

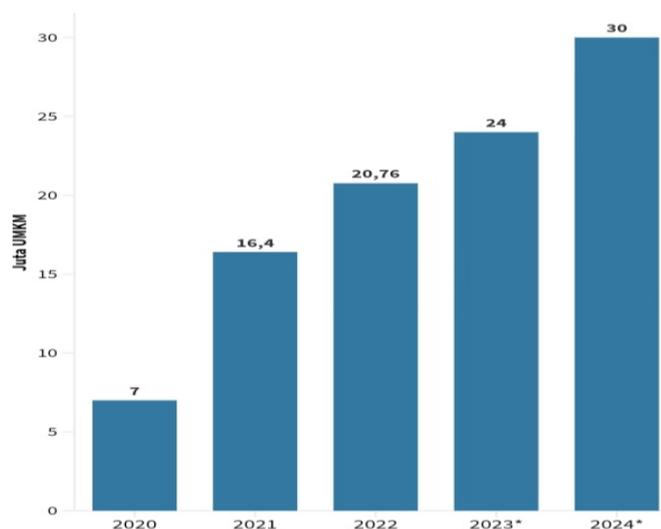
# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Inovasi pada sektor pelayanan publik telah menggerakkan pemerintah dunia untuk mempraktikkan inovasi kebijakan menuju layanan publik yang lebih baik. (Suranto. 2021). Untuk mendukung tercapainya kepuasan Masyarakat dalam pelayanan publik, maka Pemerintah Indonesia perlu melakukan Inovasi atau trobosan terbaru untuk menyelesaikan berbagai permasalahan dalam pengembangan Usaha mikro kecil dan menengah (UMKM). Salah satu upaya untuk mengatasi permasalahan pada pengembangan UMKM yaitu pemerintah dan pelaku umkm dituntut untuk kreatif dan inovatif. UMKM dinilai sebagai salah satu sektor usaha yang sangat krusial karena berperan besar terhadap pertumbuhan perekonomian. (Niode 2019). Pada tahun 2022, jumlah UKM yang terdaftar di ekosistem digital meningkat menjadi 20,76 juta unit. (Dataindonesia.id).

**Gambar 1.1**  
**Jumlah UMKM yang masuk keecosistem digital di Indonesia (2020-2024)**



*Sumber:* kementerian koperasi dan UKM

Berdasarkan gambar tersebut dapat diketahui bahwa jumlah UMKM meingkat sebanyak 26,6% disbanding tahun sebelumnya. Pada saat ini UMKM juga telah berdedikasi pada Produk Domestik Bruto (PDB) yang mencapai 60,5%, dan kemampuannya menyerap tenaga kerja sebesar 96,9% dari jumlah penyerapan tenaga kerja nasional.

UMKM sudah membantu menciptakan lapangan pekerjaan bagi masyarakat Indonesia. Maka dari itu posisi UMKM di Indonesia sangat berfaedah dalam hal pendistribusian pendapatan masyarakat. Untuk memberikan kemudahan, perlindungan, dan pemberdayaan bagi UMKM, seperti yang tertuang pada Peraturan Pemerintah No.7 Tahun 2021, pemerintah pusat dan pemerintah daerah melakukan kegiatan tersebut melalui pembinaan, dan pemberian fasilitas.

Akan tetapi, pada kenyataannya pembinaan dan pemberian fasilitas tersebut belum cukup untuk mendorong perkembangan UMKM di Indonesia, hal ini diakibatkan oleh rendahnya daya saing pelaku UMKM dalam menghadapi kompetisi global, terutama pada aspek kemasan produk. Hal tersebut dikarenakan oleh beberapa kendala diantaranya yaitu kurangnya pengetahuan tentang pentingnya kemasan untuk pemasaran produk, dan peningkatan penjualan produk. Perkara ini tentu menjadi bahay bagi keberlangsungan produk UMKM. Maka dari itu pelaku UMKM harus kreatif dan inovatif agar produk lebih menarik, sehingga banyak diminati oleh konsumen. (Yuli Chomsatu, Bambang Mursito 2019).

Hal tersebut sesuai dengan beberapa penelitian terdahulu, misalnya temuan. (Yuliani 2020) dalam penelitiannya mengenai peningkatan penjualan melalui inovasi pengemasan dan pelabelan pada UMKM, yang menyatakan bahwasannya kemasan

merupakan bagian terpenting dari produk. Produk yang dikemas dengan cara menarik dan inovatif memberikan nilai plus dimata konsumen dan akan dengan mudah menerobos pasar global sehingga produk akan memperoleh peningkatan penjualan. Hasil ini turut menegaskan asumsi awal bahwa kemasan berpengaruh terhadap peningkatan penjualan produk UMKM.

Setiap produk yang dijual pasti memiliki kemasan yang digunakan untuk melindungi produk dan memberikan informasi mengenai produk yang dijual. Seorang pakar pemasaran Hermawan Kartajaya mengatakan pada saat ini teknologi sudah mengubah cara kerja pengemasan, jika dulu: "Kemasan melindungi apa yang dijualnya", sekarang menjadi "Kemasan menjual apa yang dilindunginya". (Mukhtar 2015). Dapat disimpulkan bahwasanya pada saat ini kemasan harus dapat menjual produknya sehingga dapat meningkatkan penjualan produk. Menurut Cenadi (2000) kemasan merupakan suatu aktivitas di mana wadah atau kemasan untuk suatu produk dirancang dan diproduksi. Kemasan meliputi tiga hal yaitu :

1. Kemasan memenuhi persyaratan keamanan.
2. Kemasan dapat melaksanakan program pemasaran.
3. Pengemasan merupakan salah satu cara buat meningkatkan pendapatan perusahaan. Maka dari itu, perusahaan sebaiknya membuat kemasan semenarik mungkin untuk menarik perhatian konsumen agar membeli produknya.

Berdasarkan teori Cenadi (2000) mengenai kemasan, dapat disimpulkan bahwasanya kemasan dapat meningkatkan penghasilan dan penjualan produk UMKM.

Maka dari itu untuk mendorong pertumbuhan UMKM di Indonesia supaya dapat berkompetisi di pasardunia, pemerintah Indonesia telah memberikan perhatian,dukungan, dan pelatihan untuk pemberdayaan UMKM.

Problematika mengenai kemasan bagi para pelaku UMKM dalam meningkatkan penjualannya juga terjadi di Kabupaten Batubara. Dari beberapa alasan yang mendasari pertumbuhan dan perkembangan UMKM, maka yang akan menjadi fokus pada penelitian ini adalah mengenai inovasi pelayanan publik melalui rumah kemasan sebagai variabel yang dapat mempengaruhi fenomena yang telah dipaparkan di atas. Salah satu komitmen pemerintah Indonesia dalam mendorong pertumbuhan UMKM adalah dengan adanya Inovasi dalam sektor Pelayanan Publik melalui program Rumah Kemasan.

Pemerintah Indonesia berkomitmen untuk mengembangkan inovasi pada sector pelayanan publik melalui Peraturan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi No. 7 Tahun 2021 tentang Kompetisi Inovasi Pelayanan Publik di Lingkungan Kementrianatau Lembaga, Pemerintah Daerah, Badan Usaha Milik Negara (BUMN), dan Badan Usaha Milik Daerah (BUMD). Yang ditetapkan dan mulai berlaku pada tanggal 15 maret 2021. Peraturan tersebut mengatur bagaimana organisasi publik dalam melakukan inovasi jenis pelayanan publik dan ikut serta dalam kompetisinya.

Pemerintah Indonesia mengadakan kompetisi inovasi pelayanan publik sebagai suatu opsi untuk memajukan inovasi sektor pelayanan di organisasi publik, dan memberikan penghargaan pada layanan publik untuk merayakan kinerja dan menyebarkan praktik yang baik, hal ini dapat kitalihat dari kegiatan top 99 Inovasi

daerah di Indonesia yang dilaksanakan setiap tahunnya yang dimulai sejak tahun 2013. Dengan mengimplemetasikan inovasi, organisasi publik mampu meningkatkan kualitas layanan publik dan meningkatkan kinerja layanan.

Salah satu inovasi pelayanan publik yang terdaftar kedalam top 99 Inovasi daerah di Indonesia pada tahun 2022 adalah Rumah Kemasan yang merupakan hasil inovasi Dinas Koperasi Usaha Kecil dan Menengah (UKM) Kabupaten Batubara. Rumah kemasan merupakan suatu inovasi yang membantu masyarakat khususnya pelaku UMKM untuk mengemas produk hasil UMKM secara lebih menarik sehingga dapat bersaing di pasar nasional, meningkatkan penjualan dan harga jual.

Kabupaten Batubara jumlah UMKM nya mencapai 962 (Sembilan ratus enam puluh dua), yang terdiri dari usaha kuliner, fashion, cendramata, kosmetik dan lainnya. Berdasarkan data PDRB kabupaten Batubara tahun 2022, kontribusi terbesar PDRB (atas dasar harga berlaku menurut lapangan usaha – miliar rupiah) bersumber dari industri pengolahan sebesar Rp. 18.613,59, pertanian, kehutanan dan perikanan sebesar Rp. 8.615,00, perdagangan besar dan eceran, reparasi mobil dan sepeda motor sebesar Rp. 7.281,47 dan lainnya (batubarakab.bps.go.id). Keadaan UMKM di kabupaten Batubara saat ini dalam pengembangannya didukung secara positif oleh pemerintah Kabupaten Batubara yang dibuktikan dari berbagai strategi yang sudah dilaksanakan. (Purba .2021)

Berdasarkan penjelasan PDRB diatas, membuktikan bahwasannya UMKM sektor pengolahan di Kabupaten Batubara berkontribusi paling menonjol sehingga memegang peran penting dalam perekonomian kabupaten Batubara. Contoh industri pengolahan yang tergolong UMKM di kabupaten Batubara yaitu pengolahan kulit

buaya menjadi produk seperti dompet, ikat pinggang, dan sebagainya, pengolahan kerajinan kain tenun songket, pengolahan aneka makanan tradisional seperti kue karas-karas dan lainnya.

Mengenai inovasi dalam pelayanan publik, penelitian ini melihat lebih dekat bagaimana pengaruh dari inovasi pelayanan publik rumah kemasam terhadap tingkat penjualan UMKM di kabupaten Batubara. Layanan Rumah Kemasam sangat diperlukan oleh pelaku UMKM untuk menunjang peningkatan penjualan. Program rumah kemasam ini akan menciptakan kemasam-kemasam yang mampu meningkatkan daya tarik, dan daya jual produk-produk UMKM serta mendukung kemajuan produk UMKM.

Tantangan pemerintah dalam menyediakan fasilitas pelayanan adalah penggunaan fasilitas itu sendiri. Dahyan Daraba, (2019) menyebutkan bahwa reformasi pelayanan publik daerah harus memperhatikan kebutuhan masyarakat dalam kondisi riil. Hal ini diharapkan dapat mencapai tujuan terciptanya organisasi daerah yang berorientasi pada kepentingan bersama, khususnya di bidang pelayanan publik yang berkualitas.

Berdasarkan pemaparan latar belakang diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang difokus untuk mengetahui apakah ada pengaruh inovasi Rumah Kemasam terhadap peningkatan penjualan UMKM yang akan dijabarkan dipenelitian ini dengan judul **“Pengaruh Inovasi Pelayanan Publik Rumah Kemasam Terhadap Peningkatan Penjualan UMKM di Kabupaten Batubara.”**

## **1.2 Batasan Masalah**

Untuk melakukan penelitian, peneliti terlebih dahulu menentukan apa sebenarnya yang akan diteliti. Agar mencapai sasaran pembahasan, peneliti hanya mengungkapkan pembahasan masalah penelitian yang meliputi variabel bebas dalam penelitian ini adalah inovasi pelayanan publik, dan variabel terikat dalam penelitian ini yaitu peningkatan penjualan.

## **1.3 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang tersebut maka yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah “apakah ada pengaruh inovasi pelayanan publik melalui rumah kemas terhadap peningkatan penjualan UMKM di Kabupaten Batubara?”

## **1.4 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dipaparkan di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah “untuk mengetahui pengaruh inovasi pelayanan publik melalui rumah kemas terhadap peningkatan penjualan UMKM di Kabupaten Batubara.”

## **1.5 Manfaat Penelitian**

1. Manfaat teoritis: Kajian ini diharapkan bisa menjadi rujukan dan memperluas pemahaman tentang pengaruh inovasi melalui rumah kemas terhadap peningkatan UMKM, serta diharapkan dapat memberikan kesempatan pengembangan ilmu secara teoritis untuk digali dalam perkuliahan.
2. Manfaat Praktis: Hasil penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan pengetahuan bagi pembaca, dan menjadi bahan masukan bagi pemerintah dan pihak terkait untuk penelitian selanjutnya pada objek sejenis.

3. Manfaat akademis, manfaatnya sebagai acuan untuk peneliti selanjutnya dengan menerapkan konsep penelitian yang sama, yaitu mengenai pengaruh inovasi melalui rumah Kemasan terhadap peningkatan penjualan UMKM.

## **1.6 Hipotesis Penelitian**

Menurut Sugiyono (2018) Hipotesis yaitu jawaban sementara terhadap perumusan masalah penelitian yang dilakukan. Hipotesis disajikan sebagai tanggapan atau jawaban teoretis terhadap rumusan masalah penelitian, belum sebagai tanggapan empiris. Oleh karena itu, hipotesis dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Hipotesis nol ( $H_0$ ) = Tidak ada pengaruh yang signifikan antara inovasi pelayanan publik rumah kemasan terhadap peningkatan penjualan UMKM.
2. Hipotesis kerja ( $H_a$ ) = Ada pengaruh yang signifikan antara inovasi pelayanan publik rumah kemasan terhadap peningkatan penjualan UMKM.