

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

UMKM banyak memberikan kontribusi bagi perekonomian di Indonesia ketika sedang menghadapi beberapa internal ekonomi seperti krisis yang terjadi pada tahun 1998 dan masalah keuangan pada tahun 2008 (Sari & Ramayanti, 2022). UMKM dapat bertahan selama krisis itu terjadi bahkan menjadi sarana keberlangsungan pemulihan ekonomi di Indonesia di setiap lini ekonomi yang ada.

UMKM merupakan usaha yang selalu berkembang dan memiliki perputaran ekonomi yang baik sehingga membantu dalam perkembangan ekonomi negara juga (Gonibala et al, 2019). Pengembangan terhadap UMKM dapat meningkatkan peran industri dalam ekonomi nasional dan pendapatan, khususnya pendapatan pelaku usaha yang mengembangkan usahanya (Togayeva, 2023). Semakin luasnya adopsi teknologi *digital* dan semakin meningkat dan banyaknya waktu yang dihabiskan orang untuk *online*, pelaku UMKM harus beradaptasi terhadap perubahan perilaku konsumen ini dengan menerapkan *Digital Marketing*. *Digital Marketing* ini menawarkan peluang baru bagi perusahaan untuk menjangkau dan terlibat dengan audiens target mereka, mengumpulkan data berharga, dan tetap menjadi yang terdepan dalam persaingan. Pemanfaatan teknologi baru, perusahaan dapat meningkatkan kesadaran merek, mendorong penjualan, dan meningkatkan pengalaman pelanggan.

Usaha pada UMKM memiliki peran yang vital untuk ekonomi sebuah negara, tapi semuanya tidak terlepas dari masalah yang selalu menjadi toleransi utama mengenai pengembangan usaha UMKM yang akan dijalankan salah satu contohnya adalah masalah efisiensi produksi yang dilakukan oleh pengusaha. Menjadi sebuah hambatan apabila efisiensi produksi yang dilakukan tidak maksimal serta dapat berdampak pada penurunan laba dan terhambatnya pengembangan usaha UMKM (Wafiroh et al, 2023). Efisiensi produksi merupakan peng-efektifan produksi melalui bahan baku dan tenaga kerja agar produksi dapat berjalan dengan maksimal. Untuk biaya produksi sendiri mempunyai definisi total biaya yang dikeluarkan untuk memproduksi suatu dagangan. Di Indonesia UMKM memiliki peran penting dalam pembangunan dan pengembangan ekonomi serta dapat menciptakan lapangan pekerjaan baru sehingga perputaran ekonomi jalan bagaimana mestinya (Ompusunggu & Gulo, 2023). Tentunya biaya produksi tidak terlepas dari efisiensi biaya produksi yang dilakukan oleh usaha yang dilakukan pengusaha, Efisiensi produksi ini merupakan salah satu cara yang digunakan untuk mendapatkan dan cara mendapatkan pelanggan dengan cepat. Dalam mengukur tingkat efisiensinya dapat dilihat melalui penggunaan bahan baku yang efisien dan pengelolaan karyawan yang baik sehingga menghasilkan output yang berkualitas dan dapat bersaing melalui penggunaan digital marketing ataupun inovasi produk yang dihasilkan.

Digital Marketing yang efektif dapat menghasilkan peningkatan akuisisi pelanggan, retensi, dan loyalitas, menghasilkan peningkatan penjualan dan kinerja usaha secara keseluruhan. Selain itu, sebagian besar peneliti setuju bahwa inovasi

digital melalui *social media* dapat menjadi alat yang ampuh dan efektif untuk mempromosikan dan menciptakan keberlanjutan (Jung & Shegai, 2023). Salah satunya UMKM yang berada di Kota Pamekasan. Perkembangan teknologi dan *Digital* membuat para pelaku UMKM di Kabupaten Pamekasan harus bisa memanfaatkan peluang tersebut mulai dari biaya produksi, pemasaran produk melalui *Digital Marketing* dan inovasi produk untuk mudah dikenal oleh masyarakat luas dan mempunyai keunikan tersendiri. Biaya produksi yang dikeluarkan menghasilkan harga jual produk, *Digital Marketing* membangun dan meningkatkan reputasi pelaku usaha UMKM, dan inovasi produk menciptakan produk dengan keunggulan tersendiri. UMKM yang tersebar berbagai sudut di kota Pamekasan menurut Dinas Koperasi dan Usaha Kecil Menengah Pamekasan tahun 2023 sebanyak 49.185 pelaku UMKM (Diskop UKM, 2023). Namun, nantinya sampel yang akan digunakan adalah pelaku usaha kecil dengan beberapa kriteria seperti, mempunyai produksi usaha, mempunyai karyawan, inovasi produk yang dipakai dan memanfaatkan *Digital Marketing* dalam penjualan produk. Menurut Pemerintah Kabupaten Pamekasan tahun 2023 tercatat sebanyak 20,38% UMKM Mikro telah menggunakan *Digital Marketing* sebagai media pemasaran yang efektif dan terjangkau. Hal ini terbilang cukup tinggi yang penggunaannya merupakan UMKM Mikro.

Inovasi produk mempunyai beberapa kelebihan terhadap ide, suatu proses, dan pemanfaatan untuk teknologi yang dapat memberikan dampak baik, baru dan juga mempunyai keunikan tersendiri. Dalam inovasi produk perlu adanya orientasi pasar dan teknologi yang kompeten yang harus sejalan dengan kebutuhan pasar dan juga

proses produksi yang dilakukan oleh para pelaku usaha (Mansur & Djaelani, 2022). Inovasi produk mempunyai tujuan utama yaitu harus memenuhi permintaan pangsa pasar dalam ini inovasi produk juga mempunyai peran dalam pengembangan usaha bagi pelaku usaha sehingga dapat berkembang (Arif & Putri, 2023). Berdasarkan hasil penelitian lainnya mengenai inovasi produk menunjukkan bahwa Inovasi produk dikatakan sempurna apabila seorang pelaku usaha dapat menciptakan pasar baru, produk baru yang belum sama sekali terdapat pada pasar, output perusahaan yang dihasilkan efisien, produk belum pernah untuk diproduksi atau dipasarkan. Para pelaku usaha selalu kiat mengembangkan produk mereka dengan menggunakan desain lama dan juga beberapa inovasi yang dilakukan sehingga menimbulkan produk yang lebih unggul daripada sebelumnya, oleh karena itu inovasi dapat memberikan dampak baik dari segi kinerja usaha dan keberlangsungan UMKM (Harini et al, 2022). Pelanggan yang mengalami peningkatan dapat menjadi tolak ukur suatu UMKM dapat bersaing, mengalami pengembangan, dan pendapatan secara baik. Perbedaan dalam hal ini dengan penelitian lainnya adalah lingkup fokus terhadap pelaku usaha yang lebih kecil dan sudah *go online*. Penelitian ini dilakukan berdasarkan banyak-nya para pelaku UMKM yang mulai menjamur dengan Inovasi Produk yang berbeda serta penggunaan *Digital Marketing* sebagai penunjangnya sehingga ekonomi nasional selalu berputar dan sehat. Kebaruan penelitian ini merupakan menggabungkan variabel-variabel yang tidak sejenis melainkan hal yang berlawanan mengenai biaya produksi UMKM, inovasi yang dipakai, sampai *Digital Marketing*.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan rumusan masalah sesuai dengan latar belakang diatas sebagai berikut :

- A. Apakah Efisiensi Biaya Produksi mempunyai pengaruh terhadap Keberlangsungan Usaha (UMKM) ?
- B. Apakah *Digital Marketing* mempunyai pengaruh terhadap Keberlangsungan Usaha (UMKM) ?
- C. Apakah Inovasi Produk mempunyai pengaruh terhadap Keberlangsungan Usaha (UMKM) ?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian tersebut adalah sebagai berikut;

- A. Untuk mengetahui pengaruh Efisiensi Biaya Produksi terhadap Keberlangsungan Usaha (UMKM).
- B. Untuk mengetahui pengaruh *Digital Marketing* terhadap Keberlangsungan Usaha (UMKM).
- C. Untuk mengetahui pengaruh Inovasi Produk terhadap Keberlangsungan Usaha (UMKM).

1.4 Manfaat Penelitian

Dalam penelitian yang dilakukan mempunyai beberapa manfaat, sifatnya secara teoritis dan praktis. Manfaat penelitian teoritis dapat didefinisikan sebagai manfaat yang mempunyai kendali lebih besar dalam pembelajaran dan

pengembangan penelitian selanjutnya. Manfaat penelitian praktis juga berpengaruh terhadap komponen-komponen pembelajaran secara efektif, manfaat penelitian teoritis dan praktis sebagai berikut;

1.4.1 Manfaat Teoritis

Manfaat dalam penelitian teoritis ini adalah memberikan justifikasi dan analisis Efisiensi Biaya Produksi, *Digital Marketing*, dan Inovasi Produk yang berpengaruh terhadap Keberlangsungan Usaha (UMKM). Analisis ini dapat memperkuat konsep dan teori dalam pola pengembangan (UMKM) secara *Digital*, pemanfaatan Efisiensi Biaya Produksi yang tepat, dan Inovasi Produk yang unggul.

1.4.2 Manfaat Praktis

Manfaat praktis yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Bagi Pelaku Usaha, UMKM dapat melakukan pilihan dalam implementasi Efisiensi Biaya Produksi, *konsep Digital Marketing*, dan pilihan Inovasi Produk.
- b. Bagi Pemerintah, penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan Pemerintahan dalam mendalami informasi mengenai analisis Efisiensi Biaya Produksi pada UMKM, pemanfaatan *Digital Marketing*, dan berbagai olahan Inovasi Produk serta memfasilitasi dan mendukung kinerja UMKM Lokal.

- c. Bagi Institusi Diskop UKM, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kesempatan kepada para pelaku (UMKM) untuk mendukung terciptanya lapangan pekerjaan dengan sentuhan pemanfaatan Efisiensi Biaya Produksi yang baik dan teratur, penggunaan *Digital Marketing* yang tepat untuk dikembangkan, serta Inovasi Produk yang merupakan keunggulan dari setiap UMKM.
- d. Peneliti Selanjutnya, penelitian ini diharapkan mampu memberikan informasi mengenai variabel yang di teliti, sehingga penelitian selanjutnya dapat menambah variabel lainnya yang tidak ada pada penelitian ini.