

Abstrak

Industri kecil dan menengah (IKM) merupakan penopang ekonomi masyarakat di Nusa Tenggara Barat. IKM pengolahan di Pulau Lombok Nusa Tenggara Barat terdiri dari beberapa sektor antara lain : sektor pengolahan logam dan permesinan, sektor pengolahan makanan dan minuman, sektor pengolahan hasil-hasil pertanian, sektor pengolahan bahan bangunan, sektor pengolahan kain tenun dan sektor pengolahan mutiara. Penggunaan media sosial terbukti dapat meningkatkan kinerja pemasaran IKM pengolahan di Pulau Lombok Nusa Tenggara Barat selain dari faktor peningkatan kapabilitas inovasi, bahkan faktor inovasi juga dapat memediasi pengaruh media sosial terhadap peningkatan kinerja pemasaran.

Penelitian ini bertujuan untuk mengungkap bagaimana kemampuan media sosial dan kapabilitas inovasi dapat meningkatkan kinerja pemasaran IKM pengolahan di Pulau Lombok Nusa Tenggara Barat. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan mengirimkan dan mendokumentasikan kuesioner kepada 182 responden IKM pengolahan yang tersebar di 5 (lima) kota di pulau Lombok, Nusa Tenggara Barat, yaitu Kabupaten Lombok Barat, Kabupaten Lombok Tengah, Kabupaten Lombok Timur, Kabupaten Lombok Utara dan Kota Mataram.

Hasil penelitian ini mengungkapkan bahwa media sosial berpengaruh terhadap kinerja IKM, kapabilitas inovasi berpengaruh terhadap kinerja IKM dan media sosial berpengaruh terhadap kinerja IKM pengolahan di Pulau Lombok Nusa Tenggara Barat melalui mediasi kapabilitas inovasi.

Kata Kunci: IKM, Kapabilitas Inovasi, Kinerja Pemasaran, Media Sosial

Abstract

Small and medium industries (SMEs) provide economic support to the community in West Nusa Tenggara. Processing SMEs on the island of Lombok, West Nusa Tenggara, consist of several sectors, including the metal and machinery processing sector, food and beverage processing sector, agricultural product processing sector, building materials processing sector, woven fabric processing sector, and pearl processing sector. The use of social media has been proven to improve the marketing performance of processing SMEs on the island of Lombok, West Nusa Tenggara; apart from increasing innovation capabilities, even the innovation factor can also mediate the influence of social media on improving marketing performance.

This research aims to reveal how social media and innovation can improve the marketing performance of processing SMEs on the island of Lombok, West Nusa Tenggara. This study uses a quantitative method by sending and documenting questionnaires to 182 processing SMEs respondents spread across 5 (five) cities on the island of Lombok, West Nusa Tenggara, namely West Lombok Regency, Central Lombok Regency, East Lombok Regency, North Lombok Regency, and Mataram City.

The results of this study revealed that social media affects the performance of SMEs, innovation capabilities affect the performance of SMEs, and social media affects the performance of processing SMEs on the island of Lombok, West Nusa Tenggara, through the mediation of innovation capabilities.

Keywords: Innovation Capabilities, Marketing Performance, SMEs, Social Media