

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Pengaruh Pemasaran Digital, Modal Usaha dan Inovasi Produk Terhadap Peningkatan Pendapatan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Kampung Pisang di Desa Trepan Babat Kampung Lamongan” ditulis oleh Ihdayat Syafa’ati Zahro, NIM. 126402201054, pembimbing Dra. Hj. Umy Zahroh, M.Kes., Ph.D.

Penelitian ini dilatar belakangi oleh sektor Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) yang memiliki peran penting dalam menciptakan lapangan pekerjaan serta meningkatkan pendapatan masyarakat, pasca terjadinya wabah Covid-19 yang mempengaruhi perkembangan perekonomian di Indonesia, salah satu yang merasakan dampak tersebut adalah pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Kampung Pisang di Desa Trepan Babat Kabupaten Lamongan. UMKM merupakan salah satu sektor utama untuk menciptakan lapangan kerja dan meningkatkan pendapatan masyarakat. Namun pada saat ini terjadi penurunan pendapatan pelaku UMKM dikarenakan kurangnya modal yang digunakan untuk menjalankan usaha, belum optimalnya penggunaan media digital sebagai tempat untuk pemasaran, serta banyaknya pesaing sehingga perlu adanya inovasi untuk meningkatkan penjualan.

Tujuan penelitian ini sebagai berikut: (1) Untuk menguji pengaruh secara signifikan pemasaran digital terhadap peningkatan pendapatan UMKM kampung pisang di Desa Trepan Babat Kabupaten Lamongan. (2) Untuk menguji pengaruh secara signifikan modal usaha terhadap peningkatan pendapatan UMKM kampung pisang di Desa Trepan Babat Kabupaten Lamongan. (3) Untuk menguji pengaruh secara signifikan inovasi produk terhadap peningkatan pendapatan UMKM kampung pisang di Desa Trepan Babat Kabupaten Lamongan. (4) Untuk menguji variabel manakah yang berpengaruh secara simultan dari pemasaran digital, modal usaha dan inovasi produk terhadap peningkatan pendapatan UMKM kampung pisang di Desa Trepan Babat Kabupaten Lamongan.

Jenis penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif asosiatif. Populasi penelitian ini adalah pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Kampung Pisang di Desa Trepan Babat Kabupaten Lamongan. Teknik pengambilan sampel menggunakan *total sampling* yaitu seluruh populasi yang ada dijadikan sebagai sampel. Teknik pengumpulan data menggunakan kuisioner yang diberikan kepada pelaku UMKM Kampung Pisang sebanyak 52 responden. Teknik pengolahan data menggunakan SPSS versi 25.0.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) rasio pemasaran digital berpengaruh positif signifikan terhadap pendapatan dengan nilai signifikansi 0,000. (2) rasio modal berpengaruh positif signifikan terhadap pendapatan dengan nilai signifikansi 0,003 (3) rasio inovasi produk berpengaruh positif signifikan terhadap pendapatan dengan nilai signifikansi 0,000 (4) rasio pemasaran digital, modal usaha dan inovasi produk secara simultan atau bersama-sama berpengaruh terhadap pendapat dengan nilai signifikansi 40,9%, sedangkan faktor lainnya dipengaruhi variabel lain 59,1%.

Kata Kunci: *Pendapatan, UMKM, dan Pemasaran Digital, Modal Usaha, Inovasi*

ABSTRACT

Thesis with the title "The Effect of Digital Marketing, Business Capital and Product Innovation on Increasing the Income of Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) Kampung Pisang in Trepan Babat Village, Lamongan" written by Ihdhayatus Syafa'ati Zahro, NIM. 126402201054, advisor Dra. Hj. Umy Zahroh, M.Kes., Ph.D.

This research is motivated by the Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) sector which has an important role in creating jobs and increasing people's income, after the Covid-19 outbreak which affected economic development in Indonesia, one of those who felt this impact was the Kampung Pisang Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) in Trepan Babat Village, Lamongan Regency. MSMEs are one of the main sectors to create jobs and increase community income. However, currently there is a decrease in the income of MSME actors due to the lack of capital used to run a business, not optimal use of digital media as a place for marketing, and many competitors so that there is a need for innovation to increase sales.

The objectives of this study are as follows: (1) To examine the significant effect of digital marketing on increasing the income of banana village MSMEs in Trepan Babat Village, Lamongan Regency. (2) To examine the significant effect of business capital on increasing the income of banana village MSMEs in Trepan Babat Village, Lamongan Regency. (3) To examine the significant effect of product innovation on increasing the income of banana village MSMEs in Trepan Babat Village, Lamongan Regency. (4) To examine which variables simultaneously influence digital marketing, business capital and product innovation on increasing the income of banana village MSMEs in Trepan Babat Village, Lamongan Regency.

This type of research uses associative quantitative research. The population of this study were Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) Kampung Pisang in Trepan Babat Village, Lamongan Regency. The sampling technique uses total sampling, namely the entire existing population is used as a sample. The data collection technique used a questionnaire given to 52 respondents of Kampung Pisang MSMEs. Data processing techniques using SPSS version 25.0.

The results showed that (1) the digital marketing ratio had a significant positive effect on revenue with a significance value of 0.000. (2) the ratio of capital has a significant positive effect on income with a significance value of 0.003 (3) the ratio of product innovation has a significant positive effect on income with a significance value of 0.000 (4) the ratio of digital marketing, business capital and product innovation simultaneously or together affect opinions with a significance value of 40.9%, while other factors are influenced by other variables 59.1%.

Keywords: *Income, MSMEs, Digital Marketing, Business Capital, Product Innovation*