

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan fondasi penting perekonomian daerah dan nasional karena peranannya dalam menyerap tenaga kerja, menciptakan lapangan kerja alternatif, dan menjaga kedaulatan ekonomi komunitas lokal. Di tingkat kecamatan, distribusi dan dinamika UMKM menjadi penentu produktivitas ekonomi wilayah termasuk di Kecamatan Kelapa Lima, Kota Kupang yang tercermin pada publikasi statistik dan profil kecamatan yang memetakan keberadaan usaha, sektor unggulan, serta karakteristik sosial-ekonomi masyarakat setempat. Informasi resmi menunjukkan UMKM tersebar di seluruh kelurahan di Kecamatan Kelapa Lima dan data bidang ekonomi untuk Kota Kupang secara umum menjadi rujukan penting untuk memahami kapasitas dan potensi pengembangan usaha mikro dan kecil di wilayah ini.

Menurut Hendro dan Chandra (2022), inovasi produk muncul ketika pelaku UMKM menyesuaikan produk dengan perubahan selera pasar dan perkembangan teknologi. Proses inovasi ini meliputi peningkatan kualitas produk, pengembangan variasi produk baru, serta penyesuaian desain dan fitur produk agar lebih relevan dan kompetitif. Inovasi produk yang dilakukan secara berkelanjutan memungkinkan UMKM untuk menghadapi persaingan, menarik minat konsumen, dan meningkatkan peluang pertumbuhan usaha.

Suryana (2021) menekankan bahwa inovasi produk merupakan faktor utama dalam keberlangsungan dan pertumbuhan UMKM. UMKM yang inovatif mampu memperluas lini produk, meningkatkan volume penjualan, dan mempertahankan loyalitas pelanggan. Tanpa inovasi, UMKM berisiko tertinggal oleh pesaing karena produk yang monoton atau tidak sesuai dengan kebutuhan pasar.

Menurut Purnomo, dkk. (2024), inovasi produk pada UMKM tidak hanya berfokus pada perubahan fisik, tetapi juga pada penciptaan nilai tambah melalui pengembangan fitur, desain, kemasan, serta pemanfaatan teknologi digital dalam proses pemasaran dan distribusi produk agar memiliki daya saing yang lebih tinggi.

Menurut Tambunan (2020), digital marketing menjadi alat penting bagi UMKM untuk memperluas jangkauan pasar, menekan biaya promosi, dan meningkatkan interaksi dengan konsumen. Penerapan digital marketing yang tepat dapat meningkatkan efektivitas promosi dan mempermudah UMKM menjangkau konsumen baru, bahkan di luar wilayah lokal. Menurut Alma (2021), inovasi produk bertujuan menciptakan nilai tambah melalui pengembangan kualitas, desain, fitur, dan kemasan agar produk memiliki keunikan, mampu bersaing di pasar, serta manusia.

Menurut Tjiptono (2021), pemasaran digital memungkinkan terjadinya komunikasi dua arah yang cepat dan interaktif antara pelaku usaha dan konsumen, sehingga dapat membangun hubungan jangka panjang,

meningkatkan kepuasan, serta mendorong keputusan pembelian yang berdampak pada pertumbuhan dan keinginan UMKM.

Kecamatan Kelapa Lima merupakan salah satu kecamatan di Kota Kupang, Provinsi Nusa Tenggara Timur, yang secara geografis berada di pesisir Teluk Kupang. Secara administratif Kelapa Lima merupakan kawasan yang strategis dengan wilayah pesisir yang langsung berbatasan dengan perairan laut, sehingga potensi sumber daya kelautan dan perikanan sangat mendukung dinamika kehidupan masyarakat pesisir. Potensi perikanan di kawasan ini mencakup sumber daya laut yang melimpah dan menjadi sumber mata pencaharian utama masyarakat pesisir. Banyak penduduk Kelapa Lima menggantungkan hidupnya sebagai nelayan yang memanfaatkan berbagai alat tangkap tradisional serta berperan aktif dalam produksi tangkapan laut sebagai sumber pendapatan keluarga. Keberadaan pantai dan perairan laut juga membuat aktivitas penangkapan ikan menjadi bagian integral dari keseharian masyarakat Kelapa Lima. Potensi kelautan dan perikanan tersebut tidak hanya berdampak pada sektor ekonomi laut, tetapi juga memengaruhi perkembangan UMKM lokal yang ikut berkembang dari arus ekonomi masyarakat pesisir, termasuk UMKM mebel yang banyak memproduksi furnitur untuk kebutuhan lokal dan wisatawan. Wilayah Kelapa Lima juga menjadi wilayah yang menarik bagi berbagai kegiatan pariwisata bahari dan kuliner laut, sehingga menyokong bisnis kreatif di sektor UMKM.

Dengan konteks geografis dan potensi sumber daya laut yang besar, Kelapa Lima memiliki karakteristik sosial ekonomi yang unik — masyarakatnya tidak

hanya terlibat dalam produksi barang seperti mebel, tetapi juga aktif dalam kegiatan sektor kelautan dan perikanan. Hal ini menciptakan ekosistem ekonomi lokal yang dinamis dan membuka peluang agar inovasi produk dan pemasaran digital diterapkan oleh berbagai jenis UMKM di wilayah ini untuk memperluas pasar dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat secara keseluruhan.

UMKM mebel di Kecamatan Kelapa Lima memiliki potensi yang besar karena didukung oleh keterampilan tenaga kerja lokal dan kebutuhan masyarakat terhadap produk furnitur yang terus meningkat. Namun, dalam praktiknya, UMKM mebel masih menghadapi berbagai tantangan, seperti persaingan usaha yang semakin ketat, perubahan selera konsumen, serta masuknya produk mebel dari luar daerah dengan desain yang lebih variatif dan harga yang kompetitif. Kondisi ini menuntut pelaku UMKM mebel untuk terus meningkatkan daya saing agar mampu bertahan dan berkembang.

Salah satu faktor penting yang dapat mendorong perkembangan UMKM mebel adalah inovasi produk. Inovasi produk mencakup pembaruan desain, variasi bentuk dan fungsi, peningkatan kualitas bahan, serta penyesuaian produk dengan kebutuhan dan selera konsumen. Melalui inovasi produk, UMKM mebel diharapkan mampu menghasilkan produk yang memiliki nilai tambah dan keunikan dibandingkan produk pesaing. Namun, pada kenyataannya, masih terdapat pelaku UMKM mebel di Kecamatan Kelapa Lima yang cenderung memproduksi desain yang sama secara berulang tanpa

melakukan pengembangan produk, sehingga produk yang dihasilkan kurang menarik minat pasar dan sulit bersaing.

Selain inovasi produk, pemanfaatan digital marketing juga menjadi faktor yang sangat penting dalam mendukung perkembangan UMKM mebel. Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mengubah pola pemasaran dari konvensional menjadi digital. Digital marketing memungkinkan pelaku UMKM untuk memasarkan produk secara lebih luas, cepat, dan efisien melalui media sosial, marketplace, serta platform digital lainnya. Dengan digital marketing, UMKM mebel tidak hanya bergantung pada pembeli lokal, tetapi juga dapat menjangkau konsumen di luar wilayah Kecamatan Kelapa Lima bahkan hingga ke luar daerah.

Meskipun digital marketing memiliki banyak manfaat, kenyataannya masih banyak pelaku UMKM mebel di Kecamatan Kelapa Lima yang belum memanfaatkannya secara optimal. Sebagian pelaku usaha masih mengandalkan pemasaran secara tradisional, seperti menunggu pembeli datang langsung ke tempat usaha atau melalui promosi dari mulut ke mulut. Rendahnya pemahaman tentang penggunaan media digital, keterbatasan sumber daya manusia, serta kurangnya pendampingan menjadi faktor yang menghambat penerapan digital marketing secara maksimal.

Keterbatasan inovasi produk dan rendahnya pemanfaatan digital marketing berdampak pada perkembangan UMKM mebel, yang ditandai dengan pertumbuhan penjualan yang relatif lambat, jangkauan pasar yang terbatas, serta kesulitan dalam meningkatkan skala usaha. Padahal, apabila inovasi

produk dan digital marketing diterapkan secara tepat dan berkelanjutan, UMKM mebel di Kecamatan Kelapa Lima berpotensi mengalami peningkatan kinerja usaha, baik dari sisi omzet, jumlah pelanggan, maupun keberlanjutan usaha.

Tabel 1.1
Data usaha Mebel
di kecamatan Kelapa Lima, Kota Kupang.

No	Kelurahan	Jumlah (Unit)
1	Kelapa Lima	6
2	Oesapa	6
3	Oesapa Barat	7
4	Oesapa Selatan	7
5	Lasiana	12

Sumber Data : Hasil survey dan kelurahan yang ada di kecamatan Kelapa Lima, Kota Kupang.

Berdasarkan Tabel 1.1 dapat dijelaskan bahwa jumlah UMKM mebel di Kecamatan Kelapa Lima tersebar pada lima kelurahan dengan total (38 unit) UMKM Mebel. Kelurahan Kelapa Lima memiliki 6 unit usaha mebel yang memproduksi berbagai jenis produk seperti lemari, peti mati, tempat tidur, kursi , namun pada UMKM Mebel diKelapa Lima terdapat beberapa pelaku Usaha yang hanya fokus pada peti mati. Beberapa pelaku usaha di kelurahan ini juga melakukan inovasi produk dengan membuat desain mebel seperti kursi japara, lemari dengan berbagai variasi dan Modern. Dalam mengembangkan usahanya, pelaku UMKM mebel di Kelurahan Kelapa

Lima mulai memanfaatkan digital marketing melalui media sosial seperti WhatsApp dan Facebook untuk mempromosikan produk serta menerima pesanan dari konsumen.

Kelurahan Oesapa memiliki 6 unit UMKM mebel yang menghasilkan produk seperti meja makan, meja belajar, kursi, lemari, dan kusen pintu maupun jendela. Inovasi yang dilakukan oleh pelaku usaha di wilayah ini antara lain pembuatan membuat lemari pakai dengan berbagai jenis seperti lemari satu pintu, dua pintu maupun tiga pintu dan meja belajar minimalis yang menyesuaikan dengan kebutuhan rumah modern. Untuk memperluas pemasaran, pelaku usaha memanfaatkan digital marketing dengan mempromosikan produk melalui Facebook dan membagikan lokasi mereka lewat aplikasi google maps serta memberikan link lokasi UMKM mereka lewat facebook.

Selanjutnya, Kelurahan Oesapa Barat memiliki 7 unit usaha mebel yang memproduksi produk seperti tempat tidur, lemari pakaian, meja. Beberapa pelaku UMKM di wilayah ini melakukan inovasi produk dengan membuat produk seperti lemari multifungsi serta modern. Selain itu, mereka juga memanfaatkan digital marketing dengan memasarkan produk melalui media sosial dan google maps untuk menjangkau konsumen yang lebih luas.

Kelurahan Oesapa Selatan memiliki 7 unit usaha mebel yang memproduksi berbagai perabot rumah tangga seperti meja makan, lemari pakaian, tempat tidur, kusen pintu dan jendela. Inovasi produk yang dilakukan antara lain membuat lemari dengan berbagai ukiran, bahan kayu

yang baik dan besi agar produk terlihat lebih modern dan kuat. Dalam hal pemasaran, pelaku UMKM Mebel di kelurahan ini mulai menggunakan media sosial seperti WhatsApp dan Facebook dan aplikasi google maps untuk mempromosikan produk dan memperkenalkan hasil produksi, serta memberikan lokasi kepada konsumen.

Kelurahan Lasiana merupakan wilayah dengan jumlah UMKM mebel terbanyak yaitu 12 unit usaha. Produk yang dihasilkan antara lain lemari pakaian, tempat tidur, meja makan, meja untuk anak sekolah serta kursinya, serta kusen pintu dan jendela. Beberapa pelaku usaha di wilayah ini melakukan inovasi produk dengan menciptakan desain mebel minimalis dan modern serta produk mebel yang dapat disesuaikan dengan permintaan konsumen. Untuk meningkatkan perkembangan usaha, pelaku UMKM di Kelurahan Lasiana juga memanfaatkan digital marketing melalui media sosial seperti Facebook, dan WhatsApp untuk mempromosikan produk, menampilkan foto hasil produksi, dan menggunakan aplikasi google maps, serta menjangkau pasar yang lebih luas.

Oleh karena itu, penelitian mengenai pengaruh inovasi produk dan digital marketing terhadap perkembangan UMKM mebel menjadi penting untuk dilakukan guna melihat sejauh mana kedua aspek tersebut dapat meningkatkan daya saing dan pertumbuhan UMKM mebel di Kecamatan Kelapa Lima. Berdasarkan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Veronica Y. Wuisan, S.L.V.H. Joyce Lapian, Merlyn M. Karuntu. {2019} dengan judul Pengaruh Inovasi Produk dan Digital Marketing terhadap

Perkembangan UMKM di Kecamatan Kauditan pada masa Pandemic covid 19. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa inovasi produk (X1) dan digital marketing (X2) secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perkembangan UMKM (Y), dan secara parsial inovasi produk (X1) dan digital marketing (X2) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap perkembangan UMKM (Y). Penelitian lain yang membahas pengaruh inovasi produk dan media sosial terhadap perkembangan UMKM di kota Pare-Pare di lakukan oleh Suhaera, Rika, Putri Rimadhani, Muh.Farrul Siddik, Muh.Jibril, Dhani Asar, Icsha, Trian Fisman Adisaputra (2024). Berdasarkan hasil penelitian terdahulu menunjukan bahwa Media social berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perkembangan UMKM di kota Pare-Pare sedangkan Inovasi Produk tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap perkembangan UMKM di Kota Pare-Pare.

Berdasarkan pemaparan tersebut, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **“Pengaruh inovasi produk dan digital marketing terhadap perkembangan UMKM Mebel di kecamatan kelapa Lima, Kota Kupang”**

1.2 Rumusan Masalah

Masalah yang diangkat dalam penelitian ini yaitu mengenai pengaruh inovasi produk dan digital marketing terhadap perkembangan UMKM Mebel di Kecamatan kelapa Lima, Kota Kupang.

1.3 Persoalan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan masalah penelitian yang di paparkan, maka adapun persoalan penelitian sebagai berikut:

1. Apakah Inovasi produk berpengaruh terhadap perkembangan UMKM Mebel di kecamatan Kelapa Lima, Kota Kupang.
2. Apakah Digital marketing berpengaruh terhadap perkembangan UMKM Mebel di kecamatan Kelapa Lima, Kota Kupang.

1.4 Tujuan dan kemanfaatan penelitian

1.4.1 Tujuan penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh Inovasi Produk terhadap perkembangan UMKM Mebel di kecamatan kelapa lima, kota kupang.
2. Untuk mengetahui pengaruh Digital Marketing terhadap perkembangan UMKM Mebel di kecamatan kelapa lima, kota kupang.

1.4.2 Kemanfaatan penelitian

1. Manfaat akademis

Penelitian ini mendukung pernyataan dan teori dari hasil-hasil penelitian sebelumnya bahwa perkembangan UMKM Mebel dapat dipengaruhi oleh Inovasi produk dan Digital marketing.

2. Manfaat praktis

Penelitian ini dapat dijadikan bahan masukan bagi UMKM sebagai bahan evaluasi dan dalam mengambil keputusan yang strategis terutama yang berkaitan dengan Perkembangan UMKM Mebel.