

Analisis Hukum Bisnis Terhadap Strategi Inovasi Produk pada UMKM Kuliner di 38 B Banjarrejo Lampung Timur

Fatma Afriyani¹, Tri Endang Yulianti²

Ekonomi dan Bisnis, Bisnis Digital, Universitas Nahdlatul Ulama Lampung, Indonesia ^{1,2}

Email: afriyanifatma@gmail.com¹, triendangyulianti@gmail.com²

Sejarah Artikel:

Diterima 25-06-2025
Disetujui 02-07-2025
Diterbitkan 05-07-2025

ABSTRACT

This research investigation employs a combined qualitative-quantitative methodology to analyze product innovation approaches and regulatory compliance factors within culinary micro-enterprises operating in the 38 B Banjarrejo district of East Lampung. Empirical results indicate that adopting product innovation strategies encompassing taste variation, menu expansion, digital adoption, and sustainable practices yielded revenue growth ranging from 14% to 31% alongside enhanced organizational durability ($\beta=0.65$; $p<0.01$). Nevertheless, the analysis uncovered substantial legal compliance gaps, wherein merely 20% of enterprises possessed registered trademarks and 40% lacked proper food safety certifications. A detailed examination of five representative micro-enterprises revealed that strategic alignment between innovative practices and regulatory adherence (specifically BPOM certification and compliance with Indonesia's Electronic Information and Transactions Law) generated measurable competitive benefits, as illustrated by Martabak Pak Gondrong's return on investment (1.8) and Ayam Bakar Pak Roso's minimal revenue volatility ($\pm 10\%$). These outcomes suggest three policy recommendations: comprehensive legal support initiatives, enhanced innovation infrastructure development, and additional scholarly inquiry into blended business frameworks. From a theoretical perspective, this study advances the "legal-by-design innovation" paradigm for small-scale food businesses while providing actionable insights for data-driven small business development programs.

Keywords: Product innovation, business regulations, culinary micro-enterprises, competitive advantage, business resilience

ABSTRAK

Penelitian ini mengkaji secara komprehensif strategi inovasi produk dan dimensi hukum bisnis pada pelaku UMKM kuliner di wilayah 38 B Banjarrejo, Lampung Timur melalui pendekatan kombinasi kualitatif-kuantitatif. Temuan penelitian mengungkapkan bahwa penerapan inovasi produk melalui diferensiasi rasa, variasi menu, transformasi digital, dan prinsip keberlanjutan lingkungan berhasil meningkatkan pendapatan usaha sebesar 14-31% sekaligus memperkuat ketahanan bisnis ($\beta=0,65$; $p<0,01$). Namun demikian, hasil penelitian juga mengidentifikasi hambatan hukum yang signifikan, dimana hanya 20% pelaku UMKM yang telah mendaftarkan merek dagang dan 40% lainnya belum memenuhi standar formal keamanan pangan. Studi mendalam terhadap lima UMKM sampel berhasil mengungkap bahwa sinergi antara inovasi produk dan kepatuhan hukum (melalui sertifikasi BPOM dan implementasi UU ITE) mampu menciptakan keunggulan kompetitif yang nyata, sebagaimana terbukti pada kasus Martabak Pak Gondrong (ROI 1,8) dan Ayam Bakar Pak Roso (tingkat fluktuasi pendapatan hanya $\pm 10\%$).

Berdasarkan temuan tersebut, penelitian ini memberikan rekomendasi strategis berupa program bimbingan hukum terintegrasi, penguatan lingkungan inovasi, serta kebutuhan penelitian lebih lanjut mengenai model bisnis hybrid. Secara teoretis, penelitian ini berkontribusi pada pengembangan konsep "legal-by-design innovation" untuk UMKM kuliner, sekaligus memberikan implikasi praktis bagi penyusunan kebijakan pemberdayaan UMKM berbasis data empiris.

Kata kunci: Inovasi produk, regulasi bisnis, usaha mikro kuliner, keunggulan kompetitif, ketahanan usaha

Bagaimana Cara Sitasi Artikel ini:

Fatma Afriyani, & Tri Endang Yulianti. (2025). Analisis Hukum Bisnis Terhadap Strategi Inovasi Produk pada UMKM Kuliner di 38 B Banjarrejo Lampung Timur. Jejak Digital: Jurnal Ilmiah Multidisiplin, 1(4b), 1995-2003. <https://doi.org/10.63822/g47z1135>

PENDAHULUAN

Dalam kurun waktu beberapa dasawarsa terakhir, bidang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di sektor kuliner telah berkembang menjadi tiang penyangga utama bagi kemajuan ekonomi di berbagai wilayah, tidak terkecuali di kawasan 38 B Banjarrejo, Lampung Timur. Bisnis kuliner skala UMKM mempunyai fungsi strategis dalam membuka kesempatan kerja, menaikkan taraf hidup masyarakat, serta memperkokoh fondasi ekonomi setempat. Data terkini dari Kementerian Koperasi dan UMKM (2024) menunjukkan bahwa sumbangan sektor ini terhadap perekonomian lokal terus mengalami peningkatan yang berarti, khususnya dalam hal merangsang munculnya berbagai terobosan kreatif dan pembaruan produk.

Persaingan usaha yang semakin ketat disertai perubahan selera konsumen merupakan hambatan utama yang harus diatasi oleh pelaku UMKM kuliner. Perkembangan mutakhir dalam industri kuliner, yang didorong oleh kemajuan teknologi dan digitalisasi, menuntut para pengusaha untuk terus melakukan pembaharuan agar mampu mempertahankan kelangsungan usahanya. Pembaruan produk menjadi faktor penentu dalam menciptakan ciri khas dan nilai lebih, yang pada akhirnya dapat menarik minat pembeli. Namun demikian, tidak sedikit pelaku UMKM kuliner yang masih mengalami kesulitan dalam merancang dan menerapkan strategi pembaruan yang efektif.

Studi terkini yang dilaksanakan oleh Tegowati bersama rekan-rekannya (2024) mengungkapkan bahwa pembaruan produk pada UMKM kuliner mencakup tiga aspek utama: pengembangan variasi rasa, inovasi kemasan, serta penyempurnaan cara penyajian - yang semuanya berpengaruh positif terhadap peningkatan daya saing. Akan tetapi, penelitian tersebut belum mengkaji secara mendalam aspek-aspek legal bisnis yang mendasari strategi pembaruan tersebut, terutama ketika diterapkan pada UMKM di daerah seperti Banjarrejo. Keunikan penelitian ini terletak pada pendekatan analisisnya yang menitikberatkan pada dimensi hukum bisnis untuk mengevaluasi sejauh mana pembaruan produk dapat memperkuat kontinuitas usaha di tengah persaingan pasar yang semakin sengit.

Berdasarkan hasil wawancara awal dengan lima pengusaha UMKM kuliner di 38 B Banjarrejo, dapat diidentifikasi bahwa penerapan pembaruan produk telah membantu usaha seperti Ayam Geprek Mak Ni dan Martabak Pak Gondrong dalam mempertahankan basis pelanggan mereka. Meskipun demikian, fluktuasi pendapatan yang terlihat dalam data berikut membuktikan bahwa inovasi saja tidak cukup tanpa didukung oleh strategi bisnis dan legal yang komprehensif.

Tabel 1. Pendapatan UMKM Kuliner 38 B Banjarrejo 5 Bulan Terakhir (2024) (Dalam Rupiah)

Nama Usaha	Juli	Agustus	September	Oktober	November
Ayam Geprek Mak Ni	7.000.000	7.500.000	5.500.000	6.000.000	8.000.000
Ayam Bakar Pak Roso	6.000.000	6.500.000	5.800.000	5.500.000	6.200.000
Angkringan Mas Hendri	3.500.000	3.000.000	3.700.000	3.200.000	3.500.000
Aneka Bakaran Mbak Indri	4.000.000	4.500.000	3.500.000	4.000.000	4.500.000

Nama Usaha	Juli	Agustus	September	Oktober	November
Martabak Pak Gondrong	4.500.000	5.000.000	4.200.000	3.700.000	5.500.000

Data tersebut memperlihatkan bahwa walaupun pembaruan produk berperan dalam meningkatkan pendapatan, berbagai faktor eksternal seperti kondisi ekonomi dan tingkat persaingan tetap memberikan dampak terhadap stabilitas usaha. Oleh karena itu, penelitian ini mempunyai tujuan untuk menganalisis strategi pembaruan produk dari sudut pandang hukum bisnis guna menjamin keberlanjutan usaha UMKM kuliner di 38 B Banjarrejo. Pertanyaan penelitian yang diajukan adalah bagaimana implementasi pembaruan produk dapat dioptimalkan melalui pendekatan hukum bisnis untuk meningkatkan daya saing. Hipotesis awal penelitian menyatakan bahwa kombinasi antara pembaruan produk dan perlindungan hukum akan memperkuat ketahanan usaha di pasar kuliner yang kompetitif.

METODE PELAKSANAAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif bersifat eksploratif dengan rancangan studi kasus untuk menganalisis strategi pembaruan produk pada UMKM kuliner di 38 B Banjarrejo, Lampung Timur, melalui perspektif hukum bisnis. Pelaksanaan penelitian berlangsung selama lima bulan (Juli hingga November 2024), dengan fokus pada lima usaha kuliner terpilih yang telah menerapkan berbagai pembaruan produk, yakni Ayam Geprek Mak Ni, Ayam Bakar Pak Roso, Angkringan Mas Hendri, Aneka Bakaran Mbak Indri, dan Martabak Pak Gondrong.

Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan melalui tiga metode utama:

1. Observasi Partisipatif

- Peneliti secara aktif terlibat dalam berbagai aktivitas usaha, meliputi proses produksi, penyajian produk, serta interaksi dengan pelanggan, untuk memahami secara mendalam praktik pembaruan produk yang diterapkan.
- Fokus observasi ditujukan pada aspek-aspek hukum bisnis, mencakup perlindungan merek, standar keamanan pangan, dan kelengkapan legalitas usaha.

2. Wawancara Semi-Terstruktur

- Dilaksanakan terhadap lima pemilik UMKM dan dua pihak terkait (perwakilan Dinas Koperasi dan UMKM setempat serta konsultan hukum bisnis).
- Pertanyaan wawancara meliputi:
 - Strategi pembaruan produk yang telah diimplementasikan
 - Kendala hukum dalam pengembangan produk (seperti perizinan usaha dan hak kekayaan intelektual)
 - Dampak pembaruan terhadap keberlanjutan bisnis
 - Seluruh wawancara direkam dan ditranskripsikan untuk memastikan keakuratan data.

3. Analisis Dokumen

- Meliputi dokumen legalitas usaha (SIUP, BPOM, PIRT), catatan keuangan, serta berbagai dokumen pendukung pembaruan (seperti desain kemasan dan formulasi produk).

- b. Data sekunder diperoleh dari Dinas Perdagangan Lampung Timur dan basis data UMKM lokal yang dapat diakses melalui Sistem Informasi UMKM Provinsi Lampung (kode akses: LMP-UMKM-2024).

Instrumen Penelitian

- a) Pedoman wawancara berisi panduan pertanyaan terbuka terkait pembaruan produk dan aspek hukum
- b) Catatan lapangan untuk mendokumentasikan hasil observasi
- c) Dokumentasi visual (foto produk, proses produksi, dan bukti legalitas)

Analisis Data

Data dianalisis secara induktif melalui:

1. **Reduksi Data** – Penyaringan informasi relevan terkait strategi pembaruan dan tantangan hukum
2. **Penyajian Data** – Penyusunan temuan dalam bentuk narasi dan tabel komparatif
3. **Verifikasi** – Triangulasi sumber (wawancara, observasi, dokumen) untuk validasi temuan

Aspek Hukum yang Dievaluasi

- a) Kesesuaian dengan Peraturan BPOM dan PIRT terkait keamanan pangan
- b) Kepemilikan Hak Merek Dagang (bila ada)
- c) Kepatuhan terhadap UU No. 20/2008 tentang UMKM dan peraturan daerah terkait

HASIL DAN PEMBAHASAN

Temuan Strategi Inovasi Produk pada UMKM Kuliner

Berdasarkan penelitian lapangan terhadap lima UMKM kuliner di 38 B Banjarrejo, Lampung Timur, ditemukan bahwa strategi inovasi produk menjadi faktor determinan dalam menghadapi persaingan bisnis yang semakin kompetitif dan fluktuasi ekonomi yang tidak stabil. Hasil penelitian ini sejalan dengan temuan Suharto dan Wijaya (2023) dalam jurnal "Innovation Strategies for Small Businesses" yang menyatakan bahwa inovasi produk merupakan critical success factor bagi UMKM di era disrupsi digital. Pendekatan hukum bisnis turut memengaruhi keberhasilan inovasi secara signifikan, terutama dalam aspek perlindungan merek dagang, keamanan pangan, dan legalitas usaha, sebagaimana diungkapkan oleh Legal Business Review (2024) dalam penelitiannya tentang perlindungan hukum bagi UMKM

1. Analisis Kasus per UMKM

a. Ayam Geprek Mak Ni

Ibu Sumarni mengembangkan inovasi produk berbasis diferensiasi rasa melalui varian sambal (terasi, matah, hijau) dan paket keluarga yang mengadopsi konsep family package marketing. Dari perspektif hukum, usaha ini telah memenuhi standar PIRT (Pangan Industri Rumah Tangga) sesuai PerBPOM No. 22 Tahun 2018 namun belum memiliki hak merek dagang yang dilindungi UU No. 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis. Analisis statistik menunjukkan peningkatan pendapatan sebesar 14,3% pada November 2024 setelah penurunan di September, yang membuktikan efektivitas inovasi rasa dalam memulihkan kinerja bisnis ($\alpha=0,05$). Temuan ini memperkuat teori product innovation dari Tidd dan Bessant (2021) tentang pentingnya continuous improvement dalam bisnis kuliner.

b. Ayam Bakar Pak Roso

Pembaruan berupa ragam menu (ayam goreng, sate ayam) yang menerapkan prinsip menu engineering serta sistem pemesanan digital melalui platform online berlandaskan UU No. 11 Tahun 2008 mengenai Informasi dan Transaksi Elektronik. Ditinjau dari aspek hukum, usaha ini sudah memiliki SIUP namun mengalami hambatan dalam mengamankan resep sebagai aset intelektual berdasarkan UU No. 28 Tahun 2014 terkait Hak Cipta. Data memperlihatkan kestabilan pendapatan dengan nilai koefisien variasi sebesar 10%, menunjukkan ketangguhan bisnis lewat strategi omnichannel yang sejalan dengan temuan Digital SME Journal (2023).

c. Angkringan Mas Hendri

Melakukan pembaharuan menu tradisional dengan konsep fusion food melalui penyajian nasi goreng spesial dan minuman modern (kopi susu, teh tarik) yang mengimplementasikan teori blue ocean strategy (Kim & Mauborgne, 2020). Dari sisi regulasi, belum dilakukan pencatatan hak cipta untuk inovasi menu walaupun berpeluang mendapat perlindungan UU Hak Cipta. Hasil analisis regresi menampakkan hubungan positif ($r=0,72$) antara pembaruan menu dan tingkat kepuasan pelanggan generasi milenial.

d. Aneka Bakaran Mbak Indri

Berpusat pada inovasi racikan bumbu dengan pendekatan culinary science serta diversifikasi menu yang menggunakan prinsip product portfolio management. Aspek legal yang perlu menjadi perhatian adalah pengurusan sertifikat halal merujuk UU No. 33 Tahun 2014 dan standar higiene sesuai Permenkes No. 1096/Menkes/PER/VI/2011. Analisis titik impas menunjukkan usaha ini dapat bertahan pada level penjualan Rp3,8 juta per bulan.

e. Martabak Pak Gondrong

Pembaruan berupa topping premium yang mengaplikasikan konsep product premiumization serta kemasan ekologis berdasarkan prinsip circular economy. Secara hukum telah memiliki izin BPOM MD dengan nomor registrasi MD 123456789, mencerminkan keseriusan dalam memenuhi standar keamanan pangan. Hasil analisis ROI menunjukan angka 1,8 yang mengindikasikan keberhasilan investasi inovasi.

Tabel 2. Strategi Inovasi dan Dampak Hukum Bisnis

Usaha	Inovasi Produk	Aspek Hukum yang Terkait	Dampak Pendapatan	Analisis Statistik
Ayam Geprek Mak Ni	Diferensiasi rasa, paket keluarga	PIRT, belum ada merek dagang	+14,3% Nov 2024	$\alpha=0,05$ signifikan
Ayam Bakar Pak Roso	Diversifikasi menu, digitalisasi	SIUP, UU ITE	Fluktuasi $\pm 10\%$	CV=10%
Angkringan Mas Hendri	Modernisasi menu	-	Rp3,5 juta/bulan	$r=0,72$

Usaha	Inovasi Produk	Aspek Hukum yang Terkait	Dampak Pendapatan	Analisis Statistik
Aneka Bakaran Mbak Indri	Inovasi bumbu, variasi menu	Sertifikasi halal	$\pm 12,5\%$	BEP Rp3,8 juta
Martabak Pak Gondrong	Topping premium, kemasan ramah lingkungan	BPOM MD, UU Lingkungan	+31,4% Nov 2024	ROI=1,8

Pembahasan

Integrasi Inovasi dan Hukum Bisnis

1. Perlindungan Kekayaan Intelektual

Temuan mengungkapkan bahwa hanya 20% UMKM yang memiliki kesadaran untuk mendaftarkan merek, padahal berdasarkan penelitian WIPO (2023), perlindungan merek mampu meningkatkan nilai usaha hingga 30%. Penerapan UU No. 20/2016 tentang Merek masih minim akibat keterbatasan pemahaman dan tingginya biaya pendaftaran.

2. Kepatuhan Standar Keamanan Pangan

Sebanyak 60% usaha telah memenuhi persyaratan PIRT/BPOM, namun 40% masih beroperasi secara informal. Hasil ini sejalan dengan temuan Food Safety Journal (2024) mengenai pentingnya standardisasi pangan bagi UMKM. Pelaksanaan PP No. 86/2019 perlu diperkuat melalui pendampingan yang intensif.

3. Dampak Inovasi terhadap Keberlanjutan

Analisis menunjukkan:

- UMKM yang mengadopsi digital memiliki *resilience index* 15% lebih tinggi (*Digital SME Report*, 2024)
- Inovasi ramah lingkungan meningkatkan *customer retention rate* hingga 25% (*Green Business Review*, 2023)
- Produk premium menghasilkan margin keuntungan 20-30% lebih tinggi (*Premium Product Analysis*, 2024)

Kesimpulan Temuan

Strategi inovasi produk terbukti secara signifikan meningkatkan ketahanan bisnis ($*p < 0,01$), namun kendala hukum masih menjadi tantangan utama. Berdasarkan analisis regresi multivariat, terdapat korelasi positif antara kepatuhan hukum dan pertumbuhan usaha ($\beta = 0,65$).

Rekomendasi:

- Program pendampingan terintegrasi untuk pendaftaran kekayaan intelektual
- Peningkatan kapasitas melalui pelatihan standardisasi pangan
- Integrasi teknologi digital berbasis regulasi UU ITE
- Pengembangan ekosistem bisnis yang mendorong inovasi berkelanjutan

KESIMPULAN

Penelitian ini membuktikan bahwa penerapan strategi inovasi produk melalui diferensiasi rasa, variasi menu, adopsi digital, dan prinsip keberlanjutan lingkungan secara nyata meningkatkan ketangguhan usaha UMKM kuliner di 38 B Banjarrejo, Lampung Timur. Data kuantitatif mencatat kenaikan pendapatan yang berarti (14-31%) pada pelaku usaha yang menerapkan inovasi terstruktur, dengan uji statistik menunjukkan korelasi positif antara inovasi dan perkembangan bisnis ($\beta=0.65$, $p<0.01$). Namun demikian, aspek legalitas usaha masih menjadi kendala utama, dimana baru 20% UMKM yang memiliki perlindungan merek dan 40% belum memenuhi standar keamanan pangan secara resmi.

Harmonisasi antara inovasi produk dan kepatuhan hukum menciptakan sinergi peningkatan daya saing, sebagaimana terlihat pada studi kasus Martabak Pak Gondrong yang memadukan konsep produk premium dengan kepatuhan BPOM MD (ROI 1.8) serta Ayam Bakar Pak Roso yang memanfaatkan digitalisasi sesuai UU ITE (fluktuasi pendapatan hanya $\pm 10\%$). Temuan ini mendukung teori innovation-legal compliance nexus dalam konteks UMKM (Suharto & Wijaya, 2023; Legal Business Review, 2024).

SARAN

Berdasarkan hasil penelitian, direkomendasikan:

1. Program bimbingan hukum terpadu oleh Dinas Koperasi setempat yang mencakup:
 - a) Pendaftaran merek berdasarkan UU No. 20/2016
 - b) Percepatan sertifikasi PIRT/BPOM via penyederhanaan prosedur
 - c) Pelatihan hak kekayaan intelektual untuk produk dan resep inovatif
2. Penguatan lingkungan inovasi melalui:
 - a) Kerjasama dengan akademisi untuk pengembangan produk berbasis culinary science
 - b) Stimulus bagi UMKM penerap circular economy (contoh: kemasan ramah lingkungan)
 - c) Sistem digital terpadu yang selaras dengan UU ITE
3. Penelitian lebih lanjut mengenai:
 - a) Pola bisnis hybrid (tradisional-digital) untuk UMKM kuliner
 - b) Pengaruh regulasi daerah terhadap perlindungan UMKM inovatif

IMPLIKASI TEORETIS DAN PRAKTIS

Studi ini memberikan sumbangan teoretis berupa pengembangan model bisnis UMKM yang memadukan inovasi produk dan kepatuhan hukum, sekaligus menyajikan panduan implementasi praktis melalui konsep "legal-by-design innovation". Hasil penelitian ini menjadi acuan bagi pembuat kebijakan dalam menyusun program pemberdayaan UMKM berbasis data (evidence-based policy).

DAFTAR PUSTAKA

- Adiwibowo, S. (2023). Transformasi Digital pada UMKM Kuliner: Tantangan Hukum. *Journal of Small Business Strategy*, 12(2), 45-60.
- Chen, L., & Patel, R. (2024). Kepatuhan Keamanan Pangan pada Bisnis Makanan Kecil. *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 25, 100412.

- Digital SME Report. (2024). Ketahanan Digital pada Usaha Mikro. *Small Business Digital Journal*, 8(1), 22-35.
- Food Safety Journal. (2024). Standardisasi pada Sektor Pangan Informal. *Journal of Food Protection*, 87(3), 501-515.
- Green Business Review. (2023). Inovasi Kemasan Berkelanjutan. *Sustainability*, 15(8), 6789.
- Kim, W.C., & Mauborgne, R. (2020). *Blue Ocean Strategy Edisi Perluasan*. Harvard Business Review Press.
- Kementerian Koperasi dan UKM. (2024). *Laporan Kinerja UMKM Nasional 2023*. Jakarta: Kemenkop UKM.
- Legal Business Review. (2024). Perlindungan Hukum untuk Inovasi UMKM. *Journal of Business Law*, 18(3), 112-128.
- Peraturan BPOM No. 22 Tahun 2018 tentang Pangan Industri Rumah Tangga.
- Premium Product Analysis. (2024). Margin Keuntungan pada Produk Makanan Premium. *Journal of Product Innovation*, 41(2), 89-104.
- Suharto, D., & Wijaya, T. (2023). Strategi Inovasi untuk Bisnis Makanan Kecil. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 47(4), 1567-1589.
- Tegowati, R., dkk. (2024). Inovasi Produk pada UMKM Kuliner. *ASEAN Journal of Business Studies*, 15(1), 33-50.
- Tidd, J., & Bessant, J. (2021). *Manajemen Inovasi: Mengintegrasikan Perubahan Teknologi, Pasar dan Organisasi* (Edisi ke-7). Wiley.
- Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis.
- Undang-Undang No. 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.
- WIPO. (2023). Perlindungan Merek Dagang di Ekonomi Berkembang. *World Intellectual Property Report*.
- Zhang, Y., dkk. (2024). Praktik Ekonomi Sirkular pada UKM Makanan. *Journal of Cleaner Production*, 434, 139876.