

SKRIPSI

**PENGARUH KAPABILITAS PEMASARAN
DAN INOVASI PRODUK TERHADAP PENINGKATAN
PENDAPATAN UMKM DI KOTA BANDA ACEH**



Disusun Oleh:

**PUTRI HUMAIRA
NIM. 200604032**

**PROGRAM STUDI ILMU EKONOMI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY
BANDA ACEH
2025 M/1446 H**

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Yang bertandatangan di bawah ini

Nama : Putri Humaira

NIM : 200604032

Prodi : Ilmu Ekonomi

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Dengan ini menyatakan bahwa dalam penulisan skripsi ini, saya:

- 1. Tidak menggunakan ide orang lain tanpa mampu mengembangkan dan mempertanggungjawabkan.**
- 2. Tidak melakukan plagiasi terhadap naskah karya orang lain.**
- 3. Tidak menggunakan karya orang lain tanpa menyebutkan sumber asli atau tanpa izin pemilik karya.**
- 4. Tidak melakukan manipulasi dan pemalsuan data.**
- 5. Mengerjakan sendiri karya ini dan mampu bertanggungjawab atas karya ini.**

Bila di kemudian hari ada tuntutan dari pihak lain atas karya saya, dan telah melalui pembuktian yang dapat dipertanggungjawabkan dan ternyata memang ditemukan bukti bahwa saya telah melanggar pernyataan ini, maka saya siap untuk dicabut gelar akademik saya atau diberikan sanksi lain berdasarkan aturan yang berlaku di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Banda Aceh, 18 Desember 2024

Yang menyatakan



Putri Humaira

PERSETUJUAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

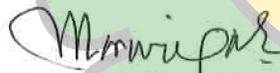
Pengaruh Kapabilitas Pemasaran dan Inovasi Produk Terhadap Peningkatan Pendapatan UMKM Di Kota Banda Aceh

Disusun Oleh:

Putri Humaira
NIM. 200604032

Disetujui untuk disidangkan dan dinyatakan bahwa isi dan formatnya telah memenuhi syarat penyelesaian studi pada Program Studi Ilmu Ekonomi', Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh

Pembimbing I



Marwiyati, S.E., M.M
NIP.197404172005012002

Pembimbing II



Jalilah, S.HI., M.Ag.
NIP.198806082023212040

جامعة الرانيري

A R R A N I R Y

Mengetahui,
Ketua Prodi,



Cut Dian Fitti, S.E., M.Si., Ak., CA
NIP. 198307092014032002

PENGESAHAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

**Pengaruh Kapabilitas Pemasaran dan Inovasi Produk Terhadap Peningkatan
Pendapatan UMKM di Kota Banda Aceh**

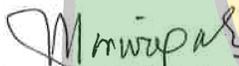
Putri Humaira
NIM. 200604032

Telah Disidangkan oleh Dewan Penguji Skripsi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh
dan Dinyatakan Lulus serta Diterima Sebagai Salah Satu Syarat untuk
Menyelesaikan Program Studi Strata Satu (S-1) dalam Bidang Ilmu Ekonomi

Pada Hari/Tanggal: Rabu, 18 Desember 2024 M
16 Jumadil Akhir 1446 H

Banda Aceh
Dewan Penguji Sidang Skripsi

Ketua


Marwiyati, S.E., M.M.
NIP. 197404172005012002

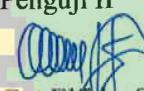
Sekretaris


Jalilah, S.HI., M.Ag.
NIP. 198806082023212040

Penguji I


Dr. Hendra Saputra, M.M.
NIP. 197610242009011005

Penguji II


Cut Elifda, S.HI., MA.
NIP. 198912122023212076

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Ar-Raniry Banda Aceh,


Prof. Dr. Hulfas Furqani, M.Ec
NIP. 198006252009011009



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY BANDA ACEH
UPT. PERPUSTAKAAN

Jl. Syeikh Abdur Rauf Kopelma Darussalam Banda Aceh
Telp. 0651-7552921, 7551857, Fax. 0651-7552922
Web: www.library.ar-raniry.ac.id, Email: library@ar-raniry.ac.id

**FORM PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH MAHASISWA UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Putri Humaira
NIM : 200604032
Fakultas/Program Studi : Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam / Ilmu Ekonomi
E-mail : 200604032@student.ar-raniry.ac.id

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Islam Negeri (UIN) Ar-Raniry Banda Aceh, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah:

Tugas Akhir KKU Skripsi *Skripsi, yang Berjudul*

(Pengaruh Kapabilitas Pemasaran dan Inovasi Produk Terhadap Peningkatan Pendapatan UMKM Di Kota Banda Aceh)

Beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini, UPT Perpustakaan UIN Ar-Raniry Banda Aceh berhak menyimpan, mengalih-media formatkan, mengelola, mendiseminasikan, dan mempublikasikannya di internet atau media lain.

Secara *fulltext* untuk kepentingan akademik tanpa perlu meminta izin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis, pencipta dan atau penerbit karya ilmiah tersebut.

UPT Perpustakaan UIN Ar-Raniry Banda Aceh akan terbebas dari segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Banda Aceh
Pada tanggal : 30 Desember 2024

Mengetahui

Penulis

Putri Humaira

NIM. 200604032

Pembimbing I

Marwlyati, S.E., M.M

NIP. 197404172005012002

Pembimbing II

Jalilah, S.HI., M.Ag

NIP. 198806082023212040

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Syukur Alhamdulillah penulis ucapkan kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat serta hidayah-Nya, sehingga terselesaikan penulisan skripsi ini yang berjudul **“Pengaruh Kapabilitas Pemasaran dan Inovasi Produk Terhadap Peningkatan Pendapatan UMKM di Kota Banda Aceh”**. Tidak lupa pula, shalawat beserta salam penulis limpahkan kepada pangkuan alam Baginda Rasulullah Muhammad SAW, karena berkat perjuangan beliau-lah kita telah dituntunnya dari alam jahiliyah ke alam islamiyah, dari alam kegelapan ke alam yang terang benderang yang penuh dengan ilmu pengetahuan, seperti yang kita rasakan pada saat ini.

Skripsi ini merupakan kewajiban yang harus penulis selesaikan dalam rangka melengkapi tugas-tugas dan memenuhi syarat untuk menyelesaikan Pendidikan Program Sarjana (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh. Dalam rangka pelaksanaan penelitian dan penulisan skripsi ini, penulis banyak memperoleh bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dimana pada kesempatan ini penulis menyampaikan ungkapan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Prof. Dr. Hafas Furqani, M.Ec selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh.

2. Cut Dian Fitri, S.E., M.Si., Ak., CA selaku Ketua Program Studi Ilmu Ekonomi dan Ulya Azra, M.Si selaku Sekretaris Program Studi Ilmu Ekonomi
3. Hafiizh Maulana, S.P., S.H.I., M.E sebagai ketua Laboratorium Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
4. Dr. Hendra Syahputra, MM selaku penguji I dan Cut Elfida, S.HI., MA selaku penguji II yang telah bersedia meluangkan waktu dan pikiran dalam memberikan masukan dan arahan dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Marwiyati, S.E., MM selaku pembimbing I dan Jalilah, S.HI., M.Ag selaku Pembimbing II yang telah sangat banyak meluangkan waktu, masukan, saran dan motivasi kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Jalilah, S.HI., M.Ag selaku dosen Penasehat Akademik (PA) yang telah memberikan nasehat dan motivasi terbaik kepada penulis selama menempuh pendidikan di Program Studi Strata Satu (S1) Ilmu Ekonomi serta segenap dosen dan staf akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah banyak membantu dan memberikan arahan kepada penulis.
7. Orang tua yang penulis cintai, Ayah dan Ibu yang selalu mendo'akan dan memberikan semangat serta dorongan kepada penulis sehingga skripsi ini selesai. Serta Abang saya Ade Irwanda yang selalu memberikan semangat sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

8. Untuk para pedagang UMKM terimakasih telah memberi izin serta informasi dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
9. Teruntuk sahabat dan teman terkasih penulis Alviatul Audri Nabila, Della Ardiyanti, Wiwik Pratiwi, Wilda turrahmi Siti Nurul Hafidhah, Shella Ulvia Harmida, Rahmi Zahratunnisa yang telah membantu dan menemani penulis semasa perkuliahan. Terima kasih untuk dukungan, kritik dan saran yang sangat memotivasi penulis. Dan terima kasih juga kepada teman-teman seperjuangan Program Studi Ilmu Ekonomi angkatan 2020

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih belum sempurna. Hal ini tidak terlepas dari keterbatasan kemampuan dan ilmu pengetahuan yang penulis miliki. Penulis berharap semua yang dilakukan menjadi amal ibadah dan dapat bermanfaat bagi penulis dan bagi pembaca. Dengan segala kerendahan hati penulis mengharapkan kritik dan saran dari semua pembaca sebagai motivasi bagi penulis. Semoga kita selalu mendapat ridha dari Allah SWT. Amin Ya Rabbal'alamin.

Banda Aceh,
18 Desember 2024

Putri Humaira

TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN

Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri P dan K

Nomor: 158 Tahun 1987 – Nomor: 0543 b/u/1987

1. Konsonan

No	Arab	Latin	No	Arab	Latin
1	ا	Tidak dilambangkan	16	ط	T
2	ب	B	17	ظ	Z
3	ت	T	18	ع	'
4	ث	Ṣ	19	غ	G
5	ج	J	20	ف	F
6	ح	Ḥ	21	ق	Q
7	خ	Kh	22	ك	K
8	د	D	23	ل	L
9	ذ	Ḍ	24	م	M
10	ر	R	25	ن	N
11	ز	Z	26	و	W
12	س	S	27	ه	H
13	ش	Sy	28	ء	'
14	ص	Ṣ	29	ي	Y
15	ض	Ḍ			

2. Vokal

Vokal Bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

a. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin
◌َ	<i>Fathah</i>	A
◌ِ	<i>Kasrah</i>	I
◌ُ	<i>Dammah</i>	U

b. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, transliterasinya gabungan huruf, yaitu:

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan Huruf
◌َ ي	<i>Fathah</i> dan ya	ai
◌ُ و	<i>Fathah</i> dan wau	au

Contoh:

كيف : *kaifa*

هول : *hau-la*

3. *Maddah*

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda
◌َ ا	<i>Fathah</i> dan alif atau ya	Ā
◌ِ ي	<i>Kasrah</i> dan ya	Ī
◌ُ و	<i>Dammah</i> dan wau	Ū

Contoh:

قَالَ :qāla

رَمَى :ramā

قِيلَ :qīla

يَقُولُ :yaqūlu

4. Ta Marbutah (ة)

Transliterasi untuk ta marbutah ada dua.

a. Ta marbutah (ة)hidup

Ta marbutah (ة) yang hidup atau mendapat harkat *fathah*, *kasrah* dan *dammah*, transliterasinya adalah t.

b. Ta marbutah (ة) mati

Ta marbutah (ة) yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah h.

c. Kalau pada suatu kata yang akhir katanya ta marbutah (ة) diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al, serta bacaan kedua kata itu terpisah maka ta marbutah (ة) itu ditransliterasikan dengan h.

Contoh:

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ : raudah al-atfāl/ raudatul atfāl

الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ : al-Madīnah al-Munawwarah/
al-Madīnatul Munawwarah

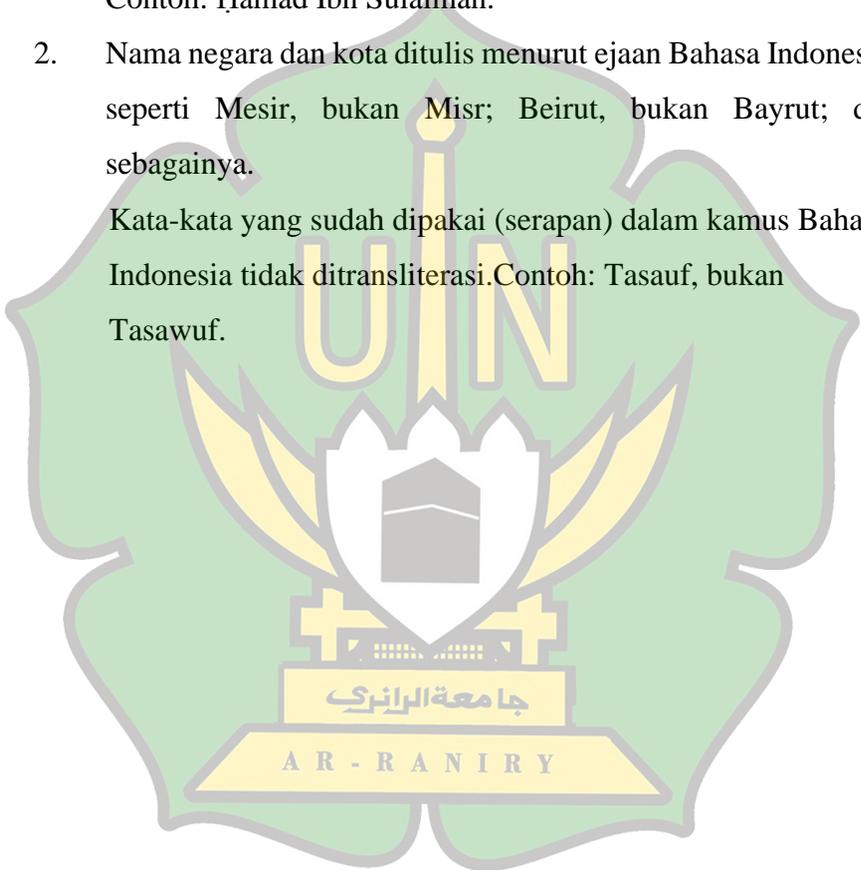
طَلْحَةُ : Ṭalḥah

Catatan:

Modifikasi

1. Nama orang berkebangsaan Indonesia ditulis seperti biasa tanpa transliterasi, seperti M. Syuhudi Ismail, sedangkan nama-nama lainnya ditulis sesuai kaidah penerjemahan. Contoh: Hamad Ibn Sulaiman.
2. Nama negara dan kota ditulis menurut ejaan Bahasa Indonesia, seperti Mesir, bukan Misr; Beirut, bukan Bayrut; dan sebagainya.

Kata-kata yang sudah dipakai (serapan) dalam kamus Bahasa Indonesia tidak ditransliterasi. Contoh: Tasauf, bukan Tasawuf.



ABSTRAK

Nama : Putri Humaira
Nim : 200604032
Fakultas/Program Studi : Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam/Illmu
Ekonomi
Judul :Pengaruh Kapabilitas Pemasaran Dan
Inovasi Produk Terhadap Peningkatan
Pendapatan UMKM di Kota Banda Aceh
Prmbimbing I : Marwiyati, S.E., M.M
Pembimbing II : Jalilah, S.H.I., M.Ag.

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan komponen penting dalam mendukung pertumbuhan ekonomi, oleh karena itu dukungan terhadap UMKM merupakan hal penting yang harus dilakukan pemerintah salah satunya dengan meningkatkan pendapatan UMKM. Adapun salah satu strategi yang dapat dilakukan yaitu melalui peningkatan kapabilitas pemasaran dan inovasi produk, Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pengaruh kapabilitas pemasaran dan inovasi produk terhadap peningkatan pendapatan UMKM. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif melalui penyebaran kuesioner kepada 112 responden UMKM di 9 kecamatan Kota Banda Aceh. Analisis data menggunakan regresi linear berganda Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh, baik secara parsial maupun simultan pada variabel kapabilitas pemasaran dan inovasi produk terhadap peningkatan pendapatan UMKM di Kota Banda Aceh. Hasil uji r square menunjukkan nilai 0,443 yang artinya sebesar 44,3% pendapatan UMKM di pengaruhi oleh variabel kapabilitas pemasaran dan inovasi produk.

Kata Kunci: Kapabilitas Pemasaran, Inovasi Produk, Pendapatan UMKM

DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH	i
PERSETUJUAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI.....	ii
PENGESAHAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI	iii
FORM PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	iv
KATA PENGANTAR	v
TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN	viii
ABSTRAK.....	xii
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR GAMBAR	xviii
DAFTAR LAMPIRAN	xix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah.....	10
1.3 Tujuan Penelitian	11
1.4 Manfaat Penelitian	11
1.5 Sistematika Pembahasan.....	12
BAB II LANDASAN TEORI.....	14
2.1 Usaha Mikro Kecil dan Menengah UMKM	14
2.1.1 Definisi UMKM	14
2.1.2 Peranan UMKM Bagi Perekonomian	15
2.1.3 Permasalahan yang dihadapi pada UMKM.....	16
2.2 Pengertian Peningkatan Pendapatan UMKM	18
2.2.1 Faktor-Faktor yang mempengaruhi Peningkatan pendapatan UMKM.....	19
2.2.2 Indikator Peningkatan Pendapatan UMKM	20
2.3 Kapabilitas pemasaran	21
2.3.1 Definisi Kapabilitas Pemasaran	21
2.3.2 Indikator Kapabilitas Pemasaran.....	22
2.4 Inovasi Produk	23
2.4.1 Definisi Inovasi Produk.....	23
2.4.2 Pentingnya Melakukan Inovasi Produk	24
2.4.3 Indikator Inovasi Produk.....	25
2.5 Hubungan antar variabel.....	27

2.5.1 Pengaruh kapabilitas pemasaran terhadap pendapatan UMKM.....	27
2.5.2 Pengaruh inovasi Produk terhadap pendapatan UMKM.....	28
2.5.3 Pengaruh kapabilitas pemasaran dan inovasi produk terhadap peningkatan pendapatan UMKM.....	29
2.6 Penelitian Terkait.....	31
2.7 Kerangka Berpikir	38
2.8 Hipotesis	39
BAB III METODE PENELITIAN.....	41
3.1 Jenis Penelitian	41
3.2 Jenis dan Sumber Data.....	41
3.3 Populasi dan Sampel.....	42
3.3.1 Populasi.....	42
3.3.2 Sampel.....	42
3.4 Teknik Pengambilan Sampel	42
3.5 Teknik Pengumpulan Data	43
3.6 Definisi Operasional Variabel	44
3.6.1 Peningkatan Pendapatan sebagai Y	44
3.6.2 Kapabilitas Pemasaran sebagai X_1	44
3.6.3 Inovasi Produk sebagai X_2	45
3.7 Uji Instrumen Penelitian	46
3.7.1 Uji Validitas	46
3.7.2 Uji Reliabilitas	46
3.8 Uji Asumsi Klasik	47
3.8.1 Uji Normalitas.....	47
3.8.2 Uji Multikolinearitas	47
3.8.3 Uji Heteroskedesitas.....	48
3.9 Analisis Regresi Linear Berganda.....	48
3.10 Pengujian Hipotesis	49
3.10.1 Uji T (Parsial).....	49
3.10.2 Uji F (Simultan).....	50
3.11 Determinasi (R^2).....	51
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	52
4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	52

4.2	Karakteristik Responden Penelitian.....	55
4.2.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Kecamatan.....	55
4.2.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	56
4.2.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	57
4.2.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	58
4.2.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	59
4.2.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	59
4.2.7	Karakteristik Responden Berdasarkan Model Pemasaran.....	60
4.2.8	Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Usaha.....	61
4.3	Deskripsi Variabel Penelitian.....	62
4.3.1	Deskripsi Variabel Kapabilitas Pemasaran (X_1).....	62
4.3.2	Deskripsi Variabel Inovasi Produk (X_2).....	63
4.3.3	Deskripsi Variabel Pendapatan UMKM di kota Banda Aceh (Y).....	64
4.4	Hasil Uji Kelayakan Kuesioner Penelitian.....	65
4.4.1	Hasil Uji Validitas.....	65
4.4.2	Hasil Uji Reliabilitas.....	66
4.5	Hasil Uji Asumsi Klasik.....	67
4.5.1	Hasil Uji Normalitas.....	67
4.5.2	Hasil Uji Multikolinearitas.....	68
4.5.3	Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	69
4.6	Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda.....	70
4.7	Hasil Uji Hipotesis.....	72
4.7.1	Hasil Uji Parsial (Uji T).....	72
4.7.2	Hasil Uji Simultan (Uji F).....	73
4.8	Hasil Uji Koefisien Determinasi Linear Berganda.....	73
4.9	Pembahasan Hasil Analisis Penelitian.....	74
4.9.1	Pengaruh Kapabilitas Pemasaran Terhadap Pendapatan UMKM Di Kota Banda Aceh.....	74

4.9.2 Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Pendapatan UMKM Di Kota Banda Aceh	76
BAB V PENUTUP	78
5.1 Kesimpulan	78
5.2 Saran	79
DAFTAR PUSTAKA	81
DAFTAR LAMPIRAN	85



DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terkait.....	35
Tabel 3. 1 Instrumen skala likert	44
Tabel 3. 2 Operasional Variabel	45
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin...56	
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	57
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	58
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	59
Tabel 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	60
Tabel 4. 6 Karakteristik Responden Berdasarkan Pemasaran	61
Tabel 4. 7 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Usaha	61
Tabel 4. 8 Variabel X1(Kapabilitas Pemasaran)	62
Tabel 4. 9 Variabel X2 (Inovasi Produk)	63
Tabel 4. 10 Variabel Y (Pendapatan UMKM di kota B.Aceh)	64
Tabel 4. 11 Hasil Uji Validitas	65
Tabel 4. 12 Hasil Uji Reliabilitas	66
Tabel 4. 13 Hasil Uji Normalitas.....	67
Tabel 4. 14 Hasil Uji Multikolinearitas	68
Tabel 4. 15 Hasil Olah Data Penelitian (Regresi Linear Berganda, Uji T, Uji F, Koefisien Determinasi Linear Berganda)	71
Tabel 4. 16 Hasil Uji Koefisien Determinasi Linear Berganda.....	73



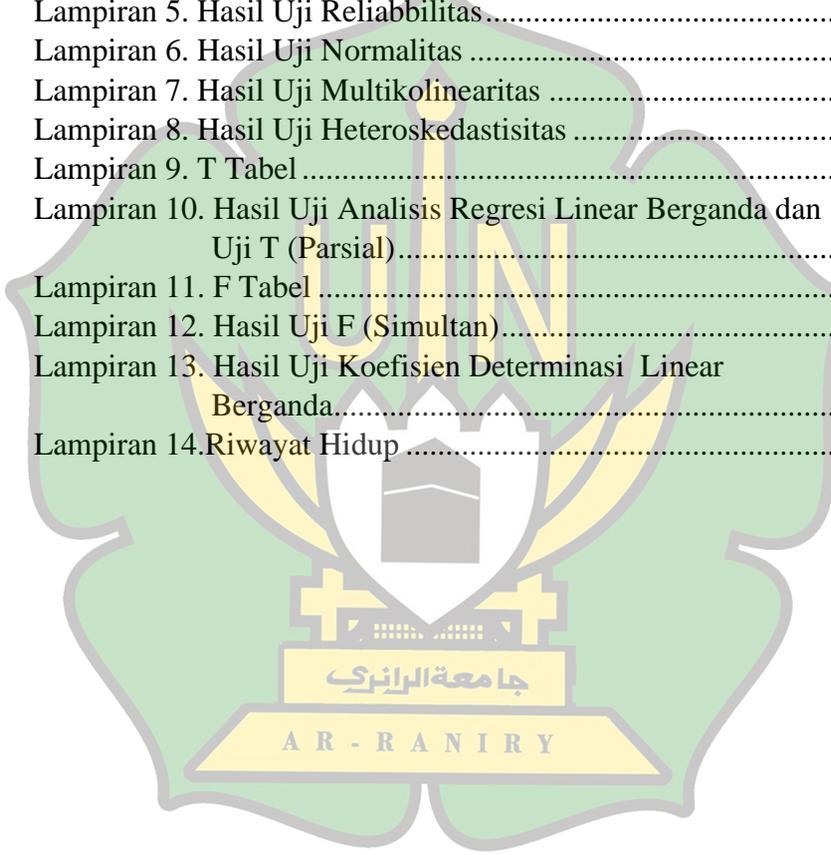
DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Jumlah UMKM di Indonesia Tahun (2018-2023).....	2
Gambar 2. 1 Skema Kerangka Pemikiran	39
Gambar 4. 1 Jumlah keseluruhan UMKM Kota Banda Aceh Tahun 2023	53
Gambar 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Kecamatan....	55
Gambar 4. 3 Hasil Uji Heteroskedastisitas menggunakan grafik scatterplot SPSS	70



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian	85
Lampiran 2. Hasil Tabulasi Kuesioner Responden	89
Lampiran 3. Rtabel	94
Lampiran 4. Hasil Uji Validitas.....	95
Lampiran 5. Hasil Uji Reliabilitas	98
Lampiran 6. Hasil Uji Normalitas	99
Lampiran 7. Hasil Uji Multikolinearitas	100
Lampiran 8. Hasil Uji Heteroskedastisitas	100
Lampiran 9. T Tabel	102
Lampiran 10. Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda dan Uji T (Parsial).....	102
Lampiran 11. F Tabel	103
Lampiran 12. Hasil Uji F (Simultan).....	103
Lampiran 13. Hasil Uji Koefisien Determinasi Linear Berganda.....	104
Lampiran 14. Riwayat Hidup	105



BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan komponen penting dalam struktur ekonomi suatu negara. dan memiliki peran penting dalam menciptakan banyaknya berbagai peluang kerja, meningkatkan pendapatan masyarakat, dan berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi lokal. UMKM menjadi salah satu pusat inovasi dan kreativitas dalam perekonomian, karena ukuran mereka yang lebih kecil memungkinkan untuk menciptakan produk dan layanan baru. Selain itu, UMKM dapat mengurangi ketimpangan wilayah antara perkotaan dan pedesaan, dan mendukung pengembangan ekonomi lokal. Namun, tantangan seperti akses terbatas ke modal dan teknologi, serta pengaruh globalisasi, perlu diatasi. Dengan dukungan yang tepat dalam bentuk kebijakan, pelatihan, dan sumber daya, UMKM dapat terus berperan sebagai pilar ekonomi yang kuat dan berkelanjutan (Yolanda, 2024).

Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) juga memiliki peranan penting dalam ekonomi Indonesia, hampir 90% mencakup badan usaha dan menjadi tulang punggung pertumbuhan ekonomi nasional. dan juga UMKM di Indonesia memiliki kontribusi besar terhadap perekonomian negara ini. Mereka menyumbang sekitar 60-70% dari Produk Domestik Bruto (PDB) nasional (kemenkeu.go.id). UMKM juga penyedia lapangan kerja utama di Indonesia. Mereka

menciptakan sebagian besar pekerjaan di sektor swasta dan mendukung jutaan pekerja. UMKM juga memiliki peran dalam menurunkan tingkat kemiskinan melalui pemberian peluang ekonomi. Bagi masyarakat yang kurang beruntung. UMKM sendiri terbagi kedalam beberapa bentuk bidang, dimana bidang UMKM ini juga terus mengalami perkembangan sesuai dengan trend dan zamannya. begitupun halnya pada UMKM bidang kuliner menjadi salah satu bidang yang banyak di minati, dan juga terus berkembang dengan berbagai macam ide dan inovasi (Berlilana *et al.*, 2020)

Perkembangan UMKM ini tidak hanya memberikan peluang besar dalam lapangan pekerjaan, tetapi juga dapat memungkinkan pemanfaatan sumber daya alam dan sumber daya manusia memiliki peran penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi. Adapun data yang dikeluarkan oleh Kementerian Koperasi UKM secara umum yang terkait dengan jumlah UMKM yang terus naik dari tahun 2018 sampai 2023 dalam berbagai sektor, sebagaimana terlihat pada gambar berikut:

Gambar 1. 1
Data Jumlah UMKM di Indonesia Tahun (2018-2023)



Sumber: Komenkop UKM, data dioalah (2024)

UMKM merupakan salah satu faktor kunci dalam pertumbuhan ekonomi Indonesia, seperti yang terlihat pada Gambar 1.1, dan jumlahnya terus meningkat setiap tahunnya, yang menunjukkan bahwa saat ini UMKM sedang dalam tren yang baik. Perekonomian Indonesia diperkirakan akan diuntungkan oleh tren ini. Menurut perkiraan, akan ada lebih dari 66 juta pelaku bisnis UMKM pada tahun 2023, yang menunjukkan pertumbuhan yang stabil dan mantap dalam industri ini.

Salah satu tujuan terpenting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi dan kesejahteraan masyarakat adalah meningkatkan pendapatan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Ada sejumlah cara untuk meningkatkan pendapatan UMKM, termasuk melalui teknologi. Platform digital seperti media sosial dan e-commerce memiliki banyak potensi untuk mengembangkan pasar dan memacu ekspansi ekonomi (Fachrunnisa, 2020). Namun, masih banyak UMKM yang belum memiliki pengetahuan dan kesadaran yang cukup tentang pemasaran digital, dan sebagian lainnya bahkan belum memanfaatkan teknologi digital secara maksimal untuk mengembangkan perusahaan dan meningkatkan penjualan, hal ini terjadi menurut Kitsios *et al.* (2022). Menurut Cavazos-Arroyo & Puente-Diaz, (2019). Sangat penting bagi UMKM di Indonesia untuk merangkul teknologi digital, menumbuhkan kewirausahaan digital, serta menggunakan pemasaran dan inovasi agar dapat bertahan di tengah pandemi dan mempertahankan keberhasilan ekonomi jangka panjang.

Pemerintah dapat memberikan berbagai bentuk dukungan, seperti pendampingan, pelatihan, dan program-program untuk mendukung digitalisasi UMKM, mengingat sektor UMKM adalah yang paling terdampak (Wilfarda *et al.*, 2021). Selain itu, UMKM di Indonesia juga dapat melakukan kegiatan sosialisasi yang berkaitan dengan mengelola industri rumahan dan UMKM, yang akan dapat membantu mereka memahami pentingnya digitalisasi untuk memperluas pasar dan meningkatkan kesejahteraan serta mendukung pemulihan ekonomi di masa pandemi. Perkembangan UMKM terus berjalan seiring waktu, didorong oleh kemajuan teknologi dan industri yang berkembang pesat saat ini. Salah satunya ialah penggunaan internet atau teknologi digital mendorong UMKM dapat membantu mereka meningkatkan daya saing dan juga mendukung cara promosi yang semakin modern. Berjalannya teknologi yang semakin canggih dapat mempermudah setiap orang untuk mengakses segala bentuk informasi dari produk yang diinginkan secara online. Adapun dengan adanya pengembangan kapabilitas pemasaran ini dapat meningkatkan efektivitas pemasarannya agar tetap bersaing di pasar (Hermina *et al.*, 2020).

Kapabilitas pemasaran merujuk pada kemampuan dan kapasitas yang berkaitan dengan kegiatan pemasaran (Azizi *et al.*, 2009). Melalui kapabilitas pemasaran, kita dapat menilai sejauh mana strategi pemasaran yang diterapkan berjalan dengan efektif. Pelaku usaha yang memiliki strategi pemasaran yang baik, serta kemampuan dalam kewirausahaan dan inovasi, terbukti dapat

meningkatkan kinerja UMKM. Menurut Hermina *et al.* (2020) berpendapat bahwa sangat penting bagi UMKM untuk terus mengembangkan kapabilitas pemasaran dan meningkatkan kinerja pemasarannya, agar tetap dapat bersaing di pasar yang semakin kompetitif. Kapabilitas pemasaran atau kemampuan pemasaran juga berperan penting dalam menghubungkan inovasi produk dengan pasar dan pelanggan. Ini membantu perusahaan mengidentifikasi peluang inovasi, merancang produk yang sesuai dengan pasar, memperkenalkan produk tersebut ke pasar, dan memastikan kesuksesan produk inovatif dalam jangka panjang.

Adapun dua aspek utama yang terkait erat dalam Kapabilitas Pemasaran ini, yaitu kemampuan dalam mengelola berbagai elemen proses pemasaran, yang juga dikenal sebagai "*marketing mix*," seperti pengembangan produk, penetapan harga, penjualan, komunikasi pemasaran, dan manajemen saluran distribusi. Selain itu, Kapabilitas Pemasaran juga mencakup kemampuan perusahaan dalam merancang strategi pemasaran yang efektif dan melaksanakannya dengan baik. Hal ini memungkinkan perusahaan untuk meningkatkan nilai produk dan jasa yang mereka tawarkan, beradaptasi dengan perubahan kondisi pasar, mengambil peluang yang ada, serta merespons tantangan yang mungkin timbul dari pesaing. Perusahaan sering mengalokasikan sumber daya yang cukup besar untuk mengembangkan, merawat, dan meningkatkan Kapabilitas Pemasaran mereka, dengan pemahaman yang semakin mendalam tentang hubungan antara Kapabilitas Pemasaran dan

kinerja perusahaan secara keseluruhan (Krasnikov, 2008). Keterlibatan kapabilitas pemasaran yang kuat dapat menjadi faktor penentu dalam kesuksesan inovasi produk.

Inovasi produk adalah proses pengembangan dan pengenalan produk atau layanan baru yang signifikan, atau perubahan signifikan pada produk atau layanan yang ada, yang dapat menghasilkan manfaat baru atau peningkatan nilai bagi konsumen. Tujuan utama dari inovasi produk adalah untuk memenuhi kebutuhan konsumen, menciptakan perbedaan dari pesaing, meningkatkan kemampuan operasional, dan mencapai pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan. Inovasi produk seringkali menjadi salah satu kunci kesuksesan dalam memenangkan persaingan pasar dan menciptakan nilai tambah bagi pelanggan. Dalam menghadapi persaingan bisnis yang semakin ketat, penting bagi perusahaan untuk fokus pada inovasi produk guna menarik perhatian konsumen. Inovasi dapat diartikan sebagai proses penciptaan sesuatu yang baru, dengan berbagai tujuan, seperti meningkatkan kualitas produk, mengembangkan produk baru, dan meningkatkan efisiensi produk itu sendiri. Secara tidak langsung, inovasi yang dilakukan akan meningkatkan daya saing perusahaan, sehingga dapat menambah nilai tambah dan memperkuat posisi perusahaan di pasar (Suhaeni, 2018).

Banda Aceh adalah ibu kota provinsi Aceh, Indonesia, dan merupakan pusat ekonomi dan perdagangan di wilayah tersebut. Sebagai bagian dari Aceh, Banda Aceh juga memiliki banyak Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Beberapa jenis UMKM

yang umum ditemukan di Banda Aceh meliputi perdagangan, kerajinan tangan, kuliner, dan layanan. UMKM di Banda Aceh dapat menghasilkan berbagai produk dan jasa yang mencerminkan budaya, tradisi, dan sumber daya alam setempat. Contoh produk yang diproduksi oleh UMKM di Banda Aceh meliputi makanan tradisional, yaitu seperti mie Aceh, kuah pliek, kuah belangong, kemamah dan juga bumbu-bumbu rempah yang sudah di packing rapi oleh beberapa pelaku UMKM untuk menarik para konsumen (Fadzillah, 2020).

Selain itu, Banda Aceh juga mengalami perkembangan ekonomi dan bisnis, terutama setelah peristiwa tsunami yang menghantam daerah tersebut pada tahun 2004. Pemerintah dan berbagai organisasi telah berusaha membangun kembali infrastruktur ekonomi dan memberikan dukungan kepada UMKM untuk membantu pemulihan ekonomi di Banda Aceh. Sebagai daerah yang memiliki potensi sumber daya alam, budaya, dan sejarah yang kaya, Banda Aceh memiliki peluang bagi UMKM untuk berkembang dan berperan dalam pengembangan ekonomi lokal. Menurut (Aqil, 2021) UMKM di Banda Aceh dapat berperan dalam meningkatkan pendapatan masyarakat setempat serta mempromosikan kekayaan budaya dan alam Aceh. Saat ini, Kota Banda Aceh sedang aktif mempromosikan kuliner dan produk halal khas dari tanah rencong. Selain itu, kuliner bukan hanya sekadar makanan, tetapi juga mencerminkan jejak budaya, dengan kekayaan sumber daya alam dan cita rasa warisan nenek moyang.

UMKM di Aceh memainkan peran penting sebagai tulang punggung perekonomian daerah, khususnya dalam mendukung sektor pariwisata Banda Aceh yang semakin populer di mata dunia. Jumlah UMKM di Aceh terus mengalami pertumbuhan yang terus meningkat setiap tahunnya. Pada tahun 2017 tercatat ada 9.591 unit UMKM, yang kemudian meningkat menjadi 10.944 unit pada tahun berikutnya. Di tahun 2019, jumlahnya kembali naik menjadi 12.012 unit, dan pada tahun 2020, UMKM mencapai 15.107 unit meskipun di tengah pandemi Covid-19. Pada tahun 2021, jumlah UMKM di Banda Aceh terus berkembang pesat hingga mencapai 16.970 unit. Terbaru, pada Februari 2022, tercatat 17.080 unit UMKM di Banda Aceh, menunjukkan pertumbuhan yang signifikan sebesar 92% sejak tahun 2016 (Diskop UKM Banda Aceh, 2022).

Namun perkembangan UMKM bukanlah hal yang mudah tercapai. Kemampuan suatu usaha untuk bertahan atau terus berkembang sangat bergantung pada seberapa besar tantangan yang dihadapi oleh para pengusaha dan sejauh mana mereka mampu menghadapinya. Kendala yang dihadapi UMKM saat ini yaitu cara pemasaran yang terus menerus mengalami persaingan didalam menggunakan teknologi maupun modal, Dalam literatur mengenai UMKM, khususnya di negara-negara berkembang, dijelaskan bahwa kelompok usaha ini sering menghadapi berbagai kendala yang menghambat kelangsungan dan perkembangan mereka. Menurut (Tambunan, 2021), kendala-kendala tersebut dapat berasal dari berbagai faktor, seperti pelaku UMKM (pengusaha), keterbatasan

modal, sumber daya tenaga kerja, teknologi, serta kondisi lingkungan sekitar. Banda Aceh merupakan salah satu wilayah yang memiliki potensi strategis dalam pengembangan produk-produk UMKM melalui pemasaran, karena diperkirakan dapat menarik banyak peminat. Faktor ini didukung oleh jumlah dan karakteristik penduduk yang ada di wilayah tersebut, serta gaya hidup masyarakat yang lebih fokus pada aspek konsumsi.

Adapun berdasarkan hasil penelitian (Razie *et al.*, 2022) mengatakan pemasaran digital memiliki pengaruh terhadap inovasi produk, yang berarti semakin baik strategi pemasaran digital maka semakin baik pula inovasi produk UMKM kota Lhokseumawe. Hasil penelitian ini sejalan dengan (Sugiyono, 2016) yang mengatakan bahwa pemasaran digital mampu mempengaruhi tingkat inovasi.

Dan adapun berdasarkan penelitian (Hidayat & Murwatiningsih, 2018) mengatakan penelitian ini menunjukkan bahwa kapabilitas pemasaran dapat menjadi mediator dalam hubungan antara orientasi pasar dan kinerja pemasaran. Kapabilitas pemasaran memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pemasaran. Artinya, semakin tinggi kapabilitas pemasaran, maka kinerja pemasaran UMKM Lanting di Kecamatan Kuwarasan, Kabupaten Kebumen, akan semakin meningkat.

Penelitian yang dilakukan oleh (Suyadi, 2018) menyimpulkan bahwa perkembangan usaha para responden cenderung stagnan, dengan hanya beberapa usaha yang menunjukkan peningkatan. Kendala utama yang dihadapi oleh pelaku UMKM adalah

keterbatasan dalam manajemen dan pengelolaan usaha, serta rasa takut untuk mengambil risiko. Selain itu, kurangnya pembinaan dan keterlibatan dari instansi terkait juga dianggap sebagai faktor yang memperlambat perkembangan usaha mereka.

Kesimpulannya, meskipun belum ada penelitian yang secara langsung membahas pengaruh kapabilitas pemasaran dan Inovasi produk terhadap peningkatan pendapatan UMKM di Banda Aceh, beberapa penelitian menunjukkan bahwa kapabilitas pemasaran digital berdampak positif terhadap kinerja UMKM.

Berdasarkan uraian di atas, penulis tertarik untuk menyelidiki kapabilitas pemasaran terhadap peningkatan pendapatan UMKM di Banda Aceh, oleh karena itu penulis menggunakan judul penelitian **“Pengaruh Kapabilitas Pemasaran dan Inovasi produk Terhadap Peningkatan pendapatan UMKM di Kota Banda Aceh”**

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana pengaruh kapabilitas pemasaran terhadap peningkatan pendapatan UMKM di Kota Banda Aceh?
2. Bagaimana pengaruh inovasi produk terhadap peningkatan pendapatan UMKM di Kota Banda Aceh?
3. Bagaimana pengaruh kapabilitas pemasaran dan inovasi produk terhadap peningkatan pendapatan UMKM di Kota Banda Aceh?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui dan menjelaskan seberapa pengaruh kapabilitas pemasaran terhadap peningkatan pendapatan UMKM di Kota Banda Aceh.
2. Untuk mengetahui dan menjelaskan seberapa pengaruh inovasi produk terhadap peningkatan pendapatan UMKM di Kota Banda Aceh.
3. Untuk mengetahui dan menjelaskan seberapa pengaruh kapabilitas pemasaran dan Inovasi Produk terhadap peningkatan pendapatan UMKM di Kota Banda Aceh.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini dapat menjadi referensi tambahan dalam bidang bisnis dan kewirausahaan, khususnya terkait dengan pengaruh kapabilitas produk terhadap peningkatan pendapatan UMKM. Diharapkan penelitian ini dapat memberikan kontribusi pemikiran serta ilmu yang dapat memperkaya wawasan para pembaca. Selain itu, penelitian ini juga dapat menambah keragaman penelitian di Indonesia dan memberikan masukan bagi peneliti yang akan mengembangkan studi lebih lanjut.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini dapat menjadi referensi bagi perusahaan atau pelaku usaha UMKM dalam merencanakan dengan baik sebelum memulai bisnis kuliner. Hasil penelitian ini juga

dapat memberikan informasi tambahan bagi pelaku UMKM dalam upaya meningkatkan pendapatan. Selain itu, penelitian ini dapat dijadikan bahan pertimbangan bagi pelaku UMKM untuk lebih memperkuat dan mengevaluasi strategi yang telah diterapkan.

3. Manfaat Kebijakan

Penelitian ini dapat memberikan rekomendasi kepada pemerintah daerah dan instansi terkait dalam merancang kebijakan yang mendukung pengembangan usaha mikro dan kecil, khususnya di sektor industri makanan dan minuman. Pelatihan serta pembinaan yang efektif diharapkan dapat meningkatkan kualitas kinerja para pelaku usaha dan memberikan kontribusi positif terhadap perekonomian daerah.

1.5 Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan bertujuan agar penelitian lebih teratur dan terarah serta memudahkan pembaca. Berikut sistematika pembahasan dalam penelitian ini:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini memaparkan tentang pendahuluan yang mencakup latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, dan sistematika pembahasan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini menjelaskan tentang teori-teori yang meliputi kapabilitas pemasaran, inovasi produk, peningkatan pendapatan, UMKM, kerangka berpikir dan hipotesis.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini menjelaskan tentang metodologi penelitian yang akan digunakan dalam penelitian ini, yaitu meliputi jenis penelitian, jenis dan sumber data, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, variabel penelitian, teknik analisis data dan pengujian hipotesis.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan tentang deskripsi data penelitian, hasil analisis data serta pembahasan secara mendalam tentang hasil temuan.

BAB V PENUTUP

Bab ini menjelaskan penutup dari pembahasan penelitian ilmiah yang memuat kesimpulan dan saran.

