

**PENGARUH INFRASTRUKTUR, INOVASI, STRATEGI PEMASARAN  
TERHADAP KEBERHASILAN UMKM DI KAMBANG IWAK DI  
PALEMBANG**

**SKRIPSI**

**Untuk Memenuhi Sebagian Dari Syarat-Syarat  
Guna Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi Bisnis**



**Diajukan Oleh :**

**RAFDI NUBLI HERDISAPUTRA**

**NPM : 19.01.11.0245**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS TRIDINANTI**

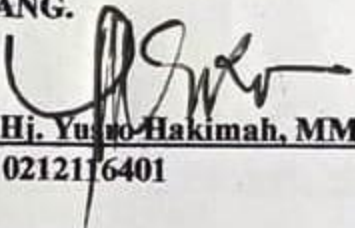
**PALEMBANG**

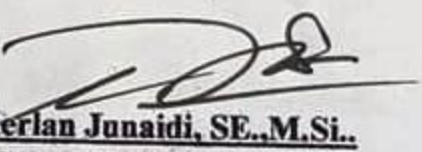
**2024**

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Rafdinubli Herdisaputra  
Nomor Pokok/NIRM : 1901110245  
Jurusan/Prog. Studi : Manajemen  
Jenjang Pendidikan : Strata I  
Mata Kuliah Pokok : Manajemen Kewirausahaan  
Judul Skripsi : PENGARUH INFRASTRUKTUR, INOVASI,  
STRATEGI PEMASARAN TERHADAP  
KEBERHASILAN UMKM DI KAMBANG  
IWAK DI PALEMBANG.

Pembimbing Skripsi


Tanggal 30/4/24.....Pembimbing 1 :   
Dr. Ir. Hj. Yusno Hakimah, MM  
NIDN : 0212116401

Tanggal .....Pembimbing II :   
Herlan Junaidi, SE.,M.Si.  
NIDN : 0219086101

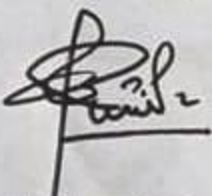
Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



  
Dr. Msy. Mikial, SE.,M.Si, Ak. CA,CSRS  
NIDN : 0205026401

Ketua Prodi Manajemen


  
Mariyam Zanariyah, SE.,M.M  
NIDN : 0222096301

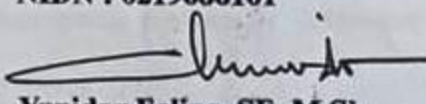
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Rafdinubli Herdisaputra  
Nomor Pokok/NIRM : 1901110245  
Jurusan/Prog. Studi : Manajemen  
Jenjang Pendidikan : Strata I  
Mata Kuliah Pokok : Manajemen Kewirausahaan  
Judul Skripsi : PENGARUH INFRASTRUKTUR, INOVASI,  
STRATEGI PEMASARAN TERHADAP  
KEBERHASILAN UMKM DI KAMBANG  
IWAK DI PALEMBANG.

Pembimbing Skripsi

Tanggal 24/4/24.....Ketua Penguji :   
: Dr. Ir. Hj. Yusro Hakimah, MM  
NIDN : 0212116401

Tanggal .....Penguji I :   
: Herlan Junaidi, SE., M.Si.  
NIDN : 0219086101

Tanggal 25/4-24.....Penguji II :   
: Yunidar Erlina, SE., M.Si.  
NIDN : 0230066302

Mengesahkan,


Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis


Ketua Prodi Manajemen

Tanggal:

Tanggal :



  
Dr. Msy. Mikial, SE., M.Si., Ak. CA.CSRS  
NIDN : 0205026401

  
Mariyam Zanariyah, SE., M.M  
NIDN : 0222096301

## HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN

*Motto :*

*“Sesungguhnya allah tidak akan mengubah nasib suatu kaum sampai kaum itu sendiri yang mengubah nasib atau keadaan yang ada pada dirinya”. (Qs. Ar-Ra'd:11)*

*“Karena sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan”(QS. Al-Insyirah: 5-6)*

***KUPERSEMBAHKAN KEPADA :***

- ❖ *Ayah dan ibuku Tercinta*
- ❖ *Ketiga Saudaraku*
- ❖ *Keluarga besarku tersayang*
- ❖ *Teman – teman perjuanganku di Universitas Tridinanti Palembang*
- ❖ *Almamaterku, Universitas Tridinanti Palembang.*

## **KATA PENGANTAR**

Puji dan Syukur penulis ucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena akhirnya peneliti dapat menyelesaikan Penelitian ini dengan baik dan tepat pada waktunya.

Penelitian yang penulis buat dengan judul “Pengaruh Infrastruktur, Inovasi, Startegi Pemasaran terhadap Keberhasilan UMKM di Kambang Iwak di Palembang” Skripsi ini dibuat guna mencapai gelar Sarjana (S1) pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tridinanti.

Tidak lupa juga penulis mengucapkan banyak Terima Kasih atas bantuan dan bimbingan yang diberikan pada penulis selama skripsi ini dibuat kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Ir. H. Edizal AE, M.S selaku Rektor Universitas Tridinanti.
2. Ibu Dr. Msy. Mikial, SE, M.Si, Ak, CA, CSRS selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tridinanti.
3. Ibu Maryam Zanariah, SE, MM selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tridinanti.
4. Ibu Dr. Ir. Hj. Yusro Hakimah, MM selaku Dosen Pembimbing I.
5. Bpk Herlan Junaidi, SE.,M.SI selaku Dosen Pembimbing II.
6. Ibu Lusia Nargis, SE.,M.Si. selaku Dosen Pembimbing Akademik.
7. Kepada ayahanda Drs. Musheru S.Pd, terima kasih karena selalu mesupport dan memotivasi bagi penulis
8. Kepada ibunda Ir. Diah Fitriani, terima kasih sebesar-besarnya penulis berikan kepada beliau atas segala bentuk bantuan, perhatian, kasih

sayang, kesabaran, dan doa yang tidak pernah berhenti beliau berikan untuk keberhasilan dan kesuksesanku

9. Kepada kedua saudara tercinta Ahmad Ramadhan Putra dan Muhammad Nur Rifqi yang selalu mendukung dan mensupport saya
10. Kepada sahabat terbaik saya Muhammad Aldo Azhari, Muhammad Jalaludin Akbar, Muhammad rafli Ramadhan, Renaldy Taspaba yang selalu membantu dan mensupport saya
11. Dan tidak lupa saya ucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada seluruh jajaran anggota BEM FE yang telah memabantu dan memberikan ilmu kepada saya selama 3 tahun, semoga ilmu yang telah saya dapatkan bisa bermanfaat di kemudian hari

Akhir kata penulis menyadari bahwa dalam penulisan ini jauh dari kata sempurna, dan untuk itu penulis memohon maaf apabila dalam penulisan proposal skripsi ini masih terdapat kekurangan dan kekeliruan, penulis berharap proposal skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi kita semua dan dimasa yang akan datang.

Palembang, Januari 2024

Rafdinubli Herdisaputra

## DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI .....	vii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR .....	xii
RIWAYAT HIDUP .....	xiv
PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT .....	i
BAB I.....	1
PENDAHULUAN .....	1
1.1    Latar Belakang.....	1
1.2    Rumusan masalah.....	7
1.3    Tujuan penelitian .....	7
1.4    Manfaat Penelitian.....	8
BAB II.....	9
TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1    Kajian teoritis .....	9
2.1.1    Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM).....	9
2.1.1.1    Pengertian usaha mikro , kecil, dan menengah (UMKM).....	9
2.1.1.2    Usaha mikro .....	10
2.1.1.3    Usaha kecil .....	11
2.1.1.4    Usaha menengah.....	12
2.1.2    Infrastruktur.....	13
2.1.2.1    Pengertian Infrastruktur .....	13
2.1.2.2    Koneksi antara Infrastruktur dan Pertumbuhan UMKM.....	15
2.1.2.3    Dampak Infrastruktur terhadap keberhasilan UMKM .....	17
2.1.2.4    Indikator Infrastruktur .....	20
2.1.3    Inovasi.....	21
2.1.3.1    Pengertian Inovasi .....	21

2.1.3.2	Jenis jenis inovasi.....	22
2.1.3.3	Strategi inovasi.....	23
2.1.3.4	Faktor pendukung keberhasilan inovasi.....	24
2.1.3.5	Indikator inovasi.....	25
2.1.4	Strategi pemasaran .....	26
2.1.4.1	Pengertian startegi pemasaran .....	26
2.1.4.2	Hubungan strategi pemasran UMKM.....	27
2.1.4.3	Analisis pasar .....	27
2.1.4.4	Menentukan pasar yang relevan .....	28
2.1.4.5	Segmentasi pasar .....	29
2.1.4.6	<i>Targeting</i> (penentuan target pasar).....	30
2.1.4.7	Evalusai segmen pasar.....	31
2.1.4.8	Indikator strategi pemasaran.....	33
2.1.5	Keberhasilan usaha.....	34
2.1.5.1	Pengertian Keberhasilan Usaha .....	34
2.1.5.2	Faktor yang mempengaruhi keberhasilan usaha .....	34
2.1.5.3	Indikator keberhasilan usaha .....	36
2.2	Penelitian yang relevan.....	36
2.3	kerangka berpikir.....	41
2.4	Hipotesis .....	42
BAB III .....		44
METODE PENELITIAN.....		44
3.1	Tempat Waktu Penelitian.....	44
3.1.1	Tempat Penelitian .....	44
3.1.2	Waktu Penelitian.....	44
3.2	Sumber dan Teknik Pengumpulan data .....	45
3.2.1	Sumber data.....	45
3.2.1.1	Data Primer .....	45
3.2.1.2	Data Skunder .....	46
3.2.2	Teknik Pengumpulan Data.....	46
3.3	Populasi, sample, dan sampling .....	47
3.3.1	Populasi.....	47
3.3.2	Sample.....	48
3.4	Rancangan penelitian.....	49



3.5	Variabel dan Definisi Operasional Variabel .....	50
3.5.1	Variabel .....	50
3.5.2	Definisi Operasional Variabel.....	50
3.6	Instrumen Penelitian.....	52
3.7	Uji Instrumen .....	53
3.7.1	Uji Validasi.....	54
3.7.2	Uji Realibilitas.....	54
3.8	Tehnik Analisis Data.....	55
3.8.1	Analisis Stasitik Deskriptif.....	55
3.9	Uji Asumsi Klasik .....	56
3.9.1	Uji Normalitas .....	56
3.9.2	Uji Multikolonieritas .....	56
3.9.3	Uji Heteroskesdasitas .....	57
3.10	Analisis Regresi Linier Berganda.....	57
3.10.1.	Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	59
3.10.2.	Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	59
3.11	Uji Hipotesis.....	60
3.11.1	Pengujian Simultan (Uji Statistik F).....	60
3.11.2	Pengujian Parsial (Uji Statistik t).....	61
4.1.	Hasil Penelitian.....	63
4.1.2.	Deskripsi Objek Penelitian .....	63
4.1.2.1.	Distribusi Penyebaran Kuesioner .....	63
4.1.1	Gambaran Umum Responden.....	63
4.2	Analisis Data .....	65
4.2.1	Uji Instrumen .....	65
4.2.1.1	Uji Validitas .....	65
4.1.1.1	Uji Reliabilitas .....	67
4.2.2	Analisis Deskriptif.....	68
4.1.2	Uji Asumsi Klasik .....	68
4.2.1.2	Uji Multikolinearitas.....	70
4.2.1.3	Uji Heteroskedastisitas .....	71
4.2.2	Analisis Regresi Linier Berganda.....	72
4.2.1.1	Analisis Koefisien Korelasi ( $r$ ) .....	74

4.2.1.2 Analisis Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	75
4.3 Uji Hipotesis Penelitian .....	75
4.3.1 Hasil Uji F (Uji Simultan) .....	76
4.3.2 Hasil Uji t ( Uji Parsial ).....	76
Hasil Uji t.....	77
4.3 Pembahasan Hasil Penelitian.....	81
4.3.1 Pengaruh Infrastruktur, Inovasi, Straregi Pemasaran Terhadap Keberhasilan UMKM Di Kambang Iwak di Palembang. ....	81
4.4.2. Pengaruh Infrastruktur terhadap Keberhasilan UMKM Di Kambang Iwak Palembang.....	82
4.4.3 Pengaruh Inovasi terhadap Keberhasilan UMKM di Kambang iwak Palembang. ....	82
4.4.4 Pengaruh Strategi Pemasaran terhadap Keberhasilan UMKM Di Kambang Iwak Palembang. ....	83
BAB V.....	84
KESIMPULAN DAN SARAN.....	84
5.1 Kesimpulan .....	84
5.2 Saran.....	85
DAFTAR PUSTAKA .....	86

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Penelitian yang relevan.....	37
Tabel 3.1	Waktu Penelitian.....	43
Tabel 3.2	Jumlah UMKM di Kambang Iwak di Paelmbang .....	46
Tabel 3.3	Variabel dan Definisi Operasional.....	50
Tabel 3.4	Tabel Skala Pengukuran Likert.....	52
Tabel 3.5	Interval koefisien .....	58
Tabel 4.1	Jenis Usaha Responden .....	63
Tabel 4.2	Usia Responden .....	64
Tabel 4.3	Tingkat Pendidikan Responden .....	64
Tabel 4.4	Jenis Kelamin Responden.....	65
Tabel 4.5	Uji Validitas .....	66
Tabel 4.6	Uji Reliabilitas.....	67
Tabel 4.7	Hasil Uji Statistik Deskriptif .....	68
Tabel 4.8	Uji Normalitas .....	69
Tabel 4.9	Uji Multikolinieritas .....	71
Tabel 4.10	Hasil Analisis Linier Berganda.....	73
Tabel 4.11	Hasil Analisis Koefisien Korelasi (r).....	74
Tabel 4.12	Hasil Analisis Koefisien Determinasii (R <sup>2</sup> ) .....	75
Tabel 4.13	Hasil Uji F (Uji Simultan) .....	76
Tabel 4.14	Hasil Uji t (Uji Parsial).....	77
Tabel 4.15	Tabel Perbandingan antara tHitung dan tTabel.....	77

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Jenis-Jenis Inovasi Menurut Oslo (2005).....	23
Gambar 2.1	Skema Kerangka Pemikiran .....	41
Gambar 4.1	Uji Normalitas .....	70
Gambar 4.2	Uji Heteroskedastisitas .....	72

## ABSTRAK

**RAFDINUBLI HERDISAPUTRA, Pengaruh Infrastruktur, Inovasi Dan Strategi Pemasaran Terhadap Keberhasilan UMKM Di Kambang Iwak Di Palembang (Dibawah bimbingan Ibu Dr. Ir. Hj. Yusro Hakimah, MM dan Bapak Herlan Junaidi, SE., M.P)**

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui Pengaruh Infrastruktur, Inovasi Dan Strategi Pemasaran Terhadap Keberhasilan UMKM Di Kambang Iwak Di Palembang Penentuan sampel menggunakan metode Random Sampling, yaitu berjumlah 45 orang responden pada seluruh konsumen UMKM Di Kambang Iwak Palembang. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner, serta teknik analisis data menggunakan metode analisis koefisien korelasi, determinasi, regresi linier berganda dan uji hipotesis secara parsial dan simultan.

Hasil penelitian Pengaruh Infrastruktur, Inovasi Dan Strategi Pemasaran Terhadap Keberhasilan UMKM Di Kambang Iwak Di Palembang dimana perhitungan dilakukan dengan bantuan SPSS versi 24.0 diperoleh dari hasil analisis regresi linier berganda yaitu  $Y=9,783+0,208X_1+0,218X_2+0,281X_3+e$  bahwa Pengaruh Infrastruktur, Inovasi Dan Strategi Pemasaran Terhadap Keberhasilan UMKM Di Kambang Iwak Di Palembang menjelaskan atau memiliki pengaruh terhadap Keberhasilan UMKM Di Kambang Iwak Di Palembang sebesar 0,536 atau sebesar 53,6% variabel Keberhasilan UMKM (Y) yang dipenuhi oleh Infrastruktur (X1), Inovasi (X2), dan Strategi Pemasaran (X3), sedangkan sisanya sebesar 47,4%, dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Hasil uji F menunjukkan adanya Infrastruktur, Inovasi Dan Strategi Pemasaran Terhadap Keberhasilan UMKM Di Kambang Iwak Di Palembang. Hasil uji t Infrastruktur berpengaruh terhadap Keberhasilan UMKM Di Kambang Iwak Di Palembang. Inovasi berpengaruh terhadap Keberhasilan UMKM Di Kambang Iwak Di Palembang, Strategi Pemasaran berpengaruh terhadap Keberhasilan UMKM Di Kambang Iwak Di Palembang,

*Kata kunci : Keberhasilan UMKM, Infrastruktur, Inovasi, Strategi Pemasaran.*

## **RIWAYAT HIDUP**

**RAFDINUBLI HERDISAPUTRA**, dilahirkan di Palembang, 28 Mei 2000 dari Ayah Musherri dan Ibu Diah Fitriani saya anak ketiga dari empat bersaudara. Sekolah Dasar diselesaikan pada tahun 2012 di SD Muhammadiyah Palembang, kemudian menyelesaikan Sekolah Menengah Pertama pada tahun 2015 di SMP Negeri 19 Palembang, selanjutnya Sekolah Menengah Atas diselesaikan pada tahun 2018 di SMA Negeri 01 Indralaya Utara. Pada tahun 2019 melanjutkan Pendidikan di Universitas Tridinanti Palembang dengan Program Studi Strata 1 Manajemen.

Palembang, Maret 2024

Rafdinubli Herdisaputra

## PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Rafdinubli Herdisaputra

Nomor pokok : 1901110245

Fakultas : Ekonomi

Jurusan : Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi ini telah ditulis dengan sungguh-sungguh dan tidak ada bagian yang merupakan penjiplakan karya orang lain.

Apabila dikemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, maka saya sanggup menerima sanksi berupa pembatalan skripsi dengan segala konsekuensinya.

Palembang, Maret 2024



Rafdinubli Herdisaputra

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Pada abad ke-21, kita menyaksikan transformasi ekonomi global yang cepat dan signifikan. Salah satu aspek yang paling mencolok adalah pertumbuhan dan perkembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) sebagai pilar utama dalam perekonomian. Latar belakang kewirausahaan dibidang UMKM mencerminkan perjalanan panjang dan perkembangan dinamis di sektor ini yang tidak hanya berdampak pada tingkat lokal, tetapi juga berkontribusi secara substansial pada tingkat nasional dan global.

Ebert & Griffin berpendapat bahwa bisnis kecil adalah bisnis yang independen, bukan bagian dari bisnis yang lebih besar dan tidak memiliki pengaruh besar bagi pasar. UMKM mencakup berbagai jenis bisnis, mulai dari usaha mikro dengan skala kecil hingga menengah, karakteristik utama UMKM melibatkan kepemilikan lokal, fleksibilitas, dan kontribusi pada penciptaan lapangan kerja.

UMKM memainkan peran penting dalam pembangunan ekonomi karena kontribusinya terhadap produk domestik bruto (PDB ) dan penciptaan lapangan kerja. Peningkatan konsumsi lokal dan distribusi pendapatan dapat dilihat sebagai dampak positif dari pertumbuhan UMKM. Revolusi digital telah membuka pintu bagi UMKM untuk tumbuh dan bersaing di pasar global. E-commerce, pemasaran



digital, dan teknologi informasi memberikan peluang baru untuk meningkatkan efisiensi dan akses ke pasar.

UMKM sering kali menjadi tulang punggung ekonomi lokal dan berkontribusi pada perkembangan masyarakat setempat, UMKM menghadapi sejumlah tantangan, termasuk akses terhadap modal, kurangnya keterampilan manajerial, dan persaingan yang semakin sengit.

Dengan berlakunya Undang-Undang No. 32 Tahun 2004, tentang Pemerintah Daerah, kewenangan daerah mempunyai otonomi untuk mengatur dan mengurus masyarakat setempat. Perubahan sistem ini akan mengalami implikasi terhadap pelaku bisnis kecil dan menengah berupa pungutan-pungutan baru yang dikenakan pada UMKM. Sebagaimana di kota Palembang, banyak pelaku UMKM yang menggebu di awal usahanya, tetapi seiring berjalannya waktu semakin menunjukkan penurunan gairah usaha. Hal ini dapat terjadi disebabkan oleh banyak faktor baik internal maupun eksternal. Faktor internal tersebut merupakan faktor yang melekat pada pelaku UMKM terutama bidang kuliner, meliputi diantaranya akses permodalan yang bersumber dari kekayaan pemilik usaha maupun pinjaman dari luar, kemampuan berwirausaha baik dari infrastruktur, inovasi, dan strategi pemasaran yang dilakukan. (kolbi, 2022, pp. 38-52)

Adapun faktor yang mempengaruhi UMKM yaitu Infrastruktur, karena infrastruktur merupakan salah satu penggerak perekonomian daerah, jika infrastrukturnya baik maka semua fasilitas yang mendukung seperti jalan, transportasi, pusat logistik, termasuk pasokan listrik dan sumber daya lainnya, dapat memudahkan distribusi dan mobilitas penduduk sebagai pelaku bisnis untuk

meningkatkan keberhasilan UMKM. Jika infrastruktur yang tidak memadai dan tidak memenuhi standar yang layak, maka dapat menyebabkan pertumbuhan ekonomi yang rendah dan kualitas tenaga kerja yang rendah yang dimana dapat menyebabkan kemunduran bagi pelaku bisnis UMKM.

Infrastruktur merujuk pada sekumpulan fasilitas fisik dan sistem yang dibangun atau diorganisir untuk mendukung berbagai kegiatan manusia terutama sebagai pelaku bisnis UMKM dan berwirausaha lainnya. Infrastruktur adalah dasar atau fondasi yang memungkinkan fungsi dan perkembangan ekonomi, sosial, dan lingkungan di suatu wilayah atau negara. Pentingnya infrastruktur dalam mendukung UMKM tidak hanya terletak pada aspek fisik, tetapi juga pada kemampuannya untuk menciptakan lingkungan yang mendukung pertumbuhan dan keberlanjutan bisnis UMKM. Oleh karena itu, pemerintah dan pihak terkait harus berinvestasi dalam pengembangan dan pemeliharaan infrastruktur yang memadai untuk meningkatkan potensi ekonomi suatu daerah. Infrastruktur yang baik tidak hanya memberikan manfaat jangka pendek dalam bentuk pertumbuhan ekonomi, tetapi juga berperan dalam meningkatkan kualitas hidup dan daya saing suatu wilayah dalam jangka panjang. (kolbi, 2022, pp. 38-52)

Dalam keberhasilan strategi pemasaran suatu usaha ekonomi yang dilakukan oleh UKM akan tergantung dari keberhasilan dalam penyediaan, pelaksanaan dan pengelolaan tenaga, modal, aktivitas produksi, administrasi, pemasaran, dan pengembangan produk yang sesuai dengan permintaan pasar. Dari semua faktor tersebut pemasaran merupakan unsur yang paling strategis. Sebab pemasaran merupakan sasaran akhir dari suatu usaha ekonomi yang akan

menentukan kelangsungan usaha ekonomi yang bersangkutan. suatu perusahaan dapat mencapai keberhasilan bila tiga kondisi dipenuhi, yaitu:

- a. Tujuan perusahaan dan kebijakan fungsi-fungsi manajemen (seperti produksi dan pemasaran) harus secara kolektif memperlihatkan posisi yang terkuat dipasar.
- b. Tujuan dan kebijaksanaan tersebut ditumbuhkan berdasarkan kekuatan perusahaan, serta diperbaharui terus (dinamis) sesuai dengan perubahan peluang dan ancaman lingkungan eksternal.
- c. Perusahaan harus memiliki dan menggali kompetensi khusus (*distinctive competency*) sebagai pendorong (*drivers*) untuk menjalankan perusahaan.

Hal ini bukan berarti yang lain tidak penting. Semua faktor tersebut di atas memang sangat menentukan keberhasilan suatu usaha. Namun demikian dari semua keberhasilan yang dilakukan oleh kegiatan-kegiatan tersebut menjadi tidak ada artinya jika pada akhirnya produk tersebut tidak dapat dijual. Bagaimanapun juga tujuan akhir dari suatu usaha ekonomi adalah menjual barang atau jasa yang memberikan keuntungan sedemikian rupa sehingga dapat digunakan untuk mengembangkan usaha lebih lanjut. Dalam pemasaran juga hendaknya selalu diingat bahwa barang dan jasa yang akan ditawarkan tidak semata dilihat dari nilai penggunaannya oleh pembeli. Demikian kompleksnya variabel-variabel yang mempengaruhi usaha pemasaran, maka promosi untuk mendukung pemasaran UMKM dan produknya tidak mungkin hanya dilakukan dengan satu cara atau pendekatan saja. Perlu dikembangkan suatu upaya promosi yang menyeluruh dan

terpadu, yang mampu meningkatkan citra, identitas, dan daya saing UMKM dan produknya, serta menciptakan kebutuhan yang penuh terhadap produk UMKM . Dengan promosi yang bervariasi diduga tingkat penjualan meningkat dan dapat membuat usaha menjadi lebih berkembang.

Pembangunan ekonomi nasional bukan hanya tanggung jawab pemerintah, namun merupakan tanggung jawab bersama. Masyarakat adalah pelaku utama pembangunan dan pemerintah punya andil besar dalam hal untuk dapat mengarahkan, membimbing dan menciptakan fasilitas penunjang. Semakin sempitnya lapangan kerja merupakan penyelesaian yang tidak bisa ditunda-tunda lagi, karena penduduk merupakan aset berharga bagi bangsa dan negara. Pertumbuhan masyarakat visual mandiri merupakan alternatif jitu untuk memecahnya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa modal usaha mempunyai pengaruh yang paling dominan, Oleh karena itu, UMKM memerlukan kemudahan untuk mendapatkan modal. Besar kecilnya modal akan mempengaruhi terhadap perkembangan usaha dalam pencapaian pendapatan. Sementara itu, strategi pemasaran meliputi strategi tentang unsur-unsur atau variabel-variabel dalam bauran pemasaran yang merupakan interaksi empat variabel utama dalam sistem pemasaran, yaitu produk/jasa, harga, distribusi dan promosi, Dengan demikian, jika pelaku usaha telah memiliki modal yang cukup dan strategi pemasaran yang baik, maka usaha tersebut dengan sendirinya tujuan yang hendak dicapai akan terpenuhi. (juwita, 2015, pp. 60-74)

Salah satu kendala yang dihadapi para UMKM di Kambang Iwak di Palembang yaitu kurang adanya pemahaman dan belum memanfaatkan adanya

*Intellectual capital* dengan baik. Di samping itu para UMKM juga belum memperhatikan *human capital*, *customer capital*, dan *structural capital*. Sedangkan hal itu merupakan elemen perkembangan *intellectual capital* UMKM. Jika UMKM tersebut mengacu pada manajemen yang berbasis pengetahuan maka UMKM di Kambang Iwak di Palembang mampu bersaing dengan keunggulan kompetitif yang diperoleh oleh inovasi yang dihasilkan oleh *intellectual capital* yang dimiliki oleh para UMKM. Semakin banyak persaingan dan banyak permintaan maka para usaha sebisa mungkin mampu memenuhi permintaan konsumen dengan inovasi baru.

Namun ada kondisi dimana perekonomian Indonesia menjadi tidak stabil, kondisi seperti ini tak sedikit para UMKM gulung tikar, seperti disaat terjadinya wabah COVID-19 karena adanya sistem *lockdown* dari pemerintah. Selain itu kualitas SDM yang masih rendah berupa minimnya pengetahuan dan kompetensi yang mengakibatkan rendahnya produktivitas dan kreativitas dalam berwirausaha. Oleh karena itu para UMKM harus memahami dan mengetahui *human capital*, *customer capital*, dan *structural capital*. Sehingga ide-ide kreatif untuk menciptakan sebuah inovasi produk dapat meningkatkan keberhasilan UMKM. Berdasarkan proposal di atas, peneliti bermaksud untuk menganalisa sejauh mana pengaruh infrastruktur, inovasi, strategi pemasaran terhadap keberhasilan UMKM. (Supriyadi, 2022) Oleh karena itu peneliti mengajukan proposal penelitian yang berjudul **PENGARUH INFRASTRUKTUR, INOVASI, STRATEGI PEMASARAN TERHADAP KEBERHASILAN UMKM DI KAMBANG IWAK DI PALEMBANG.**

## **1.2 Rumusan masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang pada uraian diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Bagaimanakah Pengaruh Infrastruktur, inovasi dan, strategi pemasaran secara simultan terhadap keberhasilan UMKM di Kambang Iwak di Palembang.
- b. Bagaimanakah pengaruh infrastruktur secara parsial terhadap keberhasilan UMKM di Kambang Iwak di Palembang.
- c. Bagaimanakah pengaruh inovasi secara pasial terhadap keberhasilan UMKM di Kamabang Iwak di Palembang.
- d. Bagaimanakah pengaruh strategi pemasaran secara parsial terhadap keberhsilan UMKM di Kambang Iwak di Palembang.

## **1.3 Tujuan penelitian**

Adapun tujuan penelitian sebagai brikut:

- a. Untuk mengetahui pengaruh infrastruktur, inovasi, strategi pemasaran secara simultan terhadap keberhasilan UMKM di Kambang Iwak di Palembang.
- b. Untuk mengetahui pengaruh infrastruktur secara parsial terhadap keberhasilan UMKM di Kambang Iwak di Palembang.
- c. Untuk mengetahui pengaruh inovasi secara parsial terhadap keberhasilan UMKM di Kambang Iwak di Palembang.
- d. Untuk mengetahui pengaruh strategi pemasaran secara parsial terhadap keberhasilan UMKM di Kambang Iwak di Palembang.

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

1. Bagi pihak Universitas Tridianti Palembang

Penelitian diharapkan dapat menjadikan masukan bagi pihak Universitas Tridianti khususnya Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis dalam mengembangkan kurikulum atau mata kuliah yang lebih baik terutama berhubungan dengan kewirausahaan dimasa mendatang.

2. Bagi Penulis

Menambah wawasan dan pengetahuan tentang hal-hal yang dapat meningkatkan minat dalam berwirausaha.

3. Bagi Pihak Akademik

Diharapkan penelitian ini dapat memberikan manfaat, motivasi dan berguna sebagai bahan referensi, sumber informasi, dan bahan pertimbangan bagi penelitian yang serupa dimasa yang akan datang.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adif, R. M. (2021). Pembangunan Infrastruktur Jalan terhadap Pertumbuhan Ekonomi UMKM di Bukit Gado-Gado Kota Padang. *urnal Informatika Ekonomi Bisnis*, 161-166.
- Awaludin, C. (2023). DAMPAK PERBAIKAN JALAN TERHADAP UMKM PEDAGANG KAKI LIMA; STUDI KASUS PEDAGANG KAKI LIMA DESA CIKEMBAR KABUPATEN SUKABUMI. *MANAGEMENT: Journal of Global Business, Management and Economics 1.1* , 13-18.
- Diansari, R. E. (2020). "Faktor keberhasilan usaha pada UMKM industri sandang dan kulit di Kecamatan Wirobrajan Kota Yogyakarta.". *Journal of Business and Information System (e-ISSN: 2685-2543) 2.1*, 55-62.
- Elwisam, E. a. (2019). "Penerapan strategi pemasaran, inovasi produk kreatif dan orientasi pasar untuk meningkatkan kinerja pemasaran UMKM. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT 4.2*, 277-286.
- Gultom, R. Z. (2020). "Pembangunan infrastruktur dalam Islam: Tinjauan ekonomi dan sosial. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam 6.2*, 203-211.
- Hidayat, A. S. (2022). Peran Umkm (Usaha, Mikro, Kecil, Menengah) Dalam Pembangunan Ekonomi Nasional. *Jurnal Inovasi Penelitian 3.6*, 6707-6714.
- Indriyatni, L. (2013). "Analisis faktor faktor yang berpengaruh terhadap keberhasilan usaha mikro dan kecil (studi pada usaha kecil di Semarang Barat)". *None 5.1*, 54-70.
- juwita, I. A. (2015). Strategi Pemasaran Museum Wayang Kekayon Yogyakarta Dalam Meningkatkan Jumlah Jurnal Tata Kelola Seni 60 PENGUNJUNG. *Jurnal Tata Kelola Seni* , 60-74.
- Kara, M. (2013). Kontribusi Pembiayaan Perbankan Syariah Terhadap Pengembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Di Kota Makasar. *Asy-Syir'ah: Jurnal Ilmu Syari'ah dan Hukum*, 270-299.



- kolbi, Z. m. (2022). DAMPAK PEMBANGUNAN INFRASTRUKTUR TERHADAP PERKEMBANGAN USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH DALAM PRESPEKTIF EKONOMI ISLAM. *DAMPAK PEMBANGUNAN INFRASTRUKTUR TERHADAP UMKM*, 38-52.
- Lai, A. a. (2023). Pengaruh pengetahuan kewirausahaan, kreativitas, dan inovasi terhadap keberhasilan UMKM kedai kopi. *urnal Manajerial Dan Kewirausahaan* 5.3, 576-584.
- Mardikaningsih, R. (2023). STRATEGI INOVASI DAN PEMASARAN MEDIA SOSIAL UNTUK MENINGKATKAN KEUNGGULAN KOMPETITIF UMKM DI KOTA SURABAYA. *urnal Baruna Horizon* 6.2, 58-67.
- Rozikin, M. W. (2020). Kolaborasi dan E-Literacy: Kunci Keberhasilan Inovasi E-Government Pemerintah Daerah. *urnal Borneo Administrator* 16.1, 61-80.
- Sedyastuti, K. (2018). Analisis pemberdayaan UMKM dan peningkatan daya saing dalam kancan pasar global. *NOBIS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia* 2.1, 117-127.
- Suci, Y. R. (2017). PERKEMBANGAN UMKM (USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH) DI INDONESIA. *jurnal ilmiah cano ekonomos*, 51-58.
- Suhaeni, T. (2018). Pengaruh Strategi Inovasi Terhadap Keunggulan Bersaing di Industri Kreatif (Studi Kasus UMKM Bidang Kerajinan Tangan di Kota Bandung). *urnal Riset Bisnis dan Investasi* 4.1, 57-74.
- Sulistyowati, E. a. (2016). "Faktor-faktor penentu keberhasilan usaha kecil dan menengah (UKM) Di Kota Yogyakarta." *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, Dan Entrepreneurship* 6.1, 24-36.
- Sumari, S. a. (2022). Karakteristik Kewirausahaan, Strategi Pemasaran dan Modal Usaha terhadap Keberhasilan Usaha (Studi UMKM Kuliner Wilayah Kecamatan Tanjung Priok-Jakarta Utara). *IKRAITH-EKONOMIKA* 5.3 , 304-314.
- Supriyadi, D. (2022). Pelatihan Kewirausahaan Bagi Umkm Bidang Pertanian: Kreativitas Dan Inovasi Dalam Usaha Pertanian. *E-Coops-Day*, 75-80.

- Suriani, S. a. (2015). Pengaruh Pembangunan Infrastruktur Dasar Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Di Indonesia. *ECOsains: Jurnal ilmiah ekonomi dan pembangunan 4.1*, 1-18.
- Wibowo, D. H. (2015). "Analisis strategi pemasaran untuk meningkatkan daya saing UMKM (Studi pada Batik Diajeng Solo). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) 29.1*, 59-66.
- Wibowo, D. H. (2015). Analisis strategi pemasaran untuk meningkatkan daya saing UMKM (Studi pada Batik Diajeng Solo). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) 29.1* , 59-66.