KAMPUS AKADEMIK PUBLISING
Jurnal Akademik Ekonomi Dan Manajemen
Vol.2, No.3 September 2025
e-ISSN: 3062-7974; p-ISSN: 3062-9586, Hal 1015-1025
DOI: https://doi.org/10.61722/jaem.v2i3.6601

Pengaruh Digital Marketing Dan Inovasi Produk Tehadap Keberhasilan Kewirausahaan (Studi Kasus Umkm Bungo Tanjung Desa Rambutan Masam Kecamatan Muara Tembesi)

Mira Syilvia Putri
Universitas Islam Batanghari
Zilawati
Universitas Islam Batanghari
Korespondensi penulis: silvirealme22@gmail.com

Abstrack *Entrepreneurial success is a condition where a person is able to achieve success in business with entrepreneurship in an entrepreneur The development of small and medium enterprises is expected to be better because of the increasing openness of business opportunities and the consolidation among smes in overcoming limited access to capital especially in the current era, namely the era of gen Z and the influence of technology, various challenges are faced by smes. Therefore, smes must have a high entrepreneurial spirit in order to compete with other smes. smes struggle to survive with various challenges Based on the theory and understanding of digital marketing, it can be formulated in synthesis that digital marketing is a marketing strategy and product or brand promotion in a business using digital media.*
Kata kunci : Smes, Business, Product

Abstrak Keberhasilan berwirausaha merupakan suatu kondisi dimana seorang mampu meraih keberhasilan dalam berbisnis dengan jiwa kewirausahaan dalam diri seorang wirausahawan pengembangan usaha kecil menengah diharapkan akan semakin baik karena semakin terbukanya peluang usaha serta adanya konsulidasi antara ukm dalam mengatasi keterbatasan akses permodalan terlebih pada era saat ini yait era gen Z dan pengaruh teknologi berbagai tantangan dihadapi oleh ukm. Oleh karena itu ukm harus memiliki jiwa kewirausahaan yang tinggi agar dapat bersaing dengan ukm lainya. Ukm berjuang untuk bertahan dengan berbagai tantangan. Berdasarkan teori dan pemahaman tentang pemasaran digital maka dapat dirumuskan secara sintesis bahwa pemasaran digital merupakan suatu strategi pemasaran dan promosi produk merek suatu bisnis dengan menggunakan media digital
Kata kunci : Ukm, Usaha, Produk

PENDAHULUAN

Perekonomian di Indonesia di dukung oleh peran dari Umkm. Peran Umkm saat ini dipandang sangat penting yaitu sebagai pembangunan ekonomi. Selain sebagai pembangunan Ekonomi peran lain dari Umkm yaitu dapat memperbaiki kesejahteraan sosial. Umkm yang banyak dijumpai pada masyarakat Muara Tembesi salah satu nya adalah usaha Bungo Tanjung. Usaha Bungo Tanjung adalah usaha rumahan yang menjual jajanan seperti keripik singkong, keripik tempe, brownis ikan patin dan masih banyak lagi. Pelaku UMKM yang ada di desa Rambutan Masam ini baru sedikit dan yang berkembang cukup besar adalah usaha Bungo Tanjung ini.

Adapun kaitan antara keberhasilan kewirausahaan dengan inovasi produk adalah sebuah ide atau kreativitas seorang wirausahawan dalam menciptakan produk-produk yang baru dan unik serta tentunya enak untuk menarik minat beli konsumen akan produk tersebut sehingga meningkatkan keberhasilan usaha nya. Inovasi produk merupakan salah

Received Juli 29, 2025; Revised Agustus 22, 2025; September 18, 2025
* Mira Syilvia Putri, silvirealme22@gmail.com

satu strategi kewirausahaan dalam mengembangkan usaha nya dengan menciptakan cita rasa yang jarang dipakai oleh penjual lain atau pun belum sama sekali.

Dalam usaha yang digeluti oleh pemilik Umkm Bungo Tanjung ini masih bisa menciptakan produk-produk yang unik dari bahan disekitar, karena dimana tempatnya bisa disebut cukup mudah dalam mendapatkan bahan-bahan dengan mudah. *Grand tour* pada Usaha Bungo Tanjung berdiri sejak tahun 2020, didirikan oleh seorang ibu rumah tangga yang bernama Ratna Sari. Awal mula usaha ini masih dalam skala lingkungan yang kecil hanya dititipkan di warung-warung terdekat, namun setelah berselang beberapa lama ia juga menerima pesanan melalui media WhatsApp dan Facebook. Namun, dalam usahanya belum memasarkannya dalam pasar yang besar.

Oleh sebab itu diperlukan adanya penelitian yang jelas terhadap sistem marketing yang dijalankan maupun produk yang ada. Pengaruh digital marketing serta inovasi yang dilakukan pada produk bisa menimbulkan keuntungan serta kerugian jika strategi yang digunakan tidak tepat sasaran. Oleh karena itu secara keseluruhan digital marketing merupakan satu elemen yang mempengaruhi rantai pemasaran terhadap produk yang akan dipasarkan. Dengan mudahnya menggunakan sistem marketing tersebut maka akan membuat sebuah produk menjangkau pasar yang luas selain itu produk dapat dikenal luas oleh masyarakat secara tidak langsung akan menciptakan sebuah pendapatan yang menguntungkan.[1]

KAJIAN TEORITIS

Dalam kajian teoritis kewirausahaan merupakan bahwa dimana seseorang mampu mencapai sebuah kesuksesan dalam usaha dengan adanya kewirausahaan dalam diri seorang wirausaha. Setiap usaha pasti akan berhasil dengan adanya sifat kewirausahaan dan juga strategi dalam setiap inovasi pada produk usahanya. Kata kewirausahaan berasal dari terjemahan *enterpreneurship* yang dapat diartikan secara harafiah syaraf pusat perekonomian. Oleh karena itu kewirausahaan diartikan sebagai *he back bone of economy* bahkan ada yang mengartikan juga sebagai *toil bone of economy* atau pengendali perekonomian suatu bangsa atau negara.[2]

Seseorang yang memiliki karakter wirausaha selalu tidak puas dengan apa yang telah diciptakannya. Wirausaha adalah orang yang terampil memanfaatkan peluang dalam mengembangkan usahanya dengan tujuan untuk meningkatkan kehidupannya kewirausahaan ini merupakan gabungan dari kreatifitas, keinovasian, dan keberanian menghadapi resiko yang dilakukan dengan cara kerja keras untuk membentuk dan memelihara usaha baru. Seorang wirausahawan tidak hanya dapat berencana, berkata-kata tetapi juga berbuat, merealisasikan rencana-rencana dalam pikirannya kedalam suatu tindakan yang berorientasi pada kesuksesan. Maka dibutuhkan kreativitas yaitu pola pikir

[1]Susanti, Diah Ayu, and Nanik Ermawati. "*Pengaruh Motivasi Dan Kreativitas Terhadap Keberhasilan kewirausahaan Usaha Mikro Kecil Menengah (Umkm)(Studi Kasus Umkm Jenang Kudus)*." Prosiding Penelitian Seminar Nasional seri. Vol. 6. 2016.

[2]Abdul Manap, *Manajemen kewirausahaan (era digital)* (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2020), hal. 5

tentang sesuatu yang baru, serta inovasi yaitu tindakan dalam melakukan sesuatu yang baru. Menurut Soeparman Soemahamidjaja, dalam bukunya Muh Yunus berpendapat, sifat-sifat wirausahawan pun dimiliki oleh seorang yang bukan wirausahawan.

Wirausahawan mencakup semua aspek pekerjaan, baik karyawan swasta maupun pemerintah. Dikuatkan oleh Prawirokusumo, wirausahawan adalah mereka yang melakukan upaya-upaya kreatif dan inovatif dengan jalan mengembangkan ide, dan meramu sumber daya untuk menemukan peluang *opportunity* dan perbaikan *preparation* hidup. Jiwa kreatif, inovatif dan kewirausahaan merupakan suatu kemampuan yang sangat berarti dalam proses kehidupan manusia. Oleh karena itu, sifat-sifat tersebut sangat penting dimiliki oleh warga sekolah yang ingin menjadikan sekolahnya sebagai sekolah yang efektif. Mulyasa menegaskan bahwa dengan sifat-sifat kewirausahaan tersebut diharapkan dapat mengatasi pengangguran dan lulusan lulusan pendidikan yang kurang produktif. Karakter kewirausahaan ada pada setiap orang yang menyukai perubahan, pembaharuan, kemajuan dan tantangan apapun profesinya.[3]

Keberhasilan usaha juga bisa dimiliki apabila pelaku usaha dapat merencanakan dan menganggarkan dana yang dimiliki untuk memaksimalkan strategi pemasaran, bertindak secara cepat dan tepat untuk mendeteksi perubahan lingkungan, menciptakan produk yang berkualitas, menari, serta inovatif guna mempertahankan hubungan baik terhadap pelanggan, dan menguasai pangsa pasar. Keberhasilan kewirausahaan juga mempunyai faktor penting bagi pelaku usaha.

Pelaku usaha harus mempunyai keterampilan usaha dan pengalaman usaha. Oleh karena itu, kedua faktor yang dapat mempengaruhi keberhasilan kewirausahaan tersebut akan di teliti dalam penelitian ini. faktor keberhasilan usaha terhadap faktor-faktor yang mendorong keberhasilan usaha. Menurut Kottler, Pemasaran merupakan salah satu kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan dalam usaha untuk mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan. Pemasaran mempunyai arti penting karena keberhasilan suatu perusahaan dalam mencapai tujuan tergantung pada berhasil atau tidaknya seorang manajer pemasaran dalam memahami keinginan dan kebutuhan konsumen. Dengan demikian konsumen bisa puas dengan hasil produksi serta pelayanan yang diberikan.[4]

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Metode kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu. Teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengann tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.[5]

---

[3]Roli Fola Cahya Hartawan, *Kepemimpinan Kepala Sekolah Optimalisasi Kompetensi Kewirausahaan Siswa* (Malang: Literasi Nusantara Abadi, 2022), hal.48

[4]Philip Kottler, *Manajemen Pemasaran Analisis, Perencanaan, Implementasi, Dan Kontrol* (Jakarta: Prehallondo, 2021), hal. 125.

[5]Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Cet-25* (Bandung: Alfabeta, 2017), hal. 14.

Menurut Sugiono bahwa penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang berdasarkan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menggambarkan dan menguji hipotesis yang telah ditetapkan.[6] Hal ini berdasarkan pada tujuan penelitain yaitu akan mencari besarnya pengaruh langsung dan pengaruh tidak langsung dari variabel pengukuran Pengaruh digital marketing dan inovasi produk terhadap keberhasilan kewirausahaan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah Studi kasus Umkm Bungo Tanjung Desa Rambutan masam Kecamatan Muara Tembesi.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Seorang wirausahawan dalam menjalankan bisnisnya harus memiliki jiwa yang tangguh. Ketika seorang wirausahawan tersebut ingin tetap eksis dalam dunia bisnis maka wirausahawan tersebut harus memiliki sumber daya yang tangguh. Keinginan wirausaha untuk mengembangkan usaha semaksimal mungkin ini lebih dikenal dengan keberhasilan kewirausahaan. Setiap usaha atau bisnis pasti ingin mendapatkan keberhasilan, suatu bisnis dikatakan berhasil apabila mendapatkan laba, walaupun laba bukan merupakan satu satunya aspek yang dinilai dari keberhasilan Sebuah usaha, tetapi alasan laba Menjadi faktor yang penting adalah karena laba merupakan tujuan dari Orang yang melakukan bisnis. Jika terjadi penurunan atau ketidakstabilan laba, maka perusahaan akan kesulitan untuk mengoperasikan kegiatan usahanya dan menjaga ketahanan usahanya.[7]

Perkembangan usaha kecil menengah diperkirakan lebih baik karena makin terbukanya kesempatan berusaha serta adanya konsolidasi di kalangan Ukm dalam mengatasi keterbatasan akses permodalan.[8] Hubungan Sejak krisis keuangan sektor Ukm tetap bisa berjalan meskipun tidak didukung kebijakan yang tepat dari pemerintah maupun kredit perbankan. Justru dalam keadaan sulit seperti itu Ukm belajar bagaimana menciptakan peluang-peluang baru termasuk mengatasi keterbatasan modal dengan cara sharing sesama pengusaha dengan pola bagi hasil.

Apalagi pada zaman saat ini yaitu era gen Z dan pengaruh teknologi, Berbagai tantangan dihadapi oleh Umkm. Oleh karena itu Umkm harus memiliki jiwa kewirausahaan yang tinggi supaya bisa bersaing dengan Umkm yang lain. Umkm berjuang untuk bisa bertahan hidup dengan berbagai tantangan tersebut.[9] Suatu bisnis disebut sukses jika berhasil mendapatkan, mempertahankan, dan menumbuhkan pelanggan. Pelanggan merupakan satu satunya alasan sebuah perusahaan membangun pabrik, memperkerjakan karyawan, menjadwalkan rapat, membuat jalur serat optic, atau

[6]Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Bandung: Alfabeta, 2018), hal. 15.

[7]Fitria Lestari, *Pengaruh Jiwa Kewirausahaan Dan Kreativitas Terhadap Keberhasilan Usaha Pada Sentra Industri Rajutan Binong Jati* (Bandung." Available at elib. Unikom. Ac. Id 8 2015), hal. 14-27.

[8]Mudrajad, Kuncoro. *Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi* (Jakarta: Erlangga, 2014), hal. 129

[9]Susanti, Diah Ayu, and Nanik Ermawati. "*Pengaruh Motivasi Dan Kreativitas Terhadap Keberhasilan kewirausahaan Usaha Mikro Kecil Menengah (Umkm)(Studi Kasus Umkm Jenang Kudus)*." Prosiding Penelitian Seminar Nasional seri. Vol. 6. 2016.

melibatkan diri dalam aktivitas bisnis apapun. Tanpa konsumen kita tidak akan mempunyai bisnis. Karna konsumen adalah pusat laba bagi sebuah perusahaan yang akan memberikan peningkatan pendapatan yang diperoleh maka sudah seharusnya perusahaan memberikan yang terbaik bagi setiap konsumennya.[10]

Adapun kaitan antara keberhasilan kewirausahaan dengan inovasi produk adalah sebuah ide atau kreativitas seorang wirausahawan dalam menciptakan produk-produk yang baru dan unik serta tentunya enak untuk menarik minat beli konsumen akan produk tersebut sehingga meningkatkan keberhasilan usaha nya. Inovasi produk merupakan salah satu strategi kewirausahaan dalam mengembangkan usaha nya dengan menciptakan cita rasa yang jarang dipakai oleh penjual lain atau pun belum sama sekali, itu pastinya akan menjadi terobosan akan usahanya.

Dalam usaha yang digeluti oleh pemilik Umkm Bungo Tanjung ini masih bisa menciptakan produk-produk yang unik dari bahan disekitar, karena dimana tempatnya bisa disebut cukup mudah dalam mendapatkan bahan-bahan dengan mudah. *Grand tour* pada Usaha Bungo Tanjung berdiri sejak tahun 2020, didirikan oleh seorang ibu rumah tangga yang bernama Ratna Sari. Awal mula usaha ini masih dalam skala lingkungan yang kecil hanya dititipkan di warung-warung terdekat, namun setelah berselang beberapa lama ia juga menerima pesanan melalui media WhatsApp dan Facebook. Usaha ini terus berkembang hingga mendapat perizinan dinkes, P-Irt, NIB, sertifikat halal, sehingga sekarang pemasarannya meluas hingga ke pasar-pasar tradisional. Nama Bungo tanjung di pilih Ratna Sari sebagai nama usahanya dikarenakan Ratna Sari ingin masyarakat lebih mudah mengingatnya karna lokasi usaha yang berada di Tanjung pasir, Desa Rambutan masam.[11] Namun dalam usahanya belum memasarkannya dalam pasar yang besar. Oleh sebab itu diperlukan adanya penelitian yang jelas terhadap sistem marketing yang dijalankan maupun produk yang ada. Pengaruh digital marketing serta inovasi yang dilakukan pada produk bisa menimbulkan keuntungan serta kerugian jika strategi yang digunakan tidak tepat sasaran. Oleh karena itu secara keseluruhan digital marketing merupakan satu elemen yang mempengaruhi rantai pemasaran terhadap produk yang akan dipasarkan. Dengan mudahnya menggunakan sistem marketing tersebut maka akan membuat sebuah produk menjangkau pasar yang luas selain itu produk dapat dikenal luas oleh masyarakat secara tidak langsung akan menciptakan sebuah pendapatan yang menguntungkan.[12]

Menurut Soeparman Soemahamidjaja, dalam bukunya Muh Yunus berpendapat, sifat-sifat wirausahawan pun dimiliki oleh seorang yang bukan wirausahawan. Wirausahawan mencakup semua aspek pekerjaan, baik karyawan swasta maupun pemerintah. Dikuatkan oleh Prawirokusumo, wirausahawan adalah mereka yang melakukan upaya-upaya kreatif dan inovatif dengan jalan mengembangkan ide, dan meramu sumberdaya untuk menemukan peluang *opportunity* dan perbaikan *preparation* hidup. Jiwa kreatif, inovatif dan kewirausahaan merupakan suatu kemampuan yang

[10]*Ibid.,* hal. 195
[11]Observasi, Tanggal 01 Maret 2024
[12]Adella Putri, *Op.Cit.,* hal. 194-208.

sangat berarti dalam proses kehidupan manusia. Oleh karena itu, sifat-sifat tersebut sangat penting dimiliki oleh warga sekolah yang ingin menjadikan sekolahnya sebagai sekolah yang efektif. Mulyasa menegaskan bahwa dengan sifat-sifat kewirausahaan tersebut diharapkan dapat mengatasi pengangguran dan lulusan lulusan pendidikan yang kurang produktif. Karakter kewirausahaan ada pada setiap orang yang menyukai perubahan, pembaharuan, kemajuan dan tantangan apapun profesinya.[13]

Pengertian menurut para ahli lain disampaikan oleh Bastian yang mengemukakan bahwa kewirausahaan bisa dihasilkan dari *learning by doing*, juga dari semangat mengambil risiko tanpa takut, bukan lewat pendidikan khusus kewirausahaan atau manajemen. Sedangkan keberhasilan kewirausahaan menurut pendapat Irawan dan Mulyadi adalah seorang wirausaha yang berhasil membuat usaha yang dirintisnya berhasil ialah seseorang yang meningkatkan sumber daya yang tersedia, visi dan misi yang mampu diwujudkan, tingkat pendapatan yang meningkat, produktivitas usaha yang berkembang, citra yang baik dari pelanggan dan mampu bersaing dengan pelaku usaha lainnya. Jadi, dapat di simpulkan bahwa keberhasilan kewirausahaan bisa dimiliki oleh pelaku usaha jika memiliki semua faktor personal yang sudah dijabarkan sebelumnya dan dilihat dari tingkat pendapatan usaha itu sendiri.[14] Digital marketing juga dapat berperan dalam menjangkau konsumen secara tepat waktu, pribadi dan relevan. Tipe pemasaran digital mencakup banyak teknik dan praktik yang terkandung dalam kategori pemasaran internet. Pemasaran digital turut menggabungkan faktor psikologis, humanis, antropologi dan teknologi yang akan menjadi media baru dengan kapasitas besar, interaktif, dan multimedia. Hasil dari era baru berupa interaksi antara produsen, perantara pasar dan konsumen. Pemasaran melalui digital sedang diperluas untuk mendukung pelayanan prusahaan dan keterlibatan dari konsumen.[15]

Peran digital marketing dalam aktivitas pemasaran suatu perusahaan adalah agar calon customer tertarik pada penawaran yang ditawarkan. Bisa berupa iklan, brosur onnline dan lain sebagainya. Menjadikan perusahaannya mudah dijangkau oleh pelanggan dengan hadir di media-media dengan akses langsung ke pelanggan merupakan inti dari digital marketing. Inilah sesungguhnya pendekatan horizontal. Ketika pemasar dan pelanggan berada di garis yang sama, keduanya dapat saling menjangkau, kepuasan pelanggan akan pelayanan dapat terpenuhi, karena customer memang harus dilayani secara horizontal.

Adapun yang menjadi indikator dari digital marketing yaitu sebagai berikut.
Transcation/cost transcationl cost merupakan salah satu teknik promosi yang memiliki tingkat efisiensi yang tinggi sehingga dapat menekan biaya dan waktu transaksi.

[13]Roli Fola Cahya Hartawan, *Kepemimpinan Kepala Sekolah Optimalisasi Kompetensi Kewirausahaan Siswa* (Malang: Literasi Nusantara Abadi, 2022), hal.48
[14]Mulyadi, I. *Untuk Menganalisis Keterampilan Wirausaha Terhadap Keberhasilan Usaha*. (Jakarta: Journal of business management and enterpreneurhip education, Volume 1, 2019), hal. 111
[15]Yoyo Sudaryo, *Digital Marketing Dan Fintech Di Indonesia* (Yogyakarta: Penerbit Andi, 2020), hal.18

a. *Incentive Program Incentive* program merupakan program yang menarik tertentu menjadi keunggulan dalam setiap promosi yang dilakukan. Program ini juga diharapkan agar dapat memberikan nilai yang lebih kepada perusahaan
b. *Site design* merupakan tampilan menarik dalam media digital marketing yang dapat memberikan nilai positif bagi perusahaan.
c. I*nteracative* merupakan hubungan dua arah antara pihak perusahaan dengan konsumen yang dapat memberikan info dan dapat diterima dengan baik dan jelas.[16] M

Pemasaran Pemasaran dalam Islam adalah bentuk muamalah yang dibenarkan dalam Islam, sepanjang dalam segala proses transaksinya terpelihara dari hal-hal terlarang oleh ketentuan syariah.[17] Tingkat persaingan dalam dunia bisnis menuntut setiap pemasar untuk mampu melaksanakan kegiatan pemasarannya dengan lebih efektif dan efisien. Kegiatan pemasaran tersebut membutuhkan sebuah konsep pemasaran yang mendasar sesuai dengan kepentingan pemasar dan kebutuhan serta keinginan pelanggan. Dalam hal ini, pemasaran islami memiliki posisi yang sangat strategis.

Pemasaran islami merupakan sebuah disiplin bisnis strategis yang mengarahkan proses penciptaan, penawaran, dan perubahan *values* nilai dari satu inisiator pemrakarsa kepada stakeholders-nya, yang dalam keseluruhan prosesnya sesuai dengan akad serta prinsip prinsip Islam dan muamalah dalam Islam.[18]

Dalam surah An-nisa ayat 29 menjelaskan tentang pemasaran yang mana bunyi nya, sebagai berikut :

يَٰٓأَيُّهَا ٱلَّذِينَ ءَامَنُواْ لَا تَأۡكُلُوٓاْ أَمۡوَٰلَكُم بَيۡنَكُم بِٱلۡبَٰطِلِ إِلَّآ أَن تَكُونَ تِجَٰرَةً عَن تَرَاضٖ مِّنكُمۡۚ وَلَا تَقۡتُلُوٓاْ أَنفُسَكُمۡۚ إِنَّ ٱللَّهَ كَانَ بِكُمۡ رَحِيمٗا ٢٩ [سورة النساء,٢٩]

Artinya: Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu. (Q.S An Nisa: 29)[19]

Mencari harta dibolehkan dengan cara berniaga atau berjual beli dengan dasar kerelaan kedua belah pihak tanpa suatu paksaan. Karena jual beli yang dilakukan secara paksa tidak sah walaupun ada bayaran atau penggantinya. Dalam upaya mendapatkan kekayaan tidak boleh ada unsur zalim kepada orang lain, baik individu atau masyarakat.

---

[16]Daniel Laksana dan Diah Dharmayanti, *Pengaruh Digital Marketing Terhadap Organizational Performance Dengan Intellectual Capital dan Perceived Quality Sebagai Variabel Intervening Pada Industri Hotel Bintang Empat Di Jawa Timur, Jurnal Manajemen Pemasaran* (Jawa Timur: Jurnal Ekonomi, 2018), hal.13.

[17]Hermawan Kertajaya dan Muhammad Syakir Sula, *Syariaah Markting* (Bandung: Mizan Media Utama, 2016), hal. 26

[18]Bukhari Alma dan Donni Juni Prianda, *Manajemen Bisnis Syariah: Menanamkan Nilai Dan Praktis Syariah Dalam Bisnis Kontemporer* (Bandung: Alfabeta, 2014), hal. 340

[19]Anonim, *Op.Cit.,* hal. 15

Tindakan memperoleh harta secara batil, misalnya mencuri, riba, berjudi, korupsi, menipu, berbuat curang, mengurangi timbangan, suap-menyuap, dan sebagainya.

Berdasarkan teori dan pemahaman tentang digital marketing, maka dapat Dirumuskan sintesisnya bahwa digital marketing adalah sebuah strategi pemasaran dan promosi produk atau merek dalam suatu usaha dengan menggunakan media digital. Adapun indikator dari media digital yaitu: *Transaction / Cost* merupakan salah satu teknik promosi yang memiliki tingkat efisiensi yang tinggi sehingga dapat menekan biaya dan waktu transaksi. *Incentive program* merupakan program yang menarik tertentu menjadi keunggulan dalam setiap promosi yang dilakukan. Program ini juga diharapkan agar dapat memberikan nilai yang lebih kepada perusahaan. *Site design* merupakan tampilan menarik dalam media digital marketing yang dapat memberikan nilai positif bagi perusahaan. *Interactive* merupakan hubungan dua arah antara pihak perusahaan dengan konsumen yang dapat memberikan info dan dapat diterima dengan baik dan jelas.

Inovasi produk sebagai perubahan organisasi. Inovasi mencakup kreatifitas dalam menciptakan produk baru, jasa, ide atau proses baru. Inovasi bisa diartikan sebagai proses adaptasi produk, jasa, ide, atau proses baik yang sudah ada dalam organisasi maupun yang dikembangkan dari luar organisasi. Secara umum inovasi memiliki makna proses mengadopsi sesuatu yang baru oleh siapapun yang mengadopsinya, dan sebagai proses menciptakan produk baru.[20]

Indikator dari inovasi produk yang didasarkan pada asumsi pasar tetap, yaitu:

a. Inovasi berbasis modulasi melibatkan pengubahan suatu karakteristik dasar dari produk atau jasa, dengan menaikan atau menurunkan karakteristik tersebut. Kita secara umum mengacu kepada karakteristik-karakteristik fungsional atau fisik. Dalam inovasi modulasi bahwa karakteristik dasar dari produk perlu ditingkatkan dan diturunkan. Contoh inovasi yang didasarkan pada modulasi misalnya jus dengan rendah gula, lebih banyak buah, bukan dari konsentrat, dengan vitamin, tanpa bahan aditif.
b. Inovasi berbasis ukuran adalah peluncuran produk baru ke pasar tanpa mengubah apapun kecuali volumenya. Contohnya keripik kentang dengan kantong 5 ons, 12 ons, 20 ons, yang terdiri dari beberapa kantong besar untuk konsumsi keluarga dan sebagainya.
c. Inovasi berbasis kemasan Cara sebuah produk dikemas dapat mengubah presepsi konsumen mengenai manfaat, fungsi, atau alasan konsumsi dari produk atau jasa. Contohnya Nestle memasarkan coklat dengan berbagai tipe kotak, meskipun rasa dan bentuk coklat selalu sama. Salah satu kotak berbentuk kecil dan sederhana serta terbuat dari kertas yang di jual di kios atau toko permen. Fungsi produk ini adalah untuk memenuhi keisengan atau sebagai snack.
d. Inovasi berbasis desain adalah inovasi dimana produk, container, atau kemasan dan ukuran yang dijual sama, tetapi desain atau tampilannya dimodifikasi. Contohnya

[20]Lena Elitan dan Lina Anatan, *Manajemen Inovasi Transformasi Menuju Organisasi Kelas Dunia* (Bandung: ALFBETA, 2019), hal. 37

sebuah produsen mobil akan meluncurkan produk yang sama dengan desain eksterior yang berbeda.

e. Inovasi berbasis komplemen melibatkan penambahan bahan-bahan komplementer atau layanan tambahan atas produk atau jasa dasar. Contohnya biscuit yang ditaburi gula, dengan coklat susu, dengan coklat putih, dan lain-lain.
f. Inovasi berbasis pengurangan upaya tidak merubah produk atau jasa, tetapi menaikan ukuran dari pasar. Inovasi semacam ini menaikkan nilai dengan menurunkan penyebut, bukan menaikkan pembilang.[21]

Inovasi produk juga didefinisikan sebagai suatu perubahan ide besar dalam sekumpulan informasi yang berhubungan diantara masukan dan luaran. Dari definisi tersebut didapatkan dua hal yakni inovasi proses dan inovasi produk. Hal tersebut yang membedakannya dengan invensi atau temuan yang merupakan suatu gagasan atau model dari pengembangan suatu produk atau proses solusi masalah yang dalam pengertian ekonomi merupakan bagian inovasi yang bila produk atau prosesnya ditingkatkan, yang selanjutnya menjadi awal dari proses penjualan di pasar. Inovasi baik produk maupun proses merupakan suatu perubahan pada sekumpulan informasi yang berhubungan diantara masukan dan luaran yang terkait dengan upaya meningkatkan atau memperbaiki sumber daya yang ada, memodifikasi untuk menjadikan sesuatu bernilai, menciptakan hal-hal baru dan berbeda, merubah suatu bahan menjadi sumber daya dan menggabungkan sumber daya - sumber daya menjadi suatu konfigurasi baru yang lebih produktif, baik secara langsung maupun tidak langsung yang dipengaruhi oleh kepastian untung atau rugi.

Inovasi juga tidak terlepas dari kehidupan berbisnis karena inovasi adalah jiwa didalam sebuah perusahaan untuk berkembang, inovasi bisa berkembang dimanapun serta dilakukan oleh siapapun, inovasi tidak hanya dilakukan oleh perusahaan yang besar, melainkan demi keberlangsungan usahanya, perusahaan kecil pun perlu untuk melakukan inovasi. Menurut Kotler dan Keller mendefinisikan inovasi adalah produk, jasa, ide, serta pendapat yang baru dari seseorang. Inovasi adalah produk dan jasa yang di persepsikan oleh para konsumen sebagai produk dan jasa baru. Inovasi juga bisa didefinisikan sebagai terobosan yang berkaitan dengan produk-produk baru. Inovasi produk perusahaan dianggap memiliki peranan yang positif dalam kesuksesan suatu bisnis, sehingga bisnis tersebut dapat berkinerja dengan sehat.[22] Secara luas produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk memuaskan suatu kebutuhan atau keinginan. Melalui produk, produsen dapat memanjakan konsumen. Karena dari produk akan dapat diketahui seberapa besar kepuasan dan kebutuhan akan produk itu sendiri dalam kehidupan konsumen.[23]

---

[21]Fernando Trias De Bes Philip Kotler, *Lateral Marketing Berbagai Teknik Baru Untuk Mendapatkan Ide-Ide Terobosan* (Jakarta: Erlangga, 2014), hal. 31

[22]Agus Sulistiyo, Agus Putranto, Sri Hartiyah, *Pengaruh Literasi Keuangan, Kompetensi Sumberdaya Manusia, Inovasi Produk, Dan Akses Pemasaran Terhadap Kinerja UMKM Di Kabupaten Wonosobo* (Wonosobo: Jurnal Akuntansi, Manajemen & Perbankan Syariah, 2.1 2022), hal. 99

[23]Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa* (Bandung: Alfabeta, 2016), hal. 139

KESIMPULAN

Beradasarkan hasil pengolahan, analisis data dan perhitungan statistik sebagaimana yang diuraikan pada bab sebelumnya, maka hasil penelitian ini dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Digital Marketing berpengaruh siginifikan terhadap Keberhasilan Kewirausahaan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah. Hal ini menunjukkan bahwa Semakin baik Digital Marketing, maka akan semakin tinggi pula Keberhasilan Kewirausahaan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah.
2. Inovasi Produk berpengaruh siginifikan terhadap Keberhasilan Kewirausahaan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah. Hal ini menunjukkan bahwa Semakin baik Inovasi Produk, maka akan semakin tinggi pula Keberhasilan Kewirausahaan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah.
3. Digital Marketing dan Inovasi Produk berpengaruh secara bersama-sama terhadap Keberhasilan Kewirausahaan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah. Hal tersebut dapat dilihat dari variabel independen digital Marketing dan Inovasi Produk artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara Digital Marketing dan Inovasi Produk secara simultan terhadap Keberhasilan Kewirausahaan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah.

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah diuraikan diatas memberikan implikasi terhadap penelitian ini sebagai berikut. Keberhasilan kewirausahaan usaha mikro kecil dan menengah dapat ditingkatkan dengan memperbaiki digital marketing dan inovasi produk sehngga menimbulkan keberhasilan kewirausahaan usaha mikro kecil dan menengah.

REFERENSI

Anonim. *Al Qur'an dan Terjemahnya*. Jakarta: Kementerian Agama Republik Indonesia. 2019.

Adella Putri. Pengaruh Digital Marketing Dan Inovasi Produk Terhadap Pendapatan. *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah,* 1. (2023).

Albert Kurniawan. *Metode Riset untuk Ekonomi dan Bisnis*. Bandung: Albareta. 2016.

Ana Fitriyatul Bilgies. Keunggulan Kompetitif Yang Dalam Menciptakan Inovasi Untuk Kewirausahaan Strategis'. *An-Nisbah,* 2 (2017).

Ardyan. E.. Putri. OT. Dampak Positif Seorang Wirausaha Yang Memiliki Kompetensi Wirausaha Terhadap Keberhasilan Inovasi Produk Dan Kinerja Usaha. *Jurnal Kewirausahaan dan UKM,* 1 (2016).

Bukhari Alma dan Donni Juni Prianda. *Manajemen Bisnis Syariah: Menanamkan Nilai Dan Praktis Syariah Dalam Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta. 2016.

Cahyo. J. & Harjanti. D. Analisa Inovasi Produk Pada Sektor Usaha Formal dan Informasi di Jawa Timur. *Jurnal AGORA*, 1 (2015).

Cicik Harini. Heru Sri Wulan. Feri Agustina. *Digital Marketing Bagi UMKM Ed 1*. Bandung: Media Sains Indonesia. 2021.

Daniel Laksana dan Diah Dharmayanti. Pengaruh Digital Marketing Terhadap Organizational Performance Dengan Intellectual Capital dan Perceived Quality

Sebagai Variabel Intervening Pada Industri Hotel Bintang Empat Di Jawa Timur. *Jurnal Manajemen* 1 (2018).

Fernando Trias De Bes Philip Kotler. *Lateral Marketing Berbagai Teknik Baru Untuk Mendapatkan Ide-Ide Terobosan*. Jakarta: Erlangga. 2016.

Fitria Lestari. Pengaruh Jiwa Kewirausahaan Dan Kreativitas Terhadap Keberhasilan Usaha Pada Sentra Industri Rajutan Binong Jati. *Available at elib. Unikom. Ac. Id* 8 (2015).

Hamzah. F. & Ariesta. F. Pengaruh Kualitas Dan Inovasi Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Di Kuswini Catering Bandung. *Jurnal Sains Manajemen,* (2016).

Hannie Ina Ratnasari. Anggi Pasca Arnu. *Digital Marketing Pada Start Up Dan UMKM : Praktik Melakukan Pemasaran Berbasis Digital Menuju UMKM Tangguh. Kompetitif. Dan Ungggul Di Era Revolusi Industri 4.0*. Yogyakarta: Absolute Media. 2021.