

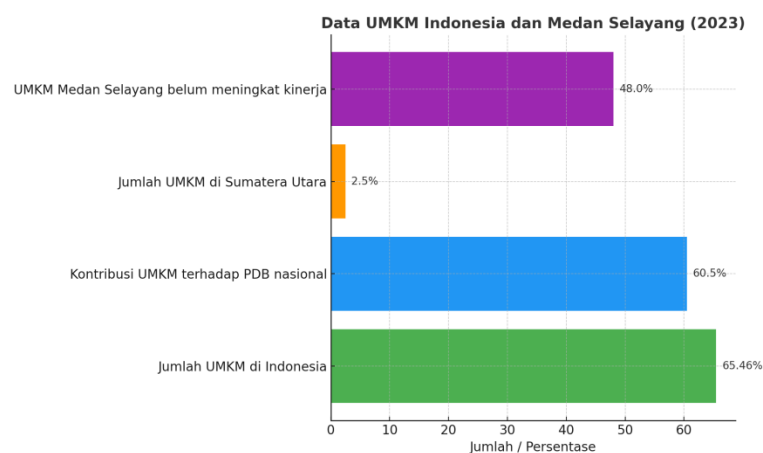
# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) merupakan sektor penting yang menopang perekonomian Indonesia. Keberadaan UMKM tidak hanya membantu menyerap tenaga kerja dalam jumlah besar, tetapi juga mampu mendorong pertumbuhan ekonomi kerakyatan dan menciptakan lapangan kerja baru. UMKM menjadi sektor yang adaptif dalam menghadapi dinamika ekonomi, terutama di tengah krisis atau gejolak global. Dalam konteks pembangunan daerah, UMKM juga berperan dalam mengurangi tingkat pengangguran dan ketimpangan sosial, sekaligus meningkatkan produktivitas ekonomi lokal.

UMKM memiliki peran yang sangat penting dalam perekonomian Indonesia, baik sebagai penyumbang signifikan terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) maupun sebagai penopang aktivitas ekonomi di daerah. Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia (2023), jumlah UMKM di Indonesia mencapai lebih dari enam puluh lima juta unit usaha dengan kontribusi sekitar setengah dari total PDB nasional. Di Provinsi Sumatera Utara sendiri, terdapat jutaan unit UMKM yang menjadi pilar penting perekonomian daerah, dengan Kota Medan sebagai salah satu wilayah yang memiliki kontribusi terbesar. Secara khusus, di Kecamatan Medan Selayang, perkembangan UMKM tercatat cukup pesat dalam beberapa tahun terakhir. Namun demikian, data Dinas Koperasi dan UKM Kota Medan (2023) juga menunjukkan bahwa hampir setengah dari jumlah UMKM di wilayah tersebut belum menunjukkan peningkatan signifikan dalam kinerja usahanya, baik dari segi pertumbuhan omzet, perluasan pasar, maupun efisiensi operasional. Untuk memberikan gambaran yang lebih jelas mengenai kondisi UMKM baik di tingkat nasional maupun khususnya di Kecamatan Medan Selayang, berikut ini disajikan data dalam bentuk grafik ini:



Sumber: Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia (2023), Dinas Koperasi dan UKM Kota Medan (2023)

Gambar 1.1 Data UMKM di Indonesia

Sumber: Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia. (2023). Data Statistik UMKM Tahun 2023.

Grafik di atas memberikan gambaran umum mengenai kondisi UMKM di Indonesia hingga ke tingkat Kecamatan Medan Selayang. Secara nasional, jumlah UMKM sangat besar dan memberikan kontribusi signifikan terhadap Produk Domestik Bruto (PDB). Di Provinsi Sumatera Utara juga terdapat banyak UMKM yang mendukung perekonomian daerah, khususnya di Kota Medan. Namun, meskipun perkembangan UMKM di Kecamatan Medan Selayang cukup pesat dalam beberapa tahun terakhir, data menunjukkan bahwa hampir setengah dari UMKM di wilayah tersebut belum mengalami peningkatan kinerja yang signifikan, baik dari segi omzet, perluasan pasar, maupun efisiensi operasional.

Dalam konteks penelitian ini, variabel utama yang menjadi fokus adalah kinerja UMKM. Kinerja UMKM dapat dipahami sebagai pencapaian usaha dalam memenuhi tujuan bisnisnya, baik dari segi finansial maupun non-finansial. Menurut Mahmudi (2020), kinerja UMKM mencakup berbagai indikator seperti peningkatan omzet penjualan, pertumbuhan jumlah pelanggan, efisiensi produksi, dan keberlanjutan usaha. Kinerja yang baik mencerminkan kemampuan UMKM dalam mengelola sumber daya, merespons kebutuhan pasar, serta mempertahankan eksistensinya dalam jangka panjang.

Salah satu faktor utama yang memengaruhi kinerja UMKM adalah kualitas produk. Produk yang berkualitas tinggi cenderung lebih diminati konsumen dan mampu membangun loyalitas pelanggan. Kualitas produk termasuk kesesuaian dengan pasar, daya tahan, desain, dan keandalan, menurut Kotler dan Keller (2020). Dalam studi oleh Susanti & Putra (2021), dijelaskan bahwa UMKM dengan produk yang unggul secara signifikan menghasilkan lebih banyak uang daripada UMKM dengan produk yang rendah kualitas. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa kualitas produk berkorelasi langsung dengan kinerja bisnis.

Selain kualitas produk, digital marketing juga menjadi variabel penting yang memengaruhi kinerja UMKM, terutama di era digital saat ini. Digital marketing memungkinkan UMKM menjangkau pasar yang lebih luas dengan biaya yang relatif rendah dan efektivitas yang tinggi. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Yuliana & Prasetya (2022), UMKM yang menggunakan media sosial dan platform digital untuk mempromosikan bisnis mereka mengalami peningkatan omzet hingga 35%. Strategi digital marketing yang baik dapat meningkatkan keterlibatan pelanggan, memperkuat citra merek, dan mendistribusikan informasi produk dengan lebih cepat.

Faktor ketiga yang juga relevan adalah kreativitas. Kreativitas menjadi modal penting bagi pelaku UMKM dalam menciptakan inovasi produk, mengembangkan strategi bisnis, dan merespons dinamika pasar. Menurut Amabile (2021), kreativitas adalah kemampuan untuk menghasilkan ide-ide baru yang berguna dan dapat diterapkan dalam lingkungan bisnis.

Dalam konteks UMKM, kreativitas berperan dalam membedakan produk dari pesaing, serta menciptakan nilai tambah yang dapat meningkatkan daya saing dan, pada

akhirnya, kinerja usaha. Penelitian oleh Lestari & Hidayat (2022) juga menunjukkan bahwa tingkat kreativitas yang tinggi berkorelasi positif dengan pertumbuhan usaha kecil menengah.

Berdasarkan fenomena empiris dan teoritis yang telah dijelaskan di atas, maka penting untuk melakukan kajian lebih lanjut mengenai pengaruh ketiga variabel—kualitas produk, digital marketing, dan kreativitas—terhadap kinerja UMKM. Kondisi UMKM di Kecamatan Medan Selayang yang masih menghadapi berbagai tantangan dalam hal pengelolaan usaha dan daya saing menjadi latar yang relevan untuk diteliti. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul: “Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Digital Marketing, dan Kreativitas terhadap Kinerja UMKM di Kota Medan (Studi pada UMKM Kecamatan Medan Selayang)”.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap kinerja UMKM di Kecamatan Medan Selayang?
2. Bagaimana pengaruh digital marketing terhadap kinerja UMKM di Kecamatan Medan Selayang?
3. Bagaimana pengaruh kreativitas terhadap kinerja UMKM di Kecamatan Medan Selayang?
4. Bagaimana pengaruh kualitas produk, digital marketing, dan kreativitas terhadap kinerja UMKM di Kecamatan Medan Selayang?

## **1.3 Tinjauan Pustaka**

### **1.3.1 Kinerja UMKM**

Kinerja UMKM dapat diartikan sebagai hasil akhir dari proses kegiatan usaha yang dijalankan oleh pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah dalam mencapai tujuan bisnisnya. Menurut Wijayanti (2020), faktor-faktor seperti peningkatan omzet, pertumbuhan pelanggan, laba usaha, produktivitas, dan kemampuan bertahan di tengah persaingan digunakan untuk mengukur kinerja UMKM. Kinerja yang optimal menunjukkan bahwa pelaku usaha mampu mengelola sumber daya secara efisien dan merespons dinamika pasar secara tepat.

### **1.3.2 Kualitas Produk**

Kualitas produk adalah kemampuan suatu produk dalam memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen sesuai dengan standar tertentu. Kualitas produk mencakup kesesuaian

dengan selera konsumen, fungsi, daya tahan, tampilan, dan bahan baku, menurut Putri dan Astuti (2021). Dalam sektor UMKM, kualitas produk menjadi faktor penting karena konsumen lebih selektif dan memiliki banyak pilihan. Produk yang unggul akan meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan, yang pada akhirnya berdampak pada keberlanjutan usaha.

### 1.3.3 Digital Marketing

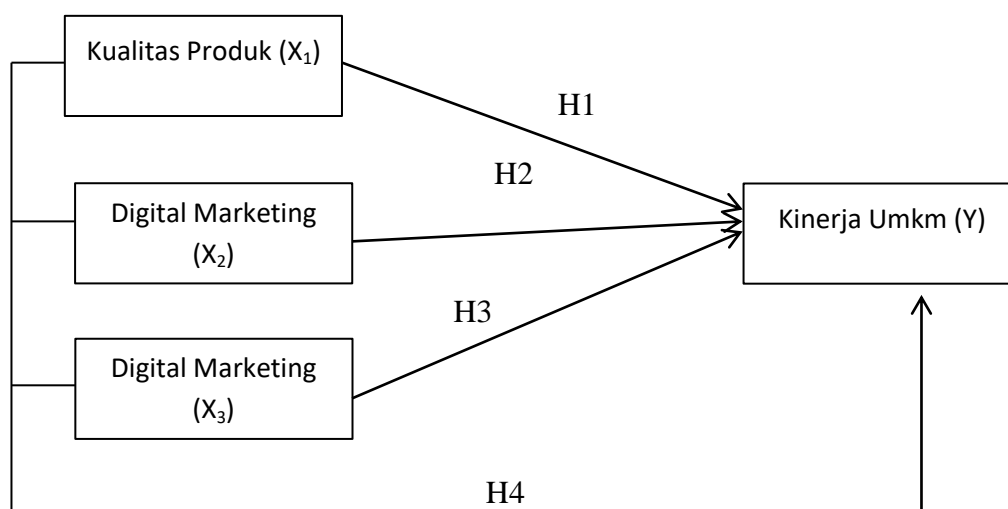
Digital marketing merupakan kegiatan promosi dan pemasaran yang memanfaatkan teknologi dan media digital untuk menjangkau konsumen. Saputra dan Nugroho (2021) menyebutkan bahwa digital marketing mencakup penggunaan media sosial, website, aplikasi pesan instan, dan marketplace sebagai sarana untuk memperkenalkan produk, membangun merek, serta meningkatkan penjualan. Bagi UMKM, digital marketing sangat membantu dalam memperluas pasar, menekan biaya promosi, dan mempercepat interaksi dengan pelanggan secara langsung.

### 1.3.4 Kreativitas

Kreativitas adalah kemampuan untuk menciptakan ide, konsep, atau pendekatan baru yang inovatif dalam menjalankan usaha. Lestari (2020) menyatakan bahwa kreativitas pelaku UMKM tercermin dalam cara mereka merancang produk, menyusun strategi promosi, hingga memberikan pelayanan yang berbeda dari pesaing. Kreativitas yang tinggi akan mendorong UMKM untuk lebih fleksibel, inovatif, dan adaptif terhadap perubahan pasar, sehingga mampu meningkatkan daya saing dan memperbaiki kinerja usaha.

## 1.4 Kerangka Konseptual

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka kerangka konseptual dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:



---

## Gambar 1.1 Kerangka Konseptual

### 1.5 Hipotesis Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah dan kerangka konseptual yang telah dijelaskan sebelumnya, maka hipotesis dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

- **H<sub>1</sub>:** Terdapat pengaruh kualitas produk terhadap kinerja UMKM di Kecamatan Medan Selayang.
- **H<sub>2</sub>:** Terdapat pengaruh digital marketing terhadap kinerja UMKM di Kecamatan Medan Selayang.
- **H<sub>3</sub>:** Terdapat pengaruh kreativitas terhadap kinerja UMKM di Kecamatan Medan Selayang.
- **H<sub>4</sub>:** Terdapat pengaruh kualitas produk, digital marketing, dan kreativitas secara simultan terhadap kinerja UMKM di Kecamatan Medan Selayang.