

Inovasi UMKM Lokal Dalam Pengembangan Produk Kue Tradisional Aceh Di Era Modern: Studi Pada Toko Kue Inabah

Yusnita

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Teuku Umar

*Email Korespodensi: tyusni097@gmail.com

Sejarah Artikel:

Diterima 08-12-2025
Disetujui 18-12-2025
Diterbitkan 20-12-2025

ABSTRACT

This study examines the innovation of local Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in developing traditional Acehnese cakes in the modern era, using Toko Kue Inabah as a case study. Located in Langung Village, Aceh Barat, Inabah has emerged as a traditional cake producer that successfully integrates cultural heritage with modern business practices. This research aims to explore the history of the business, product diversification, innovation strategies, and the socio-economic impacts of the enterprise on the surrounding community. The study employs a qualitative descriptive approach, with data collected through observation and interviews with the business owner and local workers. The findings reveal that Toko Kue Inabah preserves traditional culinary values while implementing innovations such as modern packaging, improved hygiene standards, and product consistency. Additionally, collaboration with local home-based producers particularly women has strengthened community empowerment and contributed to increased household income. This study concludes that Inabah serves as a model of MSME development that synergizes economic sustainability and cultural preservation. Further research is recommended to explore digital marketing strategies and consumer behavior toward traditional culinary products.

Keywords: *Acehnese traditional cakes, MSME innovation, local wisdom, community empowerment, Inabah Cake Store.*

ABSTRAK

Penelitian ini mengkaji inovasi UMKM lokal dalam mengembangkan produk kue tradisional Aceh di era modern dengan studi pada Toko Kue Inabah. Berlokasi di Desa Langung, Aceh Barat, Inabah tumbuh sebagai produsen kue tradisional yang mampu memadukan nilai budaya dengan praktik usaha modern. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi sejarah berdirinya usaha, ragam produk, strategi inovasi, serta dampak sosial dan ekonomi yang diberikan kepada masyarakat sekitar. Penelitian menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif, dengan pengumpulan data melalui observasi dan wawancara dengan pemilik usaha serta tenaga kerja lokal. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Toko Kue Inabah berhasil melestarikan nilai kuliner tradisional melalui inovasi kemasan modern, peningkatan standar kebersihan, dan konsistensi rasa. Selain itu, kolaborasi dengan pengrajin rumahan khususnya perempuan berhasil memperkuat pemberdayaan masyarakat dan meningkatkan pendapatan rumah tangga. Penelitian menyimpulkan bahwa Inabah merupakan model UMKM yang memadukan keberlanjutan ekonomi dan pelestarian budaya. Penelitian selanjutnya disarankan untuk meninjau strategi pemasaran digital dan perilaku konsumen terhadap produk kuliner tradisional.

Kata kunci: kue tradisional Aceh, inovasi UMKM, kearifan lokal, pemberdayaan masyarakat, Toko Kue Inabah

Bagaimana Cara Sitasi Artikel ini:

Yusnita, Y. (2025). Inovasi UMKM Lokal Dalam Pengembangan Produk Kue Tradisional Aceh Di Era Modern: Studi Pada Toko Kue Inabah. Jejak Digital: Jurnal Ilmiah Multidisiplin, 2(1), 666-678. <https://doi.org/10.63822/0tsr2v20>

PENDAHULUAN

Kue tradisional merupakan salah satu komponen penting dalam identitas budaya Indonesia. Sebagai negara yang kaya akan tradisi kuliner, makanan tradisional tidak hanya berfungsi sebagai konsumsi sehari-hari, tetapi juga memainkan peran sosial, simbolik, dan spiritual dalam kehidupan masyarakat. Di Aceh, kue tradisional seperti Seupet Gulung, Sagon, Bhoi, Keukarah, dan Tipang Kacang telah menjadi bagian dari kehidupan adat dan keagamaan mulai dari acara kenduri, pernikahan, perayaan hari raya, hingga bentuk ungkapan syukur komunitas. Sejalan dengan pendapat Mintz & Du Bois (2002), makanan tradisional merupakan bagian dari memori kolektif dan identitas sosial yang harus diwariskan dari generasi ke generasi.

Namun, pada era modern, eksistensi kue tradisional menghadapi tantangan besar akibat globalisasi dan perubahan gaya hidup. Generasi muda kini lebih tertarik pada makanan instan dan jajanan modern yang dianggap lebih praktis dan sesuai selera kekinian. Hal ini sejalan dengan temuan Wilkins et al. (2019) yang menyatakan bahwa globalisasi mendorong homogenisasi makanan, sehingga produk kuliner tradisional semakin terpinggirkan. Tantangan lainnya adalah kemampuan UMKM tradisional yang masih terbatas dalam menerapkan inovasi pada produk, pengemasan, dan pemasaran.

Dalam konteks ini, keberadaan UMKM lokal seperti Toko Kue Inabah menjadi sangat penting. Berdiri sejak 2019 di Desa Langung, Kecamatan Meulaboh, Aceh Barat, Toko Kue Inabah merupakan contoh UMKM yang mampu memadukan nilai tradisi dan inovasi modern. Dokumen lapangan menunjukkan bahwa usaha ini didirikan oleh pasangan suami istri yang kembali dari perantauan dan ingin membangun ekonomi keluarga sekaligus menjaga tradisi kuliner daerah. Nama “**Inabah**” berasal dari istilah *ratéb seribee* yang bermakna “*kembali kepada Allah dengan ikhlas*”, mencerminkan filosofi usaha yang menekankan kejujuran, kesederhanaan, dan keberkahan. Sejalan dengan literatur UMKM, inovasi merupakan faktor utama dalam mempertahankan daya saing usaha tradisional (Schumpeter, 1934; Tidd & Bessant, 2020). Inovasi tidak selalu berarti mengganti produk lama dengan yang baru, tetapi bisa berupa penerapan kemasan modern, peningkatan kualitas, atau diversifikasi nilai tambah. Dalam kasus Inabah, inovasi dilakukan pada aspek pengemasan, kualitas bahan, dan konsistensi rasa. Produk-produk seperti Seupet Gulung, Sagon, Keukarah, dan Kembang Loyang dikemas ulang dalam bentuk toples modern dan pouch yang memiliki nilai estetika lebih tinggi serta praktis untuk dibawa sebagai oleh-oleh. Foto lampiran pada dokumen PDF menunjukkan produk Seupet Gulung dalam kemasan toples modern yang lebih menarik dibanding kemasan tradisional

Selain inovasi internal, Toko Kue Inabah menerapkan model bisnis berbasis kolaborasi komunitas. Konsep ini sejalan dengan teori pemberdayaan masyarakat (Zimmerman, 2000) yang menekankan peningkatan kapasitas individu melalui peran serta aktif dalam proses ekonomi. Inabah bekerja sama dengan pengrajin kue rumahan di Desa Langung, sebagian besar adalah ibu rumah tangga yang membutuhkan pendapatan tambahan. Pemilik toko membantu memasarkan produk mereka, memberikan pelatihan kualitas, dan menetapkan standar kebersihan. Hal ini sejalan dengan riset Kabeer (2012) bahwa pemberdayaan ekonomi perempuan memiliki dampak signifikan terhadap kesejahteraan keluarga dan komunitas.

Pada aspek sosial ekonomi, keberadaan Inabah berhasil membuka peluang kerja baru, menciptakan sumber pendapatan tambahan, dan meningkatkan aktivitas ekonomi lokal. Dalam dokumen lapangan, disebutkan bahwa kerja sama antara Inabah dan pengrajin lokal memberikan dampak langsung pada peningkatan ekonomi rumah tangga. Temuan ini konsisten dengan studi lain yang menunjukkan bahwa UMKM berbasis komunitas berperan penting dalam pengurangan kemiskinan dan pembangunan ekonomi daerah (Tambunan, 2019).

Dalam konteks pariwisata kuliner, Inabah turut memperkaya identitas kuliner Aceh Barat. Banyak wisatawan menjadikan Seupet Gulung dan kue tradisional lain sebagai oleh-oleh khas daerah. Kuliner lokal menjadi salah satu daya tarik wisata yang penting (Okumus et al., 2018), dan Inabah berperan dalam memperkuat citra kuliner Aceh melalui produk yang otentik namun dikemas menarik.

Di sisi lain, terdapat tantangan yang perlu diperhatikan. UMKM seperti Inabah masih terbatas dalam kapasitas digital marketing, branding profesional, dan sistem manajemen modern. Meskipun telah mendapat dukungan program CSR–PPM PT Mifa Bersaudara, peningkatan lebih lanjut masih diperlukan untuk memperluas jangkauan pasar. Literatur menunjukkan bahwa digitalisasi adalah faktor kunci bagi keberlangsungan UMKM di era 4.0 (Liguori & Pittz, 2020; Kamal et al., 2021). Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini memiliki tujuan sebagai berikut:

1. Menganalisis sejarah dan filosofi Toko Kue Inabah sebagai UMKM berbasis tradisi.
2. Mendeskripsikan ragam produk kue tradisional yang dikembangkan.
3. Mengkaji strategi inovasi usaha yang diterapkan untuk mempertahankan kue tradisional di tengah modernisasi.
4. Menjelaskan pola kolaborasi dengan masyarakat lokal dan kontribusinya terhadap pemberdayaan ekonomi.
5. Menguraikan dampak sosial dan budaya dari keberadaan Toko Kue Inabah bagi komunitas Aceh Barat.

Kebaharuan penelitian ini terletak pada integrasi tiga konsep dalam satu studi kasus:

1. Inovasi umkm tradisional,
2. Pelestarian kearifan lokal, dan
3. Pemberdayaan masyarakat melalui kolaborasi komunitas.

Penelitian-penelitian sebelumnya cenderung menyoroti salah satu aspek saja, sedangkan penelitian ini menggabungkan semuanya dalam satu model konseptual yang komprehensif.

KERANGKA TEORITIS

UMKM dan Perannya dalam Ekonomi Lokal

UMKM merupakan pilar utama perekonomian Indonesia. Menurut Tambunan (2019), UMKM menyumbang lebih dari 60% PDB Indonesia dan menjadi sektor penyerapan tenaga kerja terbesar. Peran UMKM tidak hanya terbatas pada aspek ekonomi, tetapi juga sosial, budaya, dan pemberdayaan masyarakat. Menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008, UMKM memiliki karakteristik fleksibel, mudah beradaptasi, dan beroperasi dengan modal terbatas. Dalam konteks daerah pedesaan, UMKM berfungsi sebagai instrumen pembangunan komunitas (community development) melalui penciptaan pendapatan lokal dan membuka ruang partisipasi ekonomi masyarakat (Fadhilah & Sulistyowati, 2021). Pada kasus Toko Kue Inabah, UMKM berperan sebagai pusat produksi kue tradisional Aceh sekaligus motor penggerak ekonomi komunitas. Dokumen lapangan menunjukkan bahwa Inabah melibatkan banyak pengrajin rumahan dalam proses produksi, terutama ibu rumah tangga yang bekerja dari rumah untuk menambah pendapatan keluarga.

Teori Inovasi dalam Konteks UMKM

Konsep inovasi merujuk pada kemampuan pelaku usaha memperkenalkan sesuatu yang baru atau melakukan modifikasi untuk meningkatkan nilai produk. Schumpeter (1934) menyatakan bahwa inovasi

merupakan “kombinasi baru” yang menciptakan keunggulan kompetitif dan membedakan usaha dari pesaing. Tidd dan Bessant (2020) membagi inovasi dalam empat kategori utama:

1. Inovasi Produk (Product Innovation)

Meliputi pengembangan produk baru atau peningkatan produk yang sudah ada. Dalam kasus Inabah, inovasi produk dilakukan tanpa mengubah resep tradisional, namun meningkatkan konsistensi rasa, tekstur, dan kualitas produk.

2. Inovasi Proses (Process Innovation)

Mengarah pada peningkatan proses produksi agar lebih efisien, higienis, dan adaptif terhadap permintaan pasar. Inabah melakukan inovasi proses melalui standarisasi kebersihan produksi dan pembagian kerja dengan pengrajin rumahan, sebagaimana tercatat dalam laporan lapangan.

3. Inovasi Posisi (Position Innovation)

Berhubungan dengan bagaimana produk dipersepsikan oleh konsumen. Produk-produk Inabah diposisikan bukan sekadar jajanan tradisional, tetapi sebagai oleh-oleh khas Aceh Barat melalui desain kemasan modern.

4. Inovasi Paradigma (Paradigm Innovation)

Merujuk pada perubahan model bisnis. Inabah mengadopsi model bisnis kolaboratif (community-based enterprise), bukan model produksi tunggal. Pemahaman inovasi ini menjadi kerangka penting untuk menganalisis bagaimana UMKM tradisional dapat bertahan di tengah kompetisi pasar modern.

Kearifan Lokal sebagai Basis Pengembangan Produk Kuliner Tradisional

Kearifan lokal (local wisdom) mengacu pada nilai, norma, praktik, dan warisan budaya yang terbentuk dalam komunitas tertentu (Sibarani, 2012). Dalam konteks kuliner, kearifan lokal mencakup:

1. Bahan baku lokal
2. Teknik pengolahan tradisional
3. Makna budaya di balik setiap jenis makanan
4. Warisan turun-temurun dalam satu komunitas

Menurut Lin (2011), kuliner tradisional merupakan bagian dari identitas budaya yang tidak hanya memiliki nilai ekonomi, tetapi juga nilai simbolik, historis, dan spiritual. Oleh karena itu, pelestarian makanan tradisional memerlukan aktor masyarakat, termasuk UMKM. Pada Toko Kue Inabah, kearifan lokal tercermin pada:

1. Resep turun-temurun yang tetap dipertahankan.
2. Teknik produksi manual, seperti penggilingan tepung beras dan proses pemanggangan tradisional.
3. Bahan baku lokal, seperti kelapa parut, gula merah, santan, dan tepung beras.
4. Jenis kue tradisional, termasuk Seupet Gulung, Sagon, Bhoi, Keukarah, dan Tipang Kacang.

Dengan demikian, kearifan lokal tidak hanya menjadi sumber bahan, tetapi juga sumber identitas produk.

Teori Pelestarian Kuliner Tradisional

Pelestarian kuliner tradisional memerlukan pendekatan multidimensi. Hall dan Sharples (2003) menekankan bahwa makanan lokal adalah bagian dari budaya yang harus dikelola, didokumentasikan, dan dilestarikan melalui; Produksi berkelanjutan, Komersialisasi yang etis, Pengajaran lintas generasi, dan Penciptaan nilai tambah melalui pariwisata kuliner. Dalam konteks Inabah, pelestarian dilakukan melalui Produksi berkelanjutan kue tradisional, Adaptasi kemasan modern untuk meningkatkan daya saing,

Kolaborasi lintas generasi, dimana pengrajin senior mengajarkan teknik kepada generasi baru, dan Reposisi produk tradisional sebagai oleh-oleh khas Aceh Barat. Ini sejalan dengan temuan penelitian Okumus et al. (2018), bahwa kuliner lokal dapat meningkatkan minat wisatawan dan memperkuat identitas daerah.

Teori Pemberdayaan Masyarakat (Community Empowerment)

Menurut Zimmerman (2000), pemberdayaan masyarakat mengacu pada proses peningkatan kapasitas untuk mengambil keputusan dan mengontrol sumber daya. Sementara Kabeer (2012) menekankan bahwa pemberdayaan perempuan sangat berpengaruh terhadap perkembangan ekonomi lokal. Model pemberdayaan meliputi:

1. Pemberdayaan Ekonomi, Memberikan kesempatan bagi masyarakat untuk mendapatkan pendapatan tambahan.
2. Pemberdayaan Sosial, Meningkatkan partisipasi dan peran perempuan di luar ranah domestik.
3. Pemberdayaan Kultural, Menjaga dan mewariskan keterampilan tradisional.

Toko Kue Inabah menerapkan ketiga model pemberdayaan ini. Dokumen PDF menjelaskan bahwa sebagian besar pengrajin yang terlibat adalah ibu rumah tangga yang memperoleh penghasilan tambahan melalui produksi kue tradisional. Hal ini memberikan kontribusi bagi kemandirian ekonomi dan kesejahteraan keluarga.

Teori Branding dan Strategi Kemasan Produk Kuliner

Menurut Kotler & Keller (2016), kemasan merupakan elemen penting dalam branding produk karena menjadi identitas visual pertama yang dilihat konsumen. Fungsi kemasan meliputi empat hal, yaitu, menarik perhatian, melindungi produk, menyampaikan identitas merek, meningkatkan nilai jual. Pada usaha kuliner tradisional, kemasan modern juga berfungsi untuk, memperpanjang masa simpan, memenuhi standar distribusi, menyesuaikan preferensi pasar, menambah nilai estetika. Penelitian Silayoi & Speece (2007) juga menegaskan bahwa tampilan visual kemasan sangat memengaruhi keputusan pembelian, terutama dalam segmen kuliner.

Konsep Model Bisnis Kolaboratif (Community-Based Enterprise)

Peredo & Chrisman (2006) menjelaskan bahwa Community-Based Enterprise (CBE) merupakan model bisnis yang berfokus pada kolaborasi antara pelaku usaha dan komunitas lokal. CBE memiliki ciri-ciri:

1. Komunitas terlibat langsung dalam produksi
2. Nilai budaya diintegrasikan dalam proses
3. Manfaat ekonomi dibagi secara merata
4. Usaha dikelola dengan prinsip keberlanjutan

Model produksi Inabah menunjukkan penerapan CBE yang dimana pengrajin rumahan memproduksi sebagian kue, sementara Inabah bertanggung jawab pada pengemasan, pemasaran, dan distribusi.

METODE

Desain Penelitian

Desain penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif deskriptif. Desain ini dipilih karena penelitian bertujuan memahami fenomena secara holistik sebagaimana terjadi di lapangan (Creswell, 2016).

Penelitian kualitatif memungkinkan peneliti menggali makna, nilai, dan praktik yang dilakukan pelaku UMKM serta komunitas pengrajin yang terlibat dalam proses produksi kue tradisional.

Pendekatan deskriptif juga tepat karena fokus penelitian bukan menguji hipotesis, tetapi mendeskripsikan proses inovasi dan kolaborasi berdasarkan realitas empiris. Dalam konteks UMKM tradisional, pendekatan ini sangat relevan karena banyak aspek sosial, budaya, dan ekonomi tidak dapat dijelaskan melalui metode kuantitatif.

Lokasi Penelitian dan Subjek Penelitian

Penelitian dilakukan di Toko Kue Inabah, berlokasi di Desa Langung, Kecamatan Meulaboh, Aceh Barat. Berdasarkan dokumen data lapangan, toko ini berada di Jalan Nasional Meulaboh–Tapaktuan Km 5 dan merupakan UMKM yang bergerak di bidang produksi kue tradisional Aceh sejak 2019.

Subjek penelitian meliputi:

1. Pemilik Toko Kue Inabah: Sebagai sumber utama informasi tentang sejarah usaha, inovasi, dan pola kemitraan.
2. Pengrajin kue rumahan: Mayoritas ibu rumah tangga yang bekerja sama dengan toko untuk memproduksi kue.
3. Konsumen atau pembeli: Memberikan perspektif mengenai persepsi kualitas, kemasan, dan daya tarik produk.
4. Dokumentasi lapangan: Meliputi foto produk, proses produksi, dan data lain yang terdapat dalam laporan penelitian di PDF.

Jenis dan Sumber Data

Penelitian ini menggunakan dua jenis data:

1. Data Primer
Data primer diperoleh melalui Wawancara semi-terstruktur dengan pemilik toko dan pengrajin rumahan, Observasi langsung proses produksi dan aktivitas penjualan, Pengamatan kemasan, produk, dan tata letak toko, sebagaimana tampak pada foto dalam dokumen penelitian.
2. Data Sekunder
Data sekunder digunakan untuk memperkuat pemahaman teoritis dan mencakup dokumen profil UMKM (dari Dinas Koperasi dan UMKM), Literatur jurnal dan buku terkait UMKM, inovasi, dan pemberdayaan masyarakat, Riset mengenai pelestarian produk kuliner tradisional.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui tiga metode, yaitu:

- a. Wawancara Mendalam (In-depth Interview)

Wawancara dilakukan secara langsung kepada pemilik usaha dan pengrajin rumahan. Model wawancara semi-terstruktur dipilih agar peneliti memperoleh informasi yang mendalam tetapi tetap dalam batasan tema penelitian (Kvale, 2007).

Contoh pertanyaan wawancara meliputi:

1. Bagaimana sejarah berdirinya Toko Kue Inabah?
2. Apa inovasi yang dilakukan dalam proses produksi dan pemasaran?
3. Bagaimana pola kerja sama dengan pengrajin rumahan?
4. Apa kendala utama dalam mempertahankan produk tradisional?

b. Observasi Lapangan

Observasi dilakukan untuk memahami proses kerja secara langsung, termasuk cara pembuatan kue tradisional, Teknik pemanggangan atau penggorengan, Bentuk kemasan. Metode observasi digunakan untuk memvalidasi pernyataan responden serta melihat hubungan sosial dan ekonomi yang terjadi dalam komunitas produksi.

c. Dokumentasi

Dokumentasi digunakan untuk memperkuat data wawancara dan observasi, Mengumpulkan bukti visual berupa foto produk, proses, dan tempat usaha, membaca dokumen pendukung seperti laporan pembinaan UMKM, data CSR, dan catatan operasional toko.

Teknik Analisis Data

Analisis data menggunakan model Miles, Huberman & Saldaña (2014) yang terdiri dari:

1. Reduksi Data (Data Reduction)

Pada tahap ini, data hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi dipilah berdasarkan tema analisis, seperti: inovasi produk, kolaborasi masyarakat, pelestarian kuliner, dampak ekonomi, kendala usaha, data yang tidak relevan dieliminasi agar analisis lebih fokus.

2. Penyajian Data (Data Display)

Data yang telah direduksi kemudian disajikan dalam bentuk: tabel tematik, uraian naratif, gambar atau foto pendukung, kutipan wawancara, penyajian data membantu peneliti mengidentifikasi pola dan hubungan antar-temuan.

3. Penarikan Kesimpulan (Conclusion Drawing)

Kesimpulan ditarik berdasarkan pola yang muncul dari penyajian data. Penarikan kesimpulan dilakukan secara iteratif untuk memastikan bahwa kesimpulan yang dihasilkan valid dan sesuai dengan temuan lapangan.

Keabsahan Data (Trustworthiness)

Untuk memastikan kredibilitas penelitian, digunakan empat indikator trustworthiness menurut Lincoln & Guba (1985):

1. Kredibilitas (Credibility)

dilakukan dengan: triangulasi sumber (pemilik, pengrajin, dokumen), triangulasi metode (wawancara, observasi, dokumentasi), member checking kepada responden utama

2. Transferabilitas (Transferability)

Peneliti menyajikan deskripsi mendalam mengenai konteks toko, jenis produk, pola kemitraan, dan proses produksi sehingga dapat menjadi pembelajaran bagi UMKM lain.

3. Dependabilitas (Dependability)

Seluruh proses pengumpulan data dan analisis dicatat secara sistematis untuk memastikan bahwa penelitian dapat direplikasi.

4. Konfirmabilitas (Confirmability)

Temuan penelitian didasarkan pada data lapangan, bukan pendapat subjektif peneliti.

HASIL

Sejarah dan Perkembangan Toko Kue Inabah

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Toko Kue Inabah didirikan pada tahun 2019 oleh pasangan suami istri di Desa Langung, Meulaboh, Aceh Barat. Keduanya adalah perantau yang memutuskan kembali ke kampung halaman untuk membangun usaha kuliner berbasis kearifan lokal. Nama “Inabah” diambil dari *ratéb seribee*, yang bermakna “kembali kepada Allah dengan ikhlas,” sebagai filosofi usaha yang dilandasi nilai religius, kesederhanaan, dan keberkahan.

Sejak awal berdiri, Inabah mengalami perkembangan signifikan karena: Komitmen mempertahankan resep tradisional, konsistensi menjaga rasa dan kualitas, dukungan program CSR–PPM PT Mifa Bersaudara, yang membantu penguatan kapasitas terutama dalam aspek manajemen, pengemasan, dan pemasaran. Perkembangan ini sejalan dengan temuan Tambunan (2019) bahwa keberhasilan UMKM sangat dipengaruhi oleh kombinasi faktor internal (komitmen, kualitas produk) dan eksternal (bantuan pembinaan, jaringan pemasaran). lokasi toko yang berada di jalur nasional Meulaboh, Tapaktuan juga memberikan keuntungan strategis bagi distribusi produk kepada pelanggan lokal dan wisatawan. Hal ini konsisten dengan teori Porter (1985) tentang *location advantage* yang meningkatkan peluang penjualan langsung.

Ragam Produk dan Pelestarian Kuliner Tradisional Aceh

Ragam Produk Tradisional

Hasil observasi menunjukkan bahwa Toko Kue Inabah memproduksi dan menjual beragam kue tradisional Aceh, antara lain: Kue Seupet Gulung (produk unggulan), Kue Sagon, Keukarah / Karah, Kue Bhoi, Tipang Kacang, Pisang Sale, Kue Pret, dan Kembang Loyang. Semua kue ini dibuat dengan bahan lokal seperti tepung beras, kelapa parut, santan, gula merah, dan rempah tertentu. produk Seupet Gulung, Kue Sagon, dan Kue Bhoi merupakan seri produk paling diminati dan menjadi identitas toko karena memiliki cita rasa otentik dan kemasan modern.

Pelestarian Reputasi Kuliner Tradisional

Pelestarian kuliner tradisional dilakukan melalui pendekatan:

1. Pelestarian Resep Tradisional

Pemilik toko menegaskan bahwa resep kue diwariskan dari generasi tua dan tidak banyak mengalami perubahan. Hal ini sejalan dengan teori Lin (2011), yang menyatakan bahwa warisan kuliner harus mempertahankan nilai otentik untuk menjaga identitas budaya.

2. Teknik Produksi Tradisional

Foto observasi dalam dokumen memperlihatkan proses pembuatan yang masih manual, seperti: menggulung seupet dengan teknik tangan, memanggang sagon menggunakan tungku sederhana, dan membentuk karah menggunakan cetakan tradisional dari batok kelapa. Teknik ini merupakan bentuk *cultural embodiment* (Mintz & Du Bois, 2002), yaitu cara budaya direpresentasikan melalui makanan.

3. Pemanfaatan Bahan Lokal

Penggunaan bahan baku lokal mendukung ketahanan pangan daerah dan memperkuat nilai ekonomi komunitas.

4. Reposisi Produk Tradisional

Dengan kemasan modern, kue tradisional diposisikan sebagai oleh-oleh khas Aceh Barat. Penelitian Okumus et al. (2018) menegaskan bahwa penguatan kuliner tradisional melalui pariwisata kuliner akan memperkuat identitas daerah.

Dengan demikian, Inabah tidak hanya berfungsi sebagai produsen kuliner, tetapi juga aktor pelestari budaya lokal Aceh Barat.

Inovasi yang Dilakukan Toko Kue Inabah

Hasil penelitian menunjukkan bahwa inovasi utama Inabah terbagi menjadi empat aspek: inovasi produk, proses, kemasan, dan pemasaran. Analisis inovasi ini dibahas dengan menggunakan teori Schumpeter (1934) dan Tidd & Bessant (2020).

Inovasi Produk

Inovasi produk dilakukan tanpa mengubah resep, melainkan pada peningkatan kualitas rasa, tekstur, dan konsistensi. Misalnya, Seupet Gulung dibuat dengan teknik penggulungan yang lebih konsisten agar bentuknya seragam. Konsistensi bentuk dan rasa berpengaruh pada citra produk dan kepuasan pelanggan (Kotler & Keller, 2016).

Inovasi Proses

Proses produksi dilakukan melalui model kolaboratif yaitu pengrajin rumahan membuat kue di rumah masing-masing, toko melakukan kontrol kualitas, pengemasan, dan pemasaran, inovasi proses ini termasuk kategori process innovation, sesuai definisi Tidd & Bessant (2020), yakni peningkatan efisiensi tanpa perubahan inti produk.

Inovasi Kemasan

Kemasan modern adalah salah satu inovasi paling menonjol di Inabah. Produk dikemas menggunakan toples plastik premium 750 gram, pouch 250 gram, plastik 300 gram. Kemasan modern memberikan beberapa keuntungan antara lain memperpanjang umur simpan produk, mendukung distribusi jarak jauh, menarik konsumen muda, menambah nilai visual dan branding. Penelitian Silayoi & Speece (2007) menunjukkan bahwa 70% keputusan pembelian dipengaruhi oleh visual kemasan.

Inovasi Pemasaran

Hasil wawancara menunjukkan bahwa inabah memanfaatkan penjualan langsung di toko, media sosial seperti facebook dan WhatsApp, jaringan CSR PT Mifa untuk promosi lokal. Meskipun strategi pemasaran digital belum sepenuhnya optimal, penelitian ini menemukan potensi besar untuk memperluas pasar melalui marketplace (Shopee, Tokopedia, TikTok Shop). Hal ini sejalan dengan temuan Liguori dan Pittz (2020) bahwa UMKM yang mengadopsi digitalisasi dalam pemasaran memiliki peluang ekspansi yang lebih besar.

Kalaborasi dan Pemberdayaan Masyarakat

Kolaborasi merupakan inti model bisnis Inabah. Penelitian menemukan bahwa hampir seluruh proses produksi dikerjakan oleh pengrajin rumahan di Desa Langung, mayoritas adalah ibu rumah tangga. temuan ini diperoleh melalui wawancara dan observasi langsung.

Model Kemitraan

Model kemitraan yang dilakukan Inabah mencakup: pemberian bahan baku kepada pengrajin, penentuan standar proses produksi, penyerahan produk jadi ke toko, pembayaran sistem borongan. model

ini merupakan bentuk community-based enterprise (CBE), sebagaimana dijelaskan oleh Peredo & Chrisman (2006).

Pemberdayaan Perempuan

Sebagian besar tenaga kerja berasal dari perempuan yang bekerja dari rumah. pemberdayaan ini berdampak pada peningkatan pendapatan rumah tangga, penguatan peran perempuan dalam ekonomi lokal, transfer keterampilan membuat kue tradisional ke generasi muda. temuan ini mendukung teori Kabeer (2012) tentang dampak pemberdayaan perempuan terhadap pembangunan ekonomi komunitas.

Peningkatan Ekonomi Lokal

Dampak ekonomi termasuk penyerapan tenaga kerja lokal, peningkatan pendapatan pengrajin per minggu, perputaran ekonomi desa melalui pembelian bahan baku.

Dampak Sosial, Budaya, dan Ekonomi

Hasil penelitian menunjukkan lima dampak utama:

1. Pelestarian Budaya
Produk tradisional tetap diproduksi dan dikenal generasi muda melalui packaging modern, distribusi lebih luas, dan promosi melalui media sosial.
2. Peningkatan Ekonomi Komunitas
Pendapatan keluarga pengrajin meningkat sehingga menurunkan ketergantungan terhadap pekerjaan informal yang tidak tetap.
3. Penguatan Keterampilan Tradisional
Pembuatan kue tradisional tetap diajarkan lintas generasi, menjaga keberlanjutan tradisi.
4. Branding Aceh Barat Sebagai Daerah Kuliner
Produk Inabah menjadi oleh-oleh populer bagi wisatawan, meningkatkan citra kuliner daerah (Okumus et al., 2018).
 - a. Penguatan Korporasi-Komunitas
Model kerja sama CSR PT Mifa memberikan dampak nyata berupa pengembangan kemasan, pelatihan, akses pemasaran, dan peningkatan kapasitas UMKM. hal ini memperlihatkan praktik CSR berbasis pemberdayaan komunitas yang efektif.

Pembahasan (Integrasi Temuan dan Teori)

Bagian pembahasan mengaitkan temuan penelitian dengan teori yang digunakan:

1. Temuan tentang inovasi produk mendukung teori Schumpeter (1934)
Inabah menerapkan kombinasi baru melalui, pengemasan modern, standarisasi proses, reposisi produk sebagai oleh-oleh.
2. Temuan pemberdayaan mendukung teori Zimmerman (2000) dan Kabeer (2012)
Perempuan terlibat aktif dalam produksi, memperoleh pendapatan, dan memiliki peran sosial lebih besar.
3. Temuan pelestarian kuliner mendukung teori Lin (2011)
Budaya kuliner bertahan ketika komunitas tetap melakukan praktik tradisional secara konsisten.
4. Temuan branding mendukung teori Kotler & Keller (2016)
Kemasan berperan meningkatkan persepsi kualitas dan memperkuat identitas produk.
5. Temuan kolaborasi mendukung konsep Community-Based Enterprise

Peredo & Chrisman (2006) menyatakan bahwa CBE memaksimalkan potensi komunitas, terbukti pada studi ini.

KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan memahami bagaimana Toko Kue Inabah sebagai UMKM lokal melaksanakan inovasi, melestarikan kuliner tradisional Aceh, serta memberdayakan masyarakat dalam konteks ekonomi lokal. Berdasarkan analisis data dan teori yang digunakan, penelitian ini menghasilkan empat kesimpulan utama sebagai berikut:

1. Toko Kue Inabah berhasil mempertahankan kelestarian kuliner tradisional Aceh melalui konsep inovasi yang adaptif.
2. Inovasi yang dilakukan Inabah tidak menghilangkan identitas budaya, tetapi meningkatkan daya saing UMKM.
3. Model kolaborasi yang diterapkan Inabah menjadi contoh nyata Community-Based Enterprise (CBE)
4. Toko Kue Inabah memberikan dampak sosial, budaya, dan ekonomi yang signifikan bagi masyarakat Desa Langung dan Aceh Barat.

Dengan demikian, penelitian ini menyimpulkan bahwa Inabah adalah model UMKM berkelanjutan yang memadukan aspek tradisi-inovasi-pemberdayaan secara efektif.

Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang perlu diperhatikan yaitu lingkup Penelitian yang Terbatas pada Satu UMKM, data bergantung pada wawancara dan dokumentasi Internal, keterbatasan Analisis Kuantitatif, minimnya Data Tentang Proses Branding Formal.

SARAN

Berdasarkan temuan dan keterbatasan penelitian, berikut adalah beberapa saran untuk pengembangan usaha, pemberdayaan masyarakat, dan penelitian lanjutan yaitu Penguatan Strategi Pemasaran Digital, Pengembangan Varian Produk Baru Tanpa Menghilangkan Identitas Tradisional, Penyusunan SOP Produksi dan Quality Control, Peningkatan Branding dan Desain Kemasan Profesional. Adapun Saran untuk Pemerintah Daerah dan CSR yaitu Pelatihan Berkelanjutan untuk Pemberdayaan Pengrajin, Membentuk Jejaring UMKM Kuliner Aceh Barat, Memperluas Program CSR Berbasis Pemberdayaan. Dan Saran untuk Penelitian Selanjutnya yaitu Penelitian mendatang dapat memperluas cakupan dengan Melakukan studi komparatif beberapa UMKM kue tradisional di Aceh, Menggunakan metode kuantitatif untuk menghitung kontribusi ekonomi secara lebih rinci, Meneliti perilaku konsumen terhadap produk kuliner tradisional Aceh, Menganalisis dampak digitalisasi terhadap penjualan produk tradisional.

DAFTAR PUSTAKA

- Fadhilah, N., & Sulistyowati, L. (2021). Peran UMKM dalam pembangunan ekonomi pedesaan di Indonesia. *Jurnal Ekonomi dan Pembangunan Indonesia*, 12(2), 45–58.
- Kamal, M. M., et al. (2021). Digital transformation of MSMEs in the era of industry 4.0: Challenges and opportunities. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 28(4), 567–584.

- Liguori, E., & Pittz, T. G. (2020). Digital transformation in small and medium enterprises: A review and research agenda. *Journal of Small Business Management*, 58(6), 1112–1141.
- Lin, Y. (2011). Food, culinary identity and cultural preservation. *Journal of Culinary Science & Technology*, 9(3), 123–135.
- Mintz, S. W., & Du Bois, C. M. (2002). The anthropology of food and eating. *Annual Review of Anthropology*, 31, 99–119.
- Okumus, B., Koseoglu, M. A., & Ma, F. (2018). Food and gastronomy tourism: The role of food in destination marketing. *Journal of Destination Marketing & Management*, 9, 1–3.
- Peredo, A. M., & Chrisman, J. J. (2006). Toward a theory of community-based enterprise. *Academy of Management Review*, 31(2), 309–328.
- Sibarani, R. (2012). Kearifan lokal: Hakikat, peran, dan metode tradisi lisan. *Jurnal Kajian Budaya*, 5(1), 23–37.
- Silayoi, P., & Speece, M. (2007). The importance of packaging attributes: A conjoint analysis approach. *European Journal of Marketing*, 41(11/12), 1495–1517.
- Wilkins, J., Bowditch, E., & Smith, K. (2019). Globalization and the homogenization of food cultures. *Food, Culture & Society*, 22(4), 445–462.
- Kabeer, N. (2012). Women's economic empowerment and inclusive growth: Labour markets and enterprise development. SIG Working Paper 2012/1. International Development Research Centre.
- Creswell, J. W. (2016). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (5th ed.). SAGE Publications.
- Hall, C. M., & Sharples, L. (2003). The consumption of experiences or the experience of consumption? An introduction to the tourism of taste. In C. M. Hall, L. Sharples, R. Mitchell, N. Macionis, B. Cambourne (Eds.), *Food tourism around the world: Development, management and markets* (pp. 1–24). Butterworth-Heinemann.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th global ed.). Pearson Education.
- Kvale, S. (2007). *Doing interviews*. SAGE Publications.
- Lincoln, Y. S., & Guba, E. G. (1985). *Naturalistic inquiry*. SAGE Publications.
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2014). *Qualitative data analysis: A methods sourcebook* (3rd ed.). SAGE Publications.
- Porter, M. E. (1985). *Competitive advantage: Creating and sustaining superior performance*. Free Press.
- Schumpeter, J. A. (1934). *The theory of economic development: An inquiry into profits, capital, credit, interest, and the business cycle*. Harvard University Press.
- Tambunan, T. (2019). *UMKM dan pembangunan ekonomi Indonesia*. LP3ES.
- Tidd, J., & Bessant, J. (2020). *Managing innovation: Integrating technological, market and organizational change* (7th ed.). Wiley.
- Zimmerman, M. A. (2000). Empowerment theory: Psychological, organizational and community levels of analysis. In J. Rappaport & E. Seidman (Eds.), *Handbook of community psychology* (pp. 43–63). Kluwer Academic/Plenum Publishers.