

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan dalam ranah bisnis tengah mengalami kemajuan pesat, yang pada gilirannya mendorong munculnya persaingan yang semakin intens antara para pelaku usaha. Situasi ini menuntut para pengusaha untuk senantiasa memiliki pemahaman yang mendalam mengenai kondisi pasar saat ini serta permintaan yang diinginkan oleh konsumen. Dalam konteks persaingan bisnis yang sengit ini, kewirausahaan harus mampu menjadikan pemahaman ini sebagai pijakan untuk memperoleh keunggulan yang dibutuhkan dalam bersaing. Keunggulan akan bisa dicapai oleh seorang pengusaha ketika mampu menciptakan suatu produk yang bisa memberikan nilai lebih sehingga dapat bersaing dan produk yang dimiliki pesaing akan kalah dengan produk miliknya.

Pertumbuhan ekonomi memiliki peran sentral dalam meningkatkan pendapatan Indonesia, yang pada gilirannya akan berkontribusi pada peningkatan kesejahteraan dan pencapaian keseimbangan ekonomi. Bagi individu yang berminat mengembangkan usaha pribadi, Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) memegang peran kunci dalam mengatasi tantangan ini serta memulihkan momentum pertumbuhan ekonomi. UMKM memiliki potensi besar

dalam menciptakan peluang kerja, yang pada gilirannya berkontribusi pada pengurangan tingkat pengangguran. Keberadaan UMKM dapat lebih cepat mendorong pertumbuhan lapangan kerja dibandingkan perusahaan besar. Selain itu, UMKM memberikan tempat bagi perkembangan keterampilan kewirausahaan dan inovasi. Aspek-aspek ini memiliki dampak penting dalam memberikan layanan kepada masyarakat dan telah memberikan kontribusi signifikan terhadap rencana pembangunan daerah.

Indonesia, sebagai negara dengan populasi yang besar dan ragam sektor ekonomi yang beragam, memiliki peran yang signifikan dalam mendukung perkembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Menurut data dari Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia, hingga tahun 2021, terdapat lebih dari 64 juta UMKM di seluruh nusantara. UMKM telah menjadi tulang punggung ekonomi nasional, memberikan kontribusi signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi, penciptaan lapangan kerja, dan pemerataan pendapatan. (www.kemenkopukm.go.id)

Kualitas pengelolaan UMKM merupakan salah satu faktor penting yang menentukan apakah suatu perusahaan dapat bertahan di era globalisasi (Taufiq et al, 2020). Kinerja perusahaan dijadikan acuan untuk menilai berhasil atau tidaknya usaha yang dijalankan dalam mewujudkan sasaran dan tujuan organisasi yang tertuang dalam visi, misi usaha. Faktor-faktor yang perlu diperhatikan untuk meningkatkan kualitas pengelolaan UMKM salah satunya adalah menggunakan sistem pemasaran digital.

Dewasa ini seiring dengan berkembangnya teknologi informasi membuat bisnis perdagangan semakin berkembang. Bahwa cara-cara konvensional saat ini mulai ditinggalkan dan berganti cara yang lebih bersandar pada teknologi informasi. Perkembangan teknologi yang semakin masif membuat para pebisnis mengalihkan perhatiannya kepada sistem daring atau biasa disebut dengan media sosial. Bahwa pemasaran menggunakan aplikasi saat ini lebih digemari masyarakat. Oleh karena perlu adanya suatu konsep strategi pemasaran yang lebih baik yang mengacu pada sistem pemasaran digital marketing.

Menurut Dedi Purwana bahwa dengan pesatnya perkembangan teknologi, dunia digital dan internet tentu juga berimbas pada dunia pemasaran. Tren pemasaran di dunia beralih dari yang semula konvensional (*offline*) menjadi digital (*online*). Digital marketing ini lebih prospektif karena memungkinkan para calon pelanggan potensial untuk memperoleh segala macam informasi mengenai produk dan bertransaksi melalui internet. (Dedi Purwana, 2017)

Pada era digital saat ini bagi bisnis perdagangan tidak bisa terelakkan dan harus mengikutinya. Bahwa apabila suatu bisnis perdagangan ingin bertahan maka diwajibkan harus memaksimalkan manfaat adanya perkembangan digital saat ini. Internet marketing merupakan bentuk usaha baru dalam memasarkan produk atau jasa serta membangun komunikasi dengan konsumen melalui internet. Penggunaan internet marketing sebagai media komunikasi pemasaran di pengaruhi oleh pesatnya perkembangan teknologi komunikasi terutama internet. Internet sudah mengubah wajah dunia saat ini, terutama dalam dunia

bisnis, internet berkembang dengan cepat dan menjadi bagian paling penting dalam kehidupan masyarakat. Dengan bantuan internet manusia dapat terhubung dengan siapapun di berbagai belahan dunia bahkan tanpa harus mengenal satu sama lain terlebih dahulu. Kolaborasi antara komputer dan internet ini telah menghasilkan sesuatu yang baru, yang mampu menggeser cara manual menuju tatanan komunikasi dengan cara-cara digital. (Edy Haryanto, 2018: 120)

Selain faktor system pemasaran digital adanya faktor inovasi produk yang juga berpeluang mempengaruhi kualitas pengelolaan UMKM. Dalam usaha untuk menciptakan dan memajukan produk yang memiliki daya tarik khusus, serta mampu diperkenalkan secara merata ke berbagai wilayah, setiap Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki potensi untuk menonjolkan keunikan atau identitasnya sendiri dalam menghadapi lingkungan persaingan. Melalui pendekatan inovasi dan kreativitas yang berkelanjutan, UMKM mampu mengembangkan produk-produk yang memikat minat konsumen dan mendapatkan pengakuan di pasar.

Inovasi bukan hanya sebatas menciptakan produk yang baru, tetapi juga melibatkan peningkatan terhadap kualitas produk yang ada, pengembangan keterampilan tim kerja dalam memberikan pelayanan yang lebih baik, dan aspek lainnya. Dengan demikian, UMKM mampu mencapai puncak dalam hal kualitas dan daya saing, memungkinkan produk-produk mereka menjadi daya tarik utama bagi konsumen dan memperluas pangsa pasar. (Aisyah and Ismunawan, 2020).

Inovasi produk bukan hanya membuat sesuatu yang baru tetapi bisa dengan memodifikasi produk yang ada sehingga hasil produk yang didapatkan itu berbeda. Hal ini bisa dijadikan strategi pengusaha agar konsumen tidak bosan dengan produk yang hanya itu saja tetapi mempunyai banyak pilihan. Menurut penelitian Jannah et al (2019) menyatakan bahwa inovasi produk memiliki pengaruh terhadap kualitas pengelolaan UMKM, karena jika mempunyai tingkat inovasi yang tinggi maka nilai kerja usaha yang dimiliki juga akan tinggi atau bagus.

Kabupaten Tulang Bawang, yang terletak di Provinsi Lampung, Indonesia, memiliki sejarah yang kaya dan potensi alam yang melimpah. Dalam beberapa tahun terakhir, muncul tren yang menarik di sektor ekonomi lokal, yaitu pertumbuhan dan perkembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang berfokus pada budidaya jamur. Fenomena ini tidak hanya mempengaruhi perekonomian daerah, tetapi juga mencerminkan semangat kewirausahaan dan inovasi masyarakat Tulang Bawang.

UMKM budidaya jamur bukan hanya sekadar bisnis. Mereka adalah wirausaha yang mendedikasikan diri mereka untuk menghasilkan produk yang bermutu tinggi, serta memperkenalkan budaya dan manfaat jamur kepada masyarakat. Melalui kombinasi antara teknik modern dan pendekatan berkelanjutan, UMKM ini memastikan bahwa setiap langkah dalam produksi dilakukan dengan cermat dan penuh dedikasi. Inovasi adalah inti dari eksistensi UMKM budidaya jamur. Dengan penelitian mendalam dan kreativitas yang tak terbatas, mereka terus

mengembangkan teknik budidaya yang lebih efisien dan ramah lingkungan. Dari pengaturan suhu yang tepat hingga pemilihan substrat yang ideal, setiap elemen diperhatikan untuk menghasilkan jamur dengan kualitas tertinggi.

UMKM dikelola dengan pemasaran digital yang canggih dan inovasi produk yang berkelanjutan, UMKM budidaya jamur di Kabupaten Tulang Bawang mampu meningkatkan visibilitas, menjalankan operasional yang lebih efisien, dan memperluas pangsa pasar. Dalam ekosistem bisnis yang berubah, penerapan teknologi dan kreativitas menjadi faktor kunci dalam memajukan UMKM budidaya jamur menuju kesuksesan yang berkelanjutan.

Fenomena yang terjadi saat ini terhadap UMKM budidaya jamur di Kabupaten Tulang Bawang yakni diantaranya masih belum maksimalnya system pemasaran digital, masih banyak UMKM budidaya jamur tidak memiliki pengetahuan dan keterampilan yang cukup dalam mengelola media sosial atau platform e-commerce, keterbatasan pengetahuan sebagian UMKM dalam mengelola bahan baku jamur menjadi bahan jadi, belum maksimalnya inovasi produk oleh UMKM budidaya jamur seperti halnya dengan anggaran terbatas. UMKM kesulitan mengalokasikan dana yang cukup untuk melaksanakan inovasi yang diinginkan.

Berdasarkan uraian tersebut di atas maka peneliti akan melakukan penelitian mengenai peningkatan kualitas pengelolaan UMKM budidaya jamur di kabupaten Tulang Bawang yang diberi judul “Pengaruh strategi pemasaran digital dan inovasi produk terhadap peningkatan kualitas pengelolaan UMKM budidaya jamur di kabupaten Tulang Bawang”.

1.2 Identifikasi Masalah

1. Berdasarkan dari hasil pengamatan peneliti masih belum maksimalnya system pemasaran digital, masih banyak UMKM budidaya jamur di Kabupaten Tulang Bawang tidak memiliki pengetahuan dan keterampilan yang cukup dalam mengelola media sosial atau platform *e-commerce*.
2. Belum maksimalnya inovasi produk oleh UMKM budidaya jamur di Kabupaten Tulang Bawang seperti halnya dengan anggaran terbatas sehingga kesulitan mengalokasikan dana yang cukup untuk melaksanakan inovasi yang diinginkan, keterbatasan pengetahuan sebagian UMKM budidaya jamur di Kabupaten Tulang Bawang dalam mengelola bahan baku jamur menjadi bahan jadi.
3. Belum maksimalnya kualitas pengelolaan UMKM budidaya jamur di kabupaten Tulang Bawang.

1.3 Perumusan Masalah

1. Apakah strategi pemasaran digital berpengaruh terhadap peningkatan kualitas pengelolaan UMKM budidaya jamur di kabupaten Tulang Bawang.
2. Apakah inovasi produk berpengaruh terhadap peningkatan kualitas pengelolaan UMKM budidaya jamur di kabupaten Tulang Bawang.
3. Apakah strategi pemasaran digital dan inovasi produk berpengaruh secara bersama-sama terhadap peningkatan kualitas pengelolaan UMKM budidaya jamur di kabupaten Tulang Bawang

1.4 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh strategi pemasaran digital terhadap peningkatan kualitas pengelolaan UMKM budidaya jamur di kabupaten Tulang Bawang.
2. Untuk mengetahui pengaruh inovasi produk berpengaruh terhadap peningkatan kualitas pengelolaan UMKM budidaya jamur di kabupaten Tulang Bawang.
3. Untuk mengetahui pengaruh strategi pemasaran digital dan inovasi produk secara bersama-sama terhadap peningkatan kualitas pengelolaan UMKM budidaya jamur di kabupaten Tulang Bawang

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Manfaat teoritis

Secara teoritis hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat yaitu:

- a. Memberikan sumbangan pemikiran bagi perkembangan ilmu manajemen.
- b. Sebagai pijakan dan referensi pada penelitian-penelitian selanjutnya yang berhubungan dengan ilmu manajemen serta menjadi bahan kajian lebih lanjut.
- c. Bagi Akademis, sebagai bahan referensi untuk penelitian selanjutnya pada penelitian yang sama dan sebagai bahan untuk menambah khasanah pustaka berdasarkan penerapan yang ada dalam kenyataan.

1.5.2 Manfaat praktis

Secara praktis penelitian ini dapat bermanfaat sebagai berikut :

- a. Bagi organisasi, sebagai masukan maupun bahan pertimbangan bagi UMKM budidaya jamur di Kabupaten Tulang Bawang dalam meningkatkan produktivitasnya.
- b. Bagi Peneliti, menjadi media pengembangan wawasan dan pendalaman ilmu manajemn serta dapat bermanfaat bagi pihak-pihak yang membutuhkan untuk dijadikan panduan mengenai pengaruh strategi pemasaran digital dan inovasi produk terhadap peningkatan kualitas pengelolaan UMKM budidaya jamur di kabupaten Tulang Bawang.

