

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Usaha Mikro Kecil (UMK) merupakan salah satu penopang perekonomian Indonesia yang memiliki fleksibilitas dan daya tahan yang tinggi dalam menghadapi krisis ekonomi karena bergantung pada sumber daya lokal dan proses produksi yang relatif sederhana sehingga membuat UMK mampu bertahan dan terus berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi Indonesia. Dukungan untuk sektor pengembangan UMK dapat membantu memperkuat ekonomi lokal dan menciptakan lapangan kerja. Hal ini menjadikan pengembangan UMK sebagai indikator keberhasilan pembangunan ekonomi, khususnya bagi negara-negara yang memiliki income per kapita yang rendah. Indikator keberhasilan usaha merupakan alat untuk mengukur kemajuan dan pertumbuhan suatu bisnis melalui peningkatan pendapatan, pertumbuhan pasar, tingkat keuntungan yang stabil dan peningkatan jumlah pelanggan.

Berdasarkan data yang dikeluarkan oleh Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah (KemenkopUKM) pada tahun 2022, perkembangan Usaha Mikro, Kecil (UMK) di Indonesia mencapai 8,71 juta unit UMK yang aktif. Keberhasilan ini menunjukkan pentingnya UMK dalam konteks ekonomi nasional, karena perannya dalam menjaga stabilitas ekonomi di

tengah potensi ancaman resesi.¹ Di tingkat Kota Tasikmalaya pada tahun 2020 tercatat kelompok UMK per kecamatan mencapai 811 UMK, secara lebih rinci pada tabel berikut :

Table 1.1 Jumlah UMK Kota Tasikmalaya

Kecamatan	Jumlah UMK
Cihideung	56
Cipedes	136
Tawang	94
Indihiang	66
Kawalu	164
Cibereum	62
Tamansari	62
Mangkubumi	92
Bungursari	61
Purbaratu	18

Sumber : Open Data Kota Tasikmalaya²

Pengembangan Usaha Mikro, Kecil (UMK) di wilayah ini diharapkan akan memperluas ekonomi, memberikan kontribusi terhadap pembangunan struktural dan meningkatkan perekonomian daerah. Namun, dengan meningkatnya perkembangan UMK dapat menimbulkan terjadinya persaingan ketat antar pelaku usaha. Hal ini menuntut para UMK untuk

¹ Aulia Mutiara Hatia, "Jumlah UMKM Capai 8,71 Juta, Bisa Jadi 'Tameng' Resesi," Berita Research, *CNBC Indonesia* (blog), Agustus 2023, <https://www.cnbcindonesia.com/research/20230207115843-128-411724/jumlah-umkm-capai-871-juta-bisa-jadi-tameng-resesi#:~:text=Jakarta%2C%20CNBC%20Indonesia%20%2D%20Berdasarkan%20data,mencapai%208%2C71%20juta%20unit>. Diakses Pada 15 Agustus 2023 Pukul 19:26.

² Open Data Kota Tasikmalaya, "Data IUMK Berdasarkan Kecamatan Tahun 2020," t.t., <https://data.tasikmalayakota.go.id/category/dinas-koperasi-usaha-mikro-kecil-dan-menengah-perindustrian-dan-perdagangan/page/4/>. Diakses Pada 20 Agustus 2023 Pukul 15:20.

membuat usahanya maju dan berkembang yaitu mampu menarik minat beli konsumen dengan mengoptimalkan segala peluang dan pemanfaatan teknologi sebagai strategi pertahanan dan pengembangan usaha. Dalam program pengembangan usaha, UMK memiliki peran sentral dalam meningkatkan daya beli dan daya jual masyarakat, yang pada akhirnya berpotensi mengontrol dinamika perekonomian. Peningkatan kualitas dan pertumbuhan UMK bukanlah tanggung jawab tunggal, melainkan kolaborasi antara pemerintah, para pelaku UMK dan lembaga lainnya, yang harus bekerja sama untuk perkembangan ekonomi yang berkelanjutan.³

Kolaborasi antara pemerintah dan Rumah BUMN telah menjadi instrumen penting dalam mendukung pengembangan usaha mikro kecil. Pemerintah memberikan dukungan kepada Rumah BUMN sebagai wadah yang memfasilitasi para UMK melalui penyediaan pelatihan dan pendampingan bagi pelaku UMK. Rumah BUMN ini merupakan rumah bersama untuk berkumpul, belajar dan membina para pelaku UMK menjadi berkualitas dengan peningkatan kompetensi, peningkatan akses pemasaran, dan kemudahan permodalan. Salah satu penyedia program pengembangan para pelaku UMK adalah Rumah BUMN Tasikmalaya yang merupakan naungan dari supervisi Bank Rakyat Indonesia (BRI) Kantor Cabang Tasikmalaya yang berdiri pada tahun 2016. Program di Rumah BUMN Tasikmalaya diantaranya adalah program pelatihan dan pendampingan,

³ Lathifah Hanim dan Ms. Noorman, *UMKM & Bentuk-Bentuk Usaha* (Jawa Tengah: UNISSULA PRESS, 2018), hlm. 6.

akses permodalan, modul pengembangan usaha, fasilitas *co-working space* dan *event bazar*.⁴

Menurut koordinator Rumah BUMN Tasikmalaya, Fani Nur Famelia, pada tahun 2023 terdapat sekitar 4000 UMK yang terdaftar di Rumah BUMN Tasikmalaya, dan dari jumlah tersebut, 300 UMK aktif beroperasi yang menjadi binaan Rumah BUMN Tasikmalaya. Dalam upaya pengembangan UMK, Rumah BUMN Tasikmalaya telah mengimplementasikan beragam program pelatihan, yaitu mengenai pengembangan produk, legalitas dan labelisasi halal, branding produk, penggunaan media sosial sebagai bentuk pemasaran, peluang usaha, dll. Program pelatihan ini dengan partisipasi aktif dari 25 orang peserta UMK. Sebanyak 15 orang diantaranya telah mengalami perkembangan yang signifikan, baik dalam aspek keahlian, pengembangan produk/jasa, maupun penjualan, dengan perkembangan mencapai 30% hingga 50% yang terjadi secara bertahap. Tujuan dari program pelatihan dan pendampingan para UMK untuk meningkatkan kapabilitas dan keterampilan para pelaku UMK, sehingga dapat meningkatkan daya saing dan mendorong pengembangan usaha yang berkelanjutan. Berdasarkan hasil survey dalam pengembangan UMK terlihat beberapa tantangan, dimana sebagian UMK belum sepenuhnya menyadari pentingnya inovasi produk dan labelisasi halal dalam menarik pelanggan untuk memperluas pasar, sehingga sebagian

⁴ Paul Andjelicus, "Rumah BUMN (Rumahnya Industri Kreatif)," 2022, https://parekrafntt.id/bacaartikel?id_artikel=112. Diakses pada 02 Agustus 2023 Pukul 19.45.

UMK belum bersertifikasi halal, meskipun adanya pelatihan dan program pemerintah Sehati yang memberikan sertifikasi halal gratis. Selain itu, kemampuan UMK dalam memanfaatkan teknologi untuk pengembangan usaha juga masih perlu ditingkatkan, seperti pemanfaatan media sosial dan platform *e-commerce* untuk meningkatkan jangkauan pasar. Hal ini menjadi aspek penting yang perlu diperhatikan oleh para UMK dalam upaya mengembangkan usaha mereka.⁵

Menurut Hendro, ada beberapa faktor keberhasilan dalam pengembangan usaha yaitu, 1) faktor peluang, 2) faktor manusia (SDM), 3) faktor keuangan, 4) faktor organisasi, 5) faktor perencanaan, 6) faktor pengelolaan usaha, 7) faktor pemasaran dan penjualan, 8) faktor administrasi, 9) faktor peraturan pemerintah dan 10) catatan bisnis. Faktor-faktor ini memiliki dampak signifikan dalam pengembangan dan pertumbuhan usaha, terutama di tengah persaingan bisnis yang semakin ketat.⁶ Menurut Tambunan perkembangan usaha dipengaruhi oleh modal, strategi pemasaran, bahan baku, tenaga kerja, teknologi, biaya transportasi, energi yang tinggi, komunikasi dan prosedur administrasi.⁷ Faktor-faktor ini saling berdampak dalam pengembangan usaha, Oleh karena itu, para UMK harus memiliki kompetensi dalam membuat strategi bisnis, salah satunya

⁵ Hasil wawancara dengan Fani Nur F, Pengembangan UMKM Binaan Rumah BUMN, 21 Agustus 2023.

⁶ Hendro, "Dasar-Dasar Kewirausahaan," (Jakarta: Erlangga, 2011)., hlm. 48

⁷ Tulus Tambunan, *Usaha Mikro, Kecil dan Menengah di Indonesia* (Jakarta: LP3ES, 2012), hlm. 51

dalam strategi pemasaran, karena persaingan usaha semakin pesat, sehingga bermunculan produk-produk baru yang diminati oleh pasar.

Para pelaku usaha dapat mengembangkan produk mereka atau memperbaharui produk dengan beragam inovasi yang disesuaikan dengan kebutuhan pasar. Inovasi produk merupakan konsep yang melibatkan ide atau gagasan baru yang berasal dari individu perusahaan, riset atau laboratorium yang mengarah pada penciptaan produk baru atau penyempurna produk sebelumnya yang sudah ada, sehingga dapat meningkatkan alternatif pilihan, meningkatkan manfaat dan nilai tambah yang diterima oleh konsumen. Menurut Amstrong dan Kotler mengatakan bahwa pengembangan produk ini salah satu strategi untuk menumbuhkan perusahaan dengan cara menawarkan modifikasi produk atau produk baru ke target pasar yang sudah ditentukan.⁸

Menurut Eva Nurpayanti, pemilik dari UMKM Ladu Ketan Sicakial, bahwa pembaharuan dari suatu produk dapat menarik konsumen. Sebelum produknya mengalami pembaharuan dari segi kemasan daya tahan produk tidak terlalu lama dan terlihat biasa aja. Setelah melakukan pembaharuan dari segi kemasan produk yang awalnya menggunakan cup plastik dan sekarang menggunakan bahan tradisional yaitu kemasan besek, sehingga produk ladu ketan sicakial memiliki daya tahan 3-4 hari, lebih aman dan lebih menarik minat beli konsumen yang berpengaruh terhadap peningkatan

⁸ Yefri Reswita, Akmal, Amrullah, "Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Kecamatan Nanggalo Dalam Pengembangan Produk," *Jurnal Pengabdian Masyarakat* 1, no. 1 (25 Juni 2022): 24.

laba perusahaan yang mencapai 40%. Produk ladu ketan sicakial juga sudah memiliki labelisasi halal sehingga aman di konsumsi.⁹ Dalam hal ini inovasi produk dapat menciptakan daya tarik bagi konsumen, meningkatkan kualitas produk dan memberikan solusi bagi perusahaan untuk mengembangkan usahanya.

Apriyani dan Wan Dian melakukan penelitian terkait dengan pengaruh inovasi produk terhadap perkembangan UMK yang hasilnya adalah terdapat pengaruh inovasi produk terhadap perkembangan UMK di Kelurahan Harjosari 1 Medan Amplas.¹⁰ Maka dari itu, para UMK harus melakukan inovasi produk dalam menghadapi persaingan yang ketat dan pengembangan usaha yang berkelanjutan.

Faktor lain yang harus diperhatikan oleh para UMK yaitu bahan baku dan prosedur administrasi yang berkaitan dalam upaya memberikan rasa aman dan nyaman kepada konsumen. Banyaknya masyarakat Indonesia yang bermayoritas muslim, sehingga tidak diperbolehkan menjual, membeli dan mengkonsumsi makanan non halal yang menuntut masyarakat muslim untuk melihat labelisasi halal pada produk yang akan di konsumsinya. Dalam hal ini dengan mendapatkan legalitas dan labelisasi halal, para UMK tidak hanya memperkuat posisinya di pasar, tetapi juga melindungi konsumen dari bahan-bahan non halal. Langkah ini tidak hanya membangun kepercayaan konsumen, tetapi juga menggambarkan komitmen UMK untuk

⁹ Hasil wawancara dengan Eva Nurpayanti, Pengembangan Usaha, 12 Oktober 2023.

¹⁰ Apriyani Hizriah dan Wan Dian Safina, "Pengaruh Inovasi Produk dan Persaingan Usaha Terhadap Perkembangan UMKM Di Medan Amplas," *Movere Journal* 4, no. 1 (2022).

menyajikan produk yang sesuai dengan nilai dan standar tertinggi dalam kehalalan produk, memberikan manfaat besar bagi perkembangan dan pertumbuhan usaha. Labelisasi halal membuka akses pasar yang lebih luas, karena meningkatkannya permintaan produk halal dan industri halal. Menurut laporan dari *State of The Global Islamic Report* bahwa ada sekitar 1,8 miliar penduduk muslim yang menjadi konsumen industri halal. Sehingga peluang konsumen dalam industri halal meningkat sebesar 5,2%. Jumlah ini diperkirakan akan terus meningkat tiap tahunnya hingga mencapai 6,2%.¹¹

Berdasarkan hasil wawancara terkait pengembangan usaha dengan Jajang dan Fitri Lestari selaku UMK Binaan Rumah BUMN Tasikmalaya. Menurut Jajang, pemilik UMK Djank Yogurt, sebelum produknya mendapatkan sertifikasi halal dan labelisasi halal, dalam jangkauan pemasaran produknya tidak terlalu luas. Namun, setelah berhasil memperoleh sertifikasi halal, produk Djank Yogurt mampu mengekspansi pasarnya secara signifikan. Kini, produknya bisa masuk ke Perhotelan, Restoran Kebon Djati Eatery, dan telah menarik minat beberapa *reseller* untuk bergabung dalam bisnis ini.¹² Menurut Fitri Lestari, pemilik dari UMK Cemilan Neng Melya, bahwa usahanya sudah memiliki labelisasi halal dan sertifikasi halal pada awal tahun 2023. Sebelum produknya mempunyai labelisasi halal dan belum menggunakan media pemasaran

¹¹ Bahtiar Adamsah dan Ganjar Eka Subakti, "Perkembangan Industri Halal Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Indonesia," *Indonesian Journal of Halal*, 5, no. 1 (2022).

¹² Hasil wawancara dengan Jajang, Pengembangan Usaha, 10 Juli 2023.

digital, usaha beliau di pasarkan secara offline dan jangkauan pasarnya tidak terlalu luas. Namun, setelah memiliki labelisasi halal dan melakukan pemasaran *digital* melalui sosial media, *e-commerce*, tiktokshop mengalami peningkatan laba perusahaan dan mampu memperluas jangkauan pasar sampe produknya masuk ke toko-toko, seperti lemona dan Asia Plaza. Selain itu produk cemilan neng melya sudah di pasarkan ke mancanegara, salah satunya sudah di ekspor ke Dubai.¹³ Dengan memiliki legalitas yang lengkap dan pemanfaatan teknologi, usaha cemilan neng melya mengalami peningkatan laba mencapai 70%, hingga bekerjasama dengan Industri Perdagangan. Maka dari itu, labelisasi halal akan membuat produk semakin diterima dan dikonsumsi oleh masyarakat luas, serta membuka peluang baru bagi UMK untuk mengembangkan dan memperluas jangkauan pasar mereka dengan dibantu oleh pemanfaatan teknologi.¹⁴

Perkembangan teknologi yang berlangsung sangat cepat dan pesat di seluruh dunia menuntut aktivitas periklanan yang terjadi tidak secara langsung, namun memiliki dampak yang besar terhadap masyarakat, baik pemasaran maupun penjualan. Hal ini bisa dicapai dengan *digital marketing* yang merupakan platform pemasaran yang digunakan oleh pengusaha, investor, perusahaan berbasis produk, dan unit lainnya untuk mempromosikan produk atau jasa yang mereka tawarkan secara digital. Tujuan *digital marketing* adalah untuk menarik konsumen dan calon

¹³ Hasil wawancara dengan Fitri Lestari, Pengembangan Usaha, 12 Oktober 2023.

¹⁴ Lady Yulia, "Strategi Pengembangan Industri Produk Halal," *Jurnal Bisnis Islam* 8, no. 1 (2015).

konsumen secara cepat dan tepat. Di dalam revolusi industri 4.0 dan *society* 5.0, masyarakat memiliki kemampuan penerimaan teknologi digital yang sungguh luar biasa.¹⁵ Hal ini membuat perusahaan harus melakukan kegiatan pemasaran dan penjualan secara digital sebagai pilihan utama. Media sosial merupakan salah satu sarana *digital marketing* yang membuka peluang besar bagi UMK untuk memperluas pasar mereka melalui pemanfaatan teknologi digital seperti *smartphone*.

Abdul Muttalib melakukan penelitian terkait dengan pengaruh *digital marketing* terhadap pengembangan usaha yang hasilnya adalah terdapat pengaruh digital marketing terhadap pengembangan UMKM di Nusa Tenggara Barat.¹⁶ Oleh karena itu *digital marketing* salah satu media yang dianggap efektif dalam pengembangan usaha guna mendapatkan laba yang optimal.

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan di atas peneliti melakukan penelitian mengenai pengembangan usaha dan faktor-faktor yang mempengaruhi inya di Rumah BUMN Tasikmalaya dengan tujuan untuk menganalisis pengaruh inovasi produk, labelisasi halal dan digital marketing terhadap pengembangan usaha pada UMK Rumah BUMN Tasikmalaya. Penelitian ini juga penting untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi lokal, meningkatkan daya saing dalam mengatasi tantangan dan

¹⁵ Ivonne Ayesha dkk., *Digital Marketing (Tinjauan Konseptual)*, ed. oleh Riyanto Wujarso (Padang: PT. GLOBAL EKSEKUTIF TEKNOLOGI, 2022). hlm.18

¹⁶ Abdul Muttalib, "Pengaruh Digital Marketing Terhadap Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah Di Nusa Tenggara Barat (Studi Kasus Program Active Selling 2021 KOMINFO)," *Econetica* 4, no. 2 (2022).

peluang di Tasikmalaya, meningkatkan kapasitas dan inovasi bisnis UMK Tasikmalaya dan penting untuk UMK Rumah BUMN Tasikmalaya dalam menciptakan sinergi antara sektor swasta dan BUMN untuk pengembangan UMK dan memberikan peluang investasi. Selain itu adanya variabel labelisasi halal dalam mempengaruhi pengembangan usaha ini akan membedakan dengan penelitian-penelitian sebelumnya, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Inovasi Produk, Labelisasi Halal dan *Digital Marketing* Terhadap Pengembangan Usaha Mikro, Kecil Binaan Rumah BUMN Tasikmalaya”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah terdapat pengaruh inovasi produk terhadap pengembangan usaha mikro, kecil binaan Rumah BUMN Tasikmalaya?
2. Apakah terdapat pengaruh labelisasi halal terhadap pengembangan usaha mikro, kecil binaan Rumah BUMN Tasikmalaya?
3. Apakah terdapat pengaruh *digital marketing* terhadap pengembangan usaha mikro, kecil binaan Rumah BUMN Tasikmalaya?
4. Apakah terdapat pengaruh inovasi produk, labelisasi halal dan *digital marketing* terhadap pengembangan usaha mikro, kecil binaan Rumah BUMN Tasikmalaya?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dalam penelitian ini berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah adalah sebagai berikut :

1. Untuk menganalisis pengaruh inovasi produk terhadap pengembangan usaha mikro, kecil binaan Rumah BUMN Tasikmalaya.
2. Untuk menganalisis pengaruh labelisasi halal terhadap pengembangan usaha mikro, kecil binaan Rumah BUMN Tasikmalaya.
3. Untuk menganalisis pengaruh *digital marketing* terhadap pengembangan usaha mikro, kecil binaan Rumah BUMN Tasikmalaya.
4. Untuk menganalisis pengaruh inovasi produk, labelisasi halal dan *digital marketing* terhadap pengembangan usaha mikro, kecil binaan Rumah BUMN Tasikmalaya.

D. Kegunaan Penelitian

Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan manfaat bagi beberapa pihak, diantaranya :

1. Bagi Akademisi

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman dan pengetahuan baru mengenai pengembangan usaha dan faktor-faktor yang mempengaruhinya. Penelitian ini merupakan bentuk implementasi dari ilmu yang didapat selama masa perkuliahan. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat mendorong pengembangan penelitian lebih lanjut dalam hal pengembangan usaha.

2. Bagi Praktisi

Penelitian ini diharapkan dapat berguna dan bermanfaat bagi para UMK, khususnya UMK Binaan Rumah BUMN Tasikmalaya sebagai bahan dalam mengembangkan usaha, serta memberikan informasi mengenai faktor-faktor yang dapat mempengaruhi pengembangan usaha yang diantaranya melalui inovasi produk, labelisasi halal dan digital marketing.

3. Bagi Masyarakat

Penelitian ini diharapkan untuk semua pihak yang terkait baik masyarakat umum maupun para pembacanya dapat menambah referensi dan informasi yang didapat dimanfaatkan untuk dijadikan pengetahuan dan wawasan yang lebih luas mengenai judul penelitian ini.