

ABSTRAK

Eva Noviawati, 2024. Pengaruh Inovasi Produk, Labelisasi Halal dan Digital Marketing Terhadap Pengembangan Usaha Mikro Kecil Binaan Rumah BUMN Tasikmalaya. Progm Studi Ekonomi Syariah. Fakultas Agama Islam. Universitas Siliwangi.

Perkembangan Usaha Mikro Kecil merupakan salah satu penopang perekonomian Indonesia yang mampu bertahan dan terus berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi. Dukungan pemerintah dalam sektor pengembangan UMK yaitu melalui kolaborasi dengan Rumah BUMN dengan meningkatkan kualitas keahlian dan pengetahuan para UMK. Hal ini menjadikan pengembangan UMK sebagai indikator yang dapat membantu memperkuat ekonomi lokal dan menciptakan lapangan kerja. Namun, untuk meningkatkan perkembangan UMK ada beberapa faktor yang mempengaruhi yang diantaranya adalah inovasi produk, labelisasi halal dan *digital marketing*. Sehingga tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh inovasi produk, labelisasi halal dan *digital marketing* terhadap pengembangan usaha mikro kecil Rumah BUMN Tasikmalaya baik secara parsial maupun simultan.

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif dengan Teknik pengambilan sampel *Purposive Sampling*. Populasi dan sampel pada penelitian ini adalah UMK Binaan Rumah BUMN Tasikmalaya sebanyak 100 responden. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan angket/kuesioner dengan skala likert. Teknik analisis data yang digunakan penelitian ini untuk hipotesis 1-3 yaitu korelasi sederhana, regresi sederhana, koefisien determinasi dan uji t. Sedangkan untuk hipotesis 4 menggunakan korelasi berganda, regresi berganda, koefisien determinasi dan uji f.

Hasil uji hipotesis diperoleh bahwa terdapat pengaruh antara inovasi produk, labelisasi halal dan *digital marketing* terhadap pengembangan usaha baik secara simultan maupun parsial dengan *R Square* sebesar 33,6% dan sisanya 66,4% dipengaruhi faktor lain seperti modal, pelatihan, tenaga kerja, bahan baku, dan teknologi. Maka dapat disimpulkan bahwa inovasi produk, labelisasi halal dan *digital marketing* berpengaruh signifikan terhadap pengembangan UMK Binaan Rumah BUMN Tasikmalaya.

Penelitian ini juga bermanfaat bagi para UMK untuk meningkatkan daya saing dalam mengatasi tantangan dan peluang dengan melakukan inovasi produk sesuai dengan kebutuhan konsumen dan menarik dapat menjadi pembeda dengan produk pesaing, selain itu adanya labelisasi halal dapat meningkatkan kepercayaan konsumen dan berpeluang produk tersebut dapat dipasarkan ke supermarket, toko oleh-oleh sampai mancanegara dan dengan melakukan *digital marketing* dapat menjangkau pasar lebih luas. Hal ini dapat mengembangkan usaha para UMK.

Kata Kunci : UMK, Inovasi Produk, Labelisasi Halal, Digital Marketing dan Pengembangan Usaha

ABSTRACT

Eva Noviawati, 2024. The Influence of Product Innovation, Halal Labeling and Digital Marketing on the Development of Micro Small Business Fostered Rumah BUMN Tasikmalaya. Sharia Economics Studi Program. Faculty of Islamic Religion. Siliwangi University.

The development of Micro and Small Enterprises is one of the pillars of the Indonesian economy which is able to survive and continue to contribute to economic growth. Government support in the MSE development sector is through collaboration with Rumah BUMN by improving the quality of skills and knowledge of MSEs. This makes the development of MSEs an indicator that can help strengthen the local economy and create jobs. However, to increase the development of MSEs there are several influencing factors, including product innovation, halal labeling and digital marketing. So the aim of this research is to determine the influence of product innovation, halal labeling and digital marketing on the development of Rumah BUMN Tasikmalaya micro and small businesses, both partially and simultaneously.

This research uses a quantitative descriptive method with Purposive Sampling sampling technique. The population and sample in this study were 100 respondents of the Tasikmalaya State Owned Enterprise Home-Based MSEs. The data collection technique in this research used a questionnaire with a Likert scale. The data analysis techniques used in this research for hypotheses 1-3 are simple correlation, simple regression, coefficient of determination and t test. Meanwhile, for hypothesis 4, multiple correlation, multiple regression, coefficient of determination and f test are used.

The results of hypothesis testing show that there is an influence between product innovation, halal labelling and digital marketing on business development both simultaneously and partially with R Square 33,4% and the remaining 66,4% influenced by other factors such as capital, training, workforce, raw materials and technology. It can be concluded that product innovation, halal labeling and digital marketing have a positive and significant effect on the development of fostered MSEs Rumah BUMN Tasikmalaya.

This research is also useful for MSEs to increase their competitiveness in overcoming challenges and opportunities by innovating products according to consumer needs and being attractive and differentiating from competitors' products. Apart from that, halal labeling can increase consumer confidence and have the opportunity for these products to be marketed in supermarkets, souvenir shops to foreign countries and by doing digital marketing you can reach a wider market. This can develop the businesses of MSEs.

Keywords: MSEs, Product Innovation, Halal Labeling, Digital Marketing and Business development.