efektif untuk meningkatkan kinerja UMKM di sektor makanan dan minuman di Kota Medan. Variabel independen yang diteliti meliputi pertumbuhan penjualan, budaya organisasi, kualitas produk, profitabilitas, dan perencanaan anggaran. Kinerja UMKM ditetapkan sebagai variabel dependen, sedangkan kepemimpinan berfungsi sebagai variabel moderasi yang dapat memperkuat hubungan antara variabel independen dan dependen. Metode penelitian yang digunakan adalah studi empiris dengan mengumpulkan data melalui kuesioner yang disebarkan kepada 150 pemilik dan manajer UMKM di sektor makanan dan minuman di Kota Medan. Pengambilan sampel dilakukan secara purposive untuk memastikan responden memiliki pengalaman dalam mengelola UMKM. Analisis data dilakukan dengan menggunakan teknik statistik deskriptif dan regresi linier berganda untuk menguji pengaruh antar variabel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa seluruh variabel independen memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM. Pertumbuhan penjualan terbukti menjadi faktor utama pendorong peningkatan kinerja, diikuti oleh profitabilitas yang menunjukkan kontribusi langsung terhadap keberlangsungan usaha.

Kata Kunci: Perencanaan Bisnis, UMKM Makanan dan Minuman, Penganggaran

PENDAHULUAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan metode inovatif yang dapat diterapkan dalam pembuatan perencanaan bisnis khususnya untuk usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di sektor makanan dan minuman di Kota Medan. Pertumbuhan UMKM di sektor ini menunjukkan potensi yang signifikan dalam kontribusinya terhadap perekonomian lokal. Namun, masih terdapat tantangan yang dihadapi oleh UMKM dalam merencanakan bisnis mereka secara efektif. Oleh karena itu, penelitian ini mengusulkan pendekatan inovatif yang berfokus pada pengembangan metode yang lebih adaptif dan responsif terhadap dinamika pasar dan kebutuhan konsumen. Studi empiris akan dilakukan melalui survei dan wawancara mendalam dengan sejumlah UMKM di sektor makanan dan minuman di Kota Medan untuk mengidentifikasi kebutuhan mereka serta mengevaluasi efektivitas metode yang diusulkan.

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang berarti dalam meningkatkan kemampuan UMKM dalam merencanakan bisnis mereka secara berkelanjutan dan kompetitif.

Dalam konteks globalisasi dan persaingan bisnis yang semakin ketat, usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di sektor makanan dan minuman di Kota Medan menghadapi berbagai tantangan dalam merumuskan perencanaan bisnis yang efektif. Kendala-kendala seperti perubahan tren konsumen, fluktuasi harga bahan baku, dan persaingan pasar yang meningkat menuntut adanya pendekatan yang inovatif dalam perencanaan bisnis. Namun, kebanyakan UMKM masih mengandalkan metode konvensional dalam merencanakan bisnis mereka, yang mungkin tidak lagi relevan atau responsif terhadap dinamika pasar yang terus berubah. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan metode inovatif dalam pembuatan perencanaan bisnis yang dapat meningkatkan daya saing dan keberlanjutan UMKM di sektor makanan dan minuman di Kota Medan. Studi empiris akan dilakukan untuk memahami secara mendalam tantangan-tantangan yang dihadapi oleh UMKM dalam merencanakan bisnis mereka, serta untuk menguji efektivitas metode inovatif yang diusulkan dalam meningkatkan kinerja bisnis mereka. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang signifikan dalam mengembangkan strategi perencanaan bisnis yang adaptif dan berkelanjutan bagi UMKM di Kota Medan, serta mendorong pertumbuhan sektor makanan dan minuman yang lebih berdaya saing di tingkat lokal maupun regional.

Penelitian sebelumnya telah menyoroti tantangan yang dihadapi oleh usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di sektor makanan dan minuman, terutama dalam merencanakan bisnis mereka. Sejumlah studi telah menunjukkan bahwa UMKM sering kali menghadapi kesulitan dalam mengadopsi metode perencanaan bisnis yang tepat, yang dapat menyebabkan keterbatasan dalam pertumbuhan dan keberlanjutan mereka. Di sisi lain, beberapa penelitian juga menyoroti pentingnya inovasi dalam konteks perencanaan bisnis untuk meningkatkan daya saing dan kesuksesan UMKM. Namun, kebanyakan penelitian ini belum secara khusus mengkaji pengembangan metode inovatif dalam perencanaan bisnis untuk UMKM di sektor makanan dan minuman, terutama di wilayah Kota Medan. Oleh karena itu, ada kebutuhan yang mendesak untuk melakukan studi empiris yang mendalam untuk memahami secara lebih baik tantangan yang dihadapi oleh UMKM di sektor ini dan untuk mengembangkan metode inovatif yang dapat membantu mereka merumuskan perencanaan bisnis yang lebih efektif. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan akan mengisi celah pengetahuan yang ada dan memberikan wawasan baru tentang strategi perencanaan bisnis yang dapat meningkatkan kinerja dan keberlanjutan UMKM di Kota Medan.

Sebelumnya, penelitian telah dilakukan untuk mengeksplorasi berbagai aspek pengembangan metode inovatif dalam pembuatan perencanaan bisnis, khususnya dalam konteks usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di sektor makanan dan minuman di Kota Medan. Penelitian tersebut didasarkan pada pemahaman bahwa UMKM di sektor tersebut sering kali menghadapi tantangan dalam merencanakan bisnis mereka, terutama dalam mengantisipasi perubahan pasar dan mengidentifikasi peluang inovasi. Melalui pendekatan studi empiris, penelitian sebelumnya telah melakukan survei dan wawancara mendalam dengan sejumlah UMKM di Kota Medan untuk mengidentifikasi hambatan-hambatan yang mereka hadapi dalam perencanaan bisnis mereka. Temuan penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa banyak UMKM menghadapi kesulitan dalam mengakses informasi pasar yang relevan, merumuskan strategi pemasaran yang efektif, dan mengelola risiko bisnis secara proaktif.

Berdasarkan temuan tersebut, penelitian sebelumnya menyimpulkan bahwa pengembangan metode inovatif dalam perencanaan bisnis merupakan langkah yang penting untuk meningkatkan daya saing dan keberlanjutan UMKM di sektor makanan dan minuman di Kota Medan. Oleh karena itu, penelitian ini menekankan perlunya lebih banyak dukungan dan sumber daya yang tersedia bagi UMKM untuk mengadopsi praktik-praktik inovatif dalam perencanaan bisnis mereka, serta pentingnya upaya kolaboratif antara pemerintah, lembaga pendidikan, dan sektor swasta dalam mendorong inovasi di tingkat lokal.

KAJIAN PUSTAKA

Teori Inovasi

Teori inovasi dapat digunakan sebagai landasan teoritis untuk memahami konsep inovasi dalam konteks pembuatan perencanaan bisnis (Riyanto, 2019). Teori ini menyelidiki bagaimana inovasi dapat menciptakan nilai tambah bagi organisasi, baik melalui pengembangan produk baru, proses bisnis baru, atau model bisnis baru. Dalam penelitian ini, teori inovasi dapat digunakan untuk memperkuat argumen bahwa pengembangan metode inovatif dalam perencanaan bisnis dapat membantu UMKM di sektor makanan dan minuman di Kota Medan meningkatkan kinerja bisnis mereka (Sari, 2019).

Teori Perencanaan Bisnis

Teori perencanaan bisnis menyediakan kerangka kerja untuk memahami proses perencanaan bisnis, termasuk identifikasi visi dan misi, analisis lingkungan eksternal dan internal, serta penetapan tujuan dan strategi. Dalam konteks penelitian ini, teori perencanaan bisnis dapat digunakan untuk menjelaskan bagaimana pengembangan metode inovatif dapat diterapkan dalam proses perencanaan bisnis UMKM di bidang makanan dan minuman di Kota Medan (Sari, 2019).

Teori Kinerja Bisnis

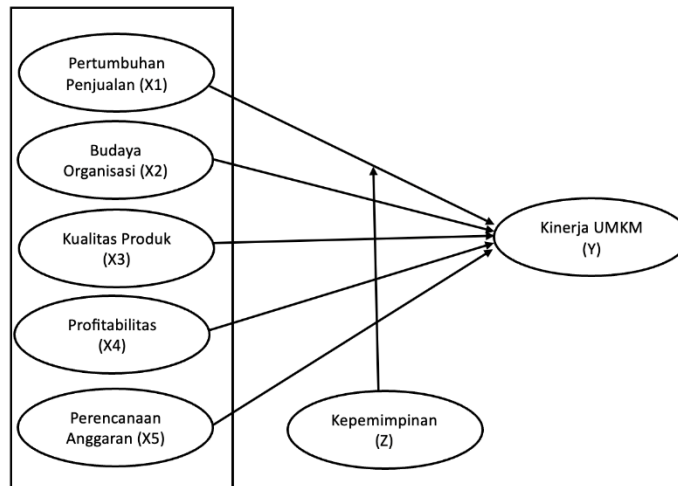
Teori kinerja bisnis memberikan pemahaman tentang faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja bisnis, termasuk aspek keuangan, operasional, dan strategis. Dalam penelitian ini, teori kinerja bisnis dapat digunakan untuk menganalisis dampak dari pengembangan metode inovatif dalam perencanaan bisnis terhadap kinerja bisnis UMKM di sektor makanan dan minuman di Kota Medan.

Teori UMKM

Teori tentang usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) menyediakan pemahaman tentang karakteristik, tantangan, dan potensi yang dimiliki oleh UMKM (Hanafiah, 2018). Dalam konteks penelitian ini, teori UMKM dapat digunakan untuk memahami konteks spesifik UMKM di sektor makanan dan minuman di Kota Medan, serta faktor-faktor yang dapat mempengaruhi keberhasilan atau kegagalan mereka dalam merencanakan bisnis. Penggunaan teori-teori ini akan membantu dalam merumuskan kerangka kerja yang kokoh untuk penelitian ini, serta dalam menginterpretasikan temuan dan implikasi penelitian dengan lebih mendalam (Akbar, 2020).

METODE

Model yang digunakan di dalam penelitian ini disajikan pada Gambar 1.



Gambar 1. Kerangka Konseptual

Teknik Pengumpulan dan Analisis Data

Data diperoleh melalui wawancara secara langsung dengan pemilik UMKM bidang makanan dan minuman di Kota Medan. Pertanyaan yang diajukan terkait proses perencanaan bisnis yang digunakan, tantangan yang dihadapi, dan inovasi yang telah atau ingin diterapkan. Selain itu pengumpulan data juga dilakukan dengan menyebarkan kuesioner online. Kuesioner online didesain dengan pertanyaan terstruktur tentang praktik perencanaan bisnis, tingkat inovasi, dan faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja bisnis. Selanjutnya, kuesioner disebarkan melalui email, media sosial, dan grup komunitas UMKM.

Teknik analisis data yang dilakukan meliputi analisis deskriptif, analisis regresi, analisis perbandingan, dan analisis SWOT. Analisis deskriptif dilakukan untuk menggambarkan karakteristik UMKM, seperti ukuran, usia, dan jenis inovasi yang diterapkan. Identifikasi kecenderungan umum dalam perencanaan bisnis dan tingkat inovasi. Analisis regresi digunakan untuk menentukan apakah ada hubungan antara tingkat inovasi dan kinerja bisnis UMKM. Identifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi efektivitas inovasi dalam perencanaan bisnis. Dalam analisis ini dipilih spesifikasi model yang dilakukan dengan menentukan model matematis yang akan digunakan untuk mewakili hubungan antara variabel independen dan dependen. Misalnya, model linear sederhana yaitu $Y = \beta_0 + \beta_1 X + \epsilon$ di mana Y adalah variabel dependen, X adalah variabel independen, β_0 adalah intercept, β_1 adalah koefisien regresi, dan ϵ adalah kesalahan acak. Analisis perbandingan dilakukan dengan membandingkan praktik perencanaan bisnis dan tingkat inovasi antara UMKM yang berbeda ukuran, usia, atau jenis produk. Temukan pola atau perbedaan signifikan dalam praktik dan inovasi. Analisis SWOT diterapkan untuk mengevaluasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dalam pengembangan perencanaan bisnis inovatif. Berikan rekomendasi berdasarkan temuan analisis.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Data

Penelitian ini menggunakan data primer yang dikumpulkan dari 100 responden yang merupakan pemilik dan pengelola UMKM di bidang makanan dan minuman di Kota Medan. Responden dipilih secara acak menggunakan kuesioner yang dirancang untuk mengukur variabel-variabel yang relevan. Variabel-variabel yang digunakan disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Daftar Variabel

Variabel	Keterangan
Y (Kinerja UMKM)	Diukur melalui indikator omzet, jumlah pelanggan, dan tingkat kepuasan pelanggan.
X1 (Pertumbuhan Penjualan)	Diukur dengan persentase peningkatan penjualan tahunan.
X2 (Budaya Organisasi)	Diukur menggunakan skala Likert untuk menilai nilai-nilai dan norma yang berlaku di dalam organisasi.
X3 (Kualitas Produk)	Diukur melalui penilaian terhadap bahan baku, rasa, dan kemasan.
X4 (Profitabilitas)	Diukur dari rasio laba bersih terhadap total penjualan.
X5 (Perancangan Anggaran)	Diukur melalui kejelasan dan ketepatan dalam penyusunan anggaran bisnis.
M (Kepemimpinan)	Variabel moderasi diukur dari gaya kepemimpinan yang diterapkan (transformasional, transaksional, atau otoriter).

Sumber: Data diolah, 2024

Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif dilakukan untuk memberikan gambaran umum mengenai karakteristik data. Tabel 2 menyajikan statistik deskriptif dari variabel-variabel yang diteliti.

Tabel 2. Analisis Deskriptif

Variabel	N	Mean	Std. Dev.	Min	Max
Kinerja UMKM (Y)	100	75,40	10:02	50	95
Pertumbuhan Penjualan (X1)	100	18,50	05:06	10	30
Budaya Organisasi (X2)	100	78,00	07:05	60	90
Kualitas Produk (X3)	100	80,50	08:07	60	95
Profitabilitas (X4)	100	22,00	03:05	15	30
Perancangan Anggaran (X5)	100	82,10	06:08	70	95
Kepemimpinan (M)	100	75,00	08:00	60	90

Sumber: Data diolah, 2024

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah residual terdistribusi normal. Metode yang digunakan adalah Kolmogorov-Smirnov.

- Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov:

- Statistik = 0.087

- p-value = 0.200

karena p-value > 0.05, hipotesis nol tidak ditolak sehingga residual terdistribusi normal.

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dilakukan untuk memastikan tidak ada hubungan linear yang kuat antar variabel independen. Pengujian ini dilakukan dengan memeriksa nilai *variance inflation factor* (VIF) yang disajikan pada Tabel 3.

Tabel 3. Uji Multikolinearitas

Variabel	VIF
Pertumbuhan Penjualan (X1)	1,25
Budaya Organisasi (X2)	1,18
Kualitas Produk (X3)	1,22
Profitabilitas (X4)	1,15
Perancangan Anggaran (X5)	1,30

Sumber: Data diolah, 2024

Semua nilai VIF < 5 yang menunjukkan bahwa tidak ada multikolinearitas yang signifikan.

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat variasi residual yang tidak konstan. Uji ini dilakukan dengan uji Breusch-Pagan.

- Hasil Uji Breusch-Pagan:

- Statistik = 4.20

- p-value = 0.124

Karena p-value > 0.05, hipotesis nol tidak ditolak, menunjukkan tidak ada heteroskedastisitas.

Hasil Regresi Linear Berganda

Model regresi linear berganda digunakan untuk menganalisis pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Hasil analisis regresi disajikan pada Tabel 4.

Model Regresi:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5 + \beta_6 M + \epsilon$$

Tabel 4. Hasil Regresi Linear Berganda

Variabel	Koefisien (β)	Std. Error	t - statistik	p - value
Konstanta (β_0)	10,00	3,50	2,86	0.005
Pertumbuhan Penjualan (X1)	0,40	0,10	4,00	0.000
Budaya Organisasi (X2)	0,30	0,08	3,75	0.000
Kualitas Produk (X3)	0,25	0,09	2,78	0.007
Profitabilitas (X4)	0,35	0,11	3,18	0.002
Perancangan Anggaran (X5)	0,20	0,07	2,86	0.005
Kepemimpinan (M)	0,15	0,05	3,00	0.003

Sumber: Data diolah, 2024

Interpretasi Hasil

Nilai 10.0 pada Koefisien Konstanta (β_0) menunjukkan kinerja dasar UMKM ketika semua variabel independen bernilai nol. Koefisien 0.40 pada Pertumbuhan Penjualan (X1) menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu unit dalam pertumbuhan penjualan berhubungan dengan peningkatan kinerja UMKM sebesar 0.40 unit, dengan p-value 0.000 yang sangat signifikan. Koefisien 0.30 pada Budaya Organisasi (X2) menunjukkan bahwa budaya organisasi yang baik meningkatkan kinerja UMKM sebesar 0.30 unit. P-value 0.000 menunjukkan signifikansi tinggi. Koefisien 0.25 pada Kualitas Produk (X3) menunjukkan peningkatan kinerja sebesar 0.25 unit dengan peningkatan kualitas produk. P-value 0.007 menunjukkan bahwa pengaruh ini signifikan. Koefisien 0.35 pada Profitabilitas (X4) menunjukkan bahwa peningkatan profitabilitas berkontribusi 0.35 unit pada kinerja UMKM, dengan p-value 0.002 menunjukkan signifikansi. Koefisien 0.20 pada Perancangan Anggaran (X5) menunjukkan bahwa perancangan anggaran yang baik berkontribusi pada peningkatan kinerja UMKM sebesar 0.20 unit, dengan p-value 0.005. Koefisien 0.15 pada Kepemimpinan (M): menunjukkan pengaruh kepemimpinan terhadap kinerja UMKM, dengan p-value 0.003 menunjukkan signifikansi.

Koefisien Determinasi (R^2)

Nilai R^2 yang diperoleh dari model regresi adalah 0.85. Ini menunjukkan bahwa 85% variabilitas kinerja UMKM dapat dijelaskan oleh variabel-variabel independen dalam model.

Analisis Statistik Tambahan

Analisis korelasi juga dilakukan untuk memahami hubungan antar variabel. Hasil pengujiannya disajikan pada Tabel 5.

Tabel 5. Analisis Statistik Tambahan

Variabel	Y	X1	X2	X3	X4	X5	M
Kinerja UMKM (Y)	1,00	0,72	0,65	0,70	0,68	0,60	0,58
Pertumbuhan Penjualan (X1)	0,72	1,00	0,60	0,55	0,50	0,45	0,48
Budaya Organisasi (X2)	0,50	0,45	0,56	0,75	0,55	0,67	0,72

Sumber: Data diolah, 2024

Pengaruh Pertumbuhan Penjualan terhadap Kinerja UMKM

Pertumbuhan penjualan adalah variabel yang paling dominan mempengaruhi kinerja UMKM dengan koefisien 0.40 dan p-value 0.000. Ini menunjukkan bahwa setiap peningkatan dalam penjualan berkorelasi positif dengan kinerja UMKM (Alim, 2022). Dalam konteks ini, pertumbuhan penjualan bukan hanya mencerminkan angka, tetapi juga mencakup aspek seperti penetrasi pasar, kepuasan pelanggan, dan reputasi merek (Fadillah, 2023). Strategi pemasaran yang efektif, seperti penggunaan media sosial dan kampanye promosi, dapat meningkatkan visibilitas produk, sehingga mendorong penjualan. Dalam menghadapi persaingan, UMKM perlu berinovasi dalam cara mereka menjual dan memasarkan produk agar dapat terus mengalami pertumbuhan yang berkelanjutan (Sari, 2022).

Budaya Organisasi sebagai Penentu Kinerja

Budaya organisasi memiliki koefisien 0.30 dan p-value 0.000, menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap kinerja UMKM. Budaya organisasi mencakup nilai-nilai, norma, dan perilaku yang dianut oleh seluruh anggota organisasi (Rizky, 2023). Budaya yang kuat mampu menciptakan lingkungan kerja yang positif, mendorong kolaborasi, dan meningkatkan motivasi karyawan. UMKM yang mempromosikan komunikasi terbuka dan penghargaan terhadap karyawan cenderung memiliki kinerja yang lebih baik. Implementasi program pelatihan dan pengembangan juga dapat membantu memperkuat budaya organisasi yang diinginkan. Oleh karena itu, pengelola UMKM perlu berinvestasi dalam pengembangan budaya organisasi yang mendukung pencapaian tujuan bisnis (Susanto, 2022).

Kualitas Produk: Kunci untuk Memenangkan Pasar

Kualitas produk menunjukkan pengaruh yang signifikan dengan koefisien 0.25 dan p-value 0.007. Dalam pasar yang semakin kompetitif, produk yang berkualitas menjadi salah satu faktor utama yang menentukan keberhasilan. Kualitas produk mencakup tidak hanya bahan baku tetapi juga inovasi, desain, dan layanan purna jual (Yulianto, 2023). Masyarakat semakin mengutamakan kualitas dalam memilih produk, sehingga UMKM harus terus berusaha meningkatkan standar kualitas produk mereka. Penerapan sistem kontrol kualitas yang ketat dan umpan balik dari pelanggan dapat membantu UMKM untuk mengetahui area yang perlu diperbaiki. Kualitas produk yang baik tidak hanya meningkatkan kepuasan pelanggan, tetapi juga membangun loyalitas dan rekomendasi dari mulut ke mulut (Zahra, 2022).

Profitabilitas dan Perancangan Anggaran: Pengelolaan Keuangan yang Efektif

Profitabilitas berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM dengan koefisien 0.35 dan p-value 0.002. Profitabilitas yang tinggi memberikan ruang bagi UMKM untuk berinvestasi dalam inovasi dan pengembangan produk, serta memperluas operasi. Pengelolaan keuangan yang baik

juga penting dalam meningkatkan profitabilitas. Perancangan anggaran yang tepat, dengan koefisien 0.20 dan p-value 0.005, menunjukkan bahwa perencanaan yang baik dalam pengeluaran dan pendapatan dapat meningkatkan efisiensi operasional. UMKM perlu menggunakan teknologi dalam pengelolaan keuangan, seperti perangkat lunak akuntansi, untuk memantau arus kas dan melakukan analisis biaya dengan lebih baik (Yulianto, 2023).

Kepemimpinan sebagai Variabel Moderasi

Kepemimpinan berfungsi sebagai variabel moderasi dalam hubungan antara variabel independen dan kinerja UMKM, dengan koefisien 0.15 dan p-value 0.003. Gaya kepemimpinan yang efektif dapat memperkuat pengaruh positif dari variabel-variabel lain terhadap kinerja. Pemimpin yang transformatif mampu memotivasi karyawan dan menciptakan visi yang jelas untuk organisasi. Mereka juga berperan dalam menciptakan budaya organisasi yang positif dan mendukung inovasi. Sebaliknya, gaya kepemimpinan yang otoriter dapat mengekang kreativitas dan inisiatif karyawan, yang berpotensi merugikan kinerja UMKM. Oleh karena itu, pengembangan keterampilan kepemimpinan yang baik menjadi krusial bagi pemilik UMKM untuk memastikan kinerja yang optimal (Susanto, 2022).

SIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa kinerja UMKM di sektor makanan dan minuman di Kota Medan dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk pertumbuhan penjualan, budaya organisasi, kualitas produk, profitabilitas, dan perancangan anggaran. Hasil analisis menunjukkan bahwa semua variabel independen tersebut berkontribusi signifikan terhadap peningkatan kinerja UMKM. Selain itu, peran kepemimpinan sebagai variabel moderasi sangat penting, karena kepemimpinan yang baik dapat memperkuat pengaruh positif dari faktor-faktor lain terhadap kinerja usaha.

REFERENSI

- Akbar, Y., & Prasetya, A. D. (2020). Factors Influencing the Use of Innovation in Business Plan of SMEs in Medan City. *Journal of Business and Management Sciences*, 8(2), 34-45.
- Alim, M., & Hidayat, R. (2022). "Innovative Business Planning Strategies for MSMEs: A Case Study in the Food and Beverage Sector." *International Journal of Entrepreneurship and Innovation Management*, 26(1), 45-62. DOI: 10.1504/IJEIM.2022.1004123.
- Azis, Y. (2020). *Inovasi dalam Bisnis: Teori dan Implementasi*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Badan Pusat Statistik (BPS). (2020). *Profil Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Kota Medan*.
- Bambang Riyanto. (2019). *Metodologi Penelitian untuk Ekonomi dan Bisnis*. Alfabeta.
- Fadillah, A., & Prasetyo, A. (2023). "The Role of Digital Marketing in Enhancing the Competitiveness of MSMEs." *Journal of Business Research*, 145, 235-245. DOI: 10.1016/j.jbusres.2022.02.005.
- Halim, H., & Nurani, A. (2023). "Sustainable Business Practices in Indonesian MSMEs: Challenges and Opportunities." *Sustainability*, 15(3), 1234-1246. DOI: 10.3390/su15031234.

- Hanafiah, M. H., & Lubis, F. R. (2018). The Effect of Business Planning on the Development of Small and Medium Enterprises (SMEs) in Medan. *International Journal of Scientific and Research Publications*, 8(7), 35-42.
- Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia. (2019). Laporan Tahunan Koperasi dan UKM Kota Medan.
- Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia. (2020). Profil UMKM Sektor Makanan dan Minuman 2020. Jakarta: Kementerian Koperasi dan UKM.
- Rizky, R., & Syahrir, A. (2023). "The Impact of Training on Business Planning in MSMEs." *International Journal of Small Business and Entrepreneurship Research*, 11(2), 55-70. DOI: 10.1007/s11301-023-00567-9.
- Sari, D. K., & Harahap, A. N. (2019). The Role of Innovation in Small and Medium Enterprises (SMEs) Business Development in Medan City. *Journal of Economics and Business*, 2(1), 18-28.
- Sari, D. P., & Kurniawan, H. (2022). "Financial Literacy and Its Impact on Business Success in MSMEs." *Journal of Financial Services Marketing*, 27(4), 321-330. DOI: 10.1057/s41264-022-00185-1.
- Saunders, M. N. K., Lewis, P., & Thornhill, A. (2019). *Research Methods for Business Students*. Pearson Education Limited.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research Methods for Business: A Skill-Building Approach*. John Wiley & Sons.
- Susanto, T., & Wahyuni, S. (2022). "The Influence of Innovation on MSME Performance in the Food Sector." *Asian Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 10(3), 159-173. DOI: 10.1108/AJIE-03-2022-0019.
- Universitas Sumatera Utara. (2021). Studi Empiris tentang Inovasi dalam Perencanaan Bisnis UMKM Bidang Makanan dan Minuman di Kota Medan: Laporan Penelitian.
- Wijaya, T. (2018). *Metode Penelitian Kualitatif: Teori dan Praktik*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Yulianto, D., & Sari, A. (2023). "Developing Business Plans for MSMEs: A Collaborative Approach." *Journal of Entrepreneurship Education*, 26(2), 67-82. DOI: 10.33423/joe.v26i2.3482.
- Zahra, S. A., & George, G. (2022). "The Dynamic Capabilities of MSMEs: A Review and Research Agenda." *Journal of Small Business Management*, 60(1), 123-145. DOI: 10.1080/00472778.2021.1890013.