

ABSTRAK

PENGARUH INOVASI PRODUK DAN DIGITAL MARKETING TERHADAP PERKEMBANGAN UMKM MEBEL DI KECAMATAN KELAPA LIMA, KOTA KUPANG

Penelitian ini berjudul Pengaruh Inovasi Produk dan Digital Marketing Terhadap Perkembangan UMKM Mebel di Kecamatan Kelapa Lima, Kota Kupang. Rumusan masalah yang dibahas dalam penelitian ini adalah apakah inovasi produk berpengaruh terhadap perkembangan UMKM mebel di Kecamatan Kelapa Lima, Kota Kupang dan apakah digital marketing berpengaruh terhadap perkembangan UMKM mebel di Kecamatan Kelapa Lima, Kota Kupang. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh inovasi produk terhadap perkembangan UMKM mebel di Kecamatan Kelapa Lima, Kota Kupang serta untuk mengetahui pengaruh digital marketing terhadap perkembangan UMKM mebel di Kecamatan Kelapa Lima, Kota Kupang.

Penentuan populasi dalam penelitian ini adalah seluruh UMKM mebel di Kecamatan Kelapa Lima, Kota Kupang yang berjumlah 38 unit usaha. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan jumlah sampel sebanyak 38 responden. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner yang disebarakan secara langsung kepada responden. Sedangkan teknik analisis data yang digunakan meliputi analisis regresi linear berganda, uji parsial (uji t), uji simultan (uji F), dan koefisien determinasi (R^2).

Berdasarkan nilai indeks jawaban responden variabel inovasi produk, nilai indeks setiap indikator berada pada kategori tinggi dengan nilai rata-rata indeks sebesar 82,847.

Berdasarkan nilai indeks jawaban responden variabel digital marketing, nilai indeks setiap indikator berada pada kategori tinggi dengan nilai rata-rata indeks sebesar 77,036. Berdasarkan nilai indeks jawaban responden variabel perkembangan UMKM, nilai indeks setiap indikator berada pada kategori tinggi dengan nilai rata-rata indeks sebesar 85,195. Berdasarkan hasil persamaan regresi linear berganda $Y = 14,962 + 0,510X_1 + 0,057X_2$, diketahui konstanta regresi sebesar 14,962, koefisien regresi $b_1 = 0,510$ dan koefisien regresi $b_2 = 0,057$. Nilai konstanta sebesar 14,962 artinya jika inovasi produk (X_1) dan digital marketing (X_2) bernilai nol, maka perkembangan UMKM (Y) memiliki nilai sebesar 14,962 satuan. Koefisien regresi inovasi produk (b_1) sebesar 0,510 artinya jika inovasi produk (X_1) mengalami kenaikan sebesar satu satuan, maka perkembangan UMKM (Y) akan meningkat sebesar 0,510 satuan. Koefisien regresi linear (b_1) sebesar 0.510 menunjukkan bahwa jika Inovasi Produk (X_1) mengalami kenaikan 1%, maka Perkembangan UMKM (Y) meningkat sebesar 0.510 Artinya semakin baik Inovasi Produk, maka Perkembangannya juga akan meningkat. Koefisien regresi linear (b_2) sebesar 0.057 menunjukkan bahwa jika Digital Marketing (X_2) mengalami kenaikan 1% maka Perkembangan UMKM (Y) meningkat sebesar 0.057. artinya semakin baik digital marketing, maka perkembangan UMKM juga akan meningkat.

Secara simultan, inovasi produk dan digital marketing berpengaruh signifikan terhadap perkembangan UMKM mebel di Kecamatan Kelapa Lima, Kota Kupang dengan nilai $F_{hitung} 5,541 > F_{tabel} 3,27$ dan nilai signifikansi $0,008 < 0,05$. Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,197 menunjukkan bahwa inovasi produk dan digital marketing mampu menjelaskan perkembangan UMKM sebesar 19,7%, sedangkan sisanya sebesar 80,3% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini.

Implementasi terapan : Berdasarkan Hasil penelitian yang menunjukkan bahwa Inovasi Produk berpengaruh signifikan terhadap Perkembangan UMKM Mebel di kecamatan Kelapa Lima, Kota Kupang dan Digital marketing tidak berpengaruh signifikan terhadap perkembangan UMKM Mebel di Kecamatan Kelapa Lima, Kota Kupang. Pelaku UMKM mebel di Kecamatan Kelapa Lima diharapkan dapat terus meningkatkan inovasi produk dengan cara memperbaiki kualitas bahan, mengembangkan desain yang lebih menarik dan modern, serta terus menambahkan variasi produk sesuai dengan kebutuhan konsumen. Hal ini penting karena inovasi produk terbukti memberikan pengaruh signifikan terhadap perkembangan usaha.

Pelaku UMKM mebel perlu meningkatkan pemanfaatan digital marketing secara lebih optimal, seperti memanfaatkan media sosial secara aktif, menampilkan foto produk yang menarik, serta memberikan informasi produk yang jelas kepada konsumen. Dengan pemanfaatan digital marketing yang lebih

baik diharapkan jangkauan pasar dapat semakin luas dan membantu meningkatkan perkembangan usaha di masa yang akan datang

Kata kunci: inovasi produk, digital marketing, perkembangan UMKM, UMKM mebel.