

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 latar belakang

Menurut (Tambunan,2014) Peningkatan usaha mikro,kecil serta menengah (umkm) mencakup berbagai tindakan yang mana dijalankan lewat individu terlibat dalam sektor niaga & manufaktur, dengan tujuan menyiapkan barang maupun jasa demi meningkatkan kualitas hidup mereka. Menurut (Andre,2022) kualitas produk faktor krusial dalam menilai standar hasil atau kinerja yang melebihi ekspektasi pelanggan. Menurut (Grecia & Puspitowati,2022) inovasi produk kemampuan untuk melihat segala sesuatunya dari perspektif yang membuat sesuatu dengan modern serta tidak biasa. Menurut (Priyandika,2015) modal juga sangat penting dalam kegiatan usaha, karena berkaitan dengan keputusan pengeluaran yang dapat meningkatkan pendapatan dan mencapai keuntungan maksimal. Berlandaskan (Sunyoto,2015) mengenai cara teknik promosi yang digunakan perusahaan dalam mencapai goalsnya, disini, termasuk keputusan utama mengenai sasaran konsumen, brand positioning, serta komposisi bauran market dan biaya marketing.

UMKM memegang peranan krusial dalam ekonomi Indonesia, termasuk dikota perdagangan kabupaten simalungun.dengan potensi besar untuk mengembangkan sektor umkm,kota ini berkontribusi penting pada pertumbuhan ekonomi lokal dan kesejahteraan masyarakat.namun,perkembangan umkm di kawasan ini masih terkendala oleh berbagai tantangan. Salah satu faktor yang memengaruhi pertumbuhan umkm adalah kualitas produk. Ditengah persaingan yang semakin ketat, kualitas produk menjadi elemen utama dalam menarik dan mempertahankan pelanggan. produk berkualitas tinggi biasanya memiliki permintaan yang lebih besar dan dapat membangun loyalitas pelanggan. Meskipun demikian,banyak umkm di kota perdagangan masih menghadapi tantangan dalam menciptakan standar kualitas yang konsisten akibat terbatasnya sumber daya dan pengetahuan teknis. Selain kualitas produk, inovasi juga berperan penting dalam pengembangan umkm. inovasi tiada terukur ketika penciptaan new product saja, bahkan meliputi peningkatan. Namun,kemampuan untuk berinovasi masih terkendala oleh keterbatasan dana dan akses terhadap teknologi yang memadai. Padahal, inovasi yang tepat membuka peluang pasar baru dan meningkatkan nilai tambah produk.

Modal turut Penting dalam perkembangan umkm.beberapa umkm di kota perdagangan masih mengalami kesulitan dalam mendapatkan akses terhadap sumber modal yang cukup untuk mengembangkan usaha mereka.modal yang terbatas sering menghambat kemampuan

perusahaan untuk memperluas pasar melalui investasi stregis. Strategi pemasaran juga memegang peranan penting dalam pengembangan umkm.di era digital saat ini,strategi pemasaran yang efektif tidak hanya bergantung pada metode konvensional, seperti pemasaran dari mulut ke mulut atau iklan cetak.pemasaran digital lewat medsos, laman web serta system e-commerce telah terbukti menjadi alat yang efektif untuk menjangkau pelanggan luas dan membangun kesadaran merek.

Meskipun demikian, banyak pelaku umkm di kota perdagangan belum memanfaatkanpemsaran digital akibat keterbatasan pengetahuan dan keterampilan. Berdasarkan uraian tersebut, penulis tertarik untuk mengeksplorasi hubungan antara kelima variabel ini.oleh karena itu penulis mengangkat topik ini dalm penelitian dengan judul **“Pengaruh kulitas produk,inovasi produk,modal dan strategi pemsaran umkm di kota perdagangan kabupaten simalungun”**.

1.2 Tinjauan Pustaka

1.2.1 Teori kualitas produk terhadap perkembangan UMKM

Kualitas produk adalah satu upaya yang diterapkan pelaku usaha sebagai pemenuhan keinginan pelanggan saat memperkenalkan produksi, oleh karena itu, kualitasnya memegang fungsi utama agar mempertahankan eksistensi bisnis. Sebagaimana yang diungkapkan oleh (Bhahaky et al,2022) product quality berpengaruh mengenai kebijakan pembelanjaan umkm.

1.2.2 Teori inovasi produk terhadap perkembangan UMKM

Kreatifitas dan inovasi dimasa sekarang ini sangat penting, terutama dalam konteks inovasi proses dan produksi. Pembaharuan produk bukan saja hal merancang ataupun mengoptimalkan new product, tetapi juga tentang meningkatkan produk yang sudah ada agar terkesan unik dan unggul. Dalam mendorong peningkatan usaha diperlukan dukungan melalui bermacam faktor, layaknya produksi, pengelohan, pemasaran, serta SDM. para pelaku usaha diharapkan dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan lewat terobosan dan peningkatan mutu produk (Ajuna,2020).

1.2.3 Teori modal terhadap perkembangan UMKM

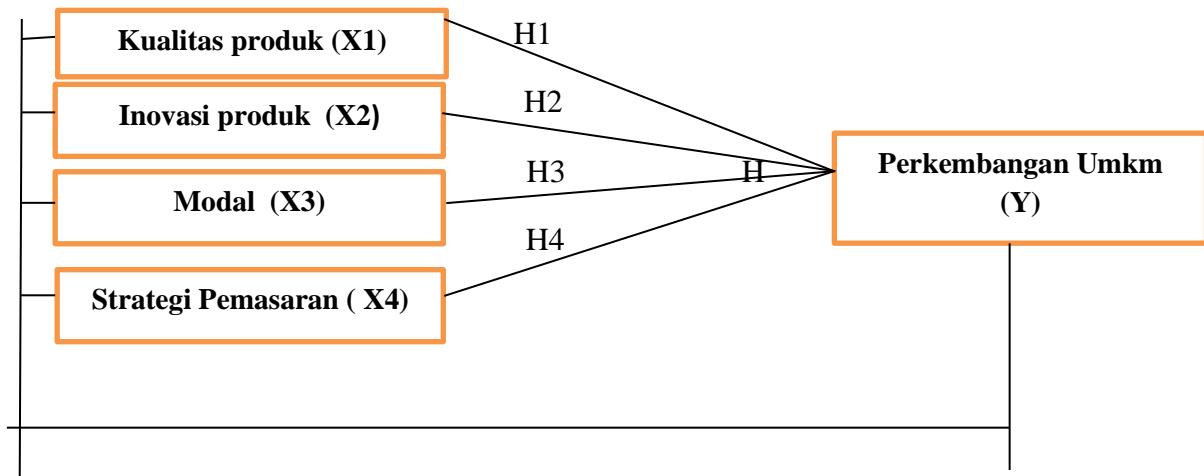
Putri (2014:313-322) modal usaha memiliki pengaruh pengembangan usaha.ia berpendapat bhawa semakin baik modal usaha,semakin baik pula perkembangan usaha yang dicapai.

1.2.4 Teori strategi pemasaran terhadap perkembangan UMKM

Pendapatan yang diperoleh pelaku usaha sebagian besar bergantung pada strategi pemasaran yang diterapkan. Jika strategi pemasaran tidak mengikuti tren pasar dan tidak ada inovasi dari waktu ke waktu, usaha tersebut berpotensi mengalami stagnasi, itulah mengapa strategi pemasaran menjadi salah satu aspek vital perkembangan UMKM. Penelitian riset terdahulu yang dilaksanakan Fatimah dkk membuktikan bahwasanya strategi pemasaran memengaruhi perkembangan UMKM.

1.3 Kerangka Konseptual

Pendapat Natoatmodjo (2018) Struktur konseptual yakni rancangan keterkaitan antara gagasan yang hendak dievaluasi ataupun diperhatikan pada satu studi.



1.4 Hipotesis

H1 : Kualitas produk berpengaruh terhadap perkembangan UMKM di perdagangan kabupaten Simalungun

H2 : Inovasi produk berpengaruh terhadap perkembangan UMKM di perdagangan kabupaten Simalungun.

H3 : Modal Usaha berpengaruh terhadap perkembangan UMKM di perdagangan kabupaten Simalungun

H4 : Strategi Pemasaran berpengaruh terhadap perkembangan UMKM di perdagangan kabupaten Simalungun

H5 : Inovasi produk, modal, dan strategi pemasaran berpengaruh terhadap perkembangan UMKM di perdagangan kabupaten Simalungun