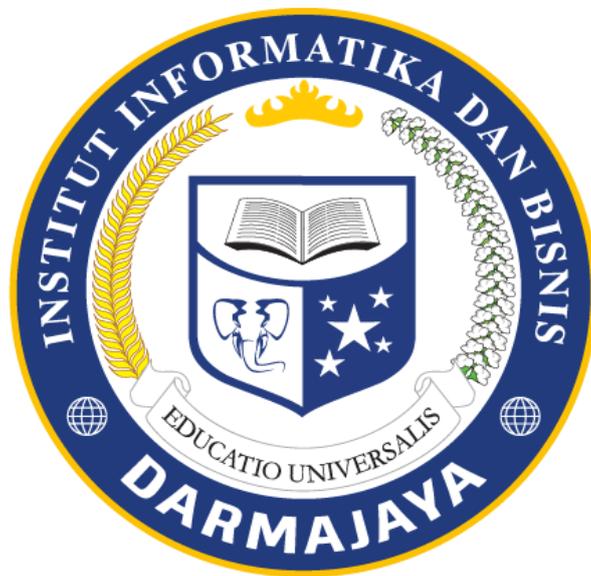


**STRATEGI PENGEMBANGAN UMKM KOPI TINDIH LAMPUNG
DI KOTA METRO**

THESIS



OLEH :

PUTU MARDIANA WIJAYANTO

2222320026

**PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN TEKNOLOGI
INSTITUT INFORMATIKA DAN BISNIS DARMAJAYA**

2023

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG

UMKM adalah kegiatan ekonomi kerakyatan mandiri dari berskala kecil yang pengelolaannya dilakukan oleh kelompok masyarakat, keluarga, atau perorangan (Purba, 2019). UMKM sangat berpotensi memperluas kesempatan kerja, memberikan pelayanan perekonomian yang luas kepada masyarakat, berperan dalam proses pemerataan, dan meningkatkan pendapatan, mendorong pertumbuhan ekonomi serta berperan dalam mencapai stabilitas nasional. UMKM merupakan bagian dari perekonomian Indonesia yang mandiri, serta mempunyai potensi besar, berdasarkan Permenkop nomor 20 Tahun 2008 UMKM merupakan suatu usaha perdagangan yang dikelola oleh perorangan atau juga badan usaha yang dalam hal ini termasuk juga sebagai kriteria usaha dalam lingkup kecil atau juga mikro. Adapun peranan UMKM dalam perekonomian Indonesia, yaitu meliputi cara meningkatkan taraf perekonomian masyarakat, cara mengurangi kemiskinan, dan cara menghasilkan uang untuk negara. Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah (Kementerian KUKM) pada tahun 2021, jumlah UMKM di Indonesia mencapai 64,2 juta dengan kontribusi terhadap produk domestik bruto (PDB) sebesar 61,07 persen atau Rp 8.573,89 triliun.

UMKM Kopi Tindih Lampung adalah Sebuah UMKM yang berada di Kota Metro Lampung yang bergerak dibidang penjualan kopi bubuk kemasan, UMKM Kopi Tindih Lampung berdiri pada tanggal 23 juni 2020, latar belakang didirikannya sebuah UMKM ini oleh pemilik yang bernama I Ketut Ediyanto adalah karena kecintaannya terhadap kopi Lampung selain itu beliau juga merupakan penikmat kopi yang ulung. Kopi Tindih Lampung juga didirikan karena awal mulannya terjadi fenomena pandemi *covid-19* di Indonesia, yang dimana owner atau pemilik UMKM ini merupakan pegawai disalah satu dinas yang ada di Kota Metro pada saat itu mengalami perubahan sistem kerja, yang diawal kerja di kantor menjadi bekerja dari rumah, sehingga atas dasar hal tersebutlah tercetus ide bisnis yang bergerak dibidang kopi tersebut. Pada awal proses pembuatan produk, pelaku UMKM masih menggunakan cara-cara konvensional yaitu pengemasan dibuat seadanya, lalu dari sisi pemasaran juga masih dilakukan secara konvensional semi digital. Yaitu melakukan penjualan melalui *WhatsApp*.

Seperti yang diungkapkan oleh Kleindl dan Burrow (2019) mendefinisikan digital marketing sebagai suatu proses perencanaan dan pelaksanaan dari konsep, ide, harga, promosi dan distribusi. pemanfaatan atau penggunaan teknologi digital untuk membuat berbagai keunikan sebuah bisnis, termasuk model bisnis sampai pengalaman pelanggan (*customer experience*). Kelihatannya, bisnis digital juga akan semakin dilirik oleh berbagai pebisnis karena perubahan teknologi yang semakin cepat. Artinya berdasarkan hal yang telah tersampaikan terkait dengan strategi pemasaran dan pemanfaatan teknologi dalam inovasi produknya, bahwa terdapat permasalahan dari segi kemasan produk dan proses penjualannya yang dimana pelaku UMKM Kopi Tindih Lampung yang berada di Kota Metro ini sudah melakukan pengemasan produk dengan cara yang konvensional sehingga produk yang dihasilkan kurang menarik minat pembeli, dan juga dari segi pemasaran UMKM Kopi Tindih Lampung juga bisa dikatakan masih tertinggal karena hanya menggunakan cara yang masih sangat sederhana, sehingga penjualan produk kopi dari hari kehari tidak ada peningkatan. Padahal jika ditinjau dari prospek bisnis kedepan UMKM Kopi Tindih Lampung ini akan lebih berkembang jika di manajemen dengan baik oleh sang pemilik.

Berdasarkan permasalahan yang terjadi pada UMKM Kopi Tindih Lampung, maka penulis berupaya untuk memecahkan permasalahan yang ada pada UMKM tersebut dengan melakukan penelitian yang berkaitan dengan inovasi kualitas produk dan inovasi dari segi pemasaran. Evolusi dan transformasi UMKM dalam pemanfaatan digitalisasi akan mendorong berdirinya UMKM yang tidak hanya fleksibel, tetapi juga lebih tinggi dan kuat. Pesatnya perkembangan ekonomi dan keuangan digital telah memungkinkan berbagai platform digital memberikan inovasi dalam produksi, konsumsi, kolaborasi, dan berbagai layanan. Pemanfaatan platform digital, termasuk digitalisasi proses produksi serta inovasi produk dan layanan, dapat mendorong UMKM menjadi tangguh, produktif, dan inovatif (Bank Indonesia, 2020). Pemanfaatan platform digital juga membantu UMKM untuk maju berdasarkan peluang ekspansi usaha yang didukung dengan memperluas peluang UMKM di pasar (market), perusahaan, dan lembaga keuangan. Kualitas pelayanan UMKM juga dapat ditingkatkan dengan menjalin hubungan yang lebih cepat, mudah, dan efektif dengan pelanggan dan mitra usaha secara menyeluruh. Perkembangan teknologi yang berkembang pesat saat ini bisa menjadi salah satu cara untuk mengatasi persoalan untuk mempermudah, memperluas, dan meningkatkan kinerja UMKM.

Pemasaran produk secara digital tentunya butuh pembelajaran terkait bagaimana cara yang bagus untuk memasarkan produknya sehingga menarik minat konsumen.

1.2 RUMUSAN MASALAH

Masalah penelitian yang di kembangkan pada penelitian dikarya tulis ini adalah terkait dengan inovasi produk serta melakukan pemasaran pada platform digital (*marketplace*) berpengaruh terhadap Kinerja UMKM Kopi Tindih Lampung dalam kemasan melalui beberapa inovasi. Sehingga muncul beberapa rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi pengembangan UMKM Kopi Tindih Lampung ?
2. Bagaimana strategi inovasi teknologi pemasaran melalui marketplace ?
3. Bagaimana inovasi kualitas produk dan pemanfaatan teknologi pemasaran dalam pengembangan UMKM Kopi Tindih Lampung ?

1.3 BATASAN MASALAH

1.3.1 Batasan Subjek

Ruang lingkup subjek yang diteliti adalah strategi dalam pengembangan umkm melalui pemanfaatan teknologi dan inovasi produk.

1.3.2 Batasan Objek

Ruang Lingkup Objek dalam penelitian ini adalah UMKM yang ada di Kota Metro.

1.3.3 Batasan Tempat

Ruang Lingkup Tempat dalam penelitian ini adalah UMKM Kopi Tindih yang ada di Kota Metro Lampung.

1.4 RUANG LINGKUP PENELITIAN

1.3.3 Ruang Lingkup Tempat

Ruang Lingkup Tempat dalam penelitian ini adalah UMKM Kota Metro Lampung.

1.3.4 Ruang Lingkup Waktu

Penelitian ini dilakukan pada Periode tahun 2023.

1.5 TUJUAN PENELITIAN

Berdasarkan rumusan diatas maka tujuam dari penelitian ini adalah :

1. Melakukan identifikasi terkait kebutuhan inovasi produk dan kebutuhan pemanfaatan teknologi.
2. Merumuskan strategi pengembangan pada UMKM Kopi Tindih yang ada diKota Metro Lampung.
3. Membangun akun market place sesuai kebutuhan UMKM Kopi Tindih yang ada diKota Metro.

1.6 MANFAAT PENELITIAN

1. Manfaat Praktisi

Bermanfaat secara langsung bagi pelaku UMKM yang ingin mengembangkan usahanya dengan bantuan platform digital (*marketplace*) untuk memasarkan produknya,serta memberikan edukasi agar pelaku UMKM mau terjun diranah digital marketing agar usaha yang digeluti semakin berkembang dan dapat mengikuti perkembangan zaman.

2. Manfaat Teoritis

Sebagai sumber informasi bagi mahasiswa/i Pascasarjana Institut Informatika dan Bisnis Darma Jaya Jurusan Manajemen Teknologi dan sebagai tambahan informasi serta wawasan terkait dengan inovasi produk,inovasi pemasaran atau pemanfaatan platform digital (*marketplace*) dalam proses pemasaran.

1.7 SISTEMATIKA PENULISAN

BAB I PENDAHULUAN

Pada bagian awal ini terdapat penjelasan mengenai konteks masalah, perumusan masalah, cakupan penelitian, objektif penelitian, dan struktur penelitian. Bagian ini membicarakan mengenai fenomena penelitian serta justifikasi yang akan dibahas pada bagian selanjutnya.

BAB II LANDASAN TEORI

Pada bagian ini mengandung tentang konsep-konsep yang mendukung studi yang akan dilakukan oleh peneliti yang didasarkan pada landasan teori penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Bagian ini mencakup pengambilan informasi, penentuan kelompok yang akan dijadikan sampel, pengumpulan informasi, teknik analisis data, rumus yang digunakan dalam penelitian, pendekatan, serta solusi untuk mengatasi permasalahan yang tertera dalam perumusan masalah.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini, dijelaskan mengenai perusahaan yang dijadikan contoh, hasil uji prasyarat analisis data, serta pembahasan atau hasil pengujian hipotesis dari penelitian yang dilakukan dengan pengolahan data yang digunakan untuk penelitian.

BAB V SIMPILAN, IMPLIKASI, dan SARAN

Di bab ini terdapat diskusi tentang simpulan dari studi dan rekomendasi yang didasarkan pada hasil penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

RIWAYAT HIDUP

LAMPIRAN