

**PENGARUH PROMOSI *ONLINE*, INOVASI PRODUK DAN *E-COMMERCE* TERHADAP KINERJA PEMASARAN PADA
UMKM KULINER DI KECAMATAN NANGGALO DI KOATA
PADANG**

SKRIPSI



Oleh :

ANJELLY
1910011211014

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BUNG HATTA
PADANG
2023**

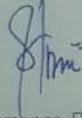
HALAMAN PENGESAHAN

PENGARUH PROMOSI ONLINE, INOVASI PRODUK DAN E-COMMERCE TERHADAP KINERJA PEMASARAN PADA UMKM KULINER DI KECAMATAN NANGGALO DI KOATA PADANG

Oleh
Nama : ANJELLY
NPM :1910011211014

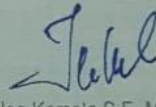
Tim Penguji

Ketua



(Dahliana Kamener, BS.,MBA., Ph.D)

Sekretaris



(Ica Kameia, S.E., M.Sc)

Anggota



(Rika Desiyanti, S.E., M.Si., Ph.D)

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis pada tanggal 16 Agustus 2023

Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Bung Hatta
Dekan



(Dr. Emi Febina Harahap, S.E., M.Si)

JUDUL SKRIPSI

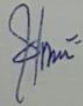
PENGARUH PROMOSI ONLINE, INOVASI PRODUK DAN E-COMMERCE
TERHADAP KINERJA PEMASARAN PADA UMKM KULINER DI KECAMATAN
NANGGALO DI KOATA PADANG

Oleh
Nama : ANJELLY
NPM : 1910011211014

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji
Pada tanggal 16 Agustus 2023

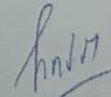
Menyetujui

Pembimbing



(Dahliana Kamener, BS., MBA., Ph.D)

Ketua Program Studi



(Lindawati, S.E., M.Si)

PENGARUH PROMOSI *ONLINE* INOVASI PRODUK DAN *E-COMMERCE* TERHADAP KINEJA PEMASARAN PADA UMKM KULINER DI KECAMATAN NANGGALO DI KOTA PADANG

Anjelly

Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bung Hatta

E-mail : anjellyanjelly96@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh promosi *online* inovasi produk dan *E-commerce* terhadap kinerja pemasaran pada UMKM kecamatan nanggalo di kota padang. Penelitian ini menggunakan populasi berupa seluruh seluruh UMKM yang ada di kecamatan nanggalo di Kota Padang. Sampel dalam penelitian ini terdiri dari 80 orang dengan teknik pengambilan sampel probability sampling. Pengujian hipotesis Statistical Package for the Social Sciences (SPSS). Hasil penelitian ini menunjukkan Promosi *online* berpengaruh positif terhadap kinerja pemasaran UMKM di Kota Padang, Inovasi produk berpengaruh positif terhadap kinerja pemasaran UMKM di Kota Padang, *E-commerce* berpengaruh positif terhadap kinerja pemasaran UMKM di Kota Padang.

Kata Kunci : Promosi *Online*, Inovasi Produk, *E-commerce*, Kinerja Pemasaran

**THE INFLUENCE OF *ONLINE* PROMOTION OF
PRODUCT INNOVATION AND *E-COMMERCE* ON
MARKETING PERFORMANCE IN CULINARY MSMEs
IN NANGGALO DISTRICT IN PADANG CITY**

Anjelly

*Department of Management, Faculty of Economics and Business, Bung Hatta
University*

E-mail : anjellyanjelly96@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to examine the effect of *online* promotion of product innovation and *E-commerce* on marketing performance in Nanggalo sub-district MSMEs in Padang city. This study uses a population in the form of all SMEs in the Nanggalo sub-district in Padang City. The sample in this study consisted of 80 people using probability sampling technique. Hypothesis testing Statistical Package for the Social Sciences (SPSS). The results of this study show that *online* promotion has a positive effect on the marketing performance of MSMEs in the city of Padang, product innovation has a positive effect on the marketing performance of MSMEs in the city of Padang, *E-commerce* has a positive effect on the marketing performance of MSMEs in the city of Padang.

**Keywords: *Online* Promotion, Product Innovation, *E-commerce*,
Marketing Performance**

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb

Alhamdulillahilahirabil'alamiin, puji syukur bagi Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufiq, serta hidayah dan Innayah-Nya kepada penulis beserta keluarga dan saudara lainnya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini tepat pada waktunya. Skripsi yang berjudul “ **Pengaruh Promosi Online Inovasi Produk Dan E-commerce Terhadap Kinerja Pemasaran Pada UMKM Kulinerdi Kecamatan Nanggalo di Kota Padang** ”. Penulisan skripsi ini sebagai salah satu untuk memenuhi syarat menyelesaikan program pendidikan Strata-1 (S1) untuk memperoleh gelar sarjana Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta.

Maka pada kesempatan ini penulis tidak lupa untuk mengucapkan terimakasih dengan hati yang tulus kepada :

1. Cinta pertama dan panutanku, Ayahanda Raka Putra. Beliau memang tidak pernah mengenyam bangku perkuliahan. Namun beliau mampu mendidik penulis dengan sangat sabar, memberikan semangat dan motivasi yang tiada henti. Terima kasih atas cinta yang sangat besar sehingga penulis dapat menyelesaikan studi sampai mendapat gelar sarjana. Ayah, *you're the best.*
2. Malaikat tak bersayapku, Ibunda Mira Dewita. Terimakasih atas segala bentuk bantuan, semangat, dan doa yang tidak pernah putus selama ini.

Terima kasih untuk kesabaran dan kebesaran hati menghadapi penulis yang keras kepala. Terima kasih sudah menjadi tempat aku pulang, bu.

3. Kakak dan Adikku, Maya Juwita dan Syalsabila Putri Tami. Terima kasih telah kebersamai proses penulis dalam menempuh pendidikan selama ini. Terima kasih atas doa, semangat dan cinta yang selalu diberikan kepada penulis.
4. Kepada Rayhan Zen Putra S.E sebagai pasangan saya yang Tercinta. Terimakasih atas segala bantuan, semangat, dan doa untuk saya dalam membuat skripsi ini.
5. Bapak Prof. Dr. Tafdil Husni, S.E., MBA selaku Rektor Universitas Bung Hatta.
6. Ibu Dr. Erni Febrina Harahap, S.E.,M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta.
7. Ibu Herawati, S.E.,M.Si., AK.CA. selaku Wakil Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta.
8. Ibu Linda Wati, S.E., M.Si. selaku ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta.
9. Bapak Purbo Jadmiko, S.E., M.Sc selaku Sekretaris Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta.

10. Ibuk Dahliana Kamener. B.S., MBA. Ph.D selaku dosen pembimbing selama proses penyusunan skripsi, terima kasih telah meluangkan waktu untuk membimbing dan memberi arahan, nasihat, semangat dan dukungan penulis selama proses penyusunan skripsi.
11. Seluruh Bapak/ Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta.
12. Terimakasih untuk sahabat penulis, yang bernaung dalam grup “Budaya”, “Rembo Prank Indonesia” yang telah membantu, memberikan dukungan dan saran serta motivasi kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
13. Seluruh teman angkatan 2019 yang sama-sama berjuang menyelesaikan masa studi ini.
14. Untuk sahabat-sahabat seperjuangan di luar kampus atau yang berada di kampus lain serta seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan namanya satu persatu terima kasih banyak selalu mengingatkan penulis untuk menyelesaikan skripsi ini. *See you on top, guys.*
15. Dan yang terakhir, terima kasih kepada diri penulis. Hebat bisa melewati ini semua dan masih kuat dengan segala hal yang membuat diri ingin menyerah. Kamu keren dan hebat, ANJELLY.

Penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak yang berkepentingan, namun penulis sadar skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, oleh karena itu segala kritik dan sumbang saran sangat diharapkan, demi kebaikan di masa yang akan datang.

Padang,08 Agustus 2023

Penulis

DAFTAR ISI

ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI	x
BAB I.....	13
PENDAHULUAN	13
1.1 Latar Belakang	13
1.2 Rumusan Masalah	19
1.3 Tujuan Penelitian	20
1.4 Manfaat Penelitian	20
BAB II.....	Error! Bookmark not defined.
LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	Error! Bookmark not defined.
2.1 Kinerja Pemasaran	Error! Bookmark not defined.
2.1.1 Pengertian Kinerja Pemasaran.....	Error! Bookmark not defined.
2.1.2 Konsep Kinerja Pemasaran	Error! Bookmark not defined.
2.1.3 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kinerja Pemasaran	Error! Bookmark not defined.
2.1.2 Promosi <i>Online</i>	Error! Bookmark not defined.
2.1.3 Inovasi Produk	Error! Bookmark not defined.
2.1.4 <i>E-commerce</i>	Error! Bookmark not defined.
2.1.5 Penggolongan jenis –jenis <i>E-commerce</i> ..	Error! Bookmark not defined.
2.4 Pengembangan Hipotesis.....	Error! Bookmark not defined.
2.4.1 Pengaruh Promosi <i>Online</i> Terhadap Kinerja Pemasaran Pada Umkm Kuliner Di Kecamatan Nanggalo Kota Padang	Error! Bookmark not defined.
2.4.2 Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Kinerja Pemasaran Pada Umkm Kuliner Di Kecamatan Nanggalo Kota Padang.....	Error! Bookmark not defined.
2.4.3 Pengaruh <i>E-commerce</i> Terhadap Kinerja Pemasaran Pada UMKM Kuliner di Kecamatan Nanggalo Kota Padang	Error! Bookmark not defined.
2.5 Kerangka Konseptual	Error! Bookmark not defined.

BAB III.....	Error! Bookmark not defined.
METODE PENELITIAN	Error! Bookmark not defined.
3.1 Jenis Peneliatian	Error! Bookmark not defined.
3.2 Jenis Data dan Metode Pengumpulan Data	Error! Bookmark not defined.
3.3 Populasi dan Sampel.....	Error! Bookmark not defined.
3.3.1 Populasi	Error! Bookmark not defined.
3.3.2 Sampel	Error! Bookmark not defined.
3.4 Definisi Operasional Variabel	Error! Bookmark not defined.
3.4.1 Variabel Depend	Error! Bookmark not defined.
3.4.2 Variabel Independ	Error! Bookmark not defined.
3.5 Jenis Data dan Sumber Data.....	Error! Bookmark not defined.
3.5.1 Data Primer	Error! Bookmark not defined.
3.5.2 Data Sekunder	Error! Bookmark not defined.
3.6 Metode Analisis Data	Error! Bookmark not defined.
3.6.1 Uji Instrumen	Error! Bookmark not defined.
3.6.2 Analisis Regresi Linier Berganda	Error! Bookmark not defined.
3.6.3 Uji Asumsi Klasik	Error! Bookmark not defined.
3.7 Uji Hipotesis	Error! Bookmark not defined.
3.7.1 Uji Persial (t)	Error! Bookmark not defined.
3.7.2 Uji Simultan (F)	Error! Bookmark not defined.
3.8 Koefisien Determinasi (R^2)	Error! Bookmark not defined.
BAB IV	Error! Bookmark not defined.
ANALISIS HASIL DAN PEMBAHASAN	Error! Bookmark not defined.
4.1 Analisis Hasil Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
4.1.3 Uji Instrumen Penelitian	Error! Bookmark not defined.
4.1.4 Hasil Pengujian Reliabilitas	Error! Bookmark not defined.
4.1.6 Pengujian Asumsi Klasik	Error! Bookmark not defined.
4.1.7 Hasil Pengujian Hipotesis	Error! Bookmark not defined.
4.2 Pembahasan.....	Error! Bookmark not defined.
4.2.1 Pengaruh Promosi <i>Online</i> Terhadap Kinerja Pemasaran UMKM Kuliner di Kecamatan Nanggalo di Kota Padang ...	Error! Bookmark not defined.

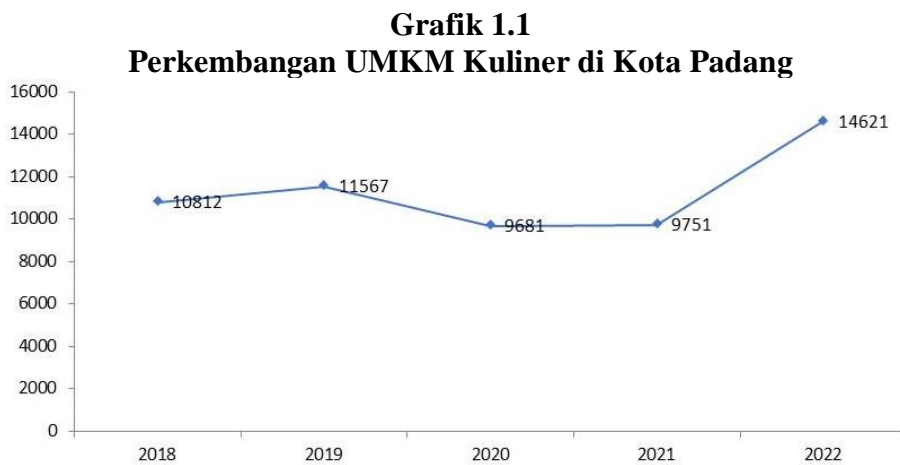
4.2.2	Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Kinerja Pemasaran UMKM Kuliner di Kecamatan Nanggalo Kota Padang	Error! Bookmark not defined.
4.2.3	Pengaruh <i>E-commerce</i> Terhadap Kinerja Pemasaran UMKM Kuliner di Kecamatan Nanggalo Kota Padang	Error! Bookmark not defined.
PENUTUP		Error! Bookmark not defined.
5.1	Kesimpulan	Error! Bookmark not defined.
5.2	Implikasi Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
5.3	Keterbatasan Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
5.4	Saran	Error! Bookmark not defined.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sumatera Barat merupakan provinsi yang kaya akan potensi sumber daya manusia, namun potensi sumber daya manusia yang besar cenderung mengakibatkan berbagai masalah sosial yang krusial seperti pengangguran dan meningkatnya kriminalitas. Gejolak sosial tersebut mulai dapat teratasi ketika berkembangnya usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM).. Menurut Dinas Koperasi dan UMKM Sumatera Barat tahun 2022 menjadi tahun kebangkitan usaha mikro di Sumatera Barat, dimana pada tahun tersebut terjadi peningkatan jumlah UMKM hingga 67.13%. Salah satu Kota yang memiliki jumlah UMKM terbanyak di Sumatera Barat adalah Kota Padang. Dari 16 sektor usaha kreatif termasuk UMKM di Kota Padang, UMKM kuliner saji dan kemasan merupakan yang terbanyak. Hal tersebut terlihat pada grafik 1 berikut yaitu:



Pada grafik diatas terlihat terjadi penurunan jumlah UMKM kuliner di Kota Padang pada tahun 2019 yang lalu, dari 11.567 unit menjadi, 9681 ditahun 2020 dan 9751 di tahun 2021. Dalam dua tahun terakhir UMKM kuliner di Kota Padang mengalami masa sulit, akibat wabah pandemi Covid 19. Dimasa tersebut daya beli masyarakat pada produk UMKM sedikit

menurun akibat adanya pembatasan sosial berskala besar. Memasuki tahun 2022 seiring dengan mulai membaiknya kondisi pandemi, pemerintah mulai mencabut pembatasan ruang gerak masyarakat dan mulai menuju kehidupan normal kembali, kebijakan tersebut mendorong kembali membaiknya kinerja UMKM di kota Padang, dapat dilihat semakin bertumbuhnya UMKM khususnya kuliner di Kota Padang menjadi 14.621 unit.

Berkembangnya UMKM kuliner di Kota Padang tidak terlepas dari membaiknya kinerja pemasaran usaha. Menurut Kotler et al., (2019) mengungkapkan kinerja pemasaran sebagai hasil yang dicapai perusahaan setelah melakukan kegiatan pemasaran produk. Kinerja pemasaran dapat diamati dari meningkatnya nilai penjualan, bertambahnya jumlah konsumen dan meningkatnya laba usaha. Menurut Octavia et al., (2023) menjaga konsistensi kinerja pemasaran dari sebuah usaha merupakan hal yang sulit.

Menurut Tejawulan, (2021) mengungkapkan kinerja pemasaran UMKM tidak terbentuk dengan sendirinya tetapi dapat dipengaruhi oleh sejumlah variabel diantaranya adalah promosi *online*, inovasi produk dan *E-commerce*. Hal yang sama juga diungkapkan oleh Prasetyo, (2018) yang menyatakan promosi *online*, inovasi produk dan *E-commerce* merupakan salah satu cara untuk menciptakan keunggulan bersaing sehingga dapat mendorong meningkatnya kinerja pemasaran yang dapat dilihat dari meningkatnya penjualan, bertambahnya jumlah pelanggan, meningkatnya pangsa pasar dan semakin menguatnya penjualan usaha.

Menurut Sari & Hermawati (2020) mengungkapkan promosi *online* merupakan salah satu solusi yang dapat digunakan untuk meningkatkan kinerja pemasaran usaha. Promosi *online* umumnya memiliki ruang promosi yang lebih luas dibandingkan dengan yang dilakukan melalui media cetak maupun elektronik. Promosi menggunakan media *online* lebih sering dilakukan melalui media sosial seperti Instagram, Facebook, TikTok, atau forum *online*

lainnya.. Penggunaan media *online* begitu digemari oleh pelaku usaha, karena biayanya yang relatif murah, namun cukup efektif untuk mendorong meningkatnya kinerja pemasaran.

Hasil penelitian Rofaida et al., (2020) menemukan promosi *online* berpengaruh positif terhadap kinerja pemasaran. Temuan yang sama juga diperoleh oleh Rofaida et al., (2020) menyatakan semakin tinggi dan efektif aktifitas promosi yang dilakukan oleh pelaku usaha akan mendorong meningkatkan kinerja usaha. Selanjutnya, hasil penelitian yang konsisten juga didapatkan oleh penulis Asashi & Sukaatmadja, (2017) menemukan promosi *online* berpengaruh positif terhadap kinerja pemasaran. Temuan tersebut menunjukkan bahwa semakin tinggi kegiatan pemasaran *online* akan semakin meningkatnya kinerja pemasaran usaha.

Selain promosi *online*, meningkatnya kinerja pemasaran usaha dapat dipengaruhi oleh inovasi produk. Menurut Keller, (2016) inovasi produk merupakan sebuah tindakan yang dilakukan oleh pelaku usaha untuk mendorong terciptanya keunggulan bersaing. Inovasi dilakukan dengan menciptakan kreatifitas yang mendorong adanya keunikan pada produk. Inovasi juga dinyatakan sebagai upaya untuk mendorong meningkatnya kesempurnaan produk sehingga mampu meningkatkan penjualan produk, bertambahnya jumlah pelanggan dan meningkatnya penjualan produk. Jika hal tersebut dapat diwujudkan maka kinerja pemasaran produk akan meningkat.

Hasil penelitian Asashi & Sukaatmadja, (2017) inovasi produk berpengaruh positif terhadap kinerja pemasaran. Temuan yang diperoleh menunjukkan semakin tinggi inovasi produk akan semakin meningkatkan kinerja pemasaran produk. Temuan yang diperoleh juga sejalan dengan penelitian Lamalewa, (2018) menemukan inovasi produk berpengaruh positif terhadap kinerja pemasaran usaha. Selanjutnya hasil penelitian yang konsisten juga diperoleh

oleh Sulaeman, (2018) menemukan inovasi produk berpengaruh positif terhadap kinerja pemasaran usaha. khususnya UMKM di Kota Solo.

Keberhasilan sebuah UMKM juga dapat dipengaruhi oleh keberanian mereka untuk menerapkan sistem *E-commerce* dengan membuka marketplace yang dapat diakses oleh calon pelanggan dimana saja (Monica & Maharani, 2020). keberadaan marketplace UMKM akan mempermudah konsumen untuk membeli produk UMKM sehingga dapat mendorong meningkatnya kinerja pemasaran usaha. *E-commerce* akan mendorong aktivitas pemasaran yang lebih mudah, serta tidak dibatasi oleh tempat dan waktu. Kemudahan tersebut mendorong meningkatnya kinerja pemasaran UMKM. Hasil penelitian Aharon & Yagil, (2019) menemukan metode pemasaran e-commer berpengaruh positif terhadap kinerja pemasaran UMKM Kuliner di daerah Jawa Barat. Temuan yang konsisten juga diperoleh oleh Lestari, I. T. & Widyastuti, (2019) menemukan kegiatan *E-commerce* berpengaruh positif terhadap kinerja pemasaran.

Salah satu kecamatan di Kota Padang yang menjadi pusat penjualan UMKM adalah Naanggalo. UMKM di Kecamatan Nanggalo dikenal sebagai dengan produk kuliner baik jenis saji atau pun jenis kemasan. Informasi tersebut terlihat pada data dari Dinas Koperasi dan UMKM Kota Padang sebagai Berikut:

Tabel 1.1
Data Usaha UMKM Kecamatan Nanggalo Di Kota Padang Tahun 2022

No	Jenis Usaha	Jumlah
1	Kuliner Siap Saji	465 UMKM
2	Kuliner Kemasan	294 UMKM
	Total	759 UMKM

Sumber: UMKM Kecamatan Nanggalo Kota Padang

Dapat dilihat dari data UMKM Kota Padang bahwa rata-rata UMKM kecamatan nanggalo di Kota Padang menjual kuliner siap saji sebanyak 465 UMKM dikarenakan bahwa

kuliner siap saji merupakan makanan yang disajikan dalam waktu yang sangat sesingkat mungkin dan merupakan makanan yang dapat dikonsumsi secara cepat, sedangkan kuliner kemasan sebanyak 294 UMKM saja yang masih lebih sedikit dari kuliner siap saji dikarenakan kuliner kemasan yang memiliki harga tinggi dari pada kuliner siap saji.

Selain itu peneliti juga melakukan prasurvei terhadap UMKM kuliner di kecamatan Nanggalo Kota Padang. Berikut data prasurvei peningkatan penjualan pada UMKM kuliner di kecamatan Nanggalo Kota Padang sebagai berikut:

Tabel 1.2
Prasuvey Perkembangan Kinerja Pemasaran UMKM Kuliner
di Kecamatan Nanggalo Kota Padang

Pernyataan	Jumlah	Ya	Tidak
Keanekaragaman Produk			
<ul style="list-style-type: none"> • Saya memasarkan berbagai macam produk seperti makanan siap saji dan kemasan. 	30	3	27
<ul style="list-style-type: none"> • Saya memasarkan berbagai macam produk melalui digital marketing dan e-commerce. 	30	3	27
Kualitas Produk			
<ul style="list-style-type: none"> • Saya menggunakan digital marketing untuk meningkatkan kualitas produk saya. 	30	11	19
<ul style="list-style-type: none"> • Saya merasa kualitas produk yang saya jual memberikan kenikmatan terhadap konsumen. 	30	30	0
Pelayanan			
<ul style="list-style-type: none"> • Saya memberikan pelayanan yang baik terhadap konsumen. 	30	30	0
<ul style="list-style-type: none"> • Saya memberikan respon yang cepat terhadap konsumen yang melakukan pembelian melalui digital marketing dan e-commerce. 	30	28	0
Garansi			
<ul style="list-style-type: none"> • Saya memberi garansi kepada konsumen yang telah membeli produk saya melalui digital marketing dan e-commerce 	30	9	21
<ul style="list-style-type: none"> • Saya akan melakukan pemberian garansi jika tingkat pembeliannya melebihi 	30	29	1
Imbalan			
<ul style="list-style-type: none"> • Saya memberikan diskon terhadap konsumen yang telah menggunakan digital marketing 	30	3	27
<ul style="list-style-type: none"> • Saya memberikan imbalan kepada konsumen yang baru melakukan pembelian di UMKM kuliner saya 	30	25	5

Sumber: UMKM kuliner di Kecamatan Nanggalo Kota Padang.

Pada tabel diatas terlihat sebagian besar pelaku usaha tidak memasrkan produknya secara *online* atau melalui digital marketing hal tersebut diungkapkan oleh 27 orang responden. Selain itu 21 orang pelaku usaha tidak memberikan garansi kepda konsumen yang telah membeli produk jika melakukan pembelian melalui *online* atau digital marketing. Keadaan tersebut tentu mempengaruhi kinerja pemasaran UMKM di Kecamatan Nanggalo. Oleh sebab itu penting bagi peneliti untuk mencoba mengamati sejumlah faktor yang dapat mempengaruhi kinerja pemasaran UMKM di Kecamatan Nanggalo Padang.

Sesuai dengan fenomena yang terjadi pada UMKM kuliner di kecamatan nanggalo kota padang terlihat sebagian besar pelaku usaha UMKM di Kecamatan Nangalo memiliki peningkatan kinerja pemasaran. Salah satu kunci keberhasilan tersebut disebabkan oleh adanya proses inovasi produk, dilakukan promosi secara *online* hingga digunakan fasilitas dan layanan *E-commerce*. Namun untuk membuktikan kebenaran pernyataan tersebut penting bagi peneliti untuk melakukan penelitian ini.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah pada variabel dan objek yang digunakan dalam penelitian sebelumnya berbeda, Adapun variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini adalah Promosi *Online*, Inovasi Produk dan E-commerce. Sedangkan variabel dependen yang digunakan dalam penelitian ini adalah Kinerja Pemasaran. Objek penelitian yang digunakan dalam penelitian ini pada UMKM kuliner kecamatan Nangalo di Kota Padang. Berdasarkan uraian latar belakang masalah diatas untuk dilakukan penelitian lebih lanjut yaitu **“Pengaruh Promosi *Online*, Inovasi Produk Dan *E-commerce* Terhadap Kinerja Pemasaran Pada Umkm Kuliner Kecamatan Nangalo Di Kota Padang”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan Latar Belakang yang telah penulis jabarkan diatas, maka dapat di rumuskan masalah sebagai berikut:

1. Apakah promosi *online* berpengaruh terhadap kinerja pemasaran pada UMKM Kuliner kecamatan nanggalo di Kota Padang?
2. Apakah inovasi produk berpengaruh terhadap kinerja pemasaran pada UMKM Kuliner kecamatan nanggalo di Kota Padang?

3. Apakah *E-commerce* berpengaruh terhadap kinerja pemasaran Kuliner di kecamatan nanggalo Kota Padang?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, dapat dikemukakan tujuan dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk menguji pengaruh promosi *online* terhadap kinerja pemasaran pada UMKM Kuliner di kecamatan nanggalo Kota Padang.
2. Untuk menguji pengaruh inovasi produk terhadap kinerja pemasaran pada UMKM Kuliner di kecamatan nanggalo Kota Padang.
3. Untuk menguji pengaruh *E-commerce* terhadap kinerja pemasaran pada UMKM Kuliner di kecamatan naggalo Kota Padang.

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Bagi Akademis Untuk menambah dan memperluas wawasan dan pengetahuan tentang berbagai konsep atau teori manajemen khususnya manajemen Pemasaran tentang Kinerja Pemasaran pada UMKM Kuliner di kecamatan nanggalo Kota Padang.
2. Bagi Praktisi Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi para pelaku UMKM mengenai Kinerja Pemasaran pada UMKM Kuliner di kecamatan nanggalo Kota Padang.